

Barbara Pabian, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

## Folklorizm i mistyfikacja w kulturowej działalności gospodarstw agroturystycznych – nieformalny sposób przekazywania wiedzy o kulturze ludowej

**Słowa kluczowe:** kultura ludowa, edukacyjna agroturystyka, folklorizm, mistyfikacja, konsumpcja turystyczna

### Streszczenie

Agroturystyka stanowi obecnie interesującą alternatywę dla innych sposobów zagospodarowania czasu wolnego. Niesie za sobą określone wartości społeczno-gospodarcze, takie jak: rozwój gospodarstw rolnych, aktywizację rynku pracy, modernizację infrastruktury, dodatkowe dochody dla rodzin rolniczych. Właściciele gospodarstw, chcąc wyróżnić się na zatłoczonym rynku turystycznym, starają się zapewnić swoim gościom nie tylko wysoki standard zakwaterowania, ale poszerzają też własną ofertę usługową o dodatkowe atrakcje, także te o proweniencji kulturowej. Organizują różne konkursy, warsztaty, pokazy dawnych prac gospodarskich i ginących zawodów, uprawiają amatorskie zbieractwo rzeczy ludowych, urządzają w starych chałupach muzealne ekspozycje rustykalnych przedmiotów, przygotowują regionalne potrawy i in. Badania prowadzone przez autorkę wykazały, iż tego typu inicjatywy są przykładem trafnego pomysłu na prowadzenie działalności gospodarczej, gdyż odwołanie do kultury ludowej, stanowiącej bezcenny zbiór wartości dziedzictwa, pozwala na pozytywne wyróżnienie obiektu na tle innych, konkurencyjnych firm. Rzecz jednak w tym, iż niektóre z nich pozostają w sprzeczności z wartościami i wzorami kultury ludowej, prowadząc do eklektyzmu i zafałszowań w sferze tradycji i kultury regionalnej. Mają charakter kulturowo obcy, choć podejmowane są pod hasłem edukacji kulturowej. Przykładem jest eklektyzm stylizowanych na ludowo wnętrz niektórych regionalnych restauracji, nieprofesjonalne zbieractwo rzeczy ludowych, pseudoludowe stroje, pisanki na strusich jajach, pokazowe hodowle, w których obok typowych zwierząt gospodarskich oglądać można strusie, kangury, lamy, alpaki czy wielbłądy, niezbyt przystające do deklarowanego ludowo-regionalnego profilu gospodarstwa. Takie i podobne działania nie są już nawet przejawem, skądinąd ambiwalentnie ocenianego w nauce, folkloryzmu, lecz noszą znamiona mistyfikacji. Kreuje się bowiem rzeczywistość, która nie do końca zgodna jest z tradycją. Zatraca się w ten sposób subtelna granica między pragnieniem zachowania i promocji regionalnego dziedzictwa, a tym, co wynika z pobudek wyłącznie komercyjnych. Tego typu dysfunkcjom należy zapobiegać, np. poprzez organizowanie szkoleń dla chętnych właścicieli gospodarstw czy stwarzanie możliwości konsultowania się z ekspertami, tj. etnografami, folklorystami, muzealnikami, którzy mają wiedzę i dobre rozeznanie w szczegółach regionalnej kultury. Jest to ważne, ponieważ edukacyjna agroturystyka cieszy się dziś popularnością nie tylko wśród dorosłych, ale również wśród dzieci i młodzieży. Pojawiła się nawet nowa tendencja łączenia uroczystości obrzędowości rodzinnej z wyjazdami o charakterze rekreacyjno-poznawczym do wybranego gospodarstwa agroturystycznego.

## Wstęp

W artykule autorka podjęła próbę analizy miejsca i znaczenia dziedzictwa kultury ludowej we współczesnej agroturystyce, która podobnie, jak inne rodzaje turystyki, nie stanowi formy spetryfikowanej, lecz zmienia się w czasie i ewoluuje. Właściciele agrogospodarstw, chcąc wyróżnić się na zatłoczonym rynku turystycznym, starają się zapewnić odwiedzającym nie tylko wyższy standard usług, ale podejmują również zadania o charakterze edukacji kulturowej. Odwołując się do własnej wiedzy, często z poziomu myślenia potocznego, organizują konkursy, warsztaty, pokazy dawnych prac gospodarskich i ginących zawodów, uprawiają amatorskie zbieractwo rzeczy ludowych, urządzają w starych chałupach muzealne ekspozycje rustykalnych przedmiotów, przygotowują regionalne potrawy i in. Badania, prowadzone przez autorkę wykazały, iż tego typu inicjatywy są przykładem trafnego pomysłu na prowadzenie działalności gospodarczej, gdyż odwołanie do kultury ludowej, stanowiącej bezcenny zbiór wartości dziedzictwa, pozwala na pozytywne wyróżnienie obiektu na tle innych, konkurencyjnych firm. Rzecz jednak w tym, iż niektóre z nich pozostają w sprzeczności z wartościami tradycyjnej kultury i mają charakter kulturowo obcy.

W wyniku studiów literaturowych przedstawiono w artykule krótko rozwój agroturystyki. W warstwie poznawczej zwrócono uwagę na przejawy folkloryzmu, autentyzmu inscenizowanego i mistyfikacji we współczesnej edukacyjno-kulturowej działalności agroturystycznej, egzemplifikując to na przykładzie gospodarstw usytuowanych na Szlaku Edukacyjnych Zagród Agroturystycznych (województwo śląskie). Podstawą badań i źródłem opracowania były obserwacje bezpośrednie oraz nagrywane na dyktafonie wywiady swobodne, przeprowadzone z właścicielami gospodarstw na wspomnianym wyżej szlaku.

## Agroturystyka – ciągłość i zmiana

Po drugiej wojnie światowej rozwinęła się w Polsce idea tzw. wczasów pod gruszą, które odbywały się we wsiach letniskowych, a więc w środowisku odmiennym od miejskiego i z dala od tłocznych kurortów. Pobyt na wsi przyjmował wówczas formę biwakowania albo związany był z udziałem turystów w pracach gospodarskich w zamian za nocleg i wyżywienie. Ta forma wypoczynku wiązała się z dofinansowaniem pracowniczym bez potrzeby rozliczania kosztów. Nie cieszyła się jednak dużą popularnością, gdyż wyjazd na wieś nie przynosił splendoru, szczególnie wobec utrwalonego w społeczeństwie negatywnego obrazu kultury chłopskiej<sup>1</sup>. Paradoks polegał na tym, że z jednej strony państwo socjalistyczne stało się „mecenasem ideologizowanej tradycji ludowej” [Smolińska 1995, s. 138], z drugiej, wieś w odbiorze społecznym jawiła się jako ostoja cywilizacyjnych zapóźnień. Na gruncie oficjalnym podejmowano szereg zinstytucjonalizowanych działań zmierzających do ochrony i podtrzymania kultury ludowej, uznawanej za fundament rodzimości. Powołano do życia organizacje takie, jak: Stowarzyszenie Twórców Ludowych (1968) oraz Związek Spółdzielni Rękodzieła Ludowego „Cepelia” (1949), który skupiał regionalne spółdzielnie oraz sklepy, rozsiane po całym kraju. Do 1984 r. utworzono trzydzieści dziewięć parków etnograficznych, uznawanych za placówki dydaktyczno-wychowawcze i organizowane na podstawach naukowych. Zajmowały się one gromadzeniem i udostępnianiem do zwiedzania zabytkowych obiektów architektury i budownictwa, narzędzi i innych elementów związanych z materialną i symboliczną kulturą ludową [Gawlik 2005, s. 258]. W sferze dociekań naukowych „nowe funkcje folkloru i kultury ludowej określono

<sup>1</sup> W latach 70. i 80. XX w. zewnętrzną oznaką prestiżu i dostatku stały się wyjazdy do kurortów w krajach byłego bloku wschodniego, zwłaszcza do Bułgarii i na Węgry.

zjawiskiem folklorizmu” [Bukowska-Floreńska 1995, s. 107]. Niejako na przekór tym staraniom w obiegu ustnym funkcjonowały pejoratywnie wartościujące określenia „wieśniaka”, „wiochy”, „skansenu” oraz „folkloru politycznego”, wyrażające pogardę dla nosicieli tradycji chłopskich. „Obroną przed kpina – pisze T. Czekalski – było przyjmowanie, często bezkrytyczne, wzorców miejskich. Zarówno strój, jak i sposób mówienia zatracaly regionalną odrębność” [Czekalski 2005, s. 347].

Wraz z przemianami polityczno-ustrojowymi lat 90. XX w. nastąpił rozwój branży agroturystycznej. Przyjęła się także koncepcja turystyki alternatywnej i aktywnej, uprawianej na terenach wiejskich. Transformacja ustrojowa zlikwidowała monopol państwowy i umożliwiła podejmowanie pozarolniczej działalności gospodarczej przez rolników indywidualnych. Wielu z nich skorzystało z dotacji finansowych, uzyskanych w ramach środków przedakcesyjnych i później – z unijnych. Dla zainteresowanych przeprowadzono akcje instruktażowe i szkolenia.

Pod względem terminologicznym agroturystykę uznano za formę turystyki wiejskiej, która będąc pojęciem szerszym, oznacza „formę rekreacji odbywającej się na obszarach prawdziwej wsi i obejmującej wielorakie rodzaje aktywności rekreacyjnych związanych z przyrodą, wędrownkami oraz turystyką zdrowotną, krajoznawczą, kulturową i etniczną, która bezpośrednio wykorzystuje zasoby i walory wsi” [Jędrysiak 2008, s. 13]. W relacji do turystyki wiejskiej agroturystykę wyróżnia ściśle powiązanie „z funkcjonującym gospodarstwem rolnym” [Gaworecki 2000, s. 85], a także sposób zakwaterowania turystów, w pokojach, udostępnianych przez gospodarzy lub na terenach należących do gospodarstwa, np. w pojazdach kempingowych lub na polach namiotowych [Medlik 1995, s. 110]. W świetle tych ustaleń agroturystyka stanowi więc „formę wypoczynku odbywającego się na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, opartą o bazę noclegową i aktywności rekreacyjne związane z gospodarstwem rolnym lub równoważnym i jego otoczeniem przyrodniczym, produkcyjnym i usługowym” [Drzewiecki 2009, s. 13].

Rozwój agroturystyki końca ubiegłego wieku zbiegł się w czasie ze zmianą społecznej tendencji negowania kultury ludowej na jej idealizowanie<sup>2</sup>. W społeczeństwie polskim zaznaczyła się potrzeba odwołania do kultury ludowej, rozumianej jako trwałe zbiory wartości moralnych, jasno określonych ideałów, życia w zgodzie z naturą oraz etosu pracy. Wytworzyła się swoista moda na ludowość, uzewnętrzniająca się w pełni poprzez obecność w przestrzeni miast produktów i wzorów czerpiących z ludowej tradycji. Zaczęto wznosić stylizowane na ludowo obiekty gastronomiczne (karczmy, szalasy, zajazdy), modne stały się również przyrządzane na wesela tzw. swojskie (chłopskie) bufety z tradycyjnymi produktami (smalec, domowej roboty wędliny, ogórki kiszzone z koprem, spirytus-samogon itp.), powstały liczne punkty sprzedaży wyrobów i produktów regionalnych. Inspiracja ideą życia na wsi, utożsamianego z miejscem gospodarskiego trudu, ale i owocobrania, znalazła też odzwierciedlenie w różnych formach *designu*. W promocji różnorodnych produktów zaczęto wykorzystywać motywy ludowe, np. jedna ze znanych polskich firm cukierniczych umieściła w celach marketingowych wzory łowickich wycinanek na opakowaniach swoich słodczy [Pabian 2010, s. 307]. Pojawiły się sklepy internetowe, oferujące przedmioty codziennego użytku, rzeczy i gadzety opatrzone wzorami łowickimi, góralskimi, zalipiańskimi czy kaszubskimi, m.in: bawełniane koszule, pantofle, torebki, parasole, meble, biżuterię, ceramikę, pościel, obrusy, dekoracyjne poduszki i in. [<http://kokofolk.pl/ceramika-ludowa-i-folk,40.html>, 5.03.2014].

Obecnie właściciele gospodarstw rolnych, niejako wychodząc naprzeciw powszechnemu zainteresowaniu kulturą ludową i temu, co na poziomie potocznym jest z nią

<sup>2</sup> Aż 71,9% respondentów deklaruje pozytywne skojarzenia z kulturą ludową, 56,4% ma skojarzenia miłe, a 15,5% – raczej miłe. Negatywne nastawienie wyraża tylko 1,8% (raczej niemiłe – 1,6% i niemiłe – 0,2%). Ponad ¼ badanych przyznaje się do obojętnego stosunku wobec kultury ludowej [zob. szerzej: Bukraba-Rylska, Majewski, Łapińska-Tysza, Perepeczko, Wieruszewska 2004, s. 164-165].

kojarzone, wykazują się kreatywnością i pomysłowością przy tworzeniu własnej oferty wypoczynku w gospodarstwie. Poza ciszą, świeżym powietrzem i kontaktem z naturą liczy się dziś bowiem komfort wypoczynku, na który składają się m.in.: cechy, styl i forma architektoniczna budynku mieszkalnego, standard zakwaterowania, posiadanie inwentarza (zwierząt gospodarskich), możliwość udziału w pracach polowych oraz dobre wyżywienie [Drzewiecki 2009, s. 20-21].

Równie ważna jest atrakcyjność fakultatywnej oferty usługowej, urozmaicającej pobyt w gospodarstwie. Pod szyldem agroturystyki przystosowuje się więc zaniedbane pałace i obiekty dworskie do pełnienia funkcji noclegowych, podnosi standard wyposażenia pokoi, proponuje przejażdżki bryczką po okolicy, a w zimie – kuligi, także różne wycieczki krajoznawcze, np. w celu obserwacji ptaków w lesie. Właściciele gospodarstw organizują, podobnie, jak to się dzieje w parkach etnograficznych, pokazy dawnych prac gospodarskich i ginących zawodów (kowlstwo, koronkarstwo, plecionkarstwo i in.), udostępniają sprzęt pływający lub rowerowy, gotują domowe posiłki, często na bazie produktów żywnościowych, uznawanych za regionalne, urządzają kameralne sale z kominkiem i drink barem, w których można odpocząć lub zagrać w gry sportowe, dbają o otoczenie obiektu, wyznaczają place zabaw dla dzieci, przygotowują specjalne miejsca na ognisko i grill. Niektórzy dodatkowo otwierają stylizowane karczmy, zapraszają na występy ludowe kapele, zespoły śpiewacze, a nawet aranżują koncerty i artystyczne spotkania z medialnymi osobami<sup>3</sup>. Jeszcze inni prowadzą letnie i zimowe obozy, także „zielone szkoły”, wypełniając czas pobytu u nich różnymi atrakcjami dla dzieci i młodzieży (ryc. 1 i 2).

#### Ryc. 1. Warsztaty teatralne podczas ferii zimowych, agrogospodarstwo Biskupice



Źródło: fot. Barbara Pabian, luty 2007 r.

<sup>3</sup> Przykładowo, w prężnie rozwijającym się gospodarstwie „Stajnia Biały Borek” w Biskupicach koło Częstochowy, w ramach organizowanych tam obozów letnich i zimowych dla młodzieży, zapewnia się uczestnikom jazdę konną, alternatywnie udział w warsztatach teatralnych, żeglarskich, naukę języka angielskiego, także wycieczki po Wyżynie Krakowsko-Częstochowskiej. W tamtejszej gospodzie, czynnej w soboty i w niedziele, serwuje się potrawy o oryginalnie brzmiących nazwach, takich jak: placek z pieca, kluski z łacha, kluski żelazne, bomby z mięsem i skwarkami, szare kluski z zeberkami, żur polski z prażuchami, zupa chlebowa, parzybroda, dzyndzołki z hreczką i skrzeczkami, pieczone wieprzowe. Można też nabywać bilety na gościnne występy uznanych polskich artystów. Wystąpili już m.in. Andrzej Sikorowski, Grzegorz Turnau, Michał Bajor, Magda Umer, Krystyna Prońko, Robert Janowski, Kuba Sienkiewicz i wielu innych sławnych wykonawców [<http://www.stajnia.civ.pl/>, 05.01.2014].

**Ryc. 2. Nauka jazdy konnej dla młodzieży, Biskupice**

*Źródło: fot. Barbara Pabian, luty 2007 r.*

Wobec tych różnorodnych inicjatyw i podejmowanych przez rolników działań należy zgodzić się z opinią badaczy, iż obecnie produkt oferowany w agroturystyce należy do interesujących i zarazem specyficznych, wypełnia bowiem „bogată ofertę spędzenia czasu wolnego w swoistej atmosferze i w zdrowym środowisku” [Gaworecki 2000, s. 87].

### Szlak Edukacyjnych Zagród Agroturystycznych

Szlaki kulturowe na stałe wrosły w polski krajobraz i stają się modnym produktem turystycznym. Jak skonstatował Łukasz Gawęł, „można zaryzykować stwierdzenie, że szlaki kulturowe powstają w Polsce masowo, ponieważ z ich istnieniem nie wiążą się żadne restrykcje mogące stać się utrapieniem zarówno dla władz samorządowych, jak i mieszkańców” [Gawęł 2011, s. 54]. Także w okolicach Częstochowy (powiat myszkowski) w 2006 r., z inicjatywy Urzędu Miasta i Gminy Żarki, w ramach Referatu Przedsięwzięć Publicznych i Promocji Gminy, przy wsparciu Klubu PTTK „M 2” w Myszkowie oraz PTTK w Częstochowie uruchomiono Szlak Edukacyjnych Zagród Agroturystycznych. Objęto nim sąsiadujące ze sobą następujące gospodarstwa: Zagrodę plastyczno-kulinarną „Maciejówka” i „Kozią Zagrodę” w sołectwie Ostrów oraz Zagrodę „U Strusia” i gospodarstwo ze stadniną koni „Pod Skałką” w Przybynowie. Wytyczono też trasę rowerową o długości 29 km z Poraja przez Choroń, Zaborze, Suliszowice, Jarosów, Przybynów, Ostrów do miejscowości Masłońskie – Natalin, oznaczając ją kolorem żółtym.

Właściciele obiektów podzielili się zadaniami, przygotowując własną, sprofilowaną ofertę wypoczynku i rekreacji, wypełniając ją wieloma atrakcjami, także o charakterze kulturowym. Wykazali się przy tym dużą pomysłowością, kreatywnością i potrzebą aktywnego uczestnictwa w kulturze. I tak, w Zagrodzie plastyczno-kulinarnej „Maciejówka” w Ostrowie specjalizują się w organizacji zajęć artystycznych, sportowych, również „zielonych lekcji” dla grup dziecięcych i młodzieżowych. Odwiedzającym opowiadają m.in. o tym, jak dawniej wyglądało życie na wsi, organizują też warsztaty rękodzieła ludowego. W „Koziej Zagrodzie” można posłuchać ciekawostek o zachowaniu kóz, nabyć wyrabiane

tradycyjną metodą produkty z koziego mleka: biały ser, ser wędzony, nalewki na mleku, likier mleczny, sernik, szaszłyki i kielbasę z koźleciny. Zagroda „U Strusia” jest, jak sama nazwa wskazuje, miejscem, w którym postawiono na hodowlę tych ptaków, ale można tu także nauczyć się jak wędzić mięso i ryby. Z kolei właściciele agrogospodarstwa „Pod Skalką” uprawiają poza typową działalnością agroturystyczną proste muzealnictwo nieprofesjonalne. Na terenie posesji we wnętrzach drewnianej chaty, przewiezionej przez nich kilka lat temu w całości z pobliskiej miejscowości Suliszowice, zgromadzili stare umeblowanie, narzędzia i inne rustykalne przedmioty (ryc. 3). Tę muzealną ekspozycję opatrzyli przewodnim hasłem „Ocalić od zapomnienia”.

**Ryc. 3. Pokazowa ekspozycja we wnętrzu starej chałupy na Szlaku Edukacyjnych Zagród Agroturystycznych, Przybyńów**



Źródło: fot. Barbara Pabian, maj 2012 r.

W obejściu założyli również hodowlę (nazywaną Zwierzyńcem) z zadbanymi niewątpliwie zwierzętami hodowlanymi i egzotycznymi. Atrakcją w gospodarstwie jest możliwość karmienia kucyków, jazdy w siodle, przejażdżki wozem drabiniastym, a w zimie saniami. Według właścicielki, *dzieciaki na kucyku jeżdżą też. Jak mamy przedszkolaki, to oprócz tego, że jeżdżą powozem, to później każde dziecko na kucyku jest wożone, ma przejażdżkę. Przystosowujemy też tego wielbłąda do jazdy. Już on siada, ale to musi jedna osoba z nim pracować* [inf. kobieta, zapis 05.04.2012].

Wszyscy rolnicy, zrzeszeni na Szlaku Edukacyjnych Zagród Agroturystycznych, współpracują ze sobą i wzajemnie się wspierają, co stanowi niewątpliwą wartość, zwłaszcza wobec tak charakterystycznego dla kultury społeczeństw informatycznych powszechnego osłabienia więzi społecznych, w tym sąsiedzkich. Na wypoczynek do siebie zapraszają zarówno grupy zorganizowane, głównie młodzieży szkolnej, ale również osoby indywidualne, rodziny z dziećmi i osoby starsze wiekiem. *Dużo ze związku emerytów też do nas przyjeżdża – mówi właścicielka jednego z gospodarstw – na takie pikniki. Też mają i pieczonki*<sup>4</sup>

<sup>4</sup> „Pieczonki” znalazły się na Liście Produktów Tradycyjnych województwa śląskiego. Przyrządza się je w specjalnym żeliwnym garnku z pokrywą, a następnie piecze około 1 godziny nad ogniskiem na wolnym powietrzu. Jako podstawowych składników używa się ziemniaków, marchewki, pietruszki, buraków, białej

*i przejażdżkę, później przy kapeli, przy muzyce na żywo, cztery godziny się bawią [inf. kobieta, Przybynów, zapis 05.04.2012].*

Jedną z podstawowych funkcji badanych obiektów, obok noclegu, stanowi wyżywienie, ściśle wpisujące się w kulturową działalność badanych gospodarstw. W założeniu ma nie tylko zaspokoić fizyczny głód odwiedzających, ale zachwycić smakiem, zbliżyć do kultury wsi i wywołać pozytywne skojarzenia z tradycją chłopską. Gościom we wszystkich obiektach serwuje się więc różnorakie, chłopskie przysmaki: żurek, kapustę z żeberkami, pieczonki, ziemniaki pieczone, kielbasę. *Mamy swojski stół: kaszanka i na ciepło z grilla, mamy salcesony i swojską kielbasę. Jak robimy przyjęcie, to wszystko na dechach, na swojskim stole, na tej zasadzie [inf. kobieta, Przybynów, zapis 05.04.2012].*

Edukacyjna agroturystyka, prowadzona na omawianym szlaku, cieszy się popularnością wśród dzieci, młodzieży i ich rodziców. Pojawiła się nawet nowa tendencja łączenia uroczystości obrzędowości rodzinnej z wyjazdami do gospodarstw agroturystycznych, w których urządza się przyjęcia i proponuje gościom dodatkowe atrakcje na świeżym powietrzu. W ten sposób gospodarstwa agroturystyczne stają się alternatywą, czy zgoła konkurencją dla typowych restauracji i innych obiektów gastronomicznych, specjalizujących się w urządzeniu przyjęć i spotkań rodzinnych np. po komunii, chrzcie, obchody roczku, stypy, jubileusze i in. (zob. szerzej Pabian 2005, s. 90-91). *Mamy grupy z Sosnowca, co przyjeżdżają do Leśniowa<sup>5</sup> – dzieci pokomunijne. Rano mają tam mszę itd. Tutaj przyjeżdżają do nas na obiad, później mają też te przejażdżki, mają praktycznie cały dzień wypełniony [inf. kobieta, Przybynów, zapis 05.04.2012].*

Ożywieniu turystycznemu na badanym szlaku służą działania promocyjne zmierzające do zainteresowania kulturowo-edukacyjną agroturystyką osób dysponujących czasem wolnym. Wydawane są foldery reklamowe, pocztówki z widokami gospodarstw, zamieszczane są komunikaty w Internecie, prasie, radiu i telewizji (ryc. 4).

**Ryc. 4. Przykład reklamy agrogospodarstwa umieszczonej na samochodzie dostawczym, Przybynów**



Źródło: fot. Barbara Pabian, lipiec 2012r.

kapusty, kielbasy, boczku, cebuli oraz przypraw smakowych (sól, pieprz, liść laurowy). Dno garnka wykłada się kapustą, a następnie układa na przemian warstwy jarzyn i wędlin.

<sup>5</sup> W Żarkach-Leśniowie znajduje się Sanktuarium Matki Bożej Patronki Rodzin, stanowiące ważny ośrodek religijny na trasie pieszych pielgrzymek na Jasną Górę. Leśniowskie sanktuarium, podobnie jak klasztor na Jasnej Górze, pozostaje pod opieką oo. paulinów. Przedmiotem szczególnego kultu jest tu, licząca około 70 cm, drewniana figura Madonny z Dzieciątkiem, подарowana oo. Paulinom, podobnie jak Jasnogórska Ikona, przez Władysława Opolczyka. Drewniana figura Madonny z Dzieciątkiem ma, jak twierdzą pątnicy, najpiękniejszy uśmiech w Polsce.

Jak wyznaje interlokutorka, w działaniach promocyjnych dotyczących jej agrogospodarstwa ważna jest jednak nie tylko informacja oparta na nowoczesnych technologiach, lecz przede wszystkim stopień zadowolenia klienta (marketing szeptany). Dlatego podejmuje się wiele starań, aby zadowolić, a nawet zachwycić odwiedzających. Według niej: *jeśli chodzi o reklamę, to zobaczy pani, bo my mamy sklep. Mamy opisane na samochodzie gospodarstwo, który jeździ dużo kilometrów. Powiem pani, i radio regionalne i telewizja też zagląda do nas i z Częstochowy też byli, co puszczają na ogólnopolskie. Ulotki, foldery, to jest wszystko wykonane za swoje pieniądze. Też rozsyłam je po szkołach. Ale najlepsza to jest poczta pantoflowa. Taka jest prawda, najlepszy jest przekaz ustny* [inf. kobieta, Przybynów, zapis 05.04.2012].

Działające od 2001 r. Jurajskie Stowarzyszenie Turystki Wiejskiej opracowało specjalną mapę turystyki wiejskiej na Wyżynie Krakowsko-Częstochowskiej, na której zaznaczono, a także wyszczególniono w odrębnym spisie nazwy i adresy kwater agroturystycznych. Katarzyna Kulińska-Pluta, rzecznik prasowy wspomnianego Stowarzyszenia, w komentarzu do mapy, zachęca do skorzystania z oferty agroturystycznej w następujących słowach: „w większości kwater przygotowywane są tradycyjne domowe posiłki, ze szczególnym uwzględnieniem kuchni regionalnej. Jeżeli ktoś nie próbował lokalnych przysmaków: pieczonek – ziemniaków przygotowywanych ze smacznymi dodatkami w żeliwnych garnkach nad ogniskiem, tatarczucha – ciemnego, słodkiego chleba, zalewajki – zupy z dodatkiem prawdziwych grzybów, to koniecznie powinien zapytać o te potrawy w wybranym agrogospodarstwie” [*Jura Krakowsko-Częstochowska, Mapa turystyki wiejskiej*].

Szlak Edukacyjnych Zagród Agroturystycznych jest przykładem dobrej koncepcji ożywienia działalności agroturystycznej. Pozwala na wyróżnienie się na zatłoczonym rynku turystycznym. Został obsypany wieloma nagrodami, m.in. otrzymał drugą nagrodę w konkursie „Piękna Wieś Województwa Śląskiego” (2006 r.) oraz również drugą nagrodę na Targach Poznańskich w „Konkursie na najlepszy regionalny produkt agroturystyczny” (2007 r.). Ser wędzony z „Koziej Zagrody” nagrodzono trzecim miejscem w siódmej edycji konkursu „Nasze Kulinarne Dziedzictwo” oraz certyfikatem Częstochowskiej Organizacji Turystycznej, wpisano go również na listę „Produktów turystycznych Częstochowy i regionu częstochowskiego”.

## Folklorizm i mistyfikacja na potrzeby agroturystycznej konsumpcji

Kulturę ludową utożsamia się potocznie z folklorem, traktując te pojęcia jako synonimy. Tymczasem folklor, podobnie, jak sztuka ludowa, jest tylko częścią kultury ludowej, która, obejmując różne formy życia środowisk lokalnych, a więc właśnie folklor, obrzędowość, zwyczaje rodzinne i doroczne, sztukę ludową oraz całą sferę materialną, stanowiła w przeszłości wewnętrznie spójny, autarkiczny system bytowania duchowo-materialnego, oparty na wspólnocie symbolicznej, semiotycznej i psychospołecznej jej uczestników<sup>6</sup>. Jej wyznacznikami były: izolacjonizm, tradycjonalizm (konserwatyzm),

<sup>6</sup> Zgodnie z definicją wprowadzoną przez Wiliama Thomsa w 1846 r., folklor (folk – lud, lore – wiedza) obejmuje zjawiska, które nie mają formy materialnej, a więc: literaturę ustną (bajki, podania, legendy, prozę, poezję ludową, pieśni epickie, epicko-liryczne, kolędy, przesady i in.), zwyczaje, obyczaje, obrzędy (parateatr), muzykę (bez instrumentów), wiedzę, wierzenia, magię, system aksjologiczny, system estetyczny, gwarę, a więc przejawy kultury duchowej danego społeczeństwa z uwzględnieniem użytkowników i sytuacji komunikacyjnej (kontekst wykonawczy). Wyróżnia się tradycyjny folklor wiejski, który rozpatrywany może być już tylko w aspekcie historycznym oraz współczesny folklor spontaniczny, który dzieli się na folklor środowiskowy (np. młodzieżowy, dziecięcy, górniczy) oraz interspołeczny, odnoszący się do zachowań zwyczajowych i świątecznych (realizuje się w różnych gatunkach, takich jak: legenda miejska, graffiti, plotka, anegdota, satyra



bezpośrednia forma przekazu w drodze ustnej tradycji, rytualizm, sensualizm, religijność ludowa, niezawodowa, bezautorska twórczość [Pabian 2013, s. 61-67]. W okresie romantyzmu uważano, iż kultura ludowa przechowała w prawie niezmienionym stanie kulturę etniczną sprzed wieków, jednakże późniejsze ustalenia naukowe potwierdziły tezę, że nigdy nie stanowiła ona formy zamkniętej, lecz podlegała zmianom na przestrzeni wieków. Największy rozwój przechodziła w XIX w., „po czym rozpoczęła się jej stopniowa redukcja” [Staszczak 1987, s. 196-197]. Współcześnie badacze dochodzą do radykalnej oceny, pisząc iż „nie ma już kultury ludowej, jest natomiast myślenie o kulturze ludowej, np. w literaturze odwołującej się ludowego słowa” [Sulima 1997, s. 115]. Według Czesława Robotyckiego w miejsce dawnej kultury ludowej weszła kultura typu ludowego, która obejmuje dziś elementy różnych systemów kulturowych, posiada charakter stechnicyzowany, powszechny, zmienny i wielowariantowy [Robotycki 1995, s. 151].

Na oznaczenie stymulowanych i instytucjonalnie usankcjonowanych działań folkloropodobnych, podejmowanych współcześnie dla celów komercyjnych, ludycznych czy reprezentacyjnych, przyjęło się w literaturze pojęcie folkloryzmu. W jego zakresie mieszczą się treści, które z racji swojej atrakcyjnej formy czy walorów poznawczych zostały wyselekcjonowane z tradycyjnej kultury ludowej, a następnie przetworzone, opracowane i zaprezentowane w innym od naturalnego środowisku. Zaliczyć należy więc tutaj wszelkie twórcze działania o charakterze przywracającym dawną, nieistniejącą już rzeczywistość, takie jak np.: amatorski ruch sceniczny, rekonstruowane obrzędy, pieczołowicie odtwarzane stroje ludowe, czy seryjnie wytwarzane na potrzeby masowego odbiorcy przedmioty plastyki ludowej. Ten zinstytucjonalizowany ruch folklorystyczny przez badaczy oceniony został jako „zjawisko sztuczne, choć złożone z ogniw prawdziwych” [Smolińska 1995, s. 138]. Prezentowana tematyka ludowa nie odpowiada rzeczywistemu obrazowi życia wsi, gdyż podane w wybiórczy sposób treści nie są uwarunkowane dawnymi funkcjami<sup>7</sup>. Folkloryzm jest więc pojęciem ambiwalentnym, wzbudzającym wśród badaczy liczne kontrowersje. Z jednej strony służy bowiem prezentacji dziedzictwa tradycyjnych wartości kultury ludowej, z drugiej jako zjawisko wtórne do tradycyjnego folkloru, rozwijające się w oparciu o wymogi widowiskowo-rozrywkowe i komercyjne, „kształtuje u odbiorcy nie tyle wiedzę, co zaledwie pewne wyobrażenie o folklorze” [Waliński 1977, s. 24]. Zdaniem Oldricha Sirovatki folkloryzm „ma – liczniejsze! strony negatywne” [Lubelska rozmowa...1987, s. 80]. Funkcjonując bowiem w ramach kultury wyższej, stechnicyzowanej i masowej, deprecjonuje folklor tradycyjny, prezentując się jako lepsza wystylizowana forma kultury ludowej. Tymczasem jest zjawiskiem w pełni skomercjalizowanym, zdegradowanym do czystej atrakcji i towaru na sprzedaż.

Folkloryzm znajduje dziś odzwierciedlenie w wielu dziedzinach życia społecznego, artystycznego, realizuje się także w biznesie agroturystycznym. Jego przejawy dostrzec można również w edukacyjno-kulturowej działalności badanych edukacyjnych zagród. Przykładem są stylizowane stroje ludowe, które zostały opracowane w gminie na potrzeby funkcjonowania jednego z gospodarstw. Nie można ich jednak uznać za reprezentatywne dla subregionu częstochowskiego. W albumie autorstwa Stanisława Gadomskiego został zaprezentowany strój z okolic Częstochowy, różni się on jednak od ubiorów będących w posiadaniu gospodarzy [Gadomski 1996, s. 110]. Inaczej prezentuje się także strój częstochowski, opracowany przez byłego kustosa Muzeum Częstochowskiego – Reginę Rok

---

towarzyska, toast, formuła życzeniowa, przysłowie itp.). Oddzielną kategorią jest folkloryzm, określane też mianem folkloru stylizowanego, rekonstruowanego, widowiskowego lub scenicznego [Pabian 2013, s. 69].

<sup>7</sup> Tradycyjny folklor wiejski w przeszłości pełnił istotne funkcje, takie jak: polityczno-społeczna (kształtowanie poczucia świadomości narodowej i regionalnej, dbałość o zachowanie ciągłości tradycji i podtrzymywanie polszczyzny), psychologiczna (poprzez uspakajające lub aktywizujące działanie na sferę psychiki ludzkiej) i liczne humanistyczne, a wśród nich: funkcję informacyjno-przedstawiającą, wychowawczo-dydaktyczną, ekspresywno-impresyjną i rozrywkowo-autoteliczną. Poprzez przekazywanie podstawowych zasad moralnych realizowała się funkcja etyczna, zaś poprzez pobudzenie wrażliwości estetycznej – funkcja estetyczna.

– na potrzeby Zespołu Pieśni i Tańca „Częstochowa” [Rok 1998, s. 35-71]. Rzeczona sprzeczność wynika z tego, że obecnie niewiele osób, poza ekspertami, pamięta jeszcze o społecznej funkcji stroju jako znaku. Odpowiednie detale, ozdoby, kolorystyka, krój ubiorów nie były kwestią przypadku, lecz wyznacznikiem chociażby wieku czy stanu cywilnego. W porównaniu z codziennym, inaczej prezentował się strój obrzędowy, który sankcjonował sprawowaną godność, a także pełnił funkcję magiczną i apotropeiczną [Karwicka 1996, s. 34-52].

Dzisiaj jednak powszechnie nie przywiązuje się dużej wagi do zachowania szczegółów stroju regionalnego, co egzemplifikować można na przykładzie wielu wzniesionych w Polsce stylizowanych na ludowo restauracji, w których kelnerki ubrane są często w ubiory pseudoludowe, niewiele mające wspólnego z tradycją danego regionu. Wzory strojów ludowych przystosowuje się w taki sposób, aby zachować te elementy, które lepiej się prezentują pod względem estetycznym i praktycznym. Zdaniem Aleksandra Błachowskiego, „przykładem absolutnie dowolnej rekonstrukcji są stroje kaszubskie. Niektórzy wykonawcy tych rekonstrukcji nie liczą się z żadną rzeczywistą tradycją, ani regionalną, ani narodową. W imię uatrakcyjniania scenicznego krój i sylwetka są ogólnie ludowe, a dekoracje hafciarskie wymyślone przez artystkę profesjonalną i różne amatorki. W strojach kaszubskich, poza czepcami, żadnych haftów nie stosowano” [Błachowski 2003, s. 17]. Poza tym, ze względów estetycznych, dziewczęta występujące w zespołach kaszubskich wkładają często czepce na głowę, nie bacząc na to, że w przeszłości tego typu nakrycia głowy zarezerwowane były wyłącznie dla mężatek. „Panna czepca do śmierci by nie ubrała, bo świadczyłby o utracie dziewictwa. Dziecko lub panna na wydaniu ubrana w czepiec byłaby uważana za chorą umysłowo. Właściwie nie ona, lecz odpowiedzialni za jej strój rodzice” – dopowiada badacz [Błachowski 2003, s. 17].

Innym przykładem mogą być wydmuszki i pisanki, które wykonuje się na strusich jajach, gdyż ładnie wyglądają, są bardziej oryginalne i efektowne (ryc. 5). Ich wielkość i niewątpliwe walory dekoracyjne sprawiają, że stanowią one kuszącą alternatywę wobec mniejszych, tradycyjnie zdobionych jaj kurzych. Następuje w tym przypadku wyraźna dominacja estetyki nad przekazem tradycji. Ze społecznej pamięci w znacznej mierze wyrugowany został symboliczny sens tradycyjnego, kurzego jaja jako źródła życia, początku, szczęścia i pomyślności<sup>8</sup>. Obecnie niewiele osób, także mieszkańców wsi, pamięta o tym, że jeszcze w XIX w. pisanki wielkanocne nadal uznawane były za niezwykle nośny ładunek życia. Wierzono w ich życiodajną, dobroczynną i apotropeiczną moc. Zapewniały urodzaj i płodność, chroniły też, według wierzeń, przed chorobami i szkodnikami. W celu zwiększenia plonów zakopywano je w polu lub na grządkach. Aby uchronić domostwo przed pożarem, kładziono je na oknie lub chowano za obrazem. Niekiedy przrzucano nad dachem lub rzucano skorupki na strzechę. Taczano je po ciele chorego, wkładano do pierwszej kąpieli noworodka obok innych apotropeionów i transformantów [Pabian 2005, s. 92; Ogrodowska 2001, s. 160-161].

Jak widać z powyższych egzemplifikacji, obecnie nie zawsze i nie w każdym przypadku podejmuje się próbę w miarę wiernego cytowania tekstów tradycyjnej kultury. Jedną z cech kultury postmodernistycznej jest bowiem nowa wrażliwość estetyczna oraz przewaga kategorii reprezentacji (także kiczu) nad wiedzą. Kultura ludowa ewoluuje, zmienia się, dostosowując się do wymogów życia w społeczeństwie masowym i informatycznym. Tradycja funkcjonuje bardziej na poziomie myślenia potocznego, niż naukowego, który to poziom „zarezerwowany” został dzisiaj dla ekspertów i specjalistów.

<sup>8</sup> Nie oznacza to, że dawna symbolika została zapomniana przez wszystkich. W tym miejscu warto przytoczyć słowa wybitnej aktorki Beaty Tyszkiewicz, która w rozmowie z Haliną Zielińską-Górką na pytanie o to, czy „wolałabyś zjeść na śniadanie jajko strusie czy może przepiórcze”, odpowiedziała – „nigdy nie byłam tak głodna, ani tak przejeżdżona. Wiesz przecież, że nie lubię przesady” [Tyszkiewicz 2014, s. 14].

**Ryc. 5. Zdobione strusie jajo pośród tradycyjnych potraw i wyrobów wielkanocnych. Ogólnopolska Prezentacja Potraw i Wyrobów Regionalnych „Baba Wielkanocna”, Częstochowa**



Źródło: fot. Barbara Pabian, kwiecień 2006 r.

Samo pojęcie folklorystyki stało się zbyt mało pojemne i nie wystarcza już na określenie wszystkich folkloropodobnych przejawów ludzkiej aktywności. Poza elementami wyekscerpowanymi z tradycyjnej kultury ludowej, pojawiają się bowiem teksty kultury, które bliższe są mistyfikacji, inscenizowanemu autentyzmu, kreowaniu kultury ludowej, czy po prostu jej wymyślenia. Stąd zbieractwo rzeczy ludowych i ich ekspozycje w agrogospodarstwach mają niekiedy charakter eklektyczny i nieprofesjonalny. Gromadzone artefakty i gadżety nie stanowią merytorycznej całości, a jedynie przypadkowy zbiór, dekontekstualizujący historyczność przekazu. W pokazowych hodowlach obok swojskich zwierząt hodowlanych pojawiają się zwierzęta egzotyczne, tj.: kangury, lamy, alpaki, wielbłądy, niezbyt przystające do deklarowanego ludowo-regionalnego profilu gospodarstwa. Jak wyjaśniła rozmówczyni: *tak to się zaczęło, że po trochu żeśmy zaczęliśmy kupować. Zaczęło się od kangura, którego kupiliśmy z naszej [polskiej – B.P.] hodowli tutaj w Polsce za Koziegłowami w Siedlcu, wielbłąd spod Szczytna przyjechał, lamy spod Krakowa* [inf. kobieta, Przybynów, zapis 05.04.2012].

Folklorystyka w agroturystyce realizuje się więc z jednej strony poprzez odwołanie do dziedzictwa przeszłości, lecz w oderwaniu od kontekstu historycznego, czasu, sytuacji folklorystycznej i środowiska. Nie można bowiem przywrócić dawnego obrazu świata oraz warunków, w których żyli nasi przodkowie i kształtowała się kultura ludowa. Nie ma też takiej potrzeby. Z drugiej strony pojawia się nowa forma folklorystyki, bliższa mistyfikacji, unaoczniająca zmiany zachodzące w kulturze i zarazem inwencję twórców ludowych, ich pomysłowość, potrzebę uczestnictwa w kulturze i przełamania kanonów. W takich formach aktywności – jak słusznie ocenia Anna Brzezińska – dostrzec można również pozytywny w swej wymowie aspekt sprzeciwu wobec bierności kulturalnej i traktować je jako „ofertę alternatywną wobec konwencji, schematyzmu, braku zaangażowania w kulturę masową” [Brzezińska 2009, s. 167].

Działania podejmowane pod hasłem edukacji kulturowej wymagają jednak więcej starań i dbałości o rzetelność tradycyjnego przekazu oraz zachowania wierności ze źródłem

niż zwykle uczestnictwo w kulturze masowej. W przeciwnym razie wykreować można rzeczywistość, która tak naprawdę niewiele lub prawie nic nie będzie miała wspólnego z tradycyjną kulturą ludową. Zatracić można przy tym subtelną granicę między pragnieniem zachowania i promocji regionalnego dziedzictwa, a tym, co wynika z pobudek wyłącznie komercyjnych. Jak słusznie ocenia Aleksander Błachowski, w ten sposób zniszczyć możemy „wartość dokumentu tożsamości regionalnej” [Błachowski 2003, s. 17]. Badacz egzemplifikuje to na przykładzie ingerencji w styl muzyki góralskiej poprzez wprowadzanie do autentycznych kapel zestawu jazzowej perkusji. Jak pisze, „w kulturze muzycznej polskich górali membranofony (bębny) nie występowały nigdy w żadnej postaci” [Błachowski 2003, s. 17]. Podobne dysfunkcje dostrzega Monika Golonka-Czajkowska w archaizującej stylizacji, pełnej peryfraz, dotyczącej nazw góralskich potraw i dań. Jej zdaniem „rozbudowane menu regionalnych restauracji stanowi samo w sobie intrygującą lekturę, która zdolna jest wprawić w zdumienie jednocześnie turystów i górali, nie mówiąc już o językoznawcach i ekspertach sztuki kulinarnej” [Golonka-Czajkowska 2007, s. 337].

Aby więc zapobiegać tego typu niezgodnościom, obecnym także w agroturystyce, należy organizować odpowiednie szkolenia dla chętnych właścicieli gospodarstw i stwarzać możliwości konsultowania się z ekspertami, tj. etnografami, folklorystami, muzealnikami, którzy mają wiedzę i dobre rozeznanie w szczegółach regionalnej kultury. Z pewnością ułatwiłoby to rolnikom prowadzenie edukacyjnej działalności kulturowej i pozwoliło zapobiegać ewentualnym niedociągnięciom czy błędom. Jest to istotne zwłaszcza wobec zwiększającego się zainteresowania agroturystyką, także wśród dzieci i młodzieży.

## Zakończenie

Badanie obecności przejawów folkloryzmu i mistyfikacji w działalności edukacyjno-kulturowej dzisiejszych agrogospodarstw predysponuje do sformułowania następujących wniosków:

- Modelowa chłopska kultura tradycyjna staje się obecnie tworzywem już nie tylko dla profesjonalnych działań dokumentacyjnych, naukowo-badawczych i oświatowych, ale również dla amatorskich poczynań biznesowych. Proces rewitalizacji tożsamości regionalnej nawiązuje bowiem nie tylko do spuścizny przeszłości, ale wpisuje się również w kontekst społeczny, masowość kultury i jej urynkowanie, zinstytucjonalizowanie działań oraz wszechogarniający konsumpcjonizm.
- W działalności agroturystycznej widoczne są przejawy folkloryzmu rozumianego jako odwołanie do dziedzictwa przeszłości, lecz w oderwaniu od kontekstu historycznego, czasu, sytuacji folklorystycznej i dawnego środowiska. Pojawia się też zmodyfikowana forma folkloryzmu, bliższa mistyfikacji, która, jak można oceniać, wynika ze zmian zachodzących w kulturze, ale będąca również dowodem na twórczą inwencję rolników, ich pomysłowość i chęć przełamania kanonów.
- Wobec zauważalnej aktywności środowisk wiejskich należy podejmować nie tylko zinstytucjonalizowane działania organizacyjne (np. grupowanie gospodarstw w ramach szlaków kulturowych), ale zadbać także o tworzenie warunków dla podnoszenia kompetencji kulturowych rolników i rozwijania ich twórczej aktywności. Chodzi o to, aby zapobiegać budowaniu uproszczonego mentalnie wizerunku tradycji i kultury ludowej. Służyć temu mogą szkolenia, warsztaty, konsultacje dla rolników z profesjonalistami i specjalistami.

Powyższe ustalenia nabierają szczególnego znaczenia wobec podejmowanych prób ożywienia i rozwoju działalności agroturystycznej, a także wobec przychylnego nastawienia społeczeństwa do kultury ludowej i tego, co na poziomie potocznym jest z nią kojarzone.

**Bibliografia:**

- Błachowski A., 2003, *Etnografia. Ścieżka edukacji regionalnej*, Polskie Towarzystwo Ludoznawcze, Toruń
- Brzezińska A., 2009, *Specjaliści od kultury ludowej?*, „Nauka”, 3, s. 155-172
- Bukowska-Floreńska I., 1995, *Potrzeby antropologicznej płaszczyzny dociekań folklorystyki XX wieku i jej punkty styczne z etnologią*, [w:] Simonides D. (red.), *Folklorystyka. Dylematy i perspektywy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole, s. 105-112
- Bukraba-Rylska I., Majewski E., Łapińska-Tyszka K., Perepeczko B., Wieruszewska M., 2004, *Polska wieś w społecznej świadomości. Wiedza i opinie o kulturze ludowej, rolnikach i rolnictwie*, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, Warszawa
- Czekalski T., 2005, *Czasy współczesne*, [w:] Chwalba A. (red.), *Obyczaje w Polsce. Od średniowiecza do czasów współczesnych*, PWN, Warszawa, s. 340-423
- Drzewiecki M., 2009, *Agroturystyka współczesna w Polsce*, WSTiH w Gdańsku, Gdańsk
- Gadomski S., 1996, *Strój ludowy w Polsce*, Fundacja Kultury Wsi, Warszawa
- Gawel Ł., 2011, *Szlaki dziedzictwa kulturowego. Teoria i praktyka zarządzania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
- Gawlik L., 2005, *Funkcjonowanie terminu „skansen” w polskim muzealnictwie i współczesnych mediach*, „Lud”, 89, s. 253-275
- Gaworecki W.W., 2000, *Turystyka*, PWE, Warszawa
- Golonka-Czajkowska M., 2007, *Żentyca, legumina, gazdowy zawijaniec w bulce poniywirany, czyli o kulinarnych wątkach w retoryce tatrzańskiego turystyki*, [w:] Łeńska-Bąk K. (red.), *Stromata Antropologica. Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole, s. 321-338
- Jędrysiak T., 2008, *Wiejska turystyka kulturowa*, PWE, Warszawa
- Jura Krakowsko-Częstochowska. Mapa turystyki wiejskiej*, Wydawnictwo Jurajskie Stowarzyszenie Turystyki Wiejskiej, bdw.
- Karwicka T., 1995, *Ubiory ludowe w Polsce*, PTL, Wrocław
- Lubelska rozmowa o folklorystyce*, 1987, „Literatura Ludowa”, nr 4-6, s. 73-103
- Medlik S., 1995, *Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa*, PWN, Warszawa
- Ogrodowska B., 2001, *Zwyczaje, obrzędy i tradycje w Polsce*, VERBINUM Wydawnictwo Księży Werbistów, Warszawa
- Pabian B., 2005, *Dziedzictwo kulturowe Częstochowskiego. Wierzenia, zwyczaje i obrzędy rodzinne*, PTL przy współpracy z Uniwersytetem Wrocławskim, Wrocław
- Pabian B., 2010, *Elementy rustykalne w przestrzeni miasta – wierność tradycji czy komercyjne działania wolnego rynku*, [w:] Bukowska-Floreńska I. (red.), *Studia Etnologiczne I Antropologiczne. Problemy społeczne i kulturowe współczesnego miasta*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, t. 10, Katowice
- Pabian B., 2013, *Wprowadzenie do wiedzy o kulturze. Podręcznik dla studentów kierunków turystycznych i ekonomicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice
- Robotycki C., 1995, *Ludowość jako alternatywa i paradoks*, [w:] Simonides D. (red.), *Folklorystyka. Dylematy i perspektywy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole, s. 151-157
- Rok R., 1998, *Częstochowski strój ludowy*, Muzeum Częstochowskie, Częstochowa
- Smolińska T., 1995, *Folklorystyka i problemy folklorystyki*, [w:] Simonides D. (red.), *Folklorystyka. Dylematy i perspektywy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole, s. 137-150
- Staszczak Z., 1987, *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*, Warszawa-Poznań
- Sulima R., 1997, *Kultura ludowa i polskie kompleksy*, [w:] Dobroński A., Gołębiowski B., Zagórski S. (red.), *Czy zmierzch kultury ludowej*, Łomża, s. 109-116
- Tyszkiewicz B., 2014, *Beta Tyszkiewicz przygotowuje jajo stuletnie. Coraz więcej jest przemądrzałych jajek*, rozmawiała Halina Zielińska-Górska, „Tele Tydzień”, nr 16, s. 14
- Waliński M., 1977, *Folklor i folklorystyka. Uwagi na marginesie definicji*, „Literatura Ludowa”, nr 4/5, s. 24-29

<http://www.stajnia.civ.pl/>

<http://kokofolk.pl/ceramika-ludowa-i-folk,40.html>

## Folklorism and mystification in the culture business of agritourism farms – an informal way of passing knowledge of folk culture

**Key words:** folk culture, educationl farm tourism, folklorism, mystification, tourist consumption

### Abstract

Nowadays agritourism is a viable alternative to other methods of leisure time activities. It carries certain socio-economic values, such as the development of farms, labor market activation, modernization of infrastructure and additional income for farm families. In order to stand out in the crowded tourism market the farms' owners try to ensure their guests not only a higher standard of accommodation, but also a broad range of services with additional attractions, including those of cultural provenance. They organize various competitions, workshops, demonstrations of old farm work and endangered professions, play amateur folk gatherings, they found mini open-air museums and zoos, prepare regional dishes and so on. Studies conducted by the author showed that such initiatives can be considered as an excellent idea for business activity, since the reference to the folk culture, which is a priceless collection of heritage values, allows for positive discernible against the background of other competing firms. But the thing is that some of them are in conflict with the values of traditional culture, leading to the eclecticism and misstatements in the sphere of regional tradition and culture. Although their real character is culturally alien they are undertaken under the banner of cultural education. One example is eclecticism of some regional restaurants' folk interior design. Another: Easter eggs made of ostrich eggs or demonstration farms, where apart from typical livestock can be seen ostriches, kangaroos, llamas, alpacas and camels, generally speaking animals that are not congruent to the declared folk-profile regional farm. These and similar actions are no longer even a manifestation of ambivalently assessed in science folklorism, but bear the traits of mystification. Under the banner of education creates in fact a reality that really has little in common with traditional folk culture. The subtle boundary between the desire to preserve and promote regional heritage and this is what comes purely from commercial motives is lost in this way. This type of dysfunction should be prevented, for example by organizing training for willing farm owners or by providing opportunities to consult mentioned types of activities with experts, such as ethnographers, folklorists, museum specialists who have the knowledge and a good understanding of the details of the regional culture. It is important because education agritourism is popular among children, the youth and their parents. There is even a new trend of combining family celebration rituals with departures for recreation and cognitive to the selected working farms.