http://dx.doi.org/10.18778/7969-011-4.18

Katarzyna Orszulak-Dudkowska
Uniwersytet Łódzki
Wydział Filozoficzno-Historyczny
Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej

Etnodesign – tradycja i teraźniejszość. Próba współczesnego komentarza

1. Uwagi wprowadzające

Tradycyjna kultura ludowa, niezależnie od upowszechniania tez o jej bezpowrotnym odejściu do lamusa, wciąż jest bardzo mocno obecna w kontekście kultury współczesnej, a wręcz przeżywa swój osobliwy renesans. Niezwykłą popularnością i zainteresowaniem społecznym cieszą się obecnie nie tylko inspirowane kulturą ludową formy artystycznego wyrazu, ale także powiązane z nimi sposoby aktywności społeczno-kulturowej i style życia. W wybranych środowiskach społecznych z uznaniem i szacunkiem spotykają się także tradycyjne kulturowe wartości oraz elementy tradycyjnego światopoglądu. Coraz więcej zwolenników zyskuje tak zwany styl życia zgodny z naturą, który przekłada się na dbałość o zdobywanie zdrowego i ekologicznego pożywienia, wykorzystywanie w życiu codziennym naturalnych materiałów, konsekwentne segregowanie odpadów, odwoływanie się do niekonwencjonalnych metod leczniczych oraz powracanie do rozmaitych aspektów ludowego postrzegania świata, widoczne choćby w filozofii ruchów *Slow Food* czy *Slow Cities*. Do języka środowisk artystycznych, ale także biznesowych i zaangażowanych w działalność animacyjną, na stałe weszło pojęcie etnodesignu rozumiane jako synonim twórczości o charakterze materialnym, czerpiącej swe wzorce z tradycyjnego rzemiosła i sztuki ludowej[1]. Ten obcobrzmiący

[1] Termin etnodesign nie jest zapożyczony w całości z języka angielskiego, jego człon 'etno-' ma rodzime pochodzenie (choć w języku angielskim występuje też słowo *ethnic* – etniczny),

termin funkcjonuje obecnie w kulturze jako świadectwo przywoływania do życia tradycyjnych treści kultury ludowej, informując jednocześnie o jej nowym kształcie i znaczeniu, a przede wszystkim o wtórnych wobec tradycji funkcjach społeczno-kulturowych. Wprowadzenie go do języka polskiego i powszechne wykorzystywanie w rozmaitych praktykach językowych jest nie tylko świadectwem powrotu do tradycji ludowych, ale także podkreśla nowy, transnarodowy charakter myślenia o dawnych sensach kulturowych, adekwatny do specyfiki aktualnego życia ponad granicami narodowymi. Współczesny etnodesign lokować można zatem gdzieś pomiędzy lokalną tradycją a globalnymi trendami kulturowymi[2].

W obszarze etnografii i folklorystyki tego rodzaju świadome sięganie do rezerwuaru tradycyjnych treści kulturowych i wykorzystywanie czerpanych tam inspiracji w zupełnie nowych celach określane jest już od lat 60. XX wieku mianem folkloryzmu[3]. Wprowadzenie tego pojęcia do obiegu naukowego pozwoliło badaczom kultury ludowej i folkloru na zdecydowane odróżnianie rozmaitych stylizacji kulturowych, wtórnych interpretacji od autentycznych treści i praktyk związanych z naturalnym kontekstem kultury tradycyjnej. Folkloryzm, w odróżnieniu od folkloru, zaliczyć trzeba do działań świadomie podejmowanych, występujących w celowo aranżowanych sytuacjach społecznych i pełniących funkcje zwykle odmienne od naturalnych funkcji folkloru. Obecnie wszelkie odwołania do zjawisk

---

a w połączeniu z angielskim słowem *design* brzmi interesująco i oryginalnie. Jak podaje definicja słownikowa 'etno-' w języku polskim stanowi pierwszą część wyrazów złożonych, wskazującą na związek tego, co oznacza druga część złożenia z ludem, narodem, społeczeństwem lub grupą społeczną, por. *Słownik Języka Polskiego*, t. I, pod red. M. Szymczaka, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1978, s. 558.

[2] Por. rozważania na temat folkloryzmu w tekście W. J. Burszty, *Wielokulturowość – nowy globalny folkloryzm*, [w:] *Kiczosfery współczesności*, pod red. W. J. Burszty, E. A. Sekuły, Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica", Warszawa 2008, s. 63–65, a także uwagi na temat przenikania się lokalnych tradycji rękodzielniczych z wpływami globalnymi na przykładzie wyrobu koniakowskich stringów w rozważaniach W. Kuligowskiego, *Antropologia współczesności. Wiele światów, jedno miejsce*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków 2007, s. 37–74.

[3] W tym samym czasie w latach 60. XX wieku na gruncie amerykańskim pojawił się termin *fake-lore*, niemieckim *folklorismus*, w Polsce zaś Józef Burszta początkowo zaproponował pojęcie folkloryzacji, które w toku międzynarodowej dyskusji zastąpione zostało ostatecznie terminem folkloryzm. Zjawisko folkloryzmu w ujęciu Burszty odnosiło się do rzeczywistości społeczno-kulturowej odrębnej kategorialnie od zjawisk z zakresu autentycznego folkloru, ściśle powiązanego ze społecznym podłożem i warunkami oraz treścią życia określonej społeczności. Zob. J. Burszta, *Kultura ludowa – kultura narodowa. Szkice i rozprawy*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa 1974.

z zakresu etnodesignu wskazują na podobne intencje używających je środowisk, które sięgają do dawnych kontekstów ludowych, by w rezultacie świadomie tworzyć zupełnie nowe formy i podejmować zupełnie nową praktykę społeczną, realizując przy tym z góry założone intencje. Etnodesign to zatem hasło, za którym dostrzegać trzeba cały szereg sensów i założonych działań, mających na celu odświeżenie w kontekście kultury współczesnej generalnych form, zasad i wartości, stojących u podstaw życia w tradycyjnej kulturze chłopskiej.

2. Trochę historii

Samo zjawisko etnodesignu nie należy do wynalazków ostatnich lat, ma bowiem swoją długą historię kulturową, która sięga korzeniami do ruchu *Arts and Crafts* („Sztuki i rzemiosła"), datowanego na lata 1850–1914. Ruch ten zapoczątkowany został w Wielkiej Brytanii jako reakcja na skutki procesów dziewiętnastowiecznej industrializacji, pośród których zwolennicy *Arts and Crafts* dostrzegali upadek sztuki wzornictwa i obniżenie jakości masowo wyrabianych produktów, ale także poniżający i lekceważący stosunek wobec twórców–rzemieślników i samych użytkowników wyrobów tradycyjnych[4]. Zauważali oni zależność pomiędzy upadającymi standardami estetycznymi a moralnymi oczekiwaniami społecznymi. Podstawowym celem nowopowstałego nurtu było propagowanie tradycyjnej produkcji rzemieślniczej i rękodzieła, poparte wiarą w wyższość tego rodzaju twórczości nad produkcją przemysłową. Typowe wzornictwo charakterystyczne dla *Arts and Crafts* cechowała prostota formy i stosowanie nieskomplikowanych, linearnych kształtów oraz próba naturalnego, harmonijnego połączenia formy, funkcji i wyglądu. Co ważne, zwolennicy ruchu nie poprzestawali na twórczości artystycznej, jednocześnie bowiem tworzyli cechy i towarzystwa rzemieślnicze, które miały stanowić nie tylko organizacje o konkretnych specjalizacjach rzemieślniczych i stylistykach, ale także funkcjonować jako forum wymiany poglądów i pomysłów twórców–rzemieślników. Organizacje te miały również pełnić ważne funkcje edukacyjne i poprzez różnego rodzaju odczyty, akcje, dyskusje zaszczepiać w społeczeństwie wysokie standardy wzornictwa i rzemiosła, ale także zachowań prospołecznych. Ważną ideą tego ruchu było również przekonanie o tym, że dobra

[4] L. Bhaskaran, *Design XX wieku. Główne nurty i style we współczesnym designie*, ABE Dom Wydawniczy, Warszawa 2006, s. 25.

sztuka i wzornictwo nawiązujące do tradycyjnych rozwiązań mogą przekładać się na zmiany w zakresie życia społecznego i poprawić jakość egzystencji zarówno twórców, jak i użytkowników tego rodzaju wyrobów. Jednocześnie trzeba zauważyć, że z jednej strony główni działacze ruchu, jako zagorzali socjaliści wierzyli, iż powrót do tradycyjnego rzemiosła poprawi życie biedoty w wiktoriańskiej Anglii, a świat uczyni lepszym; z drugiej zaś produkty wytwarzane przez ich firmy, ze względu na wysoką cenę, dostępne były jedynie bogatym przemysłowcom, którymi przecież ruch *Arts and Crafts* gardził i od których zdecydowanie się odcinał[5].

Wracając jednak na polski grunt, początki współczesnego etnodesignu należy dostrzegać również w inicjatywach i przedsięwzięciach o charakterze artystycznym z końca XIX wieku[6]. W pierwszej kolejności przedmiotem zainteresowania środowisk artystycznych stała się ludowa architektura i sztuka dekoracyjna, później zaś zwrócono uwagę na piękno ludowych rzeźb, malarstwa na szkle oraz innych rodzajów plastyki. Początkowo oczywiście w obiegu powszechnym nie funkcjonowało słowo *design* czy etnodesign, stosowano raczej termin projektowanie, a od lat 50. XX w. także pojęcie wzornictwa. Znano również określenia regionalizmu, stylu rustykalnego, swojskiego czy rodzimego oraz termin folklor lub folk. Jak zauważa Anna Frąckiewicz, niezależnie od stosowanej terminologii od samego początku zainteresowań artystycznych sztuką ludową zauważyć można było dwa główne nurty – pierwszy, cytujący autentyczne lub przetransponowane motywy ludowe i drugi, bazujący raczej na skojarzeniach z ludowością, przywołujący głównie rustykalny klimat i nastrój[7]. Ważną rolę w rozwoju polskiego etnodesignu odegrało Towarzystwo „Polska Sztuka Stosowana", założone w 1901 roku, które aktywnie popularyzowało rodzimą sztukę ludową, organizując rozmaite konkursy, wystawy i dokumentując zbiory polskiego folkloru[8]. W tym okresie istotne znaczenie miały również dokonania Stanisława Wyspiańskiego, znanego z projektowania mebli, aranżacji

[5] Tamże, s. 25.

[6] Datą dość umowną, traktowaną jako początek etnodesignu w Polsce jest rok 1892, w którym w Zakopanem wybudowana została willa Koliba, uznawana za pierwszą realizację stylu zakopiańskiego, stworzonego przez Stanisława Witkiewicza w oparciu o motywy zaczerpnięte z folkloru podhalańskiego.

[7] A. Frąckiewicz, *Etnodizajn ma sto lat*! *Czyli obecność sztuki ludowej w projektowaniu*, http://www.etnodizajn.pl/teoria/troche-historii/troche-historii [dostęp: 09.04.2013].

[8] http://www.culture.pl/baza-sztuki-pelna-tresc/-/eo_event_asset_publisher/eAN5/content/polskie-wzornictwo-xx-wieku [dostęp: 11.04.2013].

wnętrz i projektów scenograficznych w stylu prymitywnym, prostym, kojarzonym ze sztuką archaiczną. W roku 1913 polscy artyści młodszego pokolenia założyli „Warsztaty Krakowskie", których działalność, jak wskazuje sama nazwa, koncentrowała się głównie na praktyce, a nie wyłącznie na teorii. We współpracy z artystami i rzemieślnikami organizowali oni zajęcia warsztatowe, których celem była nauka technik tradycyjnego rzemiosła, co w drugiej kolejności przekładać się miało na tworzenie prac wzorowanych na wyrobach ludowych.

W okresie międzywojennym zainteresowanie sztuką ludową w Polsce było wciąż aktualne, przy czym coraz częściej negowano zbyt wierne kopiowanie ludowości, kładąc akcent na twórcze podejście do dawnych wzorców i ich umiejętne wykorzystywanie w nowych rozwiązaniach formalnych. Przykładem tego rodzaju sztuki była twórczość Zofii Stryjeńskiej, która w swych pracach stosowała ostrą kolorystykę, płaską kompozycję oraz umiejętnie łączyła elementy folkloru z wytworami własnej wyobraźni. W tym czasie znaczącym sukcesem polskich projektantów czerpiących inspiracje ze sztuki ludowej była również ekspozycja polska na Wystawie Paryskiej w 1925 r., która stanowiła świadectwo prac warszawskiego i krakowskiego środowiska artystycznego, między innymi Józefa Czajkowskiego, Zofii Stryjeńskiej, Mieczysława Kotarbińskiego, Edwarda Trojanowskiego, Karola Stryjeńskiego i Wojciecha Jastrzębowskiego[9]. Rok po Wystawie Paryskiej profesorowie i studenci warszawskiej Szkoły Sztuk Pięknych założyli Spółdzielnię Artystów „Ład" (1926–1996), której działalność w tym czasie skupiona była wokół projektowania, wytwarzania i sprzedaży przedmiotów pośrednio nawiązujących do ludowości, między innymi poprzez stosowanie naturalnych materiałów, takich jak len i wełniane samodziały, czy upodobania do masywnych i nieco surowych form (na przykład widoczne połączenia stolarskie – kołki, czopy)[10]. W latach 30. XX wieku, wraz z rozwojem ruchu regionalnego, zaczęły również powstawać sklepy oferujące sprzedaż ludowego rękodzieła (na przykład sklep „Len Wileński" w Warszawie czy „Artystyczne Rękodzieło Wsi"), działały specjalne instytucje propagujące wyroby regionalne, między innymi: Towarzystwo Popierania Przemysłu

[9] A. Frąckiewicz, *dz. cyt.*

[10] Zob. *Spółdzielnia Artystów Ład 1926–1996*, pod red. A. Frąckiewicz, Muzeum Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, Warszawa 2007.

Ludowego, Bazar Wileński, a także publikowano pisma o sztuce upowszechniające wiedzę na temat rzeźby ludowej, malarstwa na szkle czy ceramiki[11].

W okresie powojennym, już od lat 40. XX w. motywy ludowe zaczęły być wykorzystywane w rodzimych wyrobach biżuteryjnych i metaloplastyce. Popularność zdobyły również przedmioty dekoracyjne – świeczniki, żyrandole, popielniczki – wyrabiane z kutego, czernionego żelaza, nawiązujące formą do kowalstwa ludowego, a także wyroby wikliniarskie[12]. Od 1947 r. działała również Szkoła Przemysłu Drzewnego w Zakopanem, w której uczono przyszłych twórców różnych technik ludowego rzemiosła, głównie obróbki drewna. A od roku 1948 w Fabryce Fajansu we Włocławku organizowano z sukcesem kursy dla malarek–dekoratorek ceramiki; kursy te zapoczątkowały wyrób słynnych włocławskich fajansów, zdobionych kobaltowymi wzorami. Promowaniu rodzimego wzornictwa od II połowy lat 40. XX w. poświęciła się także Wanda Telakowska, której działania zmierzały do przekonania artystów do projektowania nawiązujących do ludowości przedmiotów codziennego użytku oraz nakłaniania wytwórców rzemiosła do współpracy ze środowiskiem artystycznym. Sukcesem w jej działalności jako pracownika Ministerstwa Kultury i Sztuki było zorganizowanie w 1946 r. „Wystawy tkanin Heleny i Stefana Gałkowskich, przemysłu ludowego i rękodzieła artystycznego" w Muzeum Narodowym w Warszawie, na której zaprezentowano ok. 500 eksponatów – meble z sosny palonej, przedmioty z kutego żelaza oraz tkaniny z Zakopanego i białostocczyzny[13].

Od roku 1949 twórczość wzorowana na rzemiośle i rękodziele ludowym w Polsce kojarzona była przede wszystkim z działalnością Centrali Przemysłu Ludowego i Artystycznego, nazywanej Cepelią, której podporządkowane zostały, jak pisze A. Frąckiewicz, *wszystkie istniejące i nowo powstające spółdzielnie rękodzieła i wytwórczości artystycznej oraz prywatne wytwórnie, takie jak Spółdzielnia „Ład", czy słynna kilimiarska pracownia Wandy Kosseckiej w Czorsztynie*[14]. Cepelia, założona przez Zofię Szydłowską, nadzorowała plany produkcyjne spółdzielni, dostarczała surowce, stanowiąc również narzędzie kontroli zbyt niebezpiecznych, bo samodzielnych instytucji, takich jak Spółdzielnia Artystów „Ład". Pod mecenatem państwowym Cepelia

[11] A. Frąckiewicz, *dz. cyt.*

[12] I. Huml, *Sztuka użytkowa w Polsce po II wojnie światowej*, Centrala Obsługi Przedsiębiorstw i Instytucji Artystycznych, Warszawa, b.r., s. 7–8.

[13] A. Frąckiewicz, *dz. cyt.*

[14] Tamże.

prowadziła rejestr twórców ludowych, których otaczano opieką, nakłaniano do rozwijania twórczości, przydzielano stypendia, a także organizowano dla nich oficjalne konkursy z nagrodami[15]. Cepelia zajmowała się również organizacją sprzedaży wytworów ludowych, produkowanych zazwyczaj na zamówienie i według określonych wskazówek treściowych i formalnych. W okresie Polski Ludowej, co ważne w tym kontekście, podejście do sztuki ludowej podlegało wyraźnej ideologizacji i propagandzie; sztukę ludową uznawano za „politycznie słuszną" jako wybitny przejaw kultury narodowej, przeciwstawiając jej wytwory twórczości modernistycznej i awangardowej. Niezależnie jednak od tendencji politycznych sztuka ludowa wciąż stanowiła źródło autentycznych inspiracji, a do Cepelii trafiali także ludzie pełni pasji i zaangażowania w twórczość wzorowaną na ludowej tradycji.

W latach 60. i 70. XX wieku Cepelia była jedynym miejscem na rodzimym rynku, gdzie można było znaleźć wyroby rękodzielnicze w całym bogactwie rozmaitych form, często niezwykle oryginalnych i cennych pod względem artystycznym. Oferta sklepów Cepelii okazała się nawet zgodna z modą na „ludową starzyznę" w aranżacji wnętrz, zyskującą w Polsce na popularności w latach 70. ubiegłego stulecia. Wyroby twórców ludowych zrzeszonych pod szyldem Cepelii trafiały zatem głównie do zainteresowanych aktualnym trendem kulturowym mieszkańców miast, głównie przedstawicieli inteligencji, którzy w swoich mieszkaniach z lubością prezentowali wełniane bieżniki na stoły, gliniane misy czy pasiaste narzuty na tapczany. Moda na ludowość w tym okresie widoczna była również w strojach – popularnych kożuchach, torebkach skórzanych zdobionych ludowymi motywami, wełnianych chustach samodziałowych czy kierpcach. Cepelia wykształciła zatem rozpoznawalny styl mieszkania, przedmiotu i stroju, popularny w kręgach swojsko-inteligenckich, ale także przeznaczony na cele eksportowe[16]. Monopol Cepelii w kwestii „opieki" nad wytwórczością ludową sprawił jednak, że wyroby produkowane na zamówienie zdecydowanie ujednoliciły się, tracąc również na swej jakości wykonania. Z czasem ofertę Cepelii postrzegać zaczęto także w kategoriach kiczu, który w konkretnych zastosowaniach nie musiał być jednak rozumiany jedynie jako wyraz bezguścia, ale także jako element estetycznej zabawy czy świadomie podejmowanej gry znaczeń.

[15] J. Burszta, *dz. cyt.*, s. 300–301.

[16] P. Korduba, *Cepelię widzę ogromną*, „Wysokie Obcasy", dodatek do „Gazety Wyborczej", 28 stycznia 2012, s. 28.

W okresie powojennym ważną rolę w rozwoju rodzimej wytwórczości inspirowanej sztuką ludową odegrał również Instytut Wzornictwa Przemysłowego, koordynowany przez Wandę Telakowską, który w swej działalności zakładał współpracę profesjonalnych plastyków z twórcami ludowymi[17]. W ramach pracy Instytutu organizowano zespoły, w których ludowi artyści wykonywali wzory do produkcji seryjnej pod okiem plastyków, co przekładało się na stworzenie wielu interesujących projektów tkanin, produkowanych między innymi w łódzkich fabrykach tekstylnych. Wykorzystanie motywów ludowych w produkcji tkanin przekładało się jednocześnie na lansowanie mody na ludowość w strojach, która zauważalna była także w kolekcjach projektantów takich jak Barbara Hoff, która na przykład swoje sukienki z weluru i aksamitu ozdabiała kołnierzykami wzorowanymi na koronkach z Koniakowa i Żywca.

Zainteresowanie ludowym rzemiosłem i rękodziełem oraz sztuką ludową pojawia się w kulturze polskiej cyklicznie z różnych względów po dzień dzisiejszy. Motywy ludowe wykorzystywane są w architekturze, wystroju wnętrz i modzie, ale także stanowią ważne inspiracje w projektowaniu przedmiotów użytkowych i dekoracyjnych o zróżnicowanym przeznaczeniu. Co więcej, inspiracjom czerpanym z polskiej tradycyjnej kultury ludowej towarzyszy sięganie do innych kultur tradycyjnych, częstokroć zupełnie egzotycznych i odległych, a zaczerpnięte z nich wzory mieszają się i zgodnie współegzystują z rodzimą tradycją. Kwestia ich pochodzenia pozostaje sprawą drugorzędną, a najbardziej istotna wydaje się być ich wartość i znaczenie w obecnej twórczości artystycznej oraz funkcje, jakie pełnią produkty etnodesignu w aktualnym życiu społecznym. Artystyczne motywacje kierujące twórczością etnodesignerską mają swe podłoże w fascynacji prostotą formy, poszukiwaniu dialogu pomiędzy sztuką nowoczesną a dawną oraz szukaniu nowych, niekonwencjonalnych rozwiązań formalnych, opartych na wykorzystaniu naturalnych materiałów i technik wyrobu. I choć mamy do czynienia ze zjawiskiem z pogranicza sztuki i rzemiosła, to z punktu widzenia badacza kultury bardziej interesujące staje się jednak prześledzenie rozmaitych społeczno-kulturowych uwikłań rzeczy postrzeganych jako produkty etnodesignu, rozważenie ich miejsca w praktyce społecznej oraz dostrzeżenie związków z życiem konkretnych ludzi i ich sposobami postrzegania świata.

[17] A. Frąckiewicz, *dz. cyt.*

3. Etnodesign i folkloryzm

Przedstawione historyczne perypetie zjawiska etnodesignu w kulturze polskiej wyraźnie świadczą o złożonych i wieloaspektowych funkcjach tego rodzaju działań, poczynając od przedsięwzięć o charakterze artystycznym, poprzez działania społecznikowskie, służące aktywizacji i edukacji środowisk chłopskich, dążenia do zachowania tradycyjnego dziedzictwa kulturowego, aż po inicjatywy służące realizacji założeń politycznych określonego czasu. Obecne przejawy etnodesignu, rozumianego jako przykład folkloryzmu, również nie są jednoznaczne i jednowymiarowe. Badacze zjawisk z zakresu współczesnego folkloryzmu w ogóle nie są zgodni co do ich oceny i roli w aktualnym życiu społecznym[18]. Spotkać można stanowiska negujące folkloryzm jako ograniczenie wariantywności folkloru autentycznego, potępiające go za zbyt szablonowe rozwiązania, co prowadzić ma do zaniku dawnych tradycji i ich unifikacji. Ocenia się wyroby stylizowane na ludowe jako fałszerstwo, pseudofolklor czy też folklorystyczny kicz, który tłumi aktywność odbiorców i służy głównie celom komercyjnym i merkantylnym, stając się częścią negatywnie ocenianej kultury popularnej. Rozmaite regionalne pamiątki wzorowane na sztuce ludowej, zdegradowane są w opinii krytyków folkloryzmu do roli towaru na sprzedaż czy turystycznego gadżetu, w którym rzeczywista wartość etnograficzna pozostaje sprawą zupełnie podrzędną. Częściowo zapewne można zgodzić się z tego rodzaju opiniami, jednakże chyba nie do końca.

Jak podkreślał Roch Sulima, jednostronne spojrzenie na zjawisko folkloryzmu w kulturze współczesnej jest po prostu niewystarczające, a zatem mówienie o nim w kategoriach „dobry" – „zły" powoduje mieszanie planu opisu z planem wartościowania[19]. Konieczne jest raczej ujęcie wieloaspektowe, które pobudzać powinno do bardziej kompleksowego myślenia o tym zjawisku. Trzeba zatem zauważyć, że po pierwsze etnodesign, jako przykład folkloryzmu, miał w swej historii charakter zazwyczaj instytucjonalny, co oznacza, że tego rodzaju odwołania do tradycji ludowych prowadzone były przez różnego rodzaju formalne i nieformalne instytucje artystyczne czy kulturalne (spółdzielnie, grupy artystyczne i warsztatowe, stowarzyszenia), kierowane częstokroć przez osoby szczególnie zainteresowane tematem sztuki sięgającej po tradycyjne wzorce. Po wtóre, przedmioty wzoro-

[18] Zob. *Lubelska rozmowa o folkloryzmie*, „Literatura Ludowa" 1987, nr 4–6, s. 73–103.
[19] Tamże, s. 81–82.

wane na tradycyjnych rozwiązaniach estetycznych służyły i wciąż służą wymianie kulturowych wyobrażeń i stereotypów, utrwalając pewien skonwencjonalizowany obraz, zarówno kultury ludowej, jak i rzeczy włączanych w obszar etnodesignu. W większości przypadków podstawą wykonania musi być przecież prostota i surowość formy, naturalne materiały – drewno, żelazo, len, wełna, skóra, filc, a także charakterystyczne wzornictwo i kolorystyka. Wykorzystywane są głównie motywy zaczerpnięte z wycinanki ludowej (dość schematyczne ornamenty geometryczne, roślinne i figuralne, stosowanie symetrii[20]) oraz jaskrawe barwy połączone z czernią, bielą i szarością. Zauważyć można, że różnego rodzaju meble, naczynia, stroje i rozmaite gadżety funkcjonują w obiegu powszechnym jako reprezentatywne znaki pewnej wizji ludowości, mocno zakorzenionej w potocznej wyobraźni społecznej, pełniąc jednocześnie ważne funkcje komunikacyjne.

W tego rodzaju ciąg zachowań wpisują się aranżacje tak zwanych regionalnych i staropolskich restauracji, a także niezwykle popularne „staropolskie stoły", które jeszcze do niedawna stanowiły podstawowy element wystroju polskich przestrzeni weselnych, a dominujący na nich dość konwencjonalny jadłospis – kiełbasy, warkocze czosnku, smalec w glinianym garnku, duży wiejski chleb oraz samogon – stereotypowo kojarzył się właśnie z wiejską tradycją kulinarną. Dekoracją takiego stołu była słoma, wiklina i suszone zioła, a czasem nawet spotkać można było imitację drewnianego płotu czy chłopskiego wozu konnego, co w rezultacie przywoływać miało atmosferę sentymentu i nostalgicznej aury. Omawiany przykład, jako jeden z wielu w kulturze współczesnej, znakomicie ilustruje swoistą grę stereotypami na temat kultury ludowej i świadczy o powszechnym posługiwaniu się jej zdecydowanie uproszczonym obrazem. Trzeba bowiem pamiętać, iż w chłopskich chatach mięso gościło niezwykle rzadko, a na co dzień spożywano wodę i mało wyrafinowane potrawy, sporządzane głównie z roślin, a w okresie głodu także strawę z pokrzyw, lebiody, szczawiu i innych polnych chwastów[21]. W rzeczywistości zatem jako figura ludowości stosowany jest jadłospis kuchni charakterystycznej dla bogatych warstw społecznych i kultury

[20] Por. A. Jackowski, *Sztuka ludowa*, [w:] *Przemiany kultury ludowej*, t. II, pod red. M. Biernackiej, M. Frankowskiej, W. Paprockiej, Ossolineum, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk–Łódź 1981, s. 225–228.

[21] Obszerne rozważania na ten temat znaleźć można w pracy K. Łeńskiej-Bąk, *O pokarmach, smakach i utraconych znaczeniach. Historia kultury „sub speciae kulinaria"*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2010, s. 98–132.

elitarnej, a plebejskość tego jadła jest jedynie kolejnym interpretacyjnym zabiegiem w ramach współczesnego folkloryzmu. Mamy zatem znów do czynienia z celowym i świadomym wykorzystaniem retoryki wiejskości przede wszystkim w dość oczywistych celach handlowych i marketingowych. Bardzo podobne zachowania obserwować można również na przykładzie rozwijającej się w Polsce agroturystyki, gdzie właściciele agroturystycznych gospodarstw kuszą swych klientów tradycyjną wiejską kuchnią, wspólnym pieczeniem chleba czy wyrabianiem sera, a także stylową rustykalną aranżacją wnętrz, wyposażonych jednak we wszystkie standardowe nowoczesne sprzęty i urządzenia[22].

W tym kontekście, w dalszej kolejności zauważyć można również, iż wszelkie odwołania do dawnej tradycji ludowej w postaci produktów etnodesignu stanowią we współczesnym świecie szczególną szansę na spotkanie z „innością", egzotyką, światem, którego już nie ma i który stracił w aktualnych warunkach kulturowych na swej oczywistości. Spotkanie to należy jednak określić raczej jako dość skonwencjonalizowany flirt z innością[23], który stanowi przede wszystkim rodzaj atrakcji i szansę na niecodzienne doświadczenie, czasem wręcz doznanie o charakterze alternatywnym wobec dominujących ofert popkultury. Poprzez kontakt i używanie rozmaitych przedmiotów odwołujących się do tradycji ludowych (często egzotycznych) mamy szansę uczestniczyć w czymś, czego nie spotkamy we współczesnym życiu codziennym, co odrywa nas od rutyny i daje szansę na odpoczynek w pięknych dekoracjach. Egzotyka zawiera się tu w percepcji określonych przedmiotów i wnętrz, które można określać i odczuwać jako dziwne, a przez to intrygujące, nawet jeśli są one udomowione, oswojone i znajdują się tu i teraz, a nie na rubieżach nieznanego świata. W wielu przypadkach mamy nawet do czynienia z nowym rodzajem towarowego fetyszyzmu, funkcjonującego w ramach globalnego rynku towarów i usług[24]. Jak zauważa Wojciech J. Burszta, ten fetyszyzm towarowy częstokroć łączy się z fetyszyzmem podmiotowości: *oba się wzajemnie napędzają, bo posiadać dostęp do egzotycznych* (= *wielokulturowych*) *wartości, to jednocześnie wzbogacać własną osobowość, estetyzować zakres doznań i poszerzać ich ofertę*[25].

[22] Tamże, s. 128.
[23] Por. uwagi na temat multikulturalizmu butikowego w tekście W. J. Burszty, *dz. cyt.*, s. 57–58.
[24] Tamże, s. 59.
[25] Tamże.

4. Etnodesign – rzeczy, praktyki, ludzie

Przedmioty i wyroby nawiązujące do ludowości mogą wikłać się w świat ludzkich doświadczeń w sposób bardziej zaangażowany, nie stanowiąc jedynie przelotnych gadżetów, które tylko na chwilę mają zaspokoić nasze estetyczne gusta, a wręcz przeciwnie, mogą one wyrażać rzeczywiste zainteresowanie praktykami innych kultur, w tym rodzimej kultury chłopskiej. Popularność tych przedmiotów częstokroć wiąże się również z ogólnoludzką potrzebą „zanurzenia w tradycję", powrotu do naturalnych relacji międzyludzkich, poszukiwania wiedzy o lokalnym czy regionalnym dziedzictwie kulturowym i specyfice własnych korzeni. Powrót do określonego dziedzictwa kulturowego staje się również doskonałym rozwiązaniem w działalności rozmaitych organizacji lokalnych, fundacji i stowarzyszeń oraz inicjatyw artystycznych, w które zaangażowani są zarówno odbiorcy wewnętrzni, jak i zewnętrzni, czyli tubylcy i turyści.

Tego rodzaju potrzebę wieloaspektowego rozumienia funkcji współczesnego etnodesignu dostrzegł Marek Krajewski, proponując jego trojakie rozumienie[26]. Ujęcie M. Krajewskiego wydaje się być bardzo trafne i inspirujące dla podejmowanych przeze mnie rozważań, choć wymaga kilku drobnych uzupełnień i poszerzeń. Po pierwsze, jak zauważa Krajewski, etnodesign pojmować należy jako zbiór przedmiotów, wykorzystujących style, wzory, materiały i formy zaczerpnięte z kultury chłopskiej. W tego rodzaju twórczości akcent pada zwykle na formę, a nie na funkcję społeczną przedmiotów i ich uwikłanie w relacje międzyludzkie. Celem jest stworzenie przedmiotów, które będą oryginalne pod względem estetycznym i jednocześnie interesujące dla projektantów nowoczesnych wnętrz. Nie jest istotny tutaj żaden dialog z tradycją czy też podtrzymywanie lokalnych tożsamości. Ważnym czynnikiem stanowiącym odwołanie do tradycji jest jedynie sposób wykonania tego rodzaju etnodesignerskich przedmiotów. Wykazuje on szereg podobieństw do działalności rzemieślniczej, w efekcie czego powstają przedmioty unikatowe, nie służą one jednak organizacji życia codziennego, a raczej ze względu na swą formę i nietuzinkowy charakter mają wartość dekoracyjną, częstokroć uczestnicząc także w grze o wysoki status społeczny. Podkreślić trzeba przecież, że ze względu na sposób wykonania

[26] M. Krajewski, *Co to jest etnodizajn*? *Trzy ujęcia*, http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/co-to-jest-etnodizajn-trzy-ujecia, [dostęp: 27.05.2013].

i zastosowane materiały nie są to zazwyczaj przedmioty tanie i dostępne dla każdego, a wręcz przeciwnie, mają być świadectwem wysublimowanego gustu estetycznego. Wykorzystywane są tu jednak wzory dobrze konotujące ludowość i mocno zakorzenione w wyobraźni społecznej. W ujęciu Krajewskiego są to zwykle projekty wysokoartystyczne, wykonywane przez specjalistów, nawiązujące do projektów stylizowanych na ludowe, jakie pojawiły się w polskim wzornictwie w okresie powojennym i były koordynowane zwykle przez instytucje państwowe. Dlaczego jednak nie lokować w obszarze tak rozumianego etnodesignu również innych obecnych na rynku produktów, wykonywanych przez twórców nieprofesjonalnych, świadomie wykorzystujących znajomość dawnych technik rzemieślniczych i rękodzielniczych w tworzeniu przedmiotów o funkcjach przede wszystkim dekoracyjnych.

Po drugie, warto podkreślić za Krajewskim, znaczenie etnodesignu w systemie relacji i działań społecznych, które zostają uruchomione w procesie wytwarzania tego rodzaju przedmiotów. Wykonywanie etnodesignerskich obiektów służy nie tylko podtrzymywaniu tradycyjnych technologii (takich jak ciosanie w drewnie, lepienie z gliny, szydełkowanie czy haftowanie), rękodzielniczych umiejętności i dawnych profesji rzemieślniczych, ale we współczesnych warunkach prowadzi także do restytucji elementarnych relacji międzyludzkich i współpracy zespołowej, aktywizując do udziału w życiu wspólnotowym, zarówno mieszkańców wsi, jak i wybrane środowiska miejskie. Trzeba moim zdaniem podkreślić, że skupianie się na tradycyjnych technikach wykonywania przedmiotów wymaga niezmiennie zarezerwowania wystarczająco dużo czasu, znalezienia miejsca na bycie z innymi, podejmowania rozmowy i doskonalenia własnych umiejętności rękodzielniczych[27]. Dodatkowo, tego rodzaju aktywność może również przekładać się na rozwój własnej praktyki zawodowej, która wyrasta z pasji i osobistego zaangażowania i może przerodzić się w doskonały sposób na zarabianie pieniędzy oraz prowadzenie własnej działalności gospodarczej. W tym ujęciu akcent pada zatem na praktyczny wymiar etnodesignu, a nie tylko na odwoływanie się do tradycyjnej stylistyki i formy. Istotne staje się raczej tworzenie warunków odpowiednich dla podejmowania praktyk

[27] Por. uwagi na temat współczesnego oblicza tradycji heklowania w Koniakowie w tekście W. Kuligowskiego, *dz. cyt.*, s. 56–59.

etnodesignerskich, wykorzystanie tradycyjnej wiedzy i umiejętności rzemieślniczych i rękodzielniczych we współczesnej praktyce społecznej, służącej aktywizacji, edukacji i integracji rozmaitych, często rozproszonych i pozbawionych poczucia własnej tożsamości, środowisk społecznych. Nauka dawnego rzemiosła czy prac rękodzielniczych może być atrakcyjną formą animacji kulturowej dla dzieci, osób starszych, jak i ludzi z różnych względów wykluczonych na margines życia społecznego. Istotne staje się zatem w tym rozumieniu etnodesignu uczestnictwo przedmiotów odwołujących się do ludowości w nawiązywaniu dialogu, budowaniu nowych i trwałych relacji międzyludzkich, otwieraniu się na innych i wydobywaniu samych siebie ze stanu społecznej bierności i niemocy. W tym ujęciu ważne jest również aktywne przywoływanie ludowego systemu wartości i powrót do ekspresyjnego wymiaru praktyk mocno zakorzenionych przecież w wiejskiej codzienności.

Dowodem na obecność takiej funkcji produktów z obszaru współczesnego etnodesignu jest wzrastająca popularność, głównie we współczesnych kulturach miejskich, pracy rozmaitych spółdzielni i stowarzyszeń zajmujących się animacją kulturową, a także dość powszechna realizacja rozmaitych przedsięwzięć warsztatowych (rękodzielniczych, ale także kulinarnych), proponujących aktywną naukę dawnych umiejętności w szerszym gronie społecznym. Wskazać tutaj można choćby „latający dom kultury Animatornia”[28] w Warszawie zorientowany na nawiązywanie dialogu, rozwijanie aktywności społeczno-kulturalnej mieszkańców miasta i spędzanie czasu z innymi czy Służewski Dom Kultury, który tworzony jest w miejscu dawnego wiejskiego siedliska w warszawskiej dzielnicy Służew, a jego działalność skupiać ma się na aktywizacji społecznej, edukacji ekologicznej i kształtowaniu świadomości własnej tradycji kulturowej. Podobnego rodzaju działalność prowadzi Dom Kultury we wsi Podłęże pod Krakowem, założony w miejscu dawnego Domu Kultury przez dwoje młodych ludzi, którym zależy na rozwoju lokalnej edukacji kulturalnej, nawiązującej między innymi do dawnych tradycji rękodzielniczych, takich jak szydełkowanie czy malowanie na szkle oraz sięgającej do dawnej sztuki opowiadania. Formuła tradycyjnej opowieści wykorzystywana jest między innymi w warsztatach dla dzieci, które podczas snucia bajek tworzą rozmaite obiekty materialne, na przykład statki pirackie z kostek słomy.

[28] http://e.org.pl/animatornia/index.html [dostęp: 11.06.2013].

Działalność tego rodzaju placówek jest przykładem oddolnej aktywności społecznej, wynikającej z potrzeb lokalnych środowisk, wiejskich, jak i miejskich, w których ludzie poszukują odpowiedniego miejsca. By się spotkać i działać na rzecz innych. Podejmują oni wspólną naukę dawnych technik obróbki drewna, szycia, haftowania, a także metod zdrowego gotowania czy sprawdzonych zabaw grupowych w oparciu o własnoręczne wykonywanie zabawek. W zakresie praktyk kulinarnych wymienić można tu choćby powrót do stosowania dawnych receptur, które wymagają odpowiednio wyprodukowanych surowców, współpracy między- i wewnątrzśrodowiskowej, ale także wewnątrzrodzinnej. Niewielkie lokalne firmy stają się dostawcami tak zwanych ekoproduktów, które następnie poddawane są obróbce zgodnej z dawnymi przepisami, aktywizując, niejako z założenia, określone grupy społeczne – sąsiedzkie, towarzyskie czy rodzinne. Tego rodzaju praktyka z czasem przerodzić może się również w rodzinny lub indywidualny biznes, polegający na prowadzeniu restauracji oferującej naturalną, ekologiczną żywność czy też sklepu (jako salonu lub punktu sprzedaży internetowej), w którym zakupić można produkty wytwarzane na bazie tradycyjnych receptur. Taka działalność wzbogacana jest zwykle wyraźną „filozofią", odwołującą się do kontynuacji dawnych tradycji, indywidualnego podejścia do produktu i klienta, dbałości o detal w wykonaniu i wykorzystanie dobrych jakościowo materiałów.

Po trzecie zaś, etnodesign może być też rozumiany, jak proponuje M. Krajewski, jako projektowanie, wytwarzanie i użytkowanie przedmiotów, które nie są jedynie odwołaniem do ludowej stylistyki, ale służą przede wszystkim przywoływaniu tradycyjnego myślenia i postrzegania świata, odwołują się do dawnych elementarnych wartości, norm i zasad życia w kulturze wiejskiej. W tym ujęciu wykorzystywanie etnodesignerskich przedmiotów wiąże się również, moim zdaniem, z całym szeregiem zachowań, zwykle jednostkowych i głęboko przemyślanych, które stanowią odwołanie do zachowań z kontekstu tradycyjnej kultury ludowej, a jednocześnie służą świadomej kreacji indywidualnego sposobu życia. Mam tutaj na myśli celowe nieużywanie przedmiotów z plastiku na rzecz produktów wytwarzanych z naturalnych materiałów, noszenie ubrań z naturalnych tkanin, świadome i skuteczne segregowanie śmieci, oszczędzanie energii i uczestnictwo w rozmaitych akcjach recyklingu, a także dbałość o zdrowe odżywianie oraz utrzymanie ciała w dobrej kondycji poprzez aktywność

zapewniającą bliski kontakt z naturą. Nie chodzi tu zatem o zbyt wierne i bezpośrednie odwołania do ludowych form i treści, a raczej o budowanie na ich podstawie nowych zachowań społecznych, sposobów życia i stosunku do otaczającej rzeczywistości z wykorzystaniem całego zbioru przedmiotów etnodesignerskich. Przykładem tego rodzaju zachowań może być także wykluczenie z diety produktów fast-foodowych, picie naturalnej wody i zielonej herbaty, celebrowanie samego jedzenia posiłków, szacunek dla bezpośredniej rozmowy w specjalnie do tego zaaranżowanym miejscu (w domu lub kawiarni), a także jazda rowerem zamiast używania samochodu i ograniczenia w oglądaniu telewizji. W takim rozumieniu etnodesign uczestniczy w podejmowaniu ważnych życiowych wyborów i deklaracji, staje się świadectwem alternatywnego wobec popkultury, a zarazem głęboko przemyślanego sposobu realizacji jednostkowych doświadczeń życiowych, służących budowaniu własnego poczucia tożsamości. Etnodesign w tym rozumieniu jest sposobem na powrót do zaklętych w kulturach ludowych elementarnych ogólnoludzkich wartości, takich jak poszanowanie praw natury i zasobów środowiska, uznanie dla pracy innych ludzi czy pokora wobec ludzkich słabości i ograniczeń (celebrowanie czasu wolnego i odpoczynku). Wskazany, trzeci sposób rozumienia etnodesignu powiązać można również z całą filozofią życia „w tempie żółwia", która zakłada porzucenie pośpiechu, gonitwy za czasem i pieniądzem na rzecz smakowania i delektowania się życiem w różnych jego aspektach, poczynając od pracy, spania i jedzenia, poprzez uprawianie sportu i seksu oraz spędzanie czasu wolnego, aż po sposób podejmowania ważnych życiowych decyzji i podejście do wychowywania dzieci[29]. Filozofia *Slow* otwarcie przecież odwołuje się między innymi do nurtu *Arts and Crafts*, który rozwinął się w XIX-wiecznej Anglii[30], a we współczesnym świecie zdobywa coraz więcej aktywnie zaangażowanych zwolenników. Ten sposób myślenia o sobie i wynikający z tego styl życia przekłada się także na określone aranżacje życiowych przestrzeni, oparte o prostotę formy, wykorzystanie naturalnych materiałów i bliskość natury; widoczny jest w wyborze produktów jedzeniowych, które powinny być świeże, pochodzić od lokalnych producentów, a dodat-

[29] Por. C. Honoré, *Pochwała powolności. Jak zwolnić tempo i cieszyć się życiem*, tłum. K. Umiński, Drzewo Babel, Warszawa 2011.

[30] A. Jucewicz, *W poszukiwaniu żółwia*, „Wysokie Obcasy", dodatek do „Gazety Wyborczej", 2 czerwca 2012, s. 42.

kowo powinny być wykonywane według tradycyjnych receptur. Zwolnienie życiowego tempa ilustrować może również rodzaj preferowanego stroju czy ograniczony sposób korzystania z rozmaitych wynalazków nowoczesnych technologii na rzecz między innymi pracy ręcznej, wykorzystującej znajomość tradycyjnych technik rękodzielniczych.

Współczesne rozumienie etnodesignu powinno zatem zakładać, że jest on czymś więcej niż tylko zbiorem stylizowanych na ludowo produktów, wykorzystywanych w celach marketingowych i rozrywkowych. Nie chodzi tu również jedynie o wytwarzanie pięknych i oryginalnych pod względem formy przedmiotów. Pod wspólnym szyldem etnodesignu dostrzec można bowiem kilka, przenikających się i nakładających na siebie nawzajem, sposobów rozumienia jego znaczeń i funkcji społecznych. Istotne staje się głębsze i wieloaspektowe ujęcie zjawiska, które uwolni współczesny design od stereotypowych skojarzeń, pozwoli zauważyć jego ważną rolę w kulturze współczesnej, która na różne sposoby poszukuje alternatywy wobec tego, co zunifikowane, globalne, jednakowe i tymczasowe. Tak rozumiany etnodesign może ułatwić otwarcie się na kulturową różnorodność, bliskie i odległe tradycje oraz budowanie bardziej świadomego i zaangażowanego uczestnictwa w kulturze i jej tradycji oraz aktualnym życiu społecznym.

5. Uwagi końcowe

Rekapitulując, warto by się zastanowić czy dominujące obecnie, ale i w ciągu ostatnich dziesięcioleci, utożsamianie etnodesignu jedynie z odwołaniami do tradycyjnej kultury chłopskiej (lub tradycyjnych kultur egzotycznych) jest podejściem wystarczającym. Może należałoby dostrzec także etnodesignerskie zbiegi stosowane wobec dziedzictwa kulturowego innych środowisk folklorotwórczych, takich jak środowisko robotnicze, dzielnicowe enklawy życia miejskiego czy subkultury muzyczne (pozwala na to przecież etymologia słowa etnodesign, gdzie przedrostek ‘etno-‘ oznacza związek projektowania z kulturą określonej grupy folklorystycznej). Powszechnie spotykany zbiór etnodesignerskich przedmiotów w kulturze współczesnej stanowią przecież rzeczy wzorowane na estetyce robotniczej i miejskiej kultury PRL-u, czego dowodzą rozmaite przykłady działalności artystycznej i biznesowej, widocznej w postaci między innymi sklepów internetowych (na przykład „Pan Tu Nie Stał”, mający swoją

lokalizację w Łodzi[31]) czy lokali gastronomicznych stylizowanych na PRL (na przykład „Seta Meta Galareta" w Łodzi, Warszawie, Toruniu, Zakopanem czy „Stylowa" w Nowej Hucie). Tego rodzaju restauracje i kawiarnie podają znów kuchnię typowo polską, czyli przede wszystkim tatara, śledzia w śmietanie, wódkę białą czystą oraz kawę po turecku. Podstawowym elementem wyróżniającym jednak te restauracje spośród innych jest wystrój ich wnętrz stylizowany głównie na polskie wzornictwo z lat 70. i 80. XX wieku. Znaleźć można tam również wiele przedmiotów rodem z tamtej epoki – krzesła, stoły, obrusy, zastawę, plakaty i inne elementy dekoracyjne.

Rozmaite rzeczy nawiązujące do kultury PRL znajdują się także w ofercie sklepu „Pan Tu Nie Stał", który zdobył już swoje uznanie na polskim rynku handlowym, nie są to jednak plakaty propagandowe czy jakiekolwiek inne towary nawiązujące do oficjalnych przekazów minionej epoki. Właścicielom tej marki chodzi przede wszystkim o czerpanie inspiracji z tak zwanej kultury niejawnej, tekstów i rozwiązań estetycznych znanych z PRL-owskiej codzienności i życia prywatnego. Stąd popularność w ich ofercie T-shirtów z tekstami-formułami, funkcjonującymi w sferze kontaktów międzyludzkich tego okresu (głównie w środowisku robotniczym) czy powszechnie znanymi z przestrzeni robotniczego miasta, jak na przykład „Serwus", „Działka moje hobby", „Jasny gwint", „Kuchnia polska", „Bufet", „Tysiąc pięćset 100900", „Weź się" czy najbardziej chyba popularne „Dziadostwo". Właściciele sklepu otwarcie mówią też o świadomym celebrowaniu miejskich (łódzkich) tradycji włókienniczych i robotniczych[32]. W ich ofercie znaleźć można także inne produkty, głównie ubrania, buty i torby oraz artykuły do dekoracji wnętrz z nawiązaniami tekstowymi i obrazkowymi głównie do czynności zakupów znamiennych dla epoki PRL-u i popularnych wówczas produktów spożywczych, jak na przykład „Lody", „Zwyczajna", „Ryba Piwa Frytki", „Jarosz", „Szprotka Bałtycka", „Kura Domowa". Dlaczego zatem nie rozszerzyć zakresu pojęcia etnodesign na cały zespół zjawisk obejmujących różnego rodzaju inne niż chłopskie stylizacje na folklor rozmaitych,

[31] OFF Piorkowska Center w Łodzi, gdzie mieści się sklep „Pan Tu Nie Stał" funkcjonuje jako miejsce skupiające rozmaite inicjatywy niezależne, zarówno kulturalne, artystyczne jak i biznesowe, podejmowane przez działaczy (muzyków, projektantów, animatorów kultury) szeroko rozumianej kultury alternatywnej. Centrum zlokalizowane jest w dawnej fabryce Franciszka Ramischa przy ulicy Piotrkowskiej 138/140.

[32] L. Pańków, *Dziadostwo nie do zdarcia*, „Wysokie Obcasy", dodatek do „Gazety Wyborczej", 15 czerwca 2013, s. 40.

głównie miejskich, środowisk folklorotwórczych. Takie poszerzone rozumienia zjawiska pozwoliłoby włączyć w krąg zainteresowań badawczych cały szereg nowych zjawisk obejmujących kulturę rzeczy stylizowanych na to, co należy do folklorystycznego dziedzictwa różnych grup społecznych, nie tylko tych związanych z kręgami ludowymi w tradycyjnym tego słowa znaczeniu.

BIBLIOGRAFIA

- Bhaskaran L., *Design XX wieku. Główne nurty i style we współczesnym designie*, ABE Dom Wydawniczy, Warszawa 2006.
- Burszta J., *Kultura ludowa – kultura narodowa. Szkice i rozprawy*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa 1974.
- Burszta W. J., *Wielokulturowość – nowy globalny folkloryzm*, [w:] *Kiczosfery współczesności*, pod red. W. J. Burszty, E. A. Sekuły, Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica", Warszawa 2008.
- Frąckiewicz A., *Etnodizajn ma sto lat! Czyli obecność sztuki ludowej w projektowaniu*, http://www.etnodizajn.pl/teoria/troche-historii/troche-historii [dostęp: 09.04.2013].
- Honoré C., *Pochwała powolności. Jak zwolnić tempo i cieszyć się życiem*, tłum. K. Umiński, Drzewo Babel, Warszawa 2011.
- Huml I., *Sztuka użytkowa w Polsce po II wojnie światowej*, Centrala Obsługi Przedsiębiorstw i Instytucji Artystycznych, Warszawa b.r.w.
- Jackowski A., *Sztuka ludowa*, [w:] *Przemiany kultury ludowej*, t. II, pod red. M. Biernackiej, M. Frankowskiej, W. Paprockiej, Ossolineum, Wrocław–Warszawa–Kraków –Gdańsk–Łódź 1981.
- Jucewicz A., *W poszukiwaniu żółwia*, „Wysokie Obcasy", dodatek do „Gazety Wyborczej", 2 czerwca 2012.
- Korduba P., *Cepelię widzę ogromną*, „Wysokie Obcasy", dodatek do „Gazety Wyborczej", 28 stycznia 2012.
- Krajewski M., *Co to jest etnodizajn? Trzy ujęcia*, http://www.etnodizajn.pl/teoria/biblioteka-opinii/co-to-jest-etnodizajn-trzy-ujecia, [dostęp: 27.05.2013].
- Kuligowski W., *Antropologia współczesności. Wiele światów, jedno miejsce*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków 2007.
- *Lubelska rozmowa o folkloryzmie*, „Literatura Ludowa" 1987, nr 4–6.
- Łeńska-Bąk K., *O pokarmach, smakach i utraconych znaczeniach. Historia kultury „sub speciae kulinaria"*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2010.
- Pańków L., *Dziadostwo nie do zdarcia*, „Wysokie Obcasy", dodatek do „Gazety Wyborczej", 15 czerwca 2013.

- *Słownik Języka Polskiego*, t. I, pod red. M. Szymczaka, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1978.
- *Spółdzielnia Artystów Ład 1926–1996*, pod red. A. Frąckiewicz, Muzeum Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, Warszawa 2007.
- http://e.org.pl/animatornia/index.html [dostęp: 11.06.2013].
- http://www.culture.pl/baza-sztuki-pelna-tresc/-/eo_event_asset_publisher/eAN5/content/polskie-wzornictwo-xx-wieku [dostęp: 11.04.2013].

Ethnodesign – the tradition and the present time. An attempt of a contemporary comment

The article describes ethnodesign, understood as a synonym of material creativity which draws on the models of traditional craft and folk art. The author treats ethnodesign as an idea in which we should notice a number of senses and complex actions, aimed at the revival in the context of contemporary culture. The revival of general forms, principles and values which are the basis of life in traditional folk culture. The author presents an extensive outline of the history of Polish ethnodesign, starting from the end of 19th century to the beginning of 21st century; she illustrates the links with folklorism, she indicates the need of multi-faceted understanding of its contemporary sociocultural functions. She states that, firstly, ethnodesign should be understood as a collection of items which use styles, patterns, materials and forms taken from folk culture; secondly, what is important is the significance of ethnodesign in the system of relationships and social activities that are initiated in the process of making items of this kind. And thirdly, ethnodesign may serve to evoke traditional way of thinking and perceiving the world and refer to former elementary values, norms and principles known from the folk culture. The author emphasizes the need of liberating contemporary ethnodesign from stereotypical associations and the necessity of noticing its important role in the contemporary culture, which, in different ways, seeks alternative to everything that is unified, global, identical and temporary. Ethnodesign understood in this way can help to open to cultural diversity, close and distant traditions, and can also help build more aware and committed participation in culture, its tradition and present social life.