

EWA KLEKOT

ETNODIZAJN A LUDOWOŚĆ W POLSKIM WZORNICTWIE

Stołek PLOPP Oskara Zięty, jeden z najbardziej rozpoznawalnych międzynarodowo wyrobów polskiego wzornictwa XXI w., został po raz pierwszy zaprezentowany na mediolańskich targach w roku 2007¹. Wykonany w opatentowanej przez projektanta supernowoczesnej technologii obróbki metalu, PLOPP jest formą dmuchaną powietrzem i tak też wygląda. Jego kształty z jednej strony budzą skojarzenia z estetyką opływowych linii i metalicznego połysku stream-line'u, a z drugiej grają ze zmysłem dotyku: doświadczenia z dmuchanymi formami każą odbiorcy spodziewać się powierzchni, która miękko ugnie się pod dotknięciem ręki, a tymczasem metalowy stołek jest twardy. Zięta, projektant, którego z etnodizajnem nic nie łączy, jako polskie rozwinięcie nazwy PLOPP, potraktowanej jako akronim, podaje „Polski Ludowy Obiekt Pompowany Powietrzem”. Mebel Zięty, który – jeśli wziąć na poważnie przewrotny żart projektanta – mógłby nawiązywać do *ludowości* prostą, trójnożną formą, stanowiąc aluzję do prostoty i funkcjonalności przypisywanej meblom *chłopskim* czy *wiejskim*; albo też być *ludowy* jako reinterpretacja *masowości* nowoczesnego mebla, jakim jest stołek kuchenny. PLOPP nie jest oczywiście ani masowy, ani wiejski, zarówno ze względu na cenę, jak i na sąd smaku. Polskim rozwinięciem stworzonej na międzynarodowy rynek nazwy Zięta w żartobliwy sposób skomentował fakt, że sukces jego projektu przypadł na największe natężenie popularności etnodizajnu, czyli nurtu we współczesnym polskim wzornictwie, który wykorzystując inspiracje *ludowością*, unika nazywania jej po imieniu.

Nazwa *etnodizajn*, choć wygląda na zapożyczenie z angielskiego, jest słowem proweniencji całkowicie rodzimej². Kosmopolityczne pretensje obco-

¹ J. Szczygieł, *Polski ludowy obiekt pompowany powietrzem ma 10 lat*, „Design Alive” 2018, 14 marca, dostępny w internecie: <<https://www.designalive.pl/polski-ludowy-obiekt-pompowany-powietrzem-ma-10-lat/>> [dostęp: 18 marca 2021].

² Wskazywałam na to już w kilku miejscach; por. E. Klekot, *Etnodizajn – polskie gry z nowoczesnością*, „Herito” 2016, 24, s. 146–159; eadem, *W krainie ludu: „etno” w polskim*

brzmiającej formy oraz gry z ortografią (*etnodesign*, *ethnodesign*, *etnodizajn*) odzwierciedlają kilka ważnych wątków polskiej modernizacji, w której *ludowość* rozumiana na wiele różnych sposobów pełniła i nadal pełni bardzo ważne funkcje społeczne. Należy do nich funkcja estetyczna, niezwykle ważna z perspektywy właściwej nowoczesności klasyfikacji społecznej opartej na sądzie smaku³. Kategoria *ludowości*, osadzona w romantycznym rozumieniu autentyczności jako prawdy, a pierwotności jako autentycznej, bo nieskażonej nowoczesnością⁴, ma też istotne znaczenie w nowoczesnym dyskursie politycznym, legitymizując tradycje wynalezione wielu nowoczesnych państw narodowych⁵.

We współczesnej polszczyźnie *ludowy* to słowo skompromitowane na wielu poziomach: z jednej strony kojarzące się ze sfolkloryzowaną wsią, która „tańczy i śpiewa”, oraz kiepską jakością wytwórczości pamiątkarskiej, z drugiej – z Rzeczpospolitą Ludową. A choć w obu tych skojarzeniach *ludowy* oznacza co innego – raz specyfikę *ludu wiejskiego*, a raz przymioty *mas ludowych* – to w obu wypadkach podmiot zbiorowy, którego cechą miała być ludowość, został skonstruowany w podobny sposób, a mianowicie z zewnątrz, w obrębie dyskursu, którego sam nie był wyrazicielem. Lud wiejski romantyków, osadzony w historiozofii Johanna Gottfrieda Herdera, był przez nich konstruowany dzięki społecznej obcości, która umożliwiała dyskurs odkrycia i gloryfikacji wiejskich nosicieli wartości zatraconych przez nowoczesną miejskość. Natomiast lud w postaci *mas ludowych* zrodził się – jak wskazywała Hannah Arendt – ze współczucia dla niedoli szerokich rzesz, wynikającej z ich wykluczenia i niedostatku⁶. Masy ludowe zostały więc stworzone jako przedmiot współczucia, natomiast lud wiejski – jako przedmiot podziwu. W każdym jednak z tych wypadków współczujący czy podziwiający nie byli ludem. Podobnie jak twórcy *ludowości* w jej funkcji estetycznej, także ci, którzy u początku XXI wieku wpisują ją w język globalnej wioski.

O inspiracjach *ludowością* w polskim wzornictwie przełomu pierwszej i drugiej dekady XXI wieku, określanych nazwą *etnodizajnu*, trudno pisać, nie osadzając ich w dotychczasym *ludowości* dyskursie o sztuce i wzornictwie

dizajnie, „2+3D. Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy” 2013, 1, s. 79–83; eadem, *Etnodizajn – kolejne konfiguracje sztuki ludowej*, „Etnografia Nowa” 2012, 4, s. 39–46.

³ Por. P. Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia*, przeł. P. Biłos, Warszawa 2005.

⁴ Por. R. Bendix, *In Search of Authenticity. The Formation of Folklore Studies*, Madison 1997; M. Warchał, *Autentyczność i nowoczesność*, Kraków 2006.

⁵ Por. J. Leerssen, *Encyclopaedia of Romantic Nationalism in Europe*, Amsterdam 2018.

⁶ Za: G. Agamben, *Homo sacer. Suwerenna władza i nagie życie*, tłum. M. Salwa, Warszawa 2008, s. 242.

oraz związanych z nim praktykach artystycznych i projektowych – dlatego też w pierwszej części niniejszego tekstu poświęcę nieco uwagi *ludowości* jako formie plastycznej oraz jej nowoczesnym znaczeniom i zastosowaniom. *Ludowość* rozumiana formalnie niesie określone znaczenia wynikające z bardzo silnego aksjologicznego nacechowania *ludu*⁷. Przedmiotem mojego zainteresowania nie jest historia relacji społecznych, lecz romantyczne i osadzone w ideologii ludoznawczej⁸ treści stanowiące nadal fundament konceptu *ludowości* w polskim polu sztuki na początku XXI wieku. W kontekście tych uwarunkowań przyjrę się bliżej strategiom artystyczno-projektowym autorów etnodizajnerskich wyrobów, zarówno tych przeznaczonych na rynek masowy, jak i tym wytwarzanym w krótszych seriach lub pojedynczych egzemplarzach na zamówienie. Postaram się też krytycznie spojrzeć na programy wpisywane w etnodizajn przez prezentujących ich prace kuratorów i dyplomatów kultury.

LUDOWOŚĆ JAKO FORMA PLASTYCZNA

W polskim dyskursie o sztuce rozumiany formalnie styl ludowy został stworzony pod koniec XIX i w pierwszych dziesięcioleciach XX stulecia zgodnie z obowiązującym w ówczesnej teorii sztuki paradygmatem ekspresywnym: miał stanowić wyraz pewnej rzeczywistości społecznej i duchowej, określanej mianem „kultury ludowej”⁹. Styl ludowy pozostawał zatem z kulturą ludową w analogicznej relacji, jak style historyczne z epoką, której ducha miały wyrażać¹⁰. Styl ten konstruowano, wykorzystując jako źródła *ludowe* obiekty i ich przedstawienia zgromadzone w ciągu XIX i pierwszej połowy XX wieku we wsiach na terenie wszystkich trzech zaborów, a później w granicach kolejnych wcieleń polskiej państwowości. Motywację twórców tych kolekcji stanowiła romantyczna nostalgia za archaiczną prawdą ludu i jego malowniczą pierwotnością, która skłaniała inteligentów do ocalania tego, co ich zdaniem, jeszcze z nich pozostało. Inną pobudką zbieraczy była patriotyczna chęć ocalenia archaicznych korzeni narodu, kryjących się w *mądrości*

⁷ Bendix, *In Search...*

⁸ S. Węglarz, *Chłopi jako „obcy”. Prolegomena*, w: *Pożegnanie paradygmatu? Etnologia wobec współczesności*, red. W. Burszta, J. Damrosz, Warszawa 1994, s. 78–101.

⁹ O kwestiach poruszanych w tej części artykułu znacznie szerzej w: E. Klekot, *Kłopoty ze sztuką ludową. Gust. Ideologie. Nowoczesność*, Gdańsk 2021.

¹⁰ Por. J. Białostocki, *Historia sztuki wśród nauk humanistycznych*, Wrocław 1980, s. 36–55; idem, *Kryzys pojęcia stylu*, „Biuletyn Historii Sztuki” 1978, XL, 1, s. 3–10; A.S. Labuda, *Uwagi o pojęciu stylu i „zasadzie formalnego podobieństwa”*, „Biuletyn Historii Sztuki” 1978, XL, 1, s. 55–59.

ludu, czyli *folklore*. Ocalanie opierało się na kolekcjonowaniu tego, co wielbiciel ludu uznawał za wartościowe w wiejskiej rzeczywistości: zbierano więc podania i pieśni, redukując performatywne formy kultury ustnej do zapisu tekstowego i nutowego; sporządzano opisy obrzędów i zwyczajów; wytwarzano skonwencjonalizowane reprezentacje *typów ludowych*; w końcu: kolekcjonowano obiekty. Wszystkie te praktyki dekontekstualizacji starannie wyselekcjonowanych elementów dziewiętnastowiecznej kultury wiejskiej, a następnie ich rekontekstualizacji w kulturze wykształconych dziewiętnastowiecznych i wczesnodwudziestowiecznych zbieraczy w postaci spójnej reprezentacji *ludu wiejskiego* prowadziły do wytworzenia wśród nie-ludowych odbiorców *ludowości* konsensusu nie tylko co do jej moralnych wartości, takich jak szczerłość i autentyczność, ale także jej cech formalnych.

Przypomnienie tych zjawisk w tak pobieżnej formie wydaje się w tym miejscu o tyle ważne, że dyscypliny naukowe, które powstały do badania *ludu*, jak niemieckie *volkskunde* i wzorowane na nim polskie *ludoznawstwo*, na pewnym etapie własnej dyscyplinarnej historii rozliczyły się krytycznie z romantyczną koncepcją *ludu* i *ludowości*¹¹. Natomiast w polskim polu sztuki i nauk o sztuce, choć powstały prace poświęcone Zakopanemu i Witkiewiczowi¹², to nie wybrzmiało w nich osadzenie ludoznawczo-romantycznych podstaw konstrukcji *ludowości* jako formy artystycznej w nowoczesnym dyskursie o prymitywności i autentyczności, który wytwarza *lud* jako *alter ego* nowoczesnego artysty. Nie poddano refleksji metodologicznych podstaw łączenia formalnej *prymitywności* z *ludowością*, a także utożsamiania tej ostatniej z *rodzimością*, choć badania Kingi Blaschke nad tzw. „renesansem lubelskim” oraz intelektualną spuścizną Ksawerego Piwockiego niewątpliwie wniosły pewien wkład w tę niezwykle potrzebną krytykę¹³. *Ludowość* w dyskursie o sztuce rozumiana jako zbiór cech formalnych uwarunkowanych specyfiką swego twórcy wymaga uwagi nie tylko dlatego, że twórca – czyli *lud* –

¹¹ Krytyczny nurt refleksji nad *ludowością* w polskiej etnologii i folklorystyce pojawił się pod koniec lat 70. XX wieku i do końca tego stulecia objął publikacje takich autorów jak Ludwik Stomma, Czesław Robotycki, Piotr Kowalski, Michał Buchowski, Wojciech Burszta, Stanisław Węglarz, Joanna Tokarska-Bakir i in. Metodologiczna dyskusja poświęcona pojęciu *kultura ludowa* odbyła się na łamach czasopisma „Lud” (wydawanego przez Polskie Towarzystwo Ludoznawcze) w roku 1991 („Lud” 1991, 74, s. 176–218).

¹² Por. K. Chrudzimska-Uhera, *Stylizacje i modernizacje. O rzeźbie i rzeźbiarzach w Zakopanem w latach 1879–1939*, Warszawa 2013; B. Tondos, *Styl zakopiański i zakopiańszczyzna*, Wrocław 2004.

¹³ K. Blaschke, *Nasze własne, nasze polskie. Mit renesansu lubelskiego w polskiej historii sztuki*, Kraków 2010; eadem, *Z teorii sztuki ludowej w PRL-u*, w: *Pany chłopcy chłopcy pany*, red. W. Szymański, M. Ujma, Nowy Sącz 2016, s. 62–71.

został w międzyczasie uznany za hipostazę, a nie realnie istniejącą grupę społeczną¹⁴, ale przede wszystkim ze względu na jej uwikłanie z jednej strony w artystyczne konstrukcje *narodowości* i *rodzimości*, a z drugiej w fascynację *prymitywizmem* właściwą dyskursowi nowoczesnych awangard.

Choć jednak narracja awangardy, jak wszystkie wcielenia romantyzmu, podkreślała kluczowe znaczenie *odkrycia* „prymitywa”, to uznawanie formalnie rozumianej ludowości/prymitywności za naturalną ekspresję było w istocie osadzone w toczących się od połowy XIX wieku dyskusjach dotyczących ornamentu, uważanego za bardziej pierwotną postać sztuki niż reprezentacja¹⁵. W związku z tym wśród dziewiętnastowiecznych reformatorów gustu, których działalność jest fundamentem nowoczesnego wzornictwa, panowało przekonanie, że ponieważ tworzący ornament „dziki” jest w swoim żywiole, to projektanci nowocześni powinni się od niego uczyć naturalności¹⁶. Im bliżej było przełomu wieków, tym bardziej uczenie się od „dzikiego” oznaczało wyzwolenie z opresji akademickiej konwencji formalnej i akademickich struktur organizacji pola sztuki. Tak, jak Picasso dokonywał wyzwalającego formę *odkrycia* afrykańskich rzeźb w Muzeum Trocadero¹⁷, tak Paul Poiret *odkrywał* dla świata plastyczny talent „nieuczonych dziewcząt z ludu”¹⁸, a Wassily Kandinsky i Gabriele Münter – naturalną siłę ekspresji obrazów na szkle z bawarskich wsi¹⁹. Ten ostatni wątek szybko podchwycili „Ekspresyoniści polscy”, okraszając wystawę swych mniej i bardziej awangardowych prac serią „podhalańskich malowideł na szkle ze zbiorów JWPP. Steckiego, Ostrowskich i Lustgartenów”²⁰.

W odniesieniu do stylu ludowego kanon obiektów, a w konsekwencji cech formalnych, określiły w dużej mierze prace z czasów II Rzeczypospo-

¹⁴ M. Buchowski, *Kultura ludowa – mit czy rzeczywistość?* [głos w dyskusji], „Lud” 1991, 74, s. 178–181.

¹⁵ F.S. Connelly, *The Sleep of Reason: Primitivism in Modern European Art and Aesthetics, 1725–1907*, University Park, PA 1995; E.H. Gombrich, *The Preference for the Primitive. Episodes in the History of Western Taste and Art*, London–New York 2002.

¹⁶ E.H. Gombrich, *Zmysł porządku. O psychologii sztuki dekoracyjnej*, red. nauk. D. Folga-Januszewska, Kraków 2009, s. 32–62.

¹⁷ A. Malraux, *Głowa z obsydianu*, przeł. A. Tatarkiewicz, Warszawa 1978, s. 13.

¹⁸ H.-J. Moon, *L'école “Martine” de Paul Poiret*, w: *Une émergence du design. France 20e siècle*, red. S. Laurent, Paris 2019, dostępny w internecie: <https://hicsa.univ-paris1.fr/documents/pdf/PublicationsLigne/Design_Laurent_2019/02_Moon_02.pdf> [dostęp: 15 maja 2020].

¹⁹ Por. datowany na rok 1911 obraz *Martwa natura ze świętym Jerzym* Gabriele Münter, ówczesnej partnerki Kandinskiego, z którą mieszkał w Murnau, reprodukowany w *Der Blaue Reiter Almanac* (Monachium 1912) między s. 98 i 99.

²⁰ *Katalog 1 Wystawy Ekspresjonistów Polskich*, Kraków 1917, s. 2.

litej, kiedy sztukę ludową zaczęto na szeroką skalę wystawiać i poddawać naukowej i artystyczno-krytycznej analizie. Równocześnie w tym samym czasie formalnie rozumiana *ludowość* stanowiła istotny element praktyk i dzieł twórców legitymujących się wykształceniem artystycznym, zarówno w sztuce przedstawiającej, jak i we wzornictwie. W dyskursie o stylu ludowym uczestniczyli więc artyści, projektanci, historycy sztuki i jej krytycy oraz ludoznawcy. Choć zatem wśród specjalistów toczyły się dyskusje co do charakteru uwarunkowań determinujących powstanie stylu ludowego²¹, to istnienia zespołu cech formalnych właściwych ekspresji *ludowości* nie podawano w wątpliwość. Tym bardziej, że wcześniej *ludowość* jako zespół cech formalnych pojawiła się w polu literatury i w muzyce. We wzornictwie kontekstem *ludowości* były z jednej strony teoretyczne rozważania o pierwotności ornamentu jako formy artystycznej ekspresji, a z drugiej działania mające na celu popieranie wiejskiej wytwórczości rękodzielniczej przeznaczonej dla miejskiego odbiorcy i określanej mianem przemysłu ludowego. Jednak pomimo akceptacji, a nawet gloryfikacji form uznawanych za *ludowe* w muzyce, literaturze czy zdobnictwie, w obszarze sztuk przedstawiających siła akademickiego kanonu oraz nawyki odbioru wynikające z realizmu reprezentacji w kulturze wizualnej sprawiały, że romantyczna fascynacja pierwotnością i łączoną z nią prymitywnością formy przekładała się co najwyżej na działania Nazarejczyków czy Prerafaelitów, a na zachwyty ludowymi bohomasami z wiejskich chałup trzeba było poczekać do czasów ekspresjonizmu i pierwszej awangardy²². Warto przy tym pamiętać, że zrywająca z akademickimi konwencjami formy awangarda sięgała do wiejskich wytworów jako do sztuki *prymitywów*, uważając je za wolny od konwencji wyraz autentycznej ekspresji. Forma miała u artysty ludowego/prymitywnego wynikać z natury,

²¹ Por. np. dyskusja między Tadeuszem Dobrowolskim i Ksawerym Piwockim, której najważniejsza wymiana argumentów odbyła się na łamach „Przeglądu Współczesnego” w latach 1936–1937: K. Piwocki, *Z badań nad powstawaniem stylu ludowego*, „Przegląd Współczesny” 1936, 59, 7, s. 89–96; T. Dobrowolski, *Popęd twórczy i technika artystyczna jako podstawy ludowej sztuki*, „Przegląd Współczesny” 1937, 60, 3, s. 103–109; por. też P. Smolik, *Recenzja artykułu K. Piwockiego „Z badań nad powstawaniem stylu ludowego”*, „Arkady” 1937, III, 1, s. 54.

²² Nawet w najbardziej zafascynowanych ludową ornamentyką odbiorcach przejawy wiejskiej sztuki przedstawiającej budziły zgrozę i lekkie obrzydzenie, a Stanisław Witkiewicz, po zachwytach nad snycerskimi dekoracjami góralskiej chałupy, tak opisywał wnętrze białej izby: „Cała jedna ściana zawieszona obrazami, straszniemi, lecz oryginalnemi obrazami malowanemi na szkle, które swoją ponurością i naiwnością wyróżniają się od krzyczącej lichoty niemieckich litografii, z którymi sąsiadują” (S. Witkiewicz, *Na przełęczu*, Warszawa 1891, s. 22).

którą u nowoczesnego artysty krępował gorset akademii, a u człowieka nowoczesnego – kultura jako źródło cierpień.

Fundamentem konstrukcji wsi jako *ludowej* była postawa kolekcjoner-ska: obiekty, wybrane z wiejskiego inwentarza przez wykształconych zbieraczy i artystów jako *ludowe*, złożyły się na reprezentację, która na kolejnym etapie stała się pożądaną normą wiejskiej rzeczywistości, weryfikowaną na bieżąco przez jej inteligenckich twórców. Cechy formalne *ludowości* w sztuce, rzemiośle i wzornictwie były z jednej strony wytwarzane pojęciowo w dyskursie akademickim, z drugiej zaś konstruowane w toku praktyk artystycznych, projektowych i wytwórczych – realizowanych zarówno z udziałem mieszkańców wsi, jak i bez ich udziału – oraz ich materialnych efektów. O ile aktorami w sferze wytwarzania akademickiego dyskursu byli wyłącznie wykształceni intelektualiści, to w sferze praktyk artystycznych uczestniczyli też – choć nie zawsze bezpośrednio – aktorzy należący do niewykształconego, zamieszkującego wieś *ludu*. Z jednej strony występowali oni jako jednostkowe ucieleśnienia zbiorowego twórcy i nosiciela odwiecznej tradycji, która stanowiła inspirację dla inteligenckich twórców sztuki narodowej; z drugiej byli przedmiotem rozmaitych działań prowadzonych przez inteligencję, która starała się za wszelką cenę tę odwieczną, inspirującą dla siebie tradycję ocalać, i na różne sposoby skłaniała *lud* do praktykowania *ludowości*²³. Zauroczeni malowniczością *ludu*, uwiedzeni politycznym potencjałem *ludowości*, czy też pod wpływem moralnego mitu „człowieka naturalnego”, w którym autentyzm *ludu* spełniał ważne funkcje, intelektualiści uruchomili mechanizm światobrazu²⁴. Uznając swój wytwór za rzeczywistość, zaczęli przekształcać swoje otoczenie na jego obraz i podobieństwo wszędzie tam, gdzie od niego odbiegało. Długotrwały proces czynienia wsi *ludową* był w najbardziej spektakularny sposób realizowany w celach polityczno-narodowych: *uludowieni* włościanie przestawali być groźną stroną konfliktu społecznego, a stawali się dostarczycielami ideologicznie poświadczanych „korzeni narodu”. Formalnym przejawem, a zarazem dowodem tej „korzenności” był styl ludowy. Za jego wyznaczniki uważano żywe barwy, *horror vacui*, gruby kontur, prostotę formy, zwartą bryłę, lapidar-

²³ O tym, jak sam *lud* do tych działań podchodził, pisywali niektórzy etnografowie i specjaliści od sztuki ludowej, jak przytaczani w tym artykule Tadeusz Seweryn, Antoni Kroh czy Aleksander Jackowski, niemniej do dzisiaj Stowarzyszenie Twórców Ludowych kwalifikuje kandydatów na podstawie kryterium „autentyczności” (por. A. Mironiuk-Nikolska, *Ludowe odczuwanie formy i świata. Stowarzyszenie Twórców Ludowych z perspektywy animatora*, w: *Twórcy, wytwórcy, przetwórcy. Wokół problematyki wzornictwa regionalnego*, red. A.W. Brzezińska, S. Kucharska, Kalisz 2018, s. 11.)

²⁴ M. Heidegger, *Czas światobrazu*, tłum. K. Wolicki, w: idem, *Budować, myśleć, mieszkać*, Warszawa 1977, s. 128–167.

ność środków wyrazu, deformację postaci, statyczność i hieratyczność przedstawień, bogactwo ornamentyki, a równocześnie „doskonałe wycucie surowca”, dzięki któremu ornament „nie ukrywał prawdy materiału”²⁵.

Wszystkie te cechy składały się na całość na tyle zróżnicowaną, że do ludowości we wzornictwie odwoływali się zarówno związani z Warsztatami Krakowskimi twórcy sukcesu polskiego pawilonu na paryskiej Międzynarodowej Wystawie Sztuk Dekoracyjnych i Nowoczesnego Przemysłu w roku 1925, jak i projektanci związani ze Spółdzielnią Artystów Plastyków „Ład”. Na wystawie paryskiej ludowość oznaczała przede wszystkim żywiolową barwność, graficzność i *horror vacui* malowideł Zofii Stryjeńskiej, deformację postaci i ornamentalność drewnianego wyposażenia kaplicy Jana Szczepkowskiego oraz skojarzenia z rodzimością rozumianą jako sielska i piastowska zarazem wiejskość.

Jasne meble, wykonane w pracowni Adama Jaszczołta w Warszawie – pisał Tadeusz Seweryn (artysta, historyk sztuki i etnograf w jednej osobie) w korespondencji z wystawy publikowanej na łamach „Dodatku do Ilustrowanego Kuriera Codziennego” – odbijają się przepysznie na modrem tle batików. Płowe włosy dziewczęcia na tle błękitu nieba. Kształt mebli nie wypieszczony, ale jakby rąbany ciesielską siekierą – od serca, zamaszycie, po majstersku²⁶.

Natomiast jeśli chodzi o „Ład”, to choć wśród członków założycieli spółdzielni utworzonej w Warszawie niemal równocześnie z likwidacją Warsztatów Krakowskich²⁷ byli twórcy paryskiego sukcesu, którzy przez kilka pierwszych lat wpływali na stylistykę wyrobów spółdzielni, to w latach 30. „styl wystawy paryskiej” ustąpił w projektach „Ładu” rustykalności i ludowości rozumianej przede wszystkim jako prostota formy i jej organiczny związek z tworzywem. Trzeba także cały czas pamiętać o związkach łączących „Ład” z Towarzystwem Popierania Przemysłu Ludowego i jego szkołą instruktorów,

²⁵ Por. m.in. J. Kieszkowski, *Zwięzły katalog wystawy dawnych drzeworytów ludowych zebranych i wydanych przez Zygmunta Łazarskiego*, Warszawa 1921; J.S. Bystron, *Polskie drzeworyty ludowe*, „Sztuki Piękne” 1929, V, 1, s. 1–27; W. Skoczylas, *Drzeworyt ludowy w Polsce*, Warszawa 1933; K. Piwocki, *Drzeworyt ludowy w Polsce*, Warszawa 1934; idem, *Z badań nad powstawaniem...*, s. 89–96; H. Schrammówna, *Sztuka ludowa i jej znaczenie dla kultury artystycznej*, Wilno 1939; J. Grabowski, *Zagadnienie stylu ludowego*, „Polska Sztuka Ludowa” 1947, I, 1–2, s. 9–10; idem, *Zagadnienie stylu ludowego (II)*, „Polska Sztuka Ludowa” 1948, II, 1–2, s. 3–5.

²⁶ Za: A. Chmielewska, *Wyobrażenia polskości. Sztuki plastyczne II Rzeczypospolitej w perspektywie społecznej historii kultury*, Warszawa 2019, s. 155.

²⁷ Walne Zgromadzenie członków Spółdzielni „Warsztaty Krakowskie” przyjęło uchwałę o jej likwidacji 17 listopada 1926 roku, a „Ład” powstał pod koniec października.

która mieściła się na Tamce w bliskim sąsiedztwie Szkoły Sztuk Pięknych²⁸. Z wileńskim TPPL współpracowała też jedna z założycielek „Ładu”, Eleonora Plutyńska, twórczyni inspirowanych *ludowością* tkanin, a zarazem autorka niezwykle spektakularnych działań *uludowiających* wiejską wytwórczość²⁹.

Stosunek mieszkańców wsi do praktyk mających na celu ich *uludwienie* był niejednoznaczny, zarówno jeśli chodzi o noszenie ludowego stroju³⁰, jak i wytwarzanie ludowych rzeczy. Inteligenci potrafili jednak dobrze motywować wiejskich wytwórców, tak materialnie, czyli kupując wyłącznie wyroby odpowiadające inteligenckim standardom *ludowości*, jak i przez dystrybucję kapitału kulturowego, gdy do udziału w oficjalnej wersji kultury narodowej włączali wyłącznie *ludową* wersję wiejskiej rzeczywistości. W czasach PRL wytwarzanie *ludowości* rozumianej jako konkretna forma artystycznej ekspresji było też stymulowane stypendiami i zapomogami dla twórców ludowych, dystrybuowanymi przez Ministerstwo Kultury i Sztuki oraz niektóre wydziały kultury szczebla wojewódzkiego, a później także dzięki utworzonemu w roku 1972 Funduszowi Rozwoju Twórczości Ludowej³¹ oraz państwowemu systemowi zaopatrzenia emerytalnego i rentalnego twórców ludowych. Dla wielu mieszkańców i mieszanek wsi stanowiły one ważną – jeśli nie najważniejszą – motywację do podejmowania działań artystycznych w zakresie sztuki ludowej³². Niebagatelną rolę w tych wszystkich procesach i działaniach odgrywała utworzona w roku 1949 Centrala Przemysłu Ludowego i Artystycznego, która pod akronimem „Cepelia” przetrwała nie tylko zmiany polityki gospodarczej PRL (łącznie się ze zmianą oficjalnej nazwy przedsiębiorstwa i wspieranych przez nie branż wytwórczo-

²⁸ Instruktorami TPPL i nauczycielami w warszawskiej Szkole Instruktorów TPPL byli następujący członkowie „Ładu”: Zofia Czasznicka, Lucjan Kintopf, Eleonora Plutyńska i Anna Śledziwska.

²⁹ Autorski opis tych działań w: E. Plutyńska, *O starych podwójnych tkaninach Sokółki, Augustowa i Białegostoku i o podwójnych tkaninach współczesnych*, w: *Tkanina polska*, red. K. Piwocki, Warszawa 1959, s. 60–68; szerszą analizę działań Plutyńskiej i podobek, z jakich wynikały, przedstawiam w: Klekot, *Kłopoty ze sztuką ludową*, s. 156–167.

³⁰ Na temat niechęci do folkloryzacji przez strój por. np. T. Seweryn, *Rozdroża sztuki ludowej*, Warszawa 1948, s. 70–71; także A. Marczak, *Wyprute historie. Fastrygowanie narracji o strojach krakowskich*, w: *Stroje Krakowskie. Historie i mity*, red. E. Pobiegly, E. Rossal, Kraków 2017, s. 225–269.

³¹ K. Zawistowicz-Adamska, *Polska Sztuka Ludowa: stan wiedzy – prace badawcze – opieka i upowszechnianie*, Łódź 1976.

³² A. Jackowska, *Poglądy Zalipianek na sztukę*, „Polska Sztuka Ludowa” 1983, XXXVII, 1–2, s. 19–38; A. Kroh, *Współczesna rzeźba ludowa Karpat Polskich*, Wrocław 1979; A. Jackowski, *Sztuka ludowa – relikty czy wartość żywa?*, „Polska Sztuka Ludowa” 1975, XXIX, 3, s. 133–152.

ści, które w latach 70. XX wieku przestały być „przemysłem artystycznym i ludowym”, a stały się „rękodziełem”³³), ale też transformację gospodarczą i ustrojową.

KONIEC CEPELIADY?

Cepelia nie tylko zarządzała wspomnianym Funduszem Twórczości Ludowej, ale przede wszystkim wytwarzała „ludowość na sprzedaż” w kraju i za granicą³⁴. Produkcja tej ludowości odbywała się zarówno na wsi i w mniejszych miejscowościach, jak i w dużych miastach: był to bowiem proces wieloetapowy i o zróżnicowanym przebiegu. Cepelia, jak słusznie wskazał Piotr Korduba, czerpała z wcześniejszych doświadczeń popierania przemysłu ludowego, których korzenie sięgały jeszcze czasów zaborów. Działalność Cepelii opierała się z jednej strony na skupie wyrobów od indywidualnych wytwórców, których większość była członkami cepeliowskich spółdzielni, lecz pracowała w domu lub własnej pracowni, z drugiej na wytwórczości chałupniczej prowadzonej nakładczo, a z trzeciej na produkcji w tzw. „zakładach zwartych”, czyli warsztatach i manufakturach stanowiących spółdzielczą własność³⁵. Wytwórcy należący do pierwszej grupy zyskiwali dzięki Cepelii dostęp do deficytowych surowców i materiałów, a równocześnie byli zobowiązani do dostarczania wyrobów w ilości zgodnej z wyznaczonymi przez spółdzielnię normami; często też zamówienie określało nie tylko liczbę sztuk wyrobu, ale i wzór, według którego należało go wykonać. Wzory zatwierdzała specjalna komisja artystyczno-etnograficzna; skup przeprowadzali pracownicy odpowiednio przeszkoleni w zakresie oceny ludowości wyrobu, nierzadko zresztą absolwenci i absolwentki studiów etnograficznych.

W toku tych procedur kwalifikacyjnych forma plastyczna służyła hipostazowaniu *ludu* będącego nosicielem wartości, za których utratę modernizacja miała odpowiadać: autentyczności, bliskości natury i wspólnotowości. Skutkiem takich praktyk ludowość stawała się cechą stopniowalną, a eksperci Cepelii mieli za zadanie nie tylko zero-jedynkową klasyfikację obiektów na ludowe i nie-ludowe, lecz określanie, w jakim stopniu ludowe są poszczególne wyroby i ich kategorie w ofercie przedsiębiorstwa. Wytwarzanie na wielką skalę sprawiało, że wiele cepeliowskich wyrobów traciło wartość rękodzieła,

³³ R. Gmurczyk, *Organizacja cepeliowska w latach 1949–2014: fakty i ludzie*, Warszawa 2014.

³⁴ P. Korduba, *Ludowość na sprzedaż*, Warszawa 2013.

³⁵ *Rękodzieło ludowe i artystyczne Cepelii. Informator dla sprzedawcy*, Warszawa 1989, s. 5.

stając się „pamiątkami ze wsi”, której turystyczną atrakcją miała być właśnie *ludowość*. Skanonizowane i spetryfikowane cechy formalne ludowości ulegały w *ludowej pamiątce* dodatkowemu uproszczeniu i stereotypizacji, ponieważ ponosiła ona wszystkie konsekwencje statusu suweniru – tej szczególnej postaci tożsamości, która jest przeznaczona na sprzedaż i dostosowana do niezobowiązującego włączenia we własny świat nabywcy po powrocie do domu³⁶. Pamiątkarstwo wykorzystuje stereotypy i klisze, które są łatwo przyswajalnym materiałem kulturowym, a elementy uznane za „najbardziej charakterystyczne” dla tożsamości materializowanej w postaci suweniru zestawia w nowe, nierzadko zaskakujące całości. Wytwarzanie suwenirów wymaga uprzedmiotowienia jakiejś tożsamości, opisanie jej w kategoriach formalnych, a następnie dokonania wyboru tych jej cech, które będą potencjalnie atrakcyjne dla turysty. Suvenir jest dla nabywcy częścią czasu wolnego, jak cała turystyka, a także sama *ludowość* – ta ostatnia zresztą nie tylko dlatego, że powstała jako skutek specyficznego rodzaju turystyki, jaką były podróże inteligentów na wieś, ale też ze względu na stosowane w jej konstrukcji kryteria selekcyjne, którymi posługiwali się badacze ludu, zainteresowani głównie „wesołymi zajęciami, związanymi przede wszystkim z czasem wolnym”³⁷.

Cepelia, po wymuszonych transformacją gospodarczą i ustrojową gruntownych zmianach modelu ekonomicznego i właścicielskiego³⁸, które zapewniły jej możliwość funkcjonowania przez kolejne ćwierćwiecze, jest obecnie w głębokim kryzysie³⁹. Jednak równocześnie na rynku masowo wytwarzanych *ludowych pamiątek* pojawił się nowy gracz, który zapełnił go stylistycznie spójną, choć bardzo monotonną w swej *ludowej* barwności ofertą: chodzi o istniejącą od roku 2009 firmę Folkstar. W sytuacji, gdy sklepy Cepelii znikły z największych polskich miast, Folkstar, który działa w modelu go-

³⁶ O genezie i wczesnej historii suwenirów por. S. Benson, *Reproduction, Fragmentation and Collection: Rome and the Origin of Souvenirs*, w: *Architecture and Tourism*, red. D. Medina Lasansky, B. McLaren, Oxford–New York 2004, s. 15–36; o tożsamości na sprzedaż: J.L. Comaroff, J. Comaroff, *Etniczność sp. z o.o.*, tłum. W. Usakiewicz, Kraków 2011.

³⁷ Na tę postawę dziewiętnastowiecznych ludoznawców wskazywali krytycy pojęcia *ludu*: L. Stomma, *Antropologia kultury wsi polskiej XIX wieku*, Warszawa 1986, zwł. s. 233–248; Z. Libera, *Lud ludoznawców: Kilka rysów do opisanie fizjognomii i postaci ludu naszego, czyli etnograficzna wycieczka po XIX wieku*, w: *Etnologia polska między ludoznawstwem a antropologią*, red. A. Posern-Zieliński, Poznań 1995, s. 137–152.

³⁸ Gmurczyk, *Organizacja...*

³⁹ Fundacja „Cepelia” Polska Sztuka i Rękodzieło, działająca pod nadzorem Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego i będąca właścicielką znaku towarowego „Cepelia”, została postawiona w stan likwidacji 30 czerwca 2020 roku (źródło: KRS).

spodarczym dobrze dopasowanym do współczesnego supermarketu kultury, ma w tej chwili dziesięć sklepów w najlepszych lokalizacjach turystycznych: w Krakowie przy Grodzkiej, w Łodzi przy Piotrkowskiej, czy przy sopockim „Monciaku”⁴⁰. Przedsiębiorstwo założone przez pochodzącą z Łowicza Martę Wróbel i prowadzone przez nią jako jednoosobowa działalność gospodarcza zajmująca się handlem detalicznym⁴¹, sprzedaje przez internet oraz w sklepach oznaczonych marką Folkstar masowo wytwarzane etnogadżety, opatrzone informacją „Zaprojektowane przez Folkstar w Łowiczu”. Pomimo że zgodnie z ewidencją gospodarczą firma Folkstar prowadzi działalność wyłącznie w zakresie handlu detalicznego, a nie produkcji czy projektowania, ma – jak wynika z treści zawartych na jej portalu – „swoich projektantów” i „swoje wyroby”. Ludowość sprzedawana w sklepach Folkstar, choć zgodnie z ludoznawczą reprezentacją regionalnie zróżnicowana (sklepy oferują produkty według regionalnego wzornika: łowickie, krakowskie, kaszubskie itd.), jest stylistycznie niezwykle powtarzalna, opierając się na „przygodnych przedstawiankach zdobniczych”, jak o działalności współczesnych sobie wytwórców ludowości wyraził się niemal sto lat temu etnograf Eugeniusz Frankowski⁴². Żywe kolory i bujność mechanicznie powielanych kwiatowych motywów, okraszonych gdzieniegdzie kogutkiem (albo parzenicą) to ucieleśniony stereotyp ludowej pamiętki: „100% folk”, jak głosi adresowana do klientów globalnego supermarketu kultury metka „ludowego T-shirtu”. Marketing ogólnodostępnej, masowej *ludowości* firmy Folkstar odwołuje się do swojskości i lokalnego patriotyzmu gospodarczego: podkreśla się fakt, że wyroby są wytwarzane w Polsce, a gdy produkcja ewidentnie odbywa się poza jej granicami – od braku informacji o miejscu produkcji uwagę odwraca notka: „Zaprojektowane przez Folkstar w Łowiczu”.

Łowicka przedsiębiorczyni, używająca nazwy etnodizajn na określenie wyrobów sprzedawanych w sklepach Folkstar, podkreśla związki łączące sprzedawane przez jej firmę wyroby z twórczością ludową na kilka sposobów⁴³. Po pierwsze, nie tylko podkreśla swoje rodzinne związki z Łowiczem, ale też osobiste kontakty z łowickimi twórczyniami wycinanek, a także dbałość o przestrzeganie ich praw do adaptowanych przez Folkstar wzorów. Choć większość oferty sklepów Folkstar jest produkcją masową, to oferują one także wyroby

⁴⁰ <<https://folkstar.pl/pl/sklepy>> [dostęp: 23 marca 2021].

⁴¹ CEIDG, [dostęp: 23 marca 2021].

⁴² „[...] posługiwanie się motywami sztuki ludowej do różnych przygodnych przedstawianek zdobniczych nie prowadzi do żadnych wyników wartościowych” (E. Frankowski, *Sztuka ludu polskiego*, Warszawa 1928, s. 25).

⁴³ *Sztuka ludowa to nie skansen. Rozmowa z Martą Wróbel, właścicielką firmy Folkstar*, w: *Patterns of Europe/Wzory Europy*, Lublin 2014, s. 75–85.

rękodzieła mające certyfikat Stowarzyszenia Twórców Ludowych i wykonywane przez członków tego stowarzyszenia. Na portalu firmy, przez który dokonuje się zakupów, w kilku miejscach pojawiają się informacje o prawach autorskich twórców ludowych, które firma honoruje. Nie podaje jednak ich imion i nazwisk, poprzestając na informacji, że rzecz została wykonana przez „Twórcę Ludowego”; brak też informacji o projektantach i grafikach, którzy przetwarzają ludowe motywy na potrzeby przemysłu pamiątkarskiego, choć w jednym z wywiadów Marta Wróbel podkreślała, że grafik adaptujący wycinankowe wzory jest synem łowickiej wycinankarki⁴⁴. Ludowa legitymizacja masowo wytwarzanych etnogadżetów za pomocą informacji, że w ich produkcję zaangażowane są osoby, które osobiście znają twórców ludowych, a nawet są z nimi spokrewnione, jest elementem marketingu Folkstar. „Wszystkie osoby w firmie mają jakieś książackie tradycje” – deklarowała Wróbel w roku 2014⁴⁵, autentyzując ludową reprezentację łowickiej wsi w wykonaniu własnej firmy, która dziś oferuje serie produktów inspirowanych ludowością także innych regionów. Projektowane w Łowiczu są bowiem także etnogadżety z serii kaszubskiej, podhalańskiej, krakowskiej czy opolskiej. Najwyraźniej łowickie pochodzenie projektanta legitymizuje także jego kompetencje w zakresie ludowości przypisywanej innym regionom.

ETNO, FOLK I LUDOWA AUTOREPREZENTACJA NARODOWA

Siła oddziaływania ludowości w polskim wzornictwie wydaje się podlegać dość regularnym fluktuacjom, od ponad stu lat stanowiąc nieodłączny element tegoż wzornictwa. Jak wskazuje Agnieszka Chmielewska, popularność ludowości jako źródła inspiracji dla tworzenia autoreprezentacji narodowej w sztuce i wzornictwie II Rzeczypospolitej miała zmienne natężenie. Jej apogeum stanowiła połowa lat 20. i sukces polskiego pawilonu na Międzynarodowej Wystawie Sztuk Dekoracyjnych i Nowoczesnego Przemysłu w Paryżu w roku 1925. Lata 30. cechował natomiast zwrot ku promocji Polski jako kraju nowoczesnego, z którym łączył się pewien odwrót od ludowości; jej estetyczna egzotyka nie współbrzmiała też dobrze z polityczną potrzebą podkreślania związków Polski z kulturą Zachodu⁴⁶. Także w czasach

⁴⁴ A. Treptow, *Nie jeden raz na ludowo*, „Puls Biznesu” 2016, 30 czerwca, dostępny w internecie: <<https://www.pb.pl/niejeden-raz-na-ludowo-835645>> [dostęp: 3 kwietnia 2021].

⁴⁵ *Sztuka ludowa to nie skansen*, s. 77.

⁴⁶ A. Chmielewska, *Ludowe jako narodowe: reprezentacja II Rzeczypospolitej na wystawach międzynarodowych i związane z nią problemy*, w: *Lokalne, narodowe, inne...*, red. P. Binder, Warszawa 2014, s. 333–348; eadem, *Wyobrażenia polskości*.

PRL, choć *ludowość* była przez cały czas ważnym elementem narodowej autoreprezentacji, natężenie jej obecności ulegało podobnym fluktuacjom. Lata 70. XX wieku były okresem bezprecedensowej popularności ludowej samoidentyfikacji, zarówno w adresowanych do zagranicznego turysty reklamach Polski jako kraju folkloru oraz masowo wytwarzanych pamiątkach i socjalistycznej konsumpcji Cepeliad, jak i w modzie czy wzornictwie kierowanym na oba rynki, zagraniczny i krajowy. Jednak u schyłku tej dekady, kiedy polska inteligencja odrzuciła folklorystyczną autoreprezentację narodową na rzecz symboliki patriotyczno-religijnej⁴⁷ oraz powielaczowo-samoróbkowej estetyki drugiego obiegu, zainteresowanie ludowością w polskim wzornictwie wyraźnie osłabło, potwierdzając cykliczny charakter zjawiska. Transformacja po roku 1989 wymagała autoreprezentacji Polski jako kraju przemian ustrojowych, liberalizacji gospodarczej i modernizacji, które legitymizowały jej miejsce we wspólnocie świata zachodniego. W tworzeniu takiego wizerunku wizja egzotycznego „kraju folkloru” nie tylko nie była użyteczna, ale wręcz przeszkadzała. Polskie wzornictwo lat 90. było więc kosmopolityczne, zarówno w nawiązaniach do postmodernizmu, jak i w nowoczesnym funkcjonalizmie.

Sytuacja uległa zmianie w ciągu pierwszej dekady XXI wieku, kiedy działalność zawodową rozpoczynali projektanci urodzeni w latach 70. poprzedniego stulecia. Zdobywali wykształcenie zawodowe już po roku 1989 i byli edukacyjnymi beneficjentami transformacji, przede wszystkim dlatego, że mogli swobodnie podróżować. Startowali też w zupełnie innej sytuacji gospodarczej niż poprzednie pokolenia polskich projektantów, jako samodzielni i pełnoprawni uczestnicy globalnego rynku projektowego. To przede wszystkim ich prace znalazły się na wystawie *Polska Folk*, którą w ramach Roku Polskiego w Wielkiej Brytanii (2009–2010) przygotowała Agnieszka Jacobson-Cielecka we współpracy z Instytutem Adama Mickiewicza. *Polska Folk* w dużej mierze opierała się na materiałach wykorzystanych przez kuratorkę we wcześniejszej, polskiej wersji pokazu, który pod tytułem *Naturalne zasoby polskiego dizajnu* został przygotowany dla Muzeum Regionalnego w Stalowej Woli. Wystawa prezentowała więc głównie prace tych, którzy byli za młodzi, by bezpośrednio zetknąć się z folklorystyczną autoreprezentacją narodową w działaniu. Oswojeni z supermarketem kultury i jego tożsamościową ofertą, poszukiwali w swoim otoczeniu kulturowym tradycyjnych form i naturalnych surowców, które odróżniałyby ich *glokalność* od innych *glokalności*.

⁴⁷ Por. J. Kubik, *The Power of Symbols Against the Symbols of Power: The Rise of Solidarity and the Fall of State Socialism in Poland*, University Park, PA 1994.

W listopadzie 2009 roku *Naturalne zasoby polskiego designu* zaprezentowano w krakowskim Muzeum Etnograficznym im. Seweryna Udzieli w ramach Festiwalu Etnodizajnu. Choć jednak pokazany na wystawach Jacobson-Cieleckiej etnodizajn nie zmierzał do wytworzenia opartego na ludowości „stylu narodowego”⁴⁸ i miał bardziej charakter projektanckiej propozycji w poetyce supermarketu kultury, niż stylistycznej deklaracji tożsamości narodowej, to podejścia do *ludowości*, które pojawiały się podczas wcześniejszych fal wzornictwa inspirowanego ludowością, powtarzały się jak figury przetworzenia dobrze znanego tematu.

Zabiegiem o historii sięgającej Witkiewicza, a skanonizowanym przez Cepelię, była zmiana funkcji, materiału i skali. Na transpozycji wzoru, połączonej ze zmianą funkcji, skali i materiału opiera się najbardziej chyba rozpoznawalny i uhonorowany największą liczbą nagród projekt etnodizajnerski, czyli efektowny filcowy dywan *Mohohej!Dia* autorstwa Moho Design (Michał Kopaniszyn, Magdalena Lubińska), a także naśladownictwa tego nośnego pomysłu w wykonaniu innych projektantów i producentów, takich jak Sztuka Beskidzka. Oparty na symetrii środkowej wzór, uzyskiwany w wycinance dzięki wielokrotnemu złożeniu arkusza papieru, został przetworzony w taki sposób, by umożliwić jego maszynowe wycinanie w rozłożonym na płasko, kilkuwarstwowym surowcu, którego wierzchnią warstwę stanowił wełniany filc. Inspiracją nie była więc rzecz, jaką jest papierowa wycinanka, lecz wygenerowany na jej podstawie wizualny znak; nie materialny przedmiot, lecz wizualna klisza *ludowości*. Tradycja *ludowa* wykorzystana przez autorów *Mohohej!Dia* nie tylko ma wyłącznie wizualny charakter, ale też jest oderwana całkowicie od lokalnego kontekstu ich własnego funkcjonowania. Moho Design to firma zarejestrowana w Katowicach, a Śląsk to region o wyrazistej tożsamości; tymczasem dywan *Mohohej!Dia*, który został zwycięzcą pierwszej edycji konkursu Śląska Rzecz (za rok 2005), jest transpozycją motywu wycinanki, czyli takiej formy dekoracji wiejskich wnętrz, która na Śląsku nigdy nie występowała.

Nieświadomość mechanizmów konstruowania *ludowości* i przywiązanie do związanych z nią stereotypów pojawia się w kontekście etnodizajnu bardzo często, nie tylko wśród projektantów i przedsiębiorców, ale także wśród tych, którzy zajmują się międzynarodową promocją kulturalną kraju. Przygnębiającym i żenującym przykładem stereotypowego myślenia

⁴⁸ A. Szczerski, *Beyond the National: Interpretations of Vernacular and Folk Art in Contemporary Polish Design and Architecture*, „Centropa: A Journal of Central European Architecture and Related Arts” 2011, 11, 3, s. 251–262.

o *ludowości* jako wyjątkowym i unikalnym bogactwie polskiego narodu był tekst na bilecie wstępu do polskiego pawilonu na Expo 2010 w Szanghaju, umieszczony pod stylizowaną formą wycinanki, na której opierał się cały projekt pawilonu. Najpewniej nieszczęsny tekst stanowił kontekstualizację pomysłu autorów pawilonu zupełnie od nich niezależną, niemniej dla odbiorcy nierozzerwalnie się z nim łączącą. Pomysł ten znów bazował na transpozycji wycinankowego motywu, a koncepcja pawilonu była prezentowana w ramach londyńskiej wystawy *Polska Folk*. Budynek, który miał formę przypominającą rozłożone kartonowe pudełko ozdobione wzorem składającym się z przetworzonego motywu wycinanki o symetrii środkowej, został zaprojektowany przez biuro WWAA Architektki (Marcin Mostafa i Natalia Paszkowska), przy współpracy Wojciecha Kakowskiego. Przetworzenie miało tutaj bardziej złożony charakter niż w dywanie Moho, bo projektanci wykorzystali motyw „lalek”, występujący w wycinankach o układzie pasowym. Pojedynczą „lalkę” zwielokrotniono, a następnie przetworzono w układ o symetrii centralnej, w którym postacie zostały zwrócone głowami ku środkowi kompozycji. W ten sposób uzyskano zupełnie nowy motyw łączący tradycyjną formę opartą na symetrii środkowej z „lalkami”. Motyw ten wielokrotnie powtórzono na całej powierzchni ścian pawilonu, nadając im charakter ażuru. Bilet wstępu łączył pojedynczy motyw z krótkim angielskim tekstem, z którego wynikało, że wycinanka to „rodzaj sztuki nieznaną w innych częściach świata”⁴⁹. Nawet jeżeli pominiemy kwestię powiązań polskiej wycinanki *ludowej* z wycinanką Żydów aszkenazyjskich⁵⁰, uznając różnicę za nieistotną, skoro występowała ona rzeczywiście na tych samych terenach, co wycinanka polska (czyli w tej samej części świata), to akurat w roku 2009, czyli na rok przed szanghajskim Expo, tradycja wykonywania chińskich wycinanek z papieru została wpisana na światową listę reprezentatywną Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego⁵¹.

⁴⁹ Oczywiście nie sądzę, by projektanci mieli cokolwiek wspólnego z tym tekstem. Prawdopodobnie ponosi za niego odpowiedzialność anonimowy pracownik polskiej dyplomacji kulturalnej obsługującej Expo 2010. I nie zdziwiłabym się, gdyby pracowicie zaczerpnął go z jakiejś popularyzatorskiej publikacji ludoznawczej.

⁵⁰ Por. O. Goldberg-Mulkiewicz, *Komunikat ikoniczny na pograniczu kulturowym i etnicznym. Żydowska wycinanka w procesie przemian*, „Studia Antropologiczne i Etnologiczne” 2003, 7, s. 185–201; eadem, *Przenikanie elementów twórczości ludowej między społecznością polską i żydowską*, „Polska Sztuka Ludowa” 1989, XLIII, 1–2, s. 105–112; eadem, *Współczesne przemiany tradycyjnej wycinanki żydowskiej*, „Polska Sztuka Ludowa” 1987, XLI, 1–4, s. 91–97.

⁵¹ <<https://ich.unesco.org/en/RL/chinese-paper-cut-00219>> [dostęp: 27 sierpnia 2020].

POZA KANON LUDOWOŚCI I „PRZESTAWIANKI WZORNICZE”

Jednak etnodizajnerskie inspiracje barwną, folklorystyczną ludowością wykraczają czasem poza transpozycję motywów, jak w dywanie Joanny Rusin *Pasanka*, trójwymiarowej kompozycji z pasków kolorowego filcu; lampie *Wiecha* Agnieszki Lasoty, złożonej z prostej drucianej konstrukcji obwiązanej barwnymi, powiewającymi wstążkami, która w intencji autorki⁵² miała służyć podczas parapetówki; czy graficznych projektach Nobo Design (Aleksandra i Piotr Wiśniewscy). Także nawiązania do ludoznawczej konstrukcji w postaci haftów kaszubskich⁵³ nie zawsze muszą mieć charakter wizualnej kliszy, jak w wypadku kaszubskiej serii produktów Folkstar. Marta Flisykowska twórczo eksplorowała zarówno kolorystykę tych haftów, jak i ich formę graficzną. Również w sferze pamiątek regionalnych etnodizajn potrafił proponować coś więcej niż transpozycję motywów. Zestaw ceramiczny TOD (*Taste of Diversity*), autorstwa Aze Design (Anna Kotowicz-Puszkarewicz i Artur Puszkarewicz), który powstał jako pamiątka z Podlasia, składa się z czterech stołowych pojemników na przyprawę. Wykonane z białej porcelany, nawiązują formą do tych elementów podlaskiego krajobrazu, które w interpretacji Aze świadczą o wielokulturowości regionu: formy pojemników to minaret, cebulasta kopuła cerkwi, neogotycka wieża kościoła i macewa. Projekt Aze nie korzysta z wszechobecnej w promocji tożsamości regionalnych *ludowości*; miesza natomiast sfery sacrum i profanum w sposób charakterystyczny dla poetyki odpustu i jarmarku.

Etnodizajn wydobywa także cechy wiejskiej wytwórczości wykraczające poza *ludowość* rozumianą jako forma: ubóstwo surowca, jego lokalny charakter, a zarazem banalność i trywialność, wielokrotne wykorzystywanie i przetwarzanie materiałów bardziej trwałych, które mają dla projektantów większą wartość niż „szlachetna prostota materiału” miała dla pokolenia „Ładu”. Takie podejście było widoczne w projekcie polskiego pawilonu na EXPO 2005 w Aichi. Zaprojektowana przez biuro Ingarden & Ewý (Krzysztof Ingarden, Jacek Ewý): konstrukcja składała się ze stalowej ramy pokrytej wiklinową plecionką, wykonaną metodami rzemieślniczymi, nawiązującymi do tradycyjnego koszykarstwa. W takie myślenie wpisują się też wyplatane ze starych gazet kosze o różnym przeznaczeniu (Makkirequ, Serfenta). Natomiast prace

⁵² Szczerski, *Beyond the National*, s. 257.

⁵³ Por. E. Kizik, *Współpraca Izzydora Gulgowskiego z gdańskim Kunstverein w roku 1909. U źródeł ceramiki nowokaszubskiej*, „Kwartalnik Historii Kultury Materialnej” 2015, XLIII, 3, s. 495–510.

Bartosza Muchy/Poorex z niezwykłą wyobraźnią wykorzystują trywialność, pospolitość i bylejakość, maskując swój krytyczny potencjał dowcipem. Rustykalność wykraczająca poza skojarzenia ze stereotypową *ludowością* pojawia się w takich projektach jak ceramiczny wazon *Snopek* Marka Cecuły, czy stołek *Pieniek* duetu projektanckiego Malafor (Agata Kulik-Pomorska, Paweł Pomorski). Także Miska Kluka duetu WZOROWO (Agnieszka Bar, Karina Marusińska), będąca szklanym, otwartym od spodu bąblem, którego wnętrze można wypełnić dowolnym materiałem, bywała prezentowana w kontekście etnodizajnu z wypełnieniem z siana ułożonego w formę gniazda chronionego przez przezroczyste ściany.

Choć więc etnodizajn w przeważającej liczbie swych wyrobów wykorzystuje *ludowość* rozumianą jako styl formalny, potrafi zaproponować także rozwiązania, które nie opierają się na wizualnym stereotypie „kanonu sztuki ludowej”. W większości projektów i realizacji nie oznacza on jednak zmiany sposobu rozumienia tego, co ma być źródłem inspiracji projektanta, cały czas odwołując się do głęboko zakorzenionej w potocznym myśleniu *ludowej* reprezentacji wsi oraz związanej z nią nostalgii za pierwotnym *ludem* jako nosicielem archaicznej wiedzy i tradycji, naturą, której lud ten jest w swej pierwotności bliski i nieskrępowany edukacją ekspresji dzieciństwem – obszarami *inności* nowoczesnego człowieka, jego prymitywnymi *alter ego* sprzed upadku w nowoczesność. Natomiast różnice między praktykami projektantów, którzy wcześniej korzystali z inspiracji *ludowości*, a podejściem zdecydowanej większości etnodizajnerów wynikają przede wszystkim z tego, że ci pierwsi mieli zawsze bezpośredni kontakt z wytworzonymi na wsi rzeczami, które uważali za *ludowe*, a często sami je wyszukiwali, trzymali w pracowniach i umieszczali na wystawach obok własnych prac. Przez cały okres PRL wzorcownia Cepelii oraz zbiory muzealne były dla projektantów miejscem bezpośredniego kontaktu z wytworzonymi na wsi rzeczami, stanowiącymi ucieleśnienie tego kanonu. Natomiast dla autorów najciekawszych projektów etnodizajnerskich potrzeba kontaktu z oryginalnym obiektem wynika najczęściej z chęci wyjścia poza zmuzealizowany kanon *ludowości*, wszechobecny w postaci reprezentacji w kulturze wizualnej. Wydaje się więc, że *ludowość* przez projektantów w XXI wieku nadal jest rozumiana głównie jako zespół cech formalnych, za którymi kryją się określone znaczenia i wartości. Te znaczenia to z jednej strony budowana na *rodzimości* tożsamość w supermarkecie kultury, a z drugiej obszar nowoczesnych tęsknot i nostalgii za autentycznością, do której droga prowadzi przez nieuczoną pierwotność i wyjście poza kanon akademickiej edukacji artystyczno-projektowej.

BIBLIOGRAFIA

- Agamben G., *Homo sacer. Suwerenna władza i nagie życie*, tłum. M. Salwa, Warszawa 2008
- Bendix R., *In Search of Authenticity. The Formation of Folklore Studies*, Madison 1997
- Benson S., *Reproduction, Fragmentation and Collection: Rome and the Origin of Souvenirs*, w: *Architecture and Tourism*, red. D. Medina Lasansky, B. McLaren, Oxford–New York 2004, s. 15–36
- Białostocki J., *Historia sztuki wśród nauk humanistycznych*, Wrocław 1980, s. 36–55
- Białostocki J., *Kryzys pojęcia stylu*, „Biuletyn Historii Sztuki” 1978, XL, 1, s. 3–10
- Blaschke K., *Nasze własne, nasze polskie. Mit renesansu lubelskiego w polskiej historii sztuki*, Kraków 2010
- Blaschke K., *Z teorii sztuki ludowej w PRL-u*, w: *Pany chłopy chłopy pany*, red. W. Szymański, M. Ujma, Nowy Sącz 2016, s. 62–71
- Bourdieu P., *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzienia*, przeł. P. Biłos, Warszawa 2005
- Buchowski M., *Kultura ludowa – mit czy rzeczywistość?* [głos w dyskusji], „Lud” 1991, 74, s. 178–181
- Bystron J.S., *Polskie drzeworyty ludowe*, „Sztuki Piękne” 1929, V, 1, s. 1–27
- Chmielewska A., *Ludowe jako narodowe: reprezentacja II Rzeczypospolitej na wystawach międzynarodowych i związane z nią problemy*, w: *Lokalne, narodowe, inne...*, red. P. Binder, Warszawa 2014, s. 333–348
- Chmielewska A., *Wyobrażenia polskości. Sztuki plastyczne II Rzeczypospolitej w perspektywie społecznej historii kultury*, Warszawa 2019
- Chrudzimska-Uhera K., *Stylizacje i modernizacje. O rzeźbie i rzeźbiarzach w Zakopanem w latach 1879–1939*, Warszawa 2013
- Comaroff J.L., Comaroff J., *Etniczność sp. z o.o.*, tłum. W. Usakiewicz, Kraków 2011
- Connelly F.S., *The Sleep of Reason: Primitivism in Modern European Art and Aesthetics, 1725–1907*, University Park, PA 1995
- Dobrowolski T., *Popęd twórczy i technika artystyczna jako podstawy ludowej sztuki*, „Przegląd Współczesny” 1937, 60, 3, s. 103–109
- Frankowski E., *Sztuka ludu polskiego*, Warszawa 1928
- Gmurczyk R., *Organizacja cepeliowska w latach 1949–2014: fakty i ludzie*, Warszawa 2014
- Goldberg-Mulkiewicz O., *Komunikat ikoniczny na pograniczu kulturowym i etnicznym. Żydowska wycinanka w procesie przemian*, „Studia Antropologiczne i Etnologiczne” 2003, 7, s. 185–201
- Goldberg-Mulkiewicz O., *Przenikanie elementów twórczości ludowej między społecznością polską i żydowską*, „Polska Sztuka Ludowa” 1989, XLIII, 1–2, s. 105–112
- Goldberg-Mulkiewicz O., *Współczesne przemiany tradycyjnej wycinanki żydowskiej*, „Polska Sztuka Ludowa” 1987, XLI, 1–4, s. 91–97
- Gombrich E.H., *The Preference for the Primitive. Episodes in the History of Western Taste and Art*, London–New York 2002

- Gombrich E.H., *Zmysł porządku. O psychologii sztuki dekoracyjnej*, red. nauk. D. Folga-Januszewska, Kraków 2009
- Grabowski J., *Zagadnienie stylu ludowego*, „Polska Sztuka Ludowa” 1947, I, 1–2, s. 9–10
- Grabowski J., *Zagadnienie stylu ludowego (II)*, „Polska Sztuka Ludowa” 1948, II, 1–2, s. 3–5
- Heidegger M., *Czas swiatioobrazu*, tłum. K. Wolicki, w: idem, *Budować, myśleć, mieszkać*, Warszawa 1977, s. 128–167
- Jackowska A., *Poglądy Zalipianek na sztukę*, „Polska Sztuka Ludowa” 1983, XXXVII, 1–2, s. 19–38
- Jackowski A., *Sztuka ludowa – relikty czy wartość żywa?*, „Polska Sztuka Ludowa” 1975, XXIX, 3, s. 133–152
- Katalog 1 Wystawy Ekspresjonistów Polskich*, Kraków 1917
- Kieszkowski J., *Zwizęży katalog wystawy dawnych drzeworytów ludowych zebranych i wydanych przez Zygmunta Łazarskiego*, Warszawa 1921
- Kizik E., *Współpraca Izzydora Gulgowskiego z gdańskim Kunstverein w roku 1909. U źródeł ceramiki nowokaszubskiej*, „Kwartalnik Historii Kultury Materialnej” 2015, XLIII, 3, s. 495–510
- Klekot E., *Etnodizajn – kolejne konfiguracje sztuki ludowej*, „Etnografia Nowa” 2012, 4, s. 39–46
- Klekot E., *Etnodizajn – polskie gry z nowoczesnością*, „Herito” 2016, 24, s. 146–159
- Klekot E., *Kłopoty ze sztuką ludową. Gust. Ideologie. Nowoczesność*, Gdańsk 2021
- Klekot E., *W krainie ludu: „etno” w polskim dizajnie*, „2+3D. Ogólnopolski Kwartalnik Projektowy” 2013, 1, s. 79–83
- Korduba P., *Ludowość na sprzedaż*, Warszawa 2013
- Kroh A., *Współczesna rzeźba ludowa Karpat Polskich*, Wrocław 1979
- Kubik J., *The Power of Symbols Against the Symbols of Power: The Rise of Solidarity and the Fall of State Socialism in Poland*, University Park, PA 1994
- Labuda A.S., *Uwagi o pojęciu stylu i „zasadzie formalnego podobieństwa”*, „Biuletyn Historii Sztuki” 1978, XL, 1, s. 55–59
- Leerssen J., *Encyclopaedia of Romantic Nationalism in Europe*, Amsterdam 2018
- Libera Z., *Lud ludoznawców: Kilka rysów do opisanja fizjognomii i postaci ludu naszego, czyli etnograficzna wycieczka po XIX wieku*, w: *Etnologia polska między ludoznawstwem a antropologią*, red. A. Posern-Zieliński, Poznań 1995, s. 137–152
- Malraux A., *Głowa z obsydianu*, przeł. A. Tatarkiewicz, Warszawa 1978
- Marczak A., *Wyprute historie. Fastrygowanie narracji o strojach krakowskich*, w: *Stroje Krakowskie. Historie i mity*, red. E. Pobiegly, E. Rossal, Kraków 2017, s. 225–269
- Mironiuk-Nikolska A., *Ludowe odczuwanie formy i świata. Stowarzyszenie Twórców Ludowych z perspektywy animatora*, w: *Twórcy, wytwórcy, przetwórcy. Wokół problematyki wzornictwa regionalnego*, red. A.W. Brzezińska, S. Kucharska, Kalisz 2018, s. 9–23
- Moon H.-J., *L'école “Martine” de Paul Poiret*, w: *Une émergence du design. France 20e siècle*, red. S. Laurent, Paris 2019, dostępny w internecie: <https://hicsa.univ-paris1.fr/documents/pdf/PublicationsLigne/Design_Laurent_2019/02_Moon_02.pdf> [dostęp: 15 maja 2020].

- Naturalne zasoby polskiego designu*, katalog wystawy, Stalowa Wola: Muzeum Regionalne w Stalowej Woli, b.d.
- Piwocki K., *Drzeworyt ludowy w Polsce*, Warszawa 1934
- Piwocki K., *Z badań nad powstawaniem stylu ludowego*, „Przegląd Współczesny”, 1936, 59, 7, s. 89–96
- Plutyńska E., *O starych podwójnych tkaninach Sokółki, Augustowa i Białegostoku i o podwójnych tkaninach współczesnych*, w: *Tkanina polska*, red. K. Piwocki, Warszawa 1959, s. 60–68
- Polska Folk*, katalog wystawy, Stalowa Wola: Muzeum Regionalne w Stalowej Woli, b.d.
- Rękodzieło ludowe i artystyczne Cepelii. Informator dla sprzedawcy*, Warszawa 1989
- Schrammówna H., *Sztuka ludowa i jej znaczenie dla kultury artystycznej*, Wilno 1939
- Seweryn T., *Rozdroża sztuki ludowej*, Warszawa 1948
- Skoczylas W., *Drzeworyt ludowy w Polsce*, Warszawa 1933
- Smolik P., *Recenzja artykułu K. Piwockiego „Z badań nad powstawaniem stylu ludowego”*, „Arkady” 1937, III, 1, s. 54
- Stomma L., *Antropologia kultury wsi polskiej XIX wieku*, Warszawa 1986
- Szczerski A., *Beyond the National: Interpretations of Vernacular and Folk Art in Contemporary Polish Design and Architecture*, „Centropa: A Journal of Central European Architecture and Related Arts” 2011, 11, 3, s. 251–262
- Szczygieł J., *Polski ludowy obiekt pompowany powietrzem ma 10 lat*, „Design Alive” 2018, 14 marca, dostępny w internecie: <<https://www.designalive.pl/polski-ludowy-obiekt-pompowany-powietrzem-ma-10-lat/>> [dostęp: 18 marca 2021]
- Sztuka ludowa to nie skansen. Rozmowa z Martą Wróbel, właścicielką firmy Folkstar*, w: *Patterns of Europe/Wzory Europy*, Lublin 2014, s. 75–85
- Tondos B., *Styl zakopiański i zakopiańszczyzna*, Wrocław 2004
- Treptow A., *Nie jeden raz na ludowo*, „Puls Biznesu” 2016, 30 czerwca, dostępny w internecie: <<https://www.pb.pl/niejeden-raz-na-ludowo-835645>> [dostęp: 3 kwietnia 2021].
- Warchala M., *Autentyczność i nowoczesność*, Kraków 2006
- Węglarz S., *Chłopi jako „obcy”. Prolegomena*, w: *Pożegnanie paradygmatu? Etnologia wobec współczesności*, red. W. Burszta, J. Damrosz, Warszawa 1994, s. 78–101
- Witkiewicz S., *Na przełęczu*, Warszawa 1891
- Zawistowicz-Adamska K., *Polska Sztuka Ludowa: stan wiedzy – prace badawcze – opieka i upowszechnianie*, Łódź 1976

Ewa Klekot

SWPS University of Social Sciences and Humanities / University of Warsaw

ETHNODESIGN AND FOLK STYLES IN POLISH DESIGN

Summary

In the first decade of the 2000s, a new wave of “folk inspirations” became visible in the work of Polish designers, which was celebrated by exhibitions, publications, conferences and a special festival. Interestingly, all the Polish-language coverage of these events

almost unanimously avoided Polish vocabulary suggesting any connection with “folk” (n.: *lud*, adj.: *ludowy*) and used the English-sounding term “etnodizajn” (or “ethnode-sign”), which actually did not exist in any official Polish or English dictionary. “Etnodizajn” is definitely not the first case when Polish designers have used the “natural resources” of the “folk art tradition”. This article discusses the early 21st century *etnodizajn* as embedded in the Romantic tradition of understanding the meaning of the *folk*, pointing at its endurance both in design practices and cultural politics. Following the design strategies of companies and studios linked to *etnodizajn*, the author presents, on one hand, projects that neatly fit into a century-old strategies of purely formal inspirations, and on the other, those projects that search beyond the beaten track of folk art.

Keywords:

Polish design, etnodizajn/ethnodesign, folk, cultural politics