

Jaki jest sens regionalizmu w Białowieży?

Paweł Winiarski

„Sens regionalizmu” to tytuł eseju, który Czesław Miłosz opublikował w czerwcu 1932 roku w wileńskim periodyku grupy Żagary pt. „Piony” (obszerne fragmenty tego tekstu znajdują Państwo w dodatku „Rok z Czesławem Miłoszem”). Autor poddaje w nim krytyce podejście do regionalizmu „w mieście, którego życie umysłowe i artystyczne wypełnione jest «tutejszymi» sprawami”. Miłosz atakuje regionalizm za jego powierzchowność, banalizowanie problemów, czynienie z ludzkiej biedy egzotyki przy jednoczesnym całkowitym pominięciu głębokich wartości i wielkich tradycji Wilna. O swoim mieście pisze, że „nie odczuwa potrzeby kontaktu z rzeczywistością. Żyje pośrednio, czerpiąc wszystko z książek, z prasy.” Nie znaczy to przecież, że Miłosz jest przeciwny otwarciu na zewnętrzną rzeczywistość. Odwołując się do idei Prowincji, na której oparłem swój styczniowy artykuł, można powiedzieć, że Miłosz pragnie, by Wilno, miasto zepchnięte na peryferie, powróciło do głównego nurtu przemian kulturowych i cywilizacyjnych, ponieważ „tylko eksploracja i opanowanie rzeczywistości mogą dać wartość kulturze środowisk”.

Problem, który Miłosz stawia wobec Wilna jest, równie ważny dla nas w Białowieży. Nasza gmina żyje z turystyki dzięki walorom regionu. Istnieje wiele indywidualnych strategii opartych na lokalnych zasobach - drewniane żubry, miód, żubrówka, przewodnictwo i tym podobne. Nie chcę się do nich ustosunkowywać. Każdy wybiera taką strategię, jaka jest dla niego korzystna, atrakcyjna i dostępna. To co jest najważniejsze dla naszej przyszłości, dotyczy strategii rozwoju gminy, planu zagospodarowania przestrzeni, budzącego wielki niepokój pytania „co z Puszcza?” - jednym słowem stosunku do dziedzictwa wobec wyzwań kulturowo- cywilizacyjnych dzisiejszego świata.

Konflikty, których tyle toczy się w Białowieży, czy to dotyczących rozszerzenia granic parku narodowego, czy urbanistyki i architektury, czy rozwoju turystyki i atrakcji takich jak zalew na Narewce, czy też imprez w rodzaju Peretocze i Polowanie Jagiełły, mają w moim przekonaniu dwie wspólne osie. Pierwsza z nich dotyczy stosunku do dziedzictwa regionu. Tu dzielimy się na tych, którzy traktują je bardziej jako narzędzie do osiągnięcia doraźnych celów i tych, którzy traktują jej jako wartość samą w sobie - bezwzględna. Druga oś dotyczy stosunku do zachodzących zmian i tu dzielimy się na tych, którzy są na nie otwarci lub do nich dążą i tych, którzy są im niechętni lub obawiają się ich. Od razu zaznaczę, że osie te przebiegają w poprzek zdefiniowanych w białowieskich sporach grup takich jak: „nawałocz”, „miejscowi”, „leśnicy”, „ekolodzy”, „parkowcy” itd. Z moich obserwacji i rozmów wynika, że grupy te są bardzo niejednorodne. To co nas wszystkich łączy to, jak sądzę, chęć uczestniczenia w tym, co oferuje współczesny świat. I tu zaczynają się rozbieżności, ponieważ oferta jest tak rozległa, że każdy może chcieć zupełnie czego innego, w zupełnie inny sposób do tego dążyć i inaczej wykorzystywać zasoby, którymi lokalnie dysponujemy. Rolą samorządu jest godzić sprzeczności i podejmować decyzje, które będą najlepsze w długiej perspektywie czasowej.

Kwestia roli

Podstawowe jest pytanie jaką rolę ma pełnić Białowieża. Czy ma być egzotycznym miejscem na kresach? Już w samym określeniu „kresy” pobrzmiewa kolonializm, to jest stosunek, który opiera się na eksploatacji wartości prowincji w zamian za odpady z metropolii. Czy ma być Prowincją przez duże „P”? Miejscem, które uczestniczy w głównym nurcie przemian kulturowych i cywilizacyjnych i w oparciu o własne dziedzictwo współtworzy kulturę - emanuje ją na zewnątrz? Odpowiedzi na te pytania powinny być rozstrzygającym narzędziem w trakcie podejmowania strategicznych decyzji dotyczących przyszłości gminy.

Osobiście uważam, o czym pisałem już w poprzednich numerach Głosu, że Białowieża ma potencjał do bycia centrum kulturotwórczym przynajmniej na poziomie regionalnym. Tak zakreślony horyzont ma tylko jedną barierę - pieniądze. Potencjał

Białowieży jest jednak w moim odczuciu na tyle duży, że mogłaby ona pełnić ważną rolę na skalę szerszą niż regionalna - osiągnięcie tego celu oprócz pieniędzy wymaga śmiałości w podejmowaniu wyzwań, współpracy i konsekwencji w działaniu.

Kwestia symboli kulturowych

W Białowieży najbardziej dowartościowana i eksponowana jest tradycja carska. Pewna starsza pani opowiadała mi zeszłego lata jak car, podczas wizyty w Białowieży, głaskał ją po głowie i dawał cukierki. Czy to możliwe? Zależy jak na to spojrzeć. Z punktu widzenia czasu, który upłynął od ostatniej wizyty carskiej, zdarzenie takie jest nieprawdopodobne. Jednak z punktu widzenia głębokiego uwewnętrznienia zbiorowej pamięci przez jednostkę, odczucie takie jest jak najbardziej możliwe. W pamięci zbiorowej figura cara jest żywa, w przeciwieństwie do królów Rzeczypospolitej. W indywidualnych strategiach odwołanie do „cara” jest więc oczywiste lub przynajmniej zrozumiałe. Inaczej jednak rzecz się ma na poziomie gminy. Białowieża powstała jako dwór Wielkich Książąt i królów Rzeczypospolitej - Rzeczy Wspólnej - niezwykle w owych czasach republiki, która przez przynajmniej dwieście lat była bezprecedensowym przykładem demokratycznego godzenia odmienności. Tradycja jagiellońska jest niezwykle ważna w Europie, która politycznie i gospodarczo się jednoczy, ale w której powracają napięcia narodowe i etnicznie, a demokracja pogrążona jest w kryzysie. To do jagiellońskiej tradycji I Rzeczypospolitej nasza gmina powinna się odwołać planując przyszłość, a nie do „cara”, który chociaż nadaje się na regionalny produkt turystyczny, to niesie w sobie symboliczny przekaz jedynowładztwa i szubienic. Warto pamiętać, że symbole, za pomocą których definiujemy nasze życie, kształtują je.

Kwestia rozwoju turystyki

Białowieża nie odwołuje się wprost do tak czy inaczej definiowanego regionalizmu, czyni to jednak pośrednio opierając swój byt ekonomiczny na turystyce. Przyszłość, jaką sektor ten otwiera naszej społeczności, zależy od naszych decyzji dotyczących pozycji jaką na rynku ma zająć nasza gmina. Jednym z elementów wprowadzania produktu na rynek jest pozycjonowanie. W procesie tym określa się do jakiego typu odbiorcy produkt jest adresowany: czy jest tani czy drogi, popularny czy ekskluzywny itd. A więc stoi przed nami pytanie jak zamierzamy pozycjonować ofertę gminy jako całościowo skomponowanego produktu. Do kogo naszą ofertę adresujemy? Z kim konkurujemy? Jakie są konsekwencje takiego a nie innego wyboru?

Zazwyczaj w rozmowach o rozwoju turystyki w naszej gminie słychać postulaty tworzenia warunków do pobytowej turystyki wypoczynkowej - kąpielisko, aqua park, itp. Co oznaczałby taki wybór? Niedawno słyszałem w radiu, że w ostatnich latach do Egiptu na wakacje wyjeżdżało co roku pół miliona Polaków - a więc Białowieża jako kurort musiałaby konkurować z miejscowościami takimi jak te na wybrzeżu Morza Czerwonego. Oznacza to, że jesteśmy z miejsca skazani na grę w III lidze i żadne atrakcje, w które potencjalnie wyposażymy Białowieżę, faktu tego nie zmieniają. Widziałem taki trzecioligowy kurort - Krępną w Beskidzie Niskim. Kiedy pierwszy raz odwiedziłem Krępną zobaczyłem wieś otwierającą drogę do najpiękniejszych dolin Beskidu. Kiedy byłem tam ostatni raz, las wokół Krępnej pełen był domków wypoczynkowych, nad wsią unosił się grilowy smog, zewsząd dochodziły pijackie śpiewy, a po drodze wałęsały się bez celu grupy niezbyt sympatycznych ludzi. Pobytowa turystyka wypoczynkowa jest jedną z najbardziej wyniszczających form tej branży. Dodatkowo istnienie w III lidze skazuje Białowieżę na oferowanie tanich usług - ludzie dysponujący pieniędzmi wybiorą Egipt. No dobrze, ale przecież każdy wie, że Białowieża ma jedne z najwyższych w kraju cen kwater. Tak, ale dlatego, że swój produkt turystyczny opiera (pytanie na ile świadomie?) na najwyższej klasy walorach naturalnych i kulturowych i pod względem propozycji, jakie można na nich oprzeć może ubiegać się o grę w I lidze. Tyle tylko, że w takim razie powinniśmy rozwijać nie turystykę wypoczynkową, a turystykę opartą na najwyższej jakości usługach

edukacyjnych oraz najwyższej jakości ofercie kulturowej. Białowieża ma mocne podwaliny pod rozwój takiej strategii.

Do tej pory skupiałem się na płaszczyźnie instrumentalnej - tj. doraźnych korzyści. Teraz chciałbym spojrzeć szerzej. Po pierwsze: każda inwestycja w ofertę kulturową i edukacyjną skierowaną do turystów jest automatycznie inwestycją w nas i przede wszystkim w nasze dzieci.

Po drugie: aby móc zinstrumentalizować wartości, jakimi dysponuje Białowieża w najwyższej klasy produkt turystyczny, który służyć będzie naszej społeczności, a nie zdewastuje ją, musimy całkowicie bezinteresownie wydobyć, dowartościować i zaakceptować dziedzictwo naturalne i kulturowe Białowieży.

Po trzecie: aby ten nowy stosunek do swojego miejsca przekazać światu musimy jako społeczność włączyć się w główny nurt kultury. Upowszechnić narzędzia współczesnej cywilizacji, takie jak szerokopasmowy Internet, który powinien być dostępny w każdym domu, a jego mieszkańcy powinni mieć możliwość zdobycia kompetencji do wartościowego korzystania z sieci (bez względu na wiek). Brać udział w procesach współtworzenia kultury -mieć stały dostęp do dobrych książek, spektakli teatralnych, koncertów, filmów a także możliwość aktywnego zdobywania wiedzy, rozwijania talentów i pasji (przede wszystkim przez dzieci) oraz dawania im twórczego wyrazu.

Regionalizm, jako jedna ze strategii rozwoju gminy, będzie miał dla naszej społeczności sens tylko wówczas, gdy polegać będzie na dialogu wartości lokalnych i globalnych.

Tekst ukazał się w Głosie Białowieży, nr 19/02 2011.