

Wojciech Łukowski

Potencjały społeczności lokalnych w marketingu lokalnym

SŁOWA KLUCZOWE

*marketing lokalny, zasoby społeczności lokalnych,
tożsamość lokalna*

Wprowadzenie: społeczności lokalne w poszukiwaniu tożsamości i wizerunku

Wśród lokalnych i regionalnych polityków upowszechnia się przekonanie, zgodnie z którym społeczność lokalna czy regionalna umiejscowiona w określonej przestrzeni geograficznej staje się, jeśli nie takim samym, to na pewno podobnym towarem jak usługa czy towar w ścisłym tego słowa znaczeniu. Pozytywne, negatywne czy ambiwalentne nastawienie wobec danego miejsca kształtuje się zarówno pod wpływem spontanicznych, mniej lub bardziej przypadkowych, ale również systematycznych „spotkań” z danym miejscem – spotkań bezpośrednich, gdy w nim mieszkamy czy w różnych celach (np. turystycznych) przybywamy oraz spotkań pośrednich, gdy dane miejsce „spotykamy” w mediach zarówno w formie reklamy, jak również jako przestrzeń zdarzeń, które przebieły się do mediów. Zdarzyć się również może, że w danym lub podobnym krajobrazie zlokalizowana może zostać akcja jakiegoś filmu czy powieści. Czasami to miejsce mogło być również areną ważnych, powszechnie znanych wydarzeń historycznych.

Warto przy tym zauważyć, że określona przestrzeń lokalna czy regionalna nie jest bynajmniej „jedyna”. Na przykład miejsc, oferujących dogodne warunki do inwestowania, czy miejsc uznawanych za piękne

krajobrazowo, jest bardzo wiele. Jeśli trudno byłoby jeszcze mówić o konkurencji między tymi miejscami, porównywalnej do konkurencji, dokonującej się na rynku usług i towarów, to jednak z całą pewnością występuje tutaj wyraźna rywalizacja. *U nas jest najpiękniej, najcudowniej, u nas są najdogodniejsze warunki do inwestowania* – taki komunikat chcą nam przekazać lokalni i regionalni politycy. Jest on jednak znacznie częściej kierowany na zewnątrz niż do wewnątrz społeczności lokalnej/regionalnej. Chodzi więc w o wiele większym stopniu o przyciąganie tych, co na stałe żyją na zewnątrz danego miejsca, niż wzmacnianie identyfikacji lokalnej/regionalnej i innych potencjałów u tych, którzy na stałe mieszkają w danym miejscu. Ten brak względnej równowagi, a często nawet wyraźna asymetria między komunikacją-marketingiem *na zewnątrz* i *do wewnątrz* jest znakiem czasu nie tylko zresztą w odniesieniu do zagadnienia, które omawiam w tym artykule, ale również w odniesieniu do marketingu gospodarczego. Właściciele, zarządy firm chcą uwieść przede wszystkim klientów, a zapominają o kształtowaniu *corporate identity*... no może za wyjątkiem zmuszaniem pracowników do obowiązkowego uśmiechu.

Można wymienić zapewne wiele przyczyn tej asymetrii, na jedną z nich chciałbym jednak zwrócić szczególną uwagę. Usługi i towary stają się stosunkowo nietrwałe, lojalność klienta coraz bardziej ograniczona i kapryśna. I tej sferze przejawia się duch epoki późnej/refleksyjnej nowoczesności. Sens tych przemian, które należy tu przywołać ująłbym w następujących punktach:

- Rosnąca pluralizacja światów życia (*Lebenswelt*) w nowoczesnych społeczeństwach także w znaczeniu nowej nieprzejrzystości nadanej temu pojęciu przez Jürgena Habermasa¹.
- Indywidualizacja sytuacji życiowych i wzorów biograficznych² zastąpienie dawnych podziałów i nierówności społecznych różnorodnością środowisk (*milieu*), (sub)kultur, stylów i sposobów życia³.
- Czas końca wielkich teorii i (meta)narracji⁴, w ich miejsce wkraczają narracje ograniczone lokalnie, czasowo i sytuacyjnie.

Te zmiany, które tu wymieniałem, poważnie ograniczają możliwość formułowania trwałych przekazów skierowanych do jednostek, zbiorowości, grup społecznych. Z jednej bowiem strony zmieniają się style życia, preferencje, wyobrażenia o dobrym życiu, z drugiej zaś dokonuje

¹ J. Habermas, *Die neue Unübersichtlichkeit*, Frankfurt 1985.

² U. Beck, *Spółczesność ryzyka*, Warszawa 2002.

³ S. Hradil (red.), *Zwischen Bewußtsein und Sein*, Opladen 1992.

⁴ J-F. Lyotard, *Kondycja ponowoczesna. Raport o stanie wiedzy*, Warszawa 1997.

się produkcja, a może wręcz nadprodukcja ofert narracyjnych i interpretacyjnych. Sytuacją komplikuje również to, że zmienia się nader szybko sens przypisywany określonym obiektom, w naszym przypadku obiektom wypełniającym fizycznie przestrzeń lokalną czy regionalną. I tak na przykład coś, co uchodziło za piękne i pożądane stać się może brzydkie i niegodne większej uwagi na przykład z takiego powodu, że pojawił się nowy kontekst, chociażby w postaci mody na jakieś nowe miejsce, przywiązywanie większej wagi do określonych zachowań (na przykład uprawiania nieznanego czy też nie tak modnego wcześniej rodzaju turystyki).

Można zasadnie mówić o swego rodzaju „migotliwości” kontekstów. Takiej ich zmienności, że trudno odnaleźć się w nich z koncepcją i strategią działania, która mogłaby zachować chociaż pozór racjonalności czyli przynosić w dłuższej perspektywie czasu skutki i efekty, które zostały wcześniej zaplanowane także w postaci przemyślanej sekwencji działań. Aktorzy (tutaj myślę przede wszystkim o lokalnych czy regionalnych politykach) podejmują grę, poszukując najbardziej atrakcyjnej formuły wizerunkowej dla miejsca, w którym sprawują władzę. Często (może zbyt często) sięgają po pomoc do zewnętrznych firm, nie uwzględniając przy tym rzetelnej i wszechstronnej analizy potencjałów danego miejsca. Istotnie można sobie przecież wyobrazić atrakcyjne hasło czy nawet całą kampanię marketingową bez wszechstronnej analizy potencjałów, jednak prawie na pewno nie wytworzy się na dłuższą metę pozytywne skojarzenie i „lojalność” zarówno mieszkańców jak i przybyszów (turystów czy inwestorów) wobec danego miejsca. Inaczej mówiąc, mimo czy wbrew okolicznościom wymienionym powyżej podejmuje się działania, które przynajmniej na poziomie intencji, mają zapewnić ukształtowanie się trwałego wizerunku, ale także rozpoznawalnej tożsamości specyficznej i różnej od tożsamości mieszkańców innych przestrzeni lokalnych czy regionalnych.

Nim przejdę do rozważań zawierających – jak mam nadzieję – inspirowane propozycje teoretyczne, proponuję krótką wyprawę na Mazury – do regionu, w którym, podobnie zresztą jak w innych regionach podejmuje się liczne działania wizerunkowe.

Dlaczego region nie może być po prostu właśnie *tym* regionem?

To pytanie nasuwa się wtedy, gdy natykamy się w mazurskich miejscowościach na próby stworzenia takiego wizerunku, który odpowiadałby duchowi czasu, a może prościej też takiego, który by się zwyczajnie

dobrze kojarzył. Nad wizerunkiem trdzą się nie tylko miasta mazurskie, które walcząc o miejsce na rynku, starają się nasycić swoje produkty czy usługi pozytywnym ładunkiem emocjonalnym, porcją skojarzeń, która na trwale pozostaje w umysłach i sercach turystów, bo na Mazurach nikt nie ma chyba wątpliwości, że region trzeba pozycjonować turystycznie.

Gdy przyglądam się temu, co dzieje się na Mazurach, można odnieść wrażenie, że Mazury nie chcą być Mazurami, chcą przyciągnąć gości, ale także wzbudzać dumę swoich mieszkańców przez skojarzenia z innymi atrakcyjnymi miejscami na ziemi. Było tak zresztą już w czasach minionych, przed II wojną światową. Wtedy Mikołajki były określane jako Wenecja Północy, a Giżycko miało być mazurską Bregencją (miasto w Austrii nad jeziorem Bodeńskim).

Te porównania okazały się bardzo ulotne, bo już dzisiaj nikt o nich nie pamięta. Nie przeszkadza to jednak wymyślaniu nowych skojarzeń. Interesujący jest na przykład wątek „francuski” i „włoski”. W latach 60. minionego wieku mówiło się, zwłaszcza o okolicach Giżycka, Rynu czy Mrągowa jako o mazurskiej Bretanii. Obecnie zaś słyszymy, że Mazury to już nie Bretania, ale raczej Toskania, bo taka właśnie toskańska jest tutaj łagodność krajobrazu.

Nie zawsze jednak musimy, będąc na Mazurach „emigrować” do Bretanii czy Toskanii. Czasami może odnaleźć się w zupełnie od nowa wymyślonej krainie. Tak jest na przykład w Gołdapi. Nie wystarczy już, że Gołdap leży na Mazurach Garbatych, Gołdap zgodnie z wymyśloną przez lokalne władze strategią jest Krainą Łowców Przygód. Interesujące, że wystarczy przejechać kilkanaście kilometrów na zachód, nie zmieniając ani krajobrazu, ani klimatu, aby znaleźć się w okolicach Węgorzewa, które są już miejscem *spokojnego wypoczynku rodzin*.

Gdy od Węgorzewa przesuniemy się na południe i trafimy do Giżycka, zostaniemy zachęceni do *rzucenia kotwicy*, wszak Giżycko aspiruje do bycia stolicą mazurskiego żeglarstwa. To i tak skromnie w porównaniu z tym, co proponowano tutaj w latach 60. XX wieku, gdy Giżycko było *Wodną i Letnią Stolicą Polski*.

Elk – mazurska metropolia, nie potrafi nawiązać do być może zbyt skromnego miana historycznej stolicy Mazur, natomiast szuka wsparcia u krzyżackich rycerzy, którzy na jednym z plakatów... wędkują nad miejscowym jeziorem. Na tym tle wyjątkiem jest Ostróda, która prezentuje się jako stolica Mazur Zachodnich. Ale gdy bliżej się przyjrzymy temu miastu, to nasza radość, że wreszcie jesteśmy na Mazurach nieco słabnie, bowiem jest ona również stolicą (mazurskiego?) *reggae* – rytmicznej, mającej kolorowe, etniczne korzenie muzyki. Co roku odbywa się w Ostró-

dzie największy festiwal *reggae* w Polsce. A hymn Ostródy utrzymany jest właśnie w tym stylu, wykonuje go w języku angielskim zespół złożony z czarnych wykonawców.

To wizerunkowe mazurskie zamieszanie bywa źródłem wielu żartów, ironii i autoironii, jednak osłabia chyba szanse Mazur na odróżnianie się od innych krain. Łatwiej bowiem zagubić się w tym gąszczu skojarzeń niż odnaleźć przewodnią nić czy też dobry turystyczny szlak.

Podobną „analizę” moglibyśmy przeprowadzić w innych regionach, chociaż zapewne właśnie regiony, stawiające na turystykę, a więc niejako z definicji zainteresowane wzbudzaniem zainteresowania na zewnątrz – jak się okazuje – stają się areną nieskoordynowanych działań podejmowanych na szczeblu lokalnym bez uwzględniania szerszego, regionalnego kontekstu.

Widoczna jest również następująca tendencja. Dobrze jest mianowicie tak określić charakter danego miejsca, aby można go było porównać z jakimś innym miejscem, które ma niekwestionowaną pozycję co najmniej na mapie Europy (Wenecja, Bregencja, Bretania czy Toskania) lub stworzyć takie przekonanie, że mamy do czynienia z miejscem wyjątkowym, niepowtarzalnym (Kraina Łowców Przygód). Poszukiwanie takiej (absolutnej) wyjątkowości zaprowadziło liderów samorządowych z Krainy Wielkich Jezior Mazurskich do startu w konkursie na *nowy, siódmy cud natury*, organizowany przez szwajcarską fundację *New7Wonders*. Warto podkreślić, że chodzi właśnie o *cud nowy*. Sposób zorganizowania konkursu pokazuje jednak, że w największym stopniu wybór zależy od mobilizacji lokalnych społeczności i oddawania głosów w internecie na dany region. Innymi słowy, miejsce zajęte w konkursie, zależy nie od przyjętych mniej lub bardziej zobiektywizowanych kryteriów, ale od mobilizacji ludzi, zamieszkujących dane miejsce czy z nim związanych. Głosowanie trwa w sumie trzy lata. Latem 2009 zakończył się pierwszy etap konkursu, w którym Mazury zakwalifikowały się do półfinału.

Przytaczam tutaj te fakty po to, aby pokazać jak różne formy może współcześnie przybierać kształtowanie wizerunku. Staje się ono przedmiotem swego rodzaju gry, ale również biznesu. Szum medialny, jaki tego lata wytworzył się wokół konkursu, traktowany jest na Mazurach jako udana promocja regionu. Wiele osób, w tym zwykłych obywateli, autentycznie zaangażowało się w ten konkurs. Przetoczyła się też przez media dyskusja, czy rzeczywiście można tak wysoko stawiać poprzeczkę, biorąc pod uwagę rzeczywisty stan środowiska na Mazurach? Swego rodzaju ubocznym skutkiem debaty stało się również podjęcie debaty

nad utworzeniem Mazurskiego Parku Narodowego. Nie można wykluczyć, że podjęta zostanie bardziej operacyjna próba zmian, dotyczących ochrony środowiska, które doprowadzą do wyraźnej poprawy jego stanu.

Przywołuję powyższe przykłady, aby wskazać na znaczenie zasobów/potencjałów społeczności lokalnej w kształtowanie wizerunku, a więc również w skutecznym prowadzeniu kampanii marketingowych. Widać również wyraźnie jak istotna jest koherencja między tymi działaniami a zasobami/potencjałami. Oznacza to, że co prawda można dość dowolnie obmyślać różne pomysły wizerunkowe, jednak później znacznie trudniej jest doprowadzić do ich społecznego zakorzenienia, ale też odwrotnie, dosyć swobodnie traktuje się potencjały jako punkt wyjścia do kształtowania wizerunku. Przykładem tego jest kampania *Mazury – cud natury*, czy wspomniana już znacznie skromniejsza i mniej znana kampania wokół hasła, o którym już wspominałem – *Gołdap – kraina łowców przygód*. Proponuję określić, co składa się na zasoby/potencjały społeczności lokalnej/regionalnej po to, aby odnieść to do działań o charakterze wizerunkowym i marketingowym.

Zasoby społeczności lokalnych i ich znaczenie dla marketingu lokalnego⁵

W ostatnich latach ukazało się kilka interesujących wystąpień, w których w różnych perspektywach zajmowano się zasobami społeczności lokalnych. Przykładowo wymienić można badania Piotra Gliškiego⁶ nad funkcjonowaniem społeczeństwa obywatelskiego, także ujmowanym w kontekście lokalnym, analizy zawarte w tomie pod redakcją Joanny Kurczewskiej *Oblicza lokalności. Różnorodność miejsc i czasu*⁷, a w szczególności autorstwa Hanny Bojar, Jacka Kurczewskiego, Barbary Lewenstein i Dariusza Wojakowskiego. Inspirujący jest również tom pod redakcją

⁵ Rozważania na temat społeczności lokalnych i ich zasobów/potencjałów można z powodzeniem odnieść także do wymiaru regionalnego czy ogólnokrajowego. Szczególnie ze względu na nieostrość podziałów między społecznościami lokalnymi a regionalnymi w polskich realiach, jak również znaczną społeczno-kulturową amorficzność większości polskich regionów – województw zasadne wydaje się posługiwanie pojęciem subregionu. Jednak dla uproszczenia wyводу pomijam tutaj ten wątek rozważań.

⁶ P. Gliški, *Style działań organizacji pozarządowych w Polsce. Grupy interesu czy pożytku publicznego?*, Warszawa 2006.

⁷ J. Kurczewska (red.), *Oblicza lokalności. Różnorodność miejsc i czasu*, Warszawa 2006.

Krystyny Szafraniec⁸ *Kapitał ludzki i zasoby społeczne wsi (Ludzie-społeczność lokalna-edukacja)*.

Podjęmowane analizy można ulokować w trzech nurtach, które trudno byłoby uznać za rozłączne, raczej chodzi tutaj o zróżnicowane rozłożenie akcentów:

- Podejście „obywatelskie”. Za główny zasób lokalny uznawana jest sieć społecznych powiązań, *dobry kapitał społeczny*, przejawiający się w nasyceniu lokalnej społeczności uogólnionym zaufaniem, zdolnością do partycypacji i samoorganizacji, tworzenia i pielęgnowania „małej ojczyzny”.
- Podejście „inwestycyjno-infrastrukturalne”. Za najważniejszy zasób, ale także wskaźnik lokalnego rozwoju, uznawany jest poziom inwestycji ze środków własnych i zewnętrznych: im więcej wydanych środków, szczególnie tych zewnętrznych, tym większy jest sukces danej społeczności.
- Podejście „symboliczne”. Tutaj za cel działań jednostek, grup, środowisk, władz uznawane są zasoby symboliczne. One w ostatecznej instancji rozstrzygają o atrakcyjności i spójności społeczności lokalnej. Zasoby symboliczne są trudno mierzalne, toczy się o nie rywalizacja na różnych polach. Lokalność zaś rozumiana terytorialnie, ale także wirtualnie⁹ jest ważnym, ale coraz trudniejszym nawet już tylko do analitycznego wyodrębnienia polem rywalizacji i kooperacji w pozytywnym, kreowaniu, wykorzystywaniu tych zasobów.

Z punktu widzenia refleksji, jaką podejmuję w tym artykule ważne są wszystkie trzy podejścia, jednak za szczególnie inspirujące uznaję podejście wskazujące na znaczenie zasobów symbolicznych. Inspirująca jest koncepcja węzła symbolicznego Dariusza Wojakowskiego¹⁰. Wojakowski, odwołując się do Clifforda Geertza¹¹ określa kulturę lokalną jako złożony system symboli. Trafne wydaje się też dostrzeżenie, że kultura lokalna nie jest pojedynczym systemem, jak system religijny, ideologiczny, czy system zdroworozsądkowej wiedzy potocznej. Stanowi pewien splot, węzeł symboliczny. W określeniu „węzeł” kryje się sugestia, że mamy do czynienia z czymś spletanym, złożonym, wielowymiarowym.

⁸ K. Szafraniec (red.), *Kapitał ludzki i zasoby społeczne wsi*, Warszawa 2006.

⁹ Zgadzam się z tezą, że w Internecie dostrzec można zarówno istnienie samoistnych społeczności, jak również to, że wiele terytorialnych społeczności lokalnych częściowo aktywna jest w również w Sieci, na przykład w postaci forów miast.

¹⁰ Wojakowski D., *Kultura lokalna, czyli węzeł symboliczny. Z doświadczeń badacza współczesnych społeczności pogranicza wschodniego Polski*, [w:] J. Kurczewska (red.) *Oblicza lokalności. Różnorodność miejsc i czasu*, Warszawa 2006.

¹¹ C. Geertz, *The Interpretation of Cultures*, Londyn 1993.

Wiele jest wątpliwości, co do trwałości zjawiska, jakim była/jest społeczność lokalna. Nawet jeśli społeczności lokalne nie zanikają, to ulegają radykalnej transformacji. Metaforyczne pojęcie węzła służy Wojakowskiemu do sformułowania tezy, że kultura lokalna jest węzłem symboli lokalnych, narodowych i globalnych. Zakładam, że tworzą one niepowtarzalną, co nie znaczy, że niepodobną do innych konstelację, „węzeł”, wypełniając symboliczną treścią daną społeczność lokalną. Prawdopodobnie też zmniejsza się samoistność lokalnych społeczności. Nie osłabia to znaczenia pytania, które formułuje Wojakowski, a mianowicie, czy istnieją specyficzne lokalne wzory kulturowe? Jednocześnie jednak rośnie wertykalna złożoność kultur. *W relacjach tych lokalna kultura, jako mało samoistny układ kulturowy, musi czerpać pewne treści, wzory z zewnątrz. Owym zewnętrznym odniesieniem kultury lokalnej jest właśnie region, naród i wzory kultury upowszechniane w dobie globalizacji* (Wojakowski 2006: 137).

Elementy różnorodnych sieci symboli zostają w lokalnej kulturze splecione w rodzaj węzła, który zostaje wzmocniony własnymi symbolami i specyficznymi znaczeniami symboli zewnętrznych. Badanie lokalnej kultury to podejmowanie próby uchwycenia, w jaki sposób ten węzeł tworzy całość. Ona sama jest natomiast też bardzo istotnym, kluczowym elementem kultury i jako taka musi być poddana badaniu. Taką interpretacją, czy też projektem była koncepcja „małych ojczyzn” odnoszona i formułowana przy uwzględnieniu specyfiki danych społeczności lokalnych. Jak pisze Wojakowski – dość łatwo jest uchwycić te projekty, gdy są proponowane przez organizacje społeczne czy władze lokalne. Gdy się jednak ograniczymy jedynie do tego, to nie wiemy jeszcze, jak te projekty funkcjonują w społecznej świadomości, jak się przejawiają w przekonaniach „zwykłych” obywateli. A właśnie te przekonania decydują o rzeczywistej symbolicznej treści danej społeczności.

Dlatego warto tu sięgnąć do koncepcji dwupoziomowości lokalnej społeczności. Badając lokalną kulturę czy tylko lokalne projekty trzeba docierać nie tylko do oficjalnie proponowanych wzorów, ale badać również ich społeczny odbiór. Istotne wydaje się również ustalenie, jakie wzory występują równolegle, komplementarnie, ale także konkurencyjnie. Zdaniem Wojakowskiego rozsąplanie każdego węzła symbolicznego wymaga cierpliwości. Efektem tej pracy może być wiedza, pozwalająca znaleźć odpowiedź na pytania o niekoniecznie lokalnym charakterze. Ta sugestia wydaje się szczególnie przydatna wtedy, gdy próbujemy określić zależności między zasobami, nie tylko symbolicznymi a wizerunkiem. Czasami za trudne należy uznać również możliwości „spotkania się”

inicjowanych odgórnie określonych rozwiązań z określonym klimatem kulturowym „na dole”.

Jak zauważa Barbara Lewenstein¹² zasoby społeczności lokalnej często utożsamiano jedynie z zasobami materialnymi i potencjałem ekonomicznym. Obecnie jednak zdecydowanie dominuje już podejście bardziej wszechstronne, uwzględniające również potencjały społeczne, kulturowe czy właśnie symboliczne. Zgadzam się opinią, że *zasoby lokalne są pojęciem, które współcześnie oznaczają z jednej strony aktualny stan (kondycję), w jakiej znajduje się społeczność lokalna, z drugiej zaś jej potencjał, który może być uruchamiany do rozwiązywania danego problemu w społeczności czy, szerzej, rozwoju lokalnego. Uważa się, że zasoby lokalne nie są statym elementem charakterystyki społeczności lokalnej, lecz zjawiskiem dynamicznym, statym procesem, który dokonuje się w każdej „działającej” społeczności lokalnej. Każde podjęte w niej działanie zmienia stan zasobów lokalnych; może je wzmacniać, ale może je też osłabiać w zależności od tego, jaki jest główny cel podjętego działania i ostateczne jego efekty. Wpływ na kształt zasobów mają także zmiany zachodzące wokół społeczności lokalnej np. zmiany migracyjne, zmiany ekonomiczne, geopolityczne, wejście do UE, czy przyjęcie ustaleń z Schengen.*

Zasoby lokalne można też określać przez różnorakie cechy społeczności lokalnej, jak identyfikacje lokalne, zaangażowanie w sprawy lokalne, umiejętności rozwiązywanie problemów, dostęp do środków technologicznych czy materialnych. Określane są także przez umiejętności czy talenty, istniejące w danej społeczności, sieci społeczne, poczucie wspólnoty, zaufanie, rozumienie historii¹³. Za podstawowy zasób lokalny uznawana jest również struktura i jakość relacji społecznych, które umożliwiają jak najszerszy udział obywateli w sprawach, dotyczących ich miejsca zamieszkania.

Wskazuje się również na znaczenie identyfikacji lokalnych, określających w istotny sposób możliwości danego układu, jeśli chodzi o rozwój społeczny. Nie jest już tak podkreślana rola wyższości identyfikacji, biorących z długoletniego zamieszkania, wspólnej tradycji czy sąsiedztwa. Może być to również rodzajem obciążenia, utrudniającym innowacyjność, otwartość, czy konkurencyjność danej społeczności lokalnej. Silne przy-

¹² B. Lewenstein, *Nowe paradygmaty rozwoju układów lokalnych – w stronę obywatelskich wizji społeczności lokalnych*, [w:] J. Kurczewska (red.), *Oblicza lokalności. Różnorodność miejsc i czasu*, Warszawa 2006, s. 225–226.

¹³ R.J. Chaskin, P. Brown, S. Viengkatesh, A. Vidal, *Building Community Capacity*, Nowy Jork 2001.

wiązanie oparte o nawykowe zakorzenienie wcale nie musi się przekładać na społeczność działającą (Lewenstein 2006).

W polskich realiach, zwłaszcza w niewielkich społecznościach lokalnych, jak twierdzi Lewenstein przeważają sieci, układy nieformalne wypełnione powiązaniem osobistymi, które służą jako kanały, umożliwiające osiąganie zbiorowych celów. Twierdzi też, że tego typu kontakty wydają się wręcz niezbędne na obecnym etapie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego i struktur pozarządowych w Polsce. Istotne jest jednak również posiadanie stosownych, wyspecjalizowanych umiejętności i dostępu do środków finansowych, które umożliwiają realizowanie określonych celów. Opieranie się wyłącznie na nieformalnych strukturach przyczyniać się może w dłuższym okresie czasu do zamykania się takich społeczności na zewnątrz, powstawanie wewnętrznych grup o charakterze klik, upowszechnianie się niedemokratycznych mechanizmów decyzyjnych. Zamykanie się takich społeczności także ogranicza dopływ nowych osób i przynoszonych przez nie umiejętności, co osłabia potencjał rozwojowy tych społeczności. Obecnie też uważa się, że zbyt „gęste” sieci, ograniczają potencjał rozwojowy danej społeczności, przyczyniając się raczej do utrwalania się danych układów, gdy sieci bardziej otwarte (bardziej rozrzedzone) zwiększają możliwości działania i mobilizowania środków. A społeczności „działające” odbudowują stale swoje zasoby lokalne przez interakcję, jakie zachodzą stale w społeczności, tam jednak, gdzie takie procesy nie zachodzą, zasoby muszą być wzmacniane lub budowane (...). W ten zasobotwórczy sposób oddziałują również jakiegokolwiek działania obywatelskie podejmowane przez społeczność lokalną pod warunkiem jednak, że nie tworzą one „brudnego” kapitału społecznego – czyli struktury ograniczającej komunikację społeczną do wybranych grup społecznych, klik, zamkniętych układów redystrybucji władzy, wreszcie produkującej ksenofobię i wykluczanie jako mechanizm, poprzez który społeczność wzmacnia swoje poczucie tożsamości¹⁴.

Posługiwanie się pojęciem zasobów (community capacity) pozwala też adekwatniej do wyzwań obecnego czasu określić, czym w istocie jest społeczność lokalna, gdzie przebiegają jej granice? Społeczność lokalna rozumiana jest tutaj jako system powiązanych ze sobą sąsiedztw, które wykorzystują posiadane zasoby lokalne, realizują szereg ważnych funkcji ekonomicznych (usługi), społecznych (tożsamość), politycznych (zarządzanie). Obszar społeczności wyznaczany jest poprzez sieć relacji międzyludzkich i stowarzyszeniowych,

¹⁴ B. Lewenstein, *Nowe paradygmaty rozwoju układów lokalnych – w stronę obywatelskich wizji społeczności lokalnych*, [w:] J. Kurczewska (red.), *Oblicza lokalności. Różnorodność miejsc i czasu*, Warszawa 2006, s. 235.

które zbudowane są wokół aktywności nastawionych wokół na zaspokajanie potrzeb lokalnych. Często nie pokrywają się one z granicami administracyjnymi danego układu lokalnego. Istnieje bowiem zasadnicza różnica między geograficznie określoną społecznością a siecią społecznych związków i aktywności z nimi związanych, które mogą tworzyć community capacity¹⁵.

Gdy mówimy o zasobach społeczności lokalnej, to powinniśmy uwzględniać zarówno cechy (właściwości) jednostek, jak również cechy społeczności lokalnej. Do cech jednostek możemy zaliczyć poziom i subiektywną wartość wykształcenia, status społeczno-zawodowy, poziom wiedzy fachowej, styl zaradności, etos pracy, ambicje i aspiracje, poczucie życiowych szans i możliwości (poczucie marginalizacji i zagrożenia), otwarta wizja przyszłości i pozytywne identyfikacje z ofertą życia, optymistyczny vs. pesymistyczny styl wyjaśniania własnych sukcesów i porażek¹⁶. Za atrybuty społeczności lokalnej natomiast należy uznać, świadomość i obecność tradycji w życiu zbiorowym, charakter więzi i poczucie solidarności grupowej, mechanizmy wyłaniania się i funkcjonowanie elit, zdolność podejmowania samodzielnej inicjatywy. Za ważny wskaźnik funkcjonowania społeczności lokalnej należy również uznać funkcjonowanie szkół: poziom i jakość infrastruktury szkolnej, podstawowe efekty pracy szkoły mierzone poziomem osiągnięć szkolnych, miejscem szkoły w relacji do potrzeb i ograniczeń lokalnego środowiska.

W refleksji nad społecznościami lokalnymi przyjmowana jest często zewnętrzna perspektywa aksjologiczna, opierająca się na założeniu, że istnieją dobre wzory społeczności lokalnej i zasobów lokalnych, które powinny być wnoszone do tych społeczności, jeśli chcą one się rozwijać. Ta perspektywa w ograniczonym, czy też niedostatecznym stopniu uwzględnia diagnozę stanu danej społeczności lokalnej, tego, jakimi rzeczywistymi zasobami ona dysponuje. Niezwykle istotną rolę przy tym odgrywają zarówno zasoby, które są uświadamiane, poddawane refleksyjnemu oglądowi, jak również te, do których sięga się w sposób nawykowy, często nieuświadamiany. Może się również zdarzyć, że na poziomie świadomym zaprojektowano wykorzystanie danego zasobu w określony sposób, jednak aktorzy lokalni wykorzystają go w sposób zmodyfikowany, albo zgoła odmienny lub co też się może zdarzyć, nie podejmą w ogóle próby kapitalizowania danego zasobu. Bardziej pogłębione badania terenowe

¹⁵ Tamże, s. 244.

¹⁶ Krystyna Szafaniec odnosi to do społeczności wiejskich, ale w pełni uprawnione wydaje się odnoszenie tego do środowisk miejskich, w tym z całą pewnością środowisk małomiasteczkowych, tamże.

uprawniają właśnie do przyjęcia takiej właśnie perspektywy w refleksji nad zasobami lokalnymi, co nie oznacza, że całkowicie eliminowane są zewnętrzne kryteria oceny tego, co się w tych społecznościach dzieje.

Dlaczego kluczowy, rozstrzygający niejako w ostatniej instancji o atrakcyjności/braku atrakcyjności jest status symboliczny danej społeczności lokalnej? Dlatego, że jest on wypadkową statusu ekonomicznego (poziom życia mieszkańców), społecznego (charakter więzi społecznych, integracja), kulturowego (poziom wykształcenie, wyobrażenia o życiu, cechy mentalne). W tym statusie mogą przeważać cechy określane jako pozytywne czy też negatywne. Możemy mieć też do czynienia ze statusem ambiwalentnym, gdzie cechy negatywne towarzyszą cechom pozytywnym. Zdarzyć się również może, że jakaś jedna, czy kilka cech negatywnych (stygmatyzujących) mogą przysłonić cechy pozytywne.

Status symboliczny określany jest w dwojaki sposób, przy czym mają one uzupełniający się charakter. W pierwszym wymiarze jest określany przez porównania z innymi społecznościami, grupami, środowiskami, także przez porównania ze stanem przeszłym (czy kiedyś było lepiej, czy gorzej). W drugim wymiarze zwraca się uwagę na wyjątkowość, specyfikę, niepowtarzalne cechy danego miejsca. W drugim wymiarze ten status kształtuje się poprzez tworzenie i pielęgnowanie symbolicznej specyfiki, odrębności i atrakcyjności.

Ten status jest określany intersubiektywnie. Wykorzystywane są zobiektywizowane wskaźniki jak np. średni dochód, dostępność komunikacyjna, poziom edukacji), ale także potoczne i zdroworozsądkowe porównania. Pierwszy i drugi wymiar oddziałują na siebie zwrotnie, wzmacniając lub osłabiając swoje znaczenie.

Symboliczne domknięcie jest stanem lokalnej społeczności. Polega on na wytworzeniu się poczucia odrębności, samowiedzy związanej z daną społecznością i istnieniu energii emocjonalnej na określonym poziomie¹⁷.

¹⁷ Warto przytoczyć inspirujący sposób postrzegania energii emocjonalnej przez Randalla Colinsa, *Interaction Ritual Chains*, Princeton i Oxford 2005. Mająca długotrwały charakter energia emocjonalna jest wynikiem interakcji, które przebiegają na zróżnicowanych poziomach od najwyższego, gdzie panuje entuzjazm, pewność siebie, aktywność, duma, wynikające z posiadania władzy lub statusu do najniższego, gdzie dominują takie stany jak depresja czy wstyd. I zaufanie można ulokować na jednym końcu kontinuum, gdzie manifestuje się po prostu dużą energią emocjonalną, gotowością do podejmowania inicjatywy w kierunku tworzenia określonych sytuacji społecznych. Natomiast brak zaufania zamyka kontinuum jako lęk przyzywany w pewnych sytuacjach. Brak zaufania/lęk jest przypisany do określonych strukturalnych konfiguracji, prowadzi do zamykania się granic grupowych.

Dlatego może być zarówno stanem pożądanym jak i niepożądanym, gdyż w pierwszym przypadku rozgrywa się na skali atrakcyjności, w drugim zaś na skali stygmatyzacji, poczucia izolacji czy marginalizacji.

Domykanie się społeczności lokalnej prowadzi do osiągnięcia przez nią spójności symbolicznej. Dokonywane porównania pozwalają ulokować daną społeczność w większej przestrzeni społecznej (np. regionalnej) lub/i w odniesieniu do innych przestrzeni. One jednak nie domykają jeszcze danej społeczności, określają jednak, czy żyje się lepiej/gorzej niż gdzie indziej, posiada się większe/mniejsze szanse życiowe. Domknięcie symboliczne powstaje natomiast w wyniku wytworzenia się specyfiki danej społeczności, naładowania jej skojarzeniami poznawczymi oraz określoną energią emocjonalną. Dokonuje się ono na poziomie refleksyjnych działań, także zabiegów o charakterze marketingowym, jednak znaczna część tych działań ma charakter nawykowy, ujawnia się w rutynowych działaniach dnia codziennego. Służy jednak osiągnięciu, utrzymywaniu czy też zmianie statusu symbolicznego.

Ponieważ w lokalnej przestrzeni społecznej działa wielu aktorów, tworzą różne, często wyraźnie odrębne środowiska, to istotne wydaje się poszukiwanie pytania, czy kreowany, „oficjalny” status symboliczny danej społeczności lokalnej, koresponduje z symbolicznymi statusami poszczególnych środowisk, tworzących tę społeczność? Czy w poszczególnych środowiskach wykorzystywane są podobne, czy takie same wzory tworzenia tych statusów, czy też sięga się po wzory odmienne? Jakie wzory przeważają, dominują?

Postawienie tych pytań ma kluczowe znaczenie w świetle przeglądu stanowisk dotyczących zasobów społeczności lokalnej oraz próby ustalenia, jakie znaczenie mają posiadać zasoby lokalne w kształtowaniu wizerunku społeczności lokalnej. Nim dojdę do konkluzji warto jeszcze przyrzeć się bliżej jednemu z zasobów społeczności lokalnej, a mianowicie tożsamości (identyfikacjom).

Tożsamość lokalna i jej znacznie dla koncepcji wizerunkowych

Tożsamość stanowi jedną z centralnych kategorii nauk społecznych, humanistycznych oraz psychologii. Podzielam pogląd, że zainteresowanie tożsamością rośnie wraz z rosnącymi trudnościami w utrzymywaniu czy uzyskiwaniu przez jednostki, grupy czy zbiorowości poczucia zakorzenienia oraz jest konsekwencją osłabienia reguł, które kierowały

postrzeganiem Innego, jak również autopercepcją jednostki¹⁸. Można za Zbigniewem Bokszańskim powiedzieć, że „proces powstawania nowych, niekiedy kluczowych pojęć w socjologii to zracjonalizowane odzwierciedlenie podstawowego procesu zmiany społecznej”¹⁹.

U podstaw myślenia o tożsamości leży przekonanie, że jest ona czymś wyjątkowym, jej posiadanie daje poczucie stabilności, harmonii, stanowi źródło poczucia bezpieczeństwa i szczęśliwości czy sensu życia. Można by rzec, że im więcej w życiu społecznym jest zmienności, czego przejawem jest na przykład mobilność terytorialna, ale także zmienność i niedookreśloność reguł instytucjonalnych, tym dobrem bardziej deficytowym, rzadkim i pożądanym staje się właśnie tożsamość.

Za takim podejściem kryje się jednak również taka przesłanka, że tożsamość jest czymś „z natury” dobrym, pożądanym, idealnym. Zawiera bowiem w sobie odpowiedź na pytanie, kim jestem i jest to odpowiedź pozytywna, oczekiwana i nagradzana. Tymczasem, gdy zaczniemy przyglądać się chociażby własnemu życiowemu doświadczeniu, to raczej trudno jest dostrzec, aby opierało się ono jedynie na takiej wyidealizowanej, a więc też w taki czy inny sposób zafałszowanej podstawie tożsamościowej. Jak wiadomo, idealizacja jest jedynym z kluczowych, psychicznych mechanizmów obronnych. I właśnie sąsiedztwo, najbliższe otoczenie, rodzinny krajobraz są obiektami wyjątkowo dobrze nadającymi się do podejmowania zabiegów idealizacyjnych. Jednostka podejmująca taki wysiłek nie jest w tym „osamotniona”, może bez większego trudu odwołać się do zabiegów podejmowanych przez inne osoby, do różnorodnych opowieści, symboli, zdarzeń i opinii, współtworzących mit małej ojczyzny. W polskich realiach, szczególnie na Ziemiach Północnych i Zachodnich, a więc tych terenach, na których podjęto po 1945 roku wysiłek integracji tych „ziem z macierzą” możliwości fundowania lokalnej tożsamości, zwłaszcza w atmosferze początków lat 90. wydawały się wręcz nieograniczone, a w tym możliwości nawiązywania do historycznego dziedzictwa regionów i światów lokalnych. Dobrze to było widać przykładowo na Warmii i Mazurach, gdzie podejmowano często niezależnie od siebie liczne, i w swej istocie jednak podobne do siebie próby fundowania lokalnej (regionalnej) tożsamości.

Nasza życiowa trajektoria ulega co najmniej kilka razy istotnym zwrotom, niektóre z nich projektujemy czy przewidujemy ich nadejście, inne przychodzą niespodziewanie, ograniczając a w niektórych przy-

¹⁸ Z. Bokszański, *Tożsamości zbiorowe*, Warszawa 2005.

¹⁹ Tamże, s. 13.

padkach wręcz podważając możliwości realizowania dotychczasowych planów życiowych. Zwłaszcza w dobie późnej nowoczesności²⁰, te zwroty, kamienie milowe zaczynają zdarzać się coraz częściej, i w coraz większym stopniu uniezależniają się od kulturowych scenariuszy, przypisanych ról społecznych, a w coraz większym stopniu zależą od naszej refleksyjności, negocjowania własnego statusu, czasami też mód i trendów.

Gdy próbujemy opanować często (nadmierną) zmienność naszych tożsamościowych trajektorii, to być może czasami sięgamy „po ostatnią deskę ratunku” jaką ma być tożsamość lokalna, utożsamianie się z miejscem, niezmienna „mała ojczyzna”, będąca niewyczerpanym zasobnikiem dobrych emocji i odwołań, które możemy przywoływać w trudnych życiowych chwilach.

Warto przywołać w kontekście zmian przełomu lat 80. 90. XX wieku liczne próby nadawania „lokalnego” charakteru pojęciu ojczyzny właśnie wtedy, gdy zanika konieczność i przymus sięgania do jedynej słusznej doktryny. Znaczną użyteczność miało przy tym wielokrotnie cytowane rozróżnienie Stanisława Ossowskiego na ojczyznę ideologiczną i ojczyznę prywatną. Pomagało ono w tworzeniu *małych ojczyzn*, które było autentycznym ruchem społecznym, ale również swoistą ideologią transformacyjną skierowaną do społeczności lokalnych. Podkreślano, że wraz z wprowadzeniem samorządu lokalnego w 1990 roku stworzone zostały wręcz idealne warunki do rozwijania i pielęgnowania małych ojczyzn właśnie. Tak jakby transformacja nie oznaczała brutalnej niekiedy gry interesów, bolesnego rozpadu struktur, w miejsce których nie pojawiały się bynajmniej upragnione małe ojczyzny.

W końcu XX wieku mamy już do czynienia z zanikiem idealizacyjnej nośności pojęcia małej ojczyzny. Jej miejsce niemal całkowicie „zajmuje” profesjonalne, zadaniowe zarządzanie sprawami lokalnych społeczności. Profesjonalizacja przy tym, całkowicie niesłusznie utożsamiana jest głównie z pozyskiwaniem zewnętrznych środków i wypełnianiem przestrzeni lokalnych infrastrukturą – basenami, boiskami, amifteatrami, pasażami, portami. To wszystko dzieje się za sprawą lokalnych władz wójtów/burmistrzów/prezydentów, którzy jak na warunki demokratyczne uzyskują władzę bliską absolutnej.

Na margines refleksyjnego pola wypierane są natomiast tematy związane ze społeczną, a więc również tożsamościowo-kulturową konstrukcją społeczności lokalnych. W niewielkim stopniu w debacie lokalnej (jeśli w ogóle ma ona miejsce) obecne są takie tematy, jak przemiany demo-

²⁰ A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość*, Warszawa 2002.

graficzne, a w tym procesy migracyjne i starzenie się populacji, relacje między lokalnymi decydentami a przestrzenią aktywności społecznej – lokalnego społeczeństwa obywatelskiego etc.

Obserwacja tych procesów uzasadnia sformułowanie hipotezy o pogłębiającej się przepaści między wyposażaniem infrastrukturalnym przestrzeni lokalnych a poczuciem przynależności, identyfikacji czy po prostu przywiązaniem do miejsca zamieszkania. Za Chaskinem²¹ warto przypomnieć, że na zasoby/potencjały społeczności lokalnej składają się poczucie identyfikacji, zdolność do rozwiązywania problemów, zaangażowanie oraz bezpieczeństwo, które wzajemnie na siebie oddziałują. A wyposażenie infrastrukturalne stanowi jedynie fizyczne ramy dla kształtowania się względnie erozji czy utraty tychże zasobów.

Na przykład sprawny system miejskiego monitoringu zapewniany przez nowoczesne kamery obejmuje być może istotną, ale również niewielką część tego, co składa się na poczucie bezpieczeństwa. Poczucie bezpieczeństwa ma swoje źródło również w rozwijanych i pielęgnowanych więziach społecznych, w istnieniu przejrzystych reguł rekrutacji na lokalnym rynku pracy czy z przewagi więzi horyzontalnych nad wertykalnymi, także w relacjach między lokalną władzą a społecznością.

Tak więc oddziaływanie na siebie tychże potencjałów może mieć charakter pozytywnych, ale również negatywnych sprzężeń zwrotnych. Na przykład spadające poczucie bezpieczeństwa będzie negatywnie oddziaływało na pozostałe trzy zasoby/potencjały. I odwrotnie wzrost wolumenu i jakości któregoś z zasobów/potencjałów będzie zwrotnie pozytywnie oddziaływał na wzrost wolumenów i jakości pozostałych zasobów i potencjałów.

Warto również uwzględnić konsekwencje procesów indywidualizacyjnych, których ważnym następstwem staje się wysuwanie się na pierwszy plan w ocenie jakości życia, nie tylko w przestrzeniach lokalnych oceny indywidualnych szans życiowych. W ocenie tej istotną rolę nadal odgrywają takie wskaźniki jak: oczekiwana średnia długość życia, produkt brutto na głowę mieszkańca etc. Jednocześnie jednak ta ocena wyraźnie przesuwają się w stronę ocen opartych na bardziej subiektywnych wskaźnikach oraz możliwości realizacji własnego stylu życia, a nie podążania po trajektorii życiowej wyznaczanej przez kulturowe scenariusze, ściśle związane z pochodzeniem społecznym. Liczy się przy tym zarówno ilość szans

²¹ R.J. Chaskin, P. Brown, S. Vienkatesh, A. Vidal, *Building Community Capacity*, Nowy Jork 2001.

życiowych, ich różnorodność oraz jakość²². Przestrzeń lokalna jest ważną, jeśli nie najważniejszą przestrzenią, w której te szanse się posiada lub nie.

Ich posiadanie sprzyja niewątpliwie zakorzenieniu, identyfikacji a ich brak przekształca się w znaczący potencjał migracyjny. Warto przy tym zaznaczyć, że błędne byłoby również takie podejście, w którym zakorzenienie vs. potencjał migracyjny traktujemy jako coś, co się wzajemnie wyklucza, swego rodzaju idealnym rozwiązaniem byłaby natomiast taka sytuacja, w której zakorzenienie, identyfikacja lokalna, skłonność do pozostawania w miejscu zamieszkania tworzą z migracją coś na kształt kontinuum. Zapobiegałoby to tworzeniu się takiej ryzykownej identyfikacyjnej konstrukcji, w której miejsce pochodzenia stanowi negatywny punkt odniesienia i nawet wtedy, gdy na migracji się nam nie powiodło, czy też nie powodzi najlepiej, nasze powroty wykorzystywane są głównie do racjonalizacji migracyjnych decyzji.

Należy dostrzegać, że może występować również ambiwalentna ocena szans życiowych, a tym samym identyfikacje lokalne o ambiwalentnej treści. Z jednej strony można czerpać z lokalnej identyfikacji poczucie bezpieczeństwa, dumy, satysfakcji z realizowanych aspiracji życiowych, z drugiej zaś inne aspekty lokalnego życia mogą być powodem frustracji, niespełnienia, wstydu czy wręcz strachu, a nawet lęku.

Chciałem w powyższych rozważaniach wskazać na konieczność postrzegania problematyki tożsamości lokalnej w szerszym kontekście i nie sprowadzanie jej wyłącznie do w istocie tylko jednego jej aspektu, a mianowicie identyfikacji lokalnych i to tych, które może by określać jako „pozytywne”. Zjawisko jest znacznie bardziej złożone, a jego diagnozowanie ma kluczowe znaczenie dla rozwoju społecznego.

Podkreślam to jeszcze raz: tożsamość czy identyfikacje należy traktować jako zasób (potencjał) społeczności lokalnej. Jeszcze raz przypomnijmy tezę Chaskina, zgodnie z którą jest to zasób na równi istotny z takimi zasobami jak zaangażowanie, zdolność do rozwiązywania problemów i bezpieczeństwo. Gdy zastosujemy taką właśnie perspektywę pozwoli to nam skuteczniej omijać „pułapkę idealizacyjną”, w której lokalność będzie przede wszystkim odwzorowaniem naszych tęsknot, a więc również wtedy, gdy będzie chcieli odwołać się do niej w trudnych chwilach, których przecież w naszym życiu nie brakuje, trafimy raczej na rozczarowanie, bowiem tak właśnie działa owa „pułapka idealizacyjna”. Przypisujemy wtedy obiektom fizycznym, a w tym przestrzeni lokalnej nie takie cechy, jakie ona posiada, ale cechy, które posiada ona w naszym

²² Ch. Landry, *The Creative City. A toolkit for Urban Innovators*, Londyn 2008.

wyobrażeniu o niej. Paradoksalnie, im więcej mieliśmy dokłiwych czy nawet traumatycznych doświadczeń, tym ta skłonność do idealizacji może być większa. A przestrzeń lokalna wybitnie się do tego nadaje, bowiem na nią możemy przenieść nasze oczekiwania, wyobrażenia bez obawiania się, że otrzymamy taką czy inną negatywną informację zwrotną. Przecież przestrzeń „nie mówi”, natomiast my możemy z nią „rozmawiać”, przenosić na nią różne nasze oczekiwania czy marzenia.

Ważne jest dostrzeżenie, że te cztery zasoby (potencjały) kształtują się w trzech wymiarach: w relacjach między jednostkami, w kooperacji, mającej charakter sieci społecznych czy również na poziomie organizacyjnym.

Przez analogię ze stanami emocjonalnymi, który mamy wobec różnych obiektów (samych siebie, bliskich osób, wytworów kultury czy sztuki) możemy również mówić o stanach emocjonalnych wobec takiego obiektu, jakim jest społeczność lokalna wraz z terytorium, które zamieszkuje. I tak możemy powiedzieć, że stany te mają charakter pozytywny, negatywny i ambiwalentny.

Narzędzia o charakterze sondażowym „wychwytuja” z przestrzeni lokalnej raczej pozytywne niż negatywne identyfikacje. Na pierwszy rzut oka widać, że mieszkamy w Polsce w bardzo różnych miejscach, różniących się często wyraźnie pod względem jakości życia, atrakcyjności, związanych z tym miejscem szans życiowych. Niejako wbrew temu, a może zupełnie niezależnie od tego deklarujemy w badaniach sondażowych wyjątkowy poziom identyfikacji z miejscem zamieszkania.

W badaniach przeprowadzonych przeze mnie w 2007 roku w Gołdapi²³ – czternastotysięcznym, peryferyjnie położonym mieście na północno-wschodnim pograniczu Polski wynika, że zadowolenie z życia w tej miejscowości deklarują niemal wszyscy mieszkańcy (89%)²⁴. W znanym badaniu ogólnopolskim *Diagnoza społeczna*²⁵ wskaźnik ten wynosił 86,5%.

Przypominam, że mamy tutaj do czynienia z deklaracjami, jednak zdziwienie może budzić fakt, że zadowolenie z życia w „trudnej” miejscowości

²³ Nieuprawnione byłoby uogólnianie wyników uzyskanych w jednej miejscowości na sytuację istniejącą w innych miejscowościach czy na konstrukt nazywany społeczeństwem polskim. Przywoływanie tutaj wyników tych badań ma – moim zdaniem – taki sens, że pozwala uchwycić pewne, zakładam, że bardziej uniwersalne mechanizmy określające tworzenie się i istnienie tożsamości lokalnej.

²⁴ W. Łukowski, *Społeczność mikroregionu Gołdap w świetle badania sondażowego*, [w:] W. Łukowski, H. Bojar, B. Jałowiecki (red.), *Społeczność na granicy. Zasoby mikroregionu Gołdap i mechanizmy ich wykorzystywania*, Warszawa 2009, s. 53–85.

²⁵ J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2007: warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa 2007.

dotkniętej różnymi plagami transformacyjnymi jest nawet wyższe niż wśród ogółu Polaków. Nie dysponujemy raczej żadnym sensownym sposobem weryfikacji tych deklaracji, z drugiej jednak strony musimy się po prostu pogodzić z tym, że takie one właśnie są. Jak można interpretować tak wysoki wskaźnik zadowolenia z życia w miejscu, które pod względem wielu zobiektywizowanych wskaźników niekorzystnie odbiega od średniej krajowej?

Przypuszczam, że za odpowiedziami na to pytanie kryć się może rodzaj „lokalnej poprawności”. Trudności codziennego życia identyfikowane są raczej z konkretnymi osobami, funkcjonowaniem rynku pracy a nie z uogólnionym postrzeganiem przestrzeni lokalnej. Małą ojczyznę wypada po prostu mieć. W niej zaspokajane są potrzeby wypoczynku, kontaktów społecznych. To właśnie lokalna przestrzeń zapewniać może poczucie bezpieczeństwa i ładu, posiadania trwałych punktów identyfikacyjnych, zostaje więc niejako uwolniona od wad, które można przypisać innym sferom życia.

Zaryzykowałbym następującą tezę: identyfikacje lokalne zależą w znacznym stopniu od poziomu satysfakcji zaznawanej w innych sferach życia. Nie mają zatem jakiegoś niezmiennego charakteru, tym samym należy przypuszczać, że wszelkie próby nadawania im takiego znaczenia mają idealizacyjny/dezidealizacyjny charakter. Widać też wyraźnie, że oddziaływanie na zapewnienie szans życiowych w takich sferach życia jak edukacja czy położenie materialne może przyczynić się do wyraźniejszych pozytywnych identyfikacji lokalnych.

W „idealistycznej” wersji tożsamości terytorialnych przyjmują one wręcz postać koncentrycznych kół. Centralnym, najbardziej wewnętrznym kołem jest tożsamość lokalna, następny jej wymiar to tożsamość regionalna, narodowa, europejska a nawet ogólnoswiatowa. Trudno byłoby jednak odnaleźć w badaniach empirycznych potwierdzenia tego wyobrażenia. Prawdopodobnie bowiem w tak zmiennym świecie, przy takiej ruchliwości przestrzennej nikt, czy już prawie nikt nie funkcjonuje w takim „lokalnocentrycznym” świecie.

Za istotne jednak należy uznać rozpoznawanie zależności między właśnie lokalnym a regionalnym wymiarem tożsamości. I tutaj napotykamy – w polskich realiach – na istotne problemy i wyzwania. Wiążą się one z diagnozą, którą odnajdujemy między innymi w badaniach Bohdana Jałowieckiego i Marka Szczepańskiego²⁶, zgodnie z którą *tożsamość regio-*

²⁶ B. Jałowiecki, M.S. Szczepański (na podstawie prac zespołu), *Tożsamość regionalna*, [w:] G. Gorzelak, B. Jałowiecki, M. Stec (red.), *Reforma terytorialnej organizacji kraju: dwa lata doświadczeń*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2007, s. 192.

nalna Polaków jest słaba i rozmyta, a ich identyfikacja ma charakter werbalny. Istotnie wiele wskazuje na to, że małą (lokalną) czy regionalną ojczyznę po prostu wypada mieć, więc w badaniach o charakterze sondażowych, zwłaszcza, gdy pytania mają charakter zamknięty otrzymuje się sporo wskazań, które mogłyby sugerować istnienie ukształtowanej tożsamości lokalnej (np. *jestem suwalszczaninem, olsztynianinem*) czy regionalnej (*jestem Warmiakiem, Mazurem, Podlasianinem*).

Refleksja nad przemianami określanymi jako globalizacja zawiera w sobie również próbę odpowiedzi na pytanie, co to oznacza dla tożsamości, a tym samym jej przestrzennych, a więc również lokalnych odniesień. Powszechnie podzielane jest przekonanie, że w nowych, zglobalizowanych warunkach nastąpiło bardzo wyraźne zmniejszenie roli czynników terytorialnych w odniesieniu do życia ludzkiego. Uniwersalne symbole, wzory i sposoby konsumpcji zaczynają działać niezależnie od lokalnego podłoża kulturowego. Coraz częściej możliwa jest rozłączność między doświadczeniem społecznych sytuacji a miejscem, w którym one się realizują²⁷.

Procesy globalizacyjne prowadzą do standaryzacji światów życia, co przejawia się w uniformizacji możliwości działania, konsumpcji, udziału w kulturze. Osłabieniu ulegają tradycyjne więzi. Życiowe możliwości jednostki zależą od rynku pracy, na którym możliwe są już tylko zestandaryzowane i zinstytucjonalizowane sytuacje życiowe. Oznacza to również, że osłabiają się przestrzenne odniesienia tożsamości (lokalne, regionalne). Konstruowanie tożsamości przestrzennej staje się przede wszystkim indywidualnym zadaniem i w coraz mniejszym stopniu można się odwołać do sprawdzonych wcześniej norm i ofert identyfikacyjnych, takich jak rasa, klasa, stan społeczny, grupa pierwotna, religia etc. Z jednej więc strony nadal istnieje wielka potrzeba zakorzenienia, identyfikacji i tożsamości, z drugiej zaś coraz większy jest deficyt możliwości identyfikacyjnych. Skutkiem tego ma być kryzys tożsamości jednostki. W przestrzeni bez właściwości jednostka odczuwa wyobcowanie, nieprzejrzystość, kryzys sensu, utratę ojczyzny i... tęsknotę za ojczyzną²⁸. Prowadzić to może do renesansu lokalności, regionalizmu, swego rodzaju „ojczyźnianego boomu”. Wzrost znaczenia więzi lokalnych i regionalnych zaczyna być postrzegany jako kompensacyjna odpowiedź na negatywne konsekwencje mobilności przestrzennej. Jednak ta mobilność łączy pokonywanie

²⁷ B. Misztal, *Teoria socjologiczna a praktyka społeczna*, Kraków 2000.

²⁸ P. Weichart, *Raumbezogene Identität. Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation*, Stuttgart 1990.

dużych dystansów, stwarza także możliwość powrotów. Będąc mobilnym nie traci się ojczyzny. Wojciech J. Burszta²⁹ twierdzi wręcz, że świadomość zakorzenienia w konkretnym, własnym świecie – który jednak najczęściej nie został wybrany przez daną jednostkę – powoduje pragnienie konfrontacji z odmiennością. W ludziach tkwi potrzeba, zaspokojana przynajmniej w wyobraźni, szukania swego miejsca w inności. Bernhard Waldenfels³⁰ zwraca również uwagę na policentryczność związków z przestrzenią, co może stanowić raczej argument za procesami identyfikacji z przestrzenią niż przeciw nim. Emocjonalne związanie z daną przestrzenią miałyby wtedy nie tylko wymiar wertykalny (od narodowego do lokalnego), ale również horyzontalny (zorientowany na spluralizowane formy społeczne).

Posiadanie tożsamości przestrzennej stwarza możliwości kreowania wizerunku danej przestrzeni. Przestrzeń lokalna i regionalna ma wartość rynkową, zatem i tożsamość zaczyna mieć taką wartość. Kształtowanie wizerunku zaczyna być traktowane jako istotny czynnik rozwoju. Może mu zatem towarzyszyć inscenizowanie tożsamości. Istotny przy tym jest cel, czyli nadawanie danej przestrzeni indywidualnego charakteru, odróżniającego ją od innych przestrzeni lokalnych czy regionalnych.

Tworzenie wizerunków przestrzeni lokalnych i regionalnych winno uwzględniać endogeniczne potencjały rozwojowe o subiektywnym charakterze (tożsamość lokalna i regionalna). Tworzenie pozytywnego wizerunku staje się przedmiotem zabiegów podejmowanych przez lokalne i regionalne elity polityczne i kulturowe. Nie zawsze (a raczej bardzo rzadko) są to działania skoordynowane i wpisane w plan przemyślanej strategii. Paweł Starosta³¹ pisał, że na początku lat 90. dominował zadaniowy system mobilizacji społecznej i trudno jest znaleźć w Polsce przykłady przemyślanej strategii na poziomie lokalnym. Od tamtego czasu niewiele się zmieniło. Zmieniła się natomiast radykalnie ilość środków, którymi dysponują lokalne samorządy na realizację nieprzemysłanych i nieskoordynowanych pomysłów. Zwiększyła się zatem skala i liczba możliwych do popełnienia błędów.

Niekiedy te działania mają charakter akcyjny, podejmowanych w sposób dość przypadkowy, wpływających jednak z potrzebą dania wyrazu swej tożsamości. Jednostki i grupy mogą w takich warunkach identyfiko-

²⁹ J.W. Burszta, *Nostalgia i mit albo o mechanizmie powrotu*, [w:] J.W. Burszta, *Czytanie kultury, Pięć szkiców*, Łódź 1996.

³⁰ B. Waldenfels, *Heimat in der Fremde*, [w:] *Heimat. Analysen, Themen, Perspektiven*, Bonn 1990, s. 109–120.

³¹ P. Starosta, *Poza metropolią. Wiejskie i małomiasteczkowe zbiorowości lokalne a wzory porządku makrospołecznego*, Łódź 1995.

wać się z daną przestrzenią, uwzględniając nie tyle stabilne, kulturowo ugruntowane punkty orientacyjne, ile przede wszystkim jej rynkowy, a więc podlegający koniunkturalnym wahaniom wizerunek. Identyfikacje lokalne będą więc zależały również od koniunktury. W praktyce oznaczać to może np. przywiązanie do określonego krajobrazu, gdyż właśnie ten krajobraz miałby w określonych warunkach znaczną wartość rynkową, przyciągając rzesze turystów i potencjalnych nabywców nieruchomości (fragmentów tego krajobrazu). Relatywny spadek jego wartości, uwarunkowany zanieczyszczeniem środowiska naturalnego, zmianą preferencji wypoczynkowych, będzie oznaczał także spadek wartości przestrzeni lokalnej w subiektywnym odczuciu jego „posiadaczy”.

Warto zwrócić również uwagę na znaczenie uzyskiwania wpływu i poczucia panowania nad przestrzenią społeczną, które w codziennym życiu może sprowadzać się do uzyskiwania poczucia satysfakcji z zamieszkiwania w danym miejscu i urzeczywistniania w nim swoich aspiracji. Z tego punktu widzenia warto przyglądać się ożywieniu, jakie przyniósł początek lat 90. XX wieku. Wprowadzony został wówczas w przestrzeń społeczną tak duży potencjał możliwości, że ludzie ze swoimi kapitałami kulturowymi i społecznymi mieli znakomite możliwości do ich inwestowania.

Jednak ta „gra”, również, a może przede wszystkim w społecznościach lokalnych okazała się o wiele trudniejsza niż się spodziewano. Często, może zbyt często kończyła się porażkami. Wiadomo, że nie wszyscy mogli wygrać, ale przegrywających (przeegranych) było zbyt wielu.

W takich warunkach oddolna instytucjonalizacja – polegająca zdaniem Anny Giza-Poleszczuk, Mirosława Marody i Andrzeja Rycharda³² na tworzeniu oddolnych kryteriów racjonalności i podejmowaniu zgodnych z nim działań, które są reakcją na nieskuteczność i niedpasowanie kulturowe instytucjonalizacji na poziomie systemu – sprowadzać się może do swoistego „opuszczania” lokalnych przestrzeni (z braku kulturowego i społecznego wyposażenia również bez fizycznej zmiany lokalizacji). Mogą dla wielu osób, a może nawet całych społeczności zostać utracone szanse na wytworzenie się tożsamościowej lokalnej i regionalnej odrębności, czerpania sensu podejmowanych działań właśnie z tego, że rozgrywają się one nie w jakiejś amorficznej przestrzeni, ale w rozpoznawalnym wymiarze lokalnym i regionalnym.

³² A. Giza-Poleszczuk, M. Marody, A. Rychard *Strategie i system. Polacy w obliczu zmiany systemowej*, Warszawa 2000.

Paradoksalnie, a może wcale nie paradoksalnie wejście Polski do Unii Europejskiej może osłabiać jeszcze możliwości tworzenia spójnych tożsamości lokalnych czy regionalnych, stanowiących ważny zasób danej społeczności i będących ważnym składnikiem podmiotowości społecznej i politycznej.

Konsekwencje dla lokalnej polityki

W polskim dyskursie publicznym dość chyba bezrefleksyjnie, aby nie powiedzieć nawykowo powtarzana jest teza, że samorządy lokalne w Polsce są wielkim, jeśli nie największym osiągnięciem polskiej transformacji. Tego typu sformułowania, które być może warto wygłaszać na okolicznościowych spotkaniach zamazują jednak rzeczywisty obraz lokalnej samorządności, a w tym również działań, które można by określić jako lokalna polityka rozumiana zarówno jako sposób osiągania zróżnicowanych celów, jak również jako rywalizacja i kooperacja między aktorami ulokowanymi w lokalnej przestrzeni społecznej – przy czym nie chodzi tutaj wyłącznie o aktorów ulokowanych bezpośrednio w strukturach władzy samorządowej.

Dość trudno byłoby odnaleźć w Polsce przykłady wskazujące na to, że kształtowanie wizerunku jest przedmiotem tej gry. Raczej traktuje się to jako „zadanie zlecone”. Dopiero jego wykonanie wywołuje różne kontrowersje i staje się przedmiotem krytyki lokalnej opozycji. Bywa jednak i tak, że nie jest traktowane jako kwestia polityczna, być może w znacznym stopniu dlatego, że wizerunku się nie kształtuje tylko właśnie się „zleca jego wykonanie”, tak jak zleca się wykonanie chodnika czy basenu. Sadzę, że nawet wspomniany wcześniej udział w konkursie *New7Wonders* ma taki właśnie charakter.

Warto przypomnieć, że reforma samorządowa, dała nie tylko elitom lokalnym poczucie siły sprawczej i znacznej autonomii w działaniu. Znaczna część wyzwolonej po 1990 roku energii indywidualnej i społecznej mogła zostać skierowana właśnie na działania, zmierzające do świadomego kształtowania wizerunku, ale także refleksyjnych działań skierowanych na pielęgnowanie i rozwijanie lokalnych tożsamości.

W wielu miejscowościach reprezentowany przede wszystkim przez lokalną elitę samorządową sposób myślenia, ale także realizowany sposób działania wpisywał się w to, co nazywam domykaniem symbolicznym społeczności lokalnej. Podejmowano próby atrakcyjnego i jednocześnie unikatowego ulokowania w przestrzeni lokalnej, regionalnej, europejskiej.

Odwołując się do komunitariańskiego sposobu rozumienia rzeczywistości można by wyrazić to również w następujący sposób. Należy przyglądać się temu, w jaki sposób toczą się lokalne opowieści i jaki kształt przybierają lokalne praktyki? W jakim stopniu zachowują one swoją autonomię wobec innych pól czy fragmentów przestrzeni społecznej? Ten artykuł stanowi przyczynek do rozpoznania tych zjawisk w Polsce lokalnej na początku XXI stulecia.

STRESZCZENIE

Marketing lokalny staje się coraz bardziej powszechnie stosowanym narzędziem polityki w Polsce. Analiza podejmowanych w tym zakresie prób skłania jednak do wniosku, że z jednej strony są one wynikiem lokalnych ambicji nie powiązanych jednak z rozpoznawaniem własnych zasobów, z drugiej zaś lokalne pomysły marketingowe nie tworzą spójnej całości, w wymiarze subregionalnym czy regionalnym. Trudno również dostrzec powiązanie strategii marketingowych z wykorzystaniem zasobów tożsamościowych, ale również z ich kształtowaniem.

Wojciech Łukowski

LOCAL MARKETING – THE CAPABILITIES OF LOCAL COMMUNITIES

The author investigates the interdependence between the political marketing at local level applied by politicians in order to construct a positive image of the local community and the region, and the identity of its inhabitants. He posits that the success of such actions depends not so much on the inventiveness of the marketing and the attractiveness of the proposed slogans, but rather on the ability to relate the marketing line with the identity of the inhabitants. Not only the positive identification of the inhabitants with their region should be built on, but also the problems which they perceive as particularly important and which need to be solved. Only in this case and providing it is applied over a longer period of time, can local marketing succeed. The author moreover underlines the significance of incorporating the wider context to their undertaken actions, especially the changes related to globalisation processes.