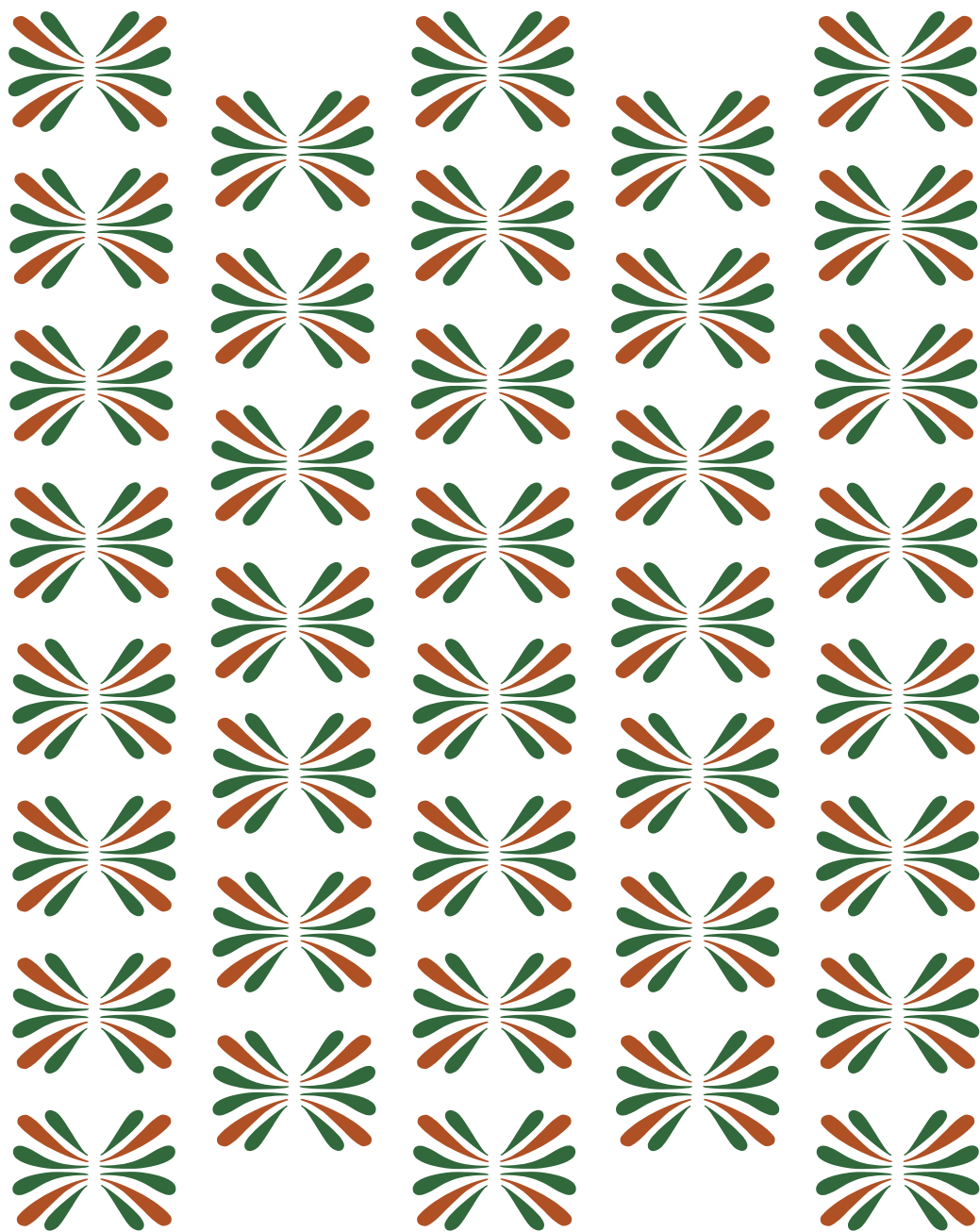




TWÓRCY / WYTWÓRCY / PRZETWÓRCY **Wokół problematyki wzornictwa regionalnego**

red. Anna Weronika Brzezińska, Sylwia Kucharska

TWÓRCY / WYTWÓRCY / PRZETWÓRCY
Wokół problematyki wzornictwa regionalnego

red. Anna Weronika Brzezińska, Sylwia Kucharska

O potrzebie wzornictwa regionalnego

Zapraszamy do lektury książki, która jest efektem spotkania się specjalistek i specjalistów z całej Polski, zajmujących się w swojej pracy naukowej zagadnieniami związanymi ze wzornictwem regionalnym. Inspiracją do powstania tej publikacji były spotkania i rozmowy z osobami, które dokumentują wszelkie przejawy przenikania się wzornictwa regionalnego we współczesnym świecie. Finezyjne malatury, misterne koronki, delikatne hafty, precyzyjne zdobienia w drewnie, gładkie brzuśce naczyń ceramicznych, szorstkie wełniaki znajduwane w terenie, często nadal wytwarzane przez lokalnych rzemieślników i rękodzielników, cieszą się zainteresowaniem wielu środowisk – zarówno naukowych, jak i artystycznych. Stają się one przedmiotem badań oraz inspiracji, a także wspólnym polem do działań, podczas których spotykają się artyści profesjonalni i nieprofesjonalni, akademicy i twórcy ludowi. Współczesny nurt etnodizajnu obejmuje te wyroby, które kształtem, kolorem czy fakturą nawiązują do wzornictwa regionalnego, identyfikowanego z dorobkiem konkretnych społeczności lokalnych: podhalańskich, łowickich, kaszubskich i opolskich. Regionalne wzory pojawiają się też na wielu przedmiotach codziennego użytku, które nam towarzyszą.

Autorki artykułów zastanawiają się nad tym, skąd się wzięło obecne zainteresowanie wzornictwem regionalnym, dlaczego chcemy się nim otaczać i ciągle mamy nowe pomysły na wykorzystanie tego, co ludowe, tradycyjne i wiejskie. Pretekstem do takiego sformułowania pytań były prace podjęte przez Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej zmierzające do udokumentowania działalności kaliskiej spółdzielni pracy, która w latach

1950–1995 funkcjonowała pod szyldem Cepelii. Przez kilkadziesiąt lat spółdzielnia ta zatrudniała licznych artystów-rzemieślników i rękodzielników zajmujących się malowaniem porcelany oraz tkaniem, haftowaniem i farbowaniem materiałów. Wytwarzane w ten sposób przedmioty przez wiele lat stanowiły powszechny element dekoracji wnętrz i wręczane były jako prezenty. Autorki prac zastanawiają się również nad tym, co się z tymi przedmiotami obecnie stało i czy we współczesnych wnętrzach nadal jest miejsce na obiekty nawiązujące swoim kształtem, formą i kolorem do „ludowizny”.

Pierwsza część książki, pt. TWÓRCY, dotyczy zagadnień społecznego statusu twórców ludowych w środowiskach lokalnych oraz w świetle badań naukowych. Druga, pt. WYTWÓRCY, omawia zagadnienia związane ze współczesną rzemieślniczą i rękodzielniczą twórczością ludową oraz z przemysłem pamiątkarskim. Ostatnia, pt. PRZETWÓRCY, przedstawia kierunki inspiracji tradycyjnym rzemiosłem i sztuką ludową we współczesnych realizacjach. Autorki tekstów pokazują, w jaki sposób kształtowało się i zmieniało wzornicze dziedzictwo kulturowe w Wielkopolsce, na Górnym Śląsku, Śląsku Opolskim, Kujawach, Kaszubach i Podlasiu. Wraz z nimi wędrujemy w czasie i przestrzeni, poznając sposoby twórczego myślenia o przedmiotach, które nas otaczają.

Anna Weronika Brzezińska
Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Sylwia Kucharska
Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej

TWÓRCY / WYTWÓRCY / PRZETWÓRCY. WOKÓŁ PROBLEMATYKI WZORNICTWA REGIONALNEGO

TWÓRCY. Społeczny status twórcy ludowego w środowiskach lokalnych oraz w świetle badań naukowych

Alicja Mironiuk Nikolska, *Ludowe odczuwanie formy i świata. Stowarzyszenie Twórców Ludowych z perspektywy animatora* / 9

Michalina Janaszak, *Hafty szamotulskie w twórczości Stanisława Zgaińskiego jako przykład utrwalania i artystycznego przetwarzania motywów ludowych* / 29

Justyna Słomska-Nowak, *Kujawskie dziedzictwo. Reminiscencje rodzinnej historii i regionalnego wzornictwa* / 45

WYTWÓRCY. Współczesna rzemieślnicza i rękodzielnicza twórczość ludowa czy przemysł pamiątkarski?

Anna Weronika Brzezińska, *Działalność spółdzielni cepeliowskich a upowszechnianie wzornictwa regionalnego* / 73

Agnieszka Kurkowska, *Wzornictwo regionalne jako źródło inspiracji we współczesnym projektowaniu architektonicznym* / 109

Izabela Jasińska, *O współczesnym wzornictwie regionalnym na Opolszczyźnie na przykładzie kroszonek oraz malowanej porcelany* / 131

Aleksandra Dzik, *Wzory z recyklingu. Wykorzystanie wzornictwa rękodzielniczego z okolic Bielska Podlaskiego* / 145

Joanna Minksztym, *Strój bamberski jako marka kulturowa i jego współczesne realizacje* / 165

Magdalena Brandt, *Trudna identyfikacja kulturowa: podwójny model wzorotwórczy w „stroju” górnośląskim* / 189

PRZETWÓRCY. Inspiracje tradycyjnym rzemiosłem i sztuką ludową we współczesnych realizacjach

Anna Wiszniewska, „Lechitka” – Xymena Zaniewska wprowadza polskie motywy ludowe do mody współczesnej, czyli co może wnieść do Europy polska moda? / 213

Agnieszka Jacobson-Cielecka, Pocztówki znad Bałtyku. O związkach rzemiosła z projektowaniem / 229

Lubomira Trojan, Twórcze napięcie. Działania na styku dziedzictwa kulturowego i dizajnu / 251

Małgorzata Jaszczołt, Twórcy i Muzeum. Realizacje dizajnerskie na przykładzie muzealnych projektów Państwowego Muzeum Etnograficznego w Warszawie / 275

Karolina Dziubata, Folklor(yzm) sklepowy. Wzornictwo regionalne w produktach spożywczych i użytku codziennego / 297

Angelika Madycka, #folktattoo – zastosowanie oryginalnych i przetworzonych wzorów regionalnych w tatuażu i jego rola w procesie budowania tożsamości jednostkowej / 323

**TWÓRCY. Społeczny status twórcy ludowego
w środowiskach lokalnych
oraz w świetle badań naukowych**



Ludowe odczuwanie formy i świata. Stowarzyszenie Twórców Ludowych z perspektywy animatora

Wprowadzenie

W 2018 r. upływa 50 lat od rejestracji Stowarzyszenia Twórców Ludowych, którego celem jest kultywowanie tradycji ludowej i popularyzowanie jej najwartościowszych przejawów, a także reprezentowanie twórców ludowych i opieka nad nimi. Kolejny jubileusz, podobnie jak poprzednie, „zachęca do zastanowienia się nad miejscem twórców ludowych i tym samym twórczości ludowej” (Smolińska 2003: 14). Ten tekst pisany jest z perspektywy osoby związanej ze stowarzyszeniem od ponad 30 lat¹, czyli nieco skromniejszego jubileuszu.

Definicje współczesnego twórcy ludowego

Definicję twórcy ludowego zawdzięczamy Aleksandrowi Jackowskiemu (Jackowski 1980). Do dzisiaj nie straciła ona na aktualności. Autor

¹ Autorka rozpoczęła współpracę z twórcami po zaledwie trzymiesięcznym stażu pracy w muzeum, ze znikomą wiedzą na temat współczesnych twórców, pomimo ukończonych studiów etnograficznych. Opowiadał o nich podczas zajęć na Uniwersytecie Warszawskim jedynie A. Jackowski. Podczas oglądania kolekcji L. Zimmerera najczęściej uwagi poświęcał tym najznakomitszym – Nikiforowi czy Romanowi Śledziowi. Pierwszego „żywego” twórcę ludowego autorka spotkała dzięki prof. Marianowi Pokropkowi, który jako temat pracy magisterskiej zaproponował jej przygotowanie monografii odkrytego przez siebie rzeźbiarza Jana Markowskiego z Ciechanowca. W kwietniu 1986 r., świeżo po studiach, autorka została opiekunem Oddziału Białkopodlaskiego STL, z którym współpracowała przez 11 lat. W kolejnych latach została członkiem jury Nagrody im. Oskara Kolberga „Za zasługi dla kultury ludowej” oraz członkiem, a obecnie przewodniczącą Sekcji Plastyki Rady Naukowej STL; od blisko 10 lat bywa ekspertem Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego i ocenia wnioski stypendialne z dziedziny „Twórczość ludowa”.

różnicuje zakres tego pojęcia w zależności od stopnia rozkładu kultury tradycyjnej. Przyjmuje się, że współcześnie znajdujemy się „w warunkach zaniku dawnej kultury ludowej” (Jackowski 1980: 10). Sytuację tę charakteryzują: nowy odbiorca spoza kręgu ludowego (choć dzisiaj, wraz z powrotem do rodzimej kuchni, krajobrazu, obserwujemy zainteresowanie wytworami ludowymi także wśród swoich, o czym świadczą np. dekoracje w pensjonatach agroturystycznych), większa niż w poprzednich okresach swoboda wypowiedzi wynikająca z gustów nowego odbiorcy. W wytworach jest zachowana pamięć o dawnych wzorach, ale uzupełniają (wzbogacają) ją współczesne mody i upodobania występujące w środowiskach uczestniczących w wyższym obiegu kultury, do których wyroby te są kierowane. „Cechą podstawową twórczości ludowej w okresie dezintegracji tradycyjnej kultury chłopskiej jest więc żywa pamięć dawnych form i umiejętności. Póki ta ciągłość bezpośredniego przekazu istnieje – możemy mówić o twórczości ludowej, choć w znacznym już stopniu stymulowanej z zewnątrz” (Jackowski 1980: 14).

Po ok. trzech dekadach od artykułu Jackowskiego Damian Kasprzyk [1] do definicji dodaje nowe cechy wymagane współcześnie od twórcy ludowego. To teraz także stróż tradycji, którego wyróżniają znajomość dawnej stylistyki oraz umiejętność odczytywania tradycyjnych symboli i znaków; to interpretator ludowości, który może wybrać z odziedziczonej spuścizny tylko niektóre elementy; sprawny menedżer, dbały o powodzenie własnego mikroprzedsiębiorstwa; ikona regionalizmu – żywa reklama „małych ojczyzn”, małych i większych przedsiębiorstw turystycznych; animator i nauczyciel w szkołach, muzeach, domach kultury, na festynach, kursach czy warsztatach; designer, który świadomie interpretuje tradycję lub pozwala innym korzystać z własnych prac czy umiejętności. Wszystkie te określenia, nowe funkcje, odnoszą się do twórców funkcjonujących w XXI w., czyli w czasie, gdy większość badaczy obwieściła, że kultura ludowa jest już pojęciem historycznym. Oceny te zawierają w sobie część prawdy, ale jak pisała prof. Teresa Smolińska, twórcy ludowi to przede wszystkim pasjonaci i dla nich

nie jest najważniejsze, czy badacze kultury będą w dyskusjach akademickich oceniać ich dorobek w kategoriach „zbanalizowanych znaków”, „piękna ginącego”, jak piszą inni, czy po prostu atrakcyjnego dla współczesnego odbiorcy miejskiego towaru. Z różnych bowiem względów (nie tylko finansowych) nie jest im obojętne dziedzictwo kulturowe przodków (Smolińska 2003: 16).

Według statutu Stowarzyszenia Twórców Ludowych „o przyjęciu do stowarzyszenia decyduje autentyzm twórczości” [2]. Twórca, w rozumieniu Jackowskiego, to mistrz, który ma umiejętności warsztatowe, zna tradycyjne techniki, wzory i metody twórcze, zachowuje tradycyjną estetykę, a w ramach tej konwencji, w sytuacji gdy jest to możliwe, nadaje swoim pracom oryginalny rys, wykazując się inwencją. Musi być on przede wszystkim autentyczny, niekoniecznie w takim rozumieniu, że tworzy w określonej rzeczywistości społecznej i technologicznej, zgodnie ze stylem epoki czy okresu kultury, bo interesująca nas już odeszła, ale autentyczny, bo szczery; szczerze związany z jakimś miejscem i z jego tradycją i przeżywający te treści dzisiaj. Pozwala to tworzyć prawdziwie, z pasją czerpać z przeszłości, twórczo interpretować, przekonująco przemawiać do widza. Połączenie autentyczności z osadzeniem w tradycji i z bezpośrednim przekazem wiedzy oraz z umiejętnościami czyni zdolnego człowieka twórcą, mistrzem. Dochodzi do tego uczciwość. Dziś bowiem bez żadnego problemu można dotrzeć do źródeł i pracować zgodnie ze stylistyką dowolnego regionu. Wytwory mogą być na pozór tak samo doskonałe pod względem technicznym, ale w oczywisty sposób zdyskwalifikują autora, jeśli przyjmuje on tylko materialną ich część i nie przekazuje żadnej głębszej idei. Musi być związek z dawną kulturą miejsca. Bez tego jest to twórczość amatorska, rzemieślnicza, charakteryzująca się co prawda biegłością techniczną, ale pusta, martwa.

Według najnowszej przyjętej przez STL definicji twórcą ludowym jest osoba tworząca dzieła oryginalne, o wysokim poziomie artystycznym,

funkcjonująca w ramach społeczności wiejskiej, która umiejętności swe nabyła drogą przekazu bezpośredniego lub poprzez obserwację twórczości ludowej własnego środowiska – bez profesjonalnego wykształcenia (Majcher, Onochin 2015: 5). Kwestia wykształcenia to trudne zagadnienie; wielu twórców kończy studia, wykonuje wyuczone zawody, a twórczość to ich pasja, powołanie wypełniające czas wolny. W dziedzinach plastycznych twórcy nawiązują do dawnych wzorów, twórczo je modyfikują, adaptują do nowych warunków odbioru i do nowej funkcji przedmiotu – głównie dekoracyjnej. Statut nie stawia pod tym względem sztywnych wymagań, odwołuje się do tradycji kulturowej i do orzeczeń specjalistów. Formułuje jednak kryteria; musi to być „osoba tworząca”, a więc wnosząca zindywidualizowane, oryginalne wartości estetyczne, musi być to twórczość nieelitarna, plebejska, wywodząca się z tradycji folklorystycznych, która umiejscawia twórcę w kręgu kulturowym społeczności wiejskiej.

Stowarzyszenie Twórców Ludowych i jego Rada Naukowa

Stowarzyszenie Twórców Ludowych powstało jesienią 1968 r. z inicjatywy środowiska lubelskich poetów chłopskich, przy znaczącym wsparciu organizacji kulturalnych, wydawnictw i prasy ludowej. W jego powołanie zaangażowana była dość liczna grupa naukowców, działaczy kultury, a także redaktorzy pism: „Chłopskiej Drogi”, „Zielonego Sztandaru”, „Tygodnika Kulturalnego” oraz „Kameny”. Jednym z uczonych, obok prof. dra Józefa Burszty, był prof. Roman Reinfuss, który tak pisał:

Mnie nurtowała zawsze jedna historia, stosunek do twórczości ludowej był dotąd typu opiekuńczego, taki z zewnątrz. Czy to było Ministerstwo Kultury i Sztuki, czy „Cepelia”, spełniały swoją rolę, ale to się robiło „dla”. Ja uważałem i uważam, że rozwój wsi, postęp poszedł tak daleko, że chłop powinien sam umieć żądać, zabiegać o swoje sprawy. I dlatego marzyło mi się, by powstało Stowarzyszenie Twórców Ludowych, które byłoby czymś w rodzaju związku twórczego

lub zawodowego, ale którego celem byłaby ochrona i rzeczywisty rozwój twórczości ludowej (Adamowski, Kraczoń 2011: 14).

Reinfuss uważał, że ogólnopolska organizacja skupiająca twórców podniesie rangę twórczości ludowej i twórców także we własnym, najtrudniejszym, sceptycznym środowisku.

Stanisław Weremczuk, jeden z członków założycieli STL, a przy tym poeta, dziennikarz, dramaturg, stwierdzał:

Rzecz interesująca, niektórzy poeci ludowi byli początkowo przeciwni łączeniu ich w jednej organizacji z twórcami ludowymi uprawiającymi dyscypliny plastyczne. Dowodzi to, z jakim trudem przebijano się uznanie dyscyplin plastycznych za twórczość (rzeźba, tkactwo, kowalstwo artystyczne, tzw. plastyka obrzędowa itp.), a osoby zajmujące się nimi za artystów (Weremczuk 1989: 198).

Warunkiem ówczesnych władz było to, aby w grupie założycielskiej znalazły się osoby spoza kręgu twórców – działacze społeczno-kulturalni. To oni mieli ponosić „współodpowiedzialność, w znaczeniu kulturowym i ogólnospołecznym, za nową organizację” (Weremczuk 1989: 198). Oni też stworzyli podstawy powstałej rok później Rady Naukowej. Rada Naukowa wspólnie z Zarządem Głównym podjęła współpracę z władzami i zabiegała o mecenat państwa nad rozwojem i utrzymaniem organizacji. Zapewnienie finansowania było sprawą najważniejszą. W związku z tym przygotowano szereg ustaw, uchwał i aktów prawnych regulujących status twórcy ludowego i rolę stowarzyszenia w polityce kulturalnej kraju. W 1974 r. STL zostało objęte merytorycznym i finansowym patronatem Ministerstwa Kultury i Sztuki. Twórcy uzyskali ogromne przywileje; zwolniono ich z formalności związanych z wykonywaniem rzemiosła, uzyskali prawo do wsparcia z Funduszu Rozwoju Twórczości Ludowej i Artystycznej przy „Cepelii”, o czym wspominają J. Adamowski i K. Kraczoń:

W tej sprawie w 1972 roku podpisano specjalną umowę z „Cepelią”, na podstawie której z tego funduszu mogli korzystać członkowie STL bez względu na to, czy są współpracownikami „Cepelii” czy też nie. Umowa gwarantująca stypendia twórcze, subsydia i zapomogi, dotacje i pożyczki, miała ogromny wpływ na poprawę sytuacji materialnej pokaźnej liczby twórców (Adamowski, Kraczoń 2011: 15).

Rada Naukowa zajmowała się także ochroną praw autorskich, emeryturami, wprowadzaniem do programu szkół zagadnień z dziedziny kultury ludowej. Miała wynikające ze statutu prawo decydowania o przyjęciu do stowarzyszenia; członkiem zwyczajnym (rzeczywistym) stowarzyszenia może zostać osoba tworząca, z kręgu społeczności wiejskiej, jeżeli o autentyzmie jej twórczości orzeknie Rada Naukowa.

Pierwszym przewodniczącym Rady Naukowej został prof. dr Roman Reinfuss. Bardzo oddany i zaangażowany w sprawy twórców, nieustannie przypominał także o powinnościach, obowiązkach statutowych, zwracając szczególną uwagę na poziom artystyczny wykonywanych prac. Zasadniczy i nierzadko surowy w swoich ocenach, przez wiele lat kształtował u twórców świadomość bycia prawdziwym i wartościowym artystą. Podczas V Krajowego Zjazdu Twórców Ludowych w 1979 r. apelował:

Jeżeli twórczość ludowa ma mieć nadal tę rangę, twórcy potrafią się swoją twórczością wylegitymować. Z drugiej strony wpisanie do rejestru nie powinno być dożywotnie. Jeśli się okaże, że twórca obniża poziom swojej twórczości, należałoby dokonywać skreśleń z rejestru (Adamowski, Kraczoń 2011: 16).

Rada Naukowa działała w kilku sekcjach: literatury ludowej, sztuki ludowej, społeczno-programowej i utworzonej jako ostatnia – folkloru. STL u progu działalności zrzeszał 152 twórców, w tym 116 pisarzy (Niewiadomski 2008: 4).

Dzisiaj proporcje się odwróciły; stowarzyszenie liczy 1986 członków, twórców zajmujących się plastyką ludową jest 1703, 283 osoby to twórcy literatury i folkloru. Dziedzina nazwana plastyką obejmuje zarówno sztukę przedstawiającą, malarstwo, rzeźbę, jak i zdobnictwo: pisanki, wycinanki, ozdoby wnętrza, także choinkowe, ale też rękodzieło: plecionkarstwo, hafciarstwo, koronczarstwo i rzemiosło; garncarstwo, zabawkarstwo, wykonywanie instrumentów ludowych czy szycie strojów. W ciągu 50 lat Rada Naukowa nie tylko musiała się zmierzyć z kolejnymi pokoleniami kandydatów, lecz także arbitralnie decydować o autentyczności przedstawianych prac, co w ostatnich dziesięcioleciach okazało się nie lada wyzwaniem w związku z olbrzymim rozwojem technologii i możliwością korzystania z właściwie nieograniczonych zasobów wiedzy czy inspiracji. Różne problemy stowarzyszenia rozwiązywano w diametralnie różnych okolicznościach: od gospodarki sterowanej centralnie do realiów wolnego rynku, od kłopotów z przysłowiowym brakiem papieru na wycinanki do wszelkiej obfitości i dostępności surowca, od oceny twórczości skromnych, często zahukanych, niepewnych wartości swoich dzieł ludzi do świadomych, niemal zawodowych artystów.

Pierwszym przewodniczącym Sekcji Sztuki Ludowej został dr Kazimierz Pietkiewicz (1910–1983) – twórca wielkiego, liczącego 12 tysięcy obiektów, zbioru współczesnej sztuki ludowej, zgromadzonego w Ministerstwie Kultury i Sztuki. W kolejnych dziesięcioleciach nad wnioskami kandydatów pochylali się najwybitniejsi polscy badacze sztuki ludowej: Aleksander Jackowski, jej przewodniczący; dr Aleksander Błachowski, pełniący także, w innym czasie, funkcję przewodniczącego całej Rady Naukowej; dr Ewa Fryś-Pietraszkowa; prof. Anna Kunczyńska-Iracka; prof. Marian Pokropek; Bożena Golcz, zasłużony ekspert „Cepelii”; Barbara Zagórna-Tężycka, znakomita znawczyni, niezwykle oddana twórcom ludowym, radca Ministerstwa Kultury i Sztuki; wybitni pracownicy muzeów: Wanda Szkulmowska, Longin Kowalczyk, Danuta Powiłańska, Sabina Dados, Wiesława Bogurat. Dziś Sekcja Plastyki Rady Naukowej

liczy 20 osób, jednak w jej posiedzeniach bierze udział grupa około dziesięcioosobowa, w stałym składzie. Są to także przeważnie pracownicy muzeów i ośrodka akademickiego w Lublinie. Pracują oni społecznie; to chyba ostatnie pokolenie „romantyków”, osób niezmiernie oddanych twórczości ludowej. Danuta Powiłańska, Sabina Dados i Longin Kowalczyk to jeszcze studenci prof. Reinfussa. Z kolei przedstawicielami młodszego pokolenia są: dwie zaangażowane muzealniczki z Torunia – Kinga Turska-Skowronek i Bożena Olszewska; Marta Romanow-Kujawa z Wielkopolski, Ewa Gilewska z Gdańska; niezwykle kompetentny, współpracujący od kilku dziesięcioleci z twórcami Wojciech Kowalczyk z Białegostoku; dr Mariola Tymochowicz z UMCS i PTL-u. Wszyscy oni pracują także z twórcami we własnych regionach i środowiskach, w jednym z 22 oddziałów stowarzyszenia. Sekretariat rady prowadziła przez wiele lat nieoceniona Bożena Głowacz, a obecnie funkcję tę pełni Katarzyna Ufniarz, która ponadto – na podstawie wygłaszanych podczas obrad opinii – tłumaczy potem odrzuconym osobom, dlaczego nie zostały przyjęte do stowarzyszenia, i zachęca je do dalszej pracy. Rada sekcji spotyka się obecnie raz do roku, by przeanalizować ok. 50–70 deklaracji. Kandydatury rozpatruje się na podstawie dokumentacji w postaci opinii wystawionych przez muzea i domy kultury, dyplomów uczestnictwa i nagród w konkursach, na przeglądach i wystawach. Najważniejsze są jednak prace. Stosunkowo najłatwiej ocenia się rękodzieło i wytwory plastyki obrzędowej. Pod uwagę brane są wówczas: jakość wykonania, umiejętność czerpania z tradycji danego regionu, układ wzorów i kompozycję barw. Niski poziom artystyczny i techniczny, brak związków z tradycją regionu w przypadku rzemiosła i rękodzieła, wyraźne naśladownictwo wzorów i technik innych regionów świadczące o nierozumieniu idei stowarzyszenia, jak też niekompletne czy nieprzekonujące dokumenty potwierdzające dorobek artystyczny kandydata, mają wpływ na decyzję negatywną. Wszystkie tego typu decyzje podejmowane są jednak po wnikliwym oglądzie, dyskusji, w sposób kolegialny.

Najdłuższe dyskusje toczą przy ocenie sztuki przedstawiającej. Już Jackowski w końcu lat 70. zwracał uwagę na „wyraźne zacieranie się granic między twórczością ludową i amatorską – zwłaszcza w malarstwie i rzeźbie” (Jackowski 1978: 164). Dzisiaj oceny dokonywane są jeszcze uważniej; bierze się pod uwagę to, czy autorzy przedstawionych prac prezentują jeszcze zasady artystycznego myślenia cechujące sztukę ludową, czy są emocjonalnie związani z kulturą chłopską, czy świadomie przejmują określoną konwencję, stylistykę, nawet strój, w jakim można zobaczyć ich na festynach i kiermaszach. To zawsze trudny problem, decyzje często opierają się na intuicji i wiedzy wynikającej z doświadczenia członków rady. Każdy z nich w życiu zawodowym poznał setki dzieł sztuki ludowej, zarówno dawnych, jak i współczesnych. Dzisiaj można przyjąć ocenę prof. Ksawerego Piwockiego. Doceniał on artystów, którzy funkcjonując po rozpadzie kultury tradycyjnej, tworzyli dzieła, które zaświadczały o bliskości „ludowego odczuwania formy i świata” (Piwocki 1963). Ta pojemna definicja odnosi się do osób tworzących współcześnie i może przyświecać decyzjom rady. Decyzjom zawsze odpowiedzialnym, gdyż dzisiaj artyści ludowi uważają, że „dzięki tej weryfikacji twórca nabywa pewną formę statusu, który nie przekłada się na rozwiązania administracyjne, ale jest prestiżowym i artystycznym potwierdzeniem wartości wykonywanej sztuki” (Majcher, Onochin 2011: 5). Zwykle akceptuje się 2/3 spośród zgłoszonych kandydatur. Czasem, gdy prace pozostają jeszcze na niskim poziomie, ale można w nich dostrzec twórczy potencjał, decyzja jest wstrzymywana, a kandydatów zachęca się do konsultacji etnograficznych, do zapoznania się ze zbiorami muzealnymi w danym regionie, do pracy nad doskonaleniem techniki. W tym kontekście można oczywiście uznać, że członkowie Rady Naukowej STL animują, współtworzą etnograficzną fikcję, co zarzucał etnografom Robotycki (2014). Można patrzeć na to i w ten sposób, ale warto też zauważyć, ile trudu animatorzy wkładają w zachowanie wzorów i technik regionalnych często jeszcze nabywanych drogą bezpośredniego przekazu. Decyzje zawsze wymagają namysłu. Niektóre kandydatury są zdecydowanie odrzucane. Selekcja jest konieczna, gdyż wysoko cenione

członkostwo w stowarzyszeniu otwiera możliwości sprzedaży prac na najbardziej prestiżowych imprezach, więc wielu amatorów, pamiątkarzy stara się uzyskać status twórcy ludowego.

Mecenat państwa w przeszłości i obecne formy pomocy twórcom ludowym

Dla każdego artysty miarą jego sztuki jest weryfikacja przez odbiorcę. Możliwe jest to podczas publicznej prezentacji prac, konfrontacji z publicznością. Za najbardziej powszechne kiedyś uważam konkursy i podsumowujące je wystawy sztuki ludowej, dzisiaj zaś – festyny, jarmarki, kiermasze. O ważnej roli konkursów należy mówić w czasie przeszłym, gdyż obecnie organizuje się ich zaledwie kilka wartych uwagi, a w latach 1970–1980 stanowiły one podstawową formę prezentacji dorobku, jak też jedną z bardziej znaczących (nagrody i zakupy do zbiorów muzealnych) form mecenatu państwa (w latach 1974–1978 zorganizowano ponad 200 konkursów). Ocena konkursów zawsze podlegała dyskusji. Jackowski w 1978 r. pisał:

Konkursy na sztukę ludową mają charakter szczególny. Nigdy celem nie jest wyłonienie najlepszego twórcy lub dzieła. Element rywalizacji podporządkowany jest w nich celom szerszym, związanym z opieką nad ludową twórczością. Konkursy są bowiem jednym z ważnych instrumentów naszej polityki kulturalnej. Pełnią też one w okresie rozpadu dawnej kultury chłopskiej rolę, którą uprzednio odgrywała opinia środowiska. Łatwość sprzedaży prac, nawet jawnie nieudanych, obfitość wszelkich kiermaszów, „Cepeliad” i festiwali wpływa negatywnie na poziom współczesnej twórczości ludowej (Jackowski 1978: 161).

Jednymi z najlepiej przygotowanych były konkursy współczesnej karpackiej rzeźby ludowej organizowane przez Antoniego Kroha (Kroh 2014). Później,

w latach 90., dr Aleksander Błachowski zorganizował ważny, dobrze oceniany konkurs „Ziemia bliska sercu”. W III RP następuje zanik tej formy popularyzacji i mecenatu nad twórczością ludową.

Festyny organizowane w drugiej połowie XX w., „Cepeliady”, „Jarmarki płoćkie” były imprezami masowymi. Ze względu na rozmach, a jednocześnie na ogromne zainteresowanie odbiorców organizatorzy musieli zapewnić odpowiednią liczbę artystów. Rodziło to niebezpieczeństwo udziału, a tym samym nadania statusu twórcy ludowego wielu amatorom, wytwórcom pamiątek czy kiczu. Musiało być to zjawisko powszechne, gdyż niejednokrotnie pisał o tym Jackowski:

Obraz sytuacji rzeczywistej należałoby więc skorygować, biorąc pod uwagę zarówno kontynuatorów dawnych tradycji pracujących dla siebie i własnego środowiska, jak też liczną grupę, chyba dominującą, ludzi wyrabiających przedmioty dekoracyjne w duchu obecnie panujących mód, te przeróżne szkaradzieństwa ze słomy, lakierowanego drewna, gąbki czy plastiku (Jackowski 1979b: 189).

Obecnie obserwujemy podobne sytuacje. Twórcy sami próbują rozwiązać te problemy i przyznają sobie certyfikaty, które wystawiane przy ich targowych stoiskach, mają stanowić gwarancję wysokiego poziomu artystycznego oraz związku z tradycją. Ma to znaczenie wtedy, gdy określenie „ludowy” przyciąga klientów. Współcześnie organizuje się mnóstwo imprez, w których przymiotnik „ludowy” ma zapewnić publiczność o rodzimości, autentyczności, naturalności i wysokim poziomie prac. Najlepiej przygotowane, nadzorowane przez STL targi sztuki ludowej towarzyszące Festiwalowi Kapel i Śpiewaków Ludowych w Kazimierzu czy Jarmark Jagielloński – największy tego typu w Polsce, a także imprezy organizowane przez instytucje godne zaufania, głównie muzea, przyciągają dzisiaj tłumy klientów.

Obecnie często zarzuca się Stowarzyszeniu Twórców Ludowych, że jest skostniałe, że broni swoich przywilejów, co przypomina działalność korporacji zawodowych, że reanimuje coś, co dawno umarło. Twórcy są tego świadomi:

My nie jesteśmy od innowacji i silenia się na nowoczesność, naszym obowiązkiem jest ochrona i popularyzacja tradycyjnych wartości w sposób, jaki uważamy za najbardziej skuteczny. Nasz mandat do sprawowania takiej działalności otrzymaliśmy od kilku tysięcy zweryfikowanych pod kątem etnograficznym twórców ludowych, mistrzów swoich dziedzin twórczych (Majcher, Onochin 2015: 6).

Stowarzyszenie jest obecnie jedną z wielu organizacji pozarządowych, co ma zalety i wady. Funkcjonuje ono w gospodarce wolnorynkowej. Nieustannie przypomina o swoim istnieniu i misji. Dzisiaj zasada upowszechniana wśród twórców przez prof. Reinfussa „nic o nas bez nas” jest jak najbardziej realizowana i aktualna. Sami twórcy zaangażowali się bardziej w ochronę własnych spraw, ale jak obserwujemy, także niezmiennie cieszą się aprobatą władz. Prof. Teresa Smolińska w 2003 r., tuż przed wejściem Polski do Unii Europejskiej, gdy podsumowywała pojawiające się wówczas opinie, napisała z troską, że „środowiska wiejskie przedstawiane są jako ta część społeczeństwa polskiego, która hamuje procesy transformacji europejskiej, a tradycjonalizm w tym kontekście ma wymiar jedynie negatywny, zachowawczy, statyczny, utrudniający zjednoczenie” (Smolińska 2003: 14). Jak obserwujemy od 15 lat, tak się nie stało, twórcy ludowi znakomicie wykorzystali możliwości i są obecnie jedną z bardziej znaczących wizytówek Polski. Sami także zyskali nowe możliwości prezentacji swojej twórczości. Dzisiaj jest ona, zgodnie z prognozą Józefa Szczepańskiego, „ważnym czynnikiem w utrzymywaniu tożsamości Polaków” (Smolińska 2003: 17). Obserwujemy to na stadionach, estradach czy w polityce. Gdy kolejne formacje partyjne nadmieniają o szacunku dla tradycji, znowu twórcy ludowi mają nie najgorszy czas. Politycy czują się pewniej, ale i atrakcyjniej

wśród ludzi w barwnych strojach, którzy wydają się przybywać „ze wsi spokojnej, wsi wesołej”, którzy grają, tańczą, wywołują sielski nastrój. To atrakcyjny obraz i wielu artystów potrafi go wykorzystać. Są jednak i tacy, którzy nie umieją sprostać nowej rzeczywistości; upomnieć się o należne im uznanie, napisać odpowiedniego projektu o dofinansowanie twórczości.

Programy stypendialne czy dofinansowanie projektów to dziś jedna z ważniejszych form realizowania mecenatu państwa. W ministerstwach opracowano system programów dedykowany twórcom ludowym i instytucjom wspierającym tę sferę kultury. Podobne działania podejmują także samorządy różnych szczebli. Najważniejsze ze wspomnianych projektów to program „Mistrz tradycji” i stypendia twórcze Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Od blisko 10 lat w ramach stypendiów z budżetu ministra tego resortu przydzielane są środki w dziedzinie twórczości ludowej. Na potrzeby tego programu rozszerzono nawet znaczenie tytułowego pojęcia. Oprócz artystów ludowych program jest kierowany do przedstawicieli różnych dziedzin i zawodów, jak animator kultury, organizator, edukator. Są one godne uznania, ale nie mieszczą się w zakresie pojęcia „twórczość ludowa”. W efekcie doszło do pewnego zamętu. Wśród aplikujących coraz więcej jest popularyzatorów, dokumentalistów, etnografów, muzykologów, naukowców czy artystów z akademickim wykształceniem, którzy zgłosili się do programu, bo albo wykorzystują tradycyjne techniki, albo prowadzą prace badawcze, albo piszą monografie czy pobierają nauki u wiejskich muzykantów i rzemieślników, słowem – wykorzystują treści stworzone właśnie przez tych, którzy są żywymi źródłami wiedzy o tradycji ludowej regionów. Ci zaś nie mogą przebrnąć przez trudności związane z aplikacją, przez co zajmują gorszą pozycję niż osoby wtórnie korzystające z ich sztuki. Prowadzi to czasem do sytuacji, że muzyk profesjonalny może napisać projekt stypendium zakładający skomponowanie np. koncertu inspirowanego muzyką ludową. Mógłby ten projekt zrealizować np. w Instytucie Muzyki i Tańca, ale uznaje, że na tle nieuczonych twórców ma większe szanse. A twórca ludowy nie może zgłaszać się do innych programów. I nadal jest

niesymetrycznie. Nie można więc dziwić się stowarzyszeniu, że tak walczy o przywileje twórców ludowych. To zapewne będzie jedno z haseł głoszonych na tegorocznych obchodach jubileuszowych.

Podsumowanie

Czego można życzyć tak szacownemu jubilatowi, który przetrwał kilka poważnych zakrętów najnowszej historii i pozostaje w niezłej kondycji? Utrzymania tej wyjątkowości, która odróżnia go od tysięcy stowarzyszeń kulturalnych i która polega na konsekwentnej pracy nad zachowaniem materialnego i niematerialnego dziedzictwa polskiej kultury ludowej. Umiejętności stałego podtrzymywania życzliwości władz i troski o wszystkich jego członków, zarówno tych biegłych w korzystaniu ze zdobyczy technicznych, jak i żyjących skromnie na uboczu swoich społeczności.

Bibliografia:

Adamowski J., Kraczoń K. (2011). *Co Stowarzyszenie Twórców Ludowych zawdzięcza Profesorowi Romanowi Reinfussowi*. „Twórczość Ludowa”, nr 26 (1–4), s. 14–16.

Jackowski A. (1978). *Konkursy*. „Sztuka Polska Ludowa”, nr 32 (3–4), s. 161–180.

Jackowski A. (1979a). *Marian Pokropek, Atlas sztuki ludowej i folkloru w Polsce. Recenzja*. „Polska Sztuka Ludowa”, nr 33 (2), s. 116–121.

Jackowski A. (1979b). *Marian Pokropek, Jarmark płocki*. „Polska Sztuka Ludowa”, nr 33 (3), s. 188–189.

Jackowski A. (1980). *Pojęcie twórcy ludowego*. „Lud”, nr 63, s. 5–24.

Kroh A. (2014). *Wesołego Alleluja Polsko Ludowa*. Warszawa: Iskry.

Majcher W., Onochin P. (2015). *Współczesna rola Stowarzyszenia Twórców Ludowych w ochronie tradycyjnej kultury ludowej – wartości – wyzwania – zagrożenia*. „Twórczość Ludowa”, nr 30 (3–4), s. 5–7.

Niewiadomski D. (2008). *Stowarzyszenie Twórców Ludowych 1968–2008*. Lublin: Stowarzyszenie Twórców Ludowych Lublin.

Piwocki K (1963). *75 lat Muzeum Etnograficznego w Warszawie. Wystawa jubileuszowa*. Warszawa: Muzeum Kultury i Sztuki Ludowej w Warszawie.

Robotycki Cz. (2014). *Współczesna plastyka ludowa jako konwencja*. W: Fatyga B., Michalski R. (red.). *Kultura ludowa. Teorie, praktyki, polityki*. Warszawa: Instytut Stosowanych Nauk Społecznych.

Smolińska T. (2003). *Wzajemne relacje między twórcami i badaczami kultury ludowej*. „Twórczość Ludowa”, nr 18 (4), s. 14–17.

Weremczuk S. (1986). *Stowarzyszenie Twórców Ludowych 1968–1986*. „Akcent. Literatura i sztuka”, nr 7 (4), s. 196–201.

Źródła internetowe:

[1] Kasprzyk D. (brak daty). *Artysta ludowy i kilka kontekstów współczesności*. http://tlzr.muzeum-radom.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=69 [dostęp: 21.08.2018].

[2] <http://zgstl.pl/wp-content/uploads/2016/02/Statut-STL.pdf> [dostęp: 17.08.2018].



Targi sztuki ludowej towarzyszące 49 Festiwalowi Kapel i Śpiewaków
Ludowych, Kazimierz Dolny, 2015 r., fot. A. Mironiuk Nikolska



Targi sztuki ludowej towarzyszące 49 Festiwalowi Kapel i Śpiewaków
Ludowych, Kazimierz Dolny, 2015 r., fot. A. Mironiuk Nikolska



Targi sztuki ludowej towarzyszące 49 Festiwalowi Kapel i Śpiewaków
Ludowych, Kazimierz Dolny, 2015 r., fot. A. Mironiuk Nikolska



Targi sztuki ludowej towarzyszące 49 Festiwalowi Kapel i Śpiewaków
Ludowych, Kazimierz Dolny, 2015 r., fot. A. Mironiuk Nikolska



Jarmark Jagielloński, Lublin, 2015 r., fot. A. Mironiuk Nikolska



Jarmark Jagielloński, Lublin, 2015 r., fot. A. Mironiuk Nikolska

**Folk feel of the form and the world: The Association of Folk Artists
from the perspective of the animator**

The word „animator” included in the title indicates the dilemma and the attempt to identify the whole of events in which the author has participated for 30 years via observation of activity of the Association of Folk Artists (STL). She takes on the following two perspectives: on the one hand as the ethnographer and documentary filmmaker, and simultaneously as the person directly involved in the activities as a branch manager of the Association and for nearly ten years as member of the The Folk Art section of the Scientific Council. The Association, which celebrates its 50th anniversary this year, has played a significant role in defining and maintaining the concept of a „contemporary folk artist”. Although it is Cepelia which should be mentioned as the earliest, as even in the first years after the end of World War II their cooperatives associated most of the artists, then called artisans or homeworkers, yet the 1968-born STL for years has become the key organization which brought together all creators who considered themselves descendants of the folk traditions. From the very beginning, outstanding ethnologists have stood guard over the conformity with tradition by working in the scientific council where they verified applications and offered advice. While in the first decades it was done without conflict, as members of the Association remembered the “end of folk culture”, today this task seems more difficult. Currently, being a „folk creator” is a deliberate convention choice, which resembles a profession, entrepreneurship. However, there is something which determines the state of belonging to this group - the „folk feel of the form and the world”, as writes Prof. Ksawery Piwocki - or something else. This text is an attempt to answer the question how STL undertakes this key issue today.



Michalina Janaszak
Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Muzeum – Zamek Górków w Szamotułach

Hafty szamotulskie w twórczości Stanisława Zgaińskiego jako przykład utrwalania i artystycznego przetwarzania motywów ludowych

Wprowadzenie

Stanisław Zgaiński (1907–1944) to artysta, nauczyciel i społecznik związany z Ziemią Szamotulską. Jego artystyczną działalność, przypadającą na lata 20. i 30. XX w., przerwała II wojna światowa. Jako twórca Zgaiński preferował technikę graficzną, szczególnie drzeworyt. Był znanym autorem exlibrisów, pozostawił po sobie także wiele rysunków oraz prace malarskie. Z zawodu nauczyciel, aktywnie angażował się w życie społeczno-kulturalne regionu, działając m.in. w klubie artystyczno-literackim „Wietrzne Pióro”. Interesował się historią i folklorem, co znalazło odzwierciedlenie w jego twórczości. Inspirowało go piękno Ziemi Szamotulskiej, strój ludowy, miejscowe obrzędy i zwyczaje oraz muzyka. Uczestniczył w pracach zmierzających do wystawienia widowiska scenicznego *Wesele szamotulskie*, przygotowując opracowanie muzyczne.

W ramach zainteresowania folklorem Stanisław Zgaiński podjął próbę utrwalenia i artystycznego opracowania wzorów haftów szamotulskich, stanowiących charakterystyczny element miejscowych strojów ludowych. W artykule skupię się na tym właśnie aspekcie twórczości artysty, którą przeanalizuję we współczesnej perspektywie działań związanych z ochroną niematerialnego dziedzictwa kulturowego (utrwalanie), a także jako interesujący przykład wykorzystania motywów ludowych w działalności artystycznej (przetwarzanie).

Stanisław Zgaiński

Stanisław Zgaiński urodził się w 1907 r. w Kruszewie pod Czarnkowem, jako syn Jana i Walentyny z domu Krzywańskiej. Po ukończeniu seminarium nauczycielskiego i zdaniu – w 1926 r. – egzaminu kwalifikacyjnego uczył (m.in. geografii, muzyki i rysunku) w szkołach powszechnych; początkowo w Kaźmierzu, a później w Szamotułach (Wajdeman-Waszyńska 2015: 8). W końcu lat 30. przeprowadził się z rodziną do Wronek, ale nadal pracował w Szamotułach. Zmobilizowany w 1939 r., wziął udział w kampanii wrześniowej, po czym trafił do niewoli. Po powrocie włączył się w działalność konspiracyjną; był komendantem AK. Aresztowany w 1944 r., torturowany, trafił do obozu koncentracyjnego Gross-Rosen, gdzie pracował w kamieniołomach. Zmarł 14 października 1944 r. (Krygier 2001). Symboliczny grób Stanisława Zgaińskiego znajduje się we Wronkach. Jego imieniem nazwano jeden z miejskich skwerów, na którym umieszczono poświęconą artyście tablicę. Upamiętniono go także w Szamotułach – na budynku stanowiącym siedzibę Szkoły Podstawowej im. Stanisława Staszica, gdzie pracował jako nauczyciel, znajduje się poświęcona mu tablica, w mieście istnieje także ulica Stanisława Zgaińskiego. Wiedzę o życiu i działalności twórcy propagują m.in. związane z Ziemią Szamotulską instytucje kultury oraz lokalne organizacje i stowarzyszenia.

W sferze artystycznej Stanisław Zgaiński pozostawał samoukiem. Uzdolniony plastycznie i muzycznie, od wczesnej młodości rozwijał talent, uwieczniając krajobrazy, zabytki, stroje ludowe, szkicując portrety i karykatury. Z czasem ulubioną techniką graficzną twórcy stał się drzeworyt. W latach międzywojennych należał do artystyczno-inteligenckiego środowiska Ziemi Szamotulskiej. Był członkiem klubu artystyczno-literackiego „Wietrzne Pióro”. Interesowała go kultura i historia Ziemi Szamotulskiej, z tego też źródła czerpał inspirację artystyczną. Według dobrze go znającego, obracającego się w podobnych kręgach Władysława Frąckowiaka:

Jako artysta był Zgaiński talentem samorodnym, ciekawym, jako objaw kształtowania się samowiedzy twórczej opartej na sztuce ludowej, której był miłośnikiem i znawcą niepoślednim. Na sztuce ludowej uczył się i kształtował swą estetykę, którą cechowała prostota kompozycji, oszczędność efektów, zwięzłość i siła wyrazu (Frąckowiak 1957: 163).

Fascynacja folklorem zaowocowała zaangażowaniem w organizację widowiska scenicznego *Wesele szamotulskie* – Zgaiński był autorem opracowania muzycznego. Znalazła ona także odzwierciedlenie w jego pracach plastycznych. Analizując twórczość Zgaińskiego, szczególnie prace powstałe w ulubionej technice drzeworytniczej, można wyróżnić kilka obszarów zainteresowań tematycznych artysty. Były to: religia, obiekty architektoniczne i krajobrazy oraz tzw. studia nad folklorem (Frąckowiak 1957: 161–163; Wajdeman-Waszyńska 2015: 26–27).

Ochrona niematerialnego dziedzictwa kulturowego Ziemi Szamotulskiej

Zgodnie z ratyfikowaną przez Polskę w 2011 r. Konwencją UNESCO w sprawie ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego z 2003 r. [1] termin „niematerialne dziedzictwo kulturowe” obejmuje: tradycje i przekazy ustne, sztuki widowiskowe, zwyczaje, rytuały i obrzędy świąteczne, wiedzę i praktyki dotyczące przyrody i wszechświata oraz umiejętności związane z rzemiosłem tradycyjnym, które – przekazywane z pokolenia na pokolenie – konsolidują wspólnotę, zapewniając jej ciągłość. W myśl konwencji ochrona tego dziedzictwa obejmuje jego identyfikację, dokumentację, badanie, zachowanie, zabezpieczenie, a także promowanie, wzmacnianie i przekazywanie, związane z edukacją i rewitalizacją. Na terenie Ziemi Szamotulskiej pierwsze działania, które współcześnie mogłyby zostać uznane za zmierzające do ochrony niematerialnego dziedzictwa zgodnie z duchem wymienionego aktu, podjęte zostały kilkadziesiąt lat przed jego

powstaniem i stanowiły efekt samorządnej inicjatywy osób zainteresowanych historią i tradycjami regionu.

Szczególną uwagę należy zwrócić na widowisko *Wesele szamotulskie*, wystawione po raz pierwszy w 1932 r., a współcześnie znajdujące się w repertuarze Zespołu Folklorystycznego „Szamotuły” (Janaszak 2017: 174–179, Janaszak 2018: 28). Materiały zgromadzone w ramach przygotowań do przedsięwzięcia, dotyczące zwyczajów, strojów, muzyki weselnej, stanowią wyjątkowo cenną dokumentację. Samo widowisko, prezentowane w ciągu dziesięcioleci w różnych odsłonach, cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem publiczności, stanowiąc łącznik między przeszłością a teraźniejszością:

Wesele szamotulskie to godne szacunku dziedzictwo, przekazywane z pokolenia na pokolenie, podtrzymujące pamięć o obrzędach, i szerzej, kulturze, kultywowanej w przeszłości. To także widowisko, które pozwala z tego dziedzictwa korzystać w naszym współczesnym życiu i nadaje mu dodatkowy sens. Jest ważne nie tylko dla animatorów kultury, organizujących i instruujących zespół folklorystyczny oraz śpiewających, tańczących i muzykujących na scenie członków tego zespołu, ale także dla przygotowujących stroje i inne akcesoria sceniczne oraz podtrzymujących na duchu występujących w widowisku, którymi są często całe rodziny i kręgi znajomych (Jasiewicz 2016: 7).

Tradycje weselne z Szamotuł i okolic znajdują się obecnie na Krajowej liście niematerialnego dziedzictwa kulturowego.

W dwudziestoleciu międzywojennym lokalny folklor stanowił przedmiot zainteresowania szamotulan należących do różnego rodzaju stowarzyszeń i organizacji, jak chociażby klub artystyczno-literacki „Wietrzne Pióro”

czy Akademickie Koło Szamotulan. Ciekawił także licznych regionalistów i artystów, wśród których wymienić można, poza Stanisławem Zgaińskim, np. Mariana Schwartza (Janaszak 2018: 27–30). W przetrwaniu muzycznego dziedzictwa regionu dużą rolę odegrała działalność kapeli rodziny Orlików, która w zmienionym składzie muzykowała również w czasach powojennych.

Po II wojnie światowej promowaniem i rewitalizacją niematerialnego dziedzictwa kulturowego Ziemi Szamotulskiej zajmował się m.in. wspomniany już Zespół Folklorystyczny „Szamotuły”, obecnie funkcjonujący w ramach Szamotulskiego Ośrodka Kultury. W 1957 r. powstało Muzeum Ziemi Szamotulskiej – obecnie Muzeum-Zamek Górków w Szamotulach, a od 1993 r. istnieje muzeum we Wronkach – obecnie Muzeum Ziemi Wronieckiej, będące jednostką organizacyjną Wronieckiego Ośrodka Kultury. Obie instytucje – poza gromadzeniem i opracowywaniem zbiorów oraz prowadzeniem badań – zajmują się także działalnością edukacyjną i popularyzacją dziedzictwa kulturowego.

Hafty szamotulskie a twórczość Stanisława Zgaińskiego

Wśród inspirowanych folklorem prac plastycznych Stanisława Zgaińskiego znajdują się zarówno grafiki, jak i rysunki czy akwarele. Pojawiają się na nich m.in. postacie w szamotulskich strojach ludowych. Osobny przedmiot zainteresowania stanowiły dla artysty motywy występujące w regionalnych (szamotulskich) haftach. Mowa tu o haftach wykonywanych białymi nićmi na tiulu (il. 3, 4, 5) jako ozdoba czepków i kryz (gorsików), które zastąpiły haft snutkowy i biały haft na białym płótnie. Jednocześnie na terenie Szamotulszczyzny występował kilkukolorowy haft barwny, zdobiący chociażby podszyjniki (Glapa 1951: 41). Zgaiński utrwalił (narysował) zaobserwowane przez siebie symetryczne motywy roślinne pojawiające się w haftach na tiulu powstałych w okolicach Szamotuł. Na początku lat 50. ukazały się one w formie reprodukcji w „Atlasie Polskich Strojów

Ludowych” (Glapa 1951: 39; il. 6). Wzory te po dziś dzień funkcjonują w świadomości szamotulan. Są wykorzystywane i przetwarzane przy okazji działań promujących miejscowy folklor, pojawiają się też w różnego rodzaju publikacjach.

W tym miejscu warto wspomnieć o inicjatywie podjętej przez Szamotulski Ośrodek Kultury, polegającej na organizacji dorocznych „Konkursów na haft i koronkę”. Ich ideą jest – zgodnie z zapisem w regulaminie – „pobudzenie inwencji twórczej, utrzymanie wysokiego poziomu artystycznego”, a także, co szczególnie ważne w kontekście moich rozważań, „zachowanie tradycyjnych wzorów i motywów charakterystycznych dla ziemi szamotulskiej, koronki i haftu”. Organizatorzy zachęcają do zgłaszania w konkursie zarówno czepków i kryz, jak i serwet, firanek czy pościeli. Osobną kategorię stanowi moda współczesna inspirowana folklorem: sukienki, bluzki, kapelusze, torebki, rękawiczki, biżuteria. Motywy ludowe w pracach tego typu występują zwykle w mocno przetworzonej formie, a podejście do „zdobniczego kanonu” jest często dużo swobodniejsze niż w wypadku poprzedniej kategorii. Podczas wernisaży wystaw pokonkursowych wspominana jest postać Stanisława Zgaińskiego, a stworzony przez niego „wzornik” stanowi pomoc i inspirację dla uczestników konkursu. W ten sposób ludowe elementy utrwalone na podstawie obserwacji „w terenie” stały się materiałem służącym do odtworzenia tego folkloru, choć w tym wypadku należałoby mówić raczej o folkloryzmie (Burszta 1987: 131–132). Jednocześnie w wyniku przetwarzania i uwspółcześniania dawnych wzorców powstają np. elementy ubioru o charakterze użytkowym. Są one projektowane i wykonywane z myślą o współczesnym odbiorcy i nawiązują do trendów aktualnie obowiązujących w modzie, jednak ich twórcy czerpią inspirację z zasobów rodzimego folkloru, co sytuuje wspomniane wyroby w nurcie etnodizajnu. Hafty szamotulskie można oglądać także w pracach Zgaińskiego prezentujących szamotulan w strojach regionalnych. Szczególnym przykładem tego rodzaju jest drzeworyt *Szamotulanka* (fot. 9),

przedstawiający popiersie kobiety w tiulowym czepku, którego wiązadła zdobią hafty o motywach kwiatowych. Zdobienia tego typu – ukazane schematycznie – widoczne są także na portrecie dziewczynki w czepku (il. 10). Twórczość Stanisława Zgaińskiego nie została jak dotąd gruntownie opracowana, z czego wynikają trudności w ustaleniu liczby stworzonych przez niego prac i w ich inwentaryzacji. Pomimo przedwczesnej śmierci artysta pozostawił stosunkowo bogatą spuściznę. Jego prace znajdują się m.in. w zbiorach Muzeum – Zamku Górków w Szamotułach oraz w Muzeum Ziemi Wronieckiej.

Podsumowanie

Szamotulski folklor stanowił, i stanowi nadal, źródło inspiracji dla wielu artystów, którzy nie poprzestali na jego dokumentowaniu i czerpiąc z rodzimego wzornictwa, tworzyli i tworzą oryginalne dzieła. Dzięki twórczym poszukiwaniom możliwe staje się nadawanie nowych znaczeń „tradycyjnym” elementom, które tym samym pozostają żywe i obecne we współczesnym świecie. Działania tego typu służą zachowaniu i ochronie, a także promocji niematerialnego dziedzictwa kulturowego. Rozpatrywana pod tym względem działalność artystyczna Stanisława Zgaińskiego – w tym szczególnie istotne w kontekście moich rozważań utrwalenie motywów haftów szamotulskich – ma wyjątkowe znaczenie; z dzisiejszej perspektywy okazuje się bowiem niezwykle istotna dla zachowania elementów lokalnego dziedzictwa, a pośrednio także konsolidacji i podtrzymywania samoświadomości mieszkańców regionu. Godne podkreślenia wydaje się to, że w czasach, kiedy nie istniały jeszcze prawne regulacje dotyczące ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego, wiele osób – w tym Zgaiński – podejmowało wysiłki zmierzające do udokumentowania, zachowania, a nawet promocji ludowych akcentów. Działania te nie pozostały daremne i doczekały się kontynuacji w czasach nam współczesnych.

Bibliografia

Burszta J. (1987). *Folkloryzm*. W: Staszczak Z. (red.). *Słownik etnologiczny: terminy ogólne*. Warszawa–Poznań: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, s. 131–132.

Frąckowiak W. (1957). *Stanisław Zgaiński*. W: Krygier R. (red.). *Kalendarz Ziemi Szamotulskiej 1958*. Szamotuły: Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, s. 161–163.

Głapa A. (1951). *Strój szamotulski*. „Atlas Polskich Strojów Ludowych”. Lublin: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze.

Janaszak M. (2017). *Kultura ludowa w przestrzeni edukacyjnej na przykładzie działalności Muzeum-Zamek Górków w Szamotulach oraz Szamotulskiego Ośrodka Kultury*. W: Suświłło M., Kurkowski C. (red.). *Regionalizm w edukacji – od dziecka do nauczyciela*. Humans – Art – Education, tom IV. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, s. 169–180.

Janaszak M. (2018). *Marian Schwartz – artysta i miłośnik folkloru*. „Przegląd Wielkopolski. Kultura. Historia. Ekorozwój”, nr 1 (119), s. 27–30.

Jasiewicz Z. (2016). W: Sierpiński M. (red.). *Wesele szamotulskie*. Szamotuły: Szamotulski Ośrodek Kultury Instytucja Kultury, s. 7–9.

Krygier R. (2001). *Ich ślad na Ziemi Szamotulskiej*. Szamotuły: Drukomp.

Regulamin „Konkursu na haft i koronkę” organizowanego przez Szamotulski Ośrodek Kultury.

Wajdeman-Waszyńska D. (2015). *Stanisław Zgaiński*. W: Wajdeman-Waszyńska D., Pojasek P. (red.). *Stanisław Zgaiński – artysta, nauczyciel, żołnierz*. „Zeszyty Muzeum Ziemi Wronieckiej”, 1 (1).

Źródła internetowe:

[1] http://www.unesco.pl/fileadmin/user_upload/pdf/Konwencja_o_ochronie_dz_niemater_2003.pdf [dostęp: 08.07.2018].



il. 1. Stanisław Zgaiński, reprodukcja z zasobów archiwalnych
Muzeum-Zamek Górków w Szamotułach



il. 2. Członkowie „Wietrznego Pióra” oraz Akademickiego Koła Szamotulan.
W dolnym rzędzie pierwszy z lewej S. Zgaiński,
reprodukcja z zasobów archiwalnych Muzeum-Zamek Górków w Szamotułach



il. 3. Hafty na tiulu, wiazadła czepka, nr inw. MZG E29, ze zbiorów Muzeum-Zamek Górków w Szamotułach, fot. Muzeum-Zamek Górków w Szamotułach



il. 4. Hafty na tiulu, wiązadła czepka, nr inw. MZG E1351, ze zbiorów Muzeum-Zamek Górków w Szamotułach, fot. Muzeum-Zamek Górków w Szamotułach



il. 5. Haftowane wiązadła czepka,
zbiory prywatne autorki, fot. M. Janaszak



il. 6. Motywy haftowane na tiulu w okolicach Szamotuł – według S.
Zgaińskiego. Źródło: Glapa A. (1951). *Strój szamotulski*. „Atlas Polskich
Strojów Ludowych”. Lublin: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze



il. 7. Okładka zaproszenia na VI edycję „Konkursu na haft i koronkę”, Szamotulski Ośrodek Kultury



il. 8. Nagrody w „Konkursie na haft i koronkę”. Na piernikach wzór haftu według S. Zgaińskiego, Szamotulski Ośrodek Kultury



il. 9. Stanisław Zgaiński, *Szamotulanka*, drzeworyt, nr inw. MZG A101, ze zbiorów Muzeum-Zamek Górków w Szamotułach



il. 10. Stanisław Zgaiński, *Portret dziewczynki w czepku*, rysunek, nr inw. MZG A161, ze zbiorów Muzeum-Zamek Górków w Szamotułach

**Embroidery of Szamotuły region in the works of Stanisław Zgaiński
as an example of the recording and artistic processing of folk themes**

Stanisław Zgaiński (1907-1944) – artist, teacher and social activist, associated with the Szamotuły region. His artistic activity in the 20-30's of the 20th century was interrupted by World War II. As a creator, he preferred graphic techniques, especially woodcuts. He was a well-known exlibris creator, who also produced a number of drawings and painted works. A teacher by profession, he was actively involved in socio-cultural life of the region, among others in the artistic and literary club „Wietrzne Pióro”. He was interested in history and folklore, which is reflected in his work. He was heavily inspired by the beauty of the Szamotuły region: the folk costume, local customs, rites and music. He participated in the efforts to stage the spectacle „Wesele szamotulskie” [„Szamotuły Wedding”] and prepared the music arrangement for it. Within his folk interest, Stanisław Zgaiński attempted to record and develop artistic designs of Szamotuły regional embroidery which constitutes a characteristic element of local folk costumes. In this text I focus on this aspect of his work, and endeavor to analyse activities related to the protection of intangible cultural heritage (recording) and also as an interesting example of the use of folk themes in art (processing) in contemporary perspective.



Kujawskie dziedzictwo. Reminiscencje rodzinnej historii i regionalnego wzornictwa

Wprowadzenie

Historia polskiego wzornictwa dowodzi, iż artyści nieprzerwanie czerpali z kultury ludowej, bez względu na uwarunkowania polityczne, społeczne, kulturowe czy ekonomiczne. Różne bywały źródła tych inspiracji. W XIX i XX w. budować miały one tożsamość narodową odradzającego się państwa i podkreślać ludowe korzenie polskiego społeczeństwa. Współcześnie nawiązywanie do rodzimego dziedzictwa koncentruje się na szukaniu już nieco innych przesłanek – zadziwienia bardziej własną lokalnością, wiejskim pochodzeniem, krajobrazem kulturowym, tym, co nas w naturalny sposób otacza, niż duchem narodowym. Ludowe inspiracje kujawskie w projektowaniu przemysłowym są dla przeciętnego odbiorcy mniej czytelne niż regionalne wzory z Podhala, Łowickiego czy Kaszub. Nie oznacza to jednak, iż nie występują one w historii polskiego wzornictwa.

Celem artykułu jest przybliżenie kujawskiego dziedzictwa kultury ludowej, które w latach 50. XX w. stało się inspiracją dla profesjonalnych artystów. Bez wątpienia wiązało się to z funkcjonowaniem rozbudowanego systemu opieki nad twórczością ludową. Rolę nie do przecenienia odegrały tu muzea etnograficzne, konkursy twórczości ludowej, a także włocławska Cepelia, która odcisnęła piętno na lokalnej historii. Przybliżę dzieje włocławskiego fajansu, który czerpał z bogactwa ludowych wzorów Kujaw. Opowiem o tym, jak powstawały wzory oraz w jaki sposób przenoszono i przetwarzano ludowe ornamenty na fajansowe zastawy. Nieco mniej znanymi zagadnieniami są tradycja sypania piaskiem i tradycja kujawskich malowań, które współcześnie mogą być równie atrakcyjne dla projektantów.

Wszak wzornictwo kujawskie to nie tylko ornamenty hafciarskie. Omówienie tego wzornictwa wzbogacę reminiscencjami rodzinnej historii.

Druga połowa XIX w. to na Kujawach rozkwit kultury ludowej (a co za tym idzie, również estetyki), który był bezpośrednią konsekwencją, wzrastającej po uwłaszczeniu, zamożności mieszkańców regionu. W okresie powojennym istniały tu nadal liczne przejawy kultury ludowej o regionalnym charakterze. Współczesne Kujawy również zachowały wiele tradycyjnych elementów kultury ludowej. Na szczególną uwagę zasługuje jednak niezwykle silna świadomość odrębności grupowej, obserwowana wciąż wśród mieszkańców regionu. Elementami ludowymi niemal naturalnie kojarzonymi z regionem kujawskim są oczywiście fajans i kujawski haft ludowy. To właśnie te wzory kojarzą się z lokalnością i ludowością.

Fajans włocławski – eksperymenty w projektowaniu przemysłowym

Bardzo ciekawym zagadnieniem, a zarazem przykładem związku przemysłu i ludowości, jest włocławski fajans (Słomska 2006: 139–150). Przez lata stał się on symbolem, niemal powszechnie kojarzonym z miastem i z regionem Kujaw. Dawniej ręcznie malowane wyroby fajansowe używane były stosunkowo rzadko, pełniły bowiem głównie funkcje dekoracyjne w wiejskich czy małomiasteczkowych wnętrzach na terenie niemal całej Polski, co tak opisuje Romualda Hankowska:

Wprawdzie na ludowych sprzętach oraz na fajansie nie występują identyczne motywy, mimo to jednak w samym układzie, kolorystyce i charakterze dekoracji wyczuwa się jej ludowy charakter. Trudno się temu dziwić, skoro i meble, i ceramika były przeznaczone dla tego samego odbiorcy i umieszczone w tym samym wnętrzu (Hankowska 1991: 65).

Okres powojenny to rozkwit fajansu – upaństwowionych i połączonych w jedno przedsiębiorstwo przedwojennych włocławskich fabryk. Kolorowe fajansy stały się w tym czasie cennym towarem eksportowym i kolekcjonerskim. Popularne „włocławki” bywały wręcz niekiedy swoistą walutą – łąpczywie pożądaną łapówką. Malowane talerze w niebieskie, brązowe bądź wielokolorowe kwiaty funkcjonowały w każdym peerelowskim domu, zdobiąc w charakterystyczny sposób ściany niemal wszystkich polskich kuchni.

Niezwykłe dynamiczny w rozwoju produkcji ceramicznej był okres powojenny. W 1952 r. powstaje w ramach przedsiębiorstwa Ośrodek Wzorujący, którego prace zaowocowały ciekawymi rozwiązaniami. Kierownikiem ośrodka został Władysław Bortnowski, a pracowali w nim następujący artyści: plastyk Elżbieta Piwek-Białoborska, grafik Jan Sowiński oraz rzeźbiarz Wit Płazewski. Głównym celem ośrodka było projektowanie nowych form i dekoracji, ale też nadzór nad poziomem artystycznym całej produkcji oraz nad jakością zdobnictwa i jego związkami z ludową tradycją (Hankowska 1991: 147). Istotną formą rozwoju fajansu stały się również konkursy, tzw. Biennale Fajansu Włocławskiego zorganizowane przez włocławskie muzeum pod patronatem Ministerstwa Kultury i Sztuki (Bandziak-Kwiatkowska 2013: 7).

Pierwszy okres działania fabryki po 1945 r. miał na celu głównie zaspokojenie braków towarowych na rynku. Tradycję ręcznego malowania wzorów podtrzymywano na zasadzie powrotu do znanych motywów jeszcze z czasów przedwojennych i dekorowanie nimi bieżącej produkcji (Hankowska 1991: 48).

Malarnie [...] zostały wykorzystane dla przeprowadzenia doświadczeń włączenia samorodnej inwencji plastycznej robotnic do wzornictwa – poprzez formę projektanckich kolektywów. BNEP [Biuro Nadzoru Estetyki Produkcji], a później IWP [Instytut

Wzornictwa Przemysłowego] kierowały do Włocławka plastyków – celem włączania ich wysiłków do prac nad podniesieniem jakości estetycznej produkcji (Telakowska 1954: 17).

Chodziło głównie o wykorzystanie umiejętności najstarszych malarek, dobrze znających technikę powielania motywów zdobniczych, ale jednak niepróbujących nigdy samodzielnie komponować wzorów. Istniała bowiem szansa na stworzenie – przy umiejętnej współpracy plastyka i robotnic – nowych dekoracji lub na wzbogacenie starych motywów i układów kolorystycznych. Wtedy wielką rolę w rozwoju fajansu włocławskiego odegrał jeden z bardziej znanych artystów i działaczy Warsztatów Krakowskich, Antoni Buszek. Ten z wykształcenia malarz i technolog farbiarstwa stworzył w okresie międzywojennym autorską metodę pedagogiczną, opartą na założeniu, iż w każdym człowieku tkwią wrodzone zdolności plastyczne i jeśli będą odpowiednio pielęgnowane, to mogą się uaktywnić, należy jedynie do minimum ograniczyć wskazówki artystyczne i skoncentrować się na technice, a wtedy z pewnością wyzwoli się wyobraźnia. Doświadczenie zdobyte w 1913 r. podczas pracy z krakowskimi robotnicami w trakcie warsztatów malowania batików Buszek wykorzystał później w Fabryce Fajansu we Włocławku w 1949 r. Artysta głosił teorię odrodzenia sztuki i ograniczał swoją działalność jedynie do tzw. sztuki stosowanej. Sztuka ludowa miała dla niego zasadnicze znaczenie w procesie odrodzenia. Uważał ją za źródło, z którego należało czerpać ornamentykę, to stamtąd pochodzić mogły elementy czystej wyobraźni artystycznej.

Antoni Buszek, w okresach od 19 do 22 kwietnia i od 2 do 7 lipca 1949 r., został skierowany przez Biuro Instytutu Nadzoru Wzornictwa Przemysłowego do Włocławka. Miał za zadanie przeprowadzić kursy dla wybranych robotnic fabryki, polegające na „podniesieniu poziomu estetycznego produkcji przy niezmnieszonej wydajności pracy [...] oraz pobudzenie inwencji plastycznej przez zapoznanie uczestników z zasadami budowy ornamentu kompozycji i kolorystyki” (Hankowska 1991: 49).

We włocławskiej fabryce Buszek pracował z kobietami, które wcześniej nigdy nie próbowały samodzielnie tworzyć wzorów, miały jednak kompetencje techniczne (pracowały w malarni od lat 20. XX w.).

Podstawą jego współdziałania było: ośmielenie projektantek, pobudzenie ich uzdolnień, dyskretna korekta wykonywanych prac [...]. Wyniki obu kursów stanowią bardzo ciekawy dokument twórczej współpracy robotnic fabrycznych z zawodowym artystą plastykiem. [...] Buszek dzięki talentowi pedagogicznemu, wysokiej kulturze plastycznej i wyrobionemu smakowi artystycznemu, nadał pracom właściwy poziom (Telakowska 1954: 17).

Po kursach Buszka malarki pracowały również pod kierunkiem artystów Heleny i Lecha Grześkiewiczów. Co ciekawe, współpraca z plastykami o różnych osobowościach zaowocowała wyrobami fajansowymi mocno się od siebie różniącymi, ewidentnie powstałymi pod wpływem odrębnych indywidualności twórczych. Wyroby z kursów Buszka bez trudu można odróżnić od tych z kursów Grześkiewiczów, przy czym każdorazowo zachowany jest indywidualny styl poszczególnych malarek fajansu: Heleny Troszczyńskiej, Salomei Zajkowskiej, Danieli Szatkowskiej, Zofii Wałęs i Marii Chuchmały.

Helena i Lech Grześkiewiczowie współpracę z włocławską fabryką fajansu rozpoczęli od kursów przeprowadzonych kolejno w 1949, 1952 i 1953 r. Ich celem było zapoznanie malarek z trudniejszymi elementami zdobniczymi oraz zachęta do ich przetwarzania, a w konsekwencji – do wzbogacania elementów dekoracyjnych. Artyści projektowali nowe formy, a dzięki udostępnieniu pracowni fabrycznych wykonywali własne prace ceramiczne, które następnie dekorowane były pod ich nadzorem przez malarki fajansu. To właśnie w tym okresie Grześkiewiczowie zapoczątkowali produkcję wieloramiennych żyrandoli fajansowych.

Znamienną rolę w rozwoju wzornictwa kujawskiego fajansu również odegrały konkursy. Pierwsze – niewielkie, bo kilkunastoosobowe – zorganizowane zostały w 1948 i 1949 r., a ich efekty prezentowano we włocławskim muzeum. Eksponowane tam prace były efektem szkoleń przeprowadzonych przez A. Buszka i H. i L. Grześkiewiczów. Zdano sobie w tym czasie sprawę, że jeśli dziedzina fajansu ma się rozwijać, to najzdolniejszym malarkom należy zapewnić sprzyjające warunki do pracy twórczej. W trakcie konkursów wyłoniono grupę utalentowanych i kreatywnych pracownic, potrafiących samodzielnie komponować indywidualne wzory. „Malarka, podobnie jak artysta ludowy, w zastanym, tradycyjnym niejako schemacie wprowadza pewne zmiany, które świadczą o inwencji, a jednocześnie powodują ciągły rozwój tej pozornie tylko niezmiennącej się dziedziny sztuki” (Hankowska 1991: 55). Kolejne konkursy malowanego fajansu włocławskiego odbyły się w 1956 i 1958 r., już przy wsparciu Ministerstwa Kultury i Sztuki. Kierownikiem artystycznym konkursów od lat 50. XX w. była Elżbieta Piwek-Białoborska (Bandziak-Kwiatkowska 2013: 67). W latach 70. konkursy przekształcono w „Biennale Fajansu Włocławskiego”, a ich opiekunem i organizatorką wystaw została Romualda Hankowska. Nie bez znaczenia pozostaje to, iż w 1973 r. w Muzeum Ziemi Kujawskiej i Dobrzyńskiej we Włocławku utworzony został Dział Fajansu.

Malowane wnętrza izb, malowanki kujawskie i sypanie piaskiem

W 1959 r. podczas badań terenowych prowadzonych przez pracowników włocławskiego muzeum Romualda Hankowska natrafiła w jednym z domów we wsi Świątkowice na zdobione ręczną malaturą wnętrza izb. Malowidła znalezione zostały w mieszkaniu Władysławy Włodarzewskiej. Odkrycie to udowodniło, że także na Kujawach, wbrew dotychczasowym przekonaniom, istniał zwyczaj ręcznego malowania wnętrz domów przez uzdolnione kobiety. Dotąd uważano, iż zwyczaj taki jest charakterystyczny jedynie dla południowej części Polski. Najznamienszym przykładem było zdobienie ścian domów we wsi Zalipie. Dokumentację zalipiańskich

dekoracji malarskich zebrał i opisał w 1905 r. Władysław Hickl. Znano również malatury z Łowickiego i Opoczyńskiego.

Pierwszą wzmiankę o kobiecie malującej wnętrza swego domu we wsi Świątkowice nieopodal Kowala podała w 1950 r. Maria Fryczowa, zbierająca wtedy materiały do książki o kujawskim budownictwie ludowym. Badania penetracyjne muzeum we Włocławku w 1959 r. miały na celu ustalenie, czy był to pojedynczy przypadek, czy też kontynuacja lokalnej tradycji. „Okazało się, iż w Świątkowicach maluje nie tylko zauważona przez Fryczową Władysława Włodarzewska, ale także Eleonora Adamska i jej córka Genowefa” (Hankowska 1975: 172). Nie udało się wtedy odtworzyć historii dekorowania wnętrz na Kujawach, stwierdzono jedynie, iż z pewnością występowały w tym regionie malowane wnętrza. W miejscowości Żarowo osiemdziesięcioletnia Marianna Kacprzak nie tylko sama malowała wnętrza swojego domu, lecz także pamiętała, że robiły to inne kobiety. Pobielone ściany pokrywały one „packami”, dotykając powierzchni szmatkami zamoczonymi w niebieskiej farbce do bielizny. Ozdobiona w ten sposób ściana zakomponowana była w układzie symetrycznym, rytmicznie układających się oryginalnych wzorów. Inny zwyczaj polegał na malowaniu makatek na papierze, które przytwierdzano do ściany w miejscach narażonych na szybkie zabrudzenie. Muzealnicy z Włocławka szybko zorientowali się, że w Świątkowicach, oprócz najstarszych Włodarzewskiej i jej bratowej Adamskiej, zdobi wnętrza swojego nowo powstałego domu również młodsza od nich Maria Żołnowska – moja babcia.

Wkrótce okazało się, iż wszystkie wymienione kobiety znają i praktykują tradycję sypania wzorów piaskiem. Sztuka ta polegała na sypaniu wzorów drobnym, czystym, suchym i żółtym piaskiem na glinianych polepach izb i na podwórkach, najczęściej z okazji świąt, niedziel czy wizyt gości. Były to w większości wzory roślinne i geometryczne sypane wprost z otwartej dłoni, rzadziej z kubeczka z dziurką bądź lejka. Zwyczaj sypania piaskiem w latach 50. XX w. powoli już zanikał w związku z upowszechnieniem się drewnia-

nych podłóg. Była to sztuka niezwykle ulotna. Dziś podziwiać ją możemy jedynie dzięki dokumentacjom archiwalnym, najczęściej fotograficznym, dużo rzadziej filmowym. W archiwum Muzeum Etnograficznego w Toruniu zachowały się dwa unikatowe filmy, na których zarejestrowane zostały pokazy sypania piaskiem. Pierwsza rejestracja filmowa zrealizowana przez Zdzisława Zgieruna pochodzi z 1965 r. i prezentuje pokazy sypania kujawskich dywanów przed budynkiem toruńskiego muzeum (sygn. MET IF-7). Drugi film dokumentuje zaś pokazy konkursowe z początku lat 70. XX w. przed włocławskim muzeum.

Odkrycia kujawskich enklaw zdobniczych postanowiło „wykorzystać” Muzeum Ziemi Kujawskiej i Dobrzyńskiej we Włocławku i regularnie organizowało konkursy w celu utrzymania żywotnych umiejętności dekoracyjnych. Pierwszy odbył się już w 1961 r., a wzięły w nim udział wszystkie trzy malarki ze Świątkowic: Włodarzewska, Adamska i Żołnowska, a także Zofia Szmajda z Gajówki i Genowefa Nebling z Kłotna (córka Adamskiej). Kolejny konkurs malowania wewnątrz i sypania wzorów piaskiem zorganizowany został w 1968 r. i uczestniczyło w nim już 20 osób. Do mieszkanek Świątkowic dołączyły, pochodząca z tej wsi, choć mieszkająca we Włocławku, poetka Cecylia Zielińska oraz Maria Szewczykowa ze Śmiłowic, uznana hafciarka kujawska. Wzory piaskiem wysypywały w tym konkursie także kobiety ze wsi Żarowo, Rybno, Kruszyn i Boniewo. Następne konkursy odbywały się w latach 1970, 1972 i duży jubileuszowy w 1974 r. Malowane makatki na papierze budziły duże zainteresowanie odbiorcy miejskiego, cieszyły się powodzeniem na licznie organizowanych kiermaszach wyrobów ludowych w Toruniu, Włocławku i Ciechocinku.

Każda ze świątkowickich malarek była inna, miały one nie tylko różne temperamenty, lecz także łatwe do rozróżnienia artystyczne style. Najstarsza, niezwykle uzdolniona Władysława Włodarzewska (1904–1992), tworzyła rozmaite ozdoby: kwiaty i girlandy z bibuły, pająki, malowała wewnątrz i makatki na papierze, sypała piaskiem. Tradycji kujawskiego zdobnictwa

nauczyła się od matki, Marianny Adamskiej. Już jako dziewczynka malowała proste wzory packą nawiniętą na palec i maczaną w farbce. We własnym mieszkaniu w Świątkowicach dała upust swemu talentowi, z rozmachem pokrywając śmiałymi kompozycjami całe ściany. Tworzyła rozbudowane wzory, pędzel prowadziła szeroko, a jej zestawienia kolorystyczne były dynamiczne i żywiołowe jak ona sama. Cały dom Włodarzewskiej wypełniały tradycyjne wzory kwiatowe o wyrazistym, indywidualnym charakterze. Do kompozycji kwiatowych chętnie wprowadzała ona postacie zwierzęce, a czasami nawet stroje damy. Wielki talent Włodarzewskiej uwydatnił się również w malowaniu makatek na papierze.

Na pierwszą autentyczną malowaną kujawską natrafiono w 1959 r. w mieszkaniu Eleonory Adamskiej (1908–2003). Była ona wykonana na szarym papierze przy użyciu farbek akwarelowych. Wisiała w miejscu, gdzie stały miednica i wiadro z wodą, czyli narażonym na ciągłe zachlapanie. Nie mając pod ręką gotowego drukowanego papieru, autorka sama udekorowała problematyczne miejsce jedynym dostępnym wówczas rodzajem papieru, czyli szarym. Adamska, podobnie jak jej szwagierka Włodarzewska, przez lata chętnie uczestniczyła w konkursach i pokazach organizowanych przez muzea we Włocławku i Toruniu. Jej prace to delikatne kompozycje ze stylizowanych kwiatów z dużymi liśćmi, często z wicią roślinną okalającą całość obrazu. Adamska malowała bardzo delikatnie. Wykonane przez nią makatki są przejrzyste, symetrycznie zakomponowane, łodyżki zostały poprowadzone cienką linią z drobnymi listkami, a stylizowane kwiaty mają pojedyncze płatki.

Moja babcia Maria Żołnowska była najmłodszą ze świątkowickich artystek (1923–1988). Została przyłapana przez włocławskich etnografów na samodzielnym zdobieniu ścian szlaczkami. Zachęcona przez muzealników i starsze koleżanki – Włodarzewską i Adamską – zaczęła brać udział w konkursach malowania wnętrzb i sypania wzorów piaskiem, co sama również praktykowała na podstawie wspomnień z dzieciństwa. Pochodziła

bowiem z rodziny o silnych tradycjach regionalnych związanych ze zdobnictwem i muzykowaniem. Malowała kwiaty od najmłodszych lat, początkowo pod okiem swojej mamy, od której nauczyła się również sypać wzory piaskiem. I choć jej twórcze poczynania nie zawsze budziły zrozumienie otoczenia i dalszej rodziny, niestrudzenie budowała swój warsztat, a wrodzony talent rozwijała, konsekwentnie poszukując własnego stylu. Malowała wnętrza naszego domu, tworzyła makatki na papierze i z powodzeniem sypała wzory piaskiem. Kompozycje mojej babci bardzo różniły się od prac jej koleżanek. Etnografowie często określali je jako eleganckie, „renesansowe”, przemyślane czy „uczone”. Babcia zwykłymi farbami plakatowymi wyczarowywała barwne bukiety na szarym i białym kartonie. Były to kompozycje bezbłędnie zakomponowane, harmonijne pod względem kolorystycznym, przejrzyste i symetryczne. Malowane bądź sypane przez nią piaskiem bukiety wyrastały z wazonów i koszyczków. Kompozycje były bogate i gęste od kwiatów. Ulubione tonacje babci to błękity, zielenie i brązy, często rozbielane konturem. Jej talent do komponowania wzorów wykorzystywała Cepelia, dla której babcia wykonywała projekty ręcznie malowanych chust i szali.

Tradycja malowania wnętrz i papierowych makatek nie jest już obecnie na Kujawach kontynuowana. Na szczęście dzięki badaniom, wielu organizowanym w czasach PRL-u konkursom i pracy muzealników zachowały się liczne przykłady tej twórczości. Dzięki dokumentacji fotograficznej i filmowej postacie kujawskich artystek wracają do nas jak żywe. Nadal z zachwytem obserwować możemy niełatwą, jakże ulotną sztukę sypania wzorów, kiedy cała kompozycja musi wychodzić „z głowy” nie na małą kartkę papieru, lecz na zupełnie inną przestrzeń, leżąca u ich stóp.

Żadna ze świątkowickich malarek za życia nie doczekała się indywidualnej wystawy. Ich prace tworzą dziś bogate kolekcje muzealne, choć przyznać trzeba, iż rzadko wykorzystywane są do tworzenia wystaw. Nieczęsto są też

digitalizowane. Być może dlatego że powstawały pod wpływem konkursów, które po 1989 r. w nowej rzeczywistości społeczno-politycznej doczekały się ostrej krytyki.

Podsumowanie

Kujawskie dziedzictwo kultury ludowej to współcześnie głównie silna tożsamość regionalna. Z pewnością do jej istnienia przyczyniły się przez lata funkcjonujące materialne i niematerialne elementy kultury ludowej. W przeciwieństwie do regionów z silnym i łatwo odczytywanym wizerunkiem ludowego wzornictwa kujawskie wzory nadal czekają na swoich odkrywców. Podobnie jak malarki fajansu i świątkowickie artystki z lat 50. XX w. domagają się współczesnych odczytań i umieszczenia w nowych kontekstach. Być może dane im będzie odżyć we współczesnym artystycznym projektowaniu.

Bibliografia

Bandzak-Kwiatkowska K. (2013). *Pamiętka z fajansu. W 140. rocznicę powstania przemysłu ceramicznego we Włocławku*. Włocławek: Muzeum Ziemi Kujawskiej i Dobrzyńskiej.

Hankowska R. (1975). Malowane wnętrza izb na Kujawach. „Polska Sztuka Ludowa” nr 3, s. 167–180.

Hankowska R. (1991). *Fajans włocławski*. Wrocław–Warszawa–Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

Telakowska W. (1954). *Twórczość ludowa w nowym wzornictwie*. Warszawa: Wydawnictwo Sztuka.

Słomska J. (2006). *Malowane kwiaty, czyli Fabryka fajansu we Włocławku na tle przemian postindustrialnego miasta*. W: Stawarz A. (red.). *Rola bankowości i przedsiębiorczości w ochronie dziedzictwa miast postindustrialnych w warunkach rozwoju demokracji lokalnej*. Warszawa–Białystok: Polskie Towarzystwo Etnologii Miasta i Muzeum Podlaskie w Białymstoku, s. 139–150.

Szkułmowska W. (1997). *Sztuka ludowa Kujaw. Przeszłość i teraźniejszość*. Bydgoszcz: Kujawsko-Pomorskie Towarzystwo Kulturalne.



Sypanie wzorów piaskiem, Włocławek, 1973 r., nr inw. II-935-73,
fot. Z. Zgierun, Archiwum Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Maria Żołnowska, archiwum prywatne autorki



Sypanie wzorów piaskiem, Włocławek, 1973 r., nr inw. II-935-73,
fot. Z. Zgierun, Archiwum Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Maria Żołnowska sypie wzory piaskiem, Włocławek, 1973 r., nr inw. II-936-73, fot. Z. Zgierun, Archiwum Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Władysławy Włodarzewskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Władysławy Włodarzewskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Władysławy Włodarzewskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Władysławy Włodarzewskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Władysławy Włodarzewskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Eleonory Adamskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Eleonory Adamskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Eleonory Adamskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Eleonory Adamskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Eleonory Adamskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Żołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Żołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Żołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Żołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Źołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Źołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Żołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Żołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Żołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu



Malowanki Marii Żołnowskiej, fot. J. Słomska-Nowak,
dokumentacja Muzeum Etnograficznego w Toruniu

Kuyavian heritage: reminiscences of family history and regional design

Kuyavian regional folk inspirations in industrial design are less recognisable for the average recipient than those of Podhale, the Łowicz region or Kashubia. However, this does not exclude them from the Polish design history. The aim of the text is to familiarize the audience with Kuyavian folk culture heritage, which in the 1950's became an inspiration for professional artists. No doubt it was related to the activity of Włocławek-based Cepelia, which imprinted its existence in the local history. I would like to bring the history of Włocławek faience, which drew from the rich folk design of the Kujawy region. The text describes the origins of designs, how they were passed and processed from folk ornaments to faience tableware. I will also present the tradition of Kuyavian pouring of sand and embroidery, which are equally attractive for designers today. The discussion of Kuyavian design is complemented by memories from family history.

**WYTWÓRCY. Współczesna rzemieślnicza
i rękodzielnicza twórczość ludowa
czy przemysł pamiątkarski?**



Anna Weronika Brzezińska
Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Działalność spółdzielni cepeliowskich a upowszechnianie wzornictwa regionalnego

*Każda prawdziwa kultura objawia się
w pełni dopiero wówczas, gdy już odeszła
wraz z formacją, która ją stworzyła.
Dopiero wówczas najwyraźniej widać,
jakie nam dziedzictwo zostawiła i czy
zostawiła (Myśliwski 2004: 19)*

Wprowadzenie

Powołana do życia w 1949 r. Centrala Przemysłu Ludowego i Artystycznego (CPLiA, popularnie nazywana Cepelią) była projektem zakrojonym na bardzo szeroką skalę i miała do zrealizowania poważne zadania, o których tak pisze Piotr Korduba: „rozporządzenia wykonawcze formułowały zakres działalności Cepelii głównie jako organizowanie i prowadzenie działalności produkcyjnej i handlowej w obszarze przemysłu ludowego i artystycznego” (Korduba 2013: 137). Konsekwencją tak szeroko zakrojonej aktywności, która miała na celu produkowanie na skalę przemysłową (a zatem masową) artykułów różnego autoramentu, było wyznaczenie tendencji w zakresie podejścia do twórczości i wytwórczości ludowej na kilkadziesiąt lat. Struktura była bardzo skomplikowana, a podstawę jej funkcjonowania stanowiły dwa typy zakładów produkcyjnych – spółdzielnie i zakłady własne. Te pierwsze opierały się na zorganizowanych zespołach osób, które we wspólnych pomieszczeniach zajmowały się wytwarzaniem określonych

wyrobów, narzędzi oraz całego niezbędnego zaplecza technologicznego. Z kolei zakłady własne często powstawały z dawnych, prywatnych, znacjonalizowanych przedsiębiorstw (Korduba 2013: 137).

Dodatkowo zrzeszano osoby pracujące jako chałupnicy, którzy wykonywali wyroby z powierzonych materiałów, według określonych wzorców i w wyznaczonym czasie. Machina organizacyjno-produkcyjna sukcesywnie rozszerzała swoją działalność, rozbudowywano jednocześnie strukturę oraz powoływano kolejne działy i oddziały. To wszystko funkcjonowało do 1989 r., kiedy ta misterna konstrukcja zaczęła się walić. By pokazać makroskalę, warto przytoczyć dane z 1950 r. – czyli z samych początków funkcjonowania Cepelii. W jej ramach zrzeszonych było wtedy 208 spółdzielni i 105 zakładów własnych. Zatrudniano łącznie 28 tysięcy pracowników, z czego 11 tysięcy stanowili chałupnicy. Działo 60 sklepów, 59 punktów skupu oraz 18 magazynów hurtowych (Więckowski 1987: 133; Korduba 2013: 139). Złoty okres, a zarazem szczyt działalności, to lata 80. XX w.; pierwsze problemy organizacyjne i finansowe nastąpiły w okresie transformacji ustrojowej w 1989 r. Centralny Związek Rękodzieła Ludowego i Artystycznego „Cepelia” postawiono w stan likwidacji w 1990 r. Obecnie funkcjonują osobno fundacja oraz spółka posługujące się tą samą nazwą „CEPELIA” Polska Sztuka i Rękodzieło, które mają 60 sklepów. Kolejnych 11 prowadzonych jest przez działające jeszcze spółdzielnie. Siedziba mieści się w Warszawie przy ul. Chmielnej.

O ważnej roli Cepelii w zakresie sprawowania opieki nad twórczością ludową w Polsce świadczy to, że dwukrotnie otrzymała ona Nagrodę im. Oskara Kolberga „za zasługi dla kultury ludowej” – w 1974 r. (w pierwszym roku funkcjonowania tej nagrody) oraz w 1999 r. (w 60-lecie jej istnienia) [1]. Warto zwrócić uwagę, że po raz pierwszy nagrodę tę dostał „Centralny Związek Spółdzielni Rękodzieła Ludowego i Artystycznego «Cepelia»”, a za drugim razem laureatem została „Fundacja «Cepelia» – Polska Sztuka i Rękodzieło”. W nocie katalogowej z 1999 r., przygotowanej przez

organizatora nagrody – Muzeum im. Oskara Kolberga w Przysusze, Oddział Muzeum Wsi Radomskiej – można przeczytać:

Historia „Cepelii” to ponad sześćdziesiąt lat troski o ginące piękno, o regionalną i narodową tożsamość, o ochronę i wzbogacenie kulturowego dziedzictwa. Organizacja przetrwała wiele trudności i w zmieniających się warunkach promowała sztukę zakorzenioną w rodzimych tradycjach, zawsze wspomagając ludową twórczość i artystyczne rękodzieło. Od 1989 roku działa jako Fundacja „Cepelia” Polska Sztuka i Rękodzieło, zrzeszając jednostki zajmujące się wytwarzaniem i sprzedażą wyrobów sztuki ludowej i rękodzieła. Jest właścicielem lub współwłaścicielem sieci spółek prawno-handlowych, posiada niemal sto sklepów własnych i licencjonowanych, wiele galerii i salonów wystawienniczych. „Cepelia” zatrudnia wyspecjalizowaną kadrę etnografów, artystów plastyków, rzeczoznawców i menadżerów oraz współpracuje z ponad dwoma tysiącami ludowych twórców i rzemieślników [1].

W 2019 r. minie 10 lat od otrzymania nagrody, a 70 lat – od czasu powołania do życia Cepelii. Warto zatem zastanowić się nad jej dziedzictwem oraz nad tym, w jaki sposób jej swoiste postdziedzictwo funkcjonuje współcześnie – zarówno w środowiskach samych twórców (byłych pracowników spółdzielni oraz współpracujących z nią chałupników i twórców ludowych), jak i środowisk zajmujących się badaniem i dokumentowaniem artystycznych przejawów twórczości lokalnej i regionalnej. W tym celu proponuję przyjrzeć się losom trzech spółdzielni produkcyjnych, których działalność w znacznym stopniu zdeterminowały regionalne tradycje rękodzielnicze, oraz poświęcić chwilę uwagi temu, jak funkcjonują dziś osoby zajmujące się tradycyjnym rękodziełem (w tym duża grupa współpracująca niegdyś z Cepelią), i rozważyć, czy pamięć o istnieniu przez długie lata poszczególnych spółdzielni zachowała się w wybranych przeze mnie lokalizacjach. By szerzej nakreślić kontekst regionalny, odwołam się do kryterium podziału na regiony etnograficzne, który obowiązywał w Cepelii oraz pomagał rozpoznawać i klasyfikować poszczególne dziedziny rzemiosła i rękodzieła.

W artykule korzystam z materiałów pozyskanych podczas badań terenowych realizowanych na terenie Kurpiów – Puszczy Białej (2004–2006, projekt „Kultura regionalna jako przedmiot upowszechniania i animacji kultury – na przykładzie Kociewia, Puszczy Białej i Ziemi Brzozowskiej”, grantodawca: Komitet Badań Naukowych, instytucja realizująca projekt: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, nr 1H01H00527, współpraca: Sylwia Słojkowska-Affelska), Małopolski (2014, projekt „Atlas Polskich Strojów Ludowych: kontynuacja prac wydawniczych, przeprowadzenie badań terenowych i kwerend źródłowych oraz cyfryzacja materiałów źródłowych i udostępnienie ich w Internecie”, grantodawca: Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego „Narodowy Program Rozwoju Humanistyki”, instytucja realizująca projekt: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze, nr 11H 12 0261 81, okres realizacji projektu: 2012–2015) oraz Wielkopolski (2013, projekt „Atlas Polskich Strojów Ludowych: kontynuacja prac wydawniczych, przeprowadzenie badań terenowych i kwerend źródłowych oraz cyfryzacja materiałów źródłowych i udostępnienie ich w Internecie”; 2017–2018, badania realizowane na zlecenie Muzeum Okręgowego Ziemi Kaliskiej w ramach przygotowywania wystawy „Twórcy/wytwórcy/przetwórcy. Z dziejów kaliskiej Cepelii”, współpraca: Ilona Wieczorek i Wojciech Zjawiony). Badania te dotyczyły obecnej kultury regionalnej na obszarze kurpiowskiej Puszczy Białej, współczesnych kontekstów funkcjonowania rękodziela ludowego w południowej Wielkopolsce i w Małopolsce (powiat gorlicki) oraz pamięci kulturowej dotyczącej kaliskiej spółdzielni.

Regionalizacja ludowości według Cepelii

Utworzenie Cepelii nie było pomysłem nowym, ale kontynuacją idei programów obecnych w Polsce od XIX w., m.in. angielskiego ruchu Arts and Crafts, zainicjowanego przez Johna Ruskina i Williama Morrisa (Bhaskaran 2006: 24–25), którzy postulowali pochwałę rzemiosła i jego zbratanie ze sztuką, tak by stała się ona zrozumiała dla wszystkich jej odbiorców (Huml 1978: 58). Działalność chociażby Stanisława Witkiewicza

odwołującego się do tradycji podhalańskich czy Zofii Stryjeńskiej czerpiącej z dziedzictwa małopolskiego przyczyniła się z czasem do powołania grup artystyczno-projektowych, jak Polska Sztuka Stosowana, Warsztaty Krakowskie, Towarzystwo Popierania Przemysłu Ludowego, Spółdzielnia „Ład” (Telakowska 1954; Huml 1978; Drozd-Piasecka, Paprocka 1985). Podstawę wszystkich tych idei i działań artystycznych stanowiło głębokie rozpoznanie tradycyjnej wytwórczości osadzonej mocno w konkretnych regionach etnograficznych, poszukiwanie ich źródeł, docieranie do twórców i rozumienie ich twórczości. W odróżnieniu od działań artystycznych grup projektowych Cepelia miała być tym organizmem, który umasowi produkty rzemieślnicze; chodziło nie o to, by tworzyć, ale przetwarzać i wytwarzać na ogromną skalę, odwołując się do tradycji wielu regionów, oraz sprawować pieczę nad zróżnicowaną produkcją. Jak zauważa Ewa Klekot, „to dzięki Cepelii totalność folklorystycznej reprezentacji wsi osiągnęła swoje apogeum” (Klekot 2016: 156), co doprowadziło do kanonizacji, a następnie do „petryfikacji” stylistycznej prac wytwarzanych przez wiejskich artystów na rynek zewnętrzny, czyli miejski” (Klekot 2016: 156).

W 1964 r. powołano cepeliowski ośrodek badawczy, którego pracownicy (w tym etnografowie) mieli prowadzić badania terenowe, by następnie na podstawie zgromadzonych materiałów przygotowywać opracowania dotyczące różnych aspektów działalności Cepelii (Więckowski 1987: 137). Wydawano także specjalistyczne publikacje ułatwiające pracownikom identyfikację poszczególnych wyrobów i wymianę wiedzy z zakresu sztuki ludowej i rękodzieła, np. powstały w 1976 r. kwartalnik „Rękodzieło Artystyczne” (Więckowski 1987: 138). W tym kontekście interesującą pozycją jest wydany w 1989 r. *Informator dla sprzedawcy*, który miał „przybliżyć sprzedawcom wiadomości o regionach etnograficznych, technikach i rodzajach wyrobów z różnych dziedzin rękodzieła ludowego i ich produkcji w spółdzielniach Cepelii, a także wiadomości o wzornictwie, technikach, źródłach inspiracji rękodzieła artystycznego” (*Rękodzieło artystyczne...* 1989: 4). Dalej czytamy, iż „zastosowano podział na większe

i mniejsze terytoria, wyróżniające się pod względem stanu zachowania, względnie bogatych tradycji sztuki i rękodzieła ludowego, które rozwijają lub wykorzystują w różnych formach spółdzielnie Cepelii” (*Rękodzieło artystyczne...* 1989:7). Kryterium podziału regionalnego zostało opracowane przez wspomniany już Ośrodek Badawczo-Rozwojowy „Cepelia”, który wyodrębnił cztery obszary etnograficzne: 1) regiony o bogatej tradycji, świadome wartości własnej kultury, znane i reklamowane (Łowickie, Kurpie, Podhale i Opoczyńskie); 2) regiony o bogatej tradycji, mało zurbanizowane, a jednocześnie w mniejszym stopniu poddane ingerencji instytucji opiekuńczych i mniej „dowartościowane” (Lubelskie, Rzeszowskie, Podlasie); 3) regiony o ciągłym podłożu kulturowym, ale stosunkowo wcześniej zurbanizowane (Wielkopolska, Górny Śląsk); 4) regiony o dużym przemieszaniu kulturowym, w znacznym stopniu bez ciągłości podłoża, gdzie nastąpiło zderzenie tradycji kilku grup etnograficznych (Dolny Śląsk, Szczecińskie, Koszalińskie, Mazury) (Damrosz 1987: 69–70).

W artykule przyjrę się trzem regionom. Z grupy pierwszej będzie to Kurpiowszczyzna – Puszcza Biała opisana we wspomnianej publikacji w następujący sposób: „wyróżnia się do dziś charakterystycznym strojem i związanym z nim haftem, a także ceramiką i ciekawą architekturą drewnianą” (*Rękodzieło artystyczne...* 1989: 11). W Pułtusku działała spółdzielnia „Twórczość kurpiowska” czy – jak podają autorzy publikacji z 1975 r. – Spółdzielnia „Pniewo” (Orynżyna 1975: 191), skupująca poza wyrobami z wymienionych wyżej dziedzin także przedmioty z drewna oraz plecionki. Z grupy drugiej interesuje mnie Rzeszowszczyzna (a właściwie część Małopolski – okolice Gorlic), której nazwa nie pojawia się w spisie regionów w przywoływanym *Informatorze dla sprzedawcy*, ale kultura mieszkańców tego obszaru została w broszurze scharakteryzowana w następujący sposób: „pozostając w naturalnej izolacji od innych ugrupowań, wytworzyli oni oryginalną kulturę zaliczaną do najciekawszych w kraju. Dziedzinami szczególnie wyróżniającymi region są stroje, hafty i ceramika” (*Rękodzieło artystyczne...* 1989: 17).

Na terenie współczesnego powiatu gorlickiego funkcjonuje nadal (choć w stanie upadłości) Spółdzielnia „Koronka” w Bobowej, gdzie wykonywane są (zapewne już ostatnie) tkaniny wełniane. Ostatni interesujący mnie obszar to Wielkopolska z grupy trzeciej, która jest „podzielona na kilka mikroregionów etnograficznych” (*Rękodzieło artystyczne...* 1989: 23) i której charakterystycznymi wyrobami są m.in. hafty (w tym haft czepcowy i nasnuwany). We fragmencie poświęconym rękodzielnemu artystycznemu znajdujemy ponadto wzmiankę o wyrobach, z których słynęła Spółdzielnia „Kaliska”. Autorzy informatora wymieniają: maszynowe hafty i koronki oraz malowane tkaniny zasłonowe i ubraniowe (*Rękodzieło artystyczne...* 1989: 53–54), a także malowane w kwietne wzory wyroby ceramiczne (*Rękodzieło artystyczne...* 1989: 59). Współczesny kontekst funkcjonowania rękodziela ludowego i artystycznego w środowiskach, które współpracowały ze wspomnianymi już spółdzielniami cepeliowskimi, omówię w kolejnych częściach artykułu.

Hafciarki z Kuźni Kurpiowskiej

Spółdzielnia „Pniewo” z siedzibą w Pułtusk powstała w 1936 r. z inicjatywy samych rękodzielników oraz lokalnych działaczy. Pierwotnie funkcjonowała ona w Gładczynie, a dwa lata później została przeniesiona do Pniewa. Nosila wtedy nazwę Spółdzielni Kurpiowskiego Przemysłu Ludowego, a w skład jej rady nadzorczej wchodziła: Wanda Modzelewska (późniejsza kostiumolożka w Zespole Pieśni i Tańca „Mazowsze”), Stefania Ulrych, Zofia i Jan Rostańscy, proboszcz parafii Kazimierz Lewandowski oraz jedna z hafciarek – Maria Jeżówna (po mężu: Pogłód). W 1947 r. spółdzielnię reaktywowano, a w 1956 r. przeniesiono ją do Pułtusk. Powojenną prezeską, która sprawowała także nadzór artystyczny nad produkowanymi tam wyrobami, była Stefania Ulrych (Orynżyna 1975: 191). Spółdzielnia specjalizowała się w wykonywaniu tradycyjnych haftów kurpiowskich w kolorystyce czerwono-czarnej i białej, na powierzonym materiale (białym lub szarym płótnie, nici firmy DMC). Jedna z hafciarek tak wspomina

sposób organizacji produkcji: „Wcześniej te hafty były na bluzkach, u nas się nie robiło na serwety i dopiero pani Modzelewska przeniosła je na bieżniki, serwety i inne. [...] to, co na koszuli, trzeba było ułożyć na serwetkach. Nie można było nowych wzorów tworzyć”¹. Z kolei hafciarka z Pniewa z dużym sentymentem opisuje swoją ówczesną pracę:

do końca istnienia wstawiałam do Cepelii. [...] To po upadku Cepelii była długa przerwa, a teraz to jak kto coś zamówi, to się robi. [...] Dobrze było, jak ta Cepelia była. Oj, dobrze. Dali płótno, dali nici, odbierali sobie później. I tak płótno takie dali, że musieli potem wziąć i to było dobre płótno, lniane, dobrze się szyło. A jak ta Cepelia istniała w Pułtusk, to w każdym domu po 2, po 3 szyły. Ta miała dużo uszyte, a ta musiała jeszcze więcej².

Wszystkie hafciarki, których wypowiedzi przytaczam w artykule, bardzo żałują, że Cepelia upadła. Podkreślają one przede wszystkim aspekt ekonomiczny – możliwość zarobku, wypracowania emerytury, ale zwracają też uwagę na to, że „upadek Cepelii spowodował zaprzepaszczenie sztuki ludowej. Przestano o nią dbać i wszystko zostało zniszczone, a ludzie pozostawieni sami sobie”. W okresie rozkwitu do pułtuskiej spółdzielni należało ok. 360 kobiet, po jej upadku część z nich nie wróciła już do haftowania. W opinii jednej z rozmówczyń Cepelia rozpadła się i zostawiła po sobie złe wspomnienie, ponieważ duża część towaru oraz wyrobów przepadła; mówi się także wśród dawnych pracowników i współpracowników o dużej ilości wyrobów, które nie zostały sprzedane i nie trafiły do swoich autorów³. Ciekawym komentarzem niech będą słowa jednej z pracownic instytucji kultury, która miała okazję obserwować, jak zmienia się podejście chałupniczek do haftowania w momencie likwidacji spółdzielni:

¹ Hafciarka, ur. 1916, Lutobrok. Wywiad przeprowadziła Sylwia Słojkowska-Affelska, 2006.

² Hafciarka, ur. 1936, Mystkówiec Stary. Wywiad przeprowadziła Sylwia Słojkowska-Affelska, 2006.

³ Hafciarka, ur. 1935, Pniewo Kolonie. Wywiad przeprowadziła Sylwia Słojkowska-Affelska, 2006.

Cepelia jednak gromadziła tych twórców i tu bardzo dużo ludzi pracowało z tych wszystkich wiosek na zlecenia Cepelii. I wtedy jak gdyby po likwidacji Cepelii powstał taki marazm wielki. [...] bo to był chyba 1991 rok, no to jak gdyby zamarła ta cała działalność. Do momentu jak tutaj funkcjonowała Cepelia, to ludzie mieli tutaj zatrudnienie, był przede wszystkim rynek zbytu na towary. Zresztą wiadomo, jak jest ciężko obecnie z takimi rzeczami. Jak one tu przyjadą i sprzedadzą ze 3 serwetki. [...] Też jak mówią: „Boże, żeby było tylko gdzie wystawiać”. [...] Cepelia kształtowała i pewnego rodzaju świadomość, i zainteresowanie. Tam gdzie jest zbyt, to mało kto robi coś dla idei. Jeśli te panie wyrobią tę serwetkę, to one chcą ją sprzedać, a jeśli one nie mają nabywcy, to po prostu nie będą tego robić, bo nie ma zbytu. Przecież one nie będą sobie siedziały i haftowały dla idei⁴.

Kilka hafciarek wprost mówiło, że w nowej rzeczywistości (bez zewnętrznej aktywizacji i organizacji pracy) się nie odnalazły. Dopiero powołanie w 2005 r. Stowarzyszenia „Puszcza Biała – Moja Mała Ojczyzna” [2] z siedzibą w Pniewie, które stworzyło rodzaj izby muzealnej połączonej ze świetlicą pod nazwą Kuźnia Kurpiowska, przyczyniło się do ponownego zaktywizowania części twórców ludowych, w tym hafciarek. Miejsce to jest „próbą ocalenia dorobku kulturowego naszych przodków i kultywowania tradycji, zwyczajów i obrzędów. Opiekunem kuźni jest miejscowa twórczyni ludowa Halina Witkowska, specjalizująca się w wykonywaniu z sitowia i kolorowej włóczki kurpiowskich pisanek” [3]. Witkowska to ktoś więcej niż twórczyni wykonująca określone wyroby, to także nieformalna liderka i promotorka tradycyjnej kultury kurpiowskiej z terenu Puszczy Białej. Dzięki jej działaniom możliwe jest organizowanie zbytu dla obecnych hafciarek, co tak określa jedna z nich: „najważniejsze jest to, że mogę teraz spotykać się w Kuźni [Kurpiowskiej] z innymi kobietami, że mogę haftować

⁴ Pracownica instytucji kultury, ur. 1954, Maków Mazowiecki. Wywiad przeprowadziła Sylwia Słojkowska-Affelska, 2006.

i dawać swoje wyroby w komisji do różnych galerii”⁵. Powraca zatem motywacja ekonomiczna dla podejmowanych przez twórczynie działań.

Część środowiska krytycznie odnosi się jednak do działalności Kuźni Kurpiowskiej i do jakości wyrobów wykonywanych przez członkinie tej organizacji, nad którymi nie ma takiego etnograficznego nadzoru, jaki był za czasów spółdzielni. Potwierdza to fragment rozmowy z jedną z hafciarek:

W spółdzielni obowiązywały zasady i normy w produkcji haftów, jeżeli były źle wykonane, nie spełniały norm i wówczas kierownik mógł ich nie przyjąć. Poza tym źle haftująca kobieta nie dostałaby się do spółdzielni. Należało haftować dokładnie, wykończyć prace, aby się nie pruły. Obecnie każda hafciarka robi, jak chce, a te młodsze z Kuźni [Kurpiowskiej] to w ogóle wstyd, że sprzedają swoje prace, ponieważ to wszystko przy kolejnym praniu się popruje. Widać różnice w hafcie, w sposobie wykonania⁶.

Niezależnie od lokalnych animozji Kuźnia Kurpiowska w pewnym stopniu kontynuuje idee cepeliowskie. Ma osobowość prawną, strukturę, wyznaczone ramy działalności, organizuje i aktywizuje środowisko twórczyń, prowadzi edukację regionalną, a osoby z nią współpracujące uczestniczą w wielu wydarzeniach kulturalnych w Polsce i za granicą. Placówka ta jednak nie zatrudnia pracowników, oferuje jedynie pomoc i sieć kontaktów w zakresie dystrybucji powstałych wyrobów. Nie jest także hermetyczną instytucją poruszającą się w zamkniętych ramach wzornictwa, ale chętnie uczestniczy w wydarzeniach integrujących środowiska twórców nieprofesjonalnych i profesjonalnych. Przykładem takiej współpracy jest udział m.in. Haliny Witkowskiej w projekcie „Nowy Folk Design” w 2009 r. w Poznaniu, podczas którego młodzi projektanci, inspirując się

⁵ Hafciarka, ur. 1949, Cieńsza. Wywiad przeprowadziła Sylwia Słojkowska-Affelska, 2006.

⁶ Hafciarka, ur. 1937, Mystkówiec Stary. Wywiad przeprowadziła Sylwia Słojkowska-Affelska, 2006.

tradycyjnym haftem kurpiowskim, wymyślali nowe przedmioty skierowane do współczesnego odbiorcy.

Festiwal rękodzieła w Bobowej

Spółdzielnia „Koronka” w Bobowej powstała w 1950 r., a o jej lokalizacji zdecydowały bogate tradycje koronczarskie, które od XIX w. rozwijały się zarówno w samej Bobowej, jak i w wielu okolicznych wsiach. W drugiej połowie XIX w. wiele arystokratek zakładało szkoły koronczarskie i hafciarskie i tak też się stało w Bobowej, co przyczyniło się potem do spopularyzowania techniki klockowej w miasteczku i na jego obrzeżach (Brzezińska, Paprot et al. 2015: 68–69). Warto wspomnieć, że masowe wytwarzanie koronek oraz organizacja ich skupu nastąpiły już w dwudziestoleciu międzywojennym, a zatem podobnie jak w wypadku kurpiowskiej spółdzielni w Pniewie idea powołania Cepelii w latach 50. XX w. polegała tak naprawdę na kontynuowaniu i profesjonalizowaniu działalności prowadzonej w okresie przedwojennym⁷. Utworzenie spółdzielni wpłynęło na rozwój miasta – w jego centralnym punkcie, przy rynku, postawiono dwa budynki, w których znajdowały się biura, sklep oraz sala widowiskowa, pełniąca do dziś funkcje kulturalne (związane m.in. z działalnością Zespołu Pieśni i Tańca „Koronka” [4]). Z kolei w pobliskiej wsi Jankowa były farbiarnia i przędzalnia. Wróćmy jednak do początków, a zatem do okresu powojennego.

Inicjatorką i założycielką spółdzielni była koronczarka Zofia Wojnowa, która dobrze знаła środowisko lokalnie działających artystek. Pracowały one w systemie chałupniczym, wykonując koronki klockowe z powierzonych materiałów; skupem tych wyrobów zajmowała się spółdzielnia. Z czasem otwarto także zakład spółdzielczy, w którym wytwarzano tkaniny dekoracyjne: kilimy, gobeliny i makaty. Wzory opracowywała kierownik artystyczna Elżbieta Żychowicz (Orynżyna 1975: 184). O tym, w jaki sposób

⁷ Pracownik spółdzielni, Jankowa. Wywiad przeprowadziła Anna Weronika Brzezińska, 2013.

bobowska spółdzielnia przyczyniła się do rozwoju miasta, wspomina jeden z jej pracowników:

Po pięciu latach Spółdzielnia „Koronka” stała się taką perełką Bobowej. Jeżeli koronczarki mówią, to ja nie mam wątpliwości, dzięki spółdzielni Bobowa się rozwinęła. Do 90 r., jak kto powie szczerze, to wiadomo, wszystkie kobiety tutaj z okolic, do 30 km, pracowały w spółdzielni, a mężczyźni w Gliniku. I te dwa zakłady wywarły duży wpływ na rozwój Gliniku [jako] powiatu, a Spółdzielnia „Koronka” na rozwój Bobowej⁸.

Największy rozkwit spółdzielni nastąpił w latach 1957–1979. Jak wspomina dalej jej pracownik: „[pracowało tam] 700 osób, w największym okresie było 750. 250 w zakładzie zwartym w Bobowej i Jankowej oraz 500 chałupników. Mieliśmy kilka punktów chałupniczych”⁹. Starsze koronczarki, które współpracowały ze spółdzielnią, z dużą nostalgią wspominają czasy, kiedy dostawały dużo zamówień:

To było wtedy, wtedy był raj. Bo jedna do drugiej przychodziły z tymi bębnami, tymi poduszkami, wzięło się pod rękę ten bębenek i szło się do sąsiadki. To za jakieś dwa, trzy dni to ona przyszła, to się robiło. Czasem to wieczór się zastało, to się robiło, czasem w nocy się robiło długo. Jak trzeba było wykończyć serwetę. Na czas. [...] Bo tu w tym rejonie to tym się ludzie utrzymywali, kobiety. Tylko te koronki robiły. [...] to jedni od drugich uczyły się koronki robić, tak. Tak to było, taki region był koronkowy. Klocki, koronki, tak. Także... Ja nie pamiętam, to dom w dom były koronki, robiły, to nie trzeba było kursów, bo one wszystkie umiały robić koronki¹⁰.

⁸ Pracownik spółdzielni, Jankowa. Wywiad przeprowadziła Anna Weronika Brzezińska, 2013.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Koronczarka, ur. 1926, Siedliska. Wywiad przeprowadziły Georgina Matusiak i Karolina Dziubata, 2014.

W tym samym okresie w Bobowej funkcjonowała ponadto szkoła zawodowa. Powołana do życia w 1946 r., kształciła w systemie wieczorowym, a rok później uruchomiono Państwowe Kursy Koronkarskie. W 1950 r. pozbawiono ją uprawnień szkoły średniej i przekształcono w Państwową Zasadniczą Szkołę Koronkarską. Jednak w 1995 r. z powodu braku zainteresowania kształceniem się w zakresie rękodzieła artystycznego zlikwidowano klasy, w których uczono tkactwa, haftu, koronki i dziewiarstwa [5]. Zbiegło się to w czasie z trudną sytuacją bobowskiej spółdzielni, którą rok wcześniej postawiono w stan likwidacji, a wiele osób straciło źródło utrzymania. Podjęto jednak próbę jej ratowania m.in. poprzez sprzedaż miastu budynków na bobowskim rynku¹¹. W Jankowej (tam, gdzie mieściły się wcześniej przędzalnia i farbiarnia) urządzono biuro oraz pracownie tkackie, w których do dzisiaj wytwarzane są ręcznie kilimy, sumaki i gobeliny. Obecnie ze spółdzielnią współpracuje mniej niż 10 koronczarek, które dalej w systemie chałupniczym wykonują wyroby na zamówienie i skupywane na kilogramy.

Wyglądało na to, że transformacji ustrojowej nie przetrwała ani spółdzielnia, ani tym bardziej szkoła przyuczająca do zawodu przyszłe koronczarki, i że zaniknie umiejętność wytwarzania bobowskich koronek klockowych. Jednak dzięki zaangażowaniu i determinacji jednego z lokalnych działaczy kultury, Bogdana Kroka, powołano Stowarzyszenie Twórczości Regionalnej. Z inicjatywy jego członków zorganizowano w 1995 r., po dłuższej przerwie, pierwszy gminny konkurs i wystawę koronek. W kolejnych latach miał on już zasięg regionalny i cieszył się coraz większym zainteresowaniem koronczarek. Wpłynęło to bardzo na ożywienie i integrację osób zajmujących się wytwarzaniem koronek i akcesoriów potrzebnych do ich wyrobu (drewniane klocki) (Brzezińska, Paprot et al. 2015: 121–122). Od 1996 r. członkowie stowarzyszenia zaczęli być zapraszani na różne festiwale i spotkania folklorystyczne oraz przeglądy rękodzieła ludowego

¹¹ Pracownik spółdzielni, Jankowa. Wywiad przeprowadziła Anna Weronika Brzezińska, 2013.

za granicą, m.in. do Portugalii, Czech, Francji, Włoch, Anglii, Węgier i Hiszpanii. W 2000 r. w Bobowej zorganizowano pierwszy Międzynarodowy Festiwal Koronki Klockowej w Polsce. Tym samym nastąpiło odrodzenie tradycji wytwarzania bobowskich koronek klockowych, wiele koronczarek się zaktywizowało i działa nie tylko w stowarzyszeniu, lecz także na własną rękę. Prowadzą one kursy, przygotowały ofertę wczasów agroturystycznych połączonych z warsztatami koronki, są zapraszane do udziału w licznych wydarzeniach w Polsce i poza granicami kraju. Dużym wsparciem dla oddolnych inicjatyw jest działalność Centrum Kultury i Promocji Gminy Bobowa, w którym można obejrzeć stałą miniwystawę prezentującą tradycje koronkarskie w mieście (Brzezińska, Paprot et al. 2015: 120). Koronka klockowa stała się produktem lokalnym – na rynku znajduje się fontanna z figurą koronczarki, motyw koronkowy pojawił się również na tablicach informacyjnych przy wjeździe do miasta, a w 2015 r. na jednej ze ścian budynku w centrum miasta powstał mural z motywem koronki klockowej wykonany przez artystkę posługującą się pseudonimem NeSpoon.

Tradycyjne rękodzieło w Bobowej funkcjonuje na trzech płaszczyznach. Pierwsza to środowisko samych koronczarek, które nadal wykonują koronki i najczęściej należą do wspomnianego stowarzyszenia. Część z nich to także członkinie Stowarzyszenia Twórców Ludowych, laureatki licznych nagród i wyróżnień, które współpracowały z Cepelią. Pozostałe koronczarki stawiają na indywidualny rozwój i niezinstytucjonalizowane formy działania (głównie są to osoby urodzone po 1960 r., które nie miały okazji pracować w spółdzielni cepeliowskiej). Rzadko zajmują się one robieniem koronek tylko w celach zarobkowych, to bardziej ich pasja i chęć artystycznego spełnienia się. Druga płaszczyzna to uczynienie z koronki klockowej produktu lokalnego poprzez włączenie go w działania promocyjne lokalnego samorządu. Ostatnia z płaszczyzn, najbardziej zanurzona w przeszłości, to ciągłe funkcjonowanie (choć na bardzo małą skalę) Spółdzielni „Koronka” i próba ponownego wypromowania produktów, jakimi teraz są głównie tkaniny dekoracyjne.

Malarki i hafciarki z południowej Wielkopolski

W 1950 r. na bazie sześciu znacjonalizowanych zakładów rzemieślniczych specjalizujących się w przemyśle tekstylnym oraz działających w Kaliszu i Opatówku powstała Kaliska Spółdzielnia Pracy Rękodzieła Artystycznego. Zajmowała się ona produkcją tiulu bawełnianego, haftów i koronek maszynowych, szyciem bielizny stołowej i pościelowej, ręcznym zdobieniem porcelany oraz ręcznym malowaniem tkanin zasłonowych i ubraniowych (Orynżyna 1975: 182). W roku jej powstania w zakładach spółdzielczych zatrudniano ponad 150 osób na różnych stanowiskach. Zakończyła ona swoją działalność w 1995 r., kiedy to zwolniono pracowników i zaczęto sukcesywnie wyprzedawać majątek. Mieszkańcom miasta Cepelia kojarzy się przede wszystkim ze sklepem, który do 2012 r. funkcjonował na rynku i w którym można było kupić wyroby produkowane również przez kaliskich spółdzielców.

Jednym z bardziej charakterystycznych wyrobów tego typu były ręcznie malowane tkaniny: obrusy, serwetki i bieżniki zdobione motywami kwiatowymi oraz kupony tkanin ubraniowych malowanych w abstrakcyjne wzory. Wszystkie produkty powstawały w budynku spółdzielni, gdyż warsztat pracy wymagał odpowiednio przygotowanych stanowisk – specjalnych stołów i ram, na których rozpinano malowane tkaniny, oraz stosownych narzędzi, tzw. pisaków do rozprowadzania farby. Następnie wzory utrwalano w wysokiej temperaturze i przygotowywano do sprzedaży. Malowaniem tkanin zajmowały się kobiety, których artystyczne umiejętności były sprawdzane podczas dwutygodniowego okresu próbnego (Brzezińska 2018: 4–5). O zatrudnieniu w spółdzielni decydowały umiejętność doboru kolorów i ich komponowania, a także precyzja i opanowanie. Jak wspomina jedna z malarek:

Kierownik [...] stawał obok mnie prawie codziennie, co było dla mnie straszną męką, że pod jego okiem musiałam pracować. Ręka drżała,

a to trzeba było farbę w tych *rożkach* utrzymać. Jak przystawiłam ten *rozek*, to się farba poląła. Trzeba było mieć wyczucie, jak operować, żeby tego kwiatka namalować czy listek [...]. Więc to był proces, 2 tygodnie, czy ja się nadaję do tej pracy czy nie. I jakoś się udało [...]. Na członka [spółdzielni] to dopiero trzeba było po 3 latach [...], wtedy jak zaakceptowali i stwierdzili, że ta osoba się nadaje, że może pracować¹².

W 1972 r. podjęto decyzję o rozszerzeniu asortymentu i wprowadzeniu zdobionej ceramiki do produkcji. Tworzeniem kwiatowych wzorów zajmowały się malarki, dotychczas specjalizujące się w zdobnictwie tkanin. Co ciekawe, swój udział w opracowaniu katalogu wzorów miało też Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej, ponieważ to ze zbiorów tej placówki wytypowano eksponaty. Jak wynika z protokołów spółdzielni, „zostały przejrane elementy zdobnicze, charakterystyczne dla tego rejonu, a mogące służyć jako adaptacja do komponowania zdobiny”¹³. Wybrane eksponaty to: haft na czepcu z Kościelnej Wsi, czepiec z Liskowa, czepiec z Dobrzeca, skrzynie malowane oraz ceramika z Zagórzynka. Produkcja ceramiki nie okazała się jednak dobrym pomysłem i po kilku latach z niej zrezygnowano. Kontynuowano natomiast współpracę z muzeum, które przy okazji organizowania wystawy „Wybrane elementy wystroju tradycyjnej chałupy wiejskiej w regionie kaliskim” w 1985 r. zleciło spółdzielni rekonstrukcję ubioru kaliskiego. Na podstawie informacji zebranych podczas etnograficznych badań terenowych przygotowano po dwa komplety kobiece i męskie, m.in. „bezrękawnik wełniany na osnowie lnianej w kolorze ceglasmym w paski granatowozielone” (Ścisła 1988: 98). W zachowanym w Archiwum Państwowym w Kaliszu zbiorze poświęconym dziejom kaliskiej spółdzielni znajduje się dokładny opis zamówienia wraz z parametrami określającymi kolorystykę, grubość i splot zamówionych w tkalni materiałów.

¹² Malarka, ur. 1948, Kalisz. Wywiad przeprowadziła Anna Weronika Brzezińska, 2018.

¹³ Archiwum Państwowe w Kaliszu, Kaliska Spółdzielnia Rękodzieła Artystycznego „Cepelia” w Kaliszu, sygn.. 11/1293/96, s. 45.

Jednym z zakładów zrzeszonych w kaliskiej spółdzielni była także tkalnia tiulu bawełnianego w Opatówku; wyroby te produkowano głównie na potrzeby zespołów ludowych i śpiewaczych działających na ziemi kaliskiej. Charakterystycznym kobiecym nakryciem głowy na obszarze południowej Wielkopolski są misternie haftowane czepce tiulowe (Rosińska 2005: 104–113). Część z nich zdobią hafty płaski lub przewlekany, natomiast w okolicach Jarocina jest to haft nasnuwany zwany snutką golińską (Brzezińska, Paprot et al. 2015: 46–53). Za jego rozpowszechnienie odpowiada Helena Moszczeńska – właścicielka dóbr golińskich, która w latach 1897–1950 organizowała kursy haftu dla wiejskich dziewcząt. Po zakończeniu II wojny światowej nowo powstała Wielkopolska Spółdzielnia Przemysłu Ludowego w Poznaniu zorganizowała podobny kurs, w którym udział wzięły 52 kobiety (Glapa 1955: 200). Tak jak w wypadku szkoły zawodowej w Bobowej chodziło o to, by przyuczyć chałupniczek do pracy dla spółdzielni cepeliowskich. Część twórczyń zajmujących się obecnie wyrobem snutek golińskich to zarówno wychowanki samej Moszczeńskiej (lub jej kontynuaterek – Heleny Bernasowskiej i Marcyny Trzeciak), jak i uczestniczki kursu spółdzielczego. Wiele z nich także pracowało dla spółdzielni cepeliowskiej, która zamawiała u nich serwetki: „Dawało się wzór i jedną serwetkę, oni wyceniali, no i potem się robiło seryjne”¹⁴. Hafciarki z sentymentem wspominają tamte czasy oraz opiekę, jaką nad nimi roztaczano (organizacja wystaw, konkursów i przeglądów, wyjazdy). Nie brakowało i wypowiedzi bardziej krytycznych: „to była taka masowa produkcja wtedy do Cepelii. Lata 50., 60. ubiegłego wieku. No to był, jak by to powiedzieć, dochód dla mieszkań... dla kobiet ze wsi [...]. Cepelia spowodowała to, że jak by to powiedzieć, technicznie... ustandaryzowali”¹⁵.

Po transformacji ustrojowej w 1989 r., kiedy zlikwidowano większość cepeliowskich spółdzielni, które na masową skalę skupowały wyroby

¹⁴ Hafciarka, ur. 1939, Jarocin. Wywiad przeprowadziła Georgina Matusiak, 2013.

¹⁵ Hafciarka, ur. 1948, Golina. Wywiad przeprowadziły Barbara Bojko i Karolina Dziubata, 2013.

hafciarskie zdobione haftem nasnuwanym, dla hafciarek z Jarocina i Goliny nastały czasy stagnacji. Zabrakło zewnętrznego stymulatora, trudno było znaleźć kupców, a jarocińskie Muzeum Regionalne nie chciało wziąć na siebie obowiązku animowania tej grupy środowiskowej (Brzezińska, Paprot et al. 2015: 113) – chociaż tego właśnie oczekiwały same twórczynie. Rolę tę z powodzeniem przyjęło Centrum Kultury i Sztuki w Kaliszu, które cyklicznie organizuje przeglądy twórczości regionalnej oraz sprawuje opiekę nad twórcami ludowymi z ziemi kaliskiej. Nie zachowało się natomiast wiele po kaliskiej spółdzielni. O jej działalności przypomniwała dopiero zorganizowana w 2018 r. wystawa; na jej wernisażu spotkali się dawni pracownicy spółdzielni. Środowisko snutkarek nie jest zbyt dobrze zorganizowane, nie powstały tu samodzielne stowarzyszenia jak w Pniewie czy w Bobowej. Ich aktywność można określić raczej jako hobbystyczną.

Spółdzielcy – wyrobnicy czy artyści?

Kiedy śledzi się losy trzech spółdzielni cepeliowskich oraz obserwuje współczesne formy aktywności twórców ludowych zajmujących się wyrobem haftów i koronek, nasuwają się pewne analogie. We wszystkich wspomnianych ośrodkach zainteresowanie się twórczością ludową przez osoby spoza środowiska sięga XIX w., a w okresie dwudziestolecia międzywojennego funkcjonował już dobrze zorganizowany rynek zbytu. Wyroby były przygotowywane z myślą o odbiorcy zewnętrznym, co doprowadziło do umasowienia i unifikacji wzornictwa regionalnego. Każda z opisanych spółdzielni w dużym stopniu opierała się na systemie pracy chałupniczej, co z kolei przekładało się na sposób przekazu tradycji wewnątrz samego środowiska – skoro płacono dobrze, to do wyrabiania haftów i koronek zatrudniano kolejnych członków rodzin. Po likwidacji spółdzielni nastąpił pewien regres, gdyż zabrakło ekonomicznych motywacji, a jeszcze nie zostały zorganizowane nowe rynki zbytu. Swego rodzaju odrodzenie lokalnych tradycji hafciarskich i koronkarskich nastąpiło w momencie powołania nowych struktur (tj. stowarzyszeń) lub

przejęcia funkcji opiekuńczo-organizacyjnej nad środowiskiem twórczym przez instytucje kultury. Tylko jedna z opisywanych spółdzielni nadal funkcjonuje, ale odtwarza ona stare wzory i formy tkanin, niedostosowane do potrzeb współczesnego odbiorcy. We wszystkich tych ośrodkach jednak tradycje rękodzielnicze przetrwały zarówno okres cepeliowski, jak i czas transformacji. Jest już nowe pokolenie twórców (najwięcej w Bobowej), którzy Cepelii nie pamiętają i którzy znają ją tylko z opowieści.

Kim są zatem współcześnie działające hafciarki i koronczarki – twórczyniami czy wytwórczyniami postcepeliowskiego wzornictwa? Rozróżnienie na twórcę ludowego i rękodzielnicę ludowego precyzuje Tadeusz Więckowski – wieloletni pracownik CPLiA:

Za twórcę ludowego uznajemy rękodzielnicę posiadającego umiejętność samodzielnej twórczości opartej na regionalnych tradycjach ludowych, twórczo je rozwijającego i interpretującego. Za rękodzielnicę ludowego uznajemy fachowca posiadającego nabytą w zasadzie w sposób tradycyjny umiejętność warsztatową i odtwarzającego wykonywane wyroby według regionalnych tradycji ludowych (Więckowski 1987: 31).

Podstawowym kryterium rozróżniającym te dwie definicje jest kwestia samodzielnego dokonywania wyborów estetycznych. A zatem hafciarki kurpiowskie, snutkarki golińskie i koronczarki bobowskie, które odtwarzają (a raczej powielają) wzory otrzymane w szkołach czy w spółdzielni, za artystki uznane być nie mogą. Jest to jednak kryterium dość krzywdzące, dlatego uważam, że do oceny współczesnego stanu tradycji rękodzielniczych warto zastosować raczej definicję socjolożki Barbary Fatygi, która twierdzi, że „twórca tworzy oryginalne i indywidualne dzieła w oparciu o regionalne tradycje ludowe, na podstawie umiejętności nabytych w drodze bezpośredniego przekazu twórczości ludowej” (Fatyga). Badaczka podkreśla rolę transmisji dziedzictwa kulturowego

oraz zakorzenie nabytych umiejętności i wiedzy w tradycjach miejsca (regionu). Fatyga przypisuje także twórcom ludowym dwie ważne cechy, bezpośrednio związane z oddziaływaniem na środowisko, czyli „utrzymywanie kontaktów z instytucjami wspierającymi artystów ludowych w celu pozyskiwania środków i pomocy organizacyjnej w uprawianiu danej dziedziny sztuki ludowej” oraz „upowszechnianie twórczości ludowej poprzez pokazy, ekspozycje, warsztaty, wystawy, kiermasze, targi, spotkania itp., współdziałanie w tym zakresie z instytucjami zajmującymi się ochroną i upowszechnianiem sztuki ludowej w kraju i za granicą” (Fatyga).

Kiedy analizuje się kierunki rozwoju aktywności twórczej, ale i (samo) aktywizacji w odniesieniu zwłaszcza do liderów społeczności w Pniewie i Bobowej, definicja twórcy moim zdaniem znacznie się rozszerza. Nie jest to już tylko rzemieślnik, rękodzielnik czy artysta, ale często animator i menedżer, który potrafi zarządzać swoimi wyrobami i umiejętnościami oraz chętnie podejmuje nowe wyzwania, np. z zakresu etnodizajnu. Nie jest on już wyłącznie stróżem tradycji (według definicji Więckowskiego), ale bywa także – jak proponuje Damian Kasprzyk (2009) – interpretatorem ludowości, dizajnerem i nauczycielem.

Podsumowanie

Zorganizowanie w powojennej Polsce, mozolnie odbudowującej się ze zgliszczy, tak dużej instytucji jak Cepelia było dużym wyczynem. Pomysł wydawał się sprytny, by w ramach jednej instytucji zrzeszyć (a w istocie znacjonalizować) specjalistyczne warsztaty rzemieślnicze oraz zatrudnić wykwalifikowanych chałupników i twórców ludowych. Wszystko to zostało opatrzone romantycznym hasłem „ludowości” motywowanej potrzebą „ustanowienia mecenatu państwa i unormowania działalności w zakresie sztuki i rękodzieła ludowego” (Więckowski 1987: 133).

Wyrazem trwałości idei cepeliowskich w zakresie ochrony wytwórczości ludowej, a zarazem świadectwem trwania kultur regionalnych w przytoczonych przeze mnie przykładach z Kurpi Białych, Małopolski i Wielkopolski jest aktywność poszczególnych środowisk twórców ludowych. Tam, gdzie znaleźli się lokalni liderzy, wsparci często przez samorządy i instytucje kultury, tradycyjne rękodzieło i rzemiosło rozwija się bardzo dobrze. Powstają projekty oparte na współpracy z profesjonalnymi artystami, a regionalne wzornictwo jest stosowane i wykorzystywane w produktach dostępnych w całej Polsce. Historia funkcjonowania Cepelii okazuje się zatem „fascynującym rejestrem różnorodnych przemian zaszłych w naszej kulturze na przestrzeni XX wieku” (Korduba 2013: 292) oraz w pierwszych dekadach XXI stulecia.

Nie przetrwała natomiast próby czasu idea spółdzielczości, czego przykładem jest spółdzielnia w Bobowej, która nie odnalazła się w nowej rzeczywistości społeczno-politycznej lub nie chciała podjąć wyzwania, by swoje wyroby dostosować do potrzeb współczesnego odbiorcy. O kaliskiej spółdzielni można wspominać tylko w kontekście historycznym, z kolei zainicjowane w 2018 r. działania Muzeum Okręgowego Ziemi Kaliskiej, których celem jest przypomnienie jej funkcjonowania, korzyści przyniosą dopiero w następnych latach. Najbardziej efektywne i zgodne z ideą zrównoważonego rozwoju oraz ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego są działania podejmowane przez lokalne środowiska, np. białokurpiowskiego Pniewa. Ingerencja instytucji zewnętrznych, a zwłaszcza centralnych, jest tam minimalna, a najlepszą formą działalności upowszechniającej lokalne wzornictwo okazują się stowarzyszenia. Nadzieją dla lokalnego wzornictwa są pojedyncze osoby – twórcy, dzięki którym z powodzeniem przekazuje się wiedzę i umiejętności wytwarzania snutek golińskich, bobowskich koronek klockowych oraz kurpiowskich haftów. Jak pisali Wanda Telakowska i Tadeusz Reindl: „Wzornictwo przemysłowe jest związane z upowszechnianiem w sposób dwojaki. Po pierwsze – samo jest środkiem upowszechniania kultury, po drugie

– dla swego rozwoju potrzebuje upowszechniania” (Telakowska, Reindl 1966: 112). Wypowiedź tę – nietracącą moim zdaniem na aktualności – można odnieść do warunków, jakie potrzebuje nie tylko wzornictwo, lecz także ludowa twórczość artystyczna odwołująca się do tradycyjnego wzornictwa regionalnego.

Bibliografia:

Bhaskaran L. (2006). *Design XX wieku. Główne nurty i style we współczesnym designie*. Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.

Brzezińska A.W. (2018). *Twórcy/wytwórcy/przetwórcy. Z dziejów kaliskiej Cepelii*. Katalog wystawy. Kucharska S. (red.). Kalisz: Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej w Kaliszu.

Brzezińska A.W., Paprot A., Tymochowicz M. (2015). *Klocki, snutki, perebory. Tradycyjne rękodzieło wobec wyzwań współczesności*. Wrocław: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze.

Damrosz J. (1987). *Region i regionalizm. Studium interdyscyplinarne*. Warszawa: Instytut Kultury.

Drozd-Piasecka M., Paprocka W. (1985). *W kręgu tradycji i sztuki ludowej*. Warszawa: Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza.

Fatyga B. *Twórca ludowy*. <http://ozkultura.pl/wpis/10526/9> [dostęp: 31.08.2018]

Głapa A. (1955). *Wielkopolski haft snutkowy*. „Polska Sztuka Ludowa”, nr 4, s. 193–205.

Huml I. (1978). *Polska sztuka stosowana XX wieku*. Warszawa: Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe.

Kasprzyk D. (2009). *Artysta ludowy i kilka kontekstów współczesności*. http://tlzr.muzeum-radom.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=69 [dostęp: 31.08.2018].

Klekot E. (2016). *Trwałe obrazy rzeczy ludowych*. W: Kordijak J. (red.). *Polska – kraj folkloru?*. Warszawa: Zachęta – Narodowa Galeria Sztuki, s. 139–157.

Korduba P. (2013). *Ludowość na sprzedaż*. Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana, Narodowe Centrum Kultury.

Myśliwski W. (2004). *Kres kultury chłopskiej*. „Gazeta Wyborcza”, 23–24.05.2009, s. 8–20.

Orynżyna J. (red.) (1975). *Piękno użyteczne. Ćwierćwiecze Cepelii*. Warszawa: Zakład Wydawnictw CRS.

Rękodzieło ludowe i artystyczne Cepelii. Informator dla sprzedawcy (1989). Warszawa: Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Cepelia.

Rosińska I. (2005). *Suknia wydaje ludzkie obyczaje. Wielkopolskie stroje ludowe w zbiorach Muzeum Etnograficznego*. Poznań: Muzeum Narodowe w Poznaniu.

Ścisła M. (1988). *Dział etnograficzny Muzeum Okręgowego Ziemi Kaliskiej w Kaliszu*. „Łódzkie Studia Etnograficzne”, nr 27, s. 83–101.

Telakowska W. (1955). *Twórczość ludowa w nowym wzornictwie*. Warszawa: Wydawnictwo Sztuka.

Telakowska W., Reindl T. (1966). *Problemy wzornictwa przemysłowego*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Więckowski T. (1987). *Ginące piękno. Artystyczne rękodzieło ludowe w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Spółdzielcze.

Źródła internetowe:

[1] http://www.nagrodakolberg.pl/laureaci-fundacja__cepelia____polska_sztuka_i_rekodzielo [dostęp: 18.08.2018].

[2] <http://www.kuzniakurpiowska.pl/index.php/stowarzyszenie> [dostęp: 18.08.2018].

[3] *Pniewo dawniej i dziś*, <http://docplayer.pl/29771501-Pniewo-dawniej-i-dzis.html> [dostęp: 14.08.2018].

[4] <http://www.koronkabobowa.pl/content/6-o-firmie> [dostęp: 17.08.2018].

[5] <http://www.zsz.bobowa.pl/o-szkole/historia> [dostęp: 15.08.2018].



Logo Cepelii



Sklep cepeliowski w Sieradzu, 2018 r., fot. A. W. Brzezińska



Aranżacja sklepu cepeliowskiego na wystawie
w MOZK, 2018 r., fot. Pf/4 Zbigniew Kańczukowski/MOZK



Hafty kurpiowskie ze zbiorów Muzeum Kultury Kurpiowskiej
w Ostrołęce, 2015 r., fot. A. W. Brzezińska



Bobowska koronka klockowa wykonana przez Marię Sikorską,
2014 r., fot. V. Kuś



Czepiec Danuty Wróbel z Goliny, 2014 r., fot. V. Kuś



Wzory malowanych tkanin obrusowych, ze zbiorów Archiwum Państwowego w Kaliszu, fot. A. W. Brzezińska



Halina Witkowska podczas warsztatów w Wyszkowie, 2015 r., fot. J. Sitek



Procesja Bożego Ciała, 2016 r., fot. J. Affelski



Budynki byłej Spółdzielni „Koronka” w Bobowej, 2014 r., fot. V. Kuś



Metki Spółdzielni „Koronka” w Bobowej, 2014 r., fot. V. Kuś



Tkaniny dekoracyjne wykonane w Spółdzielni „Koronka”
w Bobowej, 2014 r., fot. A. W. Brzezińska



Sumaki wykonywane w Spółdzielni „Koronka”
w Bobowej, 2014 r., fot. A. W. Brzezińska



Wystawa w MOZK pokazująca historię Kaliskiej Spółdzielni Pracy Rękodzieła Artystycznego, 2018 r., fot. Pf/4 Zbigniew Kańczukowski/MOZK



Wystawa w MOZK pokazująca historię Kaliskiej Spółdzielni Pracy
Rękodzieła Artystycznego, 2018 r., fot. M. Machowska



Pościel haftowana maszynowo wykonana w kaliskiej
spółdzielni, fot. Pf/4 Zbigniew Kańczukowski/MOZK



Talerz zdobiony w kaliskiej spółdzielni, fot. Pf/4 Zbigniew Kańczukowski/MOZK



TWÓRCY / WYTWÓRCY / PRZETWÓRCY
Z dziejów kaliskiej Cepelii

8 czerwca – 31 sierpnia 2018 r.

Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej w Kaliszu
ul. Kościuszki 12, Kalisz



Plakat do wystawy „Twórcy – wytwórcy – przetwórcy. Z dziejów kaliskiej Cepelii”, 2018 r., Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej

Anna Weronika Brzezińska
Institute of Ethnology and Cultural Anthropology,
The Adam Mickiewicz University in Poznań

Cepelia cooperative activity and dissemination of regional design

In 1949, there was created the Folk & Artistic Industry Centre (Cepelia). It associated dozens of cooperatives and manufacturers, and each of them dealt with production of another type of handicrafts and crafts. This text presents the story of the creation and activity of three cooperatives specializing in the production of: bobbin lace and decorative fabrics (Bobowa), embroidery from the Kurpie region (Pniewo) as well as painted fabrics and hand and machine embroidery from Wielkopolska (Kalisz). Currently there is only one cooperative in Bobowa, other production facilities were liquidated in the period of the systemic transformation. The very idea of cooperatives comprising artists did not survive, yet there is still the grassroots handicraft movement which brings folk artists together. The activity of local leaders and their cooperation with local and regional cultural institutions allows for the continuation of the concept of the folklore preservation.



Agnieszka Kurkowska
Instytut Wzornictwa Politechniki Koszalińskiej

*najważniejsza w architekturze jest prawda
ziemia z której rośnie
WZORCE z których czerpie
poszukiwanie w formach, ich DIALOGU ze światłem i cieniem
dlatego: ważne są próby i intuicja w kreacji
przestrzeń oddziałuje przez budynki
chowa swoje dźwięki w zakamarkach murów
zostawia ślady zapachu na tynku
oswaja go dla siebie, a my: czujemy się bezpieczni
wszystko co nowe otoczenie oswaja
dźwięk uczy się penetrować nowe struktury
nasz wzrok początkowo zdziwiony
oswaja nową inność
tworzy nowy obraz dla naszych zmysłów
a sukcesem jest AKCEPTACJA
(słowa autorki)*

Wzornictwo regionalne jako źródło inspiracji we współczesnym projektowaniu architektonicznym

Wprowadzenie

Na północy Polski spotkać można dobrze zachowane przykłady wzornictwa regionalnego, które wywodzą się z lokalnych tradycji zamieszkujących tu przez wiele wieków społeczności. Regionem badanym przeze mnie i zarazem mi najbliższym, bo tu właśnie mieszkam, są Kaszuby. Historycznie zajmują one obszar w pionowym pasie od morza (na zachód od Półwyspu Helskiego) po Bory Tucholskie i dzielą się na podobszary zróżnicowane nieznacznie pod względem kulturowym (pas nadmorski, Kaszuby Północne, Kaszuby Środkowe, Kaszuby Zachodnie i Kaszuby Południowe).

Budownictwo regionalne na Kaszubach ma bogate wielowiekowe tradycje. Niestety po 1945 r., a szczególnie po 1970 r., kiedy zaczęło się rozwijać przemysłowe budownictwo obiektów prefabrykowanych w technologii wielkiej płyty, zaobserwować można zanik budownictwa tradycyjnego, ludowego (powstającego bez udziału architekta). Wcześniej jednak występowała tu duża różnorodność form i rozwiązań dotyczących rozplanowania wewnętrznego domów mieszkalnych, mimo ograniczenia wynikającego z ustalonych modułów przestrzennych (Sadkowski 2001: 37). Pojedyncze prywatne obiekty lub pewne ich zgrupowania wciąż można na tych terenach odnaleźć. Najwięcej obiektów czysto zabytkowych wyeksponowanych na wolnej przestrzeni mieści się w Kaszubskim Parku Etnograficznym we Wdzydzach [1] oraz – w mniejszym stopniu – w Klukach i Nadolu [2].

Kaszuby charakteryzują się wyjątkowym wzornictwem regionalnym. Ocalało wiele dobrze zachowanych przykładów układów osadniczych i samych obiektów architektonicznych – mieszkalnych i gospodarczych. Szczególną rolę odgrywa tu wspomniany wdzydzki skansen. Stanowi on pełnowymiarowy wzornik, który – jako swoisty rezerwuar regionalnego dziedzictwa – nie tylko pełni funkcję edukacyjną, lecz także może inspirować współczesnych twórców i mieszkańców regionu.

Na Kaszubach wykształciły się charakterystyczne dla tego regionu układy zabudowań, schematy organizacji przestrzeni w skali wsi, zagrody i domu mieszkalnego oraz formy obiektów, pozostających w unikalnych relacjach z przyrodą i małą architekturą towarzyszącą. Kaszubskie wzornictwo ujawnia się za pośrednictwem form obiektów i wzorów detali technicznych/technologicznych, a także za pośrednictwem mebli, przedmiotów użytkowych, zdobień w materiale konstrukcyjnym i wykończeniowym, elementów dekoracyjnych.

Tradycyjne regionalne budownictwo i wzornictwo kaszubskie w kreacji przestrzennej

Dążenie do utrzymania wspomnianych właściwości lokalnych to regionalizm rozumiany jako ruch kulturowy od ponad stu lat, zrodzony jako sprzeciw „wobec zmian, jakie do tradycyjnych krajobrazów i obyczajów wnosił rozwój miast i przemysłu” (Wallis 1971: 186). Jak dalej pisze A. Wallis:

Estetyczne walory otoczenia potrzebne są nie tylko do lirycznych przeżyć. Zależy od nich psychiczne zdrowie społeczeństwa. Krajobrazy, w jakich mieszkamy, pracujemy, przemieszczamy się i odpoczywamy, wywołują w nas – w zależności od swoich walorów – stan radości i równowagi, poczucie obojętności bądź nastroje przygnębienia i apatii (Wallis, 1971: 186–187).

Działania proregionalne, do których zaliczyć można inspirowanie się w architekturze wzornictwem lokalnym, stanowią przeciwieństwo uniwersalizacji i uniformizacji kultury. To jednocześnie antidotum na nieczytelność wielu obcych kulturowo przekazów przestrzennych, zagubienie i trudność utożsamienia się z miejscem zamieszkania lub czasowego pobytu.

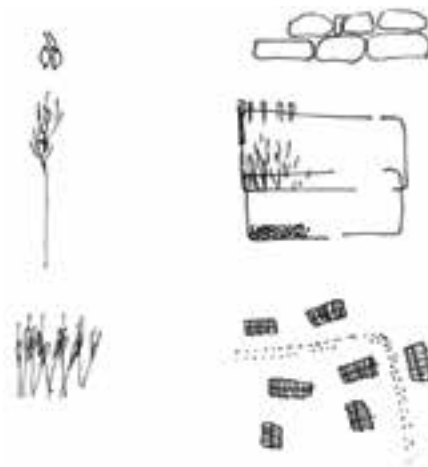
Kaszuby to wyrazisty region o unikalnej topografii i przyrodzie. Mieszkańcy, przebywając tu, pracując i wypoczywając, przystosowali to miejsce do swoich potrzeb – stworzyli obiekty mieszkalne, gospodarcze i produkcyjne, zgrupowane w układach osadniczych, oraz elementy uzupełniające, w tym przedmioty użytkowe i dekoracyjne. Przyroda ma tu miejsce pierwotne, człowiek – wiodące, a architektura, stanowiąc konieczne uzupełnienie, dzięki szczególnej lokalizacji oraz wrażliwości i talentowi jej twórców, stanowi o bogactwie kulturowym regionu i współtworzy jego piękno.

Rozwiązania formalne oraz detale rzemieślnicze utrwalone tradycją zdobniczą i określoną topografią oraz zasobnością regionu, a także elementy

dekoracyjne towarzyszące sztuce użytkowej uzupełniającej wnętrza architektoniczne, są wciąż żywą i oczekiwaną inspiracją w projektowaniu architektonicznym. Przywoływanie tradycyjnego wzornictwa warunkuje poczucie tożsamości w zamieszkiwanym regionie i zapewnia niezbędną ciągłość kulturową, dlatego warto o nie zabiegać nie tylko w codziennym projektowaniu, lecz także w procesie kształcenia przyszłych architektów. Sięganie po zastane wzorce wspomaga poczucie dobrego zamieszkiwania na obszarze Pojezierza Kaszubskiego.

Twórcze działanie urzeczywistniające się w otoczeniu człowieka, wyrażone fizycznymi konstrukcjami, geometrycznie definiowane za pomocą brył i kształtów, to kreacja przestrzenna. Wynika ona z różnych potrzeb lub konieczności. Jedną z nich jest odwieczna ludzka potrzeba schronienia, zapewnienia godnego i wygodnego bytu. Kolejna to poszukiwanie harmonii, piękna, spełnienie we współistnieniu. To podstawowe przyczyny działań kreatywnych. Rozwijające się struktury społeczne, funkcjonujące w określonej kulturze, wypracowują określone wzory (powielane, rozwijane, modyfikowane) struktur przestrzennych, służących określonym celom.

Na Kaszubach elementy ludowego budownictwa regionalnego można odczytać w różnych skalach: urbanistycznej – jako przestrzenne ułożenie obiektów obejmujące zabudowę wraz z układem pól i dróg oraz dyspozycje w obrębie wsi i samej zagrody; architektonicznej – dotyczącej bryły i samej struktury budynku (a więc zawierających się w formie, konstrukcji, materiale, wykończeniu) oraz kameralnej – związanej z wyposażeniem użytkowym i dekoracyjnym (w przedmiotach codziennego użytku, meblach, zdobieniach).



il. 1. Różne skale odczytywania elementów ludowego budownictwa regionalnego, rys. A. Kurkowska

Szczęśliwie, wiele elementów składających się na strukturę kreacji przestrzennej w budownictwie ludowym regionu kaszubskiego pochodzi z uniwersalnego języka form. Ówcześni autorzy, odnosząc swoje wytwory do skali ludzkiej i do podstawowych potrzeb człowieka, czerpiąc inspiracje z przyrody, poruszali się w języku znaczeń zrozumiałych dla odbiorcy pomimo upływu wieków.

Dzieje tradycyjnego budownictwa kaszubskiego w ostatnich trzech stuleciach wskazują, że tradycja architektoniczna regionu podlegała wielokrotnemu wartościowaniu i dopełnianiu. Zgodne jest to z ogólną definicją tradycji określającą, że obejmuje ona dobra kulturowe przekazywane w czasie /również w przestrzeni/ przejmowane i wartościowane. Wartościowanie określa stosunek poszczególnych pokoleń do dóbr kulturowych z przeszłości, ich zgodę na dziedziczenie lub protest przeciwko niemu (Sadkowski 2001: 42–43).

Ukształtowanie urbanistyczne w zabudowie tradycyjnej wsi kaszubskiej zdeterminowane było warunkami geograficznymi, systemami osadniczymi, różnorodnymi układami społeczno-ekonomicznymi. W IX–XI w. ukształtowały się zasadnicze formy wsi – ulicówka i okolnica – wokół małego placu, stawu, małego jeziora (Pokropek 1976: 21–24). Zauważana

współcześnie malownicza swoboda w usytuowaniu budynków nie była zamysłem plastycznym, ale wynikała ze specyficznej rzeźby terenu, charakterystycznej dla obszaru moren polodowcowych z ich gęstymi niewielkimi wzniesieniami oraz ze stromymi skarpami jezior rynnowych.

Podstawowa jednostka zabudowy wsi to zagroda (Górka 2011: 7), miejsce zamieszkania, pracy i wypoczynku wiejskiej rodziny. Kształt, wielkość i skład zagrody chłopskiej na Kaszubach zależą od wielu czynników. Można wśród nich wymienić: wspomniane warunki naturalne (rzeźba terenu, hydrografia, układ dróg), warunki osadnicze (wiek i kształt wsi, układ pól, skład etniczny), typ gospodarki i stopień zamożności gospodarza, stosunki rodzinne, lokalne tradycje i zwyczaje, urzędowe nakazy i normy, a także względy przeciwpożarowe (Knyba 1987: 40). Towarzysząca siedlisku zieleń to charakterystyczny ozdobny kwiatowy przedogródek, sad, warzywnik, zielnik, wysokie drzewa pełniące funkcję wiatrochronu, czasem dwa szczególne drzewa stojące po obu stronach frontowego wejścia, które mieszkańcy nazywają opiekunami domu (Górka 2011: 7).



il. 2. Chaty kaszubskie, Kaszubski Park Etnograficzny im. Izydora i Teodory Gulgowskich we Wdzydzach Kiszewskich, fot. A. Kurkowska

Ludowe budownictwo mieszkalne to „jeden z elementów materialnej kultury ludowej, który w ciągu stuleci należał do dość ustabilizowanych o silnym piętnie tradycji” (Knyba 1987: 24). Forma i konstrukcja obiektu mieszkalnego ewoluowały przez lata, jednak zasadnicze wytyczne geometryczne niewiele się zmieniły, dlatego też wyodrębniono pojęcie chaty kaszubskiej (Pokropek 1976: 24) wywiedzione dodatkowo z powiązania wytworu kulturowego z określonym terytorium. Twórcy obiektów regionalnych posługiwali się określonym językiem form. Prowadzone współcześnie badania, zgodne z zainteresowaniami psychologów architektury, dowodzą celowości dotąd jedynie intuicyjnie podejmowanych decyzji przestrzennych. Posługiwanie się językiem form służy przekazywaniu określonych, świadomie zapisywanych treści, w tym budowaniu napięć, kreowaniu nastroju, nawiązywaniu relacji w kontekście przestrzennym i społeczno-kulturowym. I tak w regionalnym budownictwie kaszubskim możemy wyznaczyć elementy porządkowane według ustalonych wytycznych kompozycyjnych, obserwujemy powtarzalność linii zamykających (kalenice), rytm pionowych krawędzi ścian, artykulację płaszczyzn wynikającą ze sposobu zastosowania materiałów pokryciowych/elewacyjnych, rysunek plastyczny pochodzący z kształtu stosowanych materiałów budowlanych: nieregularnych kamieni, drewnianych belek, desek szczytowych, trzciny kryjącej dach (Kurkowska 2015: 122–124).

Formą wyjściową dla lokalnego budownictwa w XVIII w. była „ukształtowana we wcześniejszym okresie chałupa jednoizbowa z narożną sienią, w której znajdowały się urządzenia ogniowe, i małą komorą wydzieloną z wnętrza izby” (Sadkowski 2001: 37). Oznacza to, że chałupa kaszubska pierwotnie była jednoprzestrzennym budynkiem z otwartym paleniskiem, co wiązało się z łączeniem wszystkich niezbędnych funkcji w jednym pomieszczeniu (używany jeszcze w XVIII w. przez najuboższą ludność), a następnie przekształcała się stopniowo w obiekt czteroizbowy, dwutraktowy, z pełnym programem funkcjonalnym (wzorowanym na dworku drobnej szlachty kaszubskiej). Od XIX w. pojawiają się na Kaszubach chałupy podcieniowe

(podcienie szczytowe, wnękowe, narożne). Pomieszczenia mieszkalne i pomocnicze skupione były wokół centralnie usytuowanego komina (Szarejko).



il. 3. Umeblowane wnętrze chaty kaszubskiej (chata z Piechowic), Kaszubski Park Etnograficzny im. Izydora i Teodory Gulgowskich we Wdzydzach Kiszewskich, fot. A. Kurkowska

Chałupa kaszubska w ujęciu geometrycznym to prosta zwarta bryła przykryta wysokim dachem dwuspadowym (rzadziej: dymnikowym dachem naczółkowym, głównie w pasie nadmorskim i na Kaszubach Zachodnich), o utrwalonym tradycją kącie nachylenia połaci 45° . Występujące konstrukcje drewniane to system zrębowy, sumikowo-łątkowy i mieszany (zrębowo-sumikowo-łątkowy) oraz szkieletowy z wypełnieniem drewnianym. Ponadto stosowano kamień polny na fundamenty, kamienie na progi, glinę bitą jako podłogę. Dachy kryto strzechą słomianą, rzadziej trzciną, wrzosem, sosnową dranicą lub świerkowym sznydłem (Sadkowski 2001: 42); w kalenicy wzmacniano ją konstrukcją drewnianą, a w szczytach – deskami wiatrowymi wzbogacanymi ozdobami nadszczytowymi, czyli pazdurami (Szarejko).

Współczesna kreacja przestrzenna oparta na zastanej tradycji regionalnego budownictwa i twórczości kaszubskiej

Tradycyjne wzornictwo wykorzystuje się w projektowaniu po to, by wzmocnić doświadczenie tożsamości miejsca, utrzymać ciągłość historyczną, wprowadzić harmonię w zabudowie wsi i towarzyszących im obszarów rekreacyjnych, a także zadbać o estetykę przestrzeni kulturowej. Wykorzystać można podobny materiał, schemat konstrukcyjny, detal, formę, układ obiektów, wzór dekoracyjny, elementy wyposażenia wnętrz. Niektóre technologie czy schematy budowlane adaptować można wprost, inne należy zmodyfikować, aby dostosować do aktualnych wymagań i oczekiwań użytkowników. Pożądanym i oczekiwanym efektem byłaby spójność i doświadczane wartości.

Dbałość o jakość przekazu, harmonię krajobrazu, czytelność historii regionu kaszubskiego i obowiązującej od wieków idei współistnienia z otoczeniem może stanowić przesłanie będące podstawą dalszych działań przestrzennych prowadzonych w duchu regionalizmu. Jak zauważa Andrzej Baranowski, współcześnie „zaczynamy zauważać wartości nieskażonego krajobrazu i ciągłości dziedzictwa kulturowego, poszukujemy korzeni, tożsamości, lokalności, a nawet jesteśmy skłonni przyznać im wartość ekonomiczną, mierzoną zyskiem osiąganym z rozwoju masowej turystyki; obok turystyki krajoznawczej pojawia się bowiem nowa dziedzina turystyki kulturowej” (Baranowski 2001: 44). Ostatecznie nie gra roli źródło motywacji tych proregionalnych działań, ważny jest sam wzrost zainteresowania lokalną kulturą.

Współczesna kreacja oznacza łączenie elementów zastanych w tradycji budownictwa regionalnego z własną wizją przestrzenną. Takimi przykładami są dwa projekty studenckie powstałe w Instytucie Wzornictwa Politechniki Koszalińskiej (zaprezentowane i omówione w dalszej części tekstu), dotyczące współczesnych nawiązań regionalnych w projektowaniu architektonicznym.

Dekoracyjne motywy kaszubskie nawiązujące do sztuki ludowej

Tradycyjne ludowe dekoracje kaszubskie opierają się w dużej mierze na motywach roślinnych, w tym szczególnie na barwnych elementach florystycznych. Zostały one zainspirowane zarówno otaczającą przyrodą (róże, chabry, niezapominajki, lilie, dzwonki), jak i sztuką sakralną pochodzącą z południa Europy (motywy owocu granatu, liści akantu obecne w dekoracjach świątyń). Wzory te pojawiały się w postaci zdobień na meblach i tkaninach (haft, barwne stemple), obrazów na szkle oraz dekoracji ceramicznych naczyń użytkowych. Rzadziej występuje zdobienie wprost na elementach architektonicznych. Dekoracji w typowym domu było niewiele (niezamożność) i stanowiły one jedynie barwne akcenty.



il. 4. Fragment haftu ze wzorem kaszubskim, źródło: <http://wiano.eu/article/2535>
[dostęp: 04.06.2018]

Sztuka ludowa ma charakter regionalny i jest twórczością chłopską, najczęściej anonimową. Tradycja utrwalania kolejnych wzorów harmonijnie zespala wszystkie te powtarzające się, a zarazem zróżnicowane lokalnie, dekoracje, które powstawały w ciągu kilku stuleci. Podobieństwo i powtarzalność wzorów w sztuce ludowej postrzegane jest jako piękno. Wzory zdobień powstawały samoistnie – jako emanacja twórczych zdolności autorów – lub intencjonalnie, po to by wzbogacić określone wydarzenia i nadać im określone, indywidualne znaczenie. Wzory te ewoluowały, podążając za zmianami w kulturze i upodobaniami jej odbiorców, a widoczna różnorodność i bogactwo zdobień świadczą o dużej wrażliwości estetycznej i o wysokim poziomie rozwoju artystycznego ludności kaszubskiej.

Dominującą pierwotnie w kaszubskich elementach dekoracyjnych gamę barw chłodnych, zwłaszcza zieleni czy błękitów, przypisuje się chłodnemu nadmorskiemu klimatowi oraz przeważającym barwom otoczenia, w którego krajobrazie dominują lasy, jeziora i morze. Później wprowadzono kolory żółty, czerwony lub czarny do podkreślenia różnych akcentów tonalnych. Wiele motywów ma własny utrwalaony tradycją symbol i kolor, choć bywają one różne w poszczególnych subregionach [3].

Wykorzystywanie ludowych wzorów oraz inspirowanie się nimi stało się nowym trendem w dizajnie. Obecnie w regionie kaszubskim w dekoracji obiektów użytkowych, mebli i wnętrz zauważyć można swoisty renesans tradycyjnych elementów dekoracyjnych. Niewątpliwie sprzyja temu moda na etniczną barwność i podkreślanie lokalnej różnorodności. Dzięki modzie i paradoksalnie, mimo powierzchowności tego zjawiska, istnieje szansa na to, że nastąpi zwrot ku wartościom sprzyjającym kulturowemu wzmocnieniu i zespoleniu, dość heterogenicznej pod tym względem, współczesnej społeczności zamieszkującej Pomorze Środkowe. Przywoływane współcześnie tradycyjne wzornictwo ma szansę skierować uwagę na ów region i jego wciąż żywe tradycje niekoniecznie znane ludności

napływowej (fale politycznych emigracji powojennych i częste ekonomiczne migracje współczesne).

Najczęściej zauważyć można wykorzystanie pojedynczych elementów bądź mniej złożonych kompozycji. Zdarzają się jednak przykłady autorskich propozycji o bardziej nowoczesnym wyrazie plastycznym, o odważnych, niespotykanych wcześniej dekoracjach i grafice. Sprzyjają temu rozwój technologii oraz zmiany kulturowe w dziedzinie sztuki i ubioru.

Jako przykład takiej właśnie autorskiej propozycji można wskazać pracę magisterską pt. *Projekt komunikacji wizualnej we wnętrzu publicznym* obronioną w 2014 r. przez Katarzynę Bielińską. Opracowanie to zawiera kompletny projekt wnętrza restauracji wraz z zasadniczymi elementami komunikacji wizualnej. Autorka harmonijnie łączy minimalizm form i grafikę z bogatymi wzorami kaszubskimi. Wzory te są motywem przewodnim we wnętrzu, nadają mu wyrazisty charakter i zdecydowanie je ocieplają.

Bielińska stworzyła indywidualny projekt sieciowej restauracji, której wnętrza postanowiła silnie zidentyfikować z lokalizacją obiektu. Jednocześnie chciała się odnieść do strategii firmy promującej zdrowe regionalne produkty. W pomieszczeniach dominują dwa elementy kwiatowe, ukazane zazwyczaj we fragmentach, w autorskiej interpretacji graficznej, umieszczone zarówno na ścianach, jak i na meblach. Utrzymane zostały ich tradycyjne kolory, które podkreśla naturalna zieleń świeżych ziół jako zarazem kolejnego akcentu kolorystycznego we wnętrzu. Zdaniem autorki:

wykorzystanie wzorów kaszubskich pozwoli identyfikować lokal z okolicą, w której się znajduje. Ich obecność w pomieszczeniu podkreśla oryginalność i ponadczasowość oraz nadaje mu charakter. Tymczasem przypomina, że posiłki przygotowywane są z warzyw i owoców regionalnych upraw, co świadczy, że są zdrowe i bez

konserwantów. Dla turystów jest znakiem kultury regionalnej, jego historii i tradycji, więc wykorzystanie wzorów kaszubskich w restauracji [...] jest propozycją promowania regionu, w którym restauracja się znajduje (Bielińska 2014: 7).

Uwagę przykuwa obszerna grafika na ścianie przedstawiająca kwiaty kaszubskie w żywych kolorach. Kwiaty te są dekoracyjne i bujne. Dzięki przemyślanej lokalizacji i przyjętym rozmiarom organizują one wokół siebie przestrzeń pomieszczenia. W projekcie wykorzystano motyw tulipana w kilku odcieniach niebieskiego (od błękitu po szafir), róże w odcieniach czerwieni oraz dominujące ciepłe odcienie żółci. Zdecydowane przeskalowanie kwiatów sprawia, że są one widoczne już od wejścia, i stanowi zarazem nowoczesny zamysł plastyczny – nadaje pomieszczeniu wyraźnego charakteru. Zastosowany wzór ożywia przestrzeń wnętrza; dzięki temu staje się ono przytulne. Jako dość intensywny element, w połączeniu z minimalistycznymi jasnymi meblami, współtworzy harmonijną kompozycję, wprowadzając jednocześnie ład i porządek. Ten sam motyw kwiatowy, powtórzony na kilku białych stolikach, przywołuje obrazy natury. Można dzięki temu poczuć się bliżej pól, łąk, lasów czy jezior kaszubskich (Bielińska 2014: 31-33).



il. 5. Projekt wnętrza restauracji na Kaszubach, autorka: mgr K. Bielińska, promotor: dr inż. arch. Agnieszka Kurkowska, wizualizacja K. Bielińska



il. 6. Projekt wnętrza restauracji na Kaszubach, autorka: mgr K. Bielińska, promotor: dr inż. arch. Agnieszka Kurkowska, wizualizacja K. Bielińska

Współczesna interpretacja tymczasowego domu mieszkalnego opartego na wzorze regionalnym

Współczesne standardy mieszkaniowe, metody pracy, sposób spędzania wolnego czasu oraz struktura rodziny są różne od tych, które towarzyszyły kształtowaniu się tradycyjnego domu kaszubskiego. Zmieniły się technologie i materiały budowlane oraz standardy wyposażenia technicznego wnętrz mieszkalnych. Historyczna chata kaszubska (typowy dom mieszkańców

wsii) swoim rozplanowaniem i gabarytami bardziej odpowiada obecnemu domkowi letniskowemu niż domowi rodzinnemu współczesnej wiejskiej rodziny. Jednak wiele jej elementów nadal może inspirować architektów. Można je mądrze adaptować do współczesnych budowli, zgodnie z oczekiwaniami użytkowników, obowiązującymi standardami i wymogami prawnymi. Jednocześnie, w ten sposób projektowane i realizowane obiekty byłyby zharmonizowane z istniejącą zabudową historyczną, krajobrazem kulturowym, stanowiłby kontynuację tradycji, wzmocniłyby więź mieszkańców z regionem i niewykluczone, że umożliwiłyby ewolucję form, dopasowując je do obecnych realiów. Warto podejmować takie próby.



il. 7. Dom tradycyjny – chata kaszubska na Kaszubach, fot. A. Kurkowska

Jedną z takich prób jest studialny projekt opracowywany aktualnie w Instytucie Wzornictwa Politechniki Koszalińskiej pod moją opieką przez Dorotę Chmiel jako praca licencjacka na kierunku architektura wnętrz.

Studentka proponuje interesujące nawiązanie do tradycyjnej architektury ludowej, poszukując formy domku letniskowego i sposobu rozplanowania w nim pomieszczeń oraz umeblowania. Wprost czerpie ona z kształtu tradycyjnej bryły i zapożycza kilka materiałów budowlanych, łącząc je w dość zaskakujący sposób ze szkłem wypełniającym wszystkie płaszczyzny ścian, skonstruowanych tradycyjnie z drewna. Projekt zakłada centralną lokalizację trzonu kuchennego (analogicznie jak w obiektach tradycyjnych). Jednak obok kuchni pojawia się łazienka z toaletą. Zrezygnowano z amfiladowego obejścia na rzecz kameralnej sypialni. Przestrzeń poddasza w miejsce magazynowania produktów wprowadza użytkową antresolę o funkcji dopasowywanej do indywidualnych oczekiwań mieszkańców.

Obecność szkła zmienia formę domu, wpływa na relacje wnętrza z zewnątrz, doświetla pomieszczenia i otwiera na kontakt z przyrodą i otoczeniem. Gabaryty obiektu pozwalają uzyskać efekt kameralności, a zarazem wnętrze spełnia funkcję użytkową związaną z komfortowym okresowym przebywaniem poza stałym domem. Projekt ukazuje potencjał wzoru tradycyjnego domu, którego podstawowa funkcja zostaje zredefiniowana i potraktowana w autorski sposób.



il. 8. Projekt wnętrza domku letniskowego, wersja robocza,
autorka: D. Chmiel, promotor: dr inż. arch. A. Kurkowska,
wizualizacja D. Chmiel



il. 9. Projekt wnętrza domku letniskowego, wersja robocza,
autorka: D. Chmiel, promotor: dr inż. arch. A. Kurkowska,
wizualizacja D. Chmiel

Podsumowanie

Architektura to zapis myśli, komunikat przekazywany odbiorcy, unikatowa kreacja przestrzenna. To urzeczywistnienie idei, która najpierw pojawiła się w głowie architekta, a następnie została zapisana graficznie i – wreszcie – zaistniała w sposób fizyczny. Analizując tradycyjną zabudowę kaszubską, trudno nie zauważyć, jak istotna dla ówczesnych użytkowników była identyfikacja z grupą społeczną, jak mocno ugruntowane było poczucie ładu przestrzennego, jak uważna była kultura prowadzonych działań przestrzennych, poszanowanie przyrody, tradycji, innych użytkowników. Dzisiaj wykorzystanie wzornictwa regionalnego pełni podobną funkcję, chociaż znajomość historii i tradycji jest w wielu przypadkach powierzchowna. Dodatkowo, w odbiorze elementów regionalnych, w odniesieniu do osób spędzających tu czas wolny, ważną rolę odgrywa uzyskane poprzez inność poczucie oderwania od rzeczywistości codziennej, pragnienie odpoczynku,

radości obcowania z barwnym wzornictwem regionalnym, ale również potrzeba współuczestnictwa w kontynuowaniu tradycji, wpisywania się w historię regionu.

Pierwszy z opisanych przykładów nawiązuje do wzoru dekoracyjnego. Wydaje się, że wykorzystane w projekcie wzory trafnie wzbogacają charakter wnętrza: oryginalnego, ładnego, harmonijnego i kaszubskiego w wyrazie. To dobry przykład inspiracji w projektowaniu architektonicznym, a jednocześnie wartościowa promocja regionu. Jako drugi przedstawiono projektu domku letniskowego opartego na budownictwie tradycyjnym, a jednocześnie stanowiącego nowatorską alternatywę dla zunifikowanej zabudowy, w której przewagę stanowią powszechnie dostępne drewniane letniskowe domy modułowe. Przykłady te ukazują, że inspirowanie się regionalnym dziedzictwem kulturowym wzbogaca współcześnie projektowane obiekty architektoniczne. Warto czerpać z tego bogatego wzornictwa, szczególnie że „jego poszczególne elementy zarówno materialne, jak i duchowe mogą stanowić ważny czynnik rozwoju lokalnego i wzrostu dobrobytu lokalnych społeczności” (Gonda-Soroczyńska 2006: 195).

Bibliografia:

Baranowski A. (2001). *Teraźniejszość i przyszłość architektury regionalnej Kaszub Jeziornych*. W: Chrzanowski T., Miłejko K., Szydłarska A.M. (red.). *Regionalne budownictwo na Kaszubach Jeziornych w XXI wieku*. Warszawa: Ośrodek Ochrony Zabytkowego Krajobrazu Narodowa Instytucja Kultury; Kartuzy: Zarząd Kaszubskiego Parku Krajobrazowego w Kartuzach.

Bielińska K. (2014). *Projekt komunikacji wizualnej we wnętrzu publicznym* (niepublikowana praca magisterska), s. 7.

Gonda-Soroczyńska E. (2006). *Architektura jako wyraz dziedzictwa kulturowego*. W: Czarnecki W., Karolczuk D. (red.). *Odnova polskiej wsi*. Białystok: Wydział Architektury Politechniki Białostockiej.

Górka A. (2011). *Zagroda. Zagadnienia planowania i projektowania ruralistycznego*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej.

Knyba J. (1987). *Budownictwo ludowe na Kaszubach*. Gdańsk: Wydawnictwo Morskie.

Kurkowska A. (2015). *Lokalne tradycje wzornicze w kreacji przestrzennej budownictwa kaszubskiego*. W: Mikołajczyk I. (red.). *Języki dizajnu. Paradygmaty przestrzeni projektowych*. Koszalin: Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej.

Pokropek M. (1976). *Budownictwo ludowe w Polsce*. Warszawa: Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza.

Sadkowski T. (2001). *Tradycje historyczne budownictwa regionalnego na Kaszubach*. W: Chrzanowski T., Miłejko K., Szydłarska A.M. (red.). *Regionalne budownictwo na Kaszubach Jeziornych w XXI wieku*. Warszawa: Ośrodek Ochrony Zabytkowego Krajobrazu Narodowa Instytucja Kultury; Kartuzy: Zarząd Kaszubskiego Parku Krajobrazowego w Kartuzach.

Szarejko K. *Kaszubski dom drewniany – tradycja i współczesność*. <http://www.pg.gda.pl/architektura/eurarc/pdf/polska/kaszuby%20dom.pdf> [dostęp: 20.10.2014].

Wallis A. (1971). *Socjologia i kształtowanie przestrzeni*. Warszawa: PIW.

Źródła internetowe:

[1] <http://www.muzeum-wdzydze.gda.pl/> [dostęp: 28.08.2018].

[2] <http://muzeumpuck.pl/oddzialy/zagroda-gburska-i-rybacka-w-nadolu/> [dostęp: 28.08.2018].

[3] <http://www.centrum-kaszubskie.pl/index.php?v=tradycje> [dostęp: 3.07.2018].

Regional design as a source of inspiration in contemporary architecture

Kashubia is a region of unique regional design. It has numerous well preserved examples of rural architectural elements and the architecture itself. A special role is held by the Wdzydze open-air museum, which constitutes a full-size template for inspiring contemporary artists. Its formal methods and craft details captured in the traditional ornaments and topography as well as the richness of the region, with its decorative elements accompanying applied arts to complement the architectural interiors, are still a living and sought inspiration for architectural design. Recalling the traditional design determines the identification with the inhabited region and ensures the necessary cultural continuity, therefore the active pursuit of it is also valuable in the educational process of future architects. The access to the existing patterns guarantees good residence in the area of the Kashubian Lake District.



O współczesnym wzornictwie regionalnym na Opolszczyźnie na przykładzie kroszonek oraz malowanej porcelany¹

Śląsk Opolski – określenie regionu w zarysie

Ziemia opolska rozciąga się w dolinie Odry, jednakże pod względem etnograficznym stanowi część Górnego Śląska. Obszar ten swe istnienie zawdzięcza złożonej historii księstw śląskich, które miały niebagatelny wpływ na kształtowanie się tam określonych wytworów i zjawisk kulturowych. Śląsk Opolski, jak pisze Dorota Simonides, od zamierzchłych czasów stanowił „typowy teren pogranicza, gdzie stykały się ze sobą różne narodowości, a tym samym kultury” (Simonides 2007: 9). Ponadto współcześnie Opolszczyzna zamieszkała jest przez ludność o różnym pochodzeniu regionalnym, co ma niewątpliwie znaczny wpływ na szeroko pojmowany proces akulturacji.

W niniejszym artykule przedstawię w zarysie opolskie wytwory plastyki obrzędowej na przykładzie kroszonek oraz malowanej porcelany. Zjawisko wykorzystywania wzornictwa „ludowego” znane było już od końca XIX w., kiedy to za sprawą Oskara Kolberga naśladowcy jego idei zwrócili uwagę na wyjątkowość wytworów sztuki ludowej wykonywanych przez mieszkańców wsi (Brzezińska 2009: 159). Wtwory (kultury materialnej), jak określił Witold Dynowski, bezsprzecznie są zrośnięte z zespołem kulturowym (który je tworzy) i powinny pozostawać w logicznym związku z całokształtem przemian w tej sferze (Dynowski 1948: 67). Czy tak jest w przypadku opolskiej kroszonki?

¹ Składam serdeczne podziękowanie panu Wieńczysławowi Adamskiemu z Galerii Rękodzieła „Ludowe Opole” za udostępnienie fotografii oraz opinie przytoczone w publikacji.

Pisanka czy kroszonka? Technika zdobienia jaj

Zdobienie jaj to prastary zwyczaj znany na Śląsku Opolskim z wykopalisk archeologicznych. Pierwszą pisankę wykopano na opolskim Ostrówku, a datowana jest na X w. (Jasiński 2013: 3). Jajka powszechnie zdobiono motywami geometrycznymi, które wykonywano najczęściej patyczkiem. Jajka farbowano za pomocą barwników naturalnych, często łuskami od cebuli, które nadawały skorupce kolor od jasnożółtego po ciemny brąz. Z buraka ćwikłowego uzyskiwano barwę różową, z młodego żyta – jasną zieleń, z kory dębu – ciemny brąz, a z brezuli – kory drzewa z Brazylii – brąz. Jednakże z barwników naturalnych nie można otrzymać jaskrawych nasyconych kolorów. Kiedy więc w XIX w. wynaleziono syntetyczne anilinowe barwniki do tkanin, ich zastosowanie w barwieniu jaj pozwoliło uzyskać mocne barwy, a dzięki temu dobry kontrast przy wykonywaniu rytego ornamentu.

Technika rytownicza (drapana) upowszechniła się na Opolszczyźnie w XIX w. Motywy zdobnicze ryto ostrym narzędziem. W przeszłości były to ułamane brzytwy, nożyce, żyłki. Współcześnie do tego celu stosuje się specjalny nożyk z rozdwojonym ostrzem (Lipka 2005: 12–16). Zdobiny, które ryto na jajku, miały wyłącznie kształt kwiatów i wici roślinnych. Asortyment przedstawianych kwiatów jest rozmaity. Są to głównie rośliny polne: niezapominajki, stokrotki, ale również hodowane w przydomowych ogródkach, np. róże, lilie. Wzór na jajku kładziono segmentacyjnie (góra – dół, północ – południe lub znikąd donikąd), jednakże każdy z motywów proporcjonalnie pokrywa całe jajko, nie pozostawiając wolnej przestrzeni. Często oprócz roślin pojawiają się napisy w formie wierszyków, np. *Memu kochanemu; Serce serce pokochało, serce sercu serce dało, by je w sercu miało; Kogo w sercu mam, temu je dam*. Takie ozdobione jajko wręczała i współcześnie wręcza dziewczyna swemu wybrankowi. Jeżeli darowane jajko jest w kolorze czerwonym, to symbolizuje miłość.

Działalność opolskiego oddziału STL

W 1957 r. z inicjatywy Muzeum Śląska Opolskiego w Opolu zorganizowano I Konkurs Kroszonkarski w Opolu. Jego kontynuację stanowi współcześnie Wojewódzki Konkurs Plastyki Obrzędowej *Kroszonki Opolskie* odbywający się w Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu. Rokrocznie uczestniczy w nim od 150 do 180 osób.

Popularność tego rodzaju wytwórczości sprawiła, że STL zaczęło promować twórców ludowych i ich sztukę poprzez organizację licznych pokazów lub odczytów związanych ze zwyczajem zdobienia jaj wielkanocnych. Artyści ludowi stali się częstymi gośćmi na imprezach plenerowych, targach i kiermaszach, a także w szkołach podstawowych i średnich.

W 1970 r. z inicjatywy Jerzego Lipki i Zofii Czechowej powstał Oddział Opolski Stowarzyszenia Twórców Ludowych zrzeszający twórców reprezentujących różne dziedziny działalności – przy czym aż 85% członków stanowiły kroszonkarki (Jasiński 2013: 4–5). Świadczy to o niezwyklej popularności tej formy plastyki obrzędowej na Opolszczyźnie. Aktualnie na terenie województwa ponad 600 kobiet zajmuje się zdobieniem jaj wielkanocnych. Niegdyś kroszonki wykonywano wyłącznie w celach obrzędowych w okresie wielkanocnym. Dzisiaj są wytwarzane przez cały rok, zatem ta forma sztuki w oczywisty sposób się komercjalizuje; zdobione jajo nie tylko stanowi dekorację świąteczną, lecz także staje się często przedmiotem kolekcjonerskim. Zdążyliśmy zapomnieć o znaczeniu symbolicznym oraz o funkcji magicznej kroszonek, czego przejawem jest dekorowanie wydmuszek, a nie pełnych jaj. W 1998 r. kroszonka opolska została uznana za produkt regionalny Opolszczyzny [1].

Opolska Cepelia

W końcu lat 40. XX w. powstała instytucja zajmująca się promocją oraz sprzedażą sztuki i przemysłu ludowego, zwana Centralą Przemysłu Ludowego i Artystycznego (CPLiA) (Korduba 2013: 136). Instytucja ta miała zasięg ogólnopolski. W zakres jej statutowej działalności wchodziło: organizowanie wytwórczości, przetwórstwa ludowego i chałupnictwa, organizowanie sieci dystrybucji oraz opieka nad wytwórczością z punktu widzenia jej wartości artystycznej. W ramach Cepelii utworzono oddziały regionalne, w tym również opolski. Osoby działające w tej instytucji dostrzegły szerokie potrzeby społeczne związane z konsumpcją sztuki ludowej, która w oczach jej odbiorców jawiła się jako swojska. Oprócz tego Cepelia objęła twórczość ludową patronatem i ewidencjonowała twórców oraz rejestrowała ich działalność i wytwarzany przez nich asortyment. W 1963 r. w Opolu podczas kolejnego konkursu zdobienia jaj wielkanocnych obradowało jury w składzie: etnograf Jan Kurek, prezes opolskiej Cepelii Jan Matysek, etnograf Halina Jakubowska oraz działacz społeczny Franciszek Adamiec. W trakcie dyskusji pojawił się pomysł, aby wzory występujące na kroszonkach przenieść na trwalszy nośnik, jakim jest porcelana (Jasiński 2012: 2). Próby trwały do końca marca 1964 r. Porcelit, a później porcelanę początkowo pokrywano barwnym szkliwem, a następnie wydrapywano w nim kwiatowe wzory za pomocą drewnianego rylca. W 1968 r. w opolskiej Cepelii opracowano nową technologię ozdabiania naczyń. Czerepy malowano farbami naszkliwnymi w kolorowe lub jednobarwne wzory. W tym samym roku powstał w Opolu nowy dział zdobienia porcelany, w którym znalazło zatrudnienie wiele opolskich kroszonkarek (Jasiński 2013: 2–3). Desenie utrwalane na porcelanie przypominają swoją stylistyką wzory spotykane na kroszonkach. Są to przeważnie stylizowane kwiaty i rośliny. Porcelanę w postaci surowca przeznaczonego do malowania nabywano w fabrykach w Wałbrzychu i Jaworzynie.

W 2006 r. opolska Cepelia przestała istnieć. W ciągu 40 lat działalności zatrudniała ok. 300 osób (Jasiński 2013: 13), które wykonywały pracę w sposób stacjonarny w siedzibie spółdzielni. Oferta zdobionych wytworów obejmowała głównie naczynia: komplety obiadowe, śniadaniowe, serwisy do kawy i do herbaty, kubki, czajniki, patery, talerze i inne. Po zamknięciu Cepelii wiele osób zdobiących porcelanę rozpoczęło działalność gospodarczą i pracowało na własny rachunek. Aktualnie w ofercie sprzedaży obok standardowych naczyń: talerzy, filiżanek, serwisów do kawy i herbaty znajduje się drobna galanteria w kształcie zwierząt, dzwonek i rozmaitych bibelotów. Zarówno forma souvenirów, jak i stosowane wzornictwo (etnodizajn) stały się z czasem coraz bardziej uproszczone i schematyczne, przez co przedmioty te straciły swój pierwotny charakter i wpisały się w nurt folklorizmu (Burszta 1974: 311–312).

Prognozy na przyszłość

Wszelkie przejawy współczesnej działalności artystycznej (kroszonki i malowana porcelana) są właśnie częścią folklorizmu – zjawiska, któremu J. Burszta przypisał ściśle określone cechy, czyli:

- „wydobywanie z zasobu tradycyjnej kultury ludowej, historycznej lub aktualnej, niektórych tylko elementów, takich mianowicie, które z określonych powodów stają się atrakcyjne z racji np. swej artystycznej formy czy emocjonalnej treści”;
- „prezentowanie tych treści odbiorcom w postaci mniej lub więcej autentyzowanej”;
- „występowanie tych elementów w pewnych tylko sytuacjach, częstokroć specjalnie wywołanych, odmiennych od ich autentycznego występowania” (Burszta 1974: 311–312).

Obecnie nabywca, kupując w swoim mniemaniu rzecz ludową, zaspokaja jedynie potrzebę posiadania wytworu estetycznego, ulega modzie na „swojskość”, którą twórca nadaje wytworom przy wykorzystaniu

tradycyjnego wzornictwa (Brzezińska 2012: 45). Trudno się jednak nie oprzeć wrażeniu, że gusta współczesnych nabywców, wybierane przez nich pamiątki, oscylują wokół kiczu, określonej estetyki związanej ze stylem życia (Burszta 2006: 22).

Mimo wszystko kupowane pamiątki utrzymane są nadal w konwencji i motywach zdobniczych spotykanych na opolskich kroszonkach czy porcelanie. Trudno przewidzieć, jaka przyszłość je czeka. Czy ulegną dalszej banalizacji, czy utrzymają niezmienną formę? Wszystko zależy od twórców, ale i w dużej mierze od konsumentów, a zasadniczo od ich gustów, które we współczesnym świecie ulegają nieustannej zmianie dyktowanej modą.

Bibliografia:

Dynowski W. (1948). *Historyzm w sztuce ludowej*. „PSL”, cz. IV, t. II, z. 9–10.

Brzezińska A.W. (2012). *Naturalne inspiracje w polskim etnodizajnie*. W: Kulikowska K., Olbracht-Prondzyński C. (red.). *Etnoinspiracje. Inspiracje we współczesnym wzornictwie, modzie, architekturze, reklamie*. Gdańsk: Muzeum Narodowe w Gdańsku.

Brzezińska A.W. (2009). *Specjaliści od kultury ludowej?*. „Nauka”, nr 3.

Burszta J. (1974). *Kultura ludowa – kultura narodowa. Szkice i rozprawy*. Warszawa: Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza.

Burszta W.J. (2006). *Kicz konsumpcyjny*. W: Fiderkiewicz M. (red.). *Kicz w kulturze*. Katowice: Muzeum Śląskie.

Jasiński B. (2012), Klucznik K. (red.). *Malowana porcelana opolska*. Opole: Związek Śląskich Rolników w Opolu.

Jasiński B. (2013), Klucznik K. (red.). *Opolskie kroszonki*. Opole: Związek Śląskich Rolników w Opolu.

Korduba P. (2013). *Ludowość na sprzedaż*. Warszawa: Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Narodowe Centrum Kultury.

Lipka J. (2005). *O jajku prawie wszystko, czyli o wielkim dziele na małej skorupce*. Opole: Nowik.

Simonides D. (2007). *Mądrość ludowa. Dziedzictwo kulturowe Śląska Opolskiego*. Wrocław: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze.

Źródła internetowe:

[1] www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne [dostęp: 17.08.2018].



Kroszonka, Patryk Blania, fot. Wieńczysław Adamski



Kroszonka, Teresa Ozimek, fot. Wieńczysław Adamski



Pisanka, K. Holoniewska, fot. Wieńczysław Adamski



Malowana porcelana, fot. Wieńczysław Adamski



Malowana porcelana, fot. Wieńczysław Adamski



Souvenir – malowana porcelana, fot. Wieńczysław Adamski



Souvenir – malowana porcelana, fot. Wieńczysław Adamski

Izabela Jasińska
The Museum of Opole Silesia in Opole

**On contemporary regional design in the Opole region, illustrated
with the example of kroszonki [ornamented Easter eggs]
and painted porcelain**

The aim of the text is to present the contemporary forms of creations inspired by traditional folk art of the Opole Region: porcelain and ornamented Easter eggs, as well as issues related to the role of the Opole's Cepelia in the development of folklore.



Wzory z recyklingu. Wykorzystanie wzornictwa ręczników ludowych z okolic Bielska Podlaskiego

Wprowadzenie

Inspiracje dawną twórczością ludową i obecność jej motywów w dzisiejszej sztuce lub dizajnie stanowią wyraźny dowód na poszukiwanie przez współczesnego człowieka autentyczności, a także – nierzadko – własnej tożsamości. Stosowanie etnicznych motywów nie musi świadczyć jedynie o zamiłowaniu do ludowości. Często niesie ono ze sobą informacje o pochodzeniu danej osoby lub o wartościach, z jakimi się identyfikuje.

Najbardziej rozpowszechnionymi wzorami, które wykorzystuje się obecnie w etnodizajnie, są te pochodzące z okolic Łowicza, Podhala lub Kaszub (Klekot 2012: 39), choć zdarzają się również lokalne próby ożywienia wzornictwa białoruskiego, kociewskiego czy podlaskiego, mającego wiele miejscowych odmian. W wypadku tego ostatniego bardzo ciekawym przykładem jest wzornictwo czerpane z ręczników ludowych, stosowanych jeszcze do drugiej połowy XX w. jako rekwizyt podczas domowych i cerkiewnych obrzędów. Dziś wzory haftowane dawniej przez podlaskie kobiety stanowią inspirację dla wielu artystów i popularyzatorów kultury ludowej oraz występują na licznych współczesnych gadżetach.

W niniejszym artykule chciałabym przedstawić terminologię wykorzystywaną obecnie do opisu zjawiska etnodizajnu, a także wskazać na sposoby, dzięki którym tradycyjne wzornictwo regionalne pojawia się

u dzisiejszych twórców. W dalszej części tekstu, aby w pełniejszy sposób zobrazować poruszane przeze mnie problemy, opiszę również przykłady zastosowania wzorów pochodzących z podlaskich ręczników obrzędowych. Zostały one przeze mnie zebrane podczas badań terenowych oraz obserwacji prowadzonych w ciągu ostatniego roku. Nie są to na pewno wszystkie przypadki wykorzystania podlaskiego rękodzieła, jednak należą do najbardziej znanych.

Ręcznik ludowy

O roli ręczników obrzędowych w życiu ludności pisali m.in. etnografowie Oskar Kolberg, Adam Fischer czy Michał Federowski (Federowski 1897; Fischer 1921; Kolberg 1890). W monografii z 1921 r. *Zwyczaje pogrzebowe ludu polskiego* Fischer stwierdza, że występowanie ręczników było znacznie szersze i oprócz wschodniego Mazowsza odnaleźć je można było również w domach północnej Wielkopolski. Pojawiały się też na Rusi, Żmudzi oraz w Czechach (Fischer 1921: 195). Kolberg w opisie Podlasia podkreśla z kolei, iż ludność wschodniego pogranicza uległa przez wiele lat sporemu przemieszaniu, przez co w twórczości ludowej były obecne (i nadal są) wpływy zarówno kultury polskiej, jak i białoruskiej, ukraińskiej, litewskiej (Kolberg 1890: 140).

Ręczniki miały dwojakie zastosowanie – proste tkaniny o skromnych zdobieniach (lub w ogóle ich pozbawione) wykorzystywano na co dzień do przechowywania chleba, przykrywania dzieży z ciastem (Kolberg 1890: 83) lub przeznaczano dla gości, z kolei bardziej zdobne tkaniny pełniły ważną funkcję podczas obrzędów rodzinnych i dorocznych. Ręcznik darowywano np. dziecku podczas chrztu. W trakcie wyjątkowo ciężkiego porodu przewieszano go przez belkę pod sufitem lub przy łóżku, tak by rodząca mogła chwycić za końce – miało to jej pomóc uśmierzyć ból, przyspieszyć poród oraz zapewnić szczęśliwe rozwiązanie (Matus 2007). Wyszyte tkaniny stanowiły również bardzo ważny element posagu, a także

samego wesela: przekazywano je w prezencie poszczególnym uczestnikom, przez taki ręcznik trzymano ślubną ikonę i klęczano na nim w cerkwi (Kolberg 1890: 133). Niegdyś za pomocą ręcznika przewieszonego przez okno oznajmiano śmierć kogoś z domowników, ręcznik zawiązywano też na krzyżach cmentarnych i wieszano na ikonach, aby dusza zmarłej osoby miała się gdzie schować (Fischer 1921: 193). Wykorzystywano go również do ochrony mieszkańców przed zarazą i klęskami żywiołowymi, a także do zapewnienia dobrych plonów (Federowski 1897: 275). Dziś ręczniki ludowe nie odgrywają już takiej roli, choć nadal można spotkać je jako ozdobę ikon w cerkwi, a niektóre starsze mieszkanki przekazują ręczniki z pokolenia na pokolenie swoim córkom, wnuczkom lub innym bliskim kobietom.

W ostatnich latach najobszerniejszymi pracami poświęconymi ręcznikom obrzędowym są albumy oraz mniejsze publikacje wydawane przez Muzeum w Bielsku Podlaskim. Instytucja ta, pod kierownictwem Aliny Dębowskiej, od 2014 r. realizuje projekty, w ramach których pracownicy dokumentują i opisują znalezione w powiatach bielskim oraz hajnowskim ręczniki. W działaniach tych uczestniczyli również studenci z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu i Uniwersytetu im. Aleksandra Puszkina w Mińsku na Białorusi. Oprócz czynności inwentaryzacyjnych, takich jak fotografowanie, mierzenie, opis wzornictwa i dodatkowych zdobień oraz rodzaju użytego materiału, badacze dowiadawali się, w jakim celu wykorzystywano ręczniki ludowe, kiedy one powstawały, czy nadal się ich używa. Wszystkie te informacje odnaleźć można w katalogach, w których zamieszczono także różnego rodzaju statystyki. Badania przeprowadzone w okolicach Bielska Podlaskiego w ciągu ostatnich czterech lat pokazały, że ręczników ludowych używała ludność zarówno prawosławna, jak i katolicka, choć w wypadku tej drugiej tkaniny zdobiono o wiele skromniej (hafty tkane, koronka, monogramy, rzadziej bogate wzory). Wzornictwo i haft wykorzystywane podczas wyszywania z biegiem czasu sporo się zmieniły, od wzorów archaicznych jedno- lub dwukolorowych, które przybierały głównie kształty geometryczne, przez bardziej skomplikowane

wzory haftu krzyżkowego – rzędy roślin lub zwierząt, po ręczniki zdobione wielokolorowym haftem płaskim. Te ostatnie popularność zaczęły zdobywać już w dwudziestoleciu międzywojennym (Dębowska 2014: 26).

W innych pracach, których autorką jest m.in. Matus (2007), znaleźć można informacje na temat symboliki wyszywanych ornamentów. Warto wspomnieć jednak, że wzór najczęściej wymyślały same hafciarki. Inspiracją stawały się głównie rośliny, zwierzęta, postacie, czyli to, co należało do codziennego wiejskiego życia i do najbliższego otoczenia. Od zdolności plastycznych wyszywającej zależało z kolei skomplikowanie czy też bogactwo haftu. Odnajdywane po latach na dnach szaf ręczniki często okazują się do siebie bardzo podobne, zwłaszcza jeśli pochodzą z tej samej wsi. Powtarzalność wzorów wynikała przede wszystkim ze wspólnego haftowania. Twórczynie lub ich krewne wspominały o tym, iż dawniej spotykano się w jednym z domów lub na podwórzu i razem wykonywano ręczniki; nierzadko kobiety dzieliły się ze sobą gotowymi wzorami, jeśli któraś nie potrafiła ich wykonać. Nie istniały żadne szablony; najczęściej ornamenty przerysowywano odręcznie, co dodawało każdej kolejnej kopii unikatowości.

Jak pokazują wyniki badań przeprowadzonych przez Muzeum w Bielsku Podlaskim, wzory na ręcznikach z biegiem lat ulegały przeobrażeniom, tak samo jak cała ówczesna kultura ludowa – ciągle zmiany demograficzne wywierały wpływ na tworzone przez chłopów przedmioty i pojawiające się w zdobnictwie charakterystyczne dla konkretnych grup etnicznych elementy. Wzory i pomysły na zdobienie ręczników również w związku z tym podlegały pewnym modom, zmieniano m.in. materiały i kolory, czego przyczyną była też dostępność konkretnych nici lub materiału. Kobiety odeszły od materiałów samodziiałowych na rzecz tkanin fabrycznych, które uważano za bardziej wartościowe – skoro rodzina mogła sobie pozwolić na zakup określonego materiału, stanowiło to dość wyraźną informację o jej zamożności (Dębowska 2014, 2015, 2017).

Etnodizajn i recykling

Jak zaznacza Klekot, nazwa *etnodizajn* w odniesieniu do wzornictwa i form ludowych jest pojęciem dość świeżym (Klekot 2012: 40). Według autorki powstało ono w wyniku społecznych potrzeb oraz globalnych nurtów, które sprawiły, że sztukę ludową należy nazwać tak, aby kojarzyła się z czymś współczesnym i atrakcyjnym i w ten sposób zdobyć publiczność. Współpraca między społecznościami lokalnymi traktowanymi jako źródło sztuki ludowej a współczesnymi twórcami jest od wielu lat efektem dialogu m.in. środowisk artystycznych i etnograficznych. Nakładające się na siebie mody, plany i poglądy tych grup złożyły się przez ostatnie kilkadziesiąt lat na to, co dzisiaj możemy rozumieć pod nowoczesnym pojęciem etnodizajnu. Jest on także, jak dowodzi Klekot, wynikiem działań muzeów i instytucji państwowych, które zajmują się promocją polskiej kultury. Inspiracje ludowością oraz wytwory sztuki ludowej przez cały czas podlegały różnym wpływom i wymogom odbiorców, dlatego też możemy obserwować coraz ciekawsze i śmielsze wykorzystanie przez artystów wzorów z różnych regionów Polski (Klekot 2012: 39).

Wielość dostępnych na rynku wzorów sprawia, iż produkty inspirowane ludowością są sposobem konstruowania społecznej i indywidualnej tożsamości twórców oraz konsumentów. Sprostać współczesnym gustom to trudne zadanie, jednak im większy wybór, tym lepiej. Zjawisko to skojarzyło się Mathewsowi z wielością towarów w sklepie, niedziwne więc, że nazwał je supermarketem kultury (Mathews 2005: 24). Z podobną sytuacją mamy do czynienia w wypadku wzorów ludowych – artysta bądź konsument może po raz kolejny wybrać motyw wycinanki łowickiej lub przedmiot wzorowany na podhalańskim, ale może także pójść w stronę mniej spotykanych motywów i stać się twórcą lub nabywcą artefaktów niszowych, unikatowych. Poszukiwanie oryginalności w ramach popularnego nurtu kultury nie jest rzadkością i stanowić może szansę na wybicie się tych twórców, którzy korzystają z dorobku lokalnej kultury, np. Podlasia.

Krzyczkowska-Roman zauważa z kolei, iż dzisiejsze tendencje w wykorzystaniu wzornictwa ludowego skłaniają się bardziej ku idei recyklingu (Krzyczkowska-Roman 2012: 65). Używanie przedmiotów niepotrzebnych lub starych i przetwarzanie ich oraz nadawanie im nowej funkcji nie jest również w wypadku inspiracji sztuką ludową zjawiskiem nowym, podobnie jak wykorzystanie zdobień i wzorów ludowych jako inspiracji. Coraz częściej w nowoczesnych formach zawarte są nieskomplikowane wzory i kształty, co stanowić ma nawiązanie do prostoty przedmiotów wykonywanych na polskich wsiach (Krzyczkowska-Roman 2012: 64). Recykling daje też większą możliwość w stosowaniu wzornictwa. Artyści nie muszą się trzymać sztywnych reguł dotyczących form – poszukują tego, co stanowi dla nich najlepszy i najskuteczniejszy sposób przekazu, a czasem eksperymentują. Jak pisze autorka:

przetwarzanie i zastosowanie tradycyjnych technik użytkowych w pracy z surowcami wtórnymi to przede wszystkim nadawanie im nowych form i funkcji, by w odmienionej postaci weszły ponownie w obieg kultury. Bez trudu można się tutaj doszukać echa idei związanych z ludowym pragmatyzmem, według którego w dobrym gospodarstwie nic się nie marnuje – stąd już blisko do pomysłu na przetwory (Krzyczkowska-Roman 2012: 67).

Wzory ręcznikowe „z odzysku”

Nowoczesne role przypisywane haftowanemu materiałowi z Podlasia mogą mieć różne podłoże. Po pierwsze, wynikają one z pragmatyzmu i z przekonania, że w gospodarstwie nic nie powinno się marnować, np. zalegający materiał, który przez lata stracił swoje symboliczne znaczenie i nadaje się do prac domowych. Podczas wizyt u mieszkanki okolic Bielska Podlaskiego bardzo często można było spotkać tego typu zastosowanie ręczników obrzędowych. Zwykle nie wisiały już one w tzw. świętym kącie, ale spoczywały pocięte na kawałki, zwinięte i poplamione na kuchennym

blacie w roli ściereczki lub zawieszane na haczyku jako ręcznik do wytarcia rąk. Bywały także używane do zasłonięcia miejsca na opał przy piecu (Dębowska 2014, 2015, 2017).

Recykling nie polega jednak tylko na powtórnym wykorzystaniu rzeczy jako gotowego wytworu. Przykładem recyklingu może być również działalność Muzeum w Bielsku Podlaskim (oddziału Muzeum Podlaskiego w Białymstoku), która przyczyniła się do rozpowszechnienia charakterystycznego wzornictwa ręczników ludowych oraz częściowo do przypomnienia sobie przez mieszkańców o dawnej funkcji tych tekstyliów. Pierwszym ważnym przedsięwzięciem wspomnianej instytucji było utworzenie wystawy stałej pt. „Tajemniczy ręcznik”, dzięki której mieszkańcy i turyści zapoznać się mogą z dawnymi zwyczajami Podlasia i sztuką zdobniczą ludu. Prowadzone od czterech lat badania oraz zebrane materiały zaowocowały powstaniem trzech katalogów o ręcznikach, a także takiej samej liczby wzorników z dokładnie rozrysowanymi wzorami haftu krzyżykowego, płaskiego i koronki, dzięki którym można również samemu spróbować je wykonać. Bardzo duża liczba wzorów dostępna jest też na prowadzonej przez pracowników muzeum stronie internetowej poświęconej ręcznikowi ludowemu. Są one gotowe do użycia oraz do nadania im nowego, współczesnego znaczenia w dowolny, wybrany przez odbiorcę sposób.

Muzeum umieszcza regionalne wzornictwo także w innych kontekstach. Nie tylko udostępnia kolejne wzory z odnalezionych ręczników, lecz także przyznaje im nowe role, chociażby poprzez muzealne lekcje i warsztaty czy tworzone gadżety, w których wykorzystano ręcznikowe hafty. Przykładem są pocztówki z wizerunkiem ręczników ludowych czy serwetki i koszulki z nadrukowanymi motywami haftu krzyżykowego.

Zajęcia muzealne przeznaczone są dla osób dorosłych i dla dzieci. Uczestnicy mają za zadanie namalować na torbie czy makatce wybrany przez siebie

wzór pochodzący z ręcznika odnalezionego w terenie lub wykonać inny przedmiot ozdobiony charakterystycznym wzorem ludowym, np. zakładkę, rączniczek. Według Klekot w wyniku tych spotkań powstają jedyne w swoim rodzaju etnogażety, o wybranej przez twórcę kolorystyce i formie, które można zabrać ze sobą jako pamiątkę (Klekot 2012: 43), bądź przedmioty, które zgodnie z teorią Mathewsa będą świadectwem tożsamości ich wykonawcy (Mathews 2005: 25-28).

Telakowska już w 1954 r. w książce *Sztuka ludowa w nowym wzornictwie* wskazywała na różnorodne sposoby wykorzystania wzorów ludowych. Należą do nich przenoszenie gotowych wzorów, a także zastosowanie zasad kompozycyjnych oraz form i materiałów stosowanych w sztuce ludowej. Trzecia metoda polega na czerpaniu inspiracji i kierowaniu się estetyką ludową we własnej twórczości. Przytoczone przeze mnie przykłady idealnie oddają metodę wykorzystania zdobień, polegającą na przeniesieniu całych wzorów lub ich poszczególnych elementów oraz na umiejscowieniu ich na różnorodnych przedmiotach codziennego użytku. Telakowska metodę tę porównała do masowej produkcji, co w wypadku muzealnych gadżetów nieco podkreśla grupowy charakter pracy. Nie można się jednak zgodzić z drugą częścią opisu tej metody, czyli z twierdzeniem, że jest to odwzorowanie bezmyślne. Warsztatom na początku towarzyszy konkretna opowieść, a także zwiedzanie wystawie stałej. Trudno więc ocenić, na ile poszczególne osoby podchodzą do tego zajęcia bezrefleksyjnie. Każdy przypadek użycia wzorów ludowych należy rozpatrywać indywidualnie w zależności od tego, czemu konkretne działanie ma służyć.

Dwa kolejne modele opisane przez Telakowską dotyczą wykorzystania wzornictwa ludowego w sztuce jako zasady kompozycji i podejścia do materiału, a także jako źródło inspiracji, która przejawia się w zachwycie nad formami ludowych wytworów i w ich zastosowaniu w dziełach artystów nowoczesnych (Telakowska 1954: 15-35). Obie metody, ujęte razem, odnieść można również do wzorów z ręczników podlaskich.

Nowe znaczenie lokalnemu wzornictwu nadał również bielski malarz Mirosław Zdrajkowski, który ręcniki obrzędowe traktował właśnie jako inspirację. We wrześniu 2016 r. w Bielsku Podlaskim odbył się wernisaż wystawy artysty pt. „Byliśmy, jesteśmy, będziemy”, która miała na celu ukazać bogactwo kultury materialnej i duchowej mieszkańców Podlasia [1]. Poprzez obrazy artysta chciał podkreślić fenomen ręcnika ludowego, który niegdyś towarzyszył miejscowej ludności od narodzin do śmierci. Dzieła Zdrajkowskiego stanowią interesujące połączenie tradycyjnych form sztuki ludowej z nowoczesną. Oglądane z daleka malowidła swoimi barwami i kształtem przypominają tradycyjne białoruskie płótna z czerwonym haftem (artysta posłużył się w swoich pracach również innymi kolorami, jak niebieski czy pomarańczowy), jednak gdy widz podejdzie bliżej, ujrzy poszczególne motywy. Te ukryte informacje zawarte w obrazach wskazują na indywidualne emocje i wspomnienia twórcy, związane z życiem na wsi, harmonią życia ludzkiego (gospodarstwo, muzyka, obrzędowość), przyrody (rośliny, zwierzęta) oraz Boga. Format dzieł również stanowi odniesienie do wyszywanych materiałów – obrazy mają kształt pionowych prostokątów, a umieszczone na ścianie, przywodzą na myśl wiszący ręcnik.

Inspirację lokalnym wzornictwem widać ponadto w rękodziele Ewy Stepaniuk, która nici do wyszywania zamieniła na lukier i w ten sposób ozdabia wypiekane przez siebie pierniki. W jej pracach przeważają przede wszystkim wzory haftu płaskiego, które są bardziej kolorowe i łatwiejsze do wykonania tą techniką, ale jak przyznaje sama autorka, podejmuje ona także próby z użyciem prawdziwego haftu. Obecnie w jej ofercie znajdują się też ręcznie wyszywane haftem krzyżykowym fartuszki ze wzorami zaczerpniętymi z muzealnych zbiorów z Bielska Podlaskiego, a w przyszłości asortyment może się powiększać. Jednak wyszukanie materiałów (tkanin i nici) odpowiednich do wykonywania tego typu rękodziela jest dla Stepaniuk dość trudnym zadaniem. Jej wyroby dostępne są w internecie oraz na lokalnych festynach i festiwalach ludowych.

Muzeum, artyści i twórcy ludowi to nie jedyni przetwórcy wzornictwa. Pojedyncze wzory odnaleźć można w stosowanych przez przedsiębiorstwa logotypach, dzięki którym firmy pragną podkreślić swoje pochodzenie i promować dany region. Jednym z przykładów takiego działania jest podlaska firma produkująca kosmetyki naturalne, która w swoim logo zawarła przywiązanie do tradycji i wartości duchowych regionu. Motyw użyty jako znak rozpoznawczy stanowi archaiczny wzór geometryczny, który dawniej stosowano do ozdabiania ręczników i który oznacza „pieśń miłosną” u Słowian (Moszyński, 1968: 177). Wykorzystanie w produkcji kosmetyków surowców naturalnych pochodzących z Podlasia, takich jak wybrane gatunki roślin, dobrze oddaje przywiązanie do lokalnego bogactwa naturalnego. Informacje zawarte na stronie internetowej zdają się to potwierdzać:

Logo SVOJE zostało stworzone w oparciu o słowiański symbol oznaczający pieśń miłosną. Symbol ten, jak wiele innych zachował się dzięki hafciarkom, które, bardzo często niepiśmienne, haftem wyrażały swoje emocje i potrzeby. Pięknym przykładem podlaskiego haftu krzyżykowego i płaskiego są bardzo dobrze zachowane ręczniki obrzędowe, które niegdyś towarzyszyły naszym przodkom od narodzin aż po grób [2].

Ręcznik ludowy oraz jego wzornictwo znalazły współcześnie również swoje miejsce na scenie. Nie istnieje on już jedynie jako rekwizyt tak często wykorzystywany podczas cerkiewnych czy domowych obrzędów. Zastosowano go jako charakterystyczny element kultury materialnej estradowych występów grup folklorystycznych Lanok [3] i Ruczniczok z Bielska Podlaskiego. Zespoły te swoim repertuarem tanecznym oraz wokalnym opowiadają o kulturze białoruskiej, jej źródłach i historii. Dzięki temu nie tylko występująca młodzież, lecz także widzowie mają okazję zapoznać się z folklorem podlaskich Białorusinów.

Podsumowanie

Wykorzystywanie ludowego rękodziela i jego wzornictwa jest szansą na nowe funkcjonowanie tradycji. Stosowanie takich terminów jak etnodizajn czy odniesień do idei recyklingu dodają wytworom inspirowanym sztuką regionalną atrakcyjności oraz nie wywołują bezpośrednich skojarzeń z Cepelią lub ludowością. Nawiązują zaś do współczesnej mody na ekologiczny i bliższy naturze styl życia. Zapomniane i pochowane na dnie szaf podlaskie ręczniki budzą dziś zachwyt zdolnościami zdobniczymi ich twórczyń, a także (nierzadko) dumę mieszkańców regionu z bogactwa ludowego, jakie tam występuje. Organizowanie wystaw i warsztatów oraz wydawanie katalogów to formy pośrednie, które odtwarzają dawny kontekst lub go pomijają, co nie zawsze jest przez publiczność doceniane. Jednak aby sztuka ludowa, w tym wzornictwo, miała szansę przetrwać, należy dać jej szansę rozwoju, a to z kolei może oznaczać zmiany – wszystko zależy bowiem od współczesnych interpretacji i zastosowań oraz od nowych kontekstów. Modele wykorzystywane przez odtwórców i przetwórców, które opisała Telakowska, nie są więc zjawiskiem nowym, stosuje się je bowiem już od ponad 60 lat. Nadano im jednak nowocześnie brzmiące nazwy odnoszące się do dizajnu. Recykling wzornictwa ludowego jest ideą obiecującą tym wytworom nowe życie – ale czy rzeczywiście lepsze i niepozbawione autentyczności? Tymczasowość i jednorazowość we współczesnej kulturze masowej oraz tempo i ciągłość zmian mogą doprowadzić do tego, że tendencje do sięgania po wzornictwo ludowe w końcu się znudzą i miną bądź zamienią wykorzystywane wzory w kicz. Mimo to istnieje spora nadzieja, iż wraz z modą na naturalność, recykling i ekodizajn także proste formy wzorów, jak te pochodzące z ręczników podlaskich, odnajdą swoje zastosowanie i miejsce we współczesnym wzornictwie. Teraz, kiedy znowu ujrzały światło dzienne, byłoby ogromną stratą pozwolić im ponownie zniknąć.

Bibliografia:

- Dębowska A. (2014). *Ręcznik ludowy z okolic Bielska Podlaskiego: haft i koronka*. Białystok: Muzeum Podlaskie.
- Dębowska A. (2015). *Katalog ręczników ludowych gminy Bielsk Podlaski*. Białystok: Muzeum Podlaskie.
- Dębowska A. (2017). *Katalog ręczników ludowych gminy Boćki, Brańsk, Rudka, Wyszki*. Białystok: Muzeum Podlaskie.
- Federowski M. (1897). *Lud białoruski na Rusi Litewskiej: materiały do etnografii słowiańskiej zgromadzone w latach 1877–1894*, t. 1: *Wiara, wierzenia i przesady ludu z okolic Wołkowyska, Słonima, Lidy i Sokółki*. Kraków: Wydawnictwo Komisji Antropologicznej Akademii Umiejętności.
- Fischer A. (1921). *Zwyczaje pogrzebowe ludu polskiego*. Lwów: Wydawnictwo Biblioteki Zakładu Narodowego im. Ossolińskich.
- Klekot E. (2012). *Etnodizajn – kolejne konfiguracje sztuki ludowej*. „Etnografia Nowa”, nr 4, s. 39–46.
- Kolberg O. (1890). *Mazowsze: obraz etnograficzny*, t. 5: *Mazowsze stare, Mazury, Podlasie*. Kraków: Zapomoga Kasy im. J. Mianowskiego.
- Krzyczkowska-Roman E. (2012). *Papierowe znaki czasu. Graficzne transpozycje wzoru*. „Etnografia Nowa”, nr 4, s. 63–70.
- Mathews G. (2005). *Supermarket kultury*, przeł. Klekot E. Warszawa: PTW.
- Matus I. (2007). *Ręcznik – przedmiot symbol sacrum*. http://www.przeglادprawoslawny.pl/articles.php?id_n=1261&id=8 [dostęp: 10.05.2018].
- Moszyński, K. (1968). *Kultura ludowa Słowian*, t. II, *Kultura duchowa*, cz. II. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Telakowska W. (1954). *Twórczość ludowa w nowym wzornictwie*. Warszawa: Wydawnictwo „Sztuka”.

Źródła internetowe:

[1] hdk.hajnowka.pl/2017/05/05/bylismy-jestesmy-bedziemy-8-20.05/ [dostęp: 12.05.2018].

[2] <https://swoje.pl/podlasie/> [dostęp: 15.05.2018].

[3] <http://www.prawoslawneprzedkole.pl/index.php/lanok/> [dostęp: 12.05.2018].



il. 1. Ręcznik obrzędowy z okolic Bielska Podlaskiego, Muzeum
w Bielsku Podlaskim, nr inw. MBP/E/530, fot. J. Sołub



il. 2. Wzorniki haftu płaskiego, krzyżkowego i koronki
wydane przez bielskie muzeum, fot. A. Dzik



il. 3. Obrazy autorstwa M. Zdrąkowskiego, fot. A. Kosmaczewska



il. 4. Ozdobre pierniki wykonane przez E. Stepaniuk, fot. A. Dzik



il. 5. Stoisko z rękodziełem E. Stepaniuk, Czeremcha, 2018, fot. A. Dzik



il. 6. Logo firmy SVOJE, źródło: <https://svoje.pl/>



il. 7. Produkty z logo firmy kosmetycznej, źródło: <https://svoje.pl/>

**Design in folk embroidery and its use, illustrated with the example of
folk towels of the Bielsk Podlaski region**

The tradition of creating folk towels is known primarily among the population of Podlasie. This folklore was made both among Orthodox and Roman Catholics inhabiting this region. It differs however in looks and function in everyday life and ritual moments. The aesthetics of specific towels was dependent not only on the possessions, but also on the inherited craft and skills of the person who created them. Their designs and workmanship encountered in research are varied - both in terms of embroidery types, lace ornamentation, material and themes, in which each of the elements may have their importance. The use of symbols was also dependent upon the circumstances of the towel creation and later its application. In the text I focus on the analysis of the Podlasie towel folk design and ornamentation and I try to draw attention to how one can preserve this traditional item and pass it on to the younger generations. I also use examples of practices used for this purpose and ideas on the revival of the local environment.



Strój bamberski jako marka kulturowa i jego współczesne realizacje

Wprowadzenie

Strój bamberski jest powszechnie znany w Poznaniu i zwykle bez trudu, na pierwszy rzut oka, rozpoznawany. Co więcej, także wizerunki kobiet w stroju wiejskim poznańskim zazwyczaj identyfikowane są przez poznaniaków jako przedstawiające ubiór bamberski. Świadczy to o jego istotnym miejscu w systemie wiedzy i tożsamości kulturowej mieszkańców stolicy Wielkopolski i stanowi interesujące zjawisko społeczne u progu XXI w., po ponad 50 latach od chwili, gdy ostatnie kobiety noszące na co dzień taki strój zniknęły na dobre z ulic miasta, a ubiór odświętny pojawia się jedynie w formie kopii i – czasem dość swobodnych – reinterpretacji. Ponieważ jednak poznaniacy pozostają nieufni w stosunku do kultury niemieckiej i zarazem mają świadomość niemieckich korzeni Bambrów; zdarza się, że słowa „bamber”, „bambara” nadal stanowią wyzwisko. Mimo to strój bamberski oraz figurka „Bambreczki” ze staromiejskiej studzienki traktowane są w Poznaniu z dużą dozą sympatii.

W swoim tekście chciałabym się skupić na zjawiskach związanych z utrzymującą się, a nawet wzrastającą, popularnością ubioru bamberskiego po 2000 r. oraz pełnioną przez niego współcześnie w Poznaniu funkcją stroju reprezentacyjnego, z uwzględnieniem historycznych przyczyn takiego stanu rzeczy. Do analizy tego zjawiska wykorzystuję również pojęcie marki kulturowej, którą strój ten, w obecnych warunkach społecznych i gospodarczych, powoli się staje.

Marka kulturowa

Często można dziś usłyszeć powiedzenie, że wszystko jest na sprzedaż. Zgodnie z twierdzeniem badającego problematykę marek branżowych i artystycznych O'Relly'ego, który ma podejście bliskie antropologii kulturowej, „nie tylko wszystko jest na sprzedaż, lecz wszystko jest marką, a każda marka ma kontekst kulturowy” (O'Reilly 2005: 574, cyt. za: Komańda 2013) i jak z tego wynika – każda marka jest równocześnie marką kulturową – funkcjonuje i staje się czytelna tylko w konkretnym kontekście kulturowym, i jedynie w nim zachowuje swoją moc. Marki kulturowe są więc tworamii symbolicznymi. „Sam proces tworzenia marki [...] polega na transformacji produktu w znaczenie, które wyraża coś innego niż produkt – odnosi się do społecznych systemów znaczeniowych” (Polak 2015). Te z marek, które potrafią wykorzystać koniunkturę i stają się rozpoznawalne, równocześnie „współtworzą codzienną kulturę. Stają się w ten sposób ważnymi symbolami kulturowymi” (Polak 2014).

Definicje marki kulturowej pojawiające się w literaturze przedmiotu można interpretować dwojako: albo w ujęciu statycznym, albo – dynamicznym. W ujęciu pierwszym marka kulturowa będzie postrzegana „jako zespół symboli i ich znaczeń dla klienta, a w ujęciu dynamicznym będzie widziana jako proces [...] kształtowania się owego znaczenia symbolicznego” (Komańda 2013). Komańda przytacza też za Guzmanem i Paswanem (2009: 73) kilka definicji marki kulturowej sformułowanych przez różnych autorów. Na potrzeby niniejszego tekstu najbardziej użyteczna wydaje się definicja Holta z 2004 r., mówiąca, że marka kulturowa to „przyczynek [do] kształtowania tożsamości, mitu i forma zawierająca ją” (Komańda 2013).

Ponadto, zgodnie z poglądami zajmujących się tym zagadnieniem badaczy, marka kulturowa „ucieleśnia kulturową identyfikację określonych grup społecznych / jednostek” poprzez włączanie w nią związanego z korzeniami danej marki mitu, a tym samym uwidacznia „symboliczną reprezentację

określonej tożsamości kulturowej” (Guzman, Paswan 2009: 71, cyt. za: Komańda 2013).

Wydaje się, że w chwili obecnej na rynkach światowych wiele marek kulturowych staje się „symbolami identyfikacji socjo-kulturowej”, która dokonuje się „w warunkach ścierania się dwóch wręcz przeciwstawnych sił: akulturacji i nostalgii” (Guzman, Paswan 2009: 72, cyt. za: Komańda 2013). Akulturacja rozumiana jest przy tym jako proces tworzenia wartości synkretycznych w wyniku kontaktu kilku różnych kultur, a nostalgia – „jako próba powrotu / tęsknota do tradycyjnych z punktu widzenia danej społeczności wartości” (Komańda 2013). Te dwie przeciwstawne siły współtworzące identyfikację kulturową jednostek i grup społecznych umożliwiają także, mimo zachodzących powszechnie zjawisk globalizacji, zainteresowanie i powrót do tego, co rodzime i lokalne, do różnorodnie rozumianych „małych ojczyzn”.

Nie tylko produkty w sensie wytworów materialnych, lecz także popularne postaci z historii (jak Kościuszko, Washington, Mozart), sportu (np. Lewandowski, Małysz) i popkultury (rodzina Kardashian, The Beatles) oraz powszechnie znane instytucje, pojęcia i fakty historyczne (takie jak zespół „Mazowsze” czy powstanie warszawskie) mogą stanowić marki kulturowe, gdyż mają ogromny potencjał komunikacyjny, a więc i marketingowy, powszechnie wykorzystywany w reklamie i handlu. Świetnie zdają sobie z tego sprawę sponsorzy. Przykładami tego typu podejścia na terenie Polski są m.in. ogłoszony w 2011 r. przez miasto Bydgoszcz trzyletni projekt promujący „osobę i twórczość Fryderyka Chopina jako markę kulturową naszego regionu” [1] czy projekt „Promocja Miasta Tkaczy jako marki regionu łódzkiego” realizowany przez Zgierz w 2012 r. [2].

Przy czym „zarówno producenci, jak i konsumenci w sposób świadomy lub też nieświadomy dążą do akumulacji w [każdym] produkcie [jego] kulturowego kapitału i symboliki” (Komańda 2013: 314). Producenci pragną

poszerzyć grono klientów, konsumenci zaś wybierając konkretną markę produktu, określają nie tylko własny status społeczny czy indywidualne preferencje, lecz także swoją tożsamość kulturową, reprezentowaną przez daną markę.

Strój bamberski w chwili obecnej można traktować jako istotny w Poznaniu i współtworzący współczesną kulturę popularną symbol, niejednokrotnie przyjmujący cechy marki kulturowej. W ciągu wielu lat zmieniał on (poza oczywistą funkcją praktyczną okrywania ciała i ulegającą pewnym przekształceniom funkcją identyfikowania odrębnej od ogółu grupy narodowej/etnicznej/etnograficznej) sposób swojego istnienia w przestrzeni miejskiej Poznania.

Funkcjonowanie stroju bamberskiego w przestrzeni miejskiej w XIX i XX w.

Strój bamberski od wielu lat pełni funkcję poznańskiego stroju reprezentacyjnego. Początki tego zjawiska zauważyć możemy już pod koniec XIX w. (fot. 1). Świadczy o tym choćby zdjęcie wykonane na pamiątkę powitania cesarzowej Wiktorii w dniu 9 sierpnia 1891 r. w Poznaniu na paradzie 2. Pułku Huzarów Przybocznych Jej Cesarskiej Mości Nr 2, zorganizowanej z okazji jubileuszu 150-lecia pułku. Ukazuje ono wójta i przedstawicieli gminy Wilda pod Poznaniem, którym towarzyszy 12 dziewcząt w strojach bamberskich z kornetami, ujętych na pierwszym planie i najwyraźniej mających uświetnić swym ubiorem tę uroczystość. Taką funkcję widocznych na zdjęciu odświętnych strojów bamberskich potwierdza relacja, która ukazała się w „Dzienniku Poznańskim” we wtorek 11 sierpnia 1891 r. Jest to szczegółowe sprawozdanie z pobytu cesarzowej i opis towarzyszących tej wizycie uroczystości; w tekście pojawia się m.in. wzmianka, że „[n]a gruncie języckim powitała przejeżdżającą przy drugiej bramie tryumfalnej [...] deputacja córek gospodarzy języckich w swych oryginalnych, bogatych strojach”,

a nieco później „przyjmowała cesarzowa deputacją córek gospodarzy wildeckich, która przybyła także w okazałych strojach”. Zabiegi gospodarzy pragnących, aby stroje bamberskie uświetniły całe wydarzenie, najwyraźniej przyniosły skutek, bo w artykule dwukrotnie podkreślono, że „Cesarzowej uroczę dziewoje wielce się podobały” (N.N. 1891: 2).

Bamberki w charakterystycznych ubiorach widoczne są też na bardzo wielu pocztówkach wydawanych w Poznaniu od początku XX w., zarówno tych drukowanych jeszcze pod zaborami, jak i – po odzyskaniu niepodległości w 1918 r. Czasem fotograf w sposób naturalny uchwycił Bamberki na ulicach miasta, czasem „doklejał” do wykonanych ujęć ulic i placów miejskich postacie w strojach bamberskich wycięte z innego zdjęcia, tak aby fotomontaż dopełnił obrazu uznawanego w owym czasie za charakterystyczny dla stolicy Wielkopolski (fot. 2). Wysiłek włożony w zabieg dodania postaci Bamerek do pocztówek produkowanych, kupowanych i wysyłanych wówczas masowo jako pamiątki z podróży świadczy o tym, że ich strój już w tamtym okresie stanowił ważny element kulturowego wizerunku miasta. Popularności przedstawień Bamerek w owym czasie dowodzi także warstwa wizualna telegramu ślubnego z 1917 r., wydanego przez Towarzystwo Czytelni Ludowych i ozdobionego postaciami dwóch Bamerek w koronetach trzymających ślubną girlandę. Jest to tym bardziej znaczące, że telegramy ślubne we wspomnianym okresie bardzo często miały charakter patriotyczny i przedstawiały postaci polskich bohaterów narodowych oraz wizerunki i symbole łączone z walką o niepodległość Polski.

Szczególnym wyrazem popularności stroju bamberskiego w tamtym czasie stała się ufundowana przez Leopolda Goldenringa, właściciela winiarni na Starym Rynku w Poznaniu, i odsłonięta w dniu 9 sierpnia 1915 r. niewielka kamienna studzienka z mosiężną figurką dziewczyny w stroju ludowym trzymającej na ramionach nosidła z wiadrami (Pazder 2001: 109–115; Cieliczko 2017). Studzienka nazywana popularnie w Poznaniu „Bamberką”

lub „Bambereczką”, mimo że ubiór figurki nie jest jednoznacznie bamberski, była wielokrotnie przenoszona w różne lokalizacje w obrębie Starego Miasta, a obecnie stoi na płycie Starego Rynku. Od początku cieszyła się ona dużą sympatią mieszkańców miasta i przyczyniła się do pozytywnego postrzegania stroju bamberskiego w Poznaniu. Za Pawłem Cieliczko warto zauważyć, że:

Przydało się to w maju 1919 roku, kiedy to Polacy, odurzeni euforią wynikającą ze zrzucenia pruskiego jarzma, świętowali pierwsze dni wolności i entuzjastycznie niszczyli wszelkie symbole niemieckiej dominacji. Padły wówczas w mieście wszystkie pruskie pomniki, z cokołu zrucono nawet popiersie poety Friedricha Schillera, którego jedyną winą był fakt, że romantyczne wiersze pisał po... niemiecku. Bamberce nikt nie uczynił najmniejszej krzywdy (Cieliczko 2017).

Interesującym przykładem funkcjonowania „Bambereczki” w kulturze popularnej w pierwszej połowie XX w. jest wierszowana bajka dla dzieci *Przygody koziołka i bamberki*, autorstwa Floriana Jernasa, reprodukowana w odcinkach od września 1937 r. do czerwca 1938 r. w poznańskiej prasie dziecięcej (Jernas 1937–1938). Przedstawiała ona „Bambereczkę” jako pozytywną postać pomagającą w różnych tarapatach równie sympatycznemu koziołkowi. Także po II wojnie światowej studzienka została kilkakrotnie upamiętniona w literaturze pięknej związanej z Poznaniem. Do najciekawszych nawiązań zaliczyć trzeba wiersz Kazimierzy Iłakowiczówny *Bambereczka* (Iłakowiczówna 1968: 54).

Pod koniec okresu międzywojennego w różnych publikacjach prasowych strój bamberski, określany wcześniej jako „ludowy”, zaczyna być nazywany „strojem regionalnym” i podkreślane są jego związki ze stolicą Wielkopolski (Grodecka 1986: 52). Powstał też szereg prac plastycznych (obrazów, rysunków, zdjęć dokumentalnych i artystycznych) ukazujących strój bamberski (por. Minksztym 2015: 14–60) jako charakterystyczny dla Poznania.

Być może dlatego udające się w 1928 r. na ogólnopolski zjazd kół krajoznawczych w Wilnie przedstawicielki Koła Krajoznawczego im. M. Raciborskiego z Poznania zadbały o to, aby zaprezentować się tam właśnie w strojach bamberskich (Koło Krajoznawcze... 1928: 109). Podobnie uroczyście ubrane Bamberki i Bambrzy kilkakrotnie reprezentowali Poznań na Ogólnopolskich Dożynkach Prezydenckich w Spale. Dowodzą tego zachowane m.in. w zbiorach Archiwum Etnograficznego Muzeum Narodowego w Poznaniu i Narodowym Archiwum Cyfrowym zdjęcia z 1928 i 1933 r. (fot. 3).

W tym też czasie silnie związane z Kościołem katolickim Bamberki stanowiły jeden z obowiązkowych elementów obchodów kościelnych, szczególnie procesji głównej w Uroczystość Najświętszego Ciała i Krwi Pańskiej, zwaną popularnie w Polsce Bożym Ciałem. W oktawie tego święta brały też one udział w procesjach w wielu poznańskich parafiach, zwłaszcza na Dębcu, Ratajach, Górczynie i Jeżycach. To był moment, kiedy strój bamberski prezentowany był w swej najbardziej uroczystej i dekoracyjnej formie. Bamberki cieszyły się tak dużą popularnością, że stanowiły jedną z ważniejszych atrakcji obchodów, a do 1923 r. zarządzający komunikacją miejską decydowali nawet o podstawieniu w tym dniu dodatkowych wagonów tramwajowych, aby Bamberki w bardzo obfitych spódnicach mogły spokojnie i wygodnie dotrzeć na procesję (Paradowska 1998: 123).

W omawianym okresie strój i folklor bamberski stały się też elementem uświetniającym festyny, wenty dobroczynne oraz inne uroczystości, np. w 1938 r. w trakcie zbiórki pieniężnej na budowę kościoła na poznańskich Ratajach (a dokładnie na Miasteczku) odegrane zostało „wesele bamberskie” w zachowanych jeszcze w skrzyniach i nowo uszytych strojach jako atrakcja mająca przyciągnąć dodatkowych gości festynu (Paradowska 1998: 123; fot. 4).

W czasie II wojny światowej strój bamberski w swej odmianie odświętnej praktycznie nie funkcjonował z powodu represji niemieckich, gdyż

Bambrzy, którzy nie chcieli podpisać Volkslisty – co było najczęstszym zjawiskiem – postrzegani byli przez okupantów jako zdrajcy narodowi i niejednokrotnie prześladowani. Ponadto obszar kultu religijnego dla Polaków został drastycznie ograniczony do dwóch kościołów w całym mieście, w dodatku czynnych jedynie w niedziele i oficjalnie uznane przez okupanta dni świąteczne (Grodecka 1986: 54–55).

Jednak tuż po wojnie stroje bammerskie znów stały się obowiązkowym elementem świąt i uroczystości. Już w czasie pierwszej powojennej procesji Bożego Ciała część kobiet wystąpiła w takich ubiorach. Pojawiły się one także na obchodach święta Chrystusa Króla na placu Wolności w Poznaniu 28 października 1945 r. Później wszakże, wraz ze zmianami w polityce społecznej powojennej ekipy rządzącej, sytuacja rodzin bammerskich w Poznaniu uległa pogorszeniu. W wyniku negatywnego postrzegania Bambrów i ich kultury przez władze PRL-u (ze względu na niemieckie pochodzenie i znaczną zamożność) użytkowanie stroju bammerskiego zostało ograniczone do sfery prywatnej i do uroczystości kościelnych, głównie procesji Bożego Ciała. Mimo to Bamberki w strojach brały też udział w ogólnopolskich ceremoniach religijnych, np. w obchodach Millenium Chrztu Polski w Poznaniu 17 kwietnia 1966 r. (Stachowiak 2017).

Zdarzało się jednak, choć rzadko, że strój ten pojawiał się także jako reprezentacyjny dla Poznania element uświetniający obchody świeckie. Polska Kronika Filmowa z czerwca 1956 r. ukazuje, że przybyłego na otwarcie 25. Targów Poznańskich premiera Józefa Cyrankiewicza witała m.in. dziewczynka w stroju bammerskim z kornetem (Polska Kronika Filmowa 1956).

Nieco odmiennym zjawiskiem związanym z tym ubiorem było rekonstruowanie po II wojnie światowej w Poznaniu i użytkowanie w czasie procesji Bożego Ciała oraz w oktawie tego święta, a czasem także z okazji innych uroczystości kościelnych, strojów dziewczęcych, tzw. bambareczek.

Inicjatorami uszycia strojów i niejednokrotnie ich fundatorami byli proboszczowie parafii katolickich (pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa i św. Floriana na Jeźcach oraz pw. Świętego Krzyża na Górczynie), a wykonawczyniami – lokalne krawcowe lub pracujące przy parafii zakonnice (elżbietanki na Jeźcach i siostry miłosierdzia na Górczynie) (por. Minkszty 2015: 61–69). Stroje te, zarówno z powodu powojennej biedy, a później braków zaopatrzeniowych utrzymujących się w Polsce praktycznie do końca lat 80. XX w., jak i z powodu przerwania ciągłości kulturowej, gdyż często były szyte przez osoby spoza kręgu rodzin bamberskich, uległy znacznemu uproszczeniu i zaczęły pełnić funkcję kostiumu. Nierzadko nosiły je dziewczęta niemające bamberskich korzeni. W parafii jeżyckiej do połowy lat 60. XX w. istniał zwyczaj, że na specjalne zamówienie (zwykle rodzin bamberskich) dziewczęta w takich strojach stanowiły asystę pary młodej w trakcie kościelnej uroczystości ślubnej (por. Minkszty 2015: 64).

Czasami stroje „bambereczek” szyte były samodzielnie przez poznaniaków – zarówno z rodzin bamberskich, jak i nie – którzy uważali, że jest to konieczny element celebracji ważnych uroczystości świeckich i religijnych, szczególnie właśnie procesji Bożego Ciała. Rekonstrukcje takie powstawały niezależnie w różnych dzielnicach Poznania w całym okresie powojennym (Pietras, Knie et al. 2015).

Strój bamberski jako reprezentacyjny strój ludowy Poznania w XXI w.

Obecnie elementy ubiorów bamberskich szyte i noszone w pierwszej połowie XX w. i wcześniej zachowały się jedynie w zbiorach muzealnych. Jednak – w postaci zrekonstruowanej – strój ten, przede wszystkim w swej formie odświętnej, nadal współtworzy krajobraz kulturowy Poznania. W ciągu ostatnich 20 lat, głównie dzięki systematycznym działaniom powstałego w 1995 r. koła, a następnie Towarzystwa Bambrów Poznańskich (TBP), strój bamberski coraz częściej można dostrzec podczas ważnych

uroczystości miejskich i lokalnych niemających charakteru religijnego, co znacznie poszerza zakres jego oddziaływania.

Zjawisko współczesnego funkcjonowania stroju bamberskiego biegnie niejako trzema różnymi nurtami. Pierwszy z nich nazwać można folklorystycznym, drugi – oddolnym, a trzeci – marketingowym, gdyż różnią się one od siebie zarówno pod względem przyczyn, jak i – celów.

W ramach pierwszego nurtu, traktującego ubiór bamberski jako jeden z wielu strojów ludowych przeznaczonych do prezentacji na scenie przez zespół folklorystyczny w układach tanecznych – czyli *de facto* jako kostium – najważniejszy wydaje się Zespół Folklorystyczny „Wielkopole”⁵. Jako jedyny w Wielkopolsce nieprzerwanie od 1987 r. ma on bowiem w swoim repertuarze folklor bamberski (Kulka 2018). Cztery komplety strojów męskich i kobiecych używane przez „Wielkopolan” są bardzo starannie zrekonstruowane (poza pewną różnicą w kolorystyce dwóch sukien kobiecych) i wykonane zostały w oparciu o zbiory muzealne, wiernie w stosunku do oryginałów. Ostatnio zespół wzbogacił się jeszcze o równie starannie wykonany (choć powiększony ze względu na wymogi sceniczne) czepiec złoty, co umożliwia odtworzenie obrzędu weselnego. Stroje bamberskie są często używane – ostatnio w Muzeum Etnograficznym w Poznaniu z okazji Nocy Muzeów 2018, kiedy zespół zaprezentował swój program poświęcony folklorowi bamberskiemu i poznańskiemu.

Od grudnia 2016 r. także Zespół Pieśni i Tańca „Wiwaty”, działający przy Ośrodku Kultury w Pobiedziskach pod Poznaniem, posiada siedem strojów bamberskich. Są to: trzy stroje męskie (z kamizelkami, bez czamar), trzy stroje panieńskie z kornetami i jeden strój męzlatki z czepcem. Zespół ma jeszcze w planach doszycie kolejnego kompletu stroju (Horbik 2018). Ubiory Bambrów zrekonstruowano w oparciu o śródkowowielkopolskie stroje męskie. Niestety w wypadku strojów kobiecych nie zachowano wierności kroju i kolorystyki sukien bamberskich, a część zastosowanych materiałów daleko odbiega od tych używanych na początku XX w. (fot. 5).

Szczególnie fatalnie wypada jednak stołeczne „Mazowsze”. Noszone przez członków zespołu stroje „bamberskie” zostały uszyte bez odniesienia do faktycznych kroju i kolorystyki takich ubiorów (por. Minkszty 2015: 75). Niestety, zespół ten obecny jest w przestrzeni medialnej znacznie szerzej niż „Wielkopolanie” czy „Wiwaty” i niefortunne stroje *à la* bamberskie „Mazowsza” już znalazły swoich naśladowców zarówno za granicą (działający w Montrealu zespół polonijny „Podhale”), jak i w Polsce (książeczki edukacyjne dla dzieci wydawnictwa De Agostini oraz niektóre lalki sprzedawane jako pamiątki turystyczne).

Do nurtu „oddolnego” zaliczyć wypada wszystkie rekonstrukcje strojów bamberskich dokonywane przez prywatne osoby lub stowarzyszenia, takie jak Towarzystwo Bambrów Poznańskich oraz dwie poznańskie parafie – pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa i św. Floriana na Jeżycach oraz pw. Krzyża Świętego na Górczynie. Ponieważ rekonstrukcjom tym towarzyszy albo autentyczne zainteresowanie kulturą bamberską, albo/i potrzeba uświetnienia uroczystości religijnych oraz świeckich, stroje te często pojawiają się w przestrzeni publicznej. Prym wiedzie tu TBP, którego przedstawiciele i przedstawicielki w strojach bamberskich uczestniczą praktycznie we wszystkich ważnych uroczystościach miejskich. Często też – chętnie zapraszani – biorą udział w wydarzeniach lokalnych. Bez udziału Bamberki trudno wyobrazić już sobie w Poznaniu obchody Święta Konstytucji 3 Maja (fot. 6), Święto Niepodległości, łączące się w stolicy Wielkopolski z Imieninami Ulicy Św. Marcin i paradą miejską, wizyty głów obcych państw w Poznaniu, Dożynki Wielkopolskie, jubileusze ważniejszych instytucji w mieście, festyny (fot. 7), koncerty i działania edukacyjne oraz charytatywne. Od prawie 20 lat kilkanaście razy w roku Bamberki w odświętnych strojach uczestniczą w ważnych dla miasta i społeczności lokalnych wydarzeniach, utrwalając wizerunek stroju bamberskiego i wiążąc go z Poznaniem w świadomości mieszkańców. Niejednokrotnie też reprezentowały Poznań i Wielkopolskę poza granicami naszego kraju (fot. 8). Działania te zapoczątkowane zostały w 1997 r. przez ówczesną prezes TBP, prof. Marię Paradowską, która

przykładała wielką wagę do przywrócenia funkcjonowania ubiorów bamberskich w przestrzeni kulturowej Poznania. Dzięki wyteżonej i nieustępliwej pracy wprowadziła ona Bamberki w strojach nie tylko ponownie na ulice miasta w trakcie procesji oraz imprez o charakterze społecznym czy charytatywnym, lecz także na salony kulturalne i polityczne stolicy Wielkopolski. Praca ta została po śmierci prof. Paradowskiej na nowo podjęta i jest kontynuowana nieprzerwanie do dnia dzisiejszego przez obecnego prezesa towarzystwa, Ryszarda Skibińskiego.

Nurt marketingowy charakteryzuje się wykorzystaniem wizerunku stroju bamberskiego przede wszystkim w szeroko rozumianej reklamie, jako pewnej wartości uosabiającej „poznańskość”. Tym samym korzystają on z poczucia tożsamości czy solidarności lokalnej w celu popularyzacji i zbytu różnych produktów. W ten sposób strój bamberski i jego artystyczne reinterpretacje stają się marką kulturową Poznania.

Strój bamberski jako marka kulturowa

Strój bamberski ma wszystkie atrybuty marki kulturowej – jest barwny, atrakcyjny wizualnie, charakterystyczny i łatwo rozpoznawalny, a przy tym wyraźnie różny od innych strojów ludowych Wielkopolski. Ponadto wiąże się on z historią i tradycją miasta oraz przywołuje na myśl pozytywne cechy zazwyczaj przypisywane Bambrom: pracowitość, czystość, solidność, uczciwość, oszczędność, zamożność. Nic więc dziwnego, że we współczesnym świecie wykorzystywany jest do reklamowania wielu produktów i usług.

W ciągu ostatnich lat na światowym rynku reklamowym zaszły istotne zmiany – po latach 90. XX w., kiedy stawiano w reklamie na szybkość, efektywność, działalność korporacyjną i przyszłość, nadeszły pierwsze lata nowego stulecia, a wraz z nimi „slow food” i „slow life” oraz indywidualizm. Z kolei po „roku 2010 zaczęła dominować w kulturze idea nieprzewidywalności, teraźniejszości czy wręcz orientacji na przeszłość. To czas nurtów antykor-

poracyjnych, rodzenia się postaw antykonsumpcyjnych, poszukiwania prawdy, autentyzmu i powrotu do natury” (Polak 2014: 6–9). Trendy te, nazywane przez Guzmána i Paswana nostalgią, sprzyjają wykorzystywaniu w reklamie elementów nawiązujących do tradycji i idealizowanej przeszłości. Strój bamberski idealnie w te trendy się wpisuje. Tym także tłumaczyć można jego rosnącą w Poznaniu (i nie tylko) popularność.

Wraz z nią następują jednak charakterystyczne dla procesów marketingowych przemiany, których typową cechą jest znaczne uproszczenie, a nawet pewna infantylizacja wyobrażeń Bamberki. Obecnie najczęściej odtwarzanym wizerunkiem związanym z kulturą bamberską nie jest już strój bamberski w swojej oryginalnej formie, ale jego przetworzenie, jakim jest figurka poznańskiej „Bambereczki” ze studzienki Goldenringa. Zamiast dostojności obszernych spódnic, śnieżnobiałych przystrojów (czyli czepka, okalającego szyję kołnierzyka zwanego kryzikiem oraz fartucha, uszytych z haftowanego batystu lub tiulu) i wysokich kornetów (wysokich damskich nakryć głowy, łączących cechy oraz symbolikę wianka i korony, wykonanych z tektury oraz sztucznych kwiatów, pozłotek i piór) w mediach i materiałach reklamowych króluje drobna figurka dziewczyny w ludowym odzieniu dźwigająca na nosidłach wiadra. Często wiadra te „pożyczać” musi (na przekór faktom historycznym) pannom w najbardziej odświętnej wersji stroju bamberskiego – z kornetem. Wydaje się, że te dwa elementy – kornet i szuńdy z wymborkami (czyli w gwarze poznańskiej, nosidła z wiadrami [3]), choć w rzeczywistości nigdy nie występowały razem – stają się w ostatnich latach najczęstszymi atrybutami ukazywanymi jako typowe elementy stroju bamberskiego.

O wykorzystywaniu wizerunku „Bambereczki” we współczesnym marketingu oraz o jej ogólnopolskiej, a nawet międzynarodowej karierze, pisałam w 2015 r. w pracy *Strój bamberski* (Minksztyń 2015: 76–80). Do ówczesnych rozważań wyliczających różne formy i przykłady obecności i funkcji „Bambereczki” w przestrzeni miejskiej warto jednak dodać pewne uzupełnienie. Od kilku lat Bamberka znacznych rozmiarów

(w kornecie i ze szuńdami – *sic!*) stała się jedną z głównych i najbardziej widocznych figur w trakcie korowodu z okazji obchodzonych hucznie w Poznaniu od połowy lat 90. XX w. Imienin Ulicy Św. Marcin (fot. 9). Przetworzony artystycznie strój bamberski reklamuje też inne ważne dla miasta coroczne wydarzenie, jakim jest Jarmark Świętojański (fot. 10). Ukazało się nowe piwo browaru kontraktowego Piwna Stacja z Poznania o nazwie „Bamberka”, a na jego etykiecie widnieje popiersie dziewczyny w nakryciu głowy przypominającym kornet. KKS Lech Poznań wykorzystał w kampanii reklamowej samą postać ze studzienki, ubierając ją we własną, specjalnie na tę okazję uszytą, koszulkę firmową. Postać „Bambereczki” pojawia się w reklamie działań edukacyjnych Międzynarodowych Targów Poznańskich, a także jako logo portalu informacyjnego epoznań.pl. Powstają też nowe pocztówki (np. Love Poland Design, Agma Studio), magnesy i gadżety turystyczne (np. kubek ceramiczny firmy Tripamo) nawiązujące do motywu dziewczyny z nosidłami. Prezentowana w 2017 r. w Centrum Kultury „Zamek” w Poznaniu i ciesząca się ogromnym powodzeniem wystawa „Frida” także zaowocowała przekształceniem wizerunku słynnej malarki we Fridobamberkę, autorstwa związanej z Poznaniem artystki Joanny Domagalskiej [4]. Najnowszym pomysłem jest wykorzystanie przez Wydawnictwo Miejskie Poznania logotypu „Bambereczki”, jako jednego z „najważniejszych symboli Poznania”, do produkcji „poznańskich skarpetek” (mat. 2018) – w sprzedaży od czerwca 2018 r. Jak widać więc, wszystko jest na sprzedaż. W świecie, gdzie naturalnym środowiskiem większości konsumentów jest popkultura, poprzez którą doświadczają oni świata i kontaktują się z otoczeniem, oczywiste jest, że kształtuje ona ich system wartości, postawy i potrzeby (Polak 2014). Skłania to producentów do korzystania z języka i estetyki popkultury w celu zdobycia klientów.

Wizerunek stroju bamberskiego lub „Bambereczki” bardzo często występuje także w publikacjach naukowych lub popularnonaukowych poświęconych nie tylko Bambrom, lecz także bardziej ogólnie etnografii czy kulturze ludowej Wielkopolski oraz w większości wydawnictw TBP.

To, jak żywo reagują przechodnie na widok dziewcząt w strojach bamberskich, nieustanne zainteresowanie mediów corocznie kręcących sceny z Bamberkami i ubiegających się o wywiady z nimi w trakcie procesji Bożego Ciała oraz łączenie wydarzeń kulturalnych w Poznaniu z postacią Bamberki i/lub „Bambereczki”, jest widowym dowodem na funkcjonowanie tego wizerunku w potocznej świadomości poznanian i jego obecność w życiu publicznym. Do tego stopnia, że każda osoba w stroju ludowym – także wiejskim poznańskim bardzo się wizualnie od bamberskiego różniącym – nazywana jest w Poznaniu bamberką.

Podsumowanie

Zgodnie z tendencjami rynkowymi współczesnej kultury strój bamberski, a w szczególności postać „Bambereczki”, staje się powoli marką kulturową Poznania, elementem wykorzystywanym do promocji miasta w bardzo wielu strefach: w handlu, turystyce i marketingu, ale także jako element działań charytatywnych, społecznych, a nawet politycznych.

A zatem – co warto sobie uświadomić – symbolem i marką kulturową Poznania staje się ufundowane przez zamożnych żydowskich mieszczan Goldenringów dzieło niemieckiego rzeźbiarza Josepha Wackerlego, powstałe po to, aby uhonorować bamberskie dziewczęta pracujące w winiarni fundatora oraz zareklamować to miejsce (Zakrzewski 1985, cyt. za: Cieliczko 2017). To, że do rzeźby pozowała Polka, na co dzień nosząca strój wiejski poznański, idealnie dopełnia symboliki wieloetnicznego przed wojną Poznania. Z pewnością dla wielu osób ta konstatacja może być zaskoczeniem.

Bibliografia:

- Grodecka Z. (1986). *Stroje ludowe w dawnym i współczesnym Poznaniu*. Poznań: Muzeum Narodowe w Poznaniu.
- Guzman F., Paswan A.K. (2009). *Cultural Brands form Emerging Markets: Brand Image Across Host and Home Countries*. „Journal of International Marketing”, nr 3, s. 71–86, DOI: 10.13140/2.1.4935.3922.
- Horbik A. *Korespondencja*. 2018, Archiwum prywatne autorki.
- Iłakowiczówna K. (1968). *Bambereczka*. W: *Pozdrawiam moje miasto*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, s. 54.
- Jernas F. (1937–1938). *Przygody koziołka i bamberki*. „Nasza Gazetka. Pisemko dzieci szkół powszechnych w Poznaniu”, R. IV, nr 1–10.
- Komańda M. (2013). *Marka kulturowa jako przejaw współczesności w teorii zarządzania*. W: Flaszewska S., Lachiewicz S., Nowicki S. (red.). *Společne i organizacyjne czynniki rozwoju przedsiębiorczości*. Łódź: Politechnika Łódzka, s. 310–319, DOI: 10.13140/2.1.4935.3922.
- Koło Krajoznawcze im. M. Raciborskiego w Poznaniu. (1928). *Bambrzy, ich historia, mieszkania i ubiory*. „Orli lot”, nr 5, s. 108–110. http://borlilot.pttk.pl/ORLI_LOT_1928_05.pdf [dostęp 4.11.2018].
- Kulka P. *Wywiad*. 2018, Archiwum prywatne autorki.
- mat. (2018). *Poznańskie skarpetki*. „POZnan*. Informator Samorządowy Metropolii Poznań” (czerwiec), s. 3.
- Minksztyl J. (2015). *Strój bamberski. Atlas Polskich Strojów Ludowych*, t. 47. Wrocław: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze.
- N.N. (1891). *Cesarzowa Fryderykowa w Poznaniu*. „Dziennik Poznański”, 1891.08.11, R. 33, nr 181, s. 1–2.
- Paradowska M. (1998). *Bambrzy. Mieszkańcy dawnych wsi miasta Poznania*. Poznań: Media Rodzina of Poznań.
- Pazder J. (2001). *Wędrujący pomnik, czyli dzieje poznańskiej Bamberki*. „Kronika Miasta Poznania”, nr 2, s. 109–115.

Pietras N., Knie D., Cieślewicz M., Jagiełło J., Warcholewska M. *Wywiad*, 2015, Archiwum prywatne autorki.

Polak K. (2014). *Marka czerpie z kultury*. W: *Marketing w Praktyce*. Nr 6: *Wiedza – Energia Działania*, s. 6–9. http://semiotyka.com/teksty_branding.php [dostęp: 4.11.2018].

Polak K. (2015). *Kiedy produkt staje się marką?*. W: *Marketing w Praktyce*. Nr 2: *Wiedza – Energia Działania*, s. 38–42.

O'Reilly D. *Cultural Brands/Branding Cultures*. „Journal of Marketing Management”, nr 2/200, s. 574; cyt. za: Komańda M. (2013). *Marka kulturowa jako przejaw współczesności w teorii zarządzania*. W: Flaszevska S., Lachiewicz S., Nowicki S. (red.). *Społeczne i organizacyjne czynniki rozwoju przedsiębiorczości*. Łódź: Politechnika Łódzka. DOI: 10.13140/2.1.4935.3922.

Polska Kronika Filmowa 26/1956, min. 1,23–1,25. <https://www.youtube.com/watch?v=xGLHSPSl7tI> [dostęp: 09.09.2018].

Stachowiak P. (2017). *Prymas Wyszyński i PRL, czyli o sztuce kompromisu*. „Przewodnik Katolicki”, nr 21; por. FOT. ARCHIWUM PK. <https://www.przewodnik-katolicki.pl/Archiwum/2017/Przewodnik-Katolicki-21-2017/Wiara-i-Kosciol/Prymas-Wyszynski-i-PRL-czyli-o-sztuce-kompromisu> [dostęp 4.11.2018].

Zakrzewski Z. (1985). *Ulicami mojego Poznania: Przechadzki z lat 1918–1939*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.

Źródła internetowe:

[1] Cieliczko P. (2017). *Studzienka Bamberki*. <http://fundacijakochania-poznania.pl/blog/02-pomniki-poznania/fontanny-poznania/> [dostęp: 29.08.2018]. gas. (2011). *Fryderyk Chopin jako kulturowa marka regionu*. <http://bydgoszcz.naszemiasto.pl/artykul/fryderyk-chopin-jako-kulturowa-marka-regionu,1188983,art,t,id,tm.html> [dostęp: 29.08.2018].

[2] <http://www.miasto.zgierz.pl/pl/page/park-kulturowy-miasto-tkaczy> [dostęp: 9.09.2018].

[3] <http://www.poznan.pl/mim/slownik/words.html?word=szu%C5%84dy&co=word> [dostęp: 9.09.2018].

[4] <https://medium.com/@joanna.domagalska> [dostęp: 9.09.2018].



il. 1. Bambrzy z Wildy, zdjęcie pamiątkowe z wizyty Cesarzowej Wiktorii, Poznań, 1891 r., ze zbiorów Biblioteki Towarzystwa Przyjaciół Nauk w Poznaniu, Nr inw. F 652, źródło: <https://ptpn.loccloud.pl/items/show/4175> [dostęp: 20.09.2018]



il. 2. Pocztówka, Poznań, ok. 1915 r.,
ze zbiorów Towarzystwa Bambrów Poznańskich



il. 3. Dożynki Prezydenckie, Spała, 1928 r., ze zbiorów Muzeum Narodowego w Poznaniu, Archiwum Etnograficzne, Nr inw. Ed 21



il. 4. Wenta na budowę nowego kościoła na Miasteczku (Rataje), Poznań, 1938 r., ze zbiorów Towarzystwa Bambrów Poznańskich



il. 5. Zespół Pieśni i Tańca „Wiwaty”, Pobiedziska, 2018, fot. A. Horbik



il. 6. Obchody Święta 3 Maja, Poznań, 2018, fot. R. Skibiński,
ze zbiorów Towarzystwa Bambrów Poznańskich



il. 7. „Warkocz Magdaleny”, Poznań, 23.07.2006 r., fot. M. Paradowska



il. 8. Międzynarodowe Targi Turystyczne, Berlin,
7-9.03.2008 r., fot. M. Paradowska



il. 9. Parada z okazji Imienin Ulicy św. Marcin, Poznań, 11.11.2016 r.
(autor nieznany), ze zbiorów Towarzystwa Bambrów Poznańskich



il. 10. Plansze reklamowe-monidła ze stylizowanymi postaciami
Bamberek, Poznań, czerwiec 2018 r., fot. J. Minksztem

Bamberg costume as a cultural brand and its contemporary designs

For many years the Bamberg costume has been the representative outfit for the city of Poznań. Elements of the Bamberg costumes sewn and worn in the first half of the 20th century and earlier have survived until today only in museum collections. However, on the basis of numerous reconstructions, this costume is still present in social and ceremonial life of Poznań, primarily in its festive form. Alongside the costumes reconstructed for folk groups, almost continuously after World War II there were reconstructed in Poznań the girls costumes for so-called „Bambereczki” (Bamberg girls). This was inspired by the parish priests of several Poznań's Catholic parishes, but also on the initiative of the very inhabitants of Poznań - from both Bamberg and non-Bamberg families - who believed that this costume is essential for the celebration of important secular and religious events, particularly the Corpus Christi procession. What is rare is the fact that these reconstructions were independently, spontaneously and systematically held over the 50 years. And that they are still there. However, the most frequently used image related to the Bamberg culture is not the original Bamberg costume but an artistic expression in the sculpture of Bamberka [Bamberg girl] on the fountain in the Old Market Square in Poznań. Both this figure and the name „Bamberka” are also often used in marketing as a symbol of familiarity, Poznań traditions, good home cuisine, reliability and success. Bamberka in various graphic expressions frequently appears in postcards from Poznań, T-shirts, bags as well as other merchandise and attractions. In accordance with market trends concerning the contemporary culture, the Bamberg costume is becoming slowly the cultural brand, a component used for the promotion of the city on the multiple fields of use: in trade, tourism and marketing, but also as part of the charity, social and even political activities.



Trudna identyfikacja kulturowa – podwójny model wzorotwórczy w „stroju” opolskim

Wprowadzenie

W przeszłości jednym z istotnych wyróżników identyfikacji kulturowej był strój ludowy, za pośrednictwem którego eksponowano przynależność do lokalnej społeczności i więź z określonym miejscem, co okazywało się czytelne również dla mieszkańców innych miejscowości (Bogatyriew 1979: 183). Nosząc regionalny strój ludowy, takie osoby jednocześnie podkreślały swą odrębność od sąsiadów. Ubiór ten pełnił zatem funkcję regionalną i narodową. Jak podkreśla Barbara Bazielić: „Tym samym tradycyjna forma stroju określonej grupy ludzi była ściśle przestrzegana i wszelkie od niej odstępstwa napotykały na dezaprobatę gromady” (Bazielić 2009: 179). Na Górnym Śląsku noszenie tradycyjnego stroju ludowego, czyli jak dawniej mówiono, „noszenie się po śląsku”, „po polsku”, „po chłopsku”, było wyraźnym znakiem więzi z regionem, miało dodatkowy wymiar etniczny – manifestowało przywiązanie do tradycji, do dziedzictwa kulturowego, stanowiło sposób na akcentowanie śląskości i polskości.

Zainteresowałam się procesem przemian śląskiego stroju ludowego w realiach kultury współczesnej, a zwłaszcza po przełomie politycznym 1989 r. Szczególną uwagę skupiam na zjawisku powszechnej obecności na Śląsku Opolskim kobiecych stylizowanych strojów ludowych (kostiumów). Mam na myśli nie tylko działalność zespołów folklorystycznych, lecz także kobiety udzielające się w lokalnych społecznościach, kołach gospodyń

wiejskich oraz w Związku Śląskich Kobiet Wiejskich¹ czy w grupach Odnowy Wsi. Na podstawie systematycznie prowadzonych badań terenowych: obserwacji uczestniczącej, wywiadów i zgromadzonej dokumentacji fotograficznej można oceniać, że na Górnym Śląsku, czyli w przestrzeni geograficznego, historycznego, kulturowego, a najszerzej rzecz ujmując, świadomościowego pogranicza, rozumianego w sensie „psychologicznym, nieterytoryalnym” (Kłoskowska 1996: 125), dominują specyficzne wzorce w zakresie rewitalizacji śląskiego stroju ludowego.

Obecnie na Śląsku Opolskim kobiety zrzeszone w różnych grupach lub stowarzyszeniach funkcjonujących na obszarach wiejskich, aby podkreślić doniosłość i „obrzędowy” charakter wielu uroczystości lokalnych i regionalnych (np. dożynek, odpustów parafialnych czy „świąt miejscowości”), w których biorą udział, obowiązkowo zakładają stylizowane stroje ludowe. Można zauważyć, że w ostatnich latach mnogość i różnorodność fasonów, użytych materiałów i motywów zdobniczych w rewitalizowanym śląskim stroju kobiecym, a właściwie kostiumie, odbywa się na zasadzie: „co wieś, to inna pieśń”. Współcześnie coraz częściej rejestrujemy przykłady, gdy trudne staje się nie tylko odtworzenie związków takiego kostiumu z regionem, lecz także określenie poczucia przynależności narodowej, tożsamości osób, które go noszą.

Jerzy Damrosz, odwołując się przed laty do koncepcji „przestrzeni kulturowej i jej znaczeń symbolicznych”, postulował, aby kulturę regionalną

¹ Związek Śląskich Kobiet Wiejskich (dalej ZŚKW) to niemiecka organizacja kobiet, został założony 18 marca 1994 r. w Wierzchu (gm. Głogówek) z inicjatywy Ursuli Trinczek, obecnie zrzesza około tysiąca członkiń z Górnego Śląska, głównie ze Śląska Opolskiego. Jedną z form jego działalności stanowi organizowanie życia kulturalnego społeczności lokalnych w ramach mniejszości niemieckiej, a szczególnie Ślązaczek zamieszkujących obszary wiejskie. Związek Śląskich Kobiet Wiejskich powstał na podstawie modelu organizacyjnego Związku Śląskich Rolników (*Verband Schlesischer Bauern*, funkcjonującego na Śląsku Opolskim od 1990 r.), jego założycielki wzorowały się także na celach i formach działalności *Deutsche Landfrauenverband*, podobnego stowarzyszenia w Niemczech, dbającego o poprawę sytuacji społeczno-gospodarczej kobiet pochodzących z obszarów rolniczych.

badac przez pryzmat symboli z nią związanych (Damrosz 1988: 15). Uwzględniając współczesne realia, można się zgodzić z nową tezą, że „regionalne przestrzenie kulturowe są obecnie dostępne i definiowane jedynie w formie i za pośrednictwem deklaracji tożsamościowo-identyfikacyjnych o charakterze symbolu” (Kasprzyk 2017: 52). W tym kontekście zainteresował mnie zespół zagadnień związanych z opolskim kostiumem ludowym, wytworem lokalnych animatorów, i pełnionymi współcześnie przezeń funkcjami: jako generatora wspólnych wartości w obrębie organizacji/związku, jako narzędzia nowoczesnej promocji kultury lokalnej i regionalnej, jako znaku szczególnego – identyfikacji kulturowej i wreszcie jako wyznacznika odrębności etnicznej.

Krótką charakterystyka tradycyjnego opolskiego stroju kobiecego

Opolski strój kobiecy w latach 80. XIX w. zyskał najbardziej dekoracyjny wygląd. Uroczysty komplet ubioru mężatki składał się z płóciennego *kabotka* (*kosulki*), czyli sięgającej do pasa białej koszulki z bufiastymi, długimi lub krótkimi – na wzór niemiecki (Malinowski 1976: 154) – rękawami, które wykańczano marszczoną krezą, ozdobioną białym haftem dziurkowym. Młodsze kobiety nosiły latem zazwyczaj *kosulki* z krótkim rękawem, sięgającym do łokcia, starsze zaś – z długim, zakończonym szerokimi mankietami zdobionymi płaskim haftem w kolorach białym, czarnym lub czerwonym (Bronicz 1958: 9). Koszulkę dekorowano motywami kolistych kwiatów, owoców granatu i tulipanów wyhaftowanymi na przyramkach, mankietach oraz oszewce koło szyi (Bronicz 1958: 9). Na *kabotek* kobiety zakładały *mazelonkę* – szeroką plisowaną suknię sięgającą do kostek, składającą się ze spódnicy zszytej ze stanikiem, tj. *wiyrchem*. Szyto ją z utrzymanego w charakterystycznej kolorystyce ciemnoniebieskiego lub granatowego *mazelanu*, czyli miękkiej tkaniny wełnianej produkowanej fabrycznie. Zazwyczaj dół spódnicy wykończony był *galonką* – szeroką niebieską wstążką, a sam brzeg – dodatkowo – czerwonym obrąbkiem (Bazielich 2008: 31). *Wiyrch* o szerokich ramiączkach i dużym owalnym

dekolcie obszywano brokatową wstążką oraz zdobiono haftami w motywy roślinne.

Kobiety pod suknię zakładały zwykle po dwie lub trzy płócienne halki, czyli *spodki*. Nakładały na nie dodatkowo jeszcze jedną halkę, uszytą z czerwonego materiału (głównie wełniano-jedwabnego), tzw. fryzu, dlatego też tę wierzchnią spódnicę nazywano *fryzką* (Bazielich 2008: 31, 58). Uzupełnienie „paradnego” stroju kobiecego stanowił długi i szeroki, aksamitowy lub jedwabny fartuch (*fortuch*). Na nogi zakładano często czerwone pończochy oraz płytke czarne pantofle zapinane na pasek. Warto podkreślić, że tradycyjne damskie nakrycie głowy zależne było od stanu cywilnego kobiety, jej zamożności i pozycji społecznej oraz od pory roku. Mężatki nosiły najczęściej chustki wełniane, wzorzyste, wiązane pod brodą, a zamożniejsze kobiety na szczególnie uroczyste okazje (np. procesje, wesela) zakładały czepce (Piskorz-Branekova 2005: 162–163; Bazielich 2008: 31, 33–34). Okrycie wierzchnie w opolskim stroju świątecznym stanowił *spencer* (*szpyndzer*) lub *kaboucik* – krótki watowany kaftanik z bufiastymi rękawami, wcięty w pasie, uszyty z granatowego lub zielonego sukna (Malinowski 1976: 154) oraz dodatkowo chusty odzieżowe, duże *płachty* wełniane, tzw. plejdy. W Opolskiem powszechnie (podobnie jak na całym Górnym Śląsku) w dni świąteczne kobiety zakładały również tzw. chusty tureckie.

Według ustaleń specjalistów (m.in. Barbary Bazielich) na przełomie XIX i XX w. na Śląsku Opolskim zaczął rozpowszechniać się rodzaj kostiumu damskiego, tzw. *ancug*. Składał się on z następujących elementów: *kiecki*, *jakli* i *fortucha*. *Jakle* (*jupy*), czyli rozkloszowane kaftany, zastąpiły wcześniejsze *kabouciki*, miejsce *mazelonek* zajęły *mideroki* – suknie bez ozdobnego stanika, tylko z tzw. opleckiem, długie do połowy łydek i uszyte z fabrycznych tkanin. *Ancug* sztyto z jednakowego gatunku materiału (wełny, jedwabiu, aksamitu), w ciemnym kolorze, głównie czarnym (uznawanym za najbardziej elegancki), rzadziej granatowym, szarym lub

zielonym (Bazielich 2008: 65). Dopełnieniem takiego uroczystego stroju świątecznego były haftowane jedwabne albo atłasowe fartuchy kupowane zazwyczaj w Opolu oraz różnorodne chusty nagłowne (il. 1), naramienne, odziewacze (Bazielich 2008: 36).

Tendencja do wypierania z mody kobiecego stroju ludowego na badanym obszarze rozpoczęła się po I wojnie światowej. Wpłynęło na to wiele czynników, m.in. powszechne procesy industrializacji na Górnym Śląsku, dostępność tkanin produkowanych fabrycznie oraz postępująca emancypacja kobiet wiejskich, które coraz częściej podejmowały pracę w zakładach przemysłowych i wybierały ubiór miejski zamiast tradycyjnego (Oficjalska 2015: 28). Transformacja ta była długotrwała i nie wszędzie przebiegała jednakowo – w miastach szybciej zrezygnowano ze strojów ludowych, natomiast na wsiach proces ten trwał zdecydowanie dłużej. Rok 1945 można uznać za umowną cezurę czasową w kontekście dalszego procesu zanikania tradycyjnych ubiorów kobiecych w tym regionie. Po II wojnie światowej jedynie przedstawicielki starszego pokolenia stały się depozytariuszkami śląskiego dziedzictwa kulturowego i nosiły się „po chłopsku” do przełomu lat 80 i 90. XX w., a w Raciborskiem – w niektórych miejscowościach – jeszcze do początkowych lat XXI stulecia.

Wzorce i inspiracje we współczesnym „stroju” górnośląskim

Aktualnie na Śląsku Opolskim na uwagę zasługują skrajne bieguny postaw związanych z rewitalizacją tradycyjnego stroju ludowego. Jeśli chceć wskazać źródła inspiracji współczesnych kostiumów, to można wyodrębnić stylizacje, których elementy nawiązują do tradycyjnych strojów polskich (górnośląskich – opolskich i rozbarskich, rzadziej krakowskich), inne natomiast są wyraźnie wzorowane na strojach bawarskich (stereotypowo uznawanych przez ludność rodzimą za niemiecki strój narodowy), a trzecią grupę tworzą kostiumy „pograniczne” – osobliwe hybrydy, stanowiące kompilację elementów pochodzących z grupy strojów górnośląskich i bawarskiego.

Można zauważyć, że we współczesnych stylizacjach prezentowanych przez członkinie rozmaitych stowarzyszeń najczęściej pojawiającymi się elementami, mającymi nawiązywać do tradycyjnego stroju opolskiego, są: białe bluzki z bufiastymi rękawami sięgającymi do łokcia, wykończone drobną koronką, plisowane spódnice o rozkloszowanym kroju, kwieciste (czyli raciborskie) chusty napleczne lub krzyżowane na ramionach oraz atłasowe fartuchy z kwiatowym nadrukiem (np. takie stroje mają członkinie ZSKW z Gamowa, gm. Rudnik, pow. raciborski – il. 2) i Ucieszkowa (gm. Pawłowiczki, pow. kędzierzyńsko-kozielski – il. 3). Zastanawia to, że kobiety zrzeszone w różnych organizacjach, próbując odtworzyć tradycyjny strój regionalny, rzadko sięgają do wzorów strojów opolskich opisanych m.in. przez Bronicza (1966), Bazieli (2008), Jasińską i Goc (2009), Górniak-Bardzik (2015) oraz w „Notatniku Skansenowskim. Roczniku Muzeum Wsi Opolskiej” 2015, nr 5. Próżno tu doszukiwać się tradycyjnych motywów i wzorów obecnych w hafciarstwie ludowym na Górnym Śląsku – np. róż, niebieskich, różowych i czerwonych kwiatków, pączków, listków, kłosów zboża, słoneczek czy kuleczek przypominających owoce granatu (Dobrowolska 1936: 4–8) – a jeżeli są one wykorzystywane, to w sposób niedokładny i uproszczony (np. ręczny haft zastępuje się maszynowym), co w efekcie deformuje ich pierwotną formę. Najczęściej próby odtworzenia tradycyjnego stroju dotyczą modelu rozbarskiego (il. 4), gdyż w opinii rozmówczyń jest on uznawany za najbardziej dekoracyjny. Zdaniem informaterek to miejscowe krawcowe odgrywają rolę autorytetu w dziedzinie mody i to im zazwyczaj z pełnym zaufaniem powierzane jest uszycie kostiumu dla członkiń organizacji. Taka wersja „stroju” tworzona jest najczęściej na podstawie subiektywnych upodobań estetycznych, rzadko korzysta się wówczas czy to z dostępnych chociażby w lokalnych izbach regionalnych historycznych egzemplarzy tradycyjnych strojów ludowych, pochodzących z konkretnej wsi, czy to z opracowań dotyczących stroju, czy to z pomocy specjalistów z Muzeum Wsi Opolskiej lub Muzeum Śląska Opolskiego.

Oceniając proces przejmowania wybranych elementów stylizacji zaobserwowanych u innych grup etnicznych, przybyłych na Śląsk Opolski po II wojnie światowej, można uznać zjawisko inspirowania się stylizowanym strojem śląskim za kolejną próbę identyfikacji z elementami tradycyjnej i współczesnej kultury śląskiej przez ludność napływową. Jak podkreśla Teresa Smolińska, omawiając stylizacje prezentowane przez amatorskie zespoły śpiewacze funkcjonujące na Opolszczyźnie, od początku lat 90. XX w. wyraźnie widać, że ludność napływowa usiłuje identyfikować się z zespołami śląskimi (Smolińska 2004: 272).

W drugiej grupie – współczesnych kostiumów bawarskich – wyróżniają się dopasowane gorsety (il. 5). Zarówno krój sukni i zdobiący ją drobny deseń kwiatowy lub kraciasty, koszulka z krótkimi bufiastymi rękawami, jak i czarny stanik z obszyciem bądź stębnowaniami wokół podkowiastego dekoltu sznurowany srebrnym łańcuszkiem albo zapięty ozdobnymi klamerkami, świadczą o inspiracji strojami ludowymi z regionów alpejskich, np. *dirndlem* – tradycyjnym kobiecym strojem ludowym noszonym do dziś w Bawarii i Austrii w trakcie szczególnie uroczystych okazji (Bazielich 1998: 179–180). Zakładając taki wydekoltowany i obcisły kostium, którego spódnica ledwie przykrywa kolana, kobiety epatują cielesnością, eksponują biust i podkreślają talię. Ponadto wybierając stylizowany na bawarski model stroju, nie zwracają uwagi na symboliczne znaczenie sposobu wiązania fartucha, wykonują je z dowolnej strony, a warto podkreślić, że pierwotnie było ono wyznacznikiem stanu cywilnego kobiety (il. 6). Co istotne, inspiracje stylizowanym strojem bawarskim są nie tylko widoczne w kostiumach Ślązaczek czy też kobiet identyfikujących się z mniejszością niemiecką, lecz także wydają się równie popularne w środowiskach polskich, szczególnie wśród członkiń miejscowych kół gospodyń wiejskich (il. 7, 8, 9).

Z dotychczasowych badań empirycznych wynika, że głównym czynnikiem decydującym o wyborze przez kobiety konkretnej stylizacji jest najczęściej

ich subiektywne odczucie estetyczne, ale i brak wiedzy na temat kanonicznego tradycyjnego stroju ludowego na Opolszczyźnie. Zdarza się ponadto, że w obrębie jednej organizacji funkcjonują konkurencyjne stylizacje (il. 10). Co znaczące, manifestowanie skrajnie różnych „opcji” identyfikacji narodowej poprzez wybór odmiennych strojów nie jest traktowane jako dysonans, rozłam wewnątrz organizacji. Słusznie bowiem zauważają badacze, że pogranicze to rodzaj antroposu, który charakteryzują polifonia i hybrydyczność, współistnienie konkurencyjnych wartości, ambiwalencja oraz wielowymiarowość (Szydłowska 2010: 162). Działania te można także interpretować w kontekście symultanicznego funkcjonowania i naturalnego koegzystowania różnych estetyk w przestrzeni pogranicza. Aleksander Jackowski, zabierając przed laty głos w dyskusji dotyczącej podmiotowości twórcy ludowego, zwracał uwagę na to, że tworzyć on może w dwóch estetykach – inaczej dla własnego środowiska, a inaczej dla zewnętrznego. „Dwuestetyczność taka bynajmniej nie jest czymś sztucznym. Przeciwnie – jest ona rzeczą naturalną, a nawet charakterystyczną dla sytuacji, w której działają różne wzorce kulturowe, toteż spotykamy się z nią na stykach kultur” (Jackowski 1980: 14).

Kostiumy – wytwory wiedzy lokalnych depozytariuszek o własnym dziedzictwie kulturowym tworzone z perspektywy kanonu współczesnej popkultury – można postrzegać nie w kontekście „kultury ludowej”, ale proponowanej przez badaczy otwartej formuły „kultury lokalnej”, w ramach której środowiska wiejskie mają możliwość samodzielnego i dowolnego kształtowania swojego życia kulturalnego na miarę własnych potrzeb i ambicji (Bukraba-Rylska 2010: 9). W odniesieniu do tych koncepcji kultura lokalna społeczności wiejskiej, a więc i jej wytwory, są swoistą całością kulturową, złożoną z elementów własnych, uobecniających się jedynie w danej społeczności lokalnej, oraz zapożyczonych i zmodyfikowanych lub właściwie zawłaszczonych, bo pozostawionych bez zmian i uznanych za własne (Dyczewski 1994: 94–95).

Współczesny „strój” ludowy na Górnym Śląsku a kreacja obrazu przeszłości

Postrzeganie stroju ludowego jako narzędzia pielęgnowania i kreowania pamięci o tradycyjnej kulturze wydaje się uzasadnione w odniesieniu do Górnego Śląska. Niewykluczone, że współczesny kostium – stylizowany strój bawarski noszony przez członkinie mniejszości niemieckiej – może być świadectwem próby przypominania „przemilczanej historii”, czyli lat, które za pośrednictwem tego swoistego znaku deklaracji narodowościowej pojawiają się i kształtują „tu i teraz”.

Śląsk Opolski jest regionem o skomplikowanej sytuacji historyczno-politycznej. Członkowie mniejszości niemieckiej od zakończenia II wojny światowej do początku lat 90. XX w. nie mieli praktycznie możliwości publicznego demonstrowania swej przynależności narodowej ani organizowania życia społeczno-kulturalnego na Górnym Śląsku. W okresie PRL-u oficjalnie zaprzeczano obecności tej grupy w regionie (Linek 2011: 69). Przejęcie władzy przez Solidarność w 1989 r. można uznać za przełomowe wydarzenie, które w konsekwencji pozwoliło powoli odrodzić się społeczeństwu obywatelskiemu i więziom społecznym. W omawianym okresie również Ślązacy identyfikujący się z Niemcami poszukiwali szansy na utworzenie własnej organizacji i jawnie manifestowali związek z Niemcami. Trzeba jednak zgodzić się z oceną Danuty Berlińskiej, że na przełomie 1990 i 1991 r. takie działania spotykały się z niechęcią i z niezrozumieniem sytuacji mniejszości niemieckiej w Polsce (Berlińska 1999: 199; Lis 2015: 16). Zmiany społeczne, ustrojowe i gospodarcze w kraju wywoływały powszechne poczucie niepewności oraz skłaniały do poszukiwania oparcia w obrębie grupy etnicznej i państwa niemieckiego. W wyniku demokratycznych przemian w Polsce mniejszość niemiecka zaczęła swobodnie się zrzeszać i powoływać stowarzyszenia, w tym okresie (na początku lat 90. XX w.) możemy też zauważyć wzmożone zainteresowanie, a nawet zachłyśnięcie się niemieckością i niemiecką kulturą (Smolińska 2004: 272–273).

Jak słusznie zauważa Mitja Velikonja, w realiach postkomunistycznych w „przejawach wymuszonej amnezji i demonizacji przeszłości, brakujące elementy szybko wypływają na powierzchnię za pośrednictwem kultury popularnej i konsumenckiej, w sztuce i wzornictwie” (Velikonja 2017: 84). Ta prawidłowość odnosi się również do Śląska Opolskiego, gdzie odwołania do przeszłości są obecnie publicznie demonstrowane przez członkinie ZSKW poprzez noszenie stylizowanego stroju bawarskiego. Ten typ inspiracji zdaje się odzwierciedlać na badanym obszarze ich potoczną wiedzę i polityczne reminiscencje jeszcze sprzed II wojny światowej. Nie jest to strój neutralny, ale wyraźnie nacechowany – wyraża fascynację niemieckością. Inną kwestię stanowi to, czy nosząca go osoba demonstruje taką postawę polityczną na poważnie, czy też stylizacja ta nosi znamiona jedynie zbanalizowanej identyfikacji (Jasińska 2013: 96). Mimo to obecnie nie można zgodzić się z konstatacją Barbary Bazieli, iż „wraz z powojennym ustaleniem się granic państwa polskiego i narodowej jednolitości zamieszkałych tutaj ludzi zanikła zupełnie potrzeba podkreślania na terenie województwa śląskiego narodowej [czyli patriotycznej – przyp. aut.] funkcji stroju” (Bazieli 2009: 182). Współcześnie funkcja ta, choć w wyraźnie zmienionej formie i w wybranych środowiskach, jest nadal nośna i żywotna.

Omawiane działania, polegające na próbie rewitalizacji tradycyjnego stroju regionalnego, wpisują się również w rozmaite ruchy odtwórcze nostalgicznego wspominania starych dobrych czasów – *starego dobrego piyrwy*. Obraz przeszłości, kreowany wśród mniejszości niemieckiej poprzez wybieranie strojów stylizowanych na bawarskie, okazuje się iluzją, stanowi jedynie, jak ujął to krytyk postmodernizmu Fedric Jameson, „wierną kopię oryginału, który nigdy nie istniał” (Jameson 1991: 66). Co istotne, w tym wypadku nie mamy do czynienia z odtwarzaniem strojów ze wspomnień, a raczej z kreacją wspomnień za pomocą stroju.

Podsumowanie

Podczas uroczystości oraz wydarzeń kulturalnych i religijnych, takich jak dożynki, odpusty parafialne czy „święta miejscowości”, można zauważyć sztuczne zgromadzenie osób w niefrasobliwie odtwarzanych, a właściwie całkiem wymyślonych, strojach. Paradowanie w takim stylizowanym komplecie nosi znamiona sztuczności, tworzy iluzję związku z regionem. Można uznać, że w podobnych sytuacjach strój pełni najczęściej funkcję marki organizacji lub powiatu/województwa/regionu, która to marka w zależności od aktualnych potrzeb jest przetwarzana lub na nowo konstruowana.

W analizowanych przykładach współczesnych stylizacji można odnaleźć elementy stylu *vintage* i estetyki *retro*, których głównym wyznacznikiem jest tworzenie duplikatów starych modeli odzieży, postrzeganych jako „lepsze”, „doskonalsze i „bardziej autentyczne” niż same oryginały. „Styl ten rządzi się więc prawami eklektyzmu, a nie mimikry; chodzi o fragmenty, a nie o całość” (Velikonja 2017: 90), a jego kolejną istotną cechą jest performatywny charakter.

Bibliografia:

- Bazielich B. (1998). *Stroje ludowe narodów europejskich*, cz. 3: *Stroje ludowe Europy Północnej i Zachodniej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Bazielich B. (2008). *Strój opolski* (seria „Atlas Polskich Strojów Ludowych”, cz. 3: Śląsk, z. 7). Wrocław: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze.
- Bazielich B. (2009). *Ubiór i jego formy zdobnicze – zróżnicowania i przemiany*. W: Bazielich B. (red.). *Ludowe tradycje. Dziedzictwo kulturowe ludności rodzimej w granicach województwa śląskiego*. Wrocław–Katowice: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze.
- Berlińska D. (1999). *Mniejszość niemiecka na Śląsku Opolskim w poszukiwaniu tożsamości*. Opole: Państwowy Instytut Naukowy – Instytut Śląski w Opolu.
- Bogatyriew P. (1979). *Funkcje stroju ludowego na obszarze morawsko-słowackim*. W: *Semiotyka kultury ludowej*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Bronicz S. (red.) (1958). *Wzornik haftów opolskich*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Bronicz S. (1966). *Materiały i uwagi do zagadnienia strojów ludowych na Śląsku Opolskim*. „Opolski Rocznik Muzealny”, nr 2, s. 185–200.
- Bukraba-Rylska I. (2010). *Od kultury ludowej do kultury lokalnej, czyli o tym samym, ale nie tak samo*. „Twórczość Ludowa”, nr 1–2, s. 8–10.
- Damrosz J. (1988). *Symbolika regionu jako wyznacznik odrębności*. W: Simonides D. (red.). *Symbolika regionów. Studia etnologiczno-folklorystyczne*. Opole: Instytut Śląski.
- Dobrowolska A. (1936). *Wzory hafciarstwa ludowego na Górnym Śląsku*. Katowice: Wydawnictwo Instytutu Śląskiego.
- Górniak-Bardzik M. (red.) (2015). *Strój i ubiór ludowy na Śląsku Opolskim ze zbiorów Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu. Katalog wystawy*. Opole: Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu.

Dyczewski L. (1994). *Kultura ludowa elementem istotnym tożsamości społeczeństwa polskiego*. W: Bednarek S. (red.). *Regionalizm polski u progu XXI wieku*. Wrocław: Wydawnictwo DTK Silesia.

Jackowski A. (1980). *Pojęcie twórcy ludowego*. „Lud”, nr 64, s. 5–24.

Jameson F. (1991). *Postmodernism Or the Cultural Logic of Late Capitalism*. London–New York.

Jasińska I. (2013). *Kostiumy używane przez uczestników korowodów dożynkowych w wybranych miejscowościach Opolszczyzny (2005–2012)*. W: Brzezińska A.W., Tymochowicz M. (red.). *Stroje ludowe jako fenomen kulturowy* (seria „Atlas Polskich Strojów Ludowych”, z. specjalny). Wrocław: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze.

Jasińska I., Goc M. (2009). *Opolski strój ludowy*. Opole: Związek Śląskich Rolników w Opolu.

Kasprzyk D. (2017). *Procesje, dożynki, festiwale... Cykliczne formy działalności ludowych zespołów śpiewaczych w Polsce*. „Etnologiczne Rozprawy”, nr 2, s. 48–61.

Kłoskowska A. (1996). *Kultury narodowe u korzeni*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Linek B. (2011). *Próby organizowania się ludności niemieckiej na Górnym Śląsku w Polsce Ludowej*. W: *Stowarzyszenia, związki, bractwa, inicjatywy społeczne i ich znaczenie dla Śląska. Wczoraj – dziś – jutro*. Gliwice–Opole: Dom Współpracy Polsko-Niemieckiej.

Lis M. (2015). *Mniejszość niemiecka na Śląsku Opolskim 1989–2014. Z bagażem przeszłości w realiach współczesności*. Opole: Instytut Śląski.

Malinowski L. (1976). *Zarysy życia ludowego na Szląsku*. W: Pośpiech J., Sochacka S. *Lucjan Malinowski a Śląsk (Działalność śląskoznawcza, Teksty ludoznawcze)*. Opole: Wydawnictwo Instytutu Śląskiego.

Oficjalska E. (2015). *Kolekcja ludowego stroju i ubioru w Muzeum Wsi Opolskiej*. „Notatnik Skansenowski. Rocznik Muzeum Wsi Opolskiej”, nr 5, s. 27–42.

Piskorz-Branekova E. (2005). *Strój bytomski*. W: Piskorz-Branekova E.

Polskie stroje ludowe. Warszawa: Wydawnictwo Sport i Turystyka – MUZA SA.

Smolińska T. (2004). *Miejsce tradycyjnych wartości „małej ojczyzny” w dobie unifikacji kulturowej*. W: Marczuk M. (red.). *Wartości uniwersalne i odrębności narodowe tradycyjnych kultur europejskich*. Lublin: Międzynarodowa Organizacja Sztuki Ludowej.

Smolińska T. (red.) (2015). „Notatnik Skansenowski. Rocznik Muzeum Wsi Opolskiej”, nr 5.

Szydłowska J. (2010). *Pogranicze na talerzu. Rytuał konsumpcji jako wzór kultury i nośnik tożsamości pojałtańskiego pogranicza („Bambino” Ingi Iwasiów)*. „Anthropos?”, nr 14–15, s. 162–167.

Velikonja M. (2017). „Yugo-vintage?” – ubiór jako narzędzie pielęgnowania i kreowania pamięci. „Łódzkie Studia Etnograficzne”, nr 56, s. 83–108. doi:10.12775/lse.2017.56.06.

Źródła internetowe:

www.ozrios.pl [dostęp: 29.08.2018].



il. 1. Fotografia kobiet w strojach odświętnych z okazji I Komunii Św.; Zakład Fotograficzny Alex Stock, Opole, 1892 r., ze zbiorów prywatnych M. Brandt



il. 2. Kobiety z Gamowa (pow. raciborski, woj. śląskie) ubrane w białe płócienne bluzki z bufiastymi rękawami, przykryte kwiecistymi chustami i czarne fałdowane spódnice z aksamitnymi fartuchami, Wystawa Stołów Wielkanocnych, Głogówek, 2017 r., fot. M. Brandt



il. 3. Strój jednej z członkiń Związku Śląskich Kobiet Wiejskich (Koło Ucieszków, gm. Pawłowiczki), stylizowany na „tradycyjny” opolski, Wystawa Stołów Wielkanocnych, Zakrzów, 2015 r., fot. M. Brandt



il. 4. Kobiety zrzeszone w Związku Śląskich Kobiet Wiejskich (Koło w Przewozie, gm. Cisek) w strojach stylizowanych na rozbarskie, Wystawa Stołów Wielkanocnych, Głogówek, 2017 r., fot. M. Brandt



il. 5. Stroje przedstawicielek Koła ZSKW w Walcach (gm. Walce) stylizowane na Drindl, suknię z regionów alpejskich, Wystawa Stołów Wielkanocnych, Głogówek, 2017 r., fot. M. Brandt



il. 6. Współczesna kreacja popludowa jednej z członkiń ZSKW nawiązująca do strojów bawarskich, Wystawa Stołów Wielkanocnych, Głogówek, 2017 r., fot. M. Brandt



il. 7. Koło Gospodyń Wiejskich Makowice (gm. Skoroszyce) w stylizowanych strojach bawarskich, VI edycja opolskiego Turnieju KGW, Prószków, 2017 r., źródło: <http://www.ozrios.pl/gallery-6-turniej-kgw-pl.html> [dostęp: 25.05.2018]



il. 8. Występ jednego z zespołów kół gospodyń wiejskich z Opolszczyzny w strojach inspirowanych bawarskim Drindl, VI edycja opolskiego Turnieju KGW, Prószków, 2017 r., źródło: <http://www.ozrios.pl/gallery-6-turniej-kgw-pl.html> [dostęp: 25.05.2018]



il. 9. Stylizacje strojów członkiń Koła Gospodyń Wiejskich w Chrzelicach (gm. Biała), Kongres „Kobiety zmieniają Polską Wieś” z okazji jubileuszu 150-lecia działalności Kół Gospodyń Wiejskich, Opole, 2016 r., źródło: <http://www.ozrios.pl/gallery-kongres-pl.html> [dostęp: 25.05.2018]



il. 10. Różnorodne inspiracje (polskie i niemieckie) współczesnych kostiumów członkiń kół gospodyń wiejskich z Opolszczyzny, Kongres „Kobiety zmieniają Polską Wieś” z okazji jubileuszu 150-lecia działalności Kół Gospodyń Wiejskich, Opole, 2016 r., źródło: <http://www.ozrios.pl/gallery-kongres-pl.html> [dostęp: 25.05.2018]

Polish Folklore Association [PTL] branch in Opole. Tough cultural identification: dual prescriptive model in Upper Silesian “outfit”

The author sees the borderland as a sort of anthropos, defined by the polyphony and hybrid character, coexistence of competing values, ambivalence and multi-dimensional nature, and notices the dual aesthetics of contemporary folk costumes produced in Upper Silesia. Based on field studies (interviews, participant observations, desk analysis of existing and recalled sources), she presents the functioning of the two dominant trends in revitalising the folk costumes of Opole Silesia: Polish (Upper Silesian: Opolian and *rozbarski* [Bytom folk costume]) and Bavarian. One can assess that in this region by contemporary styles of traditional folk costumes there is manifested the cultural identification of native population, typical for the residents of borderland. Moreover, the characteristic popular culture aesthetics elements (promotion of youth, sex-appeal, sensuality) and popular perceptions of female „folk costume” are distinct here.

**PRZETWÓRCY. Inspiracje tradycyjnym
rzemiosłem i sztuką ludową
we współczesnych realizacjach**



**„Lechitka” – Xymena Zaniewska wprowadza polskie motywy ludowe
do mody współczesnej, czyli co może wnieść do Europy polska moda?**

Niniejszy tekst stanowi prezentację i próbę interpretacji zaprojektowanej w 2002 r. przez scenografkę Xymenę Zaniewską kolekcji mody inspirowanej polskim folklorem. Z perspektywy 15 lat, które upłynęły od momentu narodzin kolekcji, można już pokusić się o pewne podsumowanie, jak również o próbę umiejscowienia jej w tradycji mody tworzonej w kręgu Cepelii oraz w czasie wielkich oczekiwań i obaw związanych z przyłączeniem Polski do Unii Europejskiej.

Wprowadzenie

Inspiracje rodzimą sztuką ludową obecne są w polskiej modzie od początku XX w. Przybierały one różne formy: batikowanego szala z Warsztatów Krakowskich, sukni z lnu wileńskiego czy kurpiowskiego haftu na eleganckiej bluzce. Po II wojnie światowej próbę wykorzystania twórczości ludowej w przemyśle odzieżowym podjęły Biuro Nadzoru Estetyki Produkcji i Instytut Wzornictwa Przemysłowego. Inwencję twórczyń ludowych z Zalipia wykorzystywano m.in. w projektowaniu chustek, z kolei ludowe pasiaki i wzory pisanek służyły projektantom IWP jako inspiracja przy tworzeniu tkanin ubraniowych (Telakowska 1953: 135–141).

Również w ofercie spółdzielni zrzeszonych w ramach powstałej w 1949 r. Cepelii znajdowały się ubiory inspirowane ludowością (Korduba 2013: 252–253). Ta tendencja nasiliła się w latach 70. XX w. wraz z hipisowską modą „folk”, która wracała jeszcze kilkakrotnie jako styl

„boho”. W 2002 r. zmaterializowała się ona w formie niezwyklej kolekcji ubiorów zaprojektowanych przez znaną scenografkę i projektantkę mody Xymenę Zaniewską. Na tę niezwykle nowoczesną, barwną i oryginalną kolekcję składały się m.in. dzinsy z haftowanymi parzenicami i zalipiańskimi kwiatami, spódnice i bluzki wykonane z koniakowskiej koronki, wieczorowe suknie z czarnego aksamitu haftowanego złotą nicią w ludowe wzory oraz cztery spektakularne suknie balowe z motywem polskich kwiatów ręcznie malowanych na jedwabiu.

Europa jest wśród nas

Wykonanie wszystkich modeli kolekcji „Lechitka” zostało powierzone cepeliowskim spółdzielniom i współpracującym z nimi najwybitniejszym artystom ludowym (hafciarzom, tkaczom, koronczarkom), rzemieślnikom i szkołom rzemiosła (m.in. Szkole im. Heleny Modrzejewskiej w Zakopanem). Nadzór nad całością sprawowały z upoważnienia Fundacji „Cepelia” Krystyna Wodzowa i Irena Drążewska (prezes Spółdzielni „Poziom”). Jednak „matką chrzestną” kolekcji, jak również autorką nośnego tytułu „Lechitka” była Danuta Waniek – wówczas poseł na Sejm z partii SLD i członek KRRiTV. To z inicjatywy Waniek utworzono Komitet „Europa jest wśród nas”, któremu „Lechitka” zawdzięcza swoje powstanie. Został on związany 11 stycznia 2002 r. w Warszawie pod patronatem Danuty Hübner – ówczesnego Sekretarza Komitetu Integracji Europejskiej, a w listopadzie tego samego roku – przekształcony w fundację. Miał on na celu podjęcie działań integrujących środowiska kobiet z różnych dziedzin w ramach promowania Polski w przededniu wstąpienia do Unii Europejskiej, jak również promocję i wsparcie polskiego dziedzictwa narodowego, popierania włączenia Polski do struktur międzynarodowych oraz rozpowszechniania informacji na temat Unii Europejskiej. Członkowie komitetu deklarowali, że „Europa nie jest dla nas światem nieznanym. Nie musimy się do niej przekonywać, ponieważ Europa od dawna jest wśród nas” (Kolekcja Lechitka).

W taki sam sposób obecność Polek w Europie widziała również jedna z członkiń komitetu, dziennikarka Małgorzata Domagalik, która napisała:

to ma brzmieć nie tylko dumnie, ale i prawdziwie. Czyli jak? No cóż, Polka-Europejka jest wykształcona, zna języki, nie boi się ani życia, ani własnych na nie pomysłów. Nie ma kompleksów wobec swoich zachodnich koleżanek i ich miejsca w świecie. Żyje przeświadczeniem, że w Europie Polki były zawsze. Jeśli nie ciałem, to przynajmniej duchem. Wystarczy wspomnieć wybitną scenografkę Xymenę Zaniewską, której światowości zawsze można było tylko pozazdrościć! (Domagalik 2002: 3).

Pierwszym dużym przedsięwzięciem nowo powstałego Komitetu „Europa jest wśród nas” było zorganizowanie ogólnopolskiej konferencji „Kobiety, gospodarka i integracja europejska”, której zwieńczenie stanowił pokaz mody „Lechitka”. Oba wydarzenia odbyły się 25 maja 2002 r. w Łodzi, w pełnych przepychu, historyzujących wnętrzach Pałacu Poznańskich. Na widowni zasiadły uczestniczki konferencji – ponad 250 kobiet reprezentujących różne zawody, m.in. badaczki i przedstawicielki władz wyższych uczelni (wśród nich prof. Krystyna Marczak-Piotrowska – prorektor Uniwersytetu Łódzkiego ds. ekonomicznych, prof. Anna Firlej-Wesołowska – rektor Akademii Muzycznej w Łodzi), dziennikarki (wspomniana już Małgorzata Domagalik, Weronika Kostyrko – redaktor naczelna „Wysokich Obcasów”, Janina Paradowska – redaktor „Polityki”), politycy i przedstawicielki administracji państwowej (Magda Vášáryova – ambasador Republiki Słowackiej w RP, prof. Zyta Gilowska – poseł na sejm, Krystyna Sienkiewicz – aktorka i poseł), bizneswoman (Halina Zawadzka – właścicielka firmy konfekcyjnej Hexeline, Anna Skórska – projektantka i właścicielka Domu Mody „Skórska”, Urszula Grzegorzewska – właścicielka Laboratorium Kolastyna), artystki (Elżbieta Ryl-Górska – śpiewaczka operetki warszawskiej).

Wszystkie panie z wielkim entuzjazmem oklaskiwały dżinsowe spodnie, spódnice i kurtki z haftowanymi, lekko przestylizowanymi wzorami ludowymi: parzenicami, kwiatami, lelujami. Barwne wzory, ręcznie wykonane przez ludowe hafciarki z Łowicza, doskonale prezentowały się na tle niebieskiego denimu. Pewnej pikanterii dodawały mu malowane na gołym ciele kwiaty zastępujące bluzki. Większość kolekcji była jednak bardziej zachowawcza, wprost odwołująca się do ludowości. Składały się na nią długie spódnice-solejki wykonane z cienkiej wełny w „góralski” wzór, suknie uszyte z krakowskich wstążek, patchworkowe kamizele z opoczyńskich tkanin, cienkie jedwabne sukienki ręcznie malowane we wzór nawiązujący do ludowych pasiaków, krótkie ażurowe sukienki z koniakowskiej koronki. Pod koniec pokazu zaprezentowano suknie balowe „Cztery Pory Roku”, wykonane z malowanego jedwabiu milanowskiego w motywy nawiązujące do charakterystycznych dla każdej z pór roku okazów polskiej flory. Suknie w konwencjonalnym fasonie „bezy”, a więc o obfitej marszczonej spódnicy i wąskiej gorsetowej górze bez ramiączek, miały być najmocniejszym akcentem kolekcji. Trudno je jednak uznać za najlepszy element pokazu. Nie stanowiły spójnej całości z innymi projektami; ani pod względem formy, ani – tkaniny, dekoracji czy wykonania nie nawiązywały one do ludowości. Jedynym odniesieniem do folkloru były nakrycia głowy – wianki z bibułkowych kwiatów uplecione w ostatniej chwili przez Krystynę Wodzową i jej siostrę (Wodzowa 2018). Finałowe wyjście modelek w krynolinach odbyło się przy dźwiękach *Czterech pór roku* Vivaldiego, co w zamysłu organizatorów pokazu miało nie tylko nawiązywać do dekoracji sukien, lecz także wskazywać na miejsce polskiej mody w europejskiej tradycji.

Obecni na pokazie dziennikarze docenili wyjątkowy charakter kolekcji; z entuzjazmem pisano o bogactwie barw, wzorów i fasonów. Nie przemilczano jednak największego zgrzytu towarzyszącego imprezie, czyli tego, że nie zaproszono – wbrew wcześniejszym obietnicom – laureatów konkursu Moda Folk do zaprezentowania zwycięskich prac w czasie

trwania konferencji („Express Ilustrowany” 2002; „Dziennik Łódzki” 2002). Na pokaz młodych projektantów nie zgodziła się Xymena Zaniewska, a poparła ją Danuta Waniek, która na łamach łódzkiego „Expressu Ilustrowanego” tłumaczyła: „Byłyśmy na pokazie, który mało nawiązywał do przewodniej idei. Włóczkowe majtki i drewniane buty mało pasują do naszej folklorystycznej kolekcji. Obietnica została złożona trochę na zapas” („Express Ilustrowany” 2002). Krystyna Wodzowa, która również miała okazję oglądać pokaz laureatów Mody Folk, skwitowała go jednym słowem – „dziadostwo” (Wodzowa 2018). Trudno jednak w pełni zgodzić się z tym twierdzeniem. Przede wszystkim ci młodzi twórcy inspirowali się ludowością w sposób subtelny, w nieoczywisty sposób wprowadzając jej elementy do zaprojektowanych przez siebie ubiorów. A to, wzięwszy pod uwagę niewielki budżet przeznaczony na stworzenie kolekcji – miało prawo wypaść blado w porównaniu z kosztowną luksusową produkcją, jaką była „Lechitka”. Dodatkowo kolekcja Zaniewskiej wykorzystująca autentyczne ludowe tkaniny, krajki, motywy, a przy tym niezwykle kolorowa, stanowiła przykład ludowości dobrze już rozpoznanej i oswojonej, czego z pewnością nie można powiedzieć o utrzymanych w stylu „grunge” projektach absolwentów łódzkiej ASP.

Zanim powstała „Lechitka”

Pierwszy pokaz kolekcji „Lechitka”, jak już wspomniano, odbył się 25 maja 2002 r., jednak prace nad jej przygotowaniem zaczęły się rok wcześniej. W związku z tym projektem we wrześniu 2001 r. Xymena Zaniewska pojechała do Paryża i tam obejrzała pokazy mody prêt-à-porter. Nie wiadomo, które z nich widziała, ale opublikowane w 2015 r. wspomnienia, w których projektantka z zachwytem pisze o reprodukowanych w miesięczniku „L’Officiel” zdjęciach kolekcji *haute couture* Johna Galliano dla Diora (zima 2001/2002) dają wyobrażenie o jej preferencjach w tym zakresie:

Kolekcja Johna Galliano dla Diora jest bajką z tysiąca i jednej nocy, w której ten wspaniały artysta opowiada o wszystkich cudach sztuki nomadów, złocie, egipskich odaliskach, tybetańskich dygnitarzach i rosyjskich generałach. Yves Saint Laurent prostotą linii i klasyczną elegancją utrzymuje swoje kolekcje we wspaniałym stylu, nie dając się uwieść żadnemu folklorowi. Jean-Paul Gautier wędruje po Wenecji (Drozda 2015: 26).

Już ten krótki opis pozwala się zorientować, że Zaniowska zwracała uwagę na obecne w kolekcjach wielkich projektantów inspiracje strojem regionalnym i narodowym. Stąd pewnie jej pomysł, by rozpropagować polski folklor przy okazji zbliżającego się wejścia Polski do Unii Europejskiej. Sama artystka otwarcie przyznawała to zresztą w tekście zamieszczonym w materiałach promocyjnych konferencji „Kobiety, gospodarka i integracja europejska”, w ramach której odbył się pierwszy pokaz kolekcji „Lechitka”. Pisała wówczas:

Kolekcja o nazwie „Lechitka” jest oparta na motywach polskiego folkloru i w znacznej części jest realizowana przez artystów ludowych. Koncepcja jej polega na użyciu zarówno oryginalnych tkanin ludowych, jak również motywów zdobniczych we współczesnej modzie o charakterze ogólnoeuropejskim. Odwołanie się do źródeł ludowych leży u podstaw wielkiego sukcesu m.in. KENZO, który wprowadził na stałe do skarbnicy mody europejski folklor japoński. Nasza twórczość ludowa stanowi równie bogate źródło inspiracji. Jest równocześnie zgodne ze współczesnymi trendami w modzie, które są odbiciem wielu wątków ludowych, stosowanych z wielką swobodą i bogatych w elementy zdobnicze (Kolekcja Lechitka).

Jednak w kontekście przygotowań do realizacji kolekcji „Lechitka” istotne są nie tylko zagraniczne inspiracje. Zaniowska z całą pewnością знаła

dokonania Cepelii polegające na stworzeniu ubioru damskiego inspirowanego sztuką ludową. Być może przeglądała archiwa cepeliowskich spółdzielni lub przechowywaną w siedzibie Fundacji „Cepelia” bogatą dokumentację fotograficzną z realizowanych od 1973 r. konkursów „Adaptacja i inspiracja stroju ludowego w odzieży współczesnej” oraz towarzyszących jej pokazów mody. Z całą pewnością знаła dokonania projektantów współpracujących z Cepelią, tym bardziej że od lat 70. XX w. sama okazjonalnie współpracowała z tą instytucją (Wodzowa 2018).

W wąskim środowisku projektantów mody doskonale znane były dokonania Grażyny Hase (Tomasik 2016: 195), która współpracowała ze Spółdzielnią „Moda i Styl” i „Zakopiańskimi Warsztatami Wzorcowymi”, czy projektującej dla „Poziomu” Danuty Dusznik (Dusznik 2017). Ludowe pasiaki tkane na krosnach ręcznych, przystosowane do wykorzystania w modzie, a więc cienkie, z wzorem nienachalnie odwołującym się do ludowości, wykonywała Spółdzielnia „Opocznianka”. Z samodzielów cepeliowskiej produkcji (m.in. Spółdzielnia „Sztuka Piotrkowska”) państwowe przedsiębiorstwo „Moda Polska” szyło kostiumy i płaszcze obecne w niemal każdej kolekcji wiodącej z lat 60. XX w. Hitem „Mody Polskiej” były też koktajlowe suknie szyte z krakowskich wstążek (Rzechorzek 2018: 90, 104).

Kolekcja „Lechitka”, choć powstała ponad dekadę po transformacji ustrojowej, w nowych warunkach społecznych i ekonomicznych, pełnymi garściami korzystała z dorobku Cepelii. Wiele spośród projektów powstałych w ramach kolekcji, jak chociażby plisowane spódnice z kwiecistej tkaniny typowej dla góralskich spódnic (tybetowej), pojawiło się w kolekcji Grażyny Hase dla Spółdzielni „Moda Damska” w 1974 r. Równie znajome, wydobyte z archiwum tej samej spółdzielni działającej już pod zmienioną nazwą „Moda i Styl”, były haftowane złotą nicią aksamitne czarne suknie.

Wchodzimy do Europy

Kolekcja mody „Lechitka” w zamierzeniu projektantki, jak również – wspierającej ją w tym zakresie Danuty Waniek i innych kobiet związanych z polityką i biznesem, miała wprowadzić polską modę na „salony” Europy. Modelki, przemierzające wybieg w rytm góralskiej muzyki granej przez kapelę Golec uOrkiestra, a w finale wirujące na scenie w takt *Czterech pór roku* Antonia Vivaldiego, stały się więc ucieleśnieniem powtarzanego na przełomie lat 90. XX i początku XXI w. hasła „wchodzimy do Europy”.

Kolekcja „Lechitka” wpisywała się również w szerszy kontekst zjawiska etnodizajnu, który w pierwszych latach nowego stulecia zmanifestował się nie tylko w modzie, lecz także w projektowaniu graficznym, architekturze i wyposażeniu wnętrz i polegał na wprowadzaniu motywów zdobniczych inspirowanych rodzimym folklorem (Klekot 2016: 147–159). Dodatkowo w kontekście akcesji Polski do Unii Europejskiej folklor w kolekcji mody miał mieć znaczenie propagandowe, stanowił również próbę udowodnienia sobie i innym, że elementy polskiej ludowości mogą być atrakcyjną alternatywą dla nieco „zużytych” wizualnie inspiracji afrykańskich czy rosyjskich.

Bibliografia:

Domagalik M. (2002). *Lechitka, czyli Europejka*. „Dziennik Łódzki”, nr z dn. 25–26.05.

Drozda T. (red.) (2015). *Xymena*. Pelplin: Bernardinum.

Duszniak D. (2017). Wywiad przeprowadzony w domu projektantki. Notatki prywatne.

Klekot E. (2016). *Etnodizajn – polskie gry z nowoczesnością*. „Herito”, nr 24.

Rzechorzek E. (2018). *Moda Polska – Warszawa*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.

Telakowska W. (1953). *Próba włączania twórczości ludowej do wzornictwa przemysłowego*. „Polska Sztuka Ludowa”, nr 3, s. 135–141.

Tomasik K. (2016). *Grażyna Hase. Miłość, moda, sztuka*. Warszawa: Wydawnictwo Marginesy.

Wodzowa K. (2018). Wywiad przeprowadzony w siedzibie Fundacji „Cepelia” w Warszawie. Notatki prywatne.

Kolekcja Lechitka: materiały prasowe, zdjęcia, Archiwum Fundacji Cepelia, depozyt IS PAN w Warszawie.

Do Europy na ludowo. „Dziennik Łódzki” 2002, nr z dn. 27.05.

Moda na puste obietnice. „Express Ilustrowany” 2002, nr z dn. 22.05.



Xymena Zaniewska z mężem za kulisami pokazu mody
„Lechitka”, ze zbiorów Archiwum Cepelii



Spółdzielnia Opocznianka, kolekcja mody w stylu folk,
lata 70. XX w., ze zbiorów Archiwum Cepelii



Stefania Jezierska, suknia wieczorowa, Spółdzielnia „Moda i Styl”, lata 80. XX w. ze zbiorów Archiwum Cepelii



Xymena Zaniewska, strój „góralski” z kolekcji „Lechitka”, ze zbiorów Archiwum Cepelii



Xymena Zaniewska, spódnica z wstążek krakowskich,
kolekcja „Lechitka”, ze zbiorów Archiwum Cepelii



Xymena Zaniewska, sukienka z koronki koniakowskiej,
kolekcja „Lechitka”, ze zbiorów Archiwum Cepelii



Xymena Zaniewska, dżinsowe spodnie i kurtka „cyfrowane” w góralskie motywy, kolekcja „Lechitka”, ze zbiorów Archiwum Cepelii



Xymena Zaniewska, spódnica dżinsowa haftowana w łowickie wzory, kolekcja „Lechitka”, ze zbiorów Archiwum Cepelii



Xymena Zaniewska, suknia balowa „Wiosna”, kolekcja „Lechitka”, ze zbiorów Archiwum Cepelii



Xymena Zaniewska, suknia wieczorowa haftowana złotą nicią, kolekcja „Lechitka”, ze zbiorów Archiwum Cepelii

**„Lechitka” – Xymena Zaniewska introduces Polish folk motifs
to contemporary fashion, i.e. what Polish fashion can bring to Europe?**

Many of the Cepelia cooperatives were involved in fashion. From the 1950's the assortment of the cooperatives called „Jersey”, „Wzór” („Pattern”), „Poziom” („Level”) and „Moda Damska” („Ladies' Fashion”) (later „Moda i Styl” [„Fashion and Style”]) included outfits inspired by the domestic folk costumes. This trend intensified in the 1970s. Along with hippie fashion, folk came back again several times in the form of boho style. In 2002 it materialised in the form of an extraordinary collection of outfits designed by the renowned fashion designer and scenographer – Xymena Zaniewska. The ultra-modern, colorful and original collection consisted of jeans embroidered with parzenicas [a traditional heart-shaped embroidery pattern] and Zalipie flowers, skirts and blouses decorated with Koniakow lace, evening black velvet dresses embroidered with gold in folk designs and a spectacular wedding dress of embroidered tulle. The labor-intensive models were entrusted to Cepelia cooperatives; their contractors were the most accomplished folk artists (embroiderers, weavers, lace manufacturers), craftspeople and craft schools (including the Helena Modrzejewska School in Zakopane). By its creator, as well as its supporters: Danuta Waniek and other women of politics and business, the collection was intended to popularize Polish fashion throughout Europe. Models walking the runway to the highlander folk music by Golec uOrkiestra thus became the embodiment of the slogan repeated at the turn of the 20th and 21st century: „We're entering Europe”. Currently the collection is maintained by the Cepelia Foundation.



Pocztówki znad Bałtyku. O związkach rzemiosła z projektowaniem

Wprowadzenie

Celem i założeniem projektu *Roundabout Baltic* było badanie wizualności oraz szukanie wspólnego języka projektowego. Zbierając obiekty, skupiałam się na widocznych podobieństwach, kierowałam się często intuicją i przeczuciem, wierzyłam też, że analiza wizualna, wyćwiczona zarówno przez artystyczny trening, jak i przez wieloletnią kuratorską praktykę, okaże się słusznym i skutecznym narzędziem badawczym. Jako osoba urodzona i wychowana nad morzem zawierzyłam własnemu doświadczeniu, ucieleśnionej wiedzy i pamięci, która spośród wielu przedmiotów pochodzących z wybranych przeze mnie krajów pozwalała mi wskazać te naznaczone bałtyckim piętnem. Jeżeli miałam na początku wątpliwości co do słuszności przyjętej metody, rozwiąła je lektura książki Juhaniego Pallasmy, który potwierdził prawo do takiej właśnie formy badania. W *Oczach skóry* napisał on:

Pamięć ciała odgrywa kluczową rolę jako podstawa zapamiętywania przestrzeni lub miejsca. Przenosimy wszystkie miasta i miasteczka, które odwiedziliśmy, wszystkie poznane przez nas miejsca w cielesną pamięć naszego ciała. Nasze domostwo zostaje zintegrowane z naszą tożsamością; staje się częścią naszego własnego ciała i bycia (Pallasmaa 2012: 83).

W trakcie pierwszego etapu poszukiwań po prostu oglądałam setki przedmiotów, studiowałam literaturę, zwiedzałam muzea, przeglądałam źródła internetowe i własne gromadzone latami archiwa z wystaw

i festiwalu. Nie stosowałam przy tym żadnego innego niż kraj pochodzenia klucza doboru analizowanych projektantów i pracowni, ani też szczególnej kategorii przedmiotów. Obiekty wyprodukowane przemysłowo i unikaty, przedmioty duże i małe, codziennego użytku i specjalnych zastosowań, meble i drobiazgi – wszystkie one po obejrzeniu trafiały do jednego z dwóch folderów: wykluczającego, kiedy nie wywoływały u mnie żadnych skojarzeń, lub do drugiego, w którym gromadziłam przedmioty do dalszej analizy. Każdy został wrzucony do jednej z teczek oznaczonych symbolem kraju, z którego pochodził. Kiedy w folderze zebrała się wystarczająca liczba przedmiotów, nieco ponad dwieście, kraj pochodzenia przestał mieć znaczenie. Przedmioty umieszczone po kilka na stronie, wydrukowane i pocięte na niewielkie fiszki, przez kilka kolejnych tygodni były rozkładane i tasowane na stole, układane w tylko dla mnie zrozumiałe pasjanse. Powstawały w ten sposób rozmaite konstelacje przedmiotów, obiekty migrowały, należały do kilku grup na raz lub też nie pasowały do żadnej. Dzień po dniu ponad dwieście przedmiotów zredukowałam do kilkudziesięciu, a prawie trzydzieści grup, które początkowo wytypowałam, ograniczyłam do sześciu. Poszukując wspólnych elementów, szybko zdecydowałam, że skoro sednem rodzinnych podobieństw jest wspólność widoków, to kluczem do narracji wystawy powinno być także zakorzenienie w pejzażu.

Wystawa została podzielona na sześć rozdziałów opisujących za pomocą przedmiotów nie tylko aspekty wizualne i materialne poszczególnych stref, które mija wędrowiec idący w stronę morza, lecz także aktywności, które w każdej z tych stref podejmuje. Obmyślając koncepcję wystawy, skupiałam się przede wszystkim na jej stronie wizualnej, na czytelności skojarzeń, na pokrewieństwie lub wzajemnym dopełnianiu się form, świadomie nie poświęcając wiele uwagi temu, jak poszczególne przedmioty zostały wykonane. Przy zastosowanych kryteriach nie miało to wielkiego znaczenia. Choć wystawa składała się w większości z przedmiotów rzemieślniczych lub krótkoseryjnych, zdarzały się zarówno obiekty wytwarzane przemysłowo, jak i unikaty, bez określonej funkcji, bardziej

artefakty niż przedmioty użytkowe. Każdy z rozdziałów został opatrzony tytułem sugerującym kilka najważniejszych punktów odniesienia oraz rozwijającym go dwu-, trzyzdaniowym wstępem, który w katalogu został uzupełniony fabularyzowanym opisem moich przeżyć i doświadczeń z dzieciństwa, ucieleśnionych dopiero teraz, po latach, w formie wystawy. W moim założeniu jako kuratora przedmioty opisane za pomocą słów odwoływały się do cielesnej pamięci adresatów, a tym samym do ich emocji. Moje skojarzenia miały wywołać u widzów podobne wspomnienia z ich własnego życia.

Kiedy wystawa już powstała i zaczęła swoją wędrówkę po muzeach w Szwecji, Estonii, na Łotwie, Litwie, Islandii i w Polsce, stało się jasne, że choć to nie sposób wykonania przedmiotów stanowił kryterium doboru, to właśnie on, poprzez użyty materiał, prostą formę, kolor, jest jednym z tych elementów, które decydują o spójności i czytelności intencji.

O związkach rzemiosła z projektowaniem

Wędrowiec-widz zaczynał swój spacer w przybrzeżnym pasie lądu. Pofalowany teren, łąki i lasy, nieurodzajne piaski niepoddające się ludzkiej woli, drewniane osady i proste narzędzia znalazły swoje odwzorowanie w tkaninach i naczyniach przypominających rysunek zaoranej, przysypanej śniegiem lub piachem gleby, naśladujących falujące trawy lub powtarzających formę drewnianej architektury. Stołki nasuwające na myśl pasące się owce i proste zydle, jak do dojenia krów, abstrakcyjne w formie, choć w pełni użytkowe szafki sklecone z wysmaganego słołą drewna. Wszystkie te przedmioty zebrane razem zbudowały klimat przytulnej, choć skromnej domowej przystani, dziecięcych wspomnień i wyobrażeń. Być może właśnie w tej grupie najwyraźniej zarysowała się rzemieślnicza tożsamość przedmiotów. Jednocześnie relacja twórca – wytwórca – przetwórca za każdym razem okazuje się nieco inna. Przyjrzyjmy się z bliska kilku przedmiotom.

Stółek August (nazywany także stołkiem Rudi-Kari, w hołdzie stolarzom, którzy go wykonali), autorstwa fińskiego studia Com-pa-ny [1], jest majstersztykiem pracy stolarskiej. Niepozorny trójnogi mebel ma siedzisko oparte na nóżkach zrobionych ze starannie dobranych fragmentów drzewa będących rozwidleniami gałęzi. Projektanci pracowali razem ze stolarzami, Rudim Merzem i Karim Virtanenem; Rudi odpowiadał za stworzenie nóg, a Kari – siedziska. W opisie mebla uwzględniono też nazwisko trzeciego stolarza, Tommiego Alatalo, który połączył ze sobą elementy i który należy do nowej generacji stolarzy w firmie Nikari [2], założonej w 1967 r. przez Kariego Virtanena, autora licznych projektów i laureata wielu nagród. Jednak zarówno dla niego samego, jak i dla zaproszonych przez niego projektantów ważniejsza jest tożsamość stolarza-mistrza, rozumiejącego materiał i doskonalącego od lat swoją rzemieślniczą perfekcję.

Łotyszka Mara Skujeniece [3] na zamówienie Muzeum Tkaniny w Tilburgu zaprojektowała kolekcję tkanin Farm, inspirowaną wspomnieniami z dzieciństwa spędzonego na wsi. Skujeniece zapamiętała z przeszłości to, że różne materiały były w zasadzie wszechobecne i często zmieniały swoje przeznaczenie i rangę w gospodarstwie domowym, np. stary lniany obrus służył później jako płachta do noszenia świeżo skoszonej trawy z łąki do obory, a podniszczona poszewka zmieniała się w ścierkę do naczyń. Projektantka dostrzegła też sezonowość tkanin oraz podzieliła je na „ciepłe” i „zimne”. Grube wełniane samodziały, wytarte i pocieniałe ze starości, zamieniały się w letnie nakrycia, dostawały drugie i kolejne życie, aż do zupełnego zniszczenia. Mara Skujeniece, wykorzystując tradycyjne dla regionu len i wełnę, zaprojektowała serię domowych tekstyliów o różnej wielkości i gramaturze, zostawiając użytkownikowi decyzję, jak zechce ich używać. Żakardowa technika wykonania i wysoka jakość są dalekie od źródła inspiracji, lecz wszystko inne, poczynwszy od zgrzebnej i wyrafinowanej kolorystyki poszarzałego drewna, spłowiałego na słońcu piachu, słomy i nieba oraz samych wzorów opartych na szkicach drewnianych chałup narysowanych przez autorkę, wyraźnie nawiązuje do tych wspomnień.

W eleganckich wysokiej jakości tkaninach projektantka zawarła własny rodowód i tradycję materialną.

Na uwagę zasługują też pozostałe tkaniny budujące narrację tej części wystawy, poszukujące nowych wartości estetycznych przy użyciu tradycyjnych technik, projektowane, lecz często powierzane do wykonania rękodzielnikom, w warstwie wizualnej nostalgicznie ilustracyjne. Mam tu na myśli wełniane koce Mare Kelpman [4] z Estonii, Karin Carlander [5] z Danii czy Silvii Juozelskytė [6] z Litwy. Widać wyraźnie, że dla każdej z projektantek rzemiosło, umiejętność wykonania jest świadomym zwrotem ku lokalności i tradycji, strona wizualna zaś podąża za tym raczej intuicyjnie i pozwala szukać wspólnych mianowników.

Cała grupa *Lasy, łąki, pola, wioski* opisuje to, czym jest dom, odnosi się do czynności i narzędzi związanych z przebywaniem w domowym zaciszu i w jego pobliżu. Kojarzy się z codzienną, niekoniecznie rzemieślniczą pracą wytwórczą i przetwórczą raczej niż twórczą.

Opuściwszy wsie i pola, w drugim rozdziale widz przez lasy dociera do wydym lub skał w zależności od tego, w której części bałtyckiego wybrzeża zaczął swoją wędrówkę. Nie ma to znaczenia, ponieważ wizualna strona tych miejsc jest zbliżona. Pozbawiona koloru, zasiedlona przez uparte, lecz wątłe rośliny, zdolne urosnąć w szczelinie skały lub w ruchomym piasku, mało różnorodne, lecz elastyczne, wysmagane przez wiatry. Człowiek, ingerując w te tereny, podąża za mądrością roślin. Tworzy smukłe formy, podparte w wielu punktach, łączone w sposób elastyczny, najlepiej bez użycia dodatkowym materiałów, lecz przy wykorzystaniu naturalnych właściwości konstrukcji. Ta zasada obowiązuje w niemal każdym z prezentowanych przedmiotów, zarówno w projektach szwedzkiego kolektywu Lith Lith Lundin [7], który przyjął koncepcję, że wszystkie materiały i współpracowników musi znaleźć w promieniu 50 km, jak i Fina Mikko Laakkonena [8], *stricte* przemysłowego projektanta pracującego

dla międzynarodowych marek, który zaprojektował wieszaki na kształt chłopięcej zabawki, trochę niepoważne w swojej oczywistości, czy wreszcie łotewskiego Variant Studio [9] proponującego prefabrykowany system siedzisk składanych z modułowych elementów, z jakich buduje się kładki i mosty. W każdym z tych projektów elementy uzupełniają się nawzajem, właściwości konstrukcji i materiału utrzymują je w mniej lub bardziej chwiejnej równowadze. Oczywiście stoją za tym studia projektowe, które umożliwiły znalezienie nowej formy czy zastosowania, lecz na uwagę zasługuje przede wszystkim rzemieślnicze podejście do materiału i procesu, polegające na próbach i doświadczeniach prowadzących do mistrzostwa.

W trzecim rozdziale zwiedzający dociera na plażę, gdzie królują kosze i plecionki. Przesypuje się przez nie piach i przelewa woda, dlatego tak dobrze sprawdzają się one na plaży. W koszach siadamy, by schronić się przed wiatrem, w siatkach nosimy swój dobytek; gdy kładziemy je na piasku, nabierają masy, by natychmiast ją stracić, kiedy tylko je stamtąd podniesiemy. Przewiewne kosze dobrze chronią nasz prowiant, ażurowe pozwalają, by woda z mokrych ręczników i ubrań wypływała na zewnątrz, a piasek swobodnie wysypywał się przez dziurki. W sieć łapiemy też ryby. Moje obserwacje poprzedzające pracę nad wystawą, wizyty w muzeach etnograficznych i sztuk użytkowych w Polsce, Finlandii, Szwecji i Estonii skłoniły mnie do wniosku, że plecione z elastycznych witek pułapki na ryby wyglądają wszędzie niemal tak samo, a pamięć podpowiedziała, że podobne widziałam w miejscach wcale niezwiązanych z Bałtykiem, lecz z morzami Południa. Fragment tej części wystawy okazał się tak spójny, że zapewne mogłaby być ona jeszcze bardziej uniwersalna i obejmować nie tylko kraje połączone brzegiem Bałtyku, lecz także wszystkie nadmorskie, a nawet nadwodne. Wszędzie bowiem występują sieci wykonane tą samą metodą i mające jednakie przeznaczenie. Tę materialną spójność projektanci przetworzyli na rozmaite formy funkcjonalne i estetyczne, ze zdumiewającym efektem. Otóż rodzinne podobieństwo wynikające ze sposobu wytwarzania-przetwarzania tej samej techniki plecionkarskiej

sprawiło, że obiekty nie tylko nie zdradzały kraju pochodzenia, lecz także wyglądały jak spójna kolekcja przedmiotów powstałych w jednym miejscu. Niektórzy z projektantów byli tym skonfundowani, inni – raczej rozbawieni. Ławka Bendy duńskiego Studia Fem [10] i komoda Weave szwedzkiego Ringvide [11] wydawały się pochodzić z jednej pracowni, podobnie jak produkowane na włoski rynek stoliki Ukki autorstwa Fina Mikko Laakkonena [8] i lampa Pixel, także pochodzącej z Finlandii firmy Com-pa-ny [2]. Ostatni ze wspomnianych przedmiotów, choć jest produktem fińskim, należy do projektu *Secrets of Estonia* (inspirowanego m.in. estońskimi lokalnymi sekretami produkcji) i jest wykonywany przez lokalnych rzemieślników w Avinurme w Estonii.

Inne plecione obiekty w tej grupie miały odmienne cechy – obciążnięta siatką lampa Knitted niemieckiej projektantki Meike Harde [12] dosłownie „łapie i więzi” światło na kształt rybackiej sieci, a lampy Compiled stworzone przez Sebastiana Janssona [13] odnoszą się do innego aspektu bycia nad wodą, kojarzą się z ograniczoną liczbą przedmiotów do dyspozycji, kiedy to ich funkcję wyznaczają fizyczne właściwości: coś jest szkieletem lub pustką do wypełnienia, coś jest przepuszczalne, a coś innego – nie. Ta kombinatoryka, „sprytne myślenie” daje o sobie znać wszędzie tam, gdzie doświadczamy niedoboru, czyli m.in. przebywając na plaży lub w łodzi.

W części czwartej i piątej rzemieślnicza geneza przedmiotów jest też obecna, lecz mniej przykuwa uwagę. Więcej tu zapatrzeń, inspiracji, więcej wyobraźni. Kiedy wybierałam przedmioty do czwartej grupy, skupiałam się także na tym, co zwykle robią ludzie, kiedy znajdują się na plaży. Ci, którzy nie opalają się na kocach ani nie spacerują pogrążeni w rozmowach, stają się poszukiwaczami skarbów i obserwatorami gry między lądem a morzem. Nie możemy więc powiedzieć tutaj wiele o wytwórstwie, lecz o przetwarzaniu i tworzeniu – jak najbardziej. Wędrując wzdłuż linii wyznaczonej przez fale, obserwujemy niestałość form. Przedmioty pojawiają się i znikają. Mamią swoim połyskiem, łudzą nadzieją. Wrzucone do wody, zmieniają kształt

i kolor. Przyciągają wzrok, by za chwilę stracić wszelki urok, wyłowione i osuszone w ciepłej dłoni. Na plaży budujemy wieże z kamieni, kopiemy doły, tworzymy małe jeziora, poszukujemy kształtów opracowanych przez morze, których żaden rzemieślnik ani twórca nie umiałby zrobić. W przedmiotach z czwartego rozdziału znajduję ten rodzaj kreatywności, który każe składać przedmioty z niepasujących do siebie elementów, jak wazony i lustro polskiego studia Chmara.rosinke [14] czy świeczniki wielonarodowego kolektywu 1+1+1 [15].

Szczególnie ten ostatni koncept zasługuje na uwagę w rozpatrywanym tu kontekście. 1+1+1 to powołany na potrzeby projektu kolektyw projektantów, pochodzących z trzech nordyckich krajów: Hugdetta z Islandii, Aalto+Aalto z Finlandii i Petra Lilja ze Szwecji. Każdy z nich na co dzień prowadzi własną praktykę projektową. W ramach 1+1+1 powstały serie przedmiotów: lampy, świeczniki, lustra i szafki. Projektanci wspólnie tworzyli wytyczne, potem w oparciu o nie każda pracownia przygotowywała swój projekt, tak by można go było podzielić na trzy części. W efekcie powstało dziewięć elementów, z których można było tworzyć dowolne kombinacje, przedmioty-hybrydy. Członkowie kolektywu, opracowując każdy projekt ze znajomością rzemiosła i materiału, umniejszyli swoją twórczą rolę, podzielili się nią ze sobą nawzajem, a przede wszystkim – z użytkownikiem. W podobny sposób postępujemy nad morzem – budujemy nietrwałe kompozycje, które potem jako twórcy usiłujemy odtworzyć. Załamane lustra, pufy jak toczące się od stuleci po dnie morskim gązdy czy też siedzisko Litwinki Marii Puipaitte [16] oddające kształt ciała autorki – czy są one oryginalną kreacją czy tylko odtwórczym odwzorowaniem natury?

W piątej części sprawa komplikuje się jeszcze bardziej. Zebrane tam przedmioty są obrazem tego, do czego nasz wzrok nie ma dostępu. Podwodny świat zilustrowany został przede wszystkim przy pomocy szkła i porcelany, przedmiotów o płynnej formie, powtarzalnych w niepowtarzalności. W tej grupie trudno rozważać rolę twórcy jako wytwórcy, bo wydaje się on bardziej

badaczem granic materii i swojego nad nią panowania. Przemysłowe formy sprawiają wrażenie, jakby uległy odwrotnemu procesowi, jakby wytwórca, który opanował swoje rzemiosło i umiejętność kontrolowania procesu powstawania obiektu, pchany artystycznym impulsem ten proces zaburzał, w nadziei, że forma obroni się sama. Takie są odlewy Tubo Motus Alicji Patanowskiej [17], użytkowe wazony Bombay Szwedki Anki Gneib [18], pozbawione funkcji przedmioty z kolekcji Somnambulist Justyny Popławskiej [19] oraz próbujące zatrzymać kształt wody i zarazem ludzkich dłoni naczynia Marii Puipaite [16].

W ostatniej, szóstej części *Roundabout Baltic* wynurzamy się nad powierzchnię wody, zapatrzeni w odległy horyzont. To doświadczenie opisują dwie grupy obiektów: jedna – biało-błękitna, druga – wielokolorowa. Do pierwszej grupy należy przede wszystkim porcelana, podobnie jak w przypadku plecionek z łuby robiąca wrażenie jednego kompletu. W rękach zaproszonych projektantów proces barwienia kobaltem wydaje się niekończącym się polem możliwości przy pozornym ubóstwie środków. Polski projektant Marek Cecuła [20] i Monica Förster [21] ze Szwecji badają, jak błękitny kobalt rozpuszcza się w bieli porcelany. Nigdy dwa razy tak samo, czasem błękit jest górą, czasem – biel. Cecułę interesują linia i gest, Förster – rozcieńczanie i przenikanie, falowanie. Za ich wytwarzanymi przemysłowo serwisami z porcelany stoją niewidzialni ludzie, tak trafnie pokazani i opisani w projekcie badawczym dr Ewy Klekot i Arkadiusza Szwea *Ludzie z fabryki porcelany* [22]. Projektanci, doświadczeni twórcy są autorami projektów, zapewne sami wykonali prototypy, lecz projekt może funkcjonować jako produkt tylko dzięki rzemieślniczej biegłości wykonawców. Sami autorzy nie byłiby moim zdaniem w stanie tego dokonać. Podobnie powstawał dywan Estonki Annike Laigo. Nie dość, że wygląda on jak element tej samej kolekcji co porcelana, to zdradza podobną zasadę wykonania. Białe, wełniane, ręcznie igłowane dywany zostały pocięte na kawałki i zanurzone w błękitnej farbie, którą stopniowo nasiąknął – tak powstał efekt akwareli. Potem części dywanu były łączone,

tworząc złudzenie horyzontu i chmur. Wszystkie dywany z serii są do siebie podobne, lecz nie identyczne, ponieważ każdy z wykonawców robi je trochę inaczej i naznacza swoim piętnem.

W kolorowej grupie chcę zwrócić uwagę na tylko jeden projekt, który powstał wprawdzie na biurku projektantki, ale nie mógłby zaistnieć bez udziału rzemieślników. Pia Wüstenberg [23], pół Niemka i pół Finka, studiowała szkło, ceramikę i metal, potem projektowanie mebli i biznes, mieszkała w Niemczech i Anglii. Wszystkie te międzynarodowe doświadczenia skłoniły ją jednak do poszukiwania inspiracji w miejscu pochodzenia. W efekcie Wüstenberg z dala od centrów designu, w fińskiej Karelii, założyła rodzinną firmę, w której z lokalnymi twórcami projektuje i wytwarza kilkuelementowe naczynia – Stacking Vessels [24], o niewielkiej wartości użytkowej, lecz bardzo dekoracyjne. Składają się one z elementów wykonanych z różnych materiałów: kryształowego szkła, żywicznego drewna, ceramiki raku. Każdy element jest przygotowywany osobno, przez kogoś innego i w sobie tylko właściwy sposób, zgodnie z wymogami danej technologii. Czasem to obróbka materiału, czasem obserwacja, by znaleźć najwłaściwszy naturalnie pasujący element (Branch Bowls). Na końcu jednak wszystkie elementy składają się w jedną spójną całość. Projekt ten przypomina wspomniane już wcześniej stołki August (Com-pa-ny), powstałe we współpracy różnych rzemieślników, oraz koncepcyjne prace kolektywu 1+1+1, które wymagają precyzji i współdziałania wszystkich uczestników procesu po to, by osiągnąć założony efekt. Taki model współpracy między twórcą a wytwórcą, ich wzajemne oddziaływanie są zapewne charakterystyczną cechą więcej niż tylko tych trzech wspomnianych projektów. Lecz w tych trzech wypadkach procesowi temu towarzyszy świadomość projektantów, gotowych dzielić się autorstwem i upatrujących w tym wartość.

Podsumowanie

Choć jak wspomniałam na początku, badanie związków projektowania z rzemiosłem nie było celem projektu *Roundabout Baltic*, to w trakcie realizacji okazało się ono bardzo istotnym wątkiem całego przedsięwzięcia. Selekcjonowane na podstawie wizualnych wrażeń i bardzo subiektywnych odczuć obiekty były następnie badane poprzez historie opowiedziane przez twórców. Nie brał w wystawie udziału ten, kto nie poczuwał się do wizualnego zakorzenienia w bałtyckim pejzażu, lecz dla wielu projektantów ta konstatacja była zaskakującym odkryciem na własny temat. Raz uświadomiona, znajdowała upust w przytaczanych tu historiach z dzieciństwa, opowieściach o mistrzach, inspiracjach, współpracach i przyjaźniach.

W zwiedzających wystawa za każdym razem budziła spore emocje. Także i ten cel został więc osiągnięty. Prywatne przeżycia moje i projektantów wywoływały w oglądających różne wspomnienia, były przyczynkiem do dyskusji, pretekstem do doświadczenia na nowo zapomnianych wrażeń. Zapewne wystawa nie miałaby szansy na tego rodzaju rezonans w krajach śródlądowych czy też nad Morzem Śródziemnym.

Mnie praca nad projektem *Roundabout Baltic* utwierdziła w przekonaniu, że zacieranie i przekraczanie granic prowadzi do lepszego poznania i na szczęście nie jestem w tym przekonaniu odosobniona. W eseju otwierającym antologię tekstów o badaniach wizualnych w działaniu socjolog Luc Pauwels stwierdził, że „kiedy bada się wizualne przejawy kultury i natury, a także kiedy bada się je i komunikuje za pomocą środków wizualnych, absolutnie niezbędne wydaje się patrzeć ponad murami dyscyplin nauki i sztuki, celem uzyskania szerszego i lepszego obrazu” (Pauwels 2011: 13). Moim zdaniem wykonanie zadania polegającego na wizualnej analizie typologicznej jest możliwe wtedy, gdy zaangażujemy do badań, a potem do realizacji projektu obydwie dane nam aparaty poznawcze – obiektywne,

racjonalny i subiektywny, emocjonalny. Warto przy tym pamiętać, że zadanie może być uznane za rozwiązane zarówno wtedy, gdy jego odbiorcy, mając do dyspozycji wyłącznie emocjonalny, nieobarczony wiedzą sposób czytania przekazu, interpretują narrację zgodnie z intencją opowiadającego, jak i wtedy gdy korzystają ze specjalistycznych narzędzi.

Widać więc, że wyraźnie zmienia się sposób postrzegania roli twórcy-projektanta i twórcy-wykonawcy. Obydwie strony zdają się zauważać wartość we współpracy i wymianie doświadczeń oraz są gotowi dzielić się autorstwem. Twórca i wytwórca stają się partnerami, a granice między sztuką a projektowaniem, projektowaniem a rzemiosłem, twórczością a wytwórczością są płynne i takie powinny pozostać.

Bibliografia:

Pallasmaa J. (2012). *Oczy skóry. Architektura i zmysły*. Kraków: Instytut Architektury.

Pauwels L. (2011). *Zwrot wizualny w badaniach i komunikacji wiedzy*. W: Frąckowiak M., Olechnicki K. (red.). *Badania wizualne w działaniu. Antologia tekstów*. Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana.

Źródła internetowe:

[1] https://www.com-pa-ny.com/projects/rudikari_stool/rudikari_stool.html [dostęp: 28.08.2018].

[2] <http://nikari.fi/company> [dostęp: 28.08.2018].

[3] http://www.skujeniece.com/skujeniece/Fabrics_series.html [dostęp: 28.08.2018].

[4] <http://www.marekelpman.eu/collections/warm-up-home/> [dostęp: 28.08.2018].

[5] <http://www.karincarlander.dk> [dostęp: 28.08.2018].

- [6] <http://www.silvijart.com> [dostęp: 28.08.2018].
- [7] <http://www.lithlithlundin.se> [dostęp: 28.08.2018].
- [8] <http://www.mikkolaakkonen.com> [dostęp: 28.08.2018].
- [9] <https://variantstudio.com> [dostęp: 28.08.2018].
- [10] <http://studiofem.dk> [dostęp: 28.08.2018].
- [11] <http://ringvide.com> [dostęp: 28.08.2018].
- [12] <http://www.meikeharde.com/portfolio-item/knitted-lamp/> [dostęp: 28.08.2018].
- [13] <http://www.sebastianjansson.com> [dostęp: 28.08.2018].
- [14] <http://chmararosinke.com/vases-and-a-mirror> [dostęp: 28.08.2018].
- [15] <http://www.1plus1plus1.net> [dostęp: 28.08.2018].
- [16] <http://www.marijapuiपाite.com/#/puipaite/> [dostęp: 28.08.2018].
- [17] http://www.patanowska.pl/dizajn/5/tubo_motus/ [dostęp: 28.08.2018].
- [18] <https://www.ankigneib.se/#/bombay-clear-2012/> [dostęp: 28.08.2018].
- [19] <http://justynapoplawska.com/#somnambulist> [dostęp: 28.08.2018].
- [20] <https://modusdesign.com/pl/> [dostęp: 28.08.2018].
- [21] <http://www.monicaforster.se> [dostęp: 28.08.2018].
- [22] <https://www.etnologia.uw.edu.pl/instytut/badania/granty/ludzie-z-fabryki-porcelany> [dostęp: 28.08.2018].
- [23] <http://www.piadesign.eu> [dostęp: 28.08.2018].
- [24] <http://www.utopiaandutility.eu/what-we-do> [dostęp: 28.08.2018].



1. Farm. Mara Skujeniece, rok: 2011

Kolekcja tkanin użytkowych zaprojektowanych na zamówienie Tilburg Textile Museum w Holandii. Inspiracją były tradycyjne tkaniny używane w gospodarstwie domowym na Łotwie, ich różnorodność i wielofunkcyjność.

Tkaniny są wełniane lub wykonane z kombinacji lnu z bawełną, mają różną grubość i rozmiar, a użytkownik sam decyduje o ich przeznaczeniu. Wzory na tkaninach pochodzą z serii akwael malowanych przez Marę Skujeniece.

materiały: wełna, len, bawełna

wymiary: różne

fot. archiwum projektantki



2. August. Com-pa-ny, rok: 2012

Aamu i Johan obserwowali stolarzy, Rudiego Merza i Kariego Virtanena z firmy Nikari. Czerpiąc z ich doświadczenia stworzyli projekt stołka, którego siedzisko stołka oparte jest na specjalnie selekcjonowanych rozwidlonych gałązkach.

materiały: klon, jesion, wymiary: 40 x 32 x 40 cm, producent: Nikari,

www.nikari.fi, fot. Chikako Harada, Com-pa-ny



3. Glimm. Lith Lith Lundin, rok: 2015

Domowa interpretacja klasycznego stołka myśliwskiego. Jego konstrukcja jest oparta na zasadach tensegrity, wykorzystującej siłę ściskającą i rozciągającą do utrzymywania elementów mebla w równowadze. Stołek zmusza do utrzymania prawidłowej postawy.

materiały: drewno brzozone malowane na czarno olejną farbą z pigmentem z sadzy, skóra naturalna, konserwowane olejem lnianym

wymiary: 65 x 40 x 40 cm

producent: Lith Lith Lundin

fot. archiwum firmy



4. Bendy. Studio Fem, rok: 2014

Reinterpretacja tradycyjnej w Skandynawii kuchennej ławki. Zaprojektowana tak, by wyglądała atrakcyjnie z każdej strony. Wykonana całkowicie metodami rzemieślniczymi z klejonego jesionowego drewna. Oparcie i boki zostały wyplecione z szerokich pasów jesionowej sklejki. Na siedzisku dwustronna aksamitna poduszka.

materiały: kołki jesionowe o przekroju 35 mm, sklejka jesionowa 1,5 mm

wymiary: 160 x 78 x 48 cm, fot. Gísli Dúa



5. Weave. Ringvide, rok: 2013

Komoda wykonana tradycyjną metodą przeplatania elastycznej struktury na sztywnym szkielecie. Konstrukcja, przez którą przeplatane są pasy forniru, jest zarazem elementem łączącym dno i blat komody.

materiały: drewno brzoźowe, fornir brzoźowy, wymiary: 132 x 65 x 45 cm

producent: Ringvide, fot. archiwum firmy



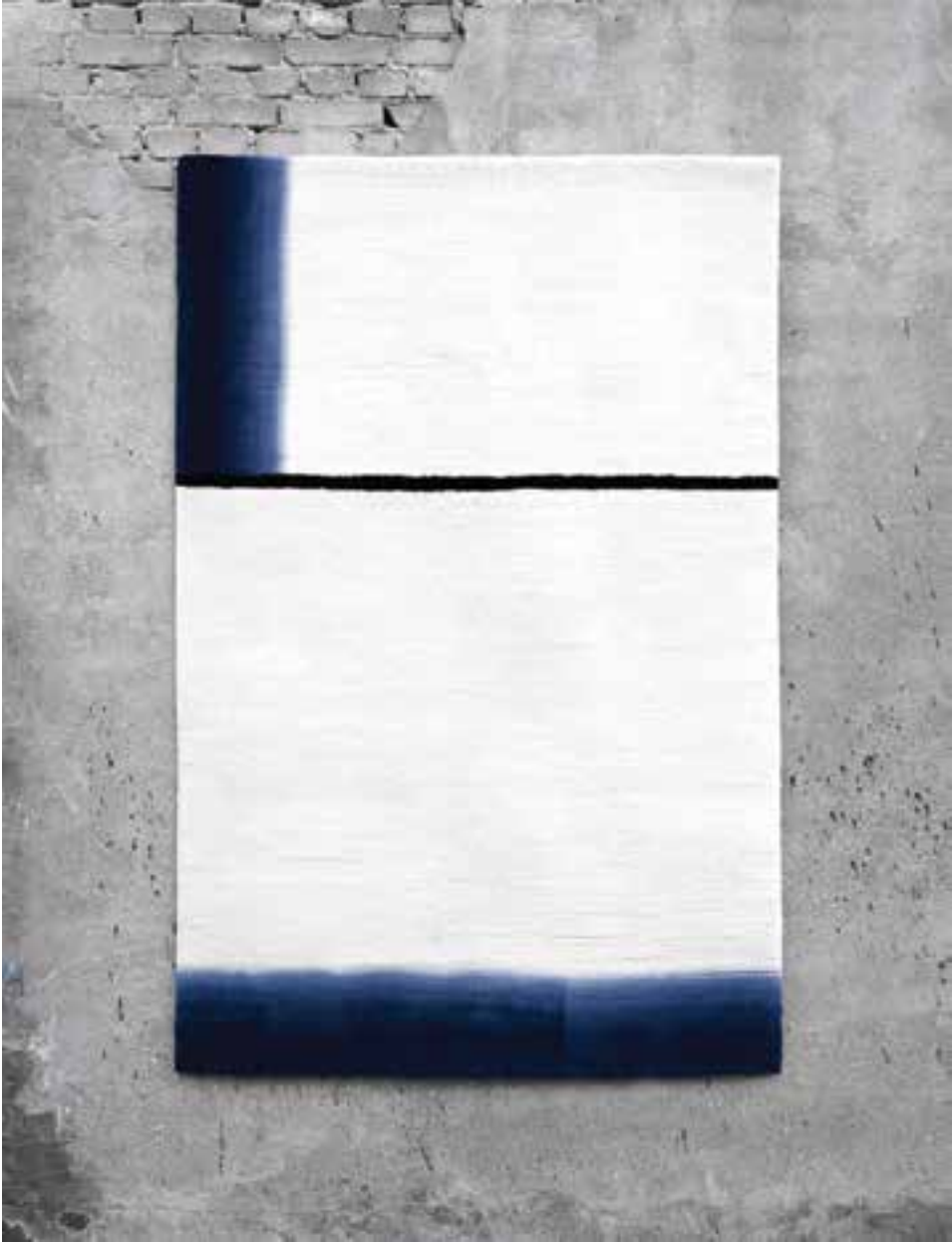
6. Tubomotus. Alicja Patanowska, rok: 2010

Wazon powstały poprzez wykorzystanie dwóch różnych technik ceramicznych: koła garncarskiego i nowoczesnego fabrycznego odlewania, w efekcie przemysłowa forma uległa erozji, proces został odwrócony, a forma zindywidualizowana. materiał: porcelana, wymiary: 50 x 11 cm, fot. Grzegorz Stadnik



7. Embracing Touch. Marija Pupaite, rok: 2014

Seria siedzisk ze sklejki. Autorka użyła własnego ciała jak szablonu, który wykorzystuje się przy tworzeniu form obrotowych. Każde z siedzisk jest idealnie dopasowane do jej ciała w jednej, określonej pozycji. To studium relacji pomiędzy projektantem, przedmiotem a jego użytkownikiem. materiał: sklejką brzoza wymiary: 94 x 49 cm fot. Lisa Klappe



8. Float, Annike Laigo, rok: 2013

Ręcznie igłowany i farbowany dywan z wełny. Geometryczne czarne linie są tkane, akwarelowy błękit наносzony ręcznie, dzięki czemu każdy dywan jest unikatowy.

materiał: wełna, wymiary: 140 x 200 cm lub 170 x 240 cm

fot. archiwum projektantki



9a. Touch of Blue. Modus Design, rok: 2013

Każde z naczyń w tej serii zostało ręcznie zanurzone w kobaltcie, tworzącym na porcelanie delikatny i niepowtarzalny dotyk błękitu. Mimo powtarzalności, każdy z obiektów jest jedyny w swoim rodzaju.

projekt: Marek Cecuła, Daga Rogers, materiały: porcelana, kobalt,
wymiary: 12,5–32 cm, producent: Polskie Fabryki Porcelany „Ćmielów”
i „Chodzież” S.A., fot. archiwum firmy



9b. Inblue. Monica Foster, rok: 2014

Seria porcelany stołowej, zaprojektowana w dwóch wersjach kolorystycznych: klasycznie białej Inwhite i Inblue, wykorzystującej błękit kobaltowy, powracający regularnie w historycznych wzorach, które cieszą się niegasnącą popularnością. Zdaniem projektantki niebieski kolor symbolizuje także dziewiczą przyrodę Szwecji.

projekt: Monica Förster, Riccardo Paccaloni, Astrid Elander, materiał: porcelana
wymiary: 19–27 x 20–100 cm, producent: Rörstrand / rorstrand.com
fot. archiwum firmy



10. Amber Stacking Vessel. Pia Wüstenberg, rok: 2015
Wazon ze kryształowego szkła, barwionego w masie, z nakładką z drewna iglastego. Obydwa elementy wykonane przez karelskich rzemieślników.
materiały: szkło, ceramika raku, drewno, wymiary: 10–19 x 20–40 cm / 20–38 x 48–60 cm / 23 x 40 cm, producent: Utopia & Utility / www.utopiaandutility.eu, fot. archiwum projektantki

Postcards from the Baltic Sea: On the relationship of craft and design

This text refers to the exhibition project „Roundabout Baltic” realised in years 2015 - 2017, whose aim was to study and attempt to determine the typology of design in the Baltic countries, i.e. situated along the Baltic Sea coastline: Denmark, Estonia, Finland, Latvia, Lithuania, Germany, Poland and Sweden. The exhibition responded to the question whether in countries culturally, economically and ethnically distant from each other, more separated than linked by the sea, there can be found and indicated some sort of Baltic design DNA. During the research, based on personal experience, I put forward the thesis that the connecting element, independent from the above said differences is a shared view on the sea - the same view seen from each of the Baltic coasts. No less important link is the similarity of the natural resources and therefore the same materials of which local craftsmen produce similar items for the same purposes. The „Roundabout Baltic” exhibition presented contemporary design of eight Baltic countries, but its characteristics in the visible manner results from local inspiration. From culture and nature.



Twórcze napięcie. Działania na styku dziedzictwa kulturowego i dizajnu

Wprowadzenie

Styk tradycji i dizajnu to od kilku lat obszar coraz ciekawszych poszukiwań artystycznych. Sam dizajn stał się narzędziem twórczego przetwarzania tradycji, a zaczerpnięta ze świata projektowania metoda *design thinking* – czyli kreatywnego tworzenia usług, produktów i rozwiązań, do których dochodzi się dzięki poznaniu potrzeb użytkowników i przy ich współudziale – umożliwia znalezienie interesujących i innowacyjnych pomysłów związanych z dziedzictwem kulturowym. Dziedzictwo to, jako element rynkowej gry, jest zarazem potencjałem i źródłem, z którego czerpią współcześni odbiorcy. Dzięki współpracy z projektantami może ono być zasobem atrakcyjnym, użytkowym i przynosić wysokiej jakości efekty. Inicjatorem i koordynatorem procesów twórczego przetwarzania dziedzictwa jest m.in. regionalne centrum dizajnu – Zamek Cieszyn. Wskutek podjęcia przez tę instytucję świadomej „gry w dziedzictwo” przy użyciu narzędzia, jakim jest projektowanie, powstają odnoszące się do tradycji, ale innowacyjne w swym charakterze produkty, projekty graficzne i społeczne oraz nowe usługi.

Tekst przybliży zjawisko fascynacji tradycją oraz „gry w dziedzictwo”, charakterystyczne m.in. dla środowisk związanych z projektowaniem. Celem artykułu jest także omówienie metody *design thinking*, sprzyjającej ochronie dziedzictwa narodowego. W tekście zawarto też przykłady twórczego przetwarzania dziedzictwa, które mogą stać się inspiracją dla instytucji i osób zaangażowanych w jego ochronę w Polsce.

Fascynacja tradycją

Tęsknota za tym, co dawne, tradycyjne, wiejskie, jest coraz częściej obecna w życiu społecznym. Fascynacja ludowością stanowi we współczesnym świecie silny trend, widoczny w wielu przejawach kultury masowej. Sięgamy chętnie po tradycyjne dobra, prawdopodobnie z powodu znużenia globalizacją i ujednoliceniem wzorów, zachowań, produktów. Potrzebujemy reakcji na zalew masowych treści, zanik autorytetów i kryzys wartości etycznych. Jako społeczeństwo nie rozumiemy już jednak znaczeń, które były treścią tradycyjnej kultury ludowej, nie odczytujemy też jej funkcji. Zgodnie z klasyczną definicją Kazimierza Dobrowolskiego do podstawowych cech tej kultury należą m.in. tradycjonalizm, ubóstwo perspektywy historycznej, tkwiące w niej silne tendencje uniformistyczne, duża rola ludzi starych, religijność z wpływami magicznymi, mocne więzi społeczne, a także łączenie w wyrobach funkcji użytkowych, estetycznych i magicznych (Dobrowolski 1961: 57–58). Z kolei Roch Sulima w książce *Czy zmierzch kultury ludowej* (Sulima 1997: 113) stwierdza, że w obecnym świecie kultura ludowa w rozumieniu Dobrowolskiego już nie istnieje. Mamy do czynienia jedynie z elementem fascynacji tradycją, kierującej nas do źródeł, które w globalnym świecie przestały być oczywiste.

Zainteresowanie kulturą ludową nie jest, rzecz jasna, nowym zjawiskiem, w Polsce pojawiło się już w XIX w., kiedy zaczęto utożsamiać chłopską kulturę z wartościami narodowymi:

Już w okresie romantyzmu w kulturze ludowej upatrywano najstarszą i najbardziej autentyczną część kultury polskiej, mogącą stać się załączkiem odrodzenia narodowego i państwowego. W dwudziestolecie międzywojennym według ideologii ruchu ludowego (agraryzm), nastawionego krytycznie wobec kultury miejskiej uznawanej za kosmopolityczną, zdegenerowaną i aspołeczną, specyficzne cechy i wartości kultury ludowej (przywiązanie do ojczystej ziemi,

międzyludzka solidarność, etos chłopskiej pracy) miały kształtować osobowość współczesnego człowieka, być podstawą narodowej tożsamości i stanowić uzasadnienie politycznych roszczeń środowisk wiejskich (Bukraba-Rylska 2002: 2).

W XX w., a szczególnie w okresie komunizmu, chłopskość stała się wartością szeroko promowaną. Ludowość oznaczała jednak wtedy towar na pokaz, w sztuczny sposób ją pielęgnowano. Odbiorcami produktów kultury ludowej byli głównie mieszkańcy miast, co przyczyniło się do jej stopniowego zaniku. Dzisiaj także największe zainteresowanie powrotem do tradycyjnej kultury wykazują ludzie zamieszkali w miastach. W tradycyjnej kulturze znajdują oni źródło inspiracji, dzięki któremu podejmują różne rodzaje kreatywnych działań. Fascynacja powrotem do źródeł jest wyraźna też w środowisku twórców i projektantów.

Dizajn i nowe technologie umożliwiają powstanie nowych produktów i usług bazujących na tradycji, wprowadzają zupełnie inne formy przekazu elementów kultury ludowej, jak chociażby internet i media społecznościowe. Taki trend przetwarzania walorów tej kultury na potrzeby współczesnego odbiorcy jest ogólnosiwiatowym nurtem, nazywanym etnodizajnem. Nad znaczeniem i definicją etnodizajnu toczy się już od kilku lat debata, prowadzona przez etnologów, socjologów, projektantów czy samych twórców/rzemieślników, włączanych w liczne projekty, które mają na celu wymianę doświadczeń, wiedzy i kompetencji między projektantami a mistrzami.

Ewa Klekot w artykule *Co to jest etnodizajn? Trzy ujęcia* zwraca uwagę na bardzo istotny aspekt tego nurtu. Stwierdza ona m.in., że przedrostek „etno” oznacza „dekontekstualizację rzeczy lub zjawiska, wypreparowanie go z pierwotnego otoczenia i osadzenie go w nowym kontekście – kontekście wartości nowoczesnych” (Klekot 2009: 2). Klekot przywołuje także koncepcję amerykańskiego antropologa Gordona Mathewsa, który

wymyślił wyrażenie „supermarket kultury”. Zdaniem badacza obecnie mamy dostęp do produktów pochodzących ze wszystkich stron świata, więc stosunek do kultury się komercjalizuje. Zdaniem Klekot pośród obecnych na rynku dóbr

czekają też produkty określane mianem etnodizajnu i decydowanie się na nie to również element tworzenia własnej tożsamości. Leży tam także wiele etnogadżetów (które niekoniecznie są etnodizajnem): wszystkie zawierają elementy wypreparowane z kontekstu pochodzenia i osadzone w nowym środowisku znaczeń. Ich potencjał tożsamościowy jest wielki – przede wszystkim dlatego, że przekazują prosty komunikat o lokalnej tożsamości w globalnym supermarkecie kultury (Klekot 2012: 41).

Agnieszka Jacobson-Cielecka, promotorka polskiego dizajnu i kuratorka licznych wystaw, także przybliży rozumienie pojęcia etnodizajnu. Przywołuje ona wyniki dyskusji przeprowadzonej przez projektantów, etnologów i socjologów podczas festiwalu „Co to jest etnodizajn?”, który odbył się w Krakowie w 2010 r.:

Czy T-shirt z nadrukiem ludowym jest etnodizajnem, czy nie jest? A może tylko nadruk jest dizajnem? Ale i to niekoniecznie. Nadruk z *Chrum.com*, który w formie ludowej wycinanki komentuje zjawiska społeczne, tworzy nowe przysłowia i odnosi się ewidentnie do współczesności, etnodizajnem jest. A nadruk z cepeliowskim kogutem, nagminnie sprzedawany na lotniskach jako pamiątka z Polski, jest raczej zdobnictwem i stylizacją (Jacobson-Cielecka 2010: 70).

Według autorki zmiana funkcji, na nowo zadane pytanie dotyczące wytworu, jego formy, ergonomii, ale również kontekst, w którym dany obiekt istnieje, są właśnie etnodizajnem. Jacobson-Cielecka, zastanawiając się nad tym, czym jest i jaką wartość ma w dzisiejszym społeczeństwie etnodizajn, zwraca też uwagę na to, że

[to] my, mieszcuchy, inteligenci i artyści, zachwycamy się wikliniarstwem, ginącym rzemiosłem, jego strażnicy i nauczyciele nie zawracają sobie nim głowy. Stosując tę samą metodę, wypłatają znakomite koszyki ze sznurka do snopowiązałek. Jest trwalszy, dostępny na okrągło i nic nie kosztuje. To nowe plecionkarstwo jest rzemiosłem, bywa też dizajnem, jeżeli popatrzeć na nie pod względem innowacyjności, funkcjonalności, a nawet ergonomii. Najsłabiej jest z formą, tą nikt sobie bez potrzeby nie zawraca głowy. To jest chyba największa bolączka nowego rzemiosła, które przestało być szczere i naturalne. Coraz częściej jest stylizacją. Ludowi twórcy dawno już przestali wytwarzać takie przedmioty, jakich ich nauczyła tradycja, jakich potrzebują i jakie im się podobają. Zamiast tego usiłują trafić w oczekiwania rynku i w efekcie tracą poczucie tożsamości i kierunku (Jacobson-Cielecka 2010: 67).

Projektanci, którzy nawiązują do ludowości, nie odtwarzają zatem jej wytworów w neutralny sposób. Dokonują wyboru najbardziej interesujących motywów i do nich się odwołują, podkreślając elementy ważne i ciekawe z punktu widzenia dzisiejszego odbiorcy. Mistrzostwo wykonania, detale, nieznane techniki czy dawno zapomniane materiały stają się inspiracją i wartością zarówno dla twórcy, jak i dla odbiorcy przyzwyczajonego do produkcji masowej pozbawionej indywidualnych cech.

Zdarza się, że niektóre etnodizajnerskie projekty ograniczają się do samego przenoszenia tradycyjnych motywów zdobniczych, jednak projektanci sięgają głębiej – proponują nowe funkcje dla produktów inspirowanych tradycją, budują regionalne marki czy projektują usługi w oparciu o lokalne zasoby. Robią to bardzo często przy współpracy z artystami działającymi w danym regionie, z lokalnymi mistrzami czy rzemieślnikami. Nierzadko bezpośrednio od nich uczą się technik wykonania i właściwości materiałów albo po prostu nawiązują ważne dla obu stron relacje. Efektem tej współpracy są projekty, które mają trafić do nabywców w miastach, ale które – co istotne – bywają też kierowane do samych twórców. Nowe produkty i usługi

dają zajęcie, wspomagają miejscową wytwórczość, wzmacniają lokalną tożsamość.

Dizajn narzędziem zmiany

Aby właściwie zrozumieć charakter zjawisk, które dzieją się na styku rzemiosła i dizajnu, trzeba najpierw zdefiniować sam termin „dizajn”. W Zamku Cieszyn jest on rozumiany i traktowany jako narzędzie umożliwiające zmianę jakości życia, przestrzeni publicznej, oferty firm czy promocji regionów; zgodnie z definicją Pete Kerchera, propagatora idei projektowania uniwersalnego, ambasadora platformy EIDD Design for All Europe: „Dizajn to inteligentne, kreatywne rozwiązanie dla zmieniających się ludzkich potrzeb” (Kercher 2018).

Takie rozumienie dizajnu postulowane jest także przez część teoretyków i historyków. „Design jest procesem, w którym ludzie od najdawniejszych czasów zamieniali surowce w użyteczne rzeczy, ponieważ design to w końcu możliwość rozwiązywania problemów” – twierdzą autorzy publikacji *Design. Historia projektowania* (Fiell, Fiell 2015: 15). Jeden z pierwszych dobrze zaprojektowanych przedmiotów stanowiło narzędzie otoczkowe – jego forma i funkcja bardzo dobrze odpowiadały na potrzeby użytkowników, było ono ergonomiczne i wykonane z lokalnych materiałów.

W Polsce takie rozumienie dizajnu również jest już ugruntowane. Ostatnie dziesięć, piętnaście lat to czas zmian w branży projektowej, która przeszła u nas interesującą drogę rozwoju. Kiedy w 2005 r. powstawał Zamek Cieszyn (pierwsze w Polsce regionalne centrum dizajnu), angielskie słowo *design* traktowano bardzo nieufnie, jako synonim luksusu, ekstrawagancji, czegoś elitarnego i drogiego. Propozycje i działania projektantów dotyczyły w przeważającej mierze produktów i projektowania graficznego, a w mniejszym stopniu – procesów i zmian w sposobie życia. Polski dizajn nie aspirował jeszcze wtedy do bycia narzędziem zmiany, chociaż właśnie

tę jego właściwość starano się propagować. Angielskie słowo doczekało się z czasem spolszczenia i wyparło stosowane przez wiele wcześniejszych lat wyrażenia „wzornictwo przemysłowe” czy „projektowanie”. Polscy projektanci zaczęli twórczo adaptować rozwiązania i metody wypracowane w zachodniej Europie i w Stanach Zjednoczonych, przenosząc na polski grunt nie tylko innowacje w zakresie produktów, myślenia o przestrzeni publicznej, nowych materiałów, lecz także m.in. metody *design thinking* i projektowania usług.

W artykule *Design to jakość oparta na wiedzy* autorstwa Ewy Gołębiowskiej, wieloletniej dyrektorki Zamku Cieszyn, można przeczytać:

Raport Komisji Europejskiej *Design as a driver of user centred innovation* (2009) podkreśla, że design jest strategicznym narzędziem w procesach innowacyjnych. Jego multidyscyplinarne podejście pomaga rozwiązywać problemy przez lepsze wykorzystanie doświadczenia użytkowników, ich potrzeb i aspiracji. Design odpowiada na wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem i równoczesnym społecznym oczekiwaniem coraz lepszej jakości życia. Projektant w coraz większym stopniu zajmuje się projektowaniem usług prywatnych i publicznych, skomplikowanych systemów i organizacji. Szczególne znaczenie praca projektanta posiada w planowaniu publicznej przestrzeni i usług, gdzie pomaga w dostrzeżeniu potrzeb osób starszych czy niepełnosprawnych (Gołębiowska 2011: 1).

W tym samym tekście Gołębiowska wymienia współczesne role projektanta: „Teraz projektant: ułatwia (facilitator), bada (researcher), współkreuje (co-creator), buduje nowe możliwości (capability builder), komunikuje (communicator), tworzy strategię (strategist)” (Gołębiowska 2011: 3).

Przy naturalnym przepływie prądów i inspiracji, a także w wyniku obserwacji szybko narastającego marnotrawstwa zasobów i materiałów,

część projektantów podjęła działania mające stanowić reakcję na konsumpcjonizm. Trendy ekologiczne, ruch *do it yourself* (ang. 'zrób to sam'), ideologia *cradle to cradle* (ang. 'od kołyski do kołyski', zgodnie z którą produkty powstają, są używane i utylizowane – bez generowania odpadów) spotkały się z szybką i bardzo przychylną reakcją polskich projektantów. Część z nich zafascynowała się ekodizajnem, nurtem określanym jako *slow*, twórczym łączeniem kultury tradycyjnej i innowacji, a naturalne materiały zainspirowały ich do poszukiwań.

Dziś jest dobry moment, żeby odkryć na nowo rzemiosło, jego tradycje są nadal mocne, a pokolenie doświadczonych mistrzów jest jeszcze w sile wieku. To wspaniali ludzie z dużym szacunkiem do pracy i zamiłowaniem do swojego fachu. Czasem mają więcej energii niż ja. Lubią wyzwania, gdy np. trzeba znaleźć nowe technologiczne rozwiązanie. (Chudyńska-Szuchnik 2015).

– mówi projektantka Ewelina Czaplicka-Raducha, która zaprojektowała obuwie wykonywane przez rzemieślników Specjalistycznej Spółdzielni Pracy Stopa.

Podobnie jak w innych krajach europejskich, widać w Polsce przekonanie o atrakcyjności powrotu do ręcznej wytwórczości, tworzenia rozwiązań trwałych, na lata, przeciwnych marnotrawstwu zasobów. Podejmowane są inicjatywy oparte na współpracy z rzemieślnikiem lub szerzej – z twórcą ludowym, czyli z osobą mającą rodzaj niedostępnej wiedzy, umiejętności, których brak młodym ludziom, inaczej patrzącej na świat dzięki życiu bardziej tradycyjnemu i zgodnemu z cyklem zmian zachodzących w przyrodzie. Projektanci cenią sobie również możliwość wykonania odważnych, niemasowych produktów oraz sam udział w procesie ich powstawania. Projektant stawia się wówczas trochę w roli ucznia, czeladnika, naśladowcy, przejmując techniczne umiejętności i inspirując się metodą wytwarzania, ale wartością nadrzędną często okazuje się samo czerpanie

z międzypokoleniowego przekazu, wymiany myśli i życiowych doświadczeń. I chociaż fascynacja kulturą tradycyjną i jej wątkami następuje z pozycji „miejskiego” odbiorcy, zarówno projektanci, jak i odbiorcy nowo kreowanej oferty nie starają się dogłębnie zrozumieć danej kultury czy systemu wartości, to spotkania i procesy ponownego odkrywania dziedzictwa mają znaczenie także dla samych twórców i rzemieślników. Mogą oni znów zobaczyć wartość swojej pracy, umieścić ją w innym kontekście, często po wielu latach powtarzania schematycznych czynności postawić sobie nowe wyzwanie technologiczne. Nie bez znaczenia jest także świadomość, że ich umiejętności i wytwory budzą zainteresowanie młodych ludzi.

Dizajn w ochronie dziedzictwa

Dizajn jest narzędziem wykorzystywanym do ochrony i rozwoju dziedzictwa kulturowego. Jacek Purchla, wieloletni dyrektor Międzynarodowego Centrum Kultury w Krakowie, określa dziedzictwo mianem gry (Purchla 2018). Dziedzictwo jest wiedzą, ale także produktem kulturowym i ekonomicznym, zbywalnym dobrem oraz zasobem politycznym. Według Ashworth dziedzictwo m.in. tym się różni od zabytku, że wykorzystuje się je współcześnie, a jego użycie jest determinowane przez użytkowników (Ashworth 1994: 16). Co istotne, stanowi też ono przedmiot debaty i kontrowersji oraz podlega ciągłej reinterpretacji.

Działania reinterpretujące dziedzictwo kulturowe i zachęcające projektantów do współpracy z twórcami i rzemieślnikami podejmuje m.in. Zamek Cieszyn. Naturalne zaplecze Beskidów, w których kultywowane są jeszcze tradycyjne umiejętności (np. obróbka owczej wełny, produkcja wyrobów z drewna czy ze skóry), oraz fakt, że część z naturalnie tu występujących surowców jest marnotrawiona, stały się impulsem do podejmowania nowych inicjatyw. Celem stało się znalezienie produktów i usług, które okazałyby się atrakcyjne dla współczesnych odbiorców.

Jako przykład niech posłuży projekt „Wool design. Carpathians”, przeprowadzony w ramach Funduszu Wyszehradzkiego dla projektantów z Polski, Czech, Węgier i Słowacji w 2014 r. Dotyczył on wykorzystania wełny pochodzącej od owiec wypasanych w Beskidach. Punktem wyjścia był fakt, że wełna ta ma gorsze właściwości od wełny australijskiej czy nowozelandzkiej i najczęściej jest po prostu wyrzucana lub palona. Podczas przeprowadzanych w górach warsztatów młodzi dizajnerzy spotkali się z mieszkańcami regionu. Ci pokazali im własne miejsca pracy, używane narzędzia, techniki obróbki surowca. Projektanci wyraźnie deklarowali, że wielką wartość miały dla nich spotkanie i nawiązana relacja z przedstawicielami innego pokolenia i sposobu życia. Ta relacja przyniosła efekty w postaci kilkunastu produktów wykonanych z beskidzkiej wełny. Duet dizajnerów Frank Babko zaproponował np. wykorzystanie lanoliny z wełny i zrobienie serii mydeł. Mydłanolina to mydło naturalne, stworzone wyłącznie z pochodzących z Karpat i Podkarpacia składników: lanoliny, tradycyjnych olejów roślinnych (rzepakowego i lnianego), owczego mleka i górskiego miodu, z dodatkiem ziół i aromatów karpackich. Z kolei studio Wzorro wykorzystało wełnę do stworzenia linii miejskich toreb i plecaków, a studio Ganszyniec (Maja Ganszyniec, Marta Morawska) zaprojektowało Woofera – wełniany obiekt pochłaniający dźwięk i wygłuszający pomieszczenia.

Inne, bardzo ciekawe efekty współpracy dizajnerów z lokalnymi twórcami przyniósł projekt pod nazwą „Opolski etnodizajn”, prowadzony przez Zamek Cieszyn z inicjatywy Stowarzyszenia Kraina św. Anny. Celem działania było stworzenie produktów czy usług wzbogacających ofertę turystyczną i umacniających markę Opolszczyzny jako regionu. Projektanci, którzy zanurzyli się w historię i tradycję regionu, zaproponowali produkty, rozwiązania graficzne i usługi, pokazujące opolską sztukę ludową w nowym ujęciu.

Joanna Guzik i Katarzyna Gierat z krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych zaprojektowały np. zabawki edukacyjne „Święci opolscy”. Figurki

św. Anny Samotrzeciej i św. Jacka mają przybliżyć wiedzę o związanych z regionem świętych, zostały wykonane z naturalnych materiałów i mogą być wytwarzane przez lokalnych rzemieślników.

Anna Łukasik zaproponowała z kolei wykonanie stempli do tkanin, aby móc powielać tradycyjne opolskie wzory. Stemple spełniają dwie funkcje – edukacyjną (dzięki nim dzieci poznają opolskie wzornictwo) i promocyjną (mogą stanowić pamiątkę z regionu).

Dizajnerzy zaprojektowali także nowe usługi, np. aplikację, która umożliwia kontakt i wizytę u rzemieślników i twórców działających w regionie, czy nowy festiwal promujący lokalne dziedzictwo.

Jak widać, oprócz produktów i projektów graficznych bardzo ciekawym elementem „gry w dziedzictwo” jest projektowanie usług, a właściwie – projektowanie doświadczeń i emocji.

Design thinking w ochronie niematerialnego dziedzictwa kulturowego

Szczególnie powiązane z emocjami wydaje się niematerialne dziedzictwo kulturowe. Ciekawym projektem dotyczącym tej sfery były warsztaty prowadzone przez Zamek Cieszyn w 2017 r. na Opolszczyźnie, we współpracy ze Stowarzyszeniem Kraina Św. Anny. Tematyka warsztatów dotyczyła malowania porcelany, czyli zwyczaju, który w latach powojennych został rozpropagowany dzięki konkursowi ogłoszonemu przez Cepelię. Wzory i techniki stosowane do zdobienia opolskich kroszonek przeniesiono wtedy na nowy materiał – porcelanę. To sztucznie zaimplementowane działanie stało się elementem lokalnego dziedzictwa, które teraz zanika. Celem opolskiego projektu „Malowane dziedzictwo bez granic” było zatem znalezienie innowacyjnych pomysłów sprzyjających rozwojowi tego ginącego zwyczaju. Chodziło też o wypracowanie modelu działania, który mógłby służyć ochronie wszelkich praktyk wpisanych na Krajową listę

niematerialnego dziedzictwa kulturowego prowadzoną przez Narodowy Instytut Dziedzictwa [1]. Narodowy Instytut Dziedzictwa uznaje za niematerialne dziedzictwo: tradycje i przekazy ustne, sztuki widowiskowe i tradycje muzyczne, praktyki społeczno-kulturowe, wiedzę i praktyki dotyczące przyrody i wszechświata, umiejętności związane z rzemiosłem tradycyjnym, jak i inne zjawiska budujące społeczności i ich tożsamość. Dostępną formą ochrony niematerialnego dziedzictwa w Polsce jest umieszczenie danego elementu na wspomnianej liście. Wpis ten jednak nie gwarantuje ani nie ułatwia rozwoju danego przejawu dziedzictwa. W zakresie malowania porcelany na Opolszczyźnie miejscowi liderzy i aktywiści zainteresowani byli raczej aktywnymi formami zachowania i rozwoju tej umiejętności. W dojściu do celu pomógł im właśnie dizajn.

Próbę przeniesienia i uproszczenia opolskich wzorów, przy użyciu innych (masowych) technik powielania, podjęła już wcześniej jedna z polskich firm. Oferuje ona pamiątki i tzw. gadżety zdobione charakterystycznymi wzorami kwiatowymi, jednak proces powstawania tych produktów pozbawiony jest jakiegokolwiek związku z regionem i z lokalnymi twórcami. Motywy opolskie nanoszone są w Chinach na masową skalę – na kubki, smycze, opakowania produktów, których inne partie są równolegle malowane we wzory łowickie czy podhalańskie. To działanie ma tylko cel rynkowy i nie odnosi się w żaden sposób do lokalnej tożsamości, symboliki ani tym bardziej do emocji. Dotarcie do nich umożliwia natomiast metoda *design thinking*. Jej największa zaleta polega na tym, że w kreatywnym procesie szukania rozwiązań biorą udział użytkownicy – w tym wypadku klienci, turyści, mieszkańcy, ale także sami twórcy.

Metoda *design thinking* składa się z czterech etapów:

1. odkrywanie – czyli analiza danego zjawiska, badanie jego kontekstu, otoczenia, uwarunkowań prawnych, konkurencji itd. Bardzo ważnym elementem jest zdefiniowanie potrzeb użytkowników czy odbiorców danego działania;

2. definiowanie – to etap, w którym określa się cele działania, jego wartość i założenia projektowe;
3. opracowywanie – szukanie różnych sposobów rozwiązania postawionego problemu i ich testowanie;
4. realizacja – praca nad konkretnym rozwiązaniem, wprowadzenie go na rynek.

Najważniejsze w tej metodzie okazują się przyjęcie indywidualnej perspektywy oraz praca z użytkownikami, którzy dzielą się wiedzą i doświadczeniem i współtworzą końcowe rozwiązania. Dodatkowo praca przebiega w interdyscyplinarnych zespołach, metodą warsztatową, a wymyślone na koniec rozwiązania są testowane i ulepszone.

Na Opolszczyźnie zbadano, zgodnie z założeniami metody *design thinking*, obecny stan zachowania, kultywowania, produkcji i sprzedaży malowanej ceramiki. Prowadzono przegląd dostępnej literatury, przeprowadzono badania i obserwacje etnograficzne, a także wywiady z osobami dekorującymi i sprzedającymi gotowe wyroby. Zorganizowano także dwudniowe warsztaty, których uczestnikami byli regionalni twórcy zajmujący się malowaniem ceramiki. O konsultacje poproszeni zostali także dodatkowo projektanci-ceramicy.

Efekty pracy były bardzo interesujące. Okazało się, że najważniejszą potrzebą w regionie jest zachowanie nie tyle zwyczaju malowania porcelany, ile samego opolskiego wzoru, którego określona kolorystyka i kształty pełnią ważną funkcję – wzmacniają poczucie tożsamości Opolan. Uznano, że większy nacisk powinien zostać położony na szukanie nowych form promocji tego wzoru – to on budzi bowiem silne emocje, wywołuje pozytywne skojarzenia i daje poczucie przynależności. Dlatego trzeba znaleźć takie usługi i produkty, które będą przekazywały wzór w interesujący

dla współczesnych odbiorców sposób. Twórcy zgodzili się na uproszczenie procesów technologicznych (w tym np. malowanie tylko jednego elementu wzoru czy użycie kalki). W malowaniu porcelany i promocji wzoru opolskiego zobaczono szansę na rozwój lokalnej przedsiębiorczości, więc opracowano także sposoby na wykorzystanie nowych kanałów promocji i edukacji (np. nauka wzoru dzięki udziałowi w webinarach). W trakcie warsztatów stworzono koncepcję usług turystycznych, które uczestnikom dawałyby szansę zdobycia zupełnie nowych doświadczeń i kompetencji. Ich elementem miałyby być np. spotkanie z twórcą malującym porcelanę, samodzielne wykonanie ceramicznych naczyń na kole garncarskim, wreszcie nauka i malowanie wzoru. Uczestnicy warsztatów zobaczyli też, jak różnorodne mogą być grupy odbiorców dziedzictwa kulturowego – zastanawiano się nad tym, w jaki sposób i z jaką ofertą dotrzeć do wycieczek szkolnych, rodzin, bogatych klientów zagranicznych czy indywidualnych osób. Pomysły i projekty zostały wypracowane zespołowo – przez opolskich twórców, promotorów, przedstawicieli branży turystycznej, przy udziale projektantów [2]. Teraz czekają one na wdrożenie.

Podsumowanie

Jak widać, styk tradycji i nowoczesnego narzędzia, jakim jest dizajn, może przynieść ciekawe rezultaty. Dziedzictwo kulturowe stało się interesującym źródłem inspiracji dla projektantów wymyślających nowe produkty i usługi oraz przeobrażających przestrzeń publiczną. Nowo zaprojektowane elementy czerpią z tego, co najlepsze w przeszłości, wzmacniają poczucie tożsamości, dają poczucie zakorzenienia, a oprócz tego oferują nowy rodzaj doświadczeń. Mogą być przy tym wykorzystywane komercyjnie: dają zajęcie, promują określony materiał, technikę wykonania, miejscowość czy region. Działania projektantów wpływają na uświadomienie sobie przez współczesnych użytkowników wagi dziedzictwa kulturowego, budzą też dumę z dorobku przeszłości. Jak wynika z doświadczeń Zamku Cieszyn, działaniom tym towarzyszy aprobatą i zrozumieniem twórców z regionu.

Oni sami szukają zresztą kreatywnych rozwiązań, nowych form tworzenia i sposobów dotarcia do dzisiejszych odbiorców. Warunkiem jest jednak niepodejmowanie działań intuicyjnie, ale metodycznie, przy współpracy ze specjalistami z dziedziny projektowania i w oparciu o odpowiednie narzędzia. Odbiór dziedzictwa kulturowego jest determinowany przez użytkowników, ale instytucje zajmujące się ochroną i zarządzaniem tymi dobrami powinny tak koordynować procesy, by nie tylko przenosić wzory, lecz także tworzyć nową jakość. Powtarzając za prof. Jackiem Purchlą: „Dziedzictwo to przede wszystkim ludzie. [...] Dziedzictwo to my, to nasza pamięć, nasz wybór i nasza tożsamość” (Purchla 2018).

Bibliografia:

- Ashworth G.J., Larkham P.J. (red) (1994). *Building a new heritage. Tourism, Culture and Identity in the New Europe*. London and New York: Routledge.
- Graham B., Ashworth G.J., Turnbridge J.E. (2000). *A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy*. London and New York: Routledge.
- Bukraba-Rylska I. (2002). *Kultura ludowa – wieś – mieszkańcy wsi*. http://www.irwirpan.waw.pl/~ibukraba/r7_k1_rylska_2002.pdf [dostęp: 10.09.2018].
- Dobrowolski K. (1961). *Studia nad teorią kultury ludowej*. „Etnografia Polska”, nr 4, s. 15–90.
- Fiell Ch., Fiell P. (2015). *Design. Historia projektowania*. Warszawa: Arkady.
- Chudyńska-Szuchnik K. (2015), *Jak studentka projektowania i rzemieślnicy z Pragi stworzyli razem kolekcję mody męskiej*. W: „Wysokie obcasy”, 19 września 2015, <http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,80530,18828065,wyscigowe-mokasyny.html> [dostęp 21.09.2018]
- Gołębiowska E. (2011). *Dizajn to jakość oparta na wiedzy*. http://www.zamekcieszyn.pl/baza_w_files/design-to-jakosc-oparta-na-wiedzy.doc/ [dostęp: 13.09.2018].
- Gołębiowska E., Trojan L. (red.) (2014). *Sztuka ludowa na Opolszczyźnie – od analiz do dizajnu. Raport z realizacji projektu*. Cieszyn: Zamek Cieszyn.
- Jacobson-Cielecka A. (2013). *Etnodizajn. Zdobienie, przetwarzanie czy nowa wartość?*. <http://www.2plus3d.pl/> [dostęp: 13.09.2018].
- Jasiński B. (2012). *Malowana porcelana opolska*. Opole: Związek Śląskich Rolników w Opolu.
- Kercher P. (2018). *Prezentacja przedstawiona w Zamku Cieszyn 18 czerwca*.
- Klekot E. (2009). *Co to jest etnodizajn? Trzy ujęcia*. <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/etnodizajn-w-supermarkecie-kultury/> [dostęp: 13.09.2018].

Klekot E. (2012). *Etnodizajn – kolejne konfiguracje sztuki ludowej*. „Etnografia Nowa”, nr 4, s. 39–47.

Mathews G. (2005). *Supermarket kultury: kultura globalna a tożsamość jednostki*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

Murzyn M., Purchla J. (red) (2007). *Cultural Heritage in the 21st Century. Opportunities and Challenges*. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.

Purchla J. (2018). *Przyszłość przeszłości* (wykład). <https://www.youtube.com/watch?v=Nc91rs8-99E> [dostęp: 13.09.2018].

Sanetra-Szeliga J., Jagodzińska K. (red.) (2017). *Potencjał dziedzictwa. Społeczno-gospodarcze przykłady z Europy Środkowej*. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.

Rowe P.G. (1987). *Design thinking*. Massachusetts: The MIT Press.

Stickdorn M. (2012). *This is service design thinking*. Amsterdam: BIS Publishers.

Sulima R. (1997). *Kultura ludowa i polskie kompleksy*. W: Dobroński A., Gołębiowski B., Zagórski S. (red.). *Czy zmierzchny kultury ludowej?*. Łomża: Oficyna Wydawnicza Stopka.

Trojan L. (2017). *Malowane dziedzictwo bez granic. Raport podsumowujący*. Cieszyn: Zamek Cieszyn.

Źródła internetowe:

[1] http://niematerialne.nid.pl/Dziedzictwo_niematerialne/ [dostęp: 13.09.2018].

[2] http://www.zamekcieszyn.pl/baza_w_files/1512050406-6malowane-dziedzictwo-bez-granic-raport.pdf [dostęp: 13.09.2018].



1. Warsztaty projektowe – przekaz umiejętności między rzemieślnikiem a projektantami, Wisła, 2016 r., fot. A. Pilch



2. Warsztaty projektowe – przekaz umiejętności między twórcą ludowym a projektantami, Wisła, 2016 r., fot. L. Trojan



3. Proces projektowy – tworzenie nowego produktu z wełny, fot. J. Lutyk



4. Mydlanolina, proj. Frank Babko, fot. R. Soliński



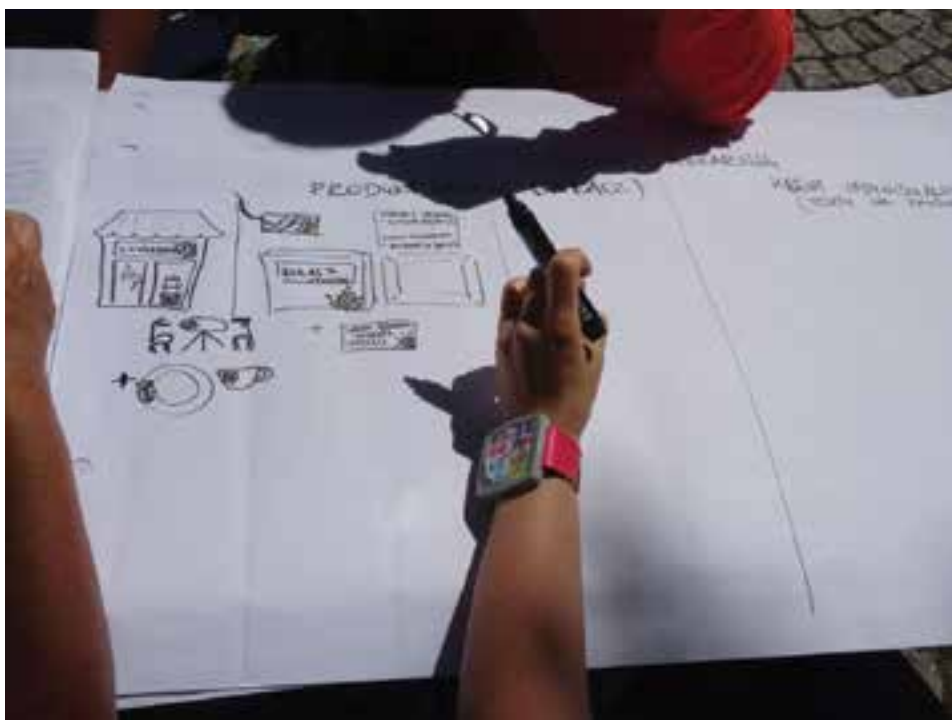
5. Święci opolscy, proj. J. Guzik i K. Gierat, fot. J. Guzik



6. Filiżanka opolska jako element przestrzeni publicznej, Gogolin, 2016 r., fot. L. Trojan



7. Warsztaty design thinking na Opolszczyźnie, Leśnica, 2017 r., fot. S. Koźba



8. Warsztaty design thinking na Opolszczyźnie, Leśnica, 2017 r., fot. S. Koźba

Creative voltage. Activities at the intersection of the cultural heritage and design

This text is devoted to the processes at the intersection of tradition and design and to the effective method of finding new ways to use traditional designs. The use of design as a tool for creative processing of tradition has become the characteristic action of the Cieszyn Castle - the regional design center. Workshop meetings with craftspeople and folk artists initiated or coordinated by the institution, have brought great results in the form of graphics, products and services relating to tradition, but very innovative in their nature as projects. One particularly interesting process started in spring 2017, when for the first time there was used the design thinking methodology to develop new forms and preservation methods for the intangible cultural heritage of the Opole Region – specifically, the tradition of painting porcelain. We did field work, led observations and did research on the porcelain painting context, and then we carried out a design thinking workshop with the involvement of local artists and activists. Our goal was to find innovative ideas for the preservation and development of the Opole design and methods of painting porcelain, as well as to develop the operational model which could be useful on a wider scale and available for use in the protection of other elements of the Polish intangible cultural heritage, including elements entered into the national list of intangible cultural heritage maintained by the National Institute of Cultural Heritage. The effect included interesting services and ideas – most importantly – developed by the very inhabitants of the region. The ideas are now in the phase of implementation.



Twórcy i muzeum. Realizacje dizajnerskie na przykładzie muzealnych projektów Państwowego Muzeum Etnograficznego w Warszawie

Twórcy i muzeum. Krótka historia

Niemal dwie dekady temu Piotr Szacki (1939–2004), wieloletni pracownik Państwowego Muzeum Etnograficznego w Warszawie, muzealnik i muzeolog, podczas seminarium „Dawne zawody” w Nidzicy 12 lipca 2002 r. wygłosił następujący pogląd:

W intencji ochrony „ginących zawodów” termin ten bywa używany i rozumiany wymiennie z ‘dawnym rzemiosłem’ czy ‘rękodziełem’. Zainteresowanie tymi zjawiskami trwa już wystarczająco długo, żeby skomplikować treści z nim związane.

Potoczne rozumienie tych terminów jest rezultatem zawiłych dziejów zarówno rzemiosła /rękodzieła wiejskiego/ – jak i zabiegów wokół jego badania, oceniania roli, troski o jego kształt i przyszłość, promowanie jego wartości.

Stąd wyodrębniają się dwie sfery znaczeniowe zajmującego nas tematu: jedna – ‘antropologiczna’ – subiektywna, funkcjonująca w opiniach, przekonaniach, stereotypach. Druga – to kategoria społeczno-gospodarcza, a więc obiektywna (Szacki 2002).

Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie działa w obu wymienionych zakresach: pierwszy to pole badawcze, a drugi to współpraca z twórcami ludowymi w celach kolekcjonerskich i edukacyjno-komercyjnych.

Jednym z najściślej wpisanych w domenę działalności muzeum styków obu tych zakresów są coroczne kiermasze świąteczne (bożonarodzeniowy i wielkanocny, ze stałym terminem – dwa tygodnie przed świętami), ostatnio określane jako targi (Boskie Targi Bożonarodzeniowe i Wielkie Targi Wielkanocne, z podziałem na strefy: „ludową” i „etnodizajnerską” [1]). Udział muzealników polega tu jedynie na umożliwieniu wystawienia i sprzedaży wyrobów ludowych. Twórcy są dobierani według klucza etnograficznego, z dbałością o zróżnicowanie regionalne i etnograficzno-jakościowe. Muzeum nie wpływa w żaden sposób na to, co tworzą ci artyści i co powinni wystawiać. Miernikiem popytu określonych wyrobów są jedynie odbiorcy, czyli warszawska wielkomiejska publiczność. Najczęściej też pojawia się ta sama lub zbliżona grupa twórców z najbliższych regionów etnograficznych: Kurpi, Łowickiego, Podlasia, Lubelszczyzny; z dalszych dominuje Sądecka. Od kilku lat przyjeżdżają też twórcy z Białorusi i Ukrainy. Wystawcy są zapraszani również na lekcje, warsztaty, spotkania – czyli realizujemy w tym zakresie „muzealny standard” [2]. Rola kiermaszów, jarmarków, targów, warsztatów jest oczywista – zadaniem organizującego je muzealnika może być jedynie pozytywna selekcja i odróżnienie twórców autentycznych twórców (ale nie jest obligatoryjna przynależność do Stowarzyszenia Twórców Ludowych) od tych, którzy oferują wyroby z Chin (co współcześnie niekiedy się zdarza, gdy wystawcami są pośrednicy), oraz sondowanie popularności poszczególnych dziedzin twórczości.

Muzeum pełni także funkcję „rejestratora” czasu, nabywając zgodnie ze swoimi założeniami kolekcjonerskimi wybrane wyroby i nobilitując w ten sposób żyjących twórców, a także dokumentując poszczególne okresy ich twórczości – i te relacje budowania znajomości od lat są także istotne w naszej pracy. Zdarza się, że niektórzy artyści sami składają swoje wyroby w darze po to, by znalazły się w zbiorach, co jest dla nich nobilitujące. O przyjmowaniu danych wzorów przez muzeum decydują wyłącznie założenia placówki (np. rejestracja różnych etapów twórczości garncarzy, rzeźbiarzy, pisankarek, wycinankarek).

Od początku powojennej historii w Państwowym Muzeum Etnograficznym były także prowadzone badania terenowe, podczas których realizowano fotograficzno-filmowe dokumentacje jako uzupełnienie, jak nazywał je Piotr Szacki, „niemych muzealnych obiektów” (Szacki 2004: 302). Pozwalają one zapoznać się z dawną twórczością i z technikami wytwórczymi, zanikającymi lub często już zanikłymi (np. filmy *Wiktor Deptuła bursztyniarz*, PME 1969, czy *Plecionkarstwo z korzenia*, PME 1980, pełen wykaz filmów: Szacki 1989). Przede wszystkim jednak stanowią one dokument swoich czasów, dzięki któremu ci wyjątkowi twórcy istnieją zapisani w rzeczach, możemy ich „spotkać” w filmach, zobaczyć na fotografiach, przeczytać ich wypowiedzi i posłuchać głosu w wywiadach. Piotr Szacki pragmatycznie zauważał:

Można w idei ochrony ginących zawodów wyróżnić dwie ważne motywacje: oczekiwanie szczególnych walorów formalnych i funkcjonalnych, jakimi mają się /w przekonaniu potocznym/ wyróżniać wytwory rzemiosła, oraz zainteresowanie rękodziełem jako dostępną formułą indywidualnego działania twórczego o szerokiej – więc oferującej możliwość wyboru – skali potrzebnych umiejętności technicznych, możliwości warsztatowych uzdolnień artystycznych – od najprostszych po złożone, czasem też wymagające sporych inwestycji (Szacki 2002).

Współcześnie, w dobie większego zainteresowania dawnymi technikami wytwórczymi i życiem w stylu *slow* [3], dzięki zaangażowaniu lokalnych społeczności w odkrywanie własnej tożsamości, animacjom lokalnych liderów, działaniom organizacji pozarządowych, np. Stowarzyszenia Serfenta z Cieszyna [4], i dzięki możliwościom pozyskiwania środków na projekty z udziałem twórców, da się zauważyć pewien rozwój rękodzieła i rzemiosła. Wskutek ratyfikowanej przez Polskę w 2011 r. [5] Konwencji UNESCO w sprawie ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego wzrosła świadomość roli kultury ludowej i jej wpływu na życie człowieka w wymiarze globalnym. Jako muzeum etnograficzne chcemy mieć ponadto

wpływ na ścieżki rozwoju ludowej twórczości, aby być nie tylko adresatem, rejestratorem i depozytariuszem, lecz także nadawcą komunikatów kierowanych do większej społeczności.

Projekty zrealizowane przez Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie

Projekty z udziałem twórców ludowych, zrealizowane w latach 2014-2016, są z jednej strony niepisaną spuścizną działań naszych poprzedników, a z drugiej – efektem naszych obecnych starań, by na nowo zinterpretować kolekcję i wzbogacić ją o nowe treści. Realizacje te znacznie wykroczyły poza nasz „muzealny standard” i typowe myślenie o muzealnej „prostej” relacji z ludowym twórcą, którego dzieła się bada, dokumentuje, wystawia, przyjmuje do zbiorów i którego zaprasza się na kiermasze i warsztaty. Poniżej krótko omawiam dwa takie projekty – „Uwolnić Projekt” oraz „Tradycyjne trendy. Nauka mody u polskich twórców ludowych”.

„Uwolnić Projekt”

Projekt ten został zrealizowany w roku Kolbergowskim 2014 (ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego oraz Urzędu m. stołecznego Warszawy) przez Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie we współpracy ze Stowarzyszeniem „Z Siedzibą w Warszawie” [6] – zespół realizujący to: dyrektor dr Adam Czyżewski, Anna Grunwald, Małgorzata Jaszczołt, Anna Kolczyńska, dr Paweł Matwiejczuk, Patryk Pawlaczyk, Aleksander (Bratek) Robotycki, Katarzyna Żukowska, Edyta Ołdak, Paweł Heppner, Monika Osinkowska i projektanci: Artur Gosk, Pani Jurek, AZE design. Celem tego przedsięwzięcia było opracowanie współczesnych wersji dawnych tradycyjnych wyrobów rzemieślniczych znajdujących się w Magazynie Gospodarki Podstawowej i Rzemiosła (i tylko te zbiory zostały włączone w proces twórczy. Celowo odrzucono kolekcję tkanin i strojów oraz folkloru,

by uniknąć kolejnych etnodizajnerskich projektów „z kogutkiem w tle”, które wtedy, także w wersjach przerysowanych, były bardzo popularne na rynku). U podstaw projektu leżały również chęć reinterpretacji zgromadzonych zbiorów oraz współpraca pomiędzy muzealnikami, dizajnerami, twórcami, analitykami rynku konsumenckiego, wykładowcami szkół projektowych i rzemieślnikami. Punktem wyjścia była refleksja nad rzemiosłem, jego wytworami, twórcami i użytkownikami oraz nad zapisanymi i niezapisanymi ideami Piotra Szackiego, który zajmował się m.in. wytworami rzemieślniczymi i technikami ich wykonania oraz umieszczał je w różnych kontekstach. Projekt miał także za zadanie przypomnieć i wdrożyć dawny model dystrybucji, polegający na bezpośrednim kontakcie klienta z wytwórcą, jak w wypadku wiejskich targów lub indywidualnych zamówień – ale w nowej odsłonie. Pracownikom muzeum zależało na tym, by zreinterpretować pojęcie przedmiotu muzealnego i przenieść je do sfery pozamuzealnej. Jak twierdzi Robotycki:

„Uwolnić Projekt” jest o tyle ciekawy, że odwraca proces powstawania przedmiotu. Zawsze do muzeum przedmioty trafiają „skądś”. Natomiast tutaj przedmioty do tego „skądś” będą trafiać z muzeum (Robotycki 2014) [7].

Przy projektowaniu nowych przedmiotów zostały przyjęte następujące założenia: 1. kształt i tworzywo miały nawiązywać do materiałów wykorzystywanych w tradycyjnym rzemiośle z uwzględnieniem postępu technologicznego; 2. opracowanie technologii produkcji miało być efektem ścisłej współpracy projektanta z rzemieślnikiem; 3. pełna dokumentacja wykonawcza zostanie udostępniona w internecie na wolnej licencji Creative Commons [8]; dystrybucja miała polegać na tym, że każdy może pobrać ze strony internetowej dokumentację wykonawczą i wykonać przedmiot u wybranego przez siebie rzemieślnika, np. z najbliższej okolicy, co przyczyni się do wzmacniania lokalnych więzi i do wdrożenia idei zrównoważonego rozwoju. Przedmiot mógł być modyfikowany w zależności

od indywidualnych potrzeb. Rzemieślnicy mają mieć możliwość powielania wzoru po to, by później wykonywać ten przedmiot samemu jako część własnego rękodzieła.

Cele projektu to: upowszechnienie nowego/starego modelu produkcji, zgodnego z ideą zrównoważonego rozwoju jako alternatywy dla produkcji masowej; przywrócenie ludowym wytworom rzemieślniczym „drugiego życia” poprzez opracowanie współczesnych wzorów kilku przedmiotów znajdujących się w zbiorach Państwowego Muzeum Etnograficznego; wzmocnienie lokalnych więzi – zainteresowane osoby mogłyby zamówić produkt u rzemieślnika z najbliższej okolicy; zaangażowanie odbiorcy w proces produkcyjny – klient określa własne preferencje kolorystyczne czy gabarytowe; stworzenie ciekawej sytuacji twórczej zarówno dla projektanta czy rzemieślnika, jak i dla odbiorcy.

W ramach projektu powstało sześć przedmiotów:

- Lampa Bunia, projekt: AZE design, we współpracy z garncarzem z Czarnej Wsi Kościelnej, Pawłem Piechowskim; była ona inspirowana naczyniem do przechowywania płynów – buńką (PME 11945) [9];
- Zzydł w dwóch wersjach, wzorowany na zydłu o wydłużonym siedzisku (PME 40736), projekt: Pani Jurek [10];
- Ul miejski z myślą o miejskich pszczelarzach, projekt: Artur Gosk, powstały w oparciu o ul ramkowy – konstrukcja Jakowickiego (PME 9663) [11];
- „Hipsterskie” Buty-łapcie, których pierwowzorem były łapcie (PME 4351), projekt: Artur Gosk [12];
- Stołek jednonożny, nawiązujący do zapamiętanego stołka, który dziadkowie autora używali do dojenia krów; inspiracja muzealna: stołek o samorodnym siedzisku na trzech nogach (PME 6102), projekt: AZE design [13];
- Stołek składany, powstały z inspiracji stołkiem o samorodnych

rozwidlonych czterech nogach (PME 5530), projekt: Artur Gosk [14];

- Roleta wzorowana na macie słomianej (PME 36763), projekt: Asia Piaścik we współpracy z rękodzielniczką z Kurpiów, Celiną Kordek [15];

- Karafka, powstała z inspiracji huculskim świecznikiem (PME 9977), projekt: Jan Kochański [16].

Przedsięwzięcie, choć dobrze przyjęte przez środowisko dizajnerskie, nie zagościło na stałe wśród odbiorców. Przedmioty te prezentowano też potem na wystawach „Uwolnić Projekt” w Państwowym Muzeum Etnograficznym w Warszawie (17.11.2018–24.11.2018), „Emanacje Kolberga” w Galerii Kordegarda (13.12.2014–28.04.2018) oraz na Warmia Mazury Design Festiwal w Ostródzie i Olsztynie (12.09.2018–10.10.2016).

„Uwolnić Projekt” pozostało dziełem conceptualnym, które w założeniach miało być zadaniem „żyjącym”. Okazało się jednak przypuszczalnie propozycją zbyt nowatorską, której nie udało się rozpropagować na tyle, by w pełni zaistniała na rynku. Dlaczego nie wcielono jej w życie? Czy nie jesteśmy jako społeczeństwo gotowi na tak innowacyjne, ale oparte na dawnych ideach, przedsięwzięcie, polegające na skróceniu drogi między użytkownikiem a wytwórcą, z muzealiami i muzeum w tle? Projekt wymaga z pewnością pogłębionej ewaluacji, w przeciwnym razie pozostanie jedynie próbą wyjścia poza szablony, niezrealizowanym konceptem.

„Tradycyjne trendy. Nauka mody u polskich twórców ludowych”

W 2016 r. zainicjowano drugi projekt, realizowany ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, we współpracy ze Stowarzyszeniem Artystów Kurpiowskich. Jego autorem była Zuzanna Krzysztofik, a pomocnikami – Małgorzata Jaszczołt i Patryk Pawlaczyk.

„Tradycyjne trendy” to projekt edukacyjny, który miał na celu międzynarodowe i międzykulturowe działania artystyczne. Zmierzał on do wygenerowania sytuacji twórczej polegającej na spotkaniu studentów szkół artystycznych z dziedzictwem kulturowym regionu Kurpiów Zielonych i Podlasia, na zagłębieniu się w jego specyfikę oraz na kontakcie z depozytariuszami tradycji i z lokalnym rzemiosłem przy współudziale pracowników muzeum, oraz muzealnych zasobów.

Do uczestnictwa w projekcie zaproszono studentów szkół artystycznych z Warszawy, Berlina i Maastricht (Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie, Wyższa Szkoła Artystyczna Weißensee w Berlinie, Akademia Sztuk Pięknych i Wzornictwa w Maastricht). Efektem tego spotkania miały być projekty modowe (strój, biżuteria, akcesoria) inspirowane kurpiowskim i podlaskim krajobrazem kulturowym. Udział w warsztatach umożliwiał uczestnikom zdobycie umiejętności rękodzielniczych i rzemieślniczych. Z kolei nabycie wiedzy bezpośrednio u mistrzów w danej dziedzinie miało trochę przypominać badania terenowe, przeprowadzane przez antropologów. Podczas wyjazdu studenci zwiedzali także muzea regionalne (Zagroda Kurpiowska w Kadzidle, Prywatne Muzeum Kurpiowskie w Wachu) i zetknęli się z lokalnym folklorem (m.in. dzięki występom zespołów Łysozianie i Baby z Baby z Janem Kanią). Ten kontakt z kulturą zarówno materialną, jak i niematerialną pozwolił bliżej zapoznać się z koncepcją „kultury tradycyjnej” i „tradycji wynalezionej”, po to by świadomie czerpać z dziedzictwa społeczności lokalnych (zob. Teczka projektu). Dodatkowym rezultatem projektu była dokumentacja fotograficzno-filmowa, rejestrująca wszystkie etapy badań i prac.

Do projektu zostali zaproszeni twórcy z Kurpiów Zielonych i Podlasia – uczestnicy Mazowieckiego Szlaku Tradycji – portalu prowadzonego przez Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego, Departament Kultury, Promocji i Turystyki, Wydział ds. Tworzenia Przestrzeni Kulturowej i Turystycznej [17]. Twórcy z Kurpiów to: Bożena Bochomska,

Wiesława Bogdańska, Zdzisław Bziukiewicz, Maria Chrostek, Stefania Dawid, Czesława Gałązka, Zofia Gadomska, Czesława Kaczyńska (prezes Stowarzyszenia Artystów Kurpiowskich), Stanisława Konopka, Tadeusz Konopka, Władysław Kuskowski, Czesława Marchewka, Władysław Murzyn, Apolonia Nowak, Zofia Samul, Stanisława Suchecka, Andrzej Staśkiewicz, Halina Pajka, Marianna Pokora, Elżbieta Prusaczyk, Stanisław Ropiak, Czesława Samsel, Marianna Staśkiewicz, Krystyna Świder. Z kolei twórcami z Podlasia są: Magdalena Papakul, Małgorzata Peplowska i Irena Skorupska [18].

Za decyzją tą stały chęć wyeksponowania tradycji regionu, który nie został jeszcze tak wyeksploatowany w projektach etnodizajnerskich jak Podhale i Łowicz, oraz przybliżenie projektantom obszaru kulturowego o wyrazistych cechach etnograficznych. Wybrani twórcy reprezentowali różne dziedziny rękodzieła: wyrób kwiatów z bibuły, plastykę obrzędową („kierce”, bukiety płaskie, pisanki, pieczywo obrzędowe zwane byskami), wycinankarstwo, krawiectwo, tkactwo, haft, szydełkowanie, plecionkarstwo, rzeźbiarstwo, obróbkę bursztynu. Twórcy kurpiowscy, niezwykle otwarci na różne formy współpracy, z ogromną energią zaangażowali się w to przedsięwzięcie. Dodatkowo zaproszono także podlaskie tkaczki po to, by studenci mogli zapoznać się z techniką, która na Kurpiach zanikła jako dziedzina twórczości rękodzielniczej.

Program wizyty został zaplanowany tak, aby każdy z uczestników zdołał się przyjrzeć wszystkim rodzajom rękodzieła i rzemiosła, a następnie w mniejszych grupach warsztatowych szkolić się pod okiem twórców oraz przygotować swoje modele i na koniec opisać refleksje towarzyszące wszystkim etapom projektu. Wszystkie powstałe przedmioty były prezentowane (między listopadem 2016 r. a majem 2018 r.) w aneksie na wystawie stałej w Państwowym Muzeum Etnograficznym w Warszawie pt. „Czas świętowania w kulturze polskiej i kulturach europejskich”.

Ciekawe okazały się refleksje uczestników, w pewnym sensie „obcych”, którzy doświadczali „nie-swojej” kultury – sytuacja, wydawałoby się, współcześnie już nie tak naznaczona dychotomią jak wcześniej. Ale mimo „skurczenia” świata, mobilności i większej wiedzy o innych kulturach wyszło na to, że ci „inni” zawsze mogą zadziwić i zainspirować nie tylko przybyszy spoza naszego kręgu, lecz także nas samych. Region kurpiowski, „o bogatej tradycji, świadomy wartości własnej kultury, znany i reklamowany” [19], nie został jeszcze w pełni odkryty nawet przez Polaków. Studenci warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych na równi z tymi z Maastricht i z Berlina chłonęli zastane na miejscu treści. Poniżej przytaczam wypowiedzi trzech uczestniczek tego projektu.

SUZAN ÇAMLIK, Wydział Tkaniny Artystycznej, Wyższa Szkoła Artystyczna Weißensee w Berlinie; współpraca: Zofia Gadomska, Czesława Gałązka:

Kurpie Bombka+. Pomysł, by stworzyć projekt Kurpie Bombka+, narodził się podczas nauki tradycyjnego szydełkowania na warsztatach prowadzonych przez kurpiowskich rzemieślników i rzemieślniczki. W okresie świątecznym mieszkańcy Kurpiów dekorują swoje domy bombkami wykonanymi na szydełku. W koronkowej konstrukcji umieszcza się balonik, który po nadmuchaniu nadaje szydełkowej bombce kulisty kształt. Następnie usztywnia się ją takimi substancjami jak skrobia ziemniaczana, woda z cukrem czy lakier do włosów – każdy mistrz czy mistrzyni ma swoją ulubioną metodę – a balonik wyjmuje. Moja praca jest współczesną interpretacją tego elementu dekoracyjnego. Pozostawienie balonika w środku bombki daje początek nowemu trendowi, który skłania do refleksji nad upływem czasu i zmianą pory roku związanej z tą tradycją – wraz z oddalaniem się od świąt powietrze uchodzi z balonika (Teczka projektu).

ANNA KUŚMIERCZUK & OLGA ZIĘBIŃSKA, Wydział Wzornictwa, Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie; współpraca: Władysław Murzyn:

Maski z korzenia sosny. W naszej pracy zainspirowaliśmy się techniką wyplatania z korzeni sosny, używaną na Kurpiach do tworzenia niezwykle trwałych i użytecznych koszyków. Pracując z panem Władysławem Murzynem, który całe życie wyplata w ten sposób kosze, nauczyliśmy się nie tylko splotu i konstrukcji, ale też spokojnego podejścia do pracy i cierpliwości charakterystycznej dla rękodzielnictwa. Wykonałyśmy dwie maski, które potraktowałyśmy jako interpretację zagadnienia tożsamości twarzy. Potraktowałyśmy maskę jako medium, w którym zawarłyśmy zarówno szacunek dla materiału i techniki, jak i inspirację kulturą Kurpiów Zielonych (Teczka projektu).

SUZAN ÇAMLIK, Wydział Tkaniny Artystycznej, Wyższa Szkoła Artystyczna Weißensee w Berlinie; współpraca: Magdalena Papakul, Małgorzata Peplowska, Irena Skorupska:

Tkactwo leśne. Kurpie słyną z rozległych lasów i krajobrazów, które ukształtowały ludność tego regionu Polski. Jedną trzecią powierzchni Kurpiów pokrywa Puszcza Zielona. Podczas pobytu w tej części Polski zbierałam występujące lokalnie materiały nadające się do wykorzystania jako naturalne barwniki tekstylne. Wśród zgromadzonych przeze mnie surowców znalazły się grzyby, zebrane w lesie gałęzie brzozy, a także łupiny cebuli i orzechów włoskich stanowiących część naszych posiłków. Do ich obróbki użyłam wody z zalewu Wykrot. Z przędzy bawełnianej, która została poddana eksperymentalnemu barwieniu, za pomocą starego krosna ze zbiorów Państwowego Muzeum Etnograficznego w Warszawie stworzyłam tkaninę. Proces tkania można było śledzić na żywo online. Efekt mojej pracy to abstrakcyjny obraz „Zielona Puszcza”, który został włączony do wystawy „Porządek rzeczy”, mieszczącej się na drugim piętrze Muzeum.

Efekt projektu okazał się niezwykle ciekawy, a muzeum stało się dobrym inspiratorem zarówno dla jednych, jak i dla drugih. Przedsięwzięcie

to udowodniło, że nawet jeśli powielamy sprawdzone wzorce, możemy uzyskać nową jakość. Ale i ten projekt okazał się jedynie eksperymentem, mimo że udanym i wartym kontynuacji oraz o precyzyjnie opracowanym modelu współpracy.

Wytworzone w wyniku obydwu projektów przedmioty czekają na decyzje kuratorskie dotyczące tego, czy mają trafić do zbiorów głównych muzeum, a jeśli tak – to do której kolekcji. W 2011 r. powstała „Etnokolekcja”, ale zawiera ona głównie stroje, biżuterię i zabawki. Od 2017 r. istnieje również nowa kolekcja „antropologii codzienności”. Bardzo „pojemny” w sensie merytorycznym jest ponadto zbiór gospodarki podstawowej i rzemiosł. Przedmioty stworzone w ramach przedsięwzięcia „Uwolnić Projekt” są obecnie częścią kolekcji przedmiotów naukowo-dydaktycznych, ale prezentowane są na wystawie stałej „Porządek rzeczy. Magazyn Piotra B. Szackiego”, otwartej od grudnia 2015 r.

Podsumowanie

Oba opisane przeze mnie projekty świadczą o tym, że płynąca z muzeum zachęta do innowacyjnych działań może wskazać nowe kierunki rozwoju dla instytucji i osób zajmujących się projektowaniem oraz dystrybucją ludowej wytwórczości w ścisłej współpracy z terenem/regionem i lokalnymi twórcami. Instytucja muzealna, taka jak Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie, dzięki swoim zasobom materialnym i kompetencji pracowników, to doskonały organizator projektów opartych na zgromadzonym dziedzictwie. Rolą takiej placówki jest współcześnie nie tylko rejestrowanie, dokumentowanie, gromadzenie, opisywanie i wystawianie, lecz także wzmożona współpraca np. z twórcami ludowymi i rzemieślnikami, pobudzanie ich do wykorzystania potencjału twórczego na nowe sposoby; generowanie kreatywnych sytuacji, inspirowanie, zbliżanie ludzi, podejmowanie nowych wyzwań.

Piotr Szacki ponad dekadę temu przedstawił swoją wizję etnograficznej „ingerencji” w zadanie pod tytułem „ochrona ginących zawodów”, które jego zdaniem przedstawia się następująco:

Przedsiębiorząc zadanie ochrony ginących zawodów wobec ich anachroniczności rozumianej jako оголошение tych fenomenów z naturalnych motywacji, historycznych kontekstów kulturowych i ekonomicznych – należy się pogodzić z koniecznością monitorowania reaktywowanej działalności. /Historia Cepelii dostarcza w tej materii przekonujących i cennych doświadczeń/. Wymaga to więc stworzenia i utrzymywania aparatu konsultacyjnego bądź też tak precyzyjnego wypracowania struktury tego przedsięwzięcia, żeby stało się systemem samokontrolującym. [...]

Ten samokontrolujący się system to przede wszystkim relacja wytwórca – klient. Zatem: oferta wytwórcy powinna formować gusta klienta, dopóki gust klienta nie będzie w stanie stawiać wymagań wytwórcy. Taki proces nie odbywa się w próżni: nie może się obyć bez wyrafinowanego marketingu i promocji. Ten okres muszą przetrwać reaktywowane, ginące zawody bez popadania w tandetę i kicz.

Czym jest tandeta – raczej wiadomo. Kicz zaś rozumiem jako rezultat działania z intencją dogodzenia sprymityzowanym stereotypom (Szacki 2002).

W pewnej mierze nie sposób zgodzić się dzisiaj z Piotrem Szackim, że gust klientów nie może stawiać wymagań twórcom. Ale by tak nie było, musiałaby nastąpić doskonała synergia między twórcami, klientami a „strażnikami poprawności”, czyli etnografami. Współcześnie doceniamy jednak różnorodność i otwieramy się na szeroko rozumianą inność. Dotyczy to też twórców ludowych, którzy są gotowi na niestandardowe działania, traktując je także jako rodzaj eksperymentu, ale intuicyjnie wykluczając tandetę i kicz.

Szacki trafnie diagnozował dzisiejsze nadzieje związane z zachowaniem rzemiosła i rękodzieła w opozycji do zalewającej świat homogenizowanej produkcji. Logiczny wydaje się w tym kontekście konserwatyzm, który pozwala ochronić unikatowe umiejętności i technologie będące wyróżnikiem lokalnych grup i który warto w sobie pielęgnować po to, by nie tracąc własnej tożsamości, spotkać się z „innymi”:

Z rzemiosłem/rękodziełem wiąże się nostalgiczne nadzieje stworzenia alternatywy wobec frustrującej potęgi globalizacji, konsumpcjonizmu, anonimowości, sztampy, ubezwłasnowolnienia, dehumanizacji.

Oczekuje się dość nieokreślonych a pozytywnych cech: świadectwa kreacyjnych działań ludzkiego indywiduum: świadectwa znajomości surowca, przeznaczenia wyrobu, świadectwa opanowania techniki, wynikających z tego walorów estetycznych, niekiedy wątków artystycznych w zdobnictwie; świadectwa tożsamości ‘autorskiej’, ‘regionalnej’. ‘Ludowości’. ‘Komunikatywności’. Czytelności logiki przyczyn i skutków (Szacki 2002).

Bibliografia:

Szacki P. (1989). *Film etnograficzny, Przegląd filmów etnograficznych. Informator*. Włocławek: Muzeum Ziemi Dobrzyńskiej i Kujawskiej.

Szacki P. (2002). *Dawne rzemiosło i jego współczesna promocja* (referat – materiały niepublikowane, Archiwum Naukowe PME).

Teczka projektu „Tradycyjne Trendy”. Archiwum Naukowe PME W 695.

Źródła internetowe:

[1] <http://www.ethnomuseum.pl/boskie-targi-2017.html> [dostęp: 22.06.2018].

[2] <http://www.muzeumdladzieci.pl/warsztaty/rodzinne-spotkania-z-tradycja.html> [dostęp: 22.06.2018].

- [3] <https://www.diki.pl/slownik-angielskiego?q=slow> [dostęp: 16.08.2018].
- [4] <http://serfenta.pl/> [dostęp: 22.06.2018].
- [5] <http://www.unesco.pl/kultura/dziedzictwo-kulturowe/dziedzictwo-niematerialne/> [dostęp: 22.06.2018].
- [6] <http://www.uwolnicprojekt.org/pl> [dostęp: 22.06.2018].
- [7] <https://vimeo.com/104386317> [dostęp: 16.08.2018].
- [8] <https://vimeo.com/104386044> [dostęp: 16.08.2018].
- [9] <http://www.uwolnicprojekt.org/pl/przedmioty/5-aze-design-lampa-bunka.html> [dostęp: 22.06.2018].
- [10] <http://www.uwolnicprojekt.org/pl/przedmioty/26-pani-jurek-zyyydel-02.html> [dostęp: 22.06.2018].
- [11] <http://www.uwolnicprojekt.org/pl/przedmioty/9-artur-gosk-ul.html> [dostęp: 22.06.2018].
- [12] <http://www.uwolnicprojekt.org/pl/przedmioty/6-artur-gosk-lapcie.html> [dostęp: 22.06.2018].
- [13] <http://www.uwolnicprojekt.org/pl/przedmioty/4-aze-design-stolek.html> [dostęp: 22.06.2018].
- [14] <http://www.uwolnicprojekt.org/pl/przedmioty/8-artur-gosk-taboret.html> [dostęp: 22.06.2018].
- [15] <http://www.uwolnicprojekt.org/pl/przedmioty/99-roleta.html> [dostęp: 22.06.2018].
- [16] <http://www.uwolnicprojekt.org/pl/przedmioty/101-jan-kochanski-karafka.html> [dostęp: 22.06.2018].
- [17] <http://www.mazowieckiszlaktradycji.com> [dostęp: 22.06.2018].
- [18] <http://www.mazowieckiszlaktradycji.com/sciezki-tematyczne/rekodzielo/> [dostęp: 22.06.2018].
- [19] https://www.muzeumwkaliszu.pl/files/konferencja_zaproszenie.pdf [dostęp: 22.06.2018].



1. Bombka + (na wystawie „Czas świętowania w kulturze polskiej i kulturach europejskich”), Suzan Çamlik, Wydział Tkaniny Artystycznej, Wyższa Szkoła Artystyczna Weißensee w Berlinie, Weißensee, współpraca: Zofia Gadomska, Czesława Gałązka, fot. E. Koprowski/Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie



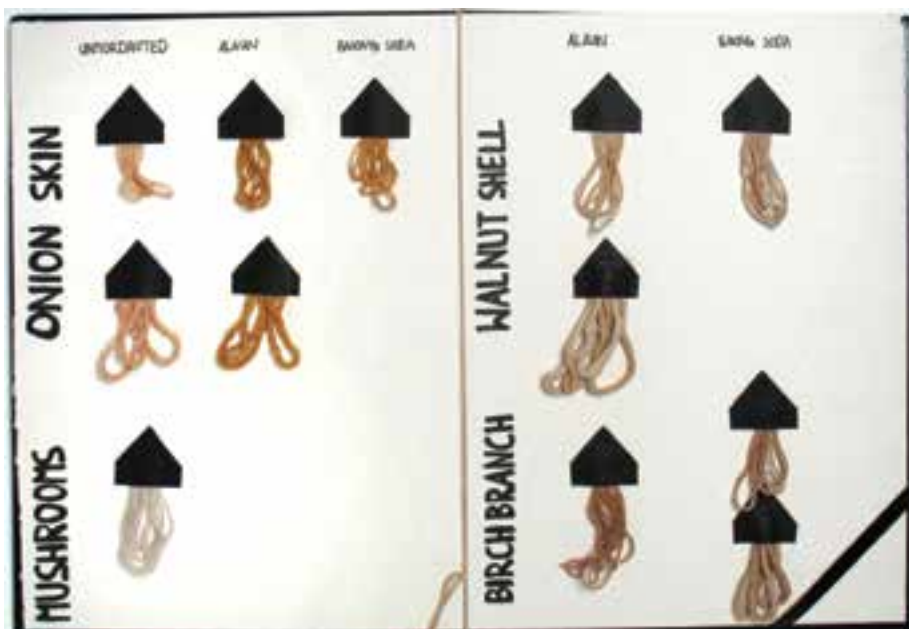
2. Maska z korzenia sosny, Anna Kuśmierczuk & Olga Ziębińska, Wydział Wzornictwa, Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie, współpraca: Władysław Murzyn, fot. E. Koprowski/ Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie



3. Maska z korzenia sosny, Anna Kuśmierczuk & Olga Ziębińska, Wydział Wzornictwa, Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie, współpraca: Władysław Murzyn; fot. E. Koprowski/ Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie



4. Tkactwo leśne, Suzan Çamlık, Wydział Tkaniny Artystycznej, Wyższa Szkoła Artystyczna Weißensee w Berlinie, współpraca: Magdalena Papakul, Małgorzata Peplowska, Irena Skorupska, fot. M. Raniszewski/ Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie



5. Tkactwo leśne, Suzan Çamlık, Wydział Tkaniny Artystycznej, Wyższa Szkoła Artystyczna Weißensee w Berlinie, współpraca: Magdalena Papakul, Małgorzata Peplowska, Irena Skorupska, fot. E. Koprowski/Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie



6. Tradycyjne trampki, Alexander Schul, Wydział Wzornictwa, Akademia Sztuk Pięknych i Wzornictwa w Maastricht, współpraca: Czesława Kaczyńska, Magdalena Papakul, Małgorzata Peplowska, Irena Skorupska, fot. E. Koprowski/ Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie



7. Koszula, Mariya Molotnikova, Wydział Wzornictwa, Akademia Sztuk Pięknych i Wzornictwa w Maastricht, współpraca: Zdzisław Bziukiewicz, Zofia Gadomska, Andrzej Staśkiewicz, Stanisława Suchecka, fot. E. Koprowski/Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie



8. Pierogi, Mariya Molotnikova, Wydział Wzornictwa, Akademia Sztuk Pięknych i Wzornictwa w Maastricht, współpraca: Zdzisław Bziukiewicz, Zofia Gadomska, Andrzej Staśkiewicz, Stanisława Suchecka, fot. E. Koprowski/Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie



9. Kierec, Alice Hoffman, Wydział Scenografii i Kostiumu, Wyższa Szkoła Artystyczna Weißensee w Berlinie, współpraca: Zdzisław Bziukiewicz, Zofia Samul, fot. E. Koprowski/ Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie

**Creators and Museum: Designer productions illustrated
with the example of museum projects of the National Museum
of Ethnography in Warsaw**

In the Oskar Kolberg year of 2014 the National Ethnographic Museum in Warsaw, in cooperation with the Association “Z Siedzibą w Warszawie” [“Based in Warsaw”] realised the project called “Uwolnić projekt” [„Release the Design”] (funded by Ministry of Culture and National Heritage), which allowed for new interpretations of museum objects by young Polish designers in cooperation with craftspeople. The project was to restore the old distribution model of direct contact between the customer and the manufacturer. Although well received by the designers, the project did not stay permanently in the environments of the recipients. The project requires further evaluation. In turn, in 2016 there was realised a project called “Tradycyjne trendy. Nauka mody u polskich twórców ludowych” [“Traditional trends. Fashion education from Polish folk artists”] (also funded from the resources of the Ministry of Culture and National Heritage) to which they invited art school students from Warsaw, Berlin and Maastricht. Young designers came in contact with the ethnographically strong region of Kurpie. Although the very idea of cooperation between academic artists with folk artists is not new, the effect was surprisingly good. The museum proved to be a good inspirer for both. These two productions show that the impulse for innovative activities emerging from the museum may indicate new, unexplored routes for institutions, including Cepelia, which are involved in the design and distribution of folklore in close cooperation with the region and local artists.



Folklor(yzm) sklepowy. Wzornictwo regionalne w produktach spożywczych i użytku codziennego

Wprowadzenie

Inspiracje wzornictwem regionalnym odnaleźć można nie tylko w przemyśle tekstylnym i meblarskim, lecz także na opakowaniach towarów spożywczych: serów, alkoholu i chipsów oraz na przedmiotach codziennego użytku: naczyniach kuchennych, przyborach szkolnych i na opakowaniach kosmetyków. Niektóre produkty to wyroby lokalne, których opakowania ozdobione są wzorami pochodzącymi również z lokalnego rękodzieła. Inne odwołują się do powszechnego wyobrażenia o tym, co tradycyjne i ludowe. Celem mojego artykułu jest prezentacja wybranych przykładów wykorzystania wzornictwa regionalnego w ofertach popularnych marketów spożywczych oraz analiza tego zjawiska w oparciu o koncepcję folkloryzmu (Burszta 1969: 69–90) i postfolkloryzmu (Burszta 1989: 158–164). Przedstawię wyniki mikrobadań terenowych, podczas których szukałam sposobów nawiązywania do wzornictwa regionalnego w asortymencie poznańskich sklepów. Od marca do czerwca 2018 r. moje zwykłe codzienne zakupy w różnych supermarketach w Poznaniu zmieniły się w etnograficzne poszukiwania.

Kubek ludowy za 14,49 zł – wzornictwo na sklepowej półce

Nawiązywanie do folkloru tradycyjnego poprzez umieszczanie elementów wzornictwa regionalnego na opakowaniach, etykietach i samych

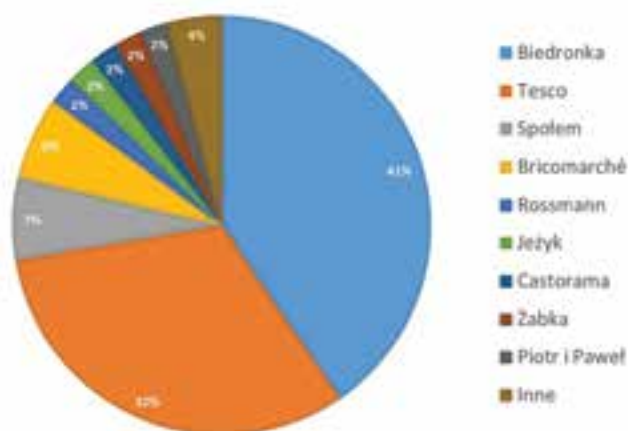
przedmiotach przeznaczonych na sprzedaż wiąże się ze zjawiskiem etnodizajnu. Ten zaś definiowany jest przez socjologa Marka Krajewskiego jako zbiór przedmiotów wykorzystujących style, wzory estetyczne, formę i materiały zaczerpnięte z tzw. kultury wiejskiej [1]. Esencją etnodizajnu, czyli tym, co pozwala nazywać dany przedmiot etnodizajnerskim, jest, według Krajewskiego, przede wszystkim forma, materiał i sposób produkcji. Etnodizajn przypomina działalność rzemieślniczą, bliżej mu do pracy w niewielkiej manufakturze niż do projektowania przemysłowego, jego konsekwencją jest kreowanie unikalnych obiektów w krótkich seriach, bardzo często wykorzystujących nieprzemysłowe materiały [2].

Socjolog podkreśla to, co stanowi o różnicy między etnodizajnem a wykorzystaniem wzornictwa regionalnego w produktach spożywczych i użytku codziennego. Ostatnie w pewnym sensie „chcą być” tymi pierwszymi. Z jednej strony jest to czerpanie inspiracji z folkloru tradycyjnego czy może z tego, co producenci takich produktów za folklor uznają. Z drugiej jednak strony, odnosząc się do słów Krajewskiego, „regionalny” asortyment zbadanych przez mnie supermarketów to w znacznej części towary produkcji masowej, których etykiety i opakowania wykorzystują wzory w sposób powierzchowny, nachalny i niekiedy kiczowaty. To raczej „etnogadżety”, czyli przedmioty, które „zawierają motywy wypreparowane z kontekstu pierwotnego pochodzenia i osadzone w nowym: na kubku, koszulce czy puszcze popularnego napoju; dyskusyjna jest natomiast ich przynależność do dizajnu” [3]. Etnogadżety są łatwo i szeroko dostępne – można je nabyć choćby w znanym sklepie internetowym folkstar.pl – a przekaz, który ze sobą niosą, jest prosty w odbiorze. Według Krajewskiego jest to przekaz aż nazbyt prosty, mający na celu jedynie stworzenie „pociągającego dobra konsumpcyjnego, które wabi i uwodzi, ale nie niesie za sobą jakiegokolwiek społecznej czy kulturowej alternatywy” [4].

Ser, garnek i lakier do paznokci – materiał empiryczny

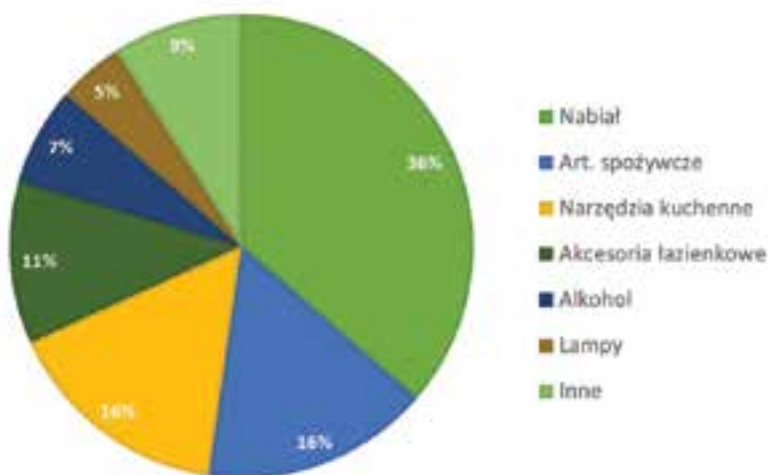
W ciągu czterech miesięcy od maja do czerwca 2018 r. przeprowadziłam obserwacje w dziewięciu sklepach i supermarketach w Poznaniu. Były to: Biedronka, Tesco, Społem, Bricomarché, Rossmann, Jeżyk, Castorama, Żabka oraz Piotr i Paweł. Nie były to badania reprezentatywne, a raczej miejscowe obserwacje na potrzeby artykułu. Każde z miejsc odwiedziłam przynajmniej dwukrotnie, kilka natomiast, z uwagi na bliskość od miejsca zamieszkania, znacznie częściej. W sumie zebrałam 45 przedmiotów i produktów.

Wykres pierwszy (rys. 1) przedstawia procentowy udział sklepów w badaniu. Podzieliłam zebrane produkty pod względem miejsca, w którym je kupiłam lub zobaczyłam. Najwięcej towarów opakowanych we wzory regionalne, bo aż 19, znalazło się w asortymencie sieci Biedronka. 15 zaobserwowałam w Tesco, po trzy w sklepie Społem oraz w markecie budowlanym Bricomarché oraz po jednym w pozostałych: Rossmannie, Jeżyku, Castoramie, Żabce oraz Piotrze i Pawle. Dodatkowo pod uwagę wzięłam również przedmioty, które posiadałam już przed badaniami, ale które postanowiłam zaliczyć do materiału empirycznego ze względu na to, że w żadnym innym sklepie ich nie znalazłam (lakier do paznokci oraz reklamówka z elementami wycinanki łowickiej).



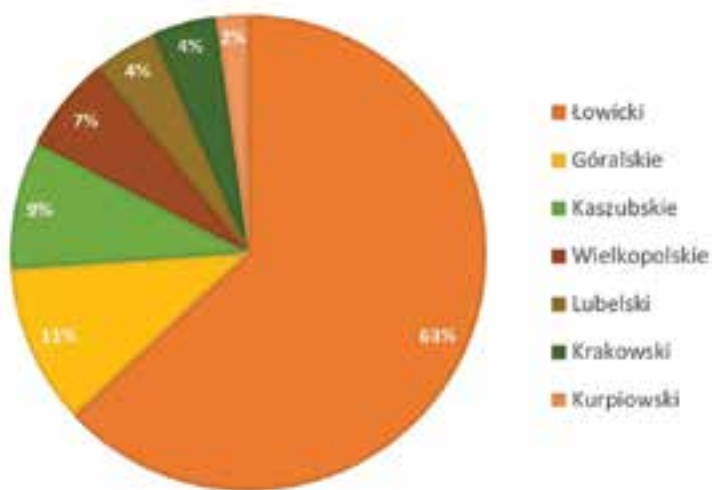
Rys. 1. Procentowy udział sklepów, opracowanie własne

Następnie podzieliłam te produkty na kilka grup, które przedstawiłam na wykresie drugim (rys. 2). Największą kategorię stanowi nabiał: 11 serów, trzy rodzaje mleka, jogurt i śmietana. W sumie produktów pochodzenia mlecznego znalazłam 19, co stanowiło 36% wszystkich dóbr. Drugą co do wielkości grupę określiłam jako artykuły spożywcze. W tej kategorii zawarłam wszystkie towary przeznaczone do spożycia, które nie są nabiałem: wędliny, pierogi, kompot, musztarda, szczaw, ketchup i makaron. Wśród narzędzi kuchennych znalazły się: garnek, czajnik, drewniany widelec, serwetki, dwa kubki emaliowane i metalowa puszka do przechowywania. Obok kuchni wzornictwo regionalne można wprowadzić do łazienki, kupując papier toaletowy, kosmetyczkę, płyny do prania czy wspomniany już lakier do paznokci. Elementy wzorów wykorzystane są również na etykietach znanych alkoholi: piwa Żywiec, Harnaś czy rzemieślniczego Bamberka. Najmniejszą kategorię stanowią lampy, które można było nabyć w Biedronce i w Bricomarché. Dodatkowo wyróżniłam kategorię zbiorczą dla wszystkich przedmiotów, które wychodzą poza pozostałe – dwa rodzaje świeczek, plastikowy karton do przechowywania oraz reklamówkę.



Rys. 2. Procentowy udział produktów, opracowanie własne

Wykres trzeci (rys. 3) obrazuje podział produktów ze względu na wykorzystany w nich wzór. 29 artykułów miało etykiety we wzór łowicki, czyli rozpoznawalne elementy wycinanki łowickiej. Wzór ten zdobił wszystko – od pierogów, przez garnki kuchenne, po świece zapachowe. Sześć towarów, w tym pięć serów i jedno piwo, odwołało się do wzorów góralskich (zdobień snycerskich), pochodzących z Sądecczyzny i Podhala. Wzór kaszubski zaobserwowałam czterokrotnie na musztardzie, ketchupie, serze i kubku. Również wzory wielkopolskie znalazły swoje miejsce wśród sklepowych alejek – snutka golińska na serze, rysunek stroju szamotulskiego na garnku oraz bamberskiego na etykiecie piwa. Po dwa artykuły spożywcze nawiązywały do wzornictwa lubelskiego (perebory i pasiak) oraz krakowskiego (strój krakowski). Najmniejszą reprezentację miały Kurpie, których wzory znalazły się na jednym kubku.



Rys. 3. Procentowy udział wzorów, opracowanie własne

Nie zdziwiło mnie to, że ponad połowę zestawienia stanowi wycinanka łowicka. Wzornictwo to należy do najczęściej stosowanych w produktach sklepów „folkowych”, np. we wrocławskim sklepie z pamiątkami oraz w sklepie internetowym Folkstar [5], który poddałam obserwacji, ponieważ już wcześniej znałam jego ofertę nawiązującą do wzornictwa regionalnego.

Współczesne wyobrażenie wzornictwa łowickiego, które zdobi dostępne w ofercie sklepu kubki, zeszyty, ołówki czy torebki, nie przypomina jednak tego, który Łowiczanki faktycznie wycinały i wycinają, haftowały i haftują na swoich strojach (Bartosiewicz 2014). Ten serwowany przez sklepy z pamiątkami, jest ograniczony do kilku wzorów i kolorów oraz przedstawiany w jednej kompozycji, tzn. wypełniający całą powierzchnię danego produktu. W podobny sposób zdobione były artykuły zaobserwowane w trakcie moich badań. Zadziwiają jednak sposoby użytkowania tego wzoru. Łowickie motywy roślinne pojawiły się nie tylko na serwetkach, świeczkach, pierogach czy wędlinach, lecz także na papierze toaletowym. Ten ostatni zasługuje na szczegółowe przedstawienie. Papier toaletowy Almusso Cepelio (il. 1) znajduje się m.in. w ofercie sklepów Tesco. Jak czytamy w opisie produktu, Cepelio to najbardziej tradycyjny polski papier higieniczny, a zaprojektowane przez producenta opakowanie ma zwrócić uwagę na walory estetyczne naszej sztuki ludowej. Już sama nazwa powinna generować określone skojarzenie, ponieważ bezpośrednio nawiązuje do działalności Cepelii – Centrali Przemysłu Ludowego i Artystycznego. Opakowanie przyozdobione jest wariacją nawiązującą do wycinanki łowickiej.

Dwa modele wykorzystania wzornictwa regionalnego

Na podstawie swoich obserwacji wyznaczyłam dwa modele badawcze, które reprezentują dwa sposoby wykorzystania wzornictwa regionalnego w produktach spożywczych i użytku codziennego. Każdy z nich odnosi się do jednej z dwóch koncepcji badawczych – pierwszy do folklorystyki w rozumieniu Józefa Burszty, a drugi do postfolklorystyki narodowej w ujęciu Wojciecha Burszty. O kwalifikacji poszczególnych przedmiotów do odpowiedniego modelu decyduje kilka czynników: (1) miejsce i (2) sposób produkcji, (3) sposób dystrybucji oraz (4) wykorzystany wzór. Część z nich – sposób produkcji i dystrybucji – to aspekty zjawiska, których nie byłam w stanie zbadać tylko przy pomocy obserwacji, stanowiącej moją główną

technikę badawczą. Opierałam się zatem przede wszystkim na wizualnej stronie artykułów oraz na informacjach, które znalazłam na ich etykietach – wykorzystanym wzorze i miejscu produkcji.

Model I

Model pierwszy opiera się na koncepcji folkloryzmu. Według Józefa Burszty folklorizm to zjawisko polegające na wyodrębnianiu elementów folkloru tradycyjnego, przetwarzaniu, manipulowaniu i osadzaniu ich w nowym kontekście (Burszta 1969: 69–90, 1987: 142–144). W niemieckiej literaturze etnograficznej z początku lat 60. XX w. termin *folklorismus* został użyty na określenie inspirowania się ludowością, czyli zespołem zjawisk przynależnych kulturze chłopskiej, w działaniach komercyjnych wyższych warstw społecznych, przede wszystkim zaś w reklamie czy turystyce (Moser 1962: 177–209).

W tej kategorii umieściłam produkty, które wykorzystują wzory związane z miejscem produkcji. Za przykład niech posłuży „Ketchup kaszëbszczi òstri” produkowany przez gdański zakład przetwórstwa owocowo-warzywnego Dagoma, a dostępny w sieci marketów Biedronka (il. 2). Produkt ten na kilka sposobów nawiązuje do regionu, w którym został wyprodukowany – zarówno poprzez język, jak i elementy haftu kaszubskiego. Innym przykładem są „Sery z Goliszewa”, produkowane w małej miejscowości Goliszew w województwie wielkopolskim, w powiecie kaliskim, w gminie Żelazków (il. 3). Na ich opakowaniach znajduje się grafika nawiązująca do wielkopolskiego haftu snutkowego, czyli do tzw. snutki.

Produkty, które zaliczyłam do pierwszego modelu wykorzystywania wzornictwa regionalnego, są widocznie zróżnicowane pod względem wzorów. Nie jest to tylko wycinanka łowicka, lecz także nadbużańskie perebory, wielkopolska snutka czy haft kaszubski. Poprzez zastosowanie wzorów pochodzących z miejsca produkcji danego produktu zostaje

zachowany pewien związek między dwoma elementami. Kaszubski haft na słoiku keczupu produkowanego na Kaszubach nie jest całkowicie oderwany od swojego pierwotnego kontekstu.

W idealnej wersji tego modelu wykorzystanie wzornictwa regionalnego podparte byłoby szeroko zakrojonymi badaniami, poszukiwaniami i rozumieniem znaczenia konkretnych wzorów. Innymi słowy, producent danego produktu dokonywałby świadomego wyboru, wiedziałby, jakiego wzoru powinien szukać i z jaką historią ów wzór się wiąże. Same motywy natomiast winien pozyskiwać we współpracy z lokalnymi twórcami, nie dopuszczając w ten sposób do kradzieży wzorów. O takiej idealnej, romantycznej wizji reprodukcji wzornictwa mówi Krajewski w kontekście etnodizajnu „kulinarnego”, który

bardzo silnie obecny jest we współczesnej polskiej kulturze kulinarnej – zwłaszcza w produkcji ekożywności, w powrocie do starych receptur i działalności niewielkich firm produkujących lokalne specjały. Tych ostatnich nie da się wytworzyć w sposób fabryczny ani przy użyciu nowoczesnych technologii – wymagają one surowców produkowanych ręcznie i tak obrabianych. Tym samym ich produkcja restytuuje praktyki, które dawniej służyły adaptacji do środowiska, a które zostały wyparte przez przemysłową produkcję żywności [6].

Czy tak jest? Trudno ustalić to na podstawie samych obserwacji, niemniej byłby to dobry punkt wyjścia do dalszych badań nad zjawiskiem.

Model II

Drugi model stosowania wzornictwa regionalnego opiera się na koncepcji postfolkloryzmu narodowego, która z jednej strony wyrasta z poprzedzającego ją folkloryzmu, z drugiej zaś – zwraca uwagę na

zachodzące pod tym względem zmiany – kolejny etap przystosowania się do wymogów współczesnego odbiorcy, polegający na znaczącym zubożeniu semantycznym elementów folkloru tradycyjnego. Według Wojciecha Burszty postfolkloryzm to maksymalnie uproszczona treść folkloru, funkcjonująca w całkowitym oderwaniu od pierwotnego kontekstu kulturowego (Burszta 1989: 158–164).

Do wspomnianego modelu należy zdecydowanie więcej produktów niż do poprzedniego. Co więcej, w przeciwieństwie do artykułów spożywczych są to przede wszystkim przedmioty codziennego użytku, jak naczynia kuchenne czy kosmetyki. Weźmy np. płyny do płukania marki Eden. Swego czasu w Biedronce można było kupić dwa rodzaje tego produktu, należące do serii „Polskie inspiracje” – „Tatrzańska harmonia” (il. 4) i „Malowniczy Bałtyk” (il. 5). Nie byłoby w nich, moim zdaniem, nic zaskakującego, gdyby nie to, że oba koncentraty ozdobione były dwukolorowymi wariacjami na temat wycinanki łowickiej. Czy na Podhalu i u wybrzeży Bałtyku brakuje regionalnych inspiracji? Czy tylko wycinanka łowicka stanowi prawdziwie polski wzór? Zebrany przeze mnie materiał badawczy zdaje się odpowiadać na to pytanie twierdząco. Wycinanka łowicka, w różnych konstelacjach, rozmiarach i kolorach, występuje na najróżniejszych artykułach: lampach (il. 6), narzędziach kuchennych (il. 7, 8), świeczkach (il. 9) czy chusteczkach. Nawet osiedlowy sklep odzieżowy ma na swoim szyldzie element łowicki.

Jak można wywnioskować z załączonych fotografii, w ramach tego modelu znajdują się przede wszystkim przedmioty codziennego użytku, które charakteryzują się tendencją do sięgania po wzory łowickie – często zmienione, uproszczone i w zupełnie innej kolorystyce. Pytanie, dlaczego akurat łowickie? Według Patryka Pawlaczyka „nie powinno zaskakiwać, że w etnoinspirowanych produktach najczęściej są wykorzystywane motywy powszechnie znane, łatwo rozpoznawane jako związane z ludowością, które mogą stanowić ikoniczne wyobrażenie kultury ludowej” (2012: 19). Aby osiągnąć komercyjny sukces, producenci muszą zatem odwoływać się

do uśrednionego, stereotypowego wyobrażenia o folklorze tradycyjnym. Sedno tego wyobrażenia stanowi właśnie wzornictwo łowickie – łatwo to zweryfikować, wystarczy wpisać hasło „folklor” w wyszukiwarkę internetową [7].

Postfolklorystyczne przedmioty różnią się od omawianych wcześniej folklorizmów tym, że z pierwotnym kontekstem wykorzystywanych wzorów nie mają wiele wspólnego. Nie istnieje już żadna więź, która legitymizowałaby użycie danego wzoru. Finalnego produktu i wzornictwa, które zdobi jego opakowanie, nie łączy nic prócz chęci zysku i sukcesu komercyjnego.

„Dobre, bo polskie” – analiza zjawiska

Jakie są przyczyny i motywacje sięgania po wzornictwo regionalne w produktach spożywczych i użytku codziennego? Skąd bierze się zainteresowanie potocznie rozumianym folklorem oraz rękodziełem i jakie są konsekwencje takich działań? Dlaczego niektóre wzory są bardziej eksploatowane od innych? Odpowiedzi na te pytania może przynieść porównanie dwóch modeli wykorzystania wzornictwa regionalnego, na kanwie których można mówić o dwóch podejściach do wzornictwa regionalnego, a tym samym do folkloru w ogóle. Podobną tendencję kilkanaście lat temu zauważyła Magdalena Sztandara w kontekście przemysłu muzycznego (Sztandara 2001: 29–46). Chociaż miała ona na myśli odniesienia do „ludowości” w muzyce, jej wnioski można zastosować również w przemyśle spożywczym. Sztandara wyznaczyła również dwa sposoby nawiązywania do folkloru – pierwszy świadomy, zaplanowany, teoretycznie związany z powrotem do korzeni i budowaniem określonego typu tożsamości indywidualnej i zbiorowej, a drugi dosyć prosty, powierzchowny, nastawiony na zysk, bez głębszej refleksji nad materiałem źródłowym. „Na pewno dla jednych grup czy jednostek [folk] jest alternatywą, wybraną świadomie drogą życia. Dla innych

natomiast jest ekonomicznym interesem, egzotyczną i popularną przygodą, kojarzącą się z biesiadą i wesołym widowiskiem” (Sztandara 2001: 45). Co więcej, jest to jedna z form funkcjonowania folkloru tradycyjnego w kulturze współczesnej, „od konserwowania reliktyw skansenowych, różne warianty ludowości, obronę ‘narodowych’ wartości, po ludyczne formy wykorzystywania elementów kultury ludowej” (Sztandara 2001: 29).

Model pierwszy, oparty na koncepcji folkloryzmu, przedstawia stosowanie wzornictwa regionalnego w produktach, które poprzez sposób i miejsce produkcji są z nim związane. W odwołaniu do tezy Sztandary folkloryzm w takiej postaci może stanowić kulturowy rezerwuuar, ofertę kontestującą zglobalizowane formy konsumpcji. „Staje się wykładnikiem potrzeby powrotu do przeszłości, przywołania w bieżącym życiu jej elementów, aby obronić się przed uniformizacją, homogenizacją niszczącą odrębność kultur i indywidualności” (Sztandara 2001: 32). Podobnie Anna Weronika Brzezińska uważa, że inspiracje kulturą lokalną są istotnym elementem codzienności, szczególnie w dobie globalizacji, ponieważ swoim znaczeniem wspierają lokalną i regionalną tożsamość kulturową (Brzezińska 2010: 272–284).

Model postfolklorystyczny opiera się wyłącznie na komercyjnym zastosowaniu wzornictwa regionalnego. To „szukanie ludowych korzeni, które pojawia się nie dzięki słowom i myślom, lecz estetycznym impulsom, które zaspokajają potrzebę bycia w atrakcyjnym i żywiołowym widowisku, z którym często folklor jest utożsamiany” (Sztandara 2001: 29). Treści, do których nawiązuje się na etykietach i opakowaniach, nie stanowią wtedy najczęściej wyrazu głębszych potrzeb i wartości metafizycznych, ale sprawdzają się podczas użytkowania komercyjnego:

Gdy tworzą się style wypowiedzi posługujące się znakami kultury ludowej, lecz w oderwaniu od jej rzeczywistego kontekstu, to otwiera się pole do twórczych działań niewiele z kulturą ludową

mających wspólnego, bądź do wytwarzania produktów, mogących liczyć na komercyjny sukces (Sztandara 2001: 30).

Według niektórych etnografów folkloryzm w takiej postaci nie przyczynia się (jak się to często sugeruje) do przedłużenia i zastąpienia folkloru tradycyjnego (Waliński 1978: 37; Smolińska 1995: 142). To samo dzieje się we współczesnych nawiązaniach do wzornictwa regionalnego. Nadużywanie może prowadzić do ich stereotypizacji i banalizacji – ograniczenia ich roli tylko do etykiety produktu mającego spełniać estetyczne wymogi współczesnego odbiorcy. Zgadzam się ze stwierdzeniem, że folkloryzm funkcjonuje na podstawie pewnych stereotypów kulturowych i kształtuje u odbiorcy nie tyle wiedzę o folklorze, ile zaledwie pewne o nim wyobrażenie (Waliński 1978: 38). Z drugiej jednak strony folkloryzm odpowiada na współczesną potrzebę treści, nawet zmodyfikowanych, ale pochodzących z нефunkcjonującego już folkloru tradycyjnego. Pozwala na zakonserwowanie wybranych elementów folkloru w postaci cytatu lub obrazu, a przy braku przekazu naturalnego, umożliwia jego zachowanie i przekazanie kolejnym pokoleniom. Pozostaje pytanie, na ile zmian można sobie pozwolić. W którym momencie reprezentacja przestaje być wiernym odwzorowaniem, a staje się karykaturą oryginału?

Celem producentów wydaje się właśnie to, żeby decyzja o zakupie danego produktu, np. ze wzorem łowickim, wiązała się z poczuciem dumy z dokonanego wyboru. Odnoszenie się do elementów wzornictwa regionalnego jako części folkloru tradycyjnego to jedna z form utowarowienia tradycji i charakterystycznego dla czasów ponowoczesnych sposobu budowania tożsamości opartego na konsumenckim wyborze (Pawlaczyk 2012: 19). Postfolkloryzm pełni w tym procesie funkcję identyfikatora i nawiązania do wspólnoty myśli, odnosi do określonego kręgu wartości (Sztandara 2001: 40). Pozwala tym samym na budowanie wyobrażonej wspólnoty konsumenckiej, która wspiera polskie rolnictwo, przetwórstwo czy w ogóle gospodarkę. Dobrze ujęła to zjawisko Żaneta Kopczyńska:

Nawiązania do ludowości przeważnie pojawiają się w reklamach produktów spożywczych. Dżemy, oleje, margaryny, nabiał są najczęściej zachwalane przez bohaterów w ludowych strojach, znajdujących się w wiejskiej scenerii, używających odpowiednich rekwizytów. Zastosowana oprawa ma zapewnić konsumenta o tym, że reklamowany produkt jest naturalny, nieprzetworzony, a więc zdrowy. Ma być również oparty na tradycyjnej recepturze (Kopczyńska 2012: 127).

W kontekście badań prowadzonych w przestrzeni sklepowej nie sposób nie nawiązać do koncepcji supermarketu kultury (Matthews 2000). Rzecz jasna autor traktuje to wyrażenie nie tylko dosłownie, jako miejsce, gdzie pewne elementy kultury podlegają utowarowieniu i komercjalizacji, lecz także jako metaforyczną przestrzeń, w której dokonywany jest wybór. Ewa Klekot, analizując zjawisko etnodizajnu w kontekście supermarketu kultury, zwróciła uwagę na trzy aspekty jego funkcjonowania, które znajdują swoje odzwierciedlenie w proponowanych przeze mnie modelach:

Z jednej strony będzie to cała gama tożsamości „korzeni” – twórcze wykorzystanie dawnych technik, ich związek ze środowiskiem życia twórcy (czyli głęboka ekologia), ich „naturalność”, „harmonijne współlistnienie z tworzywem”. Z drugiej – lokalne tożsamości późno nowoczesne, konstruowane w opozycji do homogenizujących tendencji globalnego rynku, które głównie wyrażają się przez nawiązania formalne do „ludowości” czy „pierwotności”. [...] Pamiętajmy jednak, że na półkach supermarketu kultury jest też wiele etnogadżetów, które nie zawsze są etnodizajnem [8].

Klekot wskazuje, po pierwsze, na rzemieślniczy, naturalny charakter nawiązywania do przeszłości, które przejawia się nie tylko w wykorzystaniu samego wzornictwa, lecz także w podejmowaniu dialogu z jego bagażem kulturowym i znaczeniem, jakie ma dla lokalnej społeczności i dla twórców. Po drugie, supermarket kultury oferuje produkty, które „wyrażają się przez

nawiązania formalne” do tego, co rozumiemy jako ludowość, folklor czy tradycję. Na podstawie moich obserwacji uważam, że takie produkty należą do modelu pierwszego – sklepowego folkloryzmu – a wspomniane nawiązania formalne to wykorzystane wzornictwo. Po trzecie, Klekot podobnie jak Krajewski wyróżnia etnogadżety, które w dość powierzchowny i stereotypowy sposób zwracają się ku przeszłości. Ten typ przedmiotów należy do modelu drugiego – sklepowego postfolkloryzmu. O ile jednak folkloryzm stoi w opozycji do globalnej homogenizacji rynkowej, o tyle postfolkloryzm, moim zdaniem, dokonuje wtórnej uniformizacji – przede wszystkim poprzez ciągłe eksploatowanie i nadużywanie wzornictwa łowickiego. Prawie wszystkie bowiem produkty, które noszą znamiona postfolklorystycznej tendencji, zostały udekorowane wycinanką łowicką.

Bardzo interesujące spojrzenie na postfolklorystyczne traktowanie wzornictwa ma Tomasz Siemiński. Badacz wyróżnił kilka kontekstów, w których pojawia się wzór kaszubski: gastronomiczno-spożywczy, rzemieślniczy, okolicznościowo-festynowy, edukacyjny i turystyczno-pamiątkarski. Motywy wywiedzione z haftu kaszubskiego pojawiają się na „opakowaniach jaj, napojach owocowych, torebkach z cukrem czy chociażby na etykietach od wątrobianki lub serka homogenizowanego [...] szyldach sklepów spożywczych, restauracji i barów” (Siemiński 2012: 30). Siemiński zwraca jednak uwagę na to, że tak szerokie stosowanie zdobnictwa hafciarskiego było zjawiskiem demokratycznym, spontanicznym i oddolnym, wynikającym z potrzeb ludzi – „w tym sensie jak najbardziej ludowym, chociaż ludowi narzuconym” (2012: 32). Różnica między funkcjonowaniem wzornictwa kaszubskiego na Kaszubach a wycinanki łowickiej w całej Polsce polega jednak na tym, że to pierwsze jest, według Siemińskiego, nośnikiem kaszubskiej tożsamości i środkiem do „zapisywania i przekazywania grupowego mitu kaszubskiego” (2012: 35). Mam pewne wątpliwości, czy znalezione przeze mnie produkty opakowane we wzornictwo łowickie pełnią taką właśnie funkcję. Z drugiej strony same fotografie to za mało – zdaję sobie sprawę z tego, że moje badania

nie pozwalają na całkowite poparcie tej tezy i stanowią rodzaj wstępnego rozpoznania tematyki.

Podsumowanie

Oba opisane przeze mnie modele utrwalają nie tyle wiedzę o folklorze, ile zaledwie pewne o nim wyobrażenie. Według Magdaleny Sztandary „folklorizm kształtuje jedynie wyobrażenia o folklorze, opierając się na pewnych stereotypowych po części o nim przekonaniach, w swych estetycznych zabiegach nie zważa więc zupełnie na zawarty w nich obraz świata i specyficzny rodzaj wiedzy” (2001: 32). W kontekście omawianych przeze mnie etykiet artykułów sklepowych – bez określonej wiedzy nie ma możliwości dowiedzenia się zbyt wiele o pewnych zjawiskach kulturowych z opakowania, które zaraz się wyrzuci. Za tym idzie również tendencja do nadużywania wzornictwa – radykalnego uproszczenia, zmian kolorystycznych itd., które mogą prowadzić do stereotypizacji i banalizacji folkloru:

Folk (rozumiany jako wytwory pochodne od folkloru, lecz nie tworzone przez lud dla jego własnych celów, ale przez twórców zewnętrznych i w innych celach, przede wszystkim na potrzeby kultury popularnej, komercyjnej, mediów i oczywiście ze względów ekonomicznych) „sprzedany” szerokiej masie konsumentów związany jest z komercyjnością i nieuniknioną powierzchownością (Sztandara 2001: 34–35).

Marta Flisykowska z kolei, omawiając przykłady projektów odnoszących się do lokalności, poddaje krytyce te z nich, które do źródeł inspiracji podchodzą zbyt powierzchownie. Sprzyja to jej zdaniem płytkiemu ujmowaniu ludowych odniesień, w wielu wypadkach polegającego na aplikowaniu gotowych rozwiązań w dotychczas niewystępującej konfiguracji bądź na wykorzystywaniu powszechnie znanych, wielokrotnie powtarzanych

motywów. Działania takie prowadzą do prymityzowania znaczenia kultury ludowej, a łatwe, powierzchowne traktowanie tematu ma więcej wspólnego z kalkomanią niż z inspiracją czy z interpretacją (Flisykowska 2012: 49).

Z drugiej strony folkloryzacja to zjawisko, które istniało, istnieje i będzie istnieć. Odrębne od samego folkloru tradycyjnego, dużo mówi jednak o naszym współczesnym życiu. Folkloryzm i postfolkloryzm pokazują, w jaki sposób odwołujemy się do przeszłości i wykorzystujemy jej treści w teraźniejszości. Jest to wszakże „bardzo delikatny temat, i niestety bardzo łatwo można przedstawić kulturę ludową w złym świetle lub spłaszczyć jej znaczenie, odnosząc się jedynie do jej stereotypowego wyciętego fragmentu” (Flisykowska 2012: 51). Osobiście myślę o nich w kategoriach zjawiska kulturowego mającego swoje przyczyny i konsekwencje, które są przedmiotem moich dociekań badawczych. W podobnym duchu o dziedzictwie Cepelii mówi Anna Weronika Brzezińska: „może zamiast z niesmakiem odwracać się od cepeliowskich wytworów warto sobie zadać pytanie: czy gdyby Cepelia nie powstała, mielibyśmy dzisiaj o czym dyskutować?” [9].

Poza folkloryzmem i postfolkloryzmem w jednym z marketów znalazłam również tradycyjne rękodzieło. W sklepie Tesco w Poznaniu przez kilka tygodni znajdowały się urny do głosowania na najlepszy projekt społeczny, a wśród nich projekt „Uratuj snutki wielkopolskie” (il. 10). Jak twierdzi pomysłodawca, Fundacja Patria, ma on „przywrócić piękne koronki do lokalnych domów i upowszechnić wiedzę na temat haftu snutkowego. Wszystko w przyjaznym, otwartym miejscu, w Zielonym Domu w Skrzetuszewie. Miejscu, gdzie zawsze można się spotkać, snując snutki, rozmawiając o gwarze i pyrach, pijąc herbatę” [10]. Choć projekt ten nie wygrał, uważam, że sama obecność takich produktów w przestrzeni sklepowej ma bardzo duże znaczenie, ponieważ dzięki temu kilkanaście tysięcy ludzi mogło się dowiedzieć o lokalnym rękodziele i przyczynić się do jego ochrony.

Bibliografia

- Brzezińska A.W. (2009). *Cepeliada – kicz oswojony i dlatego trudny?*. <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/cepliada-kicz-oswojony-i-dlatego-trudny> [dostęp: 18.07.2018].
- Burszta J. (1969). *Kultura ludowa – folklorizm – kultura narodowa*. „Kultura i Społeczeństwo”, nr 4, s. 69–90.
- Burszta J. (1987). *Folklorizm*. W: Staszczak Z. (red.). *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, s. 142–144.
- Burszta W. (1989). *Od folkloru lokalnego do „postfolklorizmu” narodowego*. „Konteksty – Polska Sztuka Ludowa”, t. 43 (z. 3), s. 158–164.
- Flisykowska M. (2012). *Regiodizajn? Etnodizajn? Folk design?*. W: Kulikowska K., Olbracht-Prondzyński C. (red.). *Etnoinspiracje. Inspiracje kulturą ludową we współczesnym polskim wzornictwie, modzie, architekturze, reklamie...* Gdańsk: Muzeum Narodowe w Gdańsku, s. 50–65.
- Klekot E. (2009). *Etnodizajn w supermarkecie kultury*. <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/etnodizajn-w-supermarkecie-kultury> [dostęp: 18.07.2018].
- Kopczyńska Ż. (2012). *O niektórych cytatach kultury ludowej w reklamie*. W: Kulikowska K., Olbracht-Prondzyński C. (red.). *Etnoinspiracje. Inspiracje kulturą ludową we współczesnym polskim wzornictwie, modzie, architekturze, reklamie...* Gdańsk: Muzeum Narodowe w Gdańsku, s. 126–131.
- Krajewski M. (2009). *Co to jest etnodizajn? Trzy ujęcia*. <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/co-to-jest-etnodizajn-trzy-ujecia> [dostęp: 18.07.2018].
- Matthews G. (2000). *Supermarket kultury. Kultura globalna a tożsamość jednostki*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Moser H. (1962). *Vom Folklorismus in unserer Zeit*. „Zeitschrift für Volkskunde”, Band 58, s. 177–209.
- Pawlaczy P. (2012). *Inspiracje polskim strojem ludowym we współczesnej modzie*. W: Kulikowska K., Olbracht-Prondzyński C. (red.). *Etnoinspiracje. Inspiracje kulturą ludową we współczesnym polskim wzornictwie, modzie, architekturze, reklamie...* Gdańsk: Muzeum Narodowe w Gdańsku, s. 18–29.

Siemiński T. (2012). *Konteksty funkcjonowania wzornictwa haftu kaszubskiego*. W: Kulikowska K., Olbracht-Prondzyński C. (red.). *Etnoinspiracje. Inspiracje kulturą ludową we współczesnym polskim wzornictwie, modzie, architekturze, reklamie...* Gdańsk: Muzeum Narodowe w Gdańsku, s. 30–39.

Smolińska T. (1995). *Folklorystyka i problemy folklorystyki*. W: Simonides D. (red.). *Folklorystyka. Dylematy i perspektywy*. Opole: Uniwersytet Opolski, s. 137–150.

Sztandara M. (2001). *Folk i folklorystyka. Uwagi o modzie i powracaniu do korzeni*. „Literatura Ludowa”, nr 3, s. 29–46.

Waliński M. (1978). *Teoria kultury. Folklor a kultura*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

Źródła internetowe:

[1] <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/co-to-jest-etnodizajn-trzy-ujecia> [dostęp: 18.07.2018].

[2] <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/co-to-jest-etnodizajn-trzy-ujecia> [dostęp: 18.07.2018].

[3] <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/etnodizajn-w-supermarkecie-kultury> [dostęp: 18.07.2018].

[4] <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/co-to-jest-etnodizajn-trzy-ujecia> [dostęp: 18.07.2018].

[5] <https://folkstar.pl/> [dostęp: 20.06.2018].

[6] <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/co-to-jest-etnodizajn-trzy-ujecia> [dostęp: 18.07.2018].

[7] <http://tiny.pl/g6tm1> [dostęp: 14.07.2018].

[8] <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/etnodizajn-w-supermarkecie-kultury> [dostęp: 18.07.2018].

[9] <http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/cepliada-kicz-oswojony-i-dlatego-trudny> [dostęp: 18.07.2018].

[10] <https://tesco.pl/pomagamy/project/5751/> [dostęp: 18.07.2018].



il. 1. Papier toaletowy Almusso Cepelio, fot. K. Dziubata



il. 2. Ketchup kaszubski z etykietą z elementami
haftu kaszubskiego, fot. K. Dziubata



il. 3. Ser z Goliszewa w opakowaniu z elementami
snutki wielkopolskiej, fot. A. W. Brzezińska



il. 4. Koncentrat do płukania tkanin Eden „Tatrzańska Harmonia” z etykietą z elementami wycinanki łoświckiej, fot. K. Dziubata



il. 5. Koncentrat do płukania tkanin Eden „Malowniczy Bałtyk” z etykietą z elementami wycinanki łoświckiej, fot. K. Dziubata



il. 6. Abażur lampy we wzory łowickie, fot. K. Dziubata



il. 7. Garnek zdobiony elementami wzornictwa łowickiego, fot. K. Dziubata



il. 8. Puszka do przechowywania
inspirowana wycinanką
łowicką, fot. K. Dziubata



il. 9. Świecek z etykietą inspirowaną wycinanką łowicką, fot. K. Dziubata



il. 10. Urny do głosowania na projekty społeczne, wśród których znalazł się projekt „Uratuj snutki wielkopolskie!”, fot. Karolina Dziubata

Karolina Dziubata
Institute of Ethnology and Cultural Anthropology,
The Adam Mickiewicz University in Poznań

**Store Folklore(ismus): Regional design in food
and everyday use products**

Regional design inspirations can be found not only in the textile and furniture industry. Ethno-design fashion permeated also to foods, for example cheeses, alcohol and crisps as well as everyday objects such as: kitchenware, school accessories, cosmetics and hygiene articles. Some are locally manufactured products, the packaging of which have been decorated with local handicraft ornaments. Others refer to the convergent, general idea of what tradition and folk is. The aim of the text is to present selected examples of the use of regional design in products available in popular food stores and the analysis of this phenomenon based on the concept of Józef Burszta's folklorismus and Wojciech Burszta's post-folklorismus.



#folktattoo – zastosowanie oryginalnych i przetworzonych wzorów regionalnych w tatuażu i jego rola w procesie budowania tożsamości jednostkowej

Wprowadzenie

Refleksja nad fenomenem elementów wzornictwa, które znalazły się w popkulturowym obiegu i które są związane z nurtem etnodizajnu, a jednocześnie są wykorzystywane masowo i komercyjnie, jest niezwykle interesująca (Brzezińska 2013: 17). Wzornictwo regionalne i inspirowane nim motywy pojawiały się przez wiele lat w modzie, sztuce użytkowej, architekturze czy malarstwie w najróżniejszych formach. Estetyka zorientowana na ludowość stanowiła bardzo poważny i wyraźny element polskiej kultury zarówno w międzywojniu, jak i w ciągu kilku dziesięcioleci XX w. (Korduba 2013: 13). Te doświadczenia z przeszłości ukształtowały współczesne myślenie o ludowości. Starsze pokolenia i dzisiejsi dwudziestolatkowie jednoznacznie reagują na hasło „Cepelia” oraz na określenia „na ludowo” czy „w ludowym stylu”. Są to „powszechniej rozumiane skojarzenia niż w jakimkolwiek innym europejskim kraju” (Korduba 2013: 19). Zarówno w latach międzywojennych, jak i teraz idea żywotności sztuki ludowej jest uznawana za element wyróżniający Polskę na tle innych obszarów Europy (Korduba 2013: 50).

Wiek XXI doprowadził do przetworzenia wzorów ludowych w formę popkulturową za pomocą etnodizajnu oraz jego popularności w internecie. Często jednak wzornictwo regionalne jest sprowadzane do najbardziej

rozpoznawalnych wzorów i motywów. Ciekawy element polskiego folkloru stanowi róża przejęta z haftu łowickiego, która funkcjonuje samodzielnie, poza kontekstem stroju ludowego, a dodatkowo traktuje się ją jako rodzaj umasowionego rodzimego motywu, znanego Polakom oraz odwiedzającym nasz kraj turystom. Róża ta funkcjonuje w oderwaniu od regionu i tradycji, zwykle jest utożsamiana ogólnie z Polską (Brzezińska 2013: 17).

W ostatnich latach można zauważyć także wzrastającą modę na tatuaże w stylu folkowym, które łatwo znaleźć na fotograficznym serwisie społecznościowym Instagram pod hashtagem [1] #folktattoo. Różne osoby, zarówno tatuażyści, jak i ich klienci, posiłkują się wzorami regionalnymi po to, by stworzyć rozmaite formy tatuaży. Jest to kolejny etap wprowadzania folkloru do życia codziennego i do współczesnej kultury. Tatuaż, często wykorzystywany do kreowania świadomości oraz tożsamości jednostkowej, jest dobrym sposobem, by pokazać swoje pochodzenie, zainteresowania i historię w kontekście regionalnym oraz narodowym. Celem tego tekstu jest wskazanie nowej przestrzeni wykorzystania wzornictwa regionalnego, jaką jest branża tatuażowa, ze szczególnym uwzględnieniem promocji #folktattoo w serwisie Instagram. Metoda, jaka została użyta, to wywiad swobodny, przeprowadzony mailowo lub z użyciem serwisu Instagram, z autorami tatuaży oraz z osobami wytatuowanymi, które zostały wyselekcjonowane spośród osób, które opublikowały posty z hashtagem #folktattoo. Kolejną częścią artykułu jest analiza prac Pauliny Wach, opublikowanych w serwisie Instagram również pod hashtagem #folktattoo. W tekście wykorzystano fragmenty wywiadu bezpośredniego i swobodnego z artystką, aby przybliżyć jej twórczość, która opiera się na kreatywnym wykorzystywaniu tradycyjnego wzornictwa ludowego w formie tatuaży zdobiących ciała rysowanych przez nią postaci. Obie części artykułu ukazują obecność pewnych znanych i popularnych elementów sztuki ludowej i wzornictwa regionalnego w zupełnie nowych, współczesnych aranżacjach.

Elementy kompozycji, które wywodzą się właśnie z najbardziej rozpoznawalnych regionów oraz z tamtejszych strojów ludowych, a są niezwykle popularne, zaliczają się do szerszego nurtu, określonego przez Wojciecha Bursztę jako postfolklorizm narodowy. Zdaniem badacza zjawisko to charakteryzuje się „nie tylko semantycznym uproszczeniem treści przekazu i jego kulturowego ładunku, ale też jego zupełnym oderwaniem od pierwotnego kontekstu” (Burszta 1994: 106). Brzezińska podkreśla, że zgodnie z tym kierunkiem interpretacyjnym poszczególne elementy zaczerpnięte z tradycyjnej kultury chłopskiej funkcjonują dzisiaj w kulturze, ale w stopniowo degradowanej formie, ponieważ występują one w ubogim semantycznie i konwencjonalnie środowisku. Z drugiej jednak strony, te współczesne transformacje wzornictwa ludowego czy strojów ludowych oraz wytwarzanie inspirowanych nimi przedmiotów lub dzieł sztuki, do których według mnie możemy zaliczyć także tatuaże, przeciwdziałają w pewnym sensie wciąż postępującej transformacji, która prowadzi do powstawania nowych mód, wzorów i kanonów (Brzezińska 2013:17).

Tatuaże inspirowane wzornictwem ludowym w Polsce

Tatuaż ludowy, folkowy, a może polski? Wiele jest określeń opisujących tatuaże inspirowane wzornictwem ludowym oraz kulturą ludową Polski. Jednak trudno mówić w tej sytuacji o „tatuażu polskim” tak jak o tatuażu polinezyjskim czy japońskim. Choć sztuka tatuażu rozwija się w naszym kraju w szybkim tempie, każdy z twórców ma własny styl i metodę, którą wykonuje swoje prace.

Według Mariusza Snopka polski styl tatuażu nigdy się nie wykształcił z powodu krótkiej historii tatuażu artystycznego w naszym kraju. Snopk podkreśla, że nie istnieją tradycyjne wzory tatuaży, które byłyby charakterystyczne dla naszej kultury. Dodaje także, że właśnie przez ten brak polskich motywów tatuażyści wykonują

jedynie wzory współczesne bądź tradycyjne innych kultur, a nie kultury polskiej (Snopek 2013: 121). Badacz argumentuje tę tezę brakiem zakorzenienia w historii tatuażu artystycznego, przez co twórcy od razu zaczęli wykonywać prace współczesne oraz inspirowane motywami z innych kultur, choć oczywiście nie traktowali ich jako wzorów rodzimych, ponieważ nie da się przejąć obcego stylu jako swojego. To prawda, że polskie motywy ludowe nigdy wcześniej nie cieszyły się popularnością wśród miłośników tatuażu, ponieważ sztuka tatuażu artystycznego nie istniała w Polsce aż do 1989 r. Prawdą jest również to, że tatuażysty zaczęli od wzorów obcych, powoli dążąc do coraz wyższego poziomu artystycznego swych prac. Jednak czy zjawisko #folktattoo na polskim rynku tatuażowym nie możemy potraktować jako sygnału, że oto obserwujemy narodziny polskiego stylu, zarazem współczesnego i ludowego, a przy tym rodzimego? Przecież wzory i motywy obecne w tego rodzaju tatuażach odwołują się bezpośrednio do naszej kultury ludowej, do wzornictwa regionalnego oraz motywów znanych chociażby z haftów i wycinanek. Wraz z etnodizajnem przyszła także moda na tatuaż ludowy określający tożsamość noszącej go osoby i stanowiący część polskiej kultury. Problemem jest jednak to, że ów styl mógłby być klasyfikowany tylko ze względu na inspiracje oraz pochodzenie wykorzystanych w danym tatuażu motywów. Metoda wykonania zależy bowiem od konkretnego tatuażysty, choć i w tym wypadku możemy zauważyć wiele podobieństw. Styl polski, #folktattoo, nie jest zatem określany przez grupę twórców, którzy posługują się jednakową techniką, a raczej kształtuje go grupa klientów, która chce zamówić tego typu wzór i która szuka artystów gotowych do podjęcia się takiego wyzwania.

Ankietowane przeze mnie osoby, wyselekcjonowane za pomocą hashtagu #folktattoo w serwisie Instagram, podają bardzo różne powody, dlaczego wybrały taki a nie inny wzór tatuażu. Dla jednych wzory te mają głębsze znaczenie, a drugim podoba się etnodizajn i chcieli przenieść go także na swoją skórę. Dla @mandslovee jest to kwestia identyfikacji ze słowiańskością i pochodzeniem. Lubi ona motywy folkowe w muzyce czy w stroju i „czuje

się sobą w takim wydaniu”. Kolejna z ankietowanych osób potwierdziła, że wybór tatuażu wiąże się z jej aktywnością w Zespole Pieśni i Tańca, nazywanym przez nią „ludowym”. Użytkowniczka @tajemniczojawna_ tańczyła w zespole ludowym przez 13 lat i teraz sama prowadzi taką grupę. Twierdzi ona, że folklor stanowi nieodłączną część jej egzystencji, a teraz jest to dla niej sposób na życie. Jako wzór tatuażu wybrała parzenicę, która ściśle wiąże się z polskim folklorem. Jest to jeden z najbardziej rozpoznawalnych motywów ludowych, choć według posiadaczki tatuażu nie każdy wie, co to dokładnie jest. Ankietowana użytkowniczka uważa swój tatuaż za piękny, niezbyt skomplikowany, ale zarazem trudny do rozszyfrowania przez innych. Według niej atutem jest to, że mało osób wie, skąd ten wzór pochodzi i na jakich rzeczach można go najczęściej spotkać. Kolejna osoba, posługująca się nickiem @piatypokoj, wybrała wzór łowicki. Sama nie identyfikuje się z tym konkretnym regionem, a raczej ogólnie – z Polską. Sądzi ona, że łowickie wycinanki to jeden z najbardziej charakterystycznych i rozpoznawalnych przejawów naszej kultury ludowej. Przyznała, że większy sentyment ma do Kurpiów, skąd pochodzi jej mama, dlatego też rozważała wytatuowanie sobie kurpiowskiej lelui. Wybrała wzór ludowy ze względu na zamiłowanie do tradycyjnej sztuki i do folkowych motywów. Przyznaje, że przez krótki czas studiowała etnologię oraz że kultura ludowa od zawsze ją zachwycała. Ostatnią osobą jest @bulasiabasia, która uważa, że folkowy tatuaż odzwierciedla jej słowiańskie pochodzenie. Ma to dla niej szczególnie ważne znaczenie, ponieważ użytkowniczka obecnie mieszka za granicą. Długo szukała odpowiedniego wzoru – podobały się jej kwiaty i słowiańskie *tribal*, a także wzory łowickie, które są bardzo kolorowe i często używane we współczesnym wzornictwie.

Popularność wzorów ludowych w tatuażu jako sposób na ukazanie własnego pochodzenia

Ludowe motywy były niegdyś bardziej obecne w życiu Polaków – pojawiały się na ubraniach, na narzędziach codziennego użytku, w architekturze

i wystroju wnętrz. Można więc powiedzieć, że cieszyły się one popularnością. Współcześnie ten trend powraca, jednak w zupełnie innym wymiarze. Folklorystyczne akcenty wykorzystuje się w etnodizajnie, w modzie, w dodatkach do wnętrz, na jarmarkach. Skoro przeniknęły już one do kultury masowej, to dlaczego nie wykorzystać ich również w sztuce tatuażu? Chociaż w naszej kulturze nie umieszczano wzorów ludowych na ciele, to czemu dziś nie miałyby się to zmienić? Już teraz zauważamy wzrastającą popularność folkowych tatuaży, pośród których królują motywy łowickich róż i wycinanek, kaszubskich kwiatów czy góralskich parzenic. Jest to sztuka w sztuce, ponieważ wiele zależy od precyzji i wiedzy tatuażysty oraz od zastosowanych kolorów, tak aby wzór dobrze prezentował się na skórze. Motyw ludowych wycinanek wymaga pod tym względem dokładności ze względu na obecność licznych drobnych elementów oraz symetryczność. W tatuażach inspirowanych wzorami łowickimi przeważają barwy podstawowe, jak czerwona, żółta, zielona i niebieska, lecz podstawę wzoru często stanowi czarny kontur.

Wielu tatuażystów podejmuje się wykonania tatuaży inspirowanych motywami ludowymi, jednak efekt końcowy okazuje się różny i zależny od stylu wykonawcy. Niektórzy czerpią z kolorystyki wzorów regionalnych, lecz część z nich zostawia jedynie oryginalny kształt, przeobrażając wzór ludowy, tak aby pasował on do ich stylu tatuowania czy do potrzeb klienta. Część artystów sama projektuje wzory tatuaży inspirowanych ludowością. Przykładowo @karolinasmedzik ze studia Zmierzłoki Tattoo w Tychach przyznaje, że chciałaby częściej tatuować motywy „folkowe”. Obecnie ma już ich kilka w swoim portfolio i zostały one przez nią wykonane wywiedzioną z malarstwa impresjonistycznego techniką *dotwork* [2], ponieważ najbardziej lubi właśnie ten styl tatuażu i rysunku. Artystka inspirowana formami wzornictwa regionalnego, przetwarza je na potrzeby tatuażu i luźno interpretuje. Niektóre elementy haftów zapożycza w niezmienionej formie, ponieważ nie stosuje koloru. Pomysły na tatuaże czerpie z haftów regionalnych, folkloru i robótek szydełkowych. Sądzi, że jeśli kiedyś

motywy ludowe zyskają większą popularność, będzie to raczej podyktowane modą. Tatuażystka wierzy jednak, że znajdą się osoby, dla których będzie to miało większy sens i które będą się utożsamiały ze swoim regionem. Ze zdjęć umieszczonych na jej profilu na Instagramie można wywnioskować, że Karolina tatuowała wzory ludowe osobom starszym, głównie kobietom, oraz że sama projektuje inspirowane sztuką ludową *flashe*, czyli gotowe wzory przygotowane wcześniej i pokazywane w albumach, mediach społecznościowych lub na ścianach studia jako propozycje dla zainteresowanych klientów.

Kolejnym tatuażystą jest Konrad z Seven Swords Studio w Cheltenham, co warto podkreślić, bo tatuuje on jedynie za granicą. Artysta wykonuje tatuaże inspirowane polskimi wzorami ludowymi, ale robi to rzadziej, niż by sobie tego życzył. Bardzo często jednak spotyka się on z folklorem skandynawskim czy celtyckim. Polskie wzory ludowe nie do końca pasują do jego stylu, jednak bardzo lubi je tatuować. Wspomina np. o haftach na poszewkach poduszek, które widział jako dziecko w swoim domu. Twierdzi, że polskie hafty są tak piękne, że mogłyby być od razu przeniesione na skórę. Czasami piękne wzory możemy podziwiać na porcelanie i na innych obiektach z życia codziennego, lecz nie zawsze zwracamy na nie uwagę. Konrad podkreśla jednak, że taki wzór musi być uproszczony lub zmodyfikowany i choć artysta zachowuje jego charakter, to zawsze stara się, by tatuaż dobrze wyglądał na skórze. Zapytany o intencje ludzi, którzy wybierają wzory ludowe, odpowiedział, że część osób jest kreatywna i chce mieć na ciele coś bardziej unikatowego niż znak nieskończoności czy piórko. Dodatkowo niektórzy pragną się w ten sposób identyfikować z własnymi korzeniami. Zdaniem Konrada każdy próbuje nadać specjalne znaczenie swojemu tatuażowi i choć czasami to „zwykła fikcja”, zdarza się, że tatuaż rzeczywiście łączy się z czymś pochodzeniem. Konrad także tworzy *flashe*, które reklamuje słowami: „chciałbym podzielić się troszeczkę moim dziedzictwem przez przygotowanie tych wzorów małych folkowych projektów”. Wszystkie są dostępne za 30–70 funtów. W postach na Instagramie artysta podkreśla swoje polskie korzenie i to, że chciałby je propagować.

Wykonywania tatuaży związanych z kulturą ludową podejmuje się również @slumber_ink, pracująca w Ząbkowicach Śląskich. Wydaje się jej, że sformułowanie „tataże folkowe” dobrze określa tatuaże inspirowane wzornictwem ludowym. Artystka sądzi, że miłośnicy takich motywów chcą w pewien sposób zaznaczyć swój związek z konkretną kulturą, miejscem czy sztuką charakterystyczną dla danego regionu. Parzenica, którą wytatuowała jednemu z klientów, miała ukazywać jego przywiązanie do gór – polskich Tatr. Tatuażystka wykonuje tatuaże związane przede wszystkim z kulturą górali podhalańskich. Jej prapradziadek pochodził z tamtych terenów, więc podczas projektowania korzysta ona z rodzinnego archiwum: zdjęć, opisów i książek, m.in. z *Historii Przewodnictwa Tatrzańskiego*. Projekty @slumber_ink opierają się na symetrii, opracowuje je ona z największą starannością i dbałością o właściwe proporcje. Inspirując się sztuką ludową, artystka stara się tak wykonać dany wzór, by pozostał on zbliżony do swojej oryginalnej formy, jednak nie wszystko wygląda dobrze po przeniesieniu na skórę, np. drobne ażurki. Artystka podkreśla, że tatuaż musi być przede wszystkim estetyczny i dobrze się prezentować na ciele zarówno tuż po wykonaniu, jak i po wielu latach.

Kolejnym twórcą jest Marcin Malicki posługujący się na Instagramie nickiem @graffunk83. Uważa on, że najlepszym określeniem tego typu tatuaży jest słowo „ludowy”, jednak można je stosować zamiennie z wyrazem „folkowy”, ponieważ oba są łatwe do przetłumaczenia na angielski. Jego fascynacja ludową ornamentyką zaczęła się od beskidzkiej góralszczyzny, dlatego Malicki często wykorzystuje motywy góralskie i beskidzkie, choć podobają mu się również wzory zaczerpnięte z innych regionów. Artysta stara się szukać kolejnych inspiracji w internecie, a także podczas podróży, kiedy zabiera ze sobą aparat, by uwiecznić napotkane po drodze wzory. Podstawowym źródłem, z którego korzysta, są dwie prace etnograficzne Mieczysława Gładysza z lat 30. XX w. o zdobnictwie góralskim z Beskidu Śląskiego. Czasami sięga też po wzory z haftów ludowych i zdobień strojów. Ma kilka publikacji na ten temat, m.in. ludowe

wykroje z dodatku do „Przyjaciółki”. Marcin uważa, że motywy ludowe są na swój sposób świeże, niewyeksplotowane. Poza góralską rozetą, znaną na całym świecie jako kwiat życia, nie mieszczą się one w tzw. tatuażowym mainstreamie. Zdaniem Malickiego najważniejsze jest jednak to, że wydają się one na swój sposób bliskie, bo „nasze”, a nie orientalne czy zachodnie. Dają poczucie lokalności, pochodzenia „stąd”, a jednocześnie nie są tak krzykliwe jak np. patriotyczne hasła. Dodatkowo są atrakcyjne graficznie, a ludzie poszukują oryginalności. Dla jednych będzie to element ich lokalnej tożsamości, co według niego widać u osób wychowanych w beskidzkich dolinach czy związanych z miejscowym folklorem. One właśnie podkreślają swoje pochodzenie za pomocą tatuaży. Dla innych natomiast jest to sposób na zbudowanie części swojej tożsamości, nawiązującej do dziadków, a dziś częściowo zapomnianej. Marcin zapytany o to, w jakim stopniu przetwarza wzornictwo regionalne, by dostosować je do formy tatuażu, odpowiedział, że to kwestia dopasowania konkretnego wzoru do ludzkiego ciała. Podkreślił, że nie chodzi o to, by tworzyć skansen. Ważne, by bawić się wzorami, czerpać z nich garściami, a przy tym mieć świadomość, skąd i dlaczego się je bierze. Co ciekawe, artysta zajmuje się nie tylko tatuażem, lecz także projektowaniem graficznym, w którym wykorzystuje te same ludowe motywy.

Niektórzy tatuażyści wykonują tatuaże inspirowane sztuką ludową jedynie na życzenie klienta, ponieważ ten rodzaj wzornictwa nie wpisuje się w ich styl tatuowania, np. tatuażyści ze studia Dziarczyńcy w Poznaniu w dużym stopniu zmieniają oryginalny motyw, ponieważ ich techniką jest *dotwork*. Twierdzą oni, że najlepszym źródłem inspiracji jest internet, a klienci wybierają takie wzory z różnych powodów, m.in. sentymentalnych, tożsamościowych czy estetycznych, czyli tak jak w wypadku innych tatuaży. Maria Kubit ze studia Bodyfikacje także sądzi, że wybór wzoru ludowego to indywidualna sprawa, ponieważ ludzie decydują się na to z przywiązania do miejsca czy regionu, z którego pochodzą, a inni po prostu z zamiłowania do sztuki ludowej i jej formy. Zdaniem Kubit najlepszym źródłem do

wyszukiwania takich wzorów jest internet. W swoich projektach na ogół nie inspirowała się ona sztuką ludową. Wykorzystuje wzornictwo regionalne dopiero na życzenie klienta, jeśli np. chce on połączyć dany motyw z akcentami folkowymi. Artystka stara się wtedy dostosować wzory do stylistyki wszystkich swoich projektów. Zdarza się, że motyw trzeba zmodyfikować, zazwyczaj upraszczając oryginalny wzór ludowy. Wiąże się to z pewnymi ograniczeniami technicznymi tatuażu, ponieważ nie każdy wzór można przenieść na skórę w niezmienionej formie.

Tatuaż ludowy w twórczości Pauliny Wach

Paulina Wach jest młodą artystką z Dolnego Śląska, specjalizującą się w *digital design*, czyli w projektach cyfrowych [3]. Jej prace wspomniano na wielu stronach internetowych: na portalach Slavorum i Design Your Trust oraz na blogu Bewildered Slavica. Figuruje tam jako artystka, która nadaje słowiańskiemu folklorowi nowoczesny styl. Podczas przeprowadzonego przeze mnie wywiadu Wach dokładnie opisała swoją twórczość oraz projekty folklorystyczne, które prezentuje w mediach społecznościowych.

Artystka opracowała projekt „Modern folking” na potrzeby pracy dyplomowej. Cała seria została potem wydana w formie artbooka o takim samym tytule. Jej pierwszą inspiracją była personifikacja Polski w strojach ludowych z mangi *Hetalia*. Po stworzeniu kalendarza folkowego w studium reklamy Wach postanowiła wrócić do tego tematu, lecz w odświeżonej i nowocześniejszej formie, dodając do tradycyjnych strojów trochę kreatywności. Najpierw wykonała ilustrację Łowiczanki w stroju regionalnym ze słuchawkami jako elementem nowoczesności i etnodizajnu. Następnie stworzyła postać Krakowianki o rękach pokrytych tatuażami we wzory łowickie. Po przemyśleniu koncepcji projektu Paulina zdecydowała się podzielić swoje prace na poszczególne regiony i nie mieszać wzorów ani strojów. Postanowiła projektować ilustracje przedstawiające młodych ludzi w mniej lub bardziej przerobionych strojach ludowych, z tatuażami

inspirowanymi regionalnymi wzorami. Są to nowoczesne i niezwykle barwne grafiki, których bohaterowie zostali ukazani w bardzo pomysłowy sposób – mają kolorowe włosy, dredy, dużo kolczyków, czasem skąpe stroje oraz wiele tatuaży. Pierwsze skojarzenie może być takie, że są to „hipsterzy” w strojach ludowych. Paulina rysuje młodych ludzi, ponieważ to właśnie oni są odbiorcami jej prac w mediach społecznościowych, mogą się z identyfikować z folklorem i traktować go jako *cosplay*. Za pomocą serii ilustracji Wach chciała im też pokazać, że ludowość to nie tylko Łowicz i górale, lecz że istnieje wiele grup etnograficznych, które warto poznać. Dodatkowo zauważyła, że folklor stał się ostatnio bardzo modny, bo niemal w każdym sklepie można znaleźć inspirowane nim produkty. Zdaniem artystki ten trend tak szybko nie minie. Inspirowała się głównie materiałami znalezionymi w internecie. Obserwowała osoby, które zajmują się fryzurami czy farbowaniem włosów. Kupiła dwa tomy z serii *Ocalić od zapomnienia* oraz książkę poświęconą haftom ludowym z ręcznie malowanymi ilustracjami. Korzystała też z bloga Polish Folk Costumes na portalu społecznościowym Tumblr, gdzie mogła znaleźć liczne zdjęcia, rysunki i grafiki przedstawiające polskie stroje regionalne ze szczegółową informacją o tym, skąd pochodzą, kto je wykonał i w którym muzeum są przechowywane. Artystka odwiedziła także muzea we Wrocławiu i w Zakopanem. Spośród wielu strojów wybrała kilka najciekawszych i na ich podstawie stworzyła serię ilustracji *Modern folking*. Wach chciała jak najwierniej oddać wygląd wzorów regionalnych, dlatego ingerowała w nie tylko w niewielkim stopniu. Drobne korekty polegały np. na zmianie koloru, głównie przy wzorach łowickich, by nie wyglądały one tak samo jak kwiaty umieszczone na okładce notesu ze sklepu Folkstar.

Podział na regiony Paulina zaczerpnęła z cyklu książek *Polskie stroje ludowe* z serii *Ocalić od zapomnienia* (Piskorz-Branekova 2003, 2006, 2007). Artystka skupiła się nie tylko na największych i najbardziej znanych regionach, jak Podhale oraz okolice Łowicza czy Krakowa, lecz także na tych mniej znanych. Zainspirował ją np. strój zielonogórski, który po raz

pierwszy zobaczyła podczas występu zespołu Mazowsze i który postanowiła zreinterpretować w swoich pracach. Później stworzyła również m.in. postać nowoczesnej Bamberki. Zdarza się też jej mieszać elementy strojów charakterystyczne dla różnych regionów; ostatnio narysowała Ślązaka w stroju będącym kompilacją elementów ubioru górniczego i śląskiego.

Wach podzieliła swoją książkę na rozdziały odpowiadające poszczególnym regionom, w podrozdziałach natomiast zamierza zawrzeć ilustracje tradycyjnego stroju ludowego i jego unowocześnionej wersji oraz po trzy rysunki kobiet i mężczyzn, w tym dwie na abstrakcyjnym tle i jedną na tle krajobrazu lub zabytku architektonicznego z danego miasta lub regionu. Ma to pokazać region z wielu punktów widzenia naraz. Wzory tatuaży dla swoich postaci artystka wybierała z bogatego spektrum wzornictwa regionalnego. Są to m.in. kwiaty łowickie, ale także motywy zaczerpnięte z haftów obecnych na gorsetach, spódnicach czy zapaskach oraz na różnych elementach męskiego stroju. Czasami inspiracje pochodziły z wycinanek, np. z Kurpiów. Zdarza się, że na ilustracjach Paulina odwraca role kobiety i mężczyzny oraz bawi się wzorami i elementami strojów ludowych, np. na ilustracjach przedstawiających górali podhalańskich młoda dziewczyna jest ubrana w marynarkę, która kolorystyką i wzorami nawiązuje do wyglądu guni. Kolejną tego rodzaju ilustracją jest góralka na tle Tatr, z wytatuowanymi na udach parzenicami znanymi ze spodni góralskich, tzw. portków. Dziewczyna nosi także spinkę góralską, ale zawieszoną na łańcuszku, a nie, tak jak u mężczyzn, zapiętą na koszuli.

Widać więc, że ścisły kanon strojów ludowych zyskuje w twórczości Pauliny Wach nowoczesny wydźwięk, jest też wyrazem wolności i kreatywności. Wybierając formę tatuażu, który ma zdobić ciało rysowanych przez nią postaci, artystka kierowała się względami wizualnymi. W większości przypadków zastosowała tatuaże w formie rękawów, ponieważ na tak dużym fragmencie ludzkiego ciała można lepiej oddać wygląd ludowego wzoru. Mimo że bardzo często wzory obecne na strojach czy kostiumach

ludowych trudno zauważyć z powodu nadmiaru elementów, to właśnie one sprawiają, że te stroje są wyjątkowe. Wach chciała, by wykorzystane przez nią charakterystyczne motywy były większe, tak aby można je było zauważyć i się z nimi identyfikować. Artystce zależało na tym, by odbiorcy jej prac bez problemu kojarzyli wzór z konkretnym regionem Polski.

Podsumowanie

Dzięki bogatemu dziedzictwu wzornictwa regionalnego wykształciła się w Polsce moda na folklor. Elementem tej mody jest w ostatnich czasach również sztuka tatuażu. Motywy ludowe nadal budują świadomość regionalną i narodową oraz pomagają określić swoją tożsamość. Dzięki takim artystom jak Paulina Wach czy tatuażystom wykonującym prace inspirowane motywami regionalnymi sztuka ludowa zyskuje nowe miejsce w popkulturze.

Przeprowadzone przeze mnie wywiady wykazały, że folklor pozostaje wciąż żywy i jest eksploatowany na wiele różnych sposobów. Artyści i ich odbiorcy nieprzerwanie inspirują się sztuką ludową, przystosowując ją do współczesnych realiów.

Dlaczego folklor zyskał w XXI w. w Polsce popularność i pojawił się w sztuce tatuażu? Może dlatego, że „narodowa nostalgia za pewnymi przedmiotami przejawia się również w popycie na produkty rękodzieła w odróżnieniu od wytwarzanych masowo zhomogenizowanych artefaktów” (Edensor 2004: 153). Współczesny tatuaż daje możliwość zmanifestowania własnej oryginalności oraz pozwala na samorealizację (Dziuban 2013: 149). Proces budowania tożsamości to wysiłek zmierzający do jej uchwycenia i wyrażenia. Bywa, że człowiek wybiera tatuaż pasujący do osobowości, lecz zdarzają się też sytuacje, gdy to „opakowanie”, czyli właśnie umieszczone na ciele wzory, kształtuje tożsamość danej jednostki. Tatuowanie jest więc aktem, który wydobywa na zewnątrz cechy człowieka lub je kreuje.

Jak podkreśla Brzezińska, choć to paradoksalne, pojedyncze motywy wywodzące się ze strojów ludowych mogą stać się „początkiem osobistych poszukiwań, a tym samym odbudowywaniem tożsamości kulturowej i osobistej” (Brzezińska 2013: 17). Badaczka zauważa ponadto, że strój ludowy można rozpatrywać dwojako – wskazując na jego wartość jako pamiątki, związaną z historią pojedynczego przedmiotu oraz podkreślając tożsamość i tradycję, czyli ukazując historię jego użytkownika (Brzezińska 2013: 19). W taki właśnie sposób mogą być traktowane tatuaże inspirowane wzornictwem regionalnym – jako kolejny etap manifestowania własnej tożsamości regionalnej, a nie jedynie jako skutek postfolkloryzmu narodowego, oderwanego od swojego kontekstu i historii.

Bibliografia:

Brzezińska A. (2013). *Strój ludowy – od biografii przedmiotu do tożsamości podmiotu*. W: Brzezińska A., Tymochowicz M. (red.). *Stroje ludowe jako fenomen kulturowy*. Wrocław: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze, s. 15–24.

Burszta W. (1994). *W obliczu współczesności. Trzy przykłady funkcjonowania wyobrażeń kulturowych*. W: Burszta W., Damrosz J. (red.). *Pożegnanie paradygmatu? Etnologia wobec współczesności*. Warszawa: Instytut Kultury.

Dziuban A. (2013). *Gry z tożsamością. Tatuowanie ciała w indywidualizującym się społeczeństwie polskim*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

Edensor E. (2004). *Tożsamość narodowa, kultura popularna i życie codzienne*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Korduba P. (2013). *Ludowość na sprzedaż: Towarzystwo Popierania Przemysłu Ludowego, Cepelia, Instytut Wzornictwa Przemysłowego*. Warszawa: Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Narodowe Centrum Kultury.

Piskorz-Branekova E. (2003, 2006, 2007). *Polskie Stroje Ludowe* (t. 1–3). Warszawa: Muza.

Snopek M. (2013). *Tatuaż. Element współczesnej kultury*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

Źródła internetowe:

[1] <https://sjp.pl/hashtag> [dostęp: 15.08.2018].

[2] <https://www.tattooers.net/pl/tatua%C5%BCe-dotwork/> [dostęp: 26.08.2018].

[3] <https://online.seu.edu/digital-design/> [dostęp: 31.08.2018].



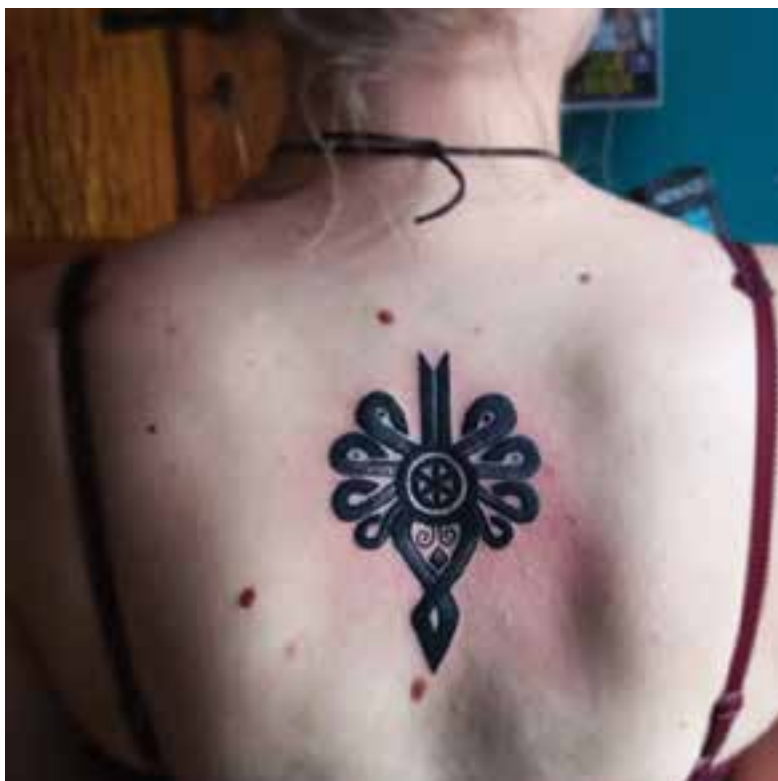
1. Tatuaz inspirowany folklorem łowickim, autor: @piatypokoj, źródło: https://www.instagram.com/p/05Zhx_RUGn/?hl=pl&taken-by=piatypokoj [dostęp: 20.09.2018]



2. Tatuaz wykonany metodą dotwork, autorka: Karolina Smędzik @karolinasmedzik, źródło: <https://www.instagram.com/p/Bit9uB2H1i4/?taken-by=karolinasmedzik> [dostęp: 20.09.2018]



3. Tatuaż „folkowy” wykonany za granicą, autor: @konrad_tattoo, źródło: https://www.instagram.com/p/BixEQH4FsSc/?taken-by=konrad_tattoo [dostęp: 20.09.2018]



4. Tatuaż z motywem parzenicy, autor: @slumber_ink, fot. @slumber_ink



5. Tatuaż przedstawiający ptaszka z ludowym motywem, autor: @graffunk83, źródło: https://www.instagram.com/p/BfagImDg_1k/?taken-by=graffunk83 [dostęp: 20.09.2018]



6. Współczesna inspiracja Kurpiami Białymi, autorka: @paulina.wach.art, źródło: <https://www.instagram.com/p/Bbown23hqTs/?taken-by=paulina.wach.art> [dostęp: 20.09.2018]



7. Wzornictwo oraz strój zaczerpnięte z Opoczna,, autorka: @paulina.wach.art, źródło: <https://www.instagram.com/p/BPPo-CHBaRY/?taken-by=paulina.wach.art> [dostęp: 20.09.2018]



8. Góralka na tle Tatr, autorka: @paulina.wach.art, źródło: <https://www.instagram.com/p/BFcO1gVsWb8/?taken-by=paulina.wach.art> [dostęp: 20.09.2018]



9. Dziewczyna z Sieradza,
autorka: @paulina.wach.art,
źródło: <https://www.instagram.com/p/BQYnhR1BGM4/?taken-by=paulina.wach.art>
[dostęp: 20.09.2018]



10. Wielkoformatowy tatuaż
inspirowany motywem z
Kurpi Zielonych, autorka:@
paulina.wach.art, źródło:
<https://www.instagram.com/p/BQKsUCoBTg9/?taken-by=paulina.wach.art>
[dostęp: 20.09.2018]

**#folktattoo - application of original and processed designs regional
in tattoo and its role in the process of creating personal identity**

From around 2004 the phenomenon of art tattoo #folktattoo (ie. transferring elements of regional folk design onto the human body) has become more and more noticeable. For tattooers and their customers it poses a challenge for the creative processing of the originals into own designs and reflection on one's identity. Furthermore in sculpture and digital design, artists such as Dana Tomaszewska („Znaki Ludu” – „Marks of the People”) or Paulina Wach („Modern Folking”) impose regional designs as tattoos on their sculptures and personas within the graphics. They are all processors of the design folk, from which they draw inspiration and give it a contemporary resonance. The text contains analysis of interviews with #folktattoo tattooers, persons with #folktattoo and with Paulina Wach herself, who, in a series of images, builds folk portraits of young people „dressed” in a tattoo inspired by the regional designs, including: Rzeszów, Kujawy, Pyrzyce, Silesia, Kaszuba, Sieradz, Podlasie. I aim to answer the following questions: Whether people who tattoo their body with folk designs are aware of their source? Whether they identify with them at regional level, or rather consider them as pan-regional - Polish design? Where tattooers draw inspiration and designs of such tattoos from? To what extent #folktattoo is a faithful reflection of classic folk designs and to which extent a variation on them? What are the legal aspects of the use of folk designs in tattoo art? What sources used Paulina Wach to create her graphics which contain less popular and little-known regions of Poland (atlases of folk costumes, the Internet?) Why Paulina Wach and Dana Tomaszewska used folk designs to create tattoos similar to their original counterparts e.g. Polynesian peoples' tattoos?

Redakcja naukowa: dr hab. Anna Weronika Brzezińska prof. UAM,
Sylwia Kucharska

Recenzje: prof. dr hab. Mirosława Drozd-Piasecka,
dr hab. Katarzyna Marciniak prof. UAM

Naczelna redakcja: Sylwia Kucharska

Tłumaczenie: Marzena Zasińska-Igła

Korekta i redakcja: Agnieszka Wnuk

Projekt graficzny okładki: Szaryfika Agata Józefowicz

Skład i projekt graficzny: Szaryfika Agata Józefowicz

Wydawca: Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej w Kaliszu
Kalisz 2018

Egzemplarz nieodpłatny, nie jest przeznaczony do sprzedaży.

ISBN 978-83-88042-46-1



INSTYTUCJA KULTURY
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA
WIELKOPOLSKIEGO



Publikacja wydana na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa
– Użycie niekomercyjne – Na tych samych warunkach 3.0 Polska.

Treść licencji dostępna na stronie:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/pl/legalcode>



MOZK
Muzeum Okręgowe Ziemi Kaliskiej



INSTYTUCJA KULTURY
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTW
WIELKOPOLSKIEGO



ISBN: 978-83-88042-46-1