

Barbara Pabian

Elementy rustykalne w przestrzeni miasta - wierność tradycji czy komercyjne działanie wolnego rynku?

Studia Etnologiczne i Antropologiczne 10, 299-311

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Barbara Pabian

Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki
w Częstochowie

Elementy rustykalne w przestrzeni miasta – wierność tradycji czy komercyjne działania wolnego rynku?

Wprowadzenie

Transformacje ustrojowe w Polsce po drugiej wojnie światowej stwarzały dogodny klimat do popularyzacji kultury ludowej, w tym folkloru i sztuki ludowej. Nastąpiło bowiem ujednoczenie kultury narodowej, wynikające z połączenia nurtów dawnej kultury elitarnej i chłopskiej. Apologia wsi stała się jednym z przejawów propagandy ideologii ludowej, państwo stało się „mecenaszem ideologizowanej tradycji ludowej, uznając za pełnoprawnych partnerów rozmaite instytucje i organizacje społeczne”¹. W sferze dociekań naukowych „nowe funkcje folkloru i kultury ludowej określono zjawiskiem folkloryzmu”².

Paradoksalnie efektem „nadużyć lansowanego w okresie PRL-u instytucjonalnego, emblematycznego folkloryzmu” stał się negatywny obraz folkloru³. W rozu-

¹ T. Smolińska: *Folkloryzm i problemy folkloryzacji*. W: *Folklorystyka. Dylematy i perspektywy*. Red. D. Simonides: Opole 1995, s. 138.

² I. Bukowska-Floreńska: *Potrzeby antropologicznej płaszczyzny dociekań folklorystyki XX wieku i jej punkty stykowe z etnologią*. W: *Folklorystyka. Dylematy...*, s. 107.

³ Zob. J. Bartmiński: *Przesłanki i bariery awansu folklorystyki*. W: *Folklorystyka. Dylematy...*, s. 41.

mieniu potocznym pojęcie to zaczęło pojawiać się głównie w mediach na określenie wstecznictwa i zacofania. Szczególnie popularne stało się wyrażenie „folklor polityczny”, „używane dla nazwania różnego rodzaju zachowań nieakceptowalnych”⁴. W przenośnym znaczeniu stało się ono wyrazem dezaprobaty dla istniejącej rzeczywistości polityczno-społecznej.

Podobnie pod koniec lat osiemdziesiątych XX wieku⁵ zaczęto używać w różnych negatywnych konotacjach słowa „skansen”, aby wyszydzić określone poglądy, zachowania, zjawiska społeczne, zapóźnienia cywilizacyjne. Jak oceniają badacze, pejoratywne nacechowanie słowa „skansen” dowodzi jednak jego żywotności i zadowolenia w języku polskim⁶. Zachęcają, aby mimo wszystko nie unikać tych „kłopotliwych terminów”, zwracają też uwagę na potrzebę pogłębionych badań nad barierami mentalnościowymi. Jeżeli bowiem „sięgnemy do przeszłości, znajdziemy podobne opory oświeconych w stosunku do kultury gminu, a jednak demokratycznie nastawieni badacze i promotorzy kultury ludowej skutecznie stawili im czoła”⁷.

Wiejskość wkracza do miasta

Kultura typu ludowego, do niedawna podlegająca ambiwalentnym asocjacjiom, dziś, jak można oceniać, powszechnie niesie za sobą duży ładunek pozytywnych emocji. W ostatnim czasie w przestrzeni miejskiej Częstochowy odczuwalna staje się nowa moda na ludowość, nie tylko uzewnętrzniająca się licznymi przejawami folklorystyki w sferze życia publicznego, ale przenikająca też do obrzędowości rodzinnej i zachowań zwyczajowych.

W Częstochowie od siedmiu lat z inicjatywy Ośrodka Promocji Kultury Gaude Mater organizowane są w pierwszy weekend września Dni Europejskiej Kultury Ludowej, których oficjalnym organizatorem jest Zespół Pieśni i Tańca „Częstochowa”⁸. Łączy się je z jasnogórskimi dożynkami, Krajową Wystawą Rolniczą, Ogólnopolskim Konkursem Sztuki Ludowej, prezentacją krajowych i zagranicznych zespołów folklorystycznych, pokazami dzieł twórców ludowych, z uwzględnieniem „ginących zawodów”, także kiermaszem produktów regionalnych, płodów, wyrobów i przetworów rolniczych.

⁴ Ibidem, s. 40.

⁵ Por.: L. Gawlik: *Funkcjonowanie terminu „skansen” w polskim muzealnictwie i współczesnych mediach*. „Lud” 2005, T. 89, s. 268.

⁶ Zob. ibidem, s. 269.

⁷ J. Bartmiński: *Przestanki i bariery...*, s. 41.

⁸ Zob. więcej informacji na temat genezy, struktury, kadry, repertuaru i organizacji pracy w zespole w: B. Pabian: *Folklor stylizowany w repertuarze Zespołu Pieśni i Tańca „Częstochowa”*. „Twórczość Ludowa” 2004, nr 1–2, s. 13–18.

Z ramienia Regionalnego Ośrodka Kultury w Częstochowie, Zespołu Pieśni i Tańca „Śląsk” oraz okolicznych ośrodków kultury odbywają się Międzynarodowe Spotkania Folklorystyczne „Z daleka i bliska”. W 2007 roku rozpoczęły się one 25 czerwca o godz. 16³⁰, kiedy to korowód młodzieży w strojach ludowych podążył na Jasną Górę, by uczestniczyć we mszy św.⁹ Obserwatorzy w samych superlatywach oceniali to spotkanie, pisząc między innymi: „Częstochowianie, urzeczeni barwą strojów i radością uczestników, nie kryli wzruszenia, mówiąc: – jak to pięknie widzieć młodych ludzi z Europy, zdążających w regionalnych strojach do tronu Matki. Wejście do Unii Europejskiej jeszcze bardziej zobowiązuje nas, byśmy nie zatracili własnej tożsamości, także tej związanej z wyznawaną wiarą i tradycjami wpisanymi w całe nasze życie”¹⁰.

Mieszkańcy Częstochowy, podobnie jak i mieszkańcy innych ośrodków miejskich, chętnie wyjeżdżają do odległych, stylizowanych na ludowo hoteli i restauracji, w których odnajdują namiastkę wiejskości¹¹. W okolicznych miejscowościach przybywa coraz więcej tego typu obiektów (zob. fot. 1.). W pozornie wiejskich wnętrzach obsługują konsumentów kelnerki w pseudoludowych strojach, poruszając się z wdziękiem wśród starych rustykalnych przedmiotów lub – dających złudzenie dawności – stylizowanych sprzętów gospodarczych i pseudoludowych rekwizytów. Serwują dania kuchni regionalnej o zmyślonych w rzeczywistości nazwach, odpowiadających *de facto* zunifikowanym gustom konsumentów. Dodatkową atrakcją jest możliwość konsumpcji przy dźwiękach melodii i piosenek folkowych, rozbrzmiewających z głośników, a wieczorem lub w weekendy przy występach góralskich kapel ludowych albo innych wiejskich zespołów śpiewaczych.

Na stronach internetowych podkreśla się walor odwołania w działalności hotelowo-gastronomicznej do tradycyjnej kultury ludowej. Właściciele jednej z karczem zapraszają potencjalnych konsumentów następującymi słowami:

[...] serwujemy dania z menu oraz specjały kuchni polskiej, tj. wyroby własnej roboty, kaszanki, kiełbasy, szynki, pieczenie, pasztety, smalec domowy, ogórki kwaszone, chleb prosto z pieca, prosiak w całości, szynka szpikowana i pieczona, podawana z ziemniakami w mundurkach i pieczonymi jabłkami z konfiturą babuni i wiele innych. Nasze specjalności to żurek w chlebie, robiony na własnym zakwasie chlebowym, pierogi lepione przez sprawne kucharki, szare kluchy z boczkiem oraz wiele innych specjałów tradycyjnej kuchni polskiej¹².

⁹ Koncerty odbyły się w dniach od 26 czerwca do 1 lipca 2007 roku w Kamienicy Polskiej, Koziegłowach, Kłomnicach, Przyrowie, Poczesnej, Olsztynie i Koszęcinie. Na zakończenie zorganizowano koncert galowy w Filharmonii Częstochowskiej.

¹⁰ W. Mściłowski: *Z daleka i bliska*. „Niedziela. Tygodnik Katolicki” 2007, nr 27, s. 38.

¹¹ W całej Polsce jest już wiele tego typu obiektów, a wciąż buduje się nowe w dużych miastach, w mniejszych miejscowościach i przy trasach szybkiego ruchu. Nadaje się im przy tym „swojsko” brzmiące nazwy, takie jak np.: „Zajazd Góralski”, „Wygodna Izba”, „Karczma Chata Wiejska”, „Zalipiańska Chata”, „Karczma Czarci Ruszt”, „Oberża Złoty Młyn”, „Swojskie Jadło”.

¹² www.chatawiejska.pl/?i=5 [odczyt: 25.08.2007 r.].



Fot. 1. Karczma w Olsztynie koło Częstochowy

Trzeba zaznaczyć, że stylizacje na ludowo są zazwyczaj efektem wizji właściciela lub projektanta. Stanowią najczęściej mieszaninę elementów zapożyczonych z kultury różnych regionów lub adaptację elementów kultury innego, często odległego regionu na południu Polski, przeważnie Podhala. W takiej sytuacji bezkrytycznego synkretyzmu i uproszczeń stylizacyjnych tworzy się mistyfikację, wprowadzającą w błąd turystów, szczególnie zagranicznych, niezających realiów polskich. Najwyraźniej jednak pomysłodawcom nie zależy na zgodności ze źródłem i na wiernym przekazie kultury. Tworzą bajkowy, nierzeczywisty świat ludowości, w którym eklektyzm stosowanych elementów psychologii recepcji wzmacnia atrakcyjność obiektu, budząc zainteresowanie czy może nawet fascynację odmiennością.

Działają już wyspecjalizowane firmy budowlane, wznoszące obiekty wyłącznie z drewna w formie szkieletowej lub z bali. Ich właściciele, starając się pozyskać nowych klientów, na swoich witrynach internetowych zachęcają, w sposób odzwierciedlający potoczną wiedzę, do skorzystania z oferty. Próba odwołania do genezy kultury tradycyjnej ma wzmocnić handlową argumentację. Oto przykład:

[...] budownictwo drewniane zawsze obecne było w naszym kraju. Aby to sprawdzić, wystarczy zwiedzić najsynniejsze polskie skanseny, a także najstarsze wsie, położone w Bieszczadach i okolicy. Dziś warto wznosić budynki z drewna i to nie tylko z przywiązania do tradycji. Jest bowiem wiele lepszych argumentów¹³.

¹³ www.baldo.pl/firma.php [odczyt: 05.09.2007 r.].

I tu następuje wyliczenie listy zalet, takich jak np.: krótki czas budowy, czystość wykonania, brak potrzeby uciążliwego sprzątanía, trwałość, służąca pokoleniom, dobroczynny wpływ na zdrowie, ekologiczność, izolacja termiczna, ochrona przed hałasem, brak potrzeby ocieplania i inne.

W niektórych stylizowanych na ludowo obiektach gastronomiczno-noclegowych otwiera się sklepiki regionalne, w których nabyć można np. rękodzieło ludowe, wyroby góralskie oraz, określane mianem tradycyjnych, takie płody i wyroby, jak: chleb, smalec, miód, biały ser opalany na słomie itp. (zob. fot. 2.). Producent chleba przekonuje, że jego wypiek odbywa się metodą tradycyjną, bez konserwantów, przy użyciu drewna brzozonego lub olchowego. Odpowiednią chrupkość takiemu pieczywu zapewnia ponoć zabieg wyjęcia go w określonym momencie z pieca i skropienia wodą.



Fot. 2. Tradycyjne produkty (chleb, smalec, ser opalany na słomie)

Takie same lub podobne produkty kupić można obecnie także w drewnianych chatkach lub straganach, usytuowanych przy niektórych marketach w Częstochowie (zob. fot. 3.). Zdaniem informatorów, po odczuwalnej do niedawna fali macdonaldyzacji dziś przyszła pora na tradycyjne produkty o gwarantowanej jakości¹⁴.

¹⁴ Produkty i potrawy regionalne zaczynają stanowić w miastach konkurencję dla wszechobecnych sieci restauracji *fast food*. Przykładowo opactwo Benedyktynów z podkrakowskiego Tyńca wprowadziło do obrotu towarowego żywność o wysokiej jakości, wytwarzaną według starych klasztornych przepisów. Kupić ją można w wybranych sklepach, np. w delikatesach Alma w Krakowie i w Warszawie, lub przez internet. Oferta, kierowana głównie do mieszkańców polskich miast, jest niewątpliwie interesująca i bogata. Obejmuje np.: ziołomiody aloesowe, pokrzywowe lub sosnowe, tzw. soki klasz-

Potencjalnych nabywców nie zrażają nawet stosunkowo wysokie ceny oferowanych produktów, przykładowo – 10 zł za bochenek, 9 zł za małą gomółkę białego sera. Przekonanie o wysokiej jakości rekompensuje większy ubytek finansowy w budżecie domowym.



Fot. 3. Regionalne stragany przy marcecie Real w Częstochowie

Mieszkańcy Częstochowskiego czynią starania o popularyzację tutejszych produktów żywnościowych. Konkursowym specjałem kuchni częstochowskiej jest „ciulim”, potrawa przyrządzana od lat w Lelowie na Wielkanoc i na Boże Narodzenie z tartych ziemniaków z dodatkiem żeberek wieprzowych. Do niedawna lokalnym, a dziś upowszechnianym przysmakiem z Żarek, koło Myszkowa, jest chleb gryczany, zwany tatarczuchem¹⁵. O wpis na listę produktów tradycyjnych starają się również między innymi miejscowi pszczelarze, producenci tzw. boczku z hakiem, hodowcy pstrąga ze Złotego Potoku.

torne z: malin z dodatkiem lipy, czarnego bzu, czarnej jagody, cytrynowca chińskiego, rokitnika, dzikiej róży, brusznicy, jarzębiny, cytryny z miodem. Ponadto zakonnicy oferują m.in.: sos św. Hildegardy, konfiturę brewiarzową, konfiturę medytacyjną, powidła śliwkowe, konfiturę niewiernych z cytryn, konfiturę o. Antoniego z pomarańczy, konfiturę przedsoborową, owoce, rydze, borowiki, podgrzybki, maślaki, kurki w zalewie nowicjackiej i inne. Zob.: <http://www.benedicite.pl/index.php?option=75&page=276> [odczyt: 05.10.2007 r.].

¹⁵ Zob. szerzej: B. Pabian: *Ciulim i tatarczuch – konkursowe specjały kuchni częstochowskiej*. W: „Stromata Anthropologica”. T. 2: *Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol*. Red. K. Łeńska-Bąk. Opole 2007, s. 351–360; D. Światała-Trybek: *Święto kartofla, żymłoka i pstrąga, czyli o kulinarnych imprezach plenerowych*. W: „Stromata Anthropologica”. T. 2..., s. 345–347.

Dużą popularnością cieszą się też w środowisku miejskim tzw. chłopskie (swojskie) bufety, przyrządzane na weselne poprawiny. Ich zawartość oraz ostateczny wygląd zależą w głównej mierze od fantazji zawodowej kucharza i wizji plastycznej dekoratora sali weselnej (zob. fot. 4.). Im wyższa kategoria obiektu gastronomicznego, tym bardziej wyszukana forma zewnętrzna takiego bufetu i bogatsza zastawa. Zazwyczaj podaje się ogórki małosolne lub kwaszone z koprem, smalec ze skwarkami, tradycyjną szynkę z kością, kiszkę paszтетową, salceson, kaszanke, okrągły bochen chleba, a w remizach niekiedy nawet – spirytus-samogon. Podsuszane pęta wiejskiej kiełbasy układa się np. na stolnicy lub zawiesza na drewnianych prętach nad stołem.



Fot. 4. Przykład weselnego „bufetu chłopskiego”

Jest smalec, jest „paszтетka”, każdy sobie idzie. Jest nóż. Można sobie ukroić tam na miejscu. Są talerzyki, można przynieść do stołu¹⁶.

Do dekoracji wykorzystuje się atrybuty powszechnie kojarzące się z wiejskością, takie jak: warkocze czosnku albo cebuli, kępkę suszonych ziół i grzybów, małe, związane snopki zboża, dekoracyjne miotełki, kwiaty z bibuły itp. Używa się też odpowiednich naczyń gospodarczych, formowanych z naturalnych surowców w rodzaju beczulek, glinianych miseczek i talerzy, ceramicznych naczyń, drewnianych stolnic, czerpaków i deseczek.

Jak widać, mieszkańcy Częstochowy są pozytywnie nastawieni do szeroko rozumianej tradycji chłopskiej, wiejskość wywołuje miłe skojarzenia, podoba im

¹⁶ M.M., starościna weselna z Krasic, lat 42, zapis w 2007 roku.

się to, co swojskie i tradycyjne. Wszelkie przejawy folkloryzmu: wyroby i produkty regionalne, wytwory sztuki ludowej, imprezy folklorystyczne, cieszą się powodzeniem i są przyjmowane wręcz z entuzjazmem.

Wierność tradycji czy supremacja ekonomii?

Z badań naukowych wynika, że niskiej wiedzy Polaków o kulturze ludowej towarzyszy obecnie pozytywne nastawienie do szeroko rozumianych tradycji wiejskich¹⁷. Migracje ze wsi do miast w okresie powojennym wiązały się z zatracaniem korzeni kulturowych, także z kształtowaniem się wśród nosicieli kultury ludowej w większym lub mniejszym stopniu poczucia niższości. Dziś wielu ludzi odczuwa potrzebę powrotu do źródeł i kultu wzorów tradycji, które dawniej powszechne, po latach stają się w środowisku miejskim nowością.

Kiedys może, jak chodziłam do szkoły, w moich czasach i dom mój był wtedy taki drewniany, to tak może i człowiek się nieraz wstydził, żeby nawet zaprosić jakieś koleżanki z Częstochowy, bo... A teraz to raczej nie ma takiego wstydu. Jeszcze nawet uważam, że tak jest, że człowiek ma jakby zaszczyt, że na tej wsi mieszka. Ja bynajmniej mówię. Dwadzieścia parę lat temu to bym inaczej podchodziła do tego, a teraz uważam, że ja się po prostu tym szczycę, że mieszkam na wsi, że się wywodzę ze wsi. Bo kiedyś to, mówię, były inne warunki, trzeba się było umyć na misce, a dzisiaj są domy nowoczesniejsze. Każdy ma łazienkę. Inne warunki życia są na wsi¹⁸.

Mieszkańcy miast chętnie uczestniczą więc w plenerowych imprezach folklorystycznych, odwiedzają parki etnograficzne i punkty ochrony zabytkowej architektury wiejskiej *in situ*. Okazuje się też, że coraz częściej rezygnują z popularnych zachodnich potraw: pizzy, frytek, hamburgerów, na rzecz produktów i dań regionalnych¹⁹. Motywy łowickich wycinanek umieszczono w celach marketingowych na opakowaniach słodczy (bombonierki, czekolady) jednej ze znanych polskich firm cukierniczych (zob. fot. 5.).

Trudno dziś autorytatywnie wyrokować, czy przenikanie do przestrzeni Częstochowy wskazanych w artykule elementów rustykalnych jest wynikiem dyna-

¹⁷ Aż 71,9% respondentów deklaruje pozytywne skojarzenia z kulturą ludową, 56,4% ma skojarzenia miłe, a 15,5% – raczej miłe. Negatywne nastawienie wyraża tylko 1,8% (raczej niemiłe – 1,6% i niemiłe – 0,2%). Ponad 1/4 badanych przyznaje się do obojętnego stosunku do kultury ludowej. Zob. szerzej: I. Bukraba-Rylska, E. Majewski, K. Łapińska-Tyszka, B. Perepeczko, M. Wieruszewska: *Polska wieś w społecznej świadomości. Wiedza i opinie o kulturze ludowej, rolnikach i rolnictwie*. Warszawa 2004, s. 164–165.

¹⁸ M.M., starościna weselna z Krasic...

¹⁹ Zob. E. Furtak: *Oscypek popularniejszy niż frytki*. „Gazeta Wyborcza. Dodatek Bielsko-Biała” 2007, nr 179, s. 2.



Fot. 5. Łowickie wycinanki na pudełkach słodczy

mizmu społecznej świadomości, wypełnionej wartościami osadzonymi głęboko w kulturze wsi, próbą kontynuacji przekazu tradycji czy może przejawem chwilowej mody, lansowanej na fali zabiegów komercyjnych. W obecnej sytuacji, kiedy to dochodzi do ekspansji wzorów kultury zachodniej i różnych form globalizacji, paradoksalnie niektóre zjawiska o marginalnym w przeszłości znaczeniu nabierają nowej wartości²⁰. Polacy niewątpliwie tęsknią za wartościami, większość kojarzy im się z „rajem utraconym”. Poszukują korzeni własnej tożsamości kulturowej, pragną identyfikacji z regionem jako konkretnym punktem odniesienia. Nie wynika to z przymusu, presji środowiskowej czy społeczno-politycznej, choć z pewnością jest internalizacją wartości, norm i zasad społecznych, narzucanych z zewnątrz przez społeczne autorytety i rodzinę. Swój udział ma w tym też na pewno program edukacji regionalnej, prowadzony w różnych instytucjach, a przede wszystkim w szkołach.

Nie dziwi też, że zjawisko to obserwuje się również na poziomie folkloryzacji. Proces rewitalizacji tożsamości regionalnej nawiązuje wszak nie tylko do spuścizny przeszłości, ale czerpie też obficie z nowego urbanistycznego wzoru kultury, z silnie zaznaczonym wpływem ogólnonarodowej kultury popularnej. Według badaczy „stylizowane na scenie prezentacje ciągle »bronią się« jako archaiczny, opracowany arty-

²⁰ Zob. M. Wieruszewska: *Globalizacja jako tło refleksji o kulturze wsi*. W: *Zagrożenie tożsamości. Problematyka globalizacji w zainteresowaniach polskiej antropologii*. Red. A. Nadolska-Styczyńska. Wrocław–Łódź 2005, s. 88–89.

stycznie monolit kulturowy, jednoznacznie utożsamiany z dziedzictwem kulturowym przodków²¹. Sceniczne opracowania dawnych obrzędów i zwyczajów wyrażają także ludzką potrzebę odwołania do tradycji, będącej uosobieniem nieprzemijających wartości. Znużenie cywilizacją wywołuje tęsknotę do czasów minionych i nostalgię za tym, co bezpowrotnie stracone²². Zmęczony mieszczuch, który wyrwał się na chwilę z betonowej „dżungli”, zgiełku i kurzu, pragnie zaznać uroków sielankowego życia – chętnie więc korzysta z usług placówek oferujących folklorystyczne doznania. Poszukuje idyllicznego otoczenia, klimatu swojskości i spokoju. Wiejski krajobraz, chata, tradycyjne jadło wzbudzają sentyment – przenoszą go w zupełnie inny, „lepszy” świat.

Kultura ludowa, jak się okazuje, może być też opłacalna i przynosić dochody, całkiem dobrze „sprzedając się” w mieście. Spuścizna przeszłości staje się więc w Częstochowskiem, podobnie jak w całej Polsce, poważną częścią współczesnego marketingu, służąc różnorodnym zabiegom kupieckim. Komercjalizacja „przemysłu” ludowego dokonuje się też w rzeczywistości miejskiej. Co prawda, dzieje się tak dlatego, że wiejskość budzi tu pozytywne skojarzenia. W przeciwnym razie przenikanie elementów rustykalnych do przestrzeni miasta byłoby poważnie utrudnione. Mamy tu zatem do czynienia z komercyjnym lansowaniem kultury ludowej w mieście lub może raczej z wykorzystywaniem w celach handlowych pozytywnego nastawienia do niej społeczeństwa.

Zakończenie

Omawiana tu przychylność środowisk miejskich w stosunku do wsi i tego, co jest z nią na zasadzie wybranych stereotypów kojarzone, napawa optymizmem, świadczy bowiem, według badaczy, „nie tylko o odporności społeczeństwa na zmasowany atak elit, negujących rodzimość pod jakąkolwiek postacią, ale też dowodzi siły konkurencyjnych mechanizmów transmisji, czyli siły niewidzialnych, niezinstytucjonalizowanych struktur społecznych, które za nimi stoją i zwycięsko rywalizują z wpływowymi środowiskami, forsującymi modne opinie²³. Chodzi w tym wypadku – z jednej strony – o typ postawy deprecjonującej dokonania kulturowo-społeczne Polaków. „Najkrócej rzecz ujmując: bez mała wszystko, co jest, uznane jest za niedobre, niefunkcjonalne i stanowi kompromitujący przeżytek minionego ustroju, natomiast wszystko to, czego brak, postrzegane jest pozytywnie i trakto-

²¹ T. Smolińska: *Pejzaż kulturowy „małej ojczyzny” w procesie poszukiwania tożsamości rodzimej ludności Śląska Opolskiego*. W: *Ich małe ojczyzny. Lokalność, korzenie i tożsamość w warunkach przemian*. Red. M. Trojan. Wrocław 2003, s. 168.

²² B. Pabian: *Folklor stylizowany w repertuarze Zespołu Pieśni i Tańca...*, s. 17.

²³ J. Bukraba-Rylska, E. Majewski, K. Łapińska-Tyszka, B. Perepeczko, M. Wieruszewska: *Polska wieś...*, s. 188.

wane jako niezbędny warunek pomyślnego sfinalizowania procesu transformacji²⁴. Z drugiej strony – wyraźna staje się ekspansja regionalizmu oraz przemiana jego defensywnego charakteru na bardziej ofensywny i dynamiczny, ujawniający „różnicowane aspiracje społeczności lokalnych”²⁵.

W tej skomplikowanej sytuacji badacze wskazują na „potrzebę refleksji nad stanem współczesnej kultury ludowej i jej animatorami”²⁶. W procesie badawczym ważne jest nie tylko samo odwołanie do genezy kultury tradycyjnej, lecz podjęcie próby odczytania znaczeń za pośrednictwem współczesnych sytuacji, kontekstów życia społecznego i środowiskowego. Okazuje się bowiem, że „temat” kultury ludowej „wyeksploatowany merytorycznie (jeśli chodzi o analizy naukowe), skażony ideologicznie (jako legitymizacja byłego »ludowego« ustroju), nadużyty przez komercyjne traktowanie, którego nie oszczędziła mu kultura masowa – nadal wykazuje swoją aktualność, wręcz niezbędność”²⁷.

²⁴ Ibidem, s. 187.

²⁵ J. Nikitorowicz: *Tożsamość a akomodacja*. W: „Studia Etnologiczne i Antropologiczne”. T. 1: *Śląsk Cieszyński i inne pogranicza w badaniach nad tożsamością etniczną, narodową i regionalną*. Red. I. Bukowska-Floreńska. Katowice 1997, s. 168–169.

²⁶ T. Smolińska: *Zmieniające się style życia w regionie opolskim*. W: *Colloquium Opole 2003. Przystąpienie do Unii Europejskiej – szanse dla regionów*. Red. S. Senft i A. Trzcielińska-Polus. Opole 2004, s. 153.

²⁷ J. Bukraba-Rylska, E. Majewski, K. Łapińska-Tyszka, B. Perepeczko, M. Wieruszewska: *Polska wieś...*, s. 135.

**Rustic elements in the space of the city
– the faithfulness of tradition
or commercial actions of the free market?**

Summary

The subject of reflection constitutes the condition of the traditional heritage of the peasant's culture and its place in the contemporary culture of Częstochowa. In the space of this city, the trend for the folk character, going beyond not only the sphere of the advertisement of public life, but also permeating into the family tradition and traditional behaviours has been recently recognised. For example, The Days of The European Folk Culture connected with Jasna Góra Harvest Festival, the National Farm Exhibition, the National Contest of the Folk Art, presentation of the national and foreign folk bands, shows of the works of folk authors, taking into account the “dying professions”, as well as a sale of regional products, the agricultural produce, farm preserves, take place during the first September weekend from the initiative of the Gaude Mater Culture Promotion Centre.

A large popularity in the urban environment is ascribed to the so called peasant (homemade) buffets prepared for the second day of the wedding, Fresh pickled cucumbers with a dill, lard with

pork scratchings, a traditional ham with a bone, rural paste, brawn, black, a round loaf of bread and even spirit- samogon are served at that time. Decorations of the surrounding are made of the attributes commonly associated with a village, such as a plait of garlic or onion, a cluster of dried herbs and mushrooms. Also, the appropriate containers in the form of stone small barrels, clay bowls and plates, ceramic containers, wooden scoops and chopping boards are used.

The inhabitants of the city, used to live in rural conditions, are willing to go to distant places, folk-stylized hotels and restaurants in which they can find a substitute of ruralness. Waiters wearing pseudo-folk clothes serve there the dishes of regional cuisine. Everything takes place in rustic interiors, the sounds of melody and folk songs recorded or played alive by the folk bands and groups. The very stylizations are usually the effect of the owner's or designer's vision. They most often constitute a mixture of the elements borrowed from the culture of different regions (most often from Podhale) or the adaptation of the elements of the culture of another, often distant, region.

In such a situation the questions on the nature of such actions arise. Is the permeation of given rustic elements into the urban space the result of the dynamics of the social awareness, filled with values deeply-rooted in the culture of the countryside, also the attempt to continue the tradition or the a reflection of a temporary trend promoted on the series of commercial actions? The author of the article made an attempt to analyse the place of the urban cultural heritage in the contemporary urban environment.

Rustikale Elemente in einem Stadtraum – eine Treue gegen die Tradition oder eher kommerzielle Einwirkung des freien Marktes?

Zusammenfassung

In ihrem Artikel befasst sich die Verfasserin mit dem Zustand des traditionellen Erbes der bäuerlichen Kultur und dessen Rolle im heutigen Kulturleben der Stadt Cześćochowa. In den letzten Jahren ist in der Stadt eine gewisse Volkstümlichkeit in Mode, die nicht nur in der Promotion des öffentlichen Lebens, sondern auch in Familiensitten und Gewohnheiten beobachtet wird. Seit sieben Jahren werden in Cześćochowa am ersten Wochenende des Septembers auf Anregung des Zentrums der Kulturpromotion „Gauze Mater“ Tagen der Europäischen Volkskultur veranstaltet. Gleichzeitig finden auch statt: das im Jasna Góra-Kloster veranstaltete Erntefest, die Landesausstellung der Landwirtschaft, der Gemeinpolnische Wettbewerb der Volkskunst, die Präsentation von polnischen und ausländischen Volksmusikgruppen, die Vorführung von den Werken der Volkskünstler (unter Berücksichtigung der sog. verschwindenden Berufe), als auch der Markt mit regionalen landwirtschaftlichen Erzeugnissen.

Großer Beliebtheit erfreuen sich in einem Stadtraum sog. bäuerliche (einheimische) Buffets, welche anlässlich der Hochzeitsnachfeier organisiert werden. Es werden dann u. a. Salzgurken mit Dill, Schmalz mit Grieben, Schinken mit Knochen, Landesleberwurst, Presswurst, Blutwurst, runder Brotlaib und sogar selbst gebrannter Schnaps serviert. Das Büffet wird mit solchen landwirtschaftlichen Attributen, wie: Knoblauch- oder Zwiebelbündel, Kräuterbündel, getrockneten Pilzen geschmückt und in geeignetes Küchengeschirr: Steingutgeschirr, irdene Schalen und Teller, keramisches Geschirr, hölzerne Schöpfer und Brettchen ausgestattet.

Die an städtisches Leben gewöhnten Stadteinwohner besuchen gern die außerhalb der Stadt liegenden und im Volkskunststil gebauten Hotels und Restaurants, wo sie nach einem Ersatz der

Volkstümlichkeit suchen. Volkstrachtähnlich gekleidete Kellnerinnen servieren dort Gerichte der regionalen Küche und all das findet in rustikalen Räumen statt, wo Volksmusik ertönt oder eine Kapelle konzertiert. Die Räume werden nach dem Geschmack der Inhaber oder Innenarchitekten stilistisch gestaltet. Es ist meistens ein Gemisch von den verschiedenen regionalen Kulturen (v.a. Podhale) entlehnten Elementen oder auch die Darstellung der Volkskulturelementen aus einer, oft geografisch weit entfernten Region.

Es kommt aber die Frage nach dem Sinn solcher Handlungen. Ist das Eindringen der genannten rustikalen Elemente in den Stadtraum die Folge des sich dynamisch entwickelnden und im Dorfkultur tief angesiedelten Bewusstseins der Gesellschaft oder eher ein Versuch, die Tradition zu überliefern oder vielleicht der Einfluss einer vorläufigen, im Rahmen der kommerziellen Bemühungen lancierten Mode? Die Verfasserin bemühte sich, die Rolle des bäuerlichen Kulturnachlasses im gegenwärtigen Stadtraum zu beurteilen.