

Prof. dr Józef Burszta

TRADYCJE KULTURY LUDOWEJ W WIELKOPOLSCE

Wpotocznym wartościowaniu kultury ludowej da się spostrzec całą gamę postaw: od negocjacji do wyrazów aplauzu i zachwytu. U podłoża tego leżą — wydaje mi się — dwa czynniki: niezrozumienie, czym jest kultura ludowa, oraz powszechne objawy i tendencje kosmopolityczne we współczesnej kulturze dnia codziennego. Kulturę ludową — tę właśnie tradycyjną — pojmuję się jednostronnie i w sposób spaczony. Pojęcie jej wiąże się obrazowo ze spracowanymi dłońmi chłopca, zaharowanego od świtu do nocy, z niewygodami, prymitywem życia na wsi. Z drugiej zaś strony przeciwstawia się tę kulturę kulturze miasta, stąd kosmopolityczne dążności kulturowe, tak typowe u znacznej części młodzieży wiejskiej, przejawiające się m. in. w jej ucieczce do miasta.

Kultura ludowa, jako ciągle zmieniała rzeczywistość historyczna, a nie zarazem i współczesna, ma z jednej strony historycznie zmienne związki z kulturą narodową, z drugiej wyraźne oblicze regionalne.

Dzieje i losy kultury ludowej są odbiciem dziejów i rozwoju naszego społeczeństwa i państwa. Były w tych dziejach okresy, kiedy lud i jego kultura odgrodzone były od ogólnej kultury narodu polskiego. Nigdy jednak nie było zasadniczego przeciwieństwa i rozdziału między kulturą ludu a kulturą narodową, kulturą tzw. „warstw oświeconych”. Nie było tak choćby dlatego, że w ciągu wielu wieków rozwoju następowało wzajemne przenikanie się obu tych kultur.

Można by dać dużo przykładów z przeszłości na to, jak wiele elementów kultury ludowej stało się składnikiem ogólnonarodowej kultury. Ot, choćby język. Polski język literacki wytworzył się na podstawie właśnie dialektu wielkopolskiego. Albo nasze narodowe zwyczaje, obyczaje, co dzienne przesady i zabobonne nie raz przekonania, są widoczne dzisiaj nawet w kulturze miejskiej.

W arystokratyczno-feudalnej kulturze szlacheckiej, kultura ludu nie była zauważana. Szlachta — naród i jej kosmopolityczna kultura przeobraziła. W nowej koncepcji lud zaawansował do roli niezbędnego składnika nowoczesnego narodu, a kulturę tego narodu należało odbudować na ludowych, słowiańskich i polskich podstawach kulturowych. Ale tę kulturę trzeba poznać. Pierwsze programy badań rzucili: H. Kołłątaj, T. Czacki, Zorian Dołęga Chodakowski.

Do lat 30-tych XIX w. Wielkopolska udziału w tym ruchu nie brała. Za duży był tu ucisk pruskiego zarobcy. Zmieniło się radykalnie po 1831 roku, od kiedy Wielkopolska wysuwa się na czoło badań ludoznawczych w Polsce, a Poznań stał się ośrodkiem myśli i kultury ogólnopolskiej.

W latach 40-tych między „pospólstwo” Wielkopolski wyruszyli: Jan Józef Lipiński, Fr. Wawrowski, ksiądz z Krotoszy, R. W. Berwiński. Działają do r. 1846 także inni, zwłaszcza ci, skupieni przy Kasynie Gostyńskim, czy szamotulskim Towarzystwie Zbieraczyw Starożytności. Wówczas to leśzczyński „Przyjaciół Ludu” wysunął się na pierwsze miejsce w Polsce jako czasopismo literacko-krajoznawcze, skupiające czołowe wówczas nazwiska polskie.

Zainteresowania kulturą ludową regionu wielkopolskiego potoczyły się w ciągu drugiej połowy XIX w. innymi już torami. To są już prace



Fot. K. Przychodźki

badawcze oparte w pewnej mierze o formy zinstytucjonalizowane lub o szerokie plany indywidualne.

Towarzystwo Przyjaciół Nauk w Poznaniu podjęło szeroką akcję zbieracką materiałów do historii regionu. Na podstawie tych materiałów Emil Kierski napisał kilka prac etnograficznych. O. Kolberg czerpał z nich pełnymi garściami do 9 tomów wielkopolskich swego pomnikowego dzieła „Lud”. Dzięki pracom Kolberga Wielkopolska wysunęła się znów na czoło etnografii i folklorystyki polskiej.

Nie chodziło tylko o zachowanie dla potomnych pamięci o odchodzącej rzeczywistości kulturowej, o nagromadzenie faktów dla naukowych zainteresowań. Tradycyjna kultura prostego ludu okazała się poważną przeszkodą w akcji wynaradawiania. Wobec wściekłych, upartych i długich ataków germanizatorów lud nie tylko zamknął się w obrębie wartości kulturowych, ale manifestował celowo szereg swych odrębności jako własne cechy polskości narodowej. W tym też celu sam stwarzał swoje utwory poetyckie i prozaiczne.

W okresie międzywojennym zainteresowania tradycyjną kulturą ludową skupiły się zarówno w Poznaniu jak i w ośrodkach powiatowych. W tym ruchu regionalnym brała udział młodzież gimnazjalna pod kierunkiem wychowawców oraz regionalne koła młodzieży akademickiej, wydające własnym sumptem jednodniówki czy miesięczniki. Na szczególną uwagę zasługują dwa periodyki regionalne — „Kronika Gostyńska” (1928—1939) i „Ziemia Leszczyńska” (1932—1938). Powstały wówczas liczne zespoły teatralne, rozwijały się amatorskie ruchy śpiewacze. Akademickie Koło Szamotulan wydało „Wesele Szamotulskie”. Jan Bzdęga z Domachowa w publikacji „Biskupianie” dał opis żywych tradycji folklorystycznych na terenie Biskupizny. Powstało szereg scenicznych ujęć weseł regionalnych.

Uznanie wartości folkloru wielkopolskiego znalazło swój wyraz w akcji zbierackiej. I tu Wielkopolska wysunęła się po raz trzeci na czoło działalności ogólnopolskiej. W Poznaniu powstała w 1930 r. pierwsza w kraju placówka naukowa poświęcona dokumentacji folkloru muzycznego. Do 1939 r. placówka ta zgromadziła około 4 tysiące nagranych pozycji. Ten sam ośrodek, już pod kierunkiem M. i J. Sobieskich, po wojnie do 1957 r. zgromadził około 6 tys. nagrań i zapisów melodycznych. Muzyczny folklor wielkopolski został już opracowany przez J. Sobieską (tom w druku).

Katedra Etnografii UAM od szeregu lat pracuje nad syntetycznym ujęciem całości kultury regionu wielkopolskiego. Trzeci tom zbiorowego wydawnictwa „Kultura Ludowa Wielkopolski” znajduje się już w wydawnictwie. Tym sposobem Wielkopolska — jak żaden inny region w Polsce — będzie miała pełny zarys kultury ludowej i folkloru.

Czy ta, zamknięta już w zbiorach, tradycyjna kultura ludowa będzie miała jakąkolwiek wartość dla przyszłych pokoleń? Zmienia się wiejskie domy, znikają stare urządzenia i narzędzia, zmienia się technika pracy, wszyscy będą ubierać się jednakowo, słuchać tego samego radia, oglądać te same programy telewizyjne i tak samo pić kawę w klubach — a jednak pozostaną różnice regionalne, różnice łączące przede wszystkim w człowieku, w jego umysłowości i jego formach życia społecznego.

Kultura narodowa będzie się dzielić na podkulturę regionalną, a te będzie stwarzało życie codzienne. Te podkultury będą — jak mają już dzisiaj — swoiste wartości własne. W codziennym życiu przecież nie żyjemy wyłącznie treściami książek i czasopism, programów radia i telewizji czy nauką wyniesioną ze szkoły. Żyje się pełną kulturą swojego środowiska. W tej zaś kulturze tradycyjne treści i formy przekształcają się w nowe, stopione z nowoczesnymi w swoisty, nowy typ kultury środowiska czy może nawet regionu.

A co z owym pełnym, tradycyjnym, klasycznym niejako folklorem? Mamy go i dzisiaj, gdy oglądamy programy tak licznych amatorskich zespołów pieśni i tańca, które tradycyjnym treściami folklorystycznym nadają sceniczną postać, podlegającą już rygorom sztuki.

Najlepsze wartości tradycyjnej kultury ludowej przestały być wyłączną cechą wsi. Są one wciąż na nowo odkrywane i wykorzystywane w życiu kulturalnym całego narodu. Stają się one częścią współczesnej narodowej kultury.

CIĘKAWI LUDZIE CIĘKAWY SPRAWY

Aktor o teatrze politycznym

Dzisiejszy rozmówca jest młodym, silnie związanym z ruchem teatrów i teatryków studenckich, aktorem Teatru Polskiego w Poznaniu. Ma 26 lat, za sobą maturę w Technikum Energetycznym w Poznaniu, studia aktorskie w PWST w Warszawie i 5 lat pracy na scenie w teatrach zielonogórskich i poznańskich. W teatrze macierzystym gra duże, eksponowane role. Obecnie jest ojcem Ricardem w

„Namiestniku”, grał Lenina w: „Człowieku z karabinem”, narratora w „Kordianie i chacie”, Szczęsnego w „Horsztynskim”, Artura w „Tangu”. Mówi się o nim jako o aktorze i człowieku z inwencją, inicjatywą i zmysłem społecznym. Można dostrzec to w jego rolach teatralnych, można i w przygotowywanych przez niego przedstawieniach studenckich. Szczególnie interesuje go teatr polityczny i eksperymenty teatralne związane z nim właśnie. O tych też sprawach od razu potoczyła się nasza rozmowa.

— Wyda mi się — zaczął Zdzisław Wardejn — że niezmierznie trudno jest uprawiać teatr polityczny normalnym masowym scenom zawodowym pochłoniętym różnymi obowiązkami i skazanym na liczenie się przede wszystkim z rentownością. Ten normalny teatr zawodowy nie może też w pełni uprawiać teatru politycznego dlatego, że jest zbyt uniwersalistyczny. A teatr polityczny musi poruszać sprawy żywo i bezpośrednio angażujące konkretne zamknięte środowiska. Nawet spektakl „Namiestnika” — ten najbardziej polityczny

Bogusław Reichhart

FABRYKA A RYNEK

Poprawa sytuacji rynkowej jest jednym z podstawowych celów naszej polityki gospodarczej w najbliższych latach. Założenie takie zawarto i w projekcie uchwały sejmowej o Narodowym Planie Gospodarczym na lata 1966—70 i w referacie przewodniczącego Komisji Planowania, przedstawionym niedawno na komisji sejmowej.

Zadania poprawy sytuacji rynkowej nie są czymś odizolowanym, lecz wypływają z konkretnej sytuacji ekonomicznej kraju. Wiadomo powszechnie jak bardzo zmieniła się w ostatnich latach oferta naszego przemysłu wobec handlu i klienta. W zasadzie w każdej branży, choć oczywiście nie w jednakowym stopniu. Mamy takie działy produkcji, gdzie pełne nasycenie pod względem ilościowym przekształca się już w równowagę asortymentową, ale są i takie, gdzie istnieje jeszcze niedosyt zaopatrzenia ilościowego (np. dziewiarstwo, niektóre rodzaje obuwia, pewne artykuły z tworzyw sztucznych, czy samochody).

Wysuwa się więc gospodarczy i społeczny postulat, aby ten front wyrównać, aby rynek wytwórcy mógł się całkowicie przekształcić w rynek nabywców. Uzyskanie takiego rezultatu zależy od wielu czynników i ogniw gospodarczych. Do najważniejszych należy sama fabryka i jej postawa wobec rynku wewnętrznego, co zresztą wiąże się i z eksportowymi aspiracjami zakładu produkcyjnego.

W branżach, gdzie nie ma jeszcze pełnego pokrycia potrzeb rynku pod względem ilościowym, podstawowym zadaniem będzie globalne zwiększenie produkcji. Lista tych branż kurczy się jednak szybko. Jest to przy tym proces stosunkowo prosty, zależny w gruncie rzeczy od ilości surowców, czy innych możliwości wytwórczych. Ogromna natomiast większość przedsiębiorstw stanie przed bardziej złożonym i trudnym problemem modyfikacji swojej oferty rynkowej w celu lepszego, bardziej adekwatnego dostosowania jej do potrzeb, gustów i wymagań klientów. I zmian zachodzących w tej dziedzinie.

Świadomie pomijamy w tym miejscu niezwykle ważną kwestię: jakość towarów. Uważamy bowiem, że na obecnym etapie rozwoju stosunków rynkowych w naszym kraju przestrzeganie tego wymogu powinno być dla każdego zakładu warunkiem sine qua non utrzymania się w orbicie zainteresowań indywidualnego odbiorcy. Mówiąc tu wcale nie nawiasem, ostatnie miesiące dowiodły, m. in. w branży radio-telewizyjnej, że poprawa jakości towarów, uzyskana poprzez wprowadzenie szeregów bodźców materialnego zainteresowania załóg, wpływa bezpośrednio i niemal natychmiast na wzmożenie popytu.

Jednakże właśnie na obecnym etapie koniunktury rynku wewnętrznego samo podniesienie jakości zaczyna nie wystarczać. Podczas tegorocznych Krajowych Targów Jesiennych producenci stwierdzali (nierzadko z nieukrywanym żalem), że teraz

trzeba wychodzić wobec kandydata na nabywcę (i to właśnie po to, aby chciał on się stać nabywcą) z zupełnie innym towarem. Nie wygodnym dla wytwórcy, lecz wygodnym dla klienta i poszukiwanym przez niego.

Wyda mi się, iż na czoło zainteresowań społeczeństwa wysuwają się dwa podstawowe zagadnienia: funkcjonalność i zewnętrzna forma, czy li wygląd towaru. Funkcjonalność, inaczej: przydatność w użytkowaniu określonego przedmiotu zaczyna być coraz powszechniej rozpatrywana i od jej walorów uzależniają ludzie zakup, lub też wstrzymują się od niego, czekając na nowy, ulepszony, typ, wzór, czy model.

Jeżeli mamy w Polsce półtora miliona odkurzaczy, to równolegle z uaktywnianiem coraz to nowych możliwości zbytu (przede wszystkim wieś) konieczne jest baczenie, aby ten sprzęt gospodarstwa domowego był w tymże gospodarstwie jak najbardziej przydatny. Żeby więc przy pomocy odkurzacza można było np.

Decyduje przedsiębiorstwo

wysuszyć włosy po myciu, czy pomalować mieszkanie. Jeżeli jest w polskich domach prawie cztery miliony pralek, to nie dziwne, że o nic dziwnego, że obecnie nabywcy żądają pralki wyższego rzędu, automatycznej, lub przynajmniej półautomatycznej (wórkowa dawno już przestała być marzeniem, stała się minimum wymagania). Przy zakupie lodówek patrzy my m. in. na ich wewnętrzne „umebłowanie” (żeby zmieścić jak najwięcej) i zużycie prądu. Zegarek chcemy mieć koniecznie nie tylko płaski, ale wodoszczelny, wstrząsoodporny i antymagnetyczny. Szukamy ubrania uszytego nie tylko z dobrego i ładnego materiału, ale skrojonego modnie i nowocześnie.

Aktualnych przykładów, ilustrujących powyższą tezę, można przytoczyć tysiące. Istota sprawy polega na uwypukleniu więzi, jaka łączy się coraz bardziej i mocniej między zakładem wytwórczym a ludźmi. Aby tę więź nadal umacniać, aby przyciągać klientów do swoich wyrobów, fabryka musi nauczyć się myśleć kategoriami potrzeb rynkowych, wyczuwać je, a w miarę możliwości nawet wyprzedzać. W niektórych asortymentach staje się to już obecnie być albo nie być zakładu, w innych stan taki niewątpliwie niedługo nadejdzie. Aby więc produkt przemysłowy s z e d i na rynku, musi być produktem społecznie potrzebnym. Od tej prawdy żadne przedsiębiorstwo nie zdoła uciec. Odpowiednie bodźce, stymulujące produkcję artykułów w pełni nowoczesnych — już istnieją. Można je co najwyżej jeszcze nieco bardziej uwypuklić. Ale postulat lepszej funkcjonalności i bardziej estetycznej formy (obudowy) naszych produktów przemysłowych musi być spełniony. W przeciwnym wypadku nie oędzie się bez rynkowych perturbacji, a niejedna fabryka stanie przed groźbą zmniejszenia produkcji, co mają już na szczęście za sobą wytwórcy pralek, rowerów i aparatów radiowych.

spektakl sezonu jest przecież przedstawieniem, które żywo porusza tylko pewną część widowni. Takim teatrem bezwzględnie politycznym może być więc w moim przekonaniu właściwie tylko teatr studencki, ze swoją własną publicznością i wspólnymi dla aktorów i widzów problemami.

— W czym widzi Pan pole działalności dla tego teatru?

— Przede wszystkim w realizowaniu pozycji dających właśnie te szanse bezpośredniego angażowania widza. Teatr polityczny musi angażować każdego widza, do niego bezpośrednio się zwracać, mówić mu o sprawach, które go aktualnie żywo obchodzą. Trudno byłoby mi tu wskazywać takie ważne problemy. Wolałbym operować przykładami z własnej praktyki. W studenckim teatrze politycznym Politechniki Poznańskiej „Alternatywa” rozpoczęliśmy np. prace od realizacji przedstawienia opartego na tekście referatu Władysława Gomułki „w walce o ideową treść kultury socjalistycznej”. Przy inscenizacji tego typu literatury staraliśmy się zna-



Zdzisław Wardejn
Fot. K. Przychodźki

Dokończenie na str. 2

