

**Roch Sulima**Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Warszawa  
Instytut Kultury Polskiej, Uniwersytet Warszawski

## Od logosfery do ikonosfery ludowości

**Piotr Korduba, *Ludowość na sprzedaż. Towarzystwo popierania Przemysłu Ludowego, Cepelia, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, Fundacja Bęc Zmiana, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013, ss. 342.***

Książka Piotra Korduby pokazuje, jak idea ludowości, ukształtowana w kręgach artystycznych, inteligentkich, o genealogii głównie szlachecko-ziemiańskiej, których środowiskiem oddziaływania intelektualnego od końca XVIII wieku było przede wszystkim miasto, konstytuuje jeden z najbardziej wyrazistych stylów kultury polskiej ostatnich stuleci. Styl ten przenika różne dziedziny, widoczny jest w sferze kultury symbolicznej (w tym artystycznej), ale również kultury społecznej i politycznej (ludowe wykładniki tożsamości narodowej) oraz – głównie w XX wieku – czytelny jest również jako styl kultury bytu (wyposażenie wnętrz, ikonosfera codzienności).

W pracy Piotra Korduby interferują zatem kręgi oddziaływania dwu ważnych ośrodków znaczeniowych, wytwarzających wyraziste w polskich realiach społeczne mitologie, czyli – mówiąc hasłowo – mitologie „miasta” i mitologie „wsi”. Od XIX wieku stanowią one kluczowe kategorie opisu głębokich struktur kultury polskiej. Wspomniana interferencja dobrze jest w *Ludowości na sprzedaż* zaświadczone, choć nie zawsze w pełni uświadamiana w planie teoretycznym.

Na tle wyraźnie zmytyzowanego dyskursu ludowości, gdzie prawie wszystko zostało już powiedziane, Piotr Korduba wyodrębnił w pełni oryginalny, nowy przedmiot badania, który trafnie określił mianem „ludowości na sprzedaż”, odniesionej przede wszystkim do zjawisk sztuki ludowej i tzw. przemysłu ludowego. W sposób tak systematyczny, z wykorzystaniem bogatych źródeł, nikt do tej pory zjawiska tego nie tylko nie wyodrębnił jako osobnego przedmiotu badania, ale także nie opisał w ujęciu historycznym. Uznać to trzeba za podstawowy walor pracy, decydujący o jej znaczeniu dla historyka idei, kulturoznawcy, historyka kultury, etnografa, folklorysty, socjologa kultury i historyka sztuki XX wieku, ale także dla antropologa materialności (rzeczy) i antropologa codzienności.

Zakres chronologiczny rozprawy wyznaczają z jednej strony dobrze już opisane (m.in. w pracach Lesława Tatarowskiego) wzory ludowości młodopolskiej, a z drugiej – lata 70. XX wieku, w których uobecniają się coraz wyraziściej wzory polskiej wersji kultury masowej, pojawiają się też jej teoretyczne konceptualizacje. Sądzę,

że bez bliższej rekonstrukcji modelu ludowości młodopolskiej, ponawiającej romantyczne mitologie, trudno zrozumieć fenomen ludowości jako ważnego stylu kultury polskiej XX wieku oraz fenomenu „ludowości na sprzedaż”. Wiąże się to ze zmianą w XX wieku semiotycznych nośników (znaków) idei ludowości, zmianą wyraźnie odnotowywaną przez badacza, a więc zarysowanie się w sposób bardziej wyrazisty nośników ikonosfery ludowości. Jest to niezmiernie ważne, gdy odnotujemy, że głównym środowiskiem semiotycznym idei ludowości była logosfera, która – przede wszystkim w postaci literatury romantyzmu – zdominowała, a wcześniej ukonstytuowała w społecznej świadomości dyskurs ludowości.

Widać w pracy Piotra Korduby zapowiedź zmiany nawyków percepcyjnych, a także genezę zdemokratyzowanej ikonosfery codzienności, gdzie „obrazy”, a nie „opowieści domowe”, konstytuują sensy potocznego świata (por. m.in. rozdziały *O ludowości w międzywojennym wnętrzu* oraz *O ludowości w nowym wnętrzu i stroju*). Takie odczytanie walorów książki Korduby stanowić może również impuls teoretyczny dla historyka kultury polskiej. Rzadko która forma przekazu kulturowego, oczywiście poza mediami audiowizualnymi, posiada tak stosunkowo szerokie, dostępne naocznie doświadczeniu, pola oddziaływania, jak znaki i teksty „ludowości na sprzedaż”. Stąd też można odnotować modelowy walor dokonywanych przez autora rekonstrukcji dla badań nad sposobami istnienia tradycji. Słowa „tradycja”, „pamięć kulturowa” raczej w pracy się nie pojawiają, nie ma teoretycznych odniesień do współczesnych zastosowań tych kategorii, choć dyskurs tradycji wpisany jest immanentnie w analizowaną tu

książkę, pojawia się on jednak w „rozproszeniu”.

Piotr Korduba śledzi dyskurs ludowości przebiegający w świecie „nacechowanych” symbolicznie przedmiotów, rzeczy, wytworów sztuki ludowej oraz „nacechowanych” miejsc (wystawy krajowe i zagraniczne, domowe wnętrza, przestrzenie oficjalne), a nie – jak było do tej pory – dyskurs przebiegający w świecie społecznych powinności, gdzie lud był traktowany jako „humanistyczne sacrum” (Czesław Hernas).

Rzut oka na całość pracy Piotra Korduby pozwala stwierdzić, że patronują jej, nieujawnione jednak źródłowo, myśli z *Promethidiona* Cypriana Kamila Norwida, którego literaturoznawcy określili mianem poety „wieku kupieckiego”. Zaryzykuję jednak sąd, że gdyby do cytowanych sumiennie przez badacza wypowiedzi o ludowości zastosować współczesny system antyplagiatowy, to moglibyśmy „zwinąć” cytowane przez Kordubę teksty do jednoarkuszowego, o dużej gęstości semantycznej, przekazu topiki ludowości w kulturze polskiej ostatnich dwu stuleci. Potwierdzałoby się w ten sposób „ośrodkowe”, nieredukowalne znaczenie tej topiki dla pytań o naszą tożsamość kulturową, a zarazem, jak sądzę, jej myślowe wyczerpanie, filozoficzna jałowość, dobrze widoczna na tle dyskursów kulturowych nowoczesnej Europy i świata.

Chyba żadna książka, a było ich przecież wiele, tak jak *Ludowość na sprzedaż*, nie uprawnia mnie do stwierdzenia, że od Młodej Polski po Polskę Ludową pisze się (i czyta) ten sam tekst ludowości, z tymi samymi argumentami „za” i raczej sporadycznymi „przeciw”. Praca Piotra Korduby otwiera też problematykę ludowości na pytania o wzorce polskiej kultury ponowoczesnej.

\* \* \*

Modele kultury dworku i kultury chłopskiej chałupy zderza badacz z wzorcami cywilizacji technicznej, z regułami przemian procesów gospodarowania, co szczególnie ciekawie wygląda w rozdziałach o „ludowości na sprzedaż” w kulturze i ekonomii Polski Ludowej. Dobrze widoczną ramą, która pozwala uchwycić historyczną cyrkulację wzorców i modeli „ludowości na sprzedaż”, jest rama instytucjonalna, czyli analizowana przez Kordubę działalność Towarzystwa Popierania Przemysłu Ludowego (1907), Cepelii (1949) i Instytutu Wzornictwa Przemysłowego (1950).

Przedmiotem badań są instytucje szczególnego rodzaju, a więc łączące działalność kulturalną, społeczną i ekonomiczną (wytwórczą). Analizowane są manifesty programowe, struktury administracyjne, formy działania, tzw. społeczne „obrazy” instytucji (m.in. opinie mediów), a także ich geografia i zróżnicowanie regionalne. Wywody Piotra Korduby na ten temat są dla kulturoznawcy przekonujące, dążą wręcz do kompletności przedstawianych zagadnień, stanowią też impuls do namysłu teoretycznego.

W analizach wspomnianych instytucji wyraziście jawią się nie tylko struktury, idee, ale także podmioty działające, czyli konkretni ludzie, bohaterowie książki. Ten aspekt należy odnotować ze szczególną uwagą, gdyż badacz rekonstruuje w zarysach wiele biografii kulturowych, analizuje więc zjawiska i procesy kulturowe poprzez opisanie reguł działania podmiotów tych procesów. Przez to rozprawa nabiera antropologicznej głębi, odsłania zjawiska, których kulturowej regularności raczej nie konstатовano, jak choćby rozstrzygający w swej wymowie udział zasłużonych dla „sztuki i przemysłu ludowego” kobiet: Heleny Schrammówny,

Janiny Oryźny, Wandy Telakowskiej, Zofii Szydłowskiej i innych.

Z cytowanych przez badacza przekazów wynika, że sztuka ludowa oraz wyroby przemysłu ludowego odbierane były, zgodnie z instytucjonalną definicją (i panującą modą), w środowiskach miejskich, głównie inteligenckich, ale też mieszczańskich elit, w kręgach państwowych, dyplomatycznych oraz na wystawach w kraju i za granicą. Oznaczało to ludowość „zewnątrzną”, a nie immanentną, oddolną, wyrażającą światopoglądy ludowe, idee środowisk chłopskich czy plebejskich, ale także dostrzeżenie „inności kulturowej” jako swoistego zasobu dóbr symbolicznych, które decydowały o swoistości ówczesnych gier kulturowych, opisanych m.in. przez J. Clifforda w jego pracy *Kłopoty z kulturą*.

Można powiedzieć, że „przemysł ludowy” był, przede wszystkim w pierwszej połowie XX wieku, symboliczną reprezentacją nowych podmiotów społecznych (nie bez wpływu starej idei solidaryzmu), przekodowywaną na plan estetyki różnicą kulturową. Praca Piotra Korduby ma istotne znaczenie dla historii polskiej inteligencji, w znacznej mierze o postszlacheckiej genealogii; inteligencji, która odnajdywała się w strukturach społeczeństwa industrialnego i była w jakimś sensie promotorem „ludowości na sprzedaż”. Promocje sztuki i przemysłu ludowego jawiły się jako patriotyczny obowiązek polskiej inteligencji nie tylko w międzywojniu, co mogłyby m.in. potwierdzać inteligenckie i ziemiańskie środowiska, które tworzyły Cepelię w 1949 roku (s. 149–150). Warto w tym kontekście odnotować, że ruch ludowy nie miał programu ani koncepcji rozwoju „przemysłu ludowego”, była to domena środowisk inteligenckich (s. 127).

\* \* \*

Powyższe obserwacje potwierdzają analizy trzech wymienionych w rozprawie instytucji. Zaczęę od obszernego rozdziału na temat Towarzystwa Popierania Przemysłu Ludowego. Analizy przebiegają w stosunkowo wyraziście zarysowanych ramach pojęciowych. Gwarantuje to wywodom spójność kompozycyjną i merytoryczną, widoczną szczególnie w pierwszych czterech rozdziałach, stanowiących podstawowy korpus rozprawy. Tymi kategoriami są: kultura narodowa, ochrona sztuki ludowej, relacje między wzorcami cywilizacji technicznej a romantycznym paradygmatem kultury polskiej: ludowość, narodowość, pierwotność (prakultura), autentyczność, współcześnie powiedzielibyśmy też: tożsamość kulturowa w odradzającym się po 1918 roku państwie polskim.

Analiza programów, ideologii i działalności instytucji „ludowości na sprzedaż” poświadczają nie tyle kolizję, ile chwiejną koegzystencję tych dwu paradygmatów na płaszczyźnie kultury estetycznej i doktryny państwowotwórczej, zarówno w międzywojniu, jak i w PRL-u. Mogło się to sprowadzać m.in. do realizacji hasła: narodowe/ludowe znaki i symbole w nowoczesnych wnętrzach, w przestrzeniach nowoczesności. Warto odnotować przy okazji, że wnętrze polskiego domu za sprawą sztuki i przemysłu ludowego demokratyzuje się, staje się bardziej „otwarte”, czyli jest przedmiotem kulturowej refleksji na szerszą skalę, co znalazło szczególnie wyraz w swoistej reglamentacji wzorów wyposażenia wnętrz po 1945 roku.

Spójny, o monograficznym zakroju charakter ma rozdział poświęcony Cepelii, która okazała się jedną z ważniejszych instytucji podtrzymujących po 1945 roku ciągłość

tradycji sztuki i przemysłu ludowego sprzed 1939 roku, w czym można się dopatrywać nawet – na swój sposób – misyjnego charakteru tej instytucji, utworzonej przez ludzi ze środowisk inteligentnych i ziemiańskich. Ważny jest, odwołujący się do bogatej bazy źródeł, porządkujący dotychczasowe rozpoznania, podrozdział *Sztuka ludowa w Cepelii*. Należyta uwagę poświęcił badacz „społecznym obrazom” Cepelii, co wydaje się dosyć istotne dla opisu znaczenia tej instytucji. Piotr Korduba stwierdza, że za sprawą Cepelii „sztuka ludowa dosłownie zaistniała w przestrzeni publicznej” (s. 190), a cepeliowskie znaczyło tyle co ludowe i polskie (s. 197). Omawia też styl cepeliowski, zjawisko kluczowe dla analiz ikonosfery życia codziennego w PRL-u, decydujące też o stylu kultury masowej i popularnej (por. rozróżnienia prof. Stefana Żółkiewskiego typu i stylu kultury) w powojennej Polsce. Habilitant analizuje różnorodne znaczenia zwrotu „cepeliowski”, ewoluujące od oznaczania wysokich wartości estetycznych i użytkowych, po deprecjonujące określenie „cepeliada”, które niekoniecznie odnosiło się do organizowanych corocznie widowisk folklorystycznych. Sądzę, że zagadnienie „stylu cepeliowskiego” i kulturowej „cepeliady” zasługuje w przyszłości na osobną rozprawę, gdyż zjawiska te mają istotną wartość diagnostyczną dla analiz kultury polskiej po 1945 roku, włącznie z obecnymi stylami kultury popularnej, cieszącej się stałym zainteresowaniem kulturoznawców, co przypomina naukową modę. Jest to również bardzo ciekawy obszar zjawisk dla antropologii „rzeczy”, socjologii „zamieszkiwania” oraz badań nad wizualizacją i teatralizacją współczesnej kultury.

W tym kręgu problemowym sytuują się podstawowe tezy rozdziału poświęconego

działalności Instytutu Wzornictwa Przemysłowego, którego zadaniem były „działania na rzecz podniesienia oraz umasowienia kultury estetycznej przedmiotów codziennego użytku w powiązaniu z procesami gospodarczymi, a ich ideowe tło wynikało z przekonania o znaczeniu wzornictwa dóbr konsumpcyjnych we współtworzeniu nowej kultury” (s. 204). Instytut „skupiał się na zagadnieniach mieszkalnictwa oraz środowiska pracy, nie zajmował się jednak produkcją, ale wypracowywaniem metod pozyskiwania wzorów dla produkcji przemysłowej, opartej na tradycyjnej sztuce i przemyśle ludowym z wykorzystaniem talentów wiejskiej społeczności” (s. 208). Nierzadko, w zgodzie z radzieckimi wzorcami, działalność Instytutu skierowana była przeciw fabrycznemu, kosmopolitycznemu kiczowi i pseudoludowości (s. 210).

Rekonstrukcje dokonywane przez autora *Ludowości na sprzedaż* uświadamiają, że potrzebne są w tych analizach nowe pytania badawcze i nowe problematykacje, które zwracałyby się w stronę genezy współczesnych form kultury masowej i popularnej, służyłyby odsłanianiu jej historycznych uwarunkowań oraz repertuaru gatunków i form podawczych. Gdy socjologia kultury zwracała się w stronę genealogii współczesnej polskiej kultury masowej (A. Kłosowska, S. Żółkiewski), to powoływała się przede wszystkim na procesy umasowienia kultury typograficznej i czytelnictwa oraz mediów audiowizualnych. Rzadko natomiast odwoływano się do masowej cyrkulacji „przedmiotów” (np. moda damska), które wytwarzała Cepelia, a których wygląd i funkcję projektowano w Instytucie Wzornictwa. Ustalenia Piotra Korduby mają w tym zakresie istotną wartość

źródłową, w mniejszym zakresie – wartość projektującą przyszłe badania.

\* \* \*

Na koniec kilka kwestii dyskusyjnych. Kompozycja pracy Piotra Korduby jest tematyczna, a nie problemowa, odpowiada klasycznym opisom instytucji kultury. Wywody badacza zazwyczaj świadomie nie są wpisane w dwudziestowieczne dyskursy antropologiczne, ale raczej usytuowane w organizacyjno-instytucjonalnych porządkach kultury. Z pełną świadomością badacz rezygnuje z referowania zagadnień ogólnych, co kwituje m.in. takim komentarzem: „Zagadnienia relacji pomiędzy koncepcją kultury narodowej Polski Ludowej a kulturą ludową czy nawet ludowością było już przedmiotem wielu naukowych wypowiedzi omawiających je z uwzględnieniem narodowych aspektów” (s. 264). Świadomie też przyjmuje „nieanalityczną” (instrumentalną) formułę ludowości, która przypomina swoisty „kostium” kulturowy, jaki można zakładać, ale też ludowość jest w tej pracy czymś na kształt mocnej marki towarowej („masa towarowa ludowości”, s. 25) o dużym potencjale wizualizacyjnym. Zatem sformułowanie „ludowość na sprzedaż” jest niezwykle trafne, ma dużą wartość operacyjną, co należy odnotować z uznaniem.

Niektóre z analizowanych problemów można by odnieść do – żywo obecnie dyskutowanych – zagadnień tradycji, pamięci kulturowej, deterytorializacji kultury, działań animacyjnych w kulturze, tzw. kultury czynnej itp. Dla opisu „ludowości na sprzedaż” przydałoby się, częściej niż zwykle, ustanowienie jakiegoś poziomu teoretycznego, który pozwoliłby zadać jeszcze inne pytania niż te, które autor zadał w swojej pracy. Być

może nazbyt skrótowo, choć w rzeczywistości trafnie, zarysowany jest europejski kontekst analizowanych procesów (por. rozdział *Europejski i wewnątrzpaństwowy kontekst nowej myśli o sztuce i przemyśle ludowym*). Zabrakło bardziej systematycznych, poza absolutnie okazjonalnymi, odniesień do analogicznych sytuacji w literaturze oraz teatrze XX wieku, zabrakło nawet wskazania tej perspektywy i jej – kontekstualizującego wywody – znaczenia. Nie zostało też odnotowane zagadnienie: sztuka i przemysł ludowy a nurty awangardowe jako rodzaj współbrzmień, ale też kulturowej dysharmonii. Dla analizy sztuki i „twórczości-wytwórczości” ludowej w drugiej połowie XX wieku warto było zauważyć tak wpływową do dziś instytucję jak istniejące od lat 60.

XX wieku Stowarzyszenie Twórców Ludowych w Lublinie, w którym działa, oprócz sekcji literackiej, kilka innych sekcji zrzeszających twórców-wytwórców różnych dziedzin „sztuki ludowej”. W analizach recepcji wytworów sztuki i przemysłu ludowego zabrakło mi wyraźniejszej perspektywy „odbioru” wytworów sztuki i przemysłu ludowego, co można uczynić przykładowo poprzez kwerendy wysokonakładowych tygodników w PRL-u, takich jak „Przekrój”, „Przyjaciółka” czy „Nowa Wieś”.

W konkluzji należy stwierdzić, że *Ludowość na sprzedaż* posiada istotną wartość diagnostyczną dla opisu współczesnej kultury polskiej oraz badań nad tradycją i pamięcią kulturową, zajmuje więc wyraziste, osobne miejsce w polskiej nauce o kulturze.

