

Zuzanna Orzeł

Muzeum Górnośląskie w Bytomiu, Dział Edukacji
ZuzannaOrzel@gmail.com

Elementy dziedzictwa niematerialnego na ubraniach i gadżetach – pomysłowa forma promocji czy zagrożenie?

STRESZCZENIE:

Tekst dotyczy zagadnienia coraz częstsze wykorzystywania regionalnych elementów dziedzictwa niematerialnego w przemyśle. W ostatnich latach można zaobserwować rozwój firm, które swoje produkty ozdabiają motywami ludowymi czy opierają się na słowach i zwrotach zaczerpniętych z gwar. Równocześnie motywy te pojawiają się nie tylko na odzieży. Autorka rozważa, czy tego rodzaju wykorzystywanie niematerialnego dziedzictwa kulturowego może zostać uznane za promocję lokalnego dziedzictwa czy też jest dla niego zagrożeniem. Podstawą analizy są etno-produkty dostępne na Górnym Śląsku, odnoszące się do śląskiego dziedzictwa i etosu. Przyglądając się markom, które oficjalnie deklarują chęć promocji śląskiej kultury i tradycji, autorka próbuje rozstrzygnąć, czy etnodizajn jest bezpieczny dla dziedzictwa kulturowego.

SŁOWA KLUCZOWE: Etnodizajn, niematerialne dziedzictwo kulturowe-promocja-ochrona, gwara śląska, śląskie dziedzictwo kulturowe

ABSTRACT

Intangible heritage elements on clothes and gadgets – an ingenious form of promotion or a threat?

The text concerns the rising use of intangible regional heritage elements by industry. In recent years, the development of companies that decorate their products with folk motifs or rely on words and phrases taken from regional dialects could have been seen. At the same time, these motifs appear not only on clothing. The author considers whether this kind of use of intangible cultural heritage can be recognized as promotion of the local heritage or is a threat to it. The basis for the analysis are “ethnoproductions” available in Upper Silesia, referring to the Silesian heritage and ethos. Focusing on brands that officially declare their willingness to promote Silesian culture and tradition, the author tries to determine whether ethno-design is safe for the culture.

KEYWORDS: Ethno-design, intangible cultural heritage-promotion-protection, Silesian dialect, silesian cultural heritage

Poniższy tekst z założenia unika stawiania jednoznacznych tez i wysnuwania niepodważalnych wniosków, jest raczej próbą postawienia pytania o rolę etnodizajnu¹ w promocji i ochronie kulturowego dziedzictwa

-
- 1 Jak wskazuje Bożena Olszewska etnodizajn jest określeniem na ponad stuletni nurt w projektowaniu i wzornictwie, który wykorzystuje motywy, techniki i materiały znane z tradycyjnej kultury i sztuki ludowej, w celu ich współczesnego przetworzenia [Olszewska Bożena. 2014. Śladami polskiego etnodizajnu. W *Etnodizajn wczoraj i dziś: inspiracje czy naśladownictwo*. M. Flinik-Huryn, A. Demska, M. F. Woźniak (red.), 15. Bydgoszcz: Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego]. Justyna Słomska-Nowak używa krótszej definicji etnodizajnu, twierdząc, że jest to forma „projektowania inspirowanego ludowością” [Słomska-Nowak Justyna. 2014. Etnodizajn – projektowanie inspirowane ludowością. W *Etnodizajn wczoraj i dziś: inspiracje czy naśladownictwo*. M. Flinik-Huryn, A. Demska, M. F. Woźniak (red.), 39. Bydgoszcz: Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego]. Osobiście skłaniam się ku tej uogólnionej definicji, gdyż wydaje mi się najszersza i tym samym pozwala na określenie mianem etnodizajnu wielu przedmiotów, o których będzie mowa w tekście m.in. wykorzystujących jako inspirację nie tylko sztukę ludową czy tradycyjne metody wykonywania przedmiotów, ale także inspirujące się językami, dialektami i gwarami regionalnymi. Słomska-Nowak zwraca również uwagę, że organizatorzy krakowskiego projektu „Rzecz Małopolska. Festiwal Etnodizajnu” z 2009 roku, nie tylko utrwaliли i spopularyzowali spolszczoną formę określenia etnodizajn, ale również wypracowali jego definicję. Co ciekawe, można ją znaleźć na polskiej stronie Wikipedii, ale nie na stronie portalu etnodizajn.pl [Słomska-Nowak Justyna. 2014. Etnodizajn – projektowanie inspirowane ludowością. W *Etnodizajn wczoraj i dziś: inspiracje czy*

niematerialnego. Będę starała się wskazywać możliwe sposoby spojrzenia na problemy, niż samodzielnie je rozwiązywać. Artykuł będzie dotyczyć problemów związanych z coraz częstszym wykorzystywaniem elementów dziedzictwa kultury (często wyrwanego z kontekstu) i regionalnej sztuki ludowej² przede wszystkim w produkcji odzieży, wyrobów galanteryjnych i różnego rodzaju dodatków czy gadżetów – nie jest to bowiem neutralne dla dziedzictwa. W ostatnich latach można zaobserwować rozwój firm, które swoje produkty ozdabiają chociażby motywami ludowymi (takimi jak na przykład kwiatki łowickie³), albo opierają się na słowach czy zwrotach zaczerpniętych nie tylko z języka polskiego, ale także dialektów, gwar i języków regionalnych. Jako przykład można przywołać oferowane przez śląską markę Gryfnie „rzeczy inspirowanych ślonskim słownictwem ze współczesnym wzornictwem”⁴. Można zauważyć, że inspiracje tradycjami i wzorami ludowymi pojawiają się na różnorodnych produktach, bez względu na ich funkcję (odzież, wyroby galanteryjne, elementy dekoracyjne domu, przybory papiernicze i inne), ale również bez rozróżnienia na charakter formalny i swobodny (trafiają się zarówno stylizowane na ludowość torebki wieczorowe i męskie spinki do mankietów, ale również dresowe bluzy i klapki).

Zarówno gwarę, jak i ludowe motywy zdobnicze, należy uznać za przykłady dziedzictwa niematerialnego. W przypadku dowolnej gwary mamy bowiem do czynienia z językiem, który według punktu drugiego artykułu drugiego Konwencji UNESCO w Sprawie Ochrony Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego z 2003 roku⁵, jest jednym z głównych

naśladownictwo. M. Flinik-Huryn, A. Demśka, M. F. Woźniak (red.), 41. Bydgoszcz: Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego].

- 2 Nie jest możliwe podanie jednej definicji tradycji, dziedzictwa czy kultury. Osobiście skłaniam się do dwóch propozycji Jerzego Szackiego, które przytacza w swojej książce poświęconej tradycji: „Kultura jest więc społecznym dziedzictwem, funduszem nagromadzonej wiedzy i obyczajów, dzięki któremu jednostka «dziedziczy» większość swoich zachowań i idei” oraz „Kultura może być określona jako zorganizowany zespół wzorów zachowania, które są przekazywane drogą społecznego dziedziczenia czyli poprzez tradycję i które są charakterystyczne dla danego obszaru lub grupy ludzkiej”. [Za: Szacki Jerzy. 2011. *Tradycja*. 127. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego]. Natomiast kulturę można rozumieć zarówno w sposób wąski, jak i szeroki. W wąskim zakresie kultura obejmować będzie wytwory, które uznajemy za artystyczne, takie jak teatr, malarstwo czy literatura; w szerokim będzie wszystkimi wyuczonymi zachowaniami i działaniami człowieka jako członka danej społeczności – właśnie tym zakresie znaczeniowym będę się posługiwać. [Nowicka Ewa. 2000. *Świat człowieka, świat kultury. Systematyczny wykład problemów antropologii kulturowej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN].
- 3 Tego typu ubrania mają w swojej ofercie m. in. takie sklepy jak: FunkyFolky.com.pl, KokoFolk.pl czy Folkownia.pl [dostęp: styczeń 2015].
- 4 gryfnie.com [dostęp: styczeń 2015].
- 5 <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20111721018> [dostęp: styczeń 2015].

i podstawowych nośników niematerialnego dziedzictwa. Zgodnie z tym samym artykułem możemy interpretować ludowe motywy zdobnicze jako dziedzictwo niematerialne z dwóch powodów: po pierwsze wpisujących się swoim znaczeniem symbolicznym⁶ w sposoby postrzegania i opisywania świata, po drugie wiążąc je ściśle z rzemiosłem tradycyjnym i metodami wytwórstwa z powodów ściśle plastycznych.

Na potrzeby artykułu konieczna jest analiza przeprowadzona na odpowiednio zawężonym obszarze. Ze względu na bliskość geograficzną zdecydowałam się na omówienie zagadnienia na przykładzie Górnego Śląska i wspomnianego już wcześniej sklepu Gryfnie oraz innych, podobnych firm. Nie wątpię jednak, że ostateczne wnioski będzie można odnieść do przykładów etnodizajnu z innych regionów Polski.

Ogólna problematyka ochrony dziedzictwa niematerialnego

Problem niematerialnego dziedzictwa kulturowego jest zagadnieniem niezwykle kłopotliwym, ze względu na swoją niejednoznaczność, a także z powodu różnorodności oraz specyfiki swojego przedmiotu. Dowolny obiekt, który zostanie uznany za przykład dziedzictwa materialnego, ma określoną, namacalną formę, którą można zbadać, a więc zobaczyć, opisać, zmierzyć, dotknąć, określić skład, wiek i pochodzenie, a także przypisać

6 Wydaje się, że niestety dość często się o tym w przemyśle zapomina – tradycyjne wzory ludowej ulegają przeobrażeniom i przekształceniom często z całkowitym pominięciem ich pierwotnej symboliki. Należy pamiętać, że wszystko, od kolorystyki pojedynczego elementu, przez motyw, który przedstawia, po jego umiejscowienie w zbiorze elementów mu podobnych, może być w jakiś sposób znaczące. Np. Jarosław Szewczyk w swojej pracy poświęconej ludowemu zdobnictwu domów podlaskich zwraca uwagę na czynniki kulturowo-magiczne, które wpływały na wybór takiej a nie innej ornamentyki zdobiącej budynek, podając przy okazji listę znaków-symboli [Szewczyk Jarosław. 2008. *Ludowe zdobnictwo podlaskich domów*. 46-48. Białystok: Wydawnictwo Politechniki Białostockiej]. Tego typu zależności między kulturą a motywami zdobniczymi jest o wiele więcej – w tym wypadku ograniczam się do tego, jako jednego z mniej oczywistych. Można to jednak częściowo odnieść chociażby na popularnych w wielu regionach Polski wycinanek. Po kolorze papieru, sposobie wykonania, wybranym motywie i innych elementach wprawny badacz jest w stanie ocenić z których regionów pochodzą dane wycinanki. Nie można więc mówić o jednej „polskiej” wycinance, bowiem każda lokalna społeczność może posiadać własną estetykę, metodę, ale i symbolikę wycinanki. [Por: Mironiuk Nikolska Alicja. 2010. *Polska sztuka ludowa*. 182-205. Warszawa: Sport i Turystyka – MUZA SA.; Jackowski Aleksander. 2002: *Polska sztuka ludowa*. 145-155. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN]. Obecnie często się o tym zapomina mimo iż motywy z wycinanek różnych części Polski zdobią przeróżne etnopredmioty, od zapalniczek, po dywany.

do stylu lub epoki w której powstał, a która już minęła⁷. W dalszej kolejności natomiast pozwala wybrać najlepszy rodzaj konserwacji i ochrony, a w przypadkach, kiedy mowa o zabytku uszkodzonym lub, co gorsza, zniszczonym, wybrać metodę rewitalizacji lub rekonstrukcji. Dziedzictwo materialne jest ważne szczególnie przez swój substrat fizyczny, natomiast dziedzictwo niematerialne jest „noszone” przez człowieka jako wiedza, umiejętności, sposoby myślenia oraz postrzegania świata i tym podobne. Tym samym zakorzenia nas w świecie, pomaga tworzyć naszą tożsamość (narodową, etniczną, religijną, a nawet jednostkową) i łączy nas z innymi pokoleniami – zarówno starszymi, od których otrzymaliśmy dane dziedzictwo, jak i z młodszymi, którym to dziedzictwo zostanie przekazane drogą edukacji formalnej i nieformalnej, poprzez współudział w wydarzeniach dnia świątecznego i codziennego.

Z tego powodu wszystkie praktyki wykorzystywane w ochronie dziedzictwa materialnego są w przypadku dziedzictwa niematerialnego nieskuteczne. Oczywiście niematerialne dziedzictwo da się opisać, zrekonstruować czy odtworzyć, ale będą to zawsze jedynie kopie i przybliżenia, a nie żywa i trwająca kultura. Dlatego znalezienie odpowiednich, a przynajmniej zadowalających metody zachowywania, „konserwowania” i ochraniać żywej kultury, a także jej promowania nie tylko w skali krajowej, ale także lokalnej, jest zadaniem ważnym i koniecznym.

Wnioski o wpisanie zjawiska na Krajową Listę Dziedzictwa Niematerialnego (nabór wniosków ruszył dopiero w styczniu 2014 roku) mają zgłaszać przede wszystkim depozytariusze danych tradycji, dlatego konieczne jest uświadomienie im takiej możliwości i przekonanie o sensie przedsięwzięcia. Zdarzają się społeczności, które nie rozumieją wagi swojego dziedzictwa niematerialnego. Trzeba więc poczynić odpowiednie kroki jak najszybciej, mając na uwadze, że szybko postępują nieodwracalne zmiany, często bardzo niekorzystnie: porzucanie dawnych modeli życia na rzecz nowych (nierzadko wypracowanych w innych kręgach

7 O ile bowiem w przypadku dziedzictwa materialnego mamy nieograniczony dostęp do przykładów z różnych okresów historycznych, przez co możemy porównać skrajnie odmienne epoki, ale też prześledzić rozwój pewnych zjawisk (np. zdobnictwa czy myśli architektonicznej), to w przypadku dziedzictwa niematerialnego jest to niezwykle trudne, a być może nawet niemożliwe. Przejawy dziedzictwa niematerialnego są bowiem albo przekazywane nowym pokoleniom, które stopniowo, wręcz niezauważalnie dopasowują odziedziczone tradycje do swoich czasów i wymogów albo uznają je za archaiczne, w efekcie czego tradycje przestają być kultywowane i popadają w niepamięć. Mówiąc więc o dziedzictwie niematerialnym musimy mieć świadomość, że rozmawiamy albo o dziedzictwie „martwym”, obecnie nie występującym, ale o którym mamy pewną wiedzę np. z przekazów ludowych, albo o dziedzictwie żywym, wciąż trwającym, ale równocześnie często zagrożonym przez liczne gwałtowne zmiany kulturowe. [Por. Szacki Jerzy. 2011. *Tradycja*. 102-109, 117-124. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego].

kulturowych), przemysł i masowa produkcja przedmiotów, emigracja, zmiana warunków społecznych i ekonomicznych ludności, a nawet nadmierny ruch turystyczny. Jest oczywiste, że w procesie powolnych zmian pokoleniowych w kulturze zanikają pewne elementy, a w zamian pojawiają się nowe, albo że pewne zwyczaje i praktyki ulegają powolnemu przeobrażeniu, jednakże wyżej wymienione czynniki powodują nie rzadko zmiany szybkie i gwałtowne. Znalezienie odpowiednich metod chronienia kultury, którą nie bez powodu określa się mianem żywej, jest sprawą trudną, ale też niezwykle ważną, dlatego warto przyglądać się zjawiskom z pozoru nieistotnym, próbując zawczasu ocenić, czy niosą szansę na ochronę i promocję naszego niematerialnego dziedzictwa, czy wręcz przeciwnie, mogą być dla niego zagrożeniem.

Gryfna⁸ promocja dziedzictwa niematerialnego?

Na stronie Gryfnie możemy znaleźć liczne informacje na temat śląskiej kultury. Gryfnie nie ogranicza się bowiem jedynie do Gyszeftu, czyli sklepu, ale oferuje również takie zakładki i podstrony jak: Słownik ślonski, Po ślonsku, Kultura, Muzyka, Warzyni, Bydzie się dzióło czy Gryfny Ślonsk, gdzie znajdziemy różnorodne informacje, wszystkie zapisane w śląskiej gwarze⁹. Można więc stwierdzić, że Gryfnie stara się pełnić rolę

8 Gryfny to po śląsku ładny, piękny. Używam tego określenia w ramach nawiązania do sklepów, które z założenia chcą promować śląską kulturę, tak jak robi to sklep Gryfnie, o którym jest mowa w artykule.

9 Osobiście będąc w tekście używała określenia „gwara”. Konieczne jest zwrócenie uwagi w przypisie, na problematykę gwar śląskich. Przede wszystkim nie można wyróżnić jednej gwary, ponieważ ta zmienia się wraz ze zmianą regionu. W efekcie można wymienić kilka odmian językowych. Ponadto gwara śląska nie doczekała się jeszcze jednolitego, określonego sposobu zapisu. W tym celu używa się zarówno śląskiego alfabetu Steuera, jak i alfabetu polskiego, który uniemożliwia jednak dokonania wiernego zapisu z powodu braku niektórych akcentowanych głosek. Nową propozycją jest obecnie tzw. ślabikörzowy szrajbōnek. Dodatkowo wciąż trwają spory, czy gwarę śląską uznać za oddzielny język czy dialekt. [Winiarska Izabela. 2009. *Zasięg terytorialny i podziały dialektu śląskiego*, http://www.gwarypolskie.uw.edu.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=854&Itemid=19 (dostęp: styczeń 2015); Tokarzewska Beata. 2012. *Mowa śląska językiem regionalnym*. <http://jasnet.pl/?m=publicystyka&id=3309> (dostęp: styczeń 2015); Syniawa Mirosław. 2010. *Ślabikörz niy dlõ bajtli*. Chorzów: Pro Loquela Silesiana].

Warto również przytoczyć opinię Aldony Skudrzyk na temat gwary i przyczyn jej silnego zakorzenienia na Śląsku nawet w czasach obecnych: „Silna pozycja gwary wynika nie tylko z jej bycia po prostu środkiem komunikacji, ale z jej roli jako istotnego znaku więzi, tożsamości etnicznej, regionalnej, kulturowej, rodzinnej. Przywiązanie do tradycji, kultywowanie obyczajów, swoisty etnocentryzm mają oczywiście głęboką motywację historyczną. W mentalności

internetowej przestrzeni oferującej wiedzę o regionie, ale również rozrywkę i informacje o lokalnych wydarzeniach kulturalnych, a także różnego rodzaju ubrania i drobiazgi z kolekcji „Na zicher”, które Gryfnie reklamuje hasłem „Łoblyc sie po naszymu”. W asortymencie są przede wszystkim koszulki, bluzy, torby, czapki i skarpety, ale znajdziemy tam także fartuchy, lampy, mydła, kubki, plakaty, zabawki, pocztówki, kartki okolicznościowe, przypinki, magnesy i naklejki na samochody – wszystkie cechujące się nowoczesnym wzornictwem, ale w wyraźny sposób inspirujące się śląskim słownictwem i kulturą.

Licząc tylko teren Górnego Śląska¹⁰ projektów, grup i firm podobnych do Gryfnie jest obecnie dość sporo. Można wymienić między innymi: Katolove, Geszeft, Ślonski bajtel, Polaquito, BroKat, Qdizajn, Ślonski dizajn i wiele innych, oferujących różnego rodzaju odzież i akcesoria, takie jak biżuteria, torby, wyroby ceramiczne, grafiki i tym podobne obiekty. W jaki sposób można teoretycznie łączyć te wyroby z ochroną niematerialnego dziedzictwa kultury?

Artykuł pierwszy wspomnianej już Konwencji UNESCO w Sprawie Ochrony Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego podaje cztery cele konwencji:

- a. ochrona niematerialnego dziedzictwa kulturowego,
- b. zapewnienie poszanowania niematerialnego dziedzictwa kulturowego wspólnot, grup i jednostek,
- c. wzrost, na poziomie lokalnym, krajowym i międzynarodowym, świadomości znaczenia niematerialnego dziedzictwa kulturowego oraz zapewnienie, aby dziedzictwo to było wzajemnie doceniane,
- d. zapewnienie międzynarodowej współpracy i pomocy¹¹.

Warto zwrócić uwagę, na podpunkty a oraz c. Mówią one o ochronie dziedzictwa niematerialnego, ale również o zwiększaniu świadomości jego istnienia i znaczenia, by w ten sposób depozytariusze danego

Górnoślazaków były i są nadal zakodowane głęboko postawy zachowawcze, życie «do wewnątrz», ze swoimi i dla swoich” [Skudrzyk Aldona. 2008. Recenzja pracy Barbary i Adama Podgórskich: *Godomy po naszymu, czyli po śląsku. Słownik gwar śląskich*. W Podgórszy Barbara, Adam, *Godomy po naszymu, czyli po śląsku. Słownik gwar śląskich*, 11-12. Katowice: Kos]. To mogłoby tłumaczyć popularność samego Gryfnie, które swoje produkty mocno opiera na gwarze. Pokazując atrakcyjną stronę śląskiego słownictwa udowadnia młodym ludziom, że znajomość gwary może być modna i pożądana, a także, że można jej swobodnie używać w niektórych kręgach i sytuacjach.

10 W tekście ograniczam się do Śląska, jednakże w innych częściach Polski można mówić o bardzo podobnym wykorzystywaniu lokalnych kultur, gwar czy motywów zdobniczych, np. „Kaszëbsczi Króm” oferujący tradycyjne kaszubskie artykuły spożywcze, ale także stylizowane torby czy biżuterię. [<http://www.ruszajwdroge.pl/2014/06/Kaszëbsczi-Krom-pasja-do-biznesu-czy-biznes-z-pasja.html#.VKFH6f8CABh> (dostęp: styczeń 2015)].

11 <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20111721018> [dostęp: styczeń 2015].

dziedzictwa chcieli¹² je dalej kultywować i promować. Odnośnie ochrony wymienionej w podpunkcie a, ten sam dokument w punkcie trzecim artykułu drugiego podaje następującą informację:

3. „Ochrona” oznacza środki mające na celu zapewnienie przetrwania niematerialnego dziedzictwa kulturowego, w tym jego identyfikację, dokumentację, badanie, zachowanie, zabezpieczenie, **promowanie**, wzmocnianie i przekazywanie, w szczególności poprzez edukację formalną i nieformalną, jak również rewitalizację różnych aspektów tego dziedzictwa¹³.

Tym samym zostaje potwierdzone, że promocja dziedzictwa niematerialnego jest formą jego ochrony. Dlatego warto zwrócić uwagę na to, co sprzedający i projektanci etnoprezydentów piszą o swoich produktach. Na stronie internetowej Gryfnie możemy znaleźć następującą informację odnośnie projektu i motywacji twórców:

Gryfnie to je po polsku ładnie i pięknie.

I tak richtik chcielibyśmy pokazać ślonsko godka. Wsłuchujmy sie w bicie syrca dzisiyszego pokolynio i podug tego łonaczmy ślonski projekt „gryfnie”.

Jest nos dwóch pierzińskich gizardów ze Pszczyny, ale ino jedyn je ganz Ślonzokiy. Etnolog i programista – po takim som my fachu. Koždy z nos „mo ptoka” na punkcie swoji roboty.

Skisz tego, że **przajymy ślonskij godce, chcymy sie niom asić i pokazać z trocha inkszyj strony – barzij współczesnyj.** Pomogajom nom w tym nasi przocie, naprowda zacni ludziska, łobdarzyni srogimi talyntoma.

Gryfnie to zajta www.gryfnie.com i fanpage www.facebook.com/gryfnie, na kerych idzie dowiedzieć sie ło downych ślonskich tradycjach ale tyż ło dzisiyszym Ślonsku.

Gryfnie to tyż naszo kolekcja rzeczy inspirowanych ślonskim słownictwym. Toż chowcie sie! Pyrsk!¹⁴

12 Z mojej wypowiedzi można wyciągnąć wniosek, że dziedzictwo oraz tradycje są kultywowane i przekazywane z pokolenia na pokolenie z powodów „zewnętrznych” (np. chęci przypodobania się osobom spoza danej kultury), a nie z potrzeby serca i chęci zachowania duchowego spadku po przodkach. Niestety można zaobserwować, że obecnie wiele zjawisk kulturowych przepadło, ponieważ młode pokolenia uznawały stare obyczaje rodziców czy dziadków za przestarzałe, archaiczne i zabobonne, rezygnując tym samym z kultywowania tradycji i przekazania jej dalej następnym pokoleniom. Można więc wyjść z założenia, że akceptacja innych społeczności względem jakiejś kultury tradycyjnej może sprzyjać w zachowaniu jej. Jest to temat warty obszerniejszej analizy, tutaj jedynie krótko go sygnalizuję. [Por.: Szacki Jerzy. 2011. *Tradycja*. 141-142. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego].

13 Wszystkie podkreśl. Z.O.; <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20111721018> [dostęp: styczeń 2015].

14 Wszystkie podkreśl. Z.O.; <http://gryfnie.com/o-projekcie/> [dostęp: styczeń 2015].

W podobny sposób opisuje się Geszeft:

Geszeft to sklep z produktem lokalnym, niezależny punkt promocji regionu i kawiarnia w jednym. Miejsce, które chce promować młodych śląskich projektantów modowych czy designu, artystów czy autorów publikacji. Znajdziesz tam biżuterię z węgla, koszulki **promujące** śląską gwarę, ilustracje śląskich mitów, jak również książki o lokalnej modernie. **A wszystko po to, żeby pokazać tożsamość regionu w nowej, współczesnej odsłonie, która nie wstydzi się swojej tradycji, dumnie czerpiąc z niej to co najlepsze¹⁵.**

Oba sklepy deklarują, że swoje działanie opierają przede wszystkim na promocji regionalnych tradycji: mówią o ukazaniu piękna śląskiej gwary i kultury oraz wspieraniu produktów lokalnych nowej, projektantów, a wszystko to w współczesnej formie, która jednak nie zapomina o swoim pochodzeniu, a – co więcej – jest z tego dumna.

W internecie można znaleźć dużo deklaracji potwierdzających, że wiele osób podziela te opinie i uznaje oferowane produkty za idealne połączenie nowoczesności i tradycji – można powołać się na liczbę polubień facebookowych stron¹⁶, komentarze (zapisane zarówno w języku polskim jak i w gwarze śląskiej), liczne artykuły prasowe¹⁷ czy wpisy na blogach. Na przykład na stronie Silesia Street Look można znaleźć notatkę zatytułowaną *Śląskie gryfne ubrania*, której fragment warto zacytować:

Na Śląsku da się żyć, a **Ślązacy coraz bardziej identyfikują się ze swoim regionem i chcą pokazywać skąd są.** Na pewno wpływa to na popularność rodzących się coraz to nowych marek. Bluzy, t-shirty, torby czy skarpetki ze śląskimi akcentami, to idealne **ubrania i dodatki dla ludzi lubiących utożsamiać się z Katowicami oraz z śląską gwarą.** To na pewno też znakomity pomysł na niebanalny prezent, bo przecież kto by się powstydził koszulki z szmaterłokiem na piersiach ;) O to kilka internetowych sklepów, gdzie możemy nabyć te cuda¹⁸.

Powyższy cytat jest kroplą w morzu pozytywnych ocen i komentarzy. O ile jednak emocjonalne podejście do tematu jest zrozumiałe w przypadku

15 Wszystkie podkreśl. Z.O.; <https://geszeft.co/strona/7/onas/> [dostęp: styczeń 2015].

16 73 035 dla Gryfnie [<https://www.facebook.com/gryfnie> (dostęp: styczeń 2015)] oraz 9 693 dla Geszeftu [<https://www.facebook.com/Geszeft> (dostęp: styczeń 2015)].

17 Por.: Świącicka Olga. bez daty. *Gryfnie czyli pięknie. Śląsk odzyskuje swoją mowę, gwara znów w modzie* <http://natemat.pl/27723,gryfnie-czyli-pieknie-slask-odzyskuje-swoja-mowe-gwaraznow-w-modzie> [dostęp: styczeń 2015].

18 Wszystkie podkreśl. Z.O.; Błotko Anna. 2013. *Śląskie gryfne ubrania*, <http://silesiastreetlook.pl/2013/08/slaskie-gryfne-ubrania.html> [dostęp: styczeń 2015].

opinii codziennych użytkowników internetu, to można zauważyć, że i w prasie nie brak pełnych entuzjazmu tekstów¹⁹. Większość z nich mówi o atrakcyjności śląskiej gwary, o wielkim powrocie gwary do łask, o odzyskaniu śląskiej mowy czy nawet o ogólnie pojętej modzie na śląskość.

Mamy więc do czynienia z czynną promocją tradycji, próbą wywołania nie tylko zainteresowania swoim dziedzictwem niematerialnym, ale również z chęcią obudzenia dumy, ale i sympatii, a także sposobem na ukazanie nowej, ale co jest często podkreślane, wciąż tradycyjnej twarzy Śląska.

W oparciu o te informacje można by wysnuć przypuszczenie, że wykorzystanie przez Gryfnie i inne podobne mu firmy elementów dziedzictwa niematerialnego Śląska, wpływa na promocję tegoż dziedzictwa, co może skutkować pozytywnymi efektami: zwiększeniem świadomości istnienia i znaczenia niematerialnego dziedzictwa, obudzeniem świadomości i dumy w depozytariuszach oraz pragnienia dalszego pielęgnowania tego dziedzictwa, a także zapewnieniem poszanowania dla śląskiej kultury wśród mieszkańców innych części Polski. W ten sposób byłyby spełnione główne cele konwencji UNESCO, mówiące o promocji i wzmacnianiu kulturowego dziedzictwa niematerialnego Polski, nie tylko w obrębie regionu czy kraju, ale również za jego granicami²⁰. Jednakże to, co może mieć skutki pozytywne, może również przyczynić się do powstania nader niepożądanych, a nawet szkodliwych efektów.

Problematyka etnodizajnu

Śląsk, jak każdy inny region Polski posiada swój własny etos, będący kulturowym wzorem idealnym, do którego każdy mieszkaniec mniej lub bardziej świadomie będzie się starał dążyć na co dzień i od święta²¹. Henryk Czech mówi, że na etos Ślązaka składa się swoista triada: „wartości rodziny, wartości religijne oraz wartości pracy”²². Jednakże można zauważyć, nie tylko na Śląsku, ale i w innych regionach Polski, że etos Ślązaka wciąż bardzo często jest utożsamiany z etosem górnika²³, a skojarzenie:

19 Por.: <http://gryfnie.com/piszom-lo-nos/> [dostęp: styczeń 2015].

20 Wiele z wymienionych produktów można zakupić w sklepach z pamiątkami dla turystów.

21 [Czech Henryk. 2006. *Ethos wsi śląskiej. Badania w gminie Olesno*. 47, 50-55. Warszawa: Trio; Ossowska Maria. 2000. *Ethos rycerski i jego odmiany*. 7. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN; Swadźba Urszula. 2001. *Śląski etos pracy. Studium socjologiczne*. 29. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego].

22 Czech Henryk. 2006. *Ethos wsi śląskiej. Badania w gminie Olesno*. 52-53. Warszawa: Trio.

23 O etosie górniczym pisano wielokrotnie w różnych kontekstach, zwracając uwagę nie tylko na jego budowę i elementy składowe, ale także na kontekst wspólnoty górniczej, organizacji

„Śląsk = górnik; górnictwo” jest mocno zakorzenione w potocznej myśli Polaków²⁴. Faktycznie górnictwo na Górnym Śląsku było w XIX i XX

przestrzennej miast i wsi czy model rodziny górniczej. W tym miejscu warto zwrócić pokrótce uwagę na niektóre z tych zagadnień, bowiem pokazują one dlaczego etos górniczy może być odczytywany jako model Ślązaka w ogólności – dotyka bowiem nie tylko samych pracowników kopalni w czasie wykonywania pracy. Marian Gerlich pisząc o tradycyjnych wzorach zachowań zwraca uwagę: „Zawód górnika to z całą pewnością zawód szczególny, bo podstawowe czynności, jakie związane są z jego wykonywaniem, muszą być realizowane w podziemiach, a więc w warunkach zdecydowanie odmiennych od tych, w jakich człowiek na co dzień przebywa i żyje. W konsekwencji determinują one w znacznym stopniu zarówno większość czynności produkcyjnych, jak i samego człowieka. Aby sprostać wymogom narzuconym przez przyrodę, aby zrealizować wytyczone cele musi on rygorystycznie przestrzegać obowiązujących zasad postępowania” [Gerlich Marian Grzegorz. 1988. Zawód górnika a tradycyjne wzory zachowań. W *Górnicy stan w wierzeniach, obrzędach, humorze i pieśniach*. D. Simonides (red.), 29. Katowice: Śląski Instytut Naukowy]. Równocześnie jednak: „W obrębie dawnych środowisk górniczych funkcjonowało wiele tradycją usankcjonowanych zachowań, które były przestrzegane przez górników, i to zarówno bezpośrednio w środowisku pracy, jak i poza nim. Zawód mężczyzny determinował specyfikę i rytm życia rodzinnego. Przedstawiony materiał świadczy o bogactwie tradycji, a także swoistej atrakcyjności, która decydowała w konsekwencji o zachowaniu się zwyczajowych form mimo pewnych modyfikacji. Dostrzec też można w miarę zwarty i przejrzysty system wartości, który decydował o sposobie pojmowania rzeczywistości i własnego w nim miejsca, w także spełniania określonych obowiązków” [Gerlich Marian Grzegorz. 1988. Zawód górnika a tradycyjne wzory zachowań. W *Górnicy stan w wierzeniach, obrzędach, humorze i pieśniach*. D. Simonides (red.), 92. Katowice: Śląski Instytut Naukowy]. Wanda Mrozek analizuje dokładnie model rodziny górniczej, zwracając uwagę na takie elementy jak liczba dzieci w rodzinie, dziedziczność zawodu w rodzinie, podział obowiązków między małżonkami i ich wzajemna zależność, relacje między dziećmi i rodzicami, rytm życia rodziny uzależniony od pracy męża i ojca na kopalni, a nawet stosunki sąsiedzkie – wszystko to było pośrednio uzależnione od górnictwa i jako pewien model ściśle zazębiało się z górniczym etosem. Mrozek Wanda. 1988. Tradycyjna rodzina górnicza – jej cechy społeczne i kierunki przeobrażeń. W *Górnicy stan w wierzeniach, obrzędach, humorze i pieśniach*. D. Simonides (red.), 97-132. Katowice: Śląski Instytut Naukowy]. Potwierdzają to relacje Doroty Simonides, która wspomina, że na Śląsku wszystko było w jakiś sposób powiązane z górnictwem: od zabudowy przestrzennej osiedla (w tym wypadku mowa o Nikiszowcu), przez relacje z sąsiadami (na każdym szczeblu: dzieci, kobiet i mężczyzn), po rytm dnia każdej rodziny górniczej (np. przypomina, że w śląskich rodzinach normą było chociażby budzenie dzieci lub też nie odsyłanie ich wcześniej do łóżek, by mogły pożegnać ojca wychodzącego na nocną szychtę). [Simonides Dorota. 2014. *Szczęście w garści. Z familoką w szeroki świat*. 9-11. Opole: Wydawnictwo Nowik].

- 24 Jak zauważa Jerzy Damrosz: „W stereotypie ogólnokrajowym na symbolikę regionu śląskiego (krajobraz kulturowy i przyrodniczy) składają się przede wszystkim: węgiel (wiele kopalniane, hałdy itp.), uniform górniczy z charakterystycznym nakryciem głowy, obchody Barbórki, strój ludowy, taniec trojak. A stereotyp Ślązaka obejmuje: gwarowe przekleństwo «do pieruna» i takie cechy, jak rzetelność i religijność oraz zamilowanie do schludności i czystości” [Damrosz Jerzy. 1988. Symbolika regionu jako wyznacznik odrębności. W *Symbolika regionów. Studia etnologiczno-folklorystyczne*. D. Simonides (red.), 23. Opole: Instytut Śląski w Opolu]. W podobnym tonie, choć trochę bardziej ogólnie wypowiada się Alicja Karłowska-Kamzowa, która przekonuje: „Dla mieszkańców Polski – z innych dzielnic, Śląsk kojarzy się z Górnym Śląskiem

wieku jedną z podstawowych gałęzi nie tylko śląskiego przemysłu, a sami górnicy wypracowali w tym czasie zarówno wewnętrzny kodeks i system zwyczajów, ale również niezwykle silne poczucie wspólnoty. Także wśród nie-górnich mieszkańców Górnego Śląska pracownicy kopalń byli niezwykle szanowani i cenieni. Można powiedzieć, że taki stan rzeczy utrzymywał się do połowy XX wieku. Okres Polski Ludowej wyniósł etos górnika na piedestał, jako przykład klasy pracującej. Obecnie natomiast jesteśmy świadkami upadku nie tylko polskiego górnictwa, które uznaje się za nierentowne i nieopłacalne finansowo, ale także samego wizerunku górników, których postrzega się często jako jednostki niewykształcone, a nawet prymitywne, co widać w powtarzających się, mocno nacechowanych pejoratywnie, a nawet wulgarnych przymiotnikach i opisach. Zmienia się również sama zbiorowość górników, ich wewnętrzne relacje oraz nastawienie do dawnych zwyczajów.

W tym miejscu pojawia się współczesny etnodizajn i promowane przez niego przedmioty. Pośród produktów oferowanych miłośnikom etnodizajnu można znaleźć obiekty, które wyraźnie starają się ocieplić nadwątlony w ostatnich latach wizerunek górnika-Ślązaka, nawiązując do starego etosu, słownictwa i symboli górniczych. W asortymencie Gryfnie znajdziemy między innymi: koszulkę „Grubiorz” (górnik), „Taszę w czarne diamenty” (torbę z motywem węgla w kształcie diamentów), bluzę „Wongiel” (węgiel), skarpetki, czapki i kubki z motywem pyrlika i żelozka (symbole górnictwa), czy tak zwane „Sadza Soap” – mydło imitujące z kształtu węgiel. Przeglądając oferty innych sklepów można dodatkowo wyliczyć jeszcze torby na zakupy, przypinki, plakaty, kufle piwne, biżuterię z węgla, węgiel przetworzony na kształt diamentów i wiele innych produktów, które bardziej lub mniej nawiązują do dawnego etosu górniczego i stereotypu Śląska, jako miejsca składającego się w głównej mierze z kopalń i hałd.

Należy postawić pytanie, czy etnodizajn nie deprecjonuje i nie ośmiesza prawdziwej kultury? Ostatecznie to, co było sednem, osią i głównym

Określenie „Przemysłowy” [Karlowska-Kamzowa Alicja. 1988. Obiekty i zespoły zabytkowe jako wyznacznik przestrzeni historycznej Śląska. W *Symbolika regionów. Studia etnologiczno-folklorystyczne*. D. Simonides (red.), 83. Opole: Instytut Śląski w Opolu]. Można także przytoczyć wcześniejszą część jej wypowiedzi: „Warto jedynie przypomnieć, że ludność Śląska od późnego średniowiecza posiadała świadomość swojej odrębności, co owocowało m.in. spisaniem licznych kronik lokalnych, a stosunkowo wcześniej opracowaniami naukowymi i popularnonaukowymi poświęconymi własnej dzielnicy” [Karlowska-Kamzowa Alicja. 1988. Obiekty i zespoły zabytkowe jako wyznacznik przestrzeni historycznej Śląska. W *Symbolika regionów. Studia etnologiczno-folklorystyczne*. D. Simonides (red.), 83. Opole: Instytut Śląski w Opolu].

motywem tej kultury²⁵ zostaje zredukowane do prostego symbolu, który w pewnym sensie staje się dodatkiem do sprzedawanego produktu. Jako przykład takiego zredukowania, ale i pewnej absurdalności do której potrafi się posunąć etnodizajn, można podać produkt oferowany między innymi przez Geszyft, znany pod nazwą Palec Śląski²⁶. Jest to porcelanowy, szklawiony wałek, przypominający tłuczek do kuchennego moździerza, długości 65 milimetrów, zawieszony na rzemyku lub łańcuszku, który można nabyć w cenie osiemdziesięciu pięciu złotych²⁷. W opisie można znaleźć informację, że jest to wisiorek, którego dodatkową funkcją jest „tworzenie dziurek w kluskach śląskich”²⁸. Mimo, iż miły dla oka,

- 25 Można powiedzieć, że węgiel jest główną osią kultury Śląskiej. Nie tyle jest bowiem motywem, który sam w sobie się powtarza w kulturze, ale jest głównym punktem odniesienia dla wszystkiego innego. Jerzy Gorzelik pisał: „To właśnie węgiel stoi u początku całego łańcucha czynników i zdarzeń, które doprowadzić miały do przeobrażenia zapomnianej peryferii, kojarzonej dotąd z niecywilizowaną dziczą, w jeden z najdynamiczniej rozwijających się regionów Europy” [Gorzelik Jerzy. 2006. Czarne diamenty. Górnictwo w sztuce Górnego Śląska. W *Śląsk – kamień drogocenny*. J. Kurek, K. Maliszewski (red.), 74. Chorzów: Miejski Dom Kultury „Batory”]. Henryk Mercik również uznaje węgiel za punkt wyjścia nie tylko dla śląskiej urbanistyki, ale i kultury, rozwijając ten temat następująco: „Swoista, ówczesnie nowatorska postać urbanizacji i osadnictwa robotniczego obszaru Górnego Śląska rozwijała się na przestrzeni ostatnich dwustu lat i okrzepła na początku XX wieku. Nowatorstwo w kształtowaniu przestrzeni polegało przede wszystkim na całkowitym podporządkowaniu lokalizacji nowej struktury osiedleńczej usytuowaniu zakładu wydobywczego, który musiał być umiejscowiony na złożu. Również inne zakłady przemysłowe, w tym huty żelazne, musiały być lokalizowane zależnie od kopalń węgla kamiennego. Sprzyjało to powstaniu ścisłej zależności miejsca pracy poza rolnictwem i miejsca zamieszkania przez lokalizację osiedli i domów robotniczych w bezpośrednim sąsiedztwie zakładów przemysłowych. Część tej struktury przetrwała do naszych czasów, wywierając wyraziste piętno na charakterze osiedli oraz miast całego obszaru Górnego Śląska” [Mercik Henryk. 2006. Węgiel i architektura. Funkcja, estetyka, symbol. W *Śląsk – kamień drogocenny*. J. Kurek, K. Maliszewski (red.), 83. Chorzów: Miejski Dom Kultury „Batory”]. Trochę później dodaje jeszcze: „Likwidacja kopalń sprawia, że przestrzeń urbanistyczno-architektoniczna Górnego Śląska traci sens, logikę nadaną jej przed stu pięćdziesięciu laty. Brak kopalni to nie tylko brak wytłumaczenia istnienia osiedli robotniczych i centrów dzielnic czy miast w obecnym kształcie, to również brak odniesienia do przeszłości, brak odpowiedzi na pytanie: «Skąd jesteśmy?»” [Mercik Henryk. 2006. Węgiel i architektura. Funkcja, estetyka, symbol. W *Śląsk – kamień drogocenny*. J. Kurek, K. Maliszewski (red.), 91. Chorzów: Miejski Dom Kultury „Batory”].
- 26 Trudno jednoznacznie ocenić, czy opisywany przedmiot jest formą żartu, czy też pomysłodawczyni produktu przyświecała idea promocji śląskiej kultury, którą deklarowała w wywiadzie dla Gryfnie [<http://gryfnie.com/kultura/palec-slonski/> (dostęp: styczeń 2015)]. Moim zamiarem nie jest ocena intencji autorki Śląskiego Palca, niemniej sam produkt warty jest przytoczenia w artykule i krótkiego omówienia.
- 27 Oferty zmieniają się w zależności od sklepu, jednakże cena zwykle oscyluje w granicach osiemdziesięciu złotych. [Por. np.: <http://www.pakamera.pl/naszynjniki-wisiory-palec-slonski-do-robiania-dziurek-w-kluskach-nr841918.htm> (dostęp: styczeń 2015)].
- 28 <https://geszef.co/produkt-93/palec-slonski/> [dostęp: styczeń 2015].

w warstwie ideologicznej produkt wydaje się być kuriozalny. Produkt bazuje na jednej z podstawowych „skojarzeniowych definicji” śląskiej kultury: „kuchnia śląska = rolady, modra kapusta i kluski śląskie”, które naturalnie muszą posiadać specjalną dziurkę na sos. W większości śląskich domów do stworzenia owego wgłębienia gospodynie używały własnego palca. Tutaj mamy wykreowany specjalny przyrząd z porcelany, który nie dość, że sam w sobie nie jest i nigdy nie był potrzebny, to dodatkowo zostaje przerobiony na coś innego: mamy do czynienia z pewnym obiektem, któremu została wykreowana pewna historia oparta o tradycję (porcelanowy palec do tworzenia wgłębień w kluskach), która to funkcja „podstawowa” i pierwotna” zostaje odsunięta na bok, by nadać jej kolejną, tym razem ściśle estetyczną (wisiołek)!

Niepokojące dla mnie, jako dla badacza kultury jest to, że tego rodzaju działania budzą fałszywe przekonanie, że wszystkie te czynności (projektowanie etnoproductów i ich sprzedaż) są robione dla dobra kultury, tradycji i dziedzictwa, z którego czerpią wzorce i do którego nawiązują. Pomysłodawcy opisywanego Śląskiego Palca w wywiadzie przeprowadzonym przez Gryfnie przekonuje, że:

najważniejsze jest promowanie Śląska. W momencie gdy masz powieszony palec na szyi, to ktoś Cię od razu zaczepi, bo go to zainteresuje. Palec jest pretekstem do rozmowy o Śląsku, o śląskiej kuchni²⁹.

Tego rodzaju opinie wygłaszane nie tylko przez projektantów i sprzedawców, ale także umieszczane w opisach oferowanych przedmiotów czy w artykułach na temat etnodizajnu, mogą dawać konsumentom i odbiorcom tych produktów poczucie, że zakupienie czarnego mydła czy przypinki z napisem „robia na grubie” (pracuję na kopalni) jest nie tylko rodzajem manifestacji swojej śląskości, pokazania dumy ze swojego dziedzictwa i być może formą buntu przeciw zalewowi „zglobalizowanych” motywów zdobniczych, ale także czynnością zapewniającą trwanie tradycji. Czy jednak faktycznie tak jest? Czy efekt takich działań nie jest aby przeciwny do deklarowanego i planowanego – nie tylko nie niweluje negatywnej części stereotypu dotyczącego Śląska, ale jeszcze ją pogłębia, robiąc z niej w pewnym sensie wesołą maskotkę i skansen równocześnie? Etnodizajn w takim rozumieniu problemu, był kulturowym pasożytem, który stopniowo przetwarza wybraną kulturę i dziedzictwo niematerialne w „kulturkę”, poprzez estetyzację zmieniając prawdziwe wartości w ich własne znaki. Ciężka praca górnicza, mająca wielowiekową tradycję, własne zwyczaje, wierzenia i wzory zachowań, zostaje przez etnodizajn

29 <http://gryfnie.com/kultura/palec-slonski/> [dostęp: styczeń 2015].

zredukowana do kubeczka z szybem kopalnianym czy skarpetek z logiem przedstawiającym pyrlik i żelozko.

W tym miejscu rodzi się myśl, którą wyartykułuję w formie pytania, ponieważ posiada dwie wykluczające się nawzajem odpowiedzi: czy w takim razie produkty z innym motywem zdobniczym (choćby ze znaną na całym świecie Myszka Miki) są w teorii bezpieczniejsze od rodzimego etnodizajnu? Z jednej strony wydaje się, że można udzielić odpowiedzi twierdzącej – podana w przykładzie Myszka Miki i jej podobne motywy są neutralne kulturowo, to znaczy nie przeinaczają i nie ośmieszają naszej własnej kultury. Są całkowicie zewnętrznymi znakami, które zostały zaimportowane do naszego kontekstu kulturowego i nie szkodzą naszemu dziedzictwu niematerialnemu w sposób czynny³⁰. Jednakże z drugiej strony można wysunąć argument, że etnodizajn może i częściowo przeinacza pewne tradycje ludowe, ale przynajmniej uświadamia ludziom, że w ogóle jakieś dziedzictwo posiadają i robi to w sposób atrakcyjny dla odbiorców, zwracając uwagę i pozyskując ich sympatię dla dziedzictwa, do którego nawiązuje. Może więc cena, jaką płacimy w tym wypadku za etnodizajn nie jest aż tak wysoka? Może warto trochę „uprościć” nasze dziedzictwo niematerialne, jeżeli w efekcie ludzie zwrócą uwagę na to, co odziedziczyli po wcześniejszych pokoleniach?

Bez względu na to jakiej odpowiedzi udzielimy na zadane powyżej pytanie, nie rozwiążemy problemu etnodizajnu w sposób ostateczny. Należy bowiem zwrócić również uwagę na sposób, w jaki etnodizajn „objawia” wykorzystywane dziedzictwo niematerialne. Na samym początku artykułu zostało powiedziane, że dziedzictwo niematerialne nie objawia się w sposób namacalny czy wizualny. Oczywiście czasem realizuje się przez obiekty materialne (na przykład instrumenty muzyczne, które są konieczne do wykonania niematerialnej pieśni), a i efekt dziedzictwa niematerialnego jako pewnej wiedzy na temat działań może być materialny (jak chociażby produkt końcowy tradycyjnego rzemiosła, które jako wiedza i zdolności zaliczane jest do zbioru kulturowego dziedzictwa niematerialnego). W wypadku etnodizajnu wszystko, co jest niematerialne zostaje zmanifestowane w sposób materialny. Częściowo zatracą się więc forma realizacji tej części dziedzictwa – etos, zwyczaj, gwara i inne zjawiska niematerialne, które powinny być żywe i używane, nie dość, że nie są kulturowane, to jeszcze zostają zredukowane do roli ozdóbek odzieży

30 Szkodzenie niematerialnemu dziedzictwu w sposób czynny rozumiałabym jako aktywne działanie w obrębie tego dziedzictwa, które miałyby na celu jego zmodyfikowanie, „ulepszenie” czy przeinaczenie. Byłoby to dopełnieniem szkodenia w sposób bierny, będącego formą zaniedbania dziedzictwa poprzez pozostawienie go „samemu sobie”, wynikającego z braku zainteresowania swoim dziedzictwem niematerialnym lub brakiem posiadania wiedzy o nim.

i akcesoriów. Co więcej, wydaje się, że ikoniczne przedstawienie dziedzictwa niematerialnego w formie plastycznej (jako graficzny element koszulki czy torby) wcale nie przybliży nas do starych tradycji z XIX czy XX wieku. Należy się więc zastanowić, czy postmodernistyczne wykorzystanie motywu-elementu z zakresu niematerialnego dziedzictwa kultury to wciąż ochrona i promocja tego dziedzictwa, czy wręcz przeciwnie – niszczenie go, ponieważ zostaje pozbawione swojego prawdziwego kształtu, swojego macierzystego kontekstu i swojej pierwotnej funkcji pełnionej w kulturze?

Kolejne pytanie, które trzeba postawić, dotyczy kwestii sprzedaży i tego, co można sprzedać. Nikt nie zaprzeczy, że etnodizajn jest związany z handlem i już w fazie projektowania nakierowany jest na stworzenie produktu, który znajdzie przychylnych mu odbiorców chcących za niego zapłacić. Czy jednak etos i kulturę dowolnego regionu, społeczności czy grupy lokalnej powinien być produktem na sprzedaż? Etnodizajn mniej lub bardziej świadomie, ale celowo wykorzystuje tradycyjne wartości kulturowe, chcąc je przetworzyć w taki sposób, by trafiły do gusta odbiorców. Oczywiście równocześnie znajduje się apele powrotu do korzeni, mówi się o chęci zwrócenia uwagi na tradycje i tym podobne, niemniej wciąż głównym celem jest to, by współczesny produkt ubrać w taką formę, która pozwoli go sprzedać po korzystnej cenie. Wszyscy otrzymujemy dziedzictwo niematerialne w spadku po naszych przodkach i możemy zrobić z nim co chcemy. Czy jednak mamy prawo przetwarzać je na produkt i sprzedawać? Czy dziewczyna z torebką ozdobioną napisem „robia na grubie” nie przeczy kulturze, którą rzekomo promuje zakupionym produktem i nie daje świadectwa albo pewnego cynizmu, albo swojej ignorancji³¹? Czy spinki do mankietów z grudkami węgla nie tylko spływają, ale i w jakiś sensie kpią z etosu górniczego?

Nie można zapominać, że handel nieodwracalnie zmienia dziedzictwo dowolnej społeczności. W dziedzictwie niematerialnym ważna jest nie tylko pewna czynności i sposób jej wykonania, ale także motywacja twórcy i cel tej czynności. Jeśli więc zaczynamy wykonywać jakąś czynność nawet najdokładniej, ale w celu komercyjnym, zaczynamy czynnie niszczyć odziedziczone tradycje, redukując je do roli produktu, którego wykonanie opłaca się ekonomicznie.

31 Mimo iż kobiety nierzadko pracują na kopalni, nie są zatrudniane jako tzw. pracownicy dołowi, czyli górnicy pracujący bezpośrednio przy wydobyciu węgla pod ziemią. Często powtarza się również, że kobieta na kopalni przynosi pecha. [Por. np.: Węclawek Dominika. bez daty. „Mówi się, że kobieta na kopalni przynosi nieszczęście, a przecież patronką górników jest baba”. *Kobieta w górnictwie musi udowodnić więcej niż mężczyzna*, <http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,138262,16367484.html> (dostęp: styczeń 2015)].

Warto również zwrócić uwagę, jakie tematy są najchętniej wykorzystywane w etnodizajnie. Przeglądając strony internetowe czy katalogi sklepów i wystaw³² można zauważyć, że w etnodizajnie królują przedmioty, które zwykliśmy określać mianem „lekkie, łatwe i przyjemne”, to znaczy są estetyczne i nierzadko pomysłowe, jednak w warstwie znaczeniowej brak im większej treści i głębi. Etnodizajnerzy projektują i projektują wszelkie możliwe przedmioty – od elementów wystroju domu, przez ubrania wyjściowe i bieliznę, po zabawki. Kupując taki produkt zwykle otrzymujemy krótką, wręcz lakoniczną informację co i dlaczego zostało wykorzystane jako inspiracja. Rzadko kiedy znajdziemy jednak dokładniejsze omówienie co było inspiracją lub zostało wykorzystane, jaką miało tradycję, ani co znaczyło dawniej w swoim macierzystym kontekście. Innymi słowy „historyczna” i „teoretyczna” część kultury została pominięta, a konsumentom proponuje się jedynie część „ludyczną”, często tłumacząc, że jest to lekarstwo na globalizację. Początkowo może się wydawać, że faktycznie tak jest, że poczuciem humoru również można przybliżać tradycyjną kulturę, pokazać jej atrakcyjność i aktualność. Dodatkowo trudno oczekiwać, by przemysł odzieżowy był miejscem poważnych dyskusji o tradycji, historii i pochodzeniu. Nie zmienia to jednak faktu, że po raz kolejny musimy stwierdzić, że takim działaniem etos i dziedzictwo niematerialne zostają zredukowane do roli ozdobnika.

Czy etnodizajn i jego produkty nie niszczą wartości i więzi z niematerialnym dziedzictwem kultury, nie tylko pojedynczego człowieka, ale i innymi ludźmi należących do tej samej społeczności? Wyciąganie z dziedzictwa jedynie tego, co śmieszne i radosne, wymyślanie materialnej, plastycznej formy dla czegoś, co tej formy nie ma i niekoniecznie potrzebuje, zmienianie kontekstu, przerabianie treści i przeinaczanie sensu – to wszystko można wymieniwać jako główne grzechy, których etnodizajn dopuszcza się na niematerialnym dziedzictwie kulturowym nie tylko Górnego Śląska, ale całej Polski i wszystkich jej regionów.

Wiele rzeczy w kulturze jest zjawiskiem krótkotrwałym: pewne elementy zostają nienaruszone, niektóre przestają być kultywowane, część nawet odchodzą w zapomnienie, a jeszcze inne zmieniają się i dostosowują do nowych czasów. Zawsze jednak odbywa się to w jakimś konkretnym momencie historii (nie tylko tej wielkiej, ale również zwykłej i codziennej), stopniowo przeradza się w coś innego, a jednak podobnego do wcześniejszego „stadium”. Pewien rys zawsze pozostaje wspólny i przyglądając się dokładnie wszystkim kolejnym etapom owego „rozwoju” możemy

32 Por. Olszewska Bożena. 2014. Śladami polskiego etnodizajnu. W *Etnodizajn wczoraj i dziś: inspiracje czy naśladowictwo*. M. Flinik-Huryn, A. Demska, M. F. Woźniak (red.), 48-115. Bydgoszcz: Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego.

zobaczyć główną oś, etos danej społeczności. Etnodizajn zdaje się nie tylko rezygnować z tych wartości (do czego ma prawo), ale również sprawia wrażenie, że ingeruje w dziedzictwo kultury, a nawet je przekształca.

Oczywiście nie chodzi o to, by przekonywać, że „kiedyś było lepiej” ani tym bardziej próbować zahamować naturalny przebieg zmian kulturowych – nie można próbować zatrzymać żywej kultury w jakimś stadium w tym sensie, że tworzy się pewien skansen zachowań, wierzeń czy poglądów. Nie chodzi o to, by nie importować nowych technik wytwarzania przedmiotów, nie zezwalać na rozwój języków, dialektów i gwar, ani nie ubierać się w koszulki trykotowe ze śmieszny napisem. Nie chodzi o to, by nie pozwalać kulturze na rozwój. Chodzi o to, by umieć świadomie dokonać wyboru, co z otrzymanego po przodkach dziedzictwa niematerialnego chcemy ochronić i przekazać dalej, co chcemy zmienić i po lekkiej przeróbce również zachować, co chcemy sprzedać, a co odrzucić i zapomnieć. Bowiem podstawowym problemem przed którym stoją wszyscy rozmawiający o ochronie niematerialnego dziedzictwa kulturowego jest problem zmiany kulturowej.

To, że proporcjonalnie w tekście jest wyartykułowanych więcej obaw niż pochwał dla etnodizajnu i jego produktów wynika z faktu, że raz zmienione dziedzictwo niematerialne o wiele trudniej przywrócić formę pierwotną (o ile w ogóle jest to możliwe), bowiem co wielokrotnie podkreślałam jest ono zjawiskiem żywym, a nie materialnym przedmiotem, który można naprawić, odrestaurować i przywrócić mu dawny kształt. Należy zauważyć, że wymienione przeze mnie do tej pory plusy i minusy są przykładem „szklanki napełnionej do połowy”. To, czy ocenimy kulturowe skutki etnodizajnu pozytywnie czy negatywnie, zależy przede wszystkim od nastawienia nas, jako oceniających. Niektórzy dostrzegą w etnodizajnie szansę na zainteresowanie ludzi (nie tylko kupujących) śląskim dziedzictwem niematerialnym, drudzy – zagrożenie spłylenia tegoż dziedzictwa i zredukowania go, nie przymierzając, do skarpetki z górniczym kilofkiem. Pozostaje więc do omówienia kwestia motywacji i intencji.

Nie mamy w polskiej kulturze jednego wzorca, który pomagałby nam oceniać czyjąś motywację do pracy – często mówi się, że dobrymi chęciami piekło jest wybrukowane, ale powtarza się również, że najważniejsza jest dobra intencja. Nie jest rozstrzygnięte, czy istotniejszy jest efekt końcowy bez względu na nasze początkowe zamiary, czy wręcz przeciwnie: ważniejsza jest intencja z którą przystępujemy do realizacji danego projektu? Uznajemy, że wszystko jest zależne od omawianego przedsięwzięcia (oczywiście z uwzględnieniem wspomnianych intencji i skutków), ale i nas samych, którzy dokonujemy sądu.

Przeglądając opisy produktów, notatki informacyjne, artykuły prasowe i wywiady, twórcy i pomysłodawcy etnodizajnu często podkreślają, że ich intencją jest promocja kultury, chronienie jej poprzez nadanie nowoczesnej,

a więc atrakcyjnej formy, tworzenie przedmiotów, które nie tylko będą ładne, ale zwrócą uwagę ludzi na tę kulturę, w której żyją i z której czerpią, inspirujący tym samym do rozmowy, zdobywania wiedzy, poszukiwania własnej tożsamości i tym podobne³³. Jednak wciąż mamy do czynienia z produktem, który posiada swoją cenę. Należy więc się zastanowić, czy wszystkie zapewnienia o lokalnym patriotyzmie twórców, projektantów i sprzedawców nie są jedynie formą cynicznej próby zdobycia nowych klientów. Również klientów można podejrzewać o „nieczne cele” – należy zadać pytanie ile osób naprawdę interesuje to, do czego nawiązuje etnodizajn, ile osób zna (w tym wypadku śląskie) tradycje, gwarę i historię, a ile traktuje je jako modny, wyróżniający się i nierzadko drogi dodatek, pozwalający stworzyć swój styl „lokalnego patrioty”, który za sezon lub dwa zniknie, kiedy tylko zmieni się obowiązujący trend? Oczywiście, w obu wypadkach z pewnością zdarzają się nadużycia, jednak nie możemy generalizować i oceniać w ten sposób wszystkich, ponieważ na pewno

33 Dobrą stroną śląskiego etnodizajnu na pewno jest wywoływanie w odbiorcach pewnego poczucia „swojskości”, nie tylko u osób rdzennych, ale i napływowych oraz częściowo zintegrowanych ze śląską społecznością (przez związki rodzinne, studia lub pracę). Mechanizm wydaje się dość prosty – ładny, kolorowy i modny wzór umacnia przekonanie o atrakcyjności kultury, z której przedstawiony motyw „się wywodzi”. W tym miejscu warto przypomnieć uwagę Jacka Kolbuszewskiego: „Człowiek nie może żyć na stałe wśród obcych, nie może żyć z wieczną świadomością tymczasowości i bez wsparcia się o przeszłość i tradycję; życie zaś dopiero wtedy znamion trwałości nabiera, gdy się ma własny dom; gdy się jest «u siebie». A «u siebie» znaczyć mieć nie tylko własny dom, ale swoją własną atmosferę duchową. Tę atmosferę trzeba było dopiero stworzyć i tworzy ją powoli, a bezwiednie, przypadkowy zespół ludzi, nawykających do siebie z wolna i w miarę czasu zżywających się ze sobą” [Kolbuszewski Jacek. 1988. *Oswajanie krajobrazu. Z problematyki integracji kulturowej na ziemiach odzyskanych. W Symboliką regionów. Studia etnologiczno-folklorystyczne*. D. Simonides (red.), 67. Opole: Instytut Śląski w Opolu]. Jest to cytat warty zapamiętania – można go bowiem odnieść do dowolnych czasów i społeczności, w tym również do tematu poniższego tekstu. W takim wypadku motyw zdobniczy z ubrania czy gadżetu nie jest tylko inspiracją zaczerpniętą z folkloru, ale może być również zaczątkiem do poszukiwania źródeł własnej tożsamości. Użyłam określenia folklor nie bez powodu. Jak zauważa Violetta Krawczyk-Wasilewska: „Dowolnie pojmowany folklor występuje w codziennej praktyce językowej najczęściej jako symbol «wiejskości», chłopskiej kultury duchowej i materialnej, a także wyrwanej z korzeni, nieautentycznej stylizacji artystycznej opartej na motywach ludowych. W potocznym znaczeniu folklor bywa synonimem prymitywizmu, egzotyki, ale również mianem folkloru określa się czasem sytuację odbiegającą od przyjętej normy (wypaczenie, błąd itp.) lub też treści zepchnięte na margines kultury, treści dysfunkcjonalne” [Krawczyk-Wasilewska Violetta. 1986. *Współczesna wiedza o folklorze*. 12-13. Warszawa: Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza]. Widać więc, że w potocznym rozumieniu określenie „folklor” nie zawsze wiąże się z dobrymi skojarzeniami. Wydaje się więc, że kolejną zaletą etnodizajnu jest ocieplanie tego skojarzenia: folklor, określany coraz częściej krótszym mianem „folk”, a także wszystkie folkowe stylizacje bez względu na region i macierzysty kontekst są przedstawiane jako interesujące, warte uwagi, kolorowe, modne i ogólnie atrakcyjne przedmioty, które odcinają się od negatywnych konotacji związanych z pojęciem „folkloru”.

są osoby, które projektując, sprzedając i kupując etnoprodukty mają dobre intencje wyrażenia lokalnego patriotyzmu i wzmocnienia świadomości o dziedzictwie niematerialnym regionu.

Istnieją liczne niebezpieczeństwa, które musimy jako badacze kultury zawczasu przewidzieć, ocenić i spróbować im zaradzić. Nie możemy jednak zapominać, że czasem zagrożenie idzie w parze z szansą, a wtedy wszystko zależy od naszej intencji i interpretacji.

Można by oczekiwać, że polski etnodizajn i „moda na styl folk” narodziły się około 2009-2010 roku i zbiegły się między innymi z inicjatywą „Nowy Folk Design” (wraz z konkursem finałowym „Pamiętka z Polski”), krakowskim projektem „Rzecz Małopolska. Festiwal Etnodizajnu”³⁴ czy wystawą światową Ekspo 2010 w Szanghaju, gdzie zaprezentowano polski pawilon zainspirowany motywami wycinanki ludowej. Jednakże różnego rodzaju wykorzystywanie ludowych motywów (czy to w zdobnictwie, wytwórstwie, a nawet muzyce) znane są od bardzo dawna. Chcąc prześledzić genezę etnodizajnu, warto w pierwszej kolejności wymienić Cepelię i Instytut Wzornictwa Przemysłowego, założonych w czasach PRL-u, które wytwarzanie, promocję i dystrybucję swoich wyrobów opierały właśnie na twórcach ludowych. Jednakże, mimo iż Cepelia niezwykle mocno kojarzy się obecnie z etnodizajnem, nie jest jego źródłem. W okresie międzywojennym królowało Towarzystwo Popierania Przemysłu Ludowego³⁵, ale inspirowanie się sztuką ludową było charakterystyczne również dla artystów z początku XX wieku, takich jak Stanisław Wyspiański, Józef Czajkowski, Edward Trojanowski, Jerzy Warchałowski i wielu innych, którzy odwoływali się w swoich dziełach do sztuki ludowej³⁶. Jednakże inspiracja ludowością była obecna również w wieku XIX. Można ją dostrzec chociażby w twórczości Fryderyka Chopina czy w poglądach Cypriana Kamila Norwida, który w sztuce polskiej wsi dopatrywał się źródeł idei sztuki, wspólnej wszystkim środowiskom społecznym, która mogłaby się przyczynić do ich zespolenia i zjednoczenia³⁷. Etnodizajn nie jest więc

34 Słomska-Nowak Justyna. 2014. Etnodizajn – projektowanie inspirowane ludowością. W *Etnodizajn wczoraj i dziś: inspiracje czy naśladownictwo*. M. Flinik-Huryn, A. Demska, M.F. Woźniak (red.), 41. Bydgoszcz: Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego.

35 Korduba Piotr. 2013. *Ludowość na sprzedaż: Towarzystwo Popierania Przemysłu Ludowego, Cepelia, Instytut Wzornictwa Przemysłowego*. 19-25. Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana; Narodowe Centrum Kultury.

36 Olszewska Bożena. 2014. Śladami polskiego etnodizajnu. W *Etnodizajn wczoraj i dziś: inspiracje czy naśladownictwo*. M. Flinik-Huryn, A. Demska, M.F. Woźniak (red.), 17. Bydgoszcz: Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego.

37 Olszewska Bożena. 2014. Śladami polskiego etnodizajnu. W *Etnodizajn wczoraj i dziś: inspiracje czy naśladownictwo*. M. Flinik-Huryn, A. Demska, M. F. Woźniak (red.), 16. Bydgoszcz: Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego.

zjawiskiem nowym, nawet jeśli wcześniej był określany innymi terminami. Jeżeli więc chcielibyśmy w jakiś sposób całkowicie usunąć współczesny etnodizajn z przestrzeni publicznej, argumentując, że jest szkodliwy ze względu na uproszczenia czy mieszanie stylów różnych środowisk oraz kontekstów, to powinniśmy uczynić to samo chociażby z utworami Chopina. Równocześnie należy pamiętać, że inspiracji (rozumianej ogólnie jako czerpanie z innego źródła natchnienia do własnej pracy) nie da się powstrzymać. Inspirowanie się czymś (na przykład jakimś odmiennym stylem) jest dla ludzi naturalne, dlatego różnego rodzaju inspiracje zawsze były i będą. Są bowiem podstawą postępu w każdej dziedzinie nauki, technologii czy sztuki.

Równocześnie etnodizajn nie jest również tylko polskim „problemem”. Każde państwo w pewnym zakresie tworzy własny styl etniczny i folkowy, który promuje na arenie międzynarodowej pod postacią pamiątek z charakterystycznymi motywami zdobniczymi inspirowanymi lokalną ludowością. Tworzy to pewien narodowy styl, częściowo wykreowany, ale równocześnie oparty na tradycyjnych motywach. Pełni on funkcję rozpoznawalnego logo, ale i pewien wyróżnik tożsamości, który wskazuje ludziom ich własne pochodzenie. Tego typu inspiracje w zakresie zdobniczym wykorzystywane są jako pewna ikona oparta na stereotypie (łóż to Skandynawia, wiatraki – Holandia i tym podobne), ale też często mają symbolizować stare, ludowe tradycje i poprzez stylizację niejako o nich przypominać. Problem pojawia się, gdy całą ludowość, tradycję czy dziedzictwo ograniczymy i zredukujemy tylko do roli tych elementów zdobniczych. Etnodizajn nie może bowiem zastąpić namysłu i refleksji nad kulturą.

Obecnie jesteśmy na Śląsku świadkami zmian kulturowych. Górnictwo i hutnictwo, które przez długi czas stanowiło dla wielu pewien punkt odniesienia, a nawet rdzeń tej kultury, obecnie nie tylko przechodzi przemianę, ale staje przed groźbą zniknięcia. Jest to w pewien sposób naturalne – tak jak górnictwo nagle się pojawiło, tworząc nową kulturę w miejsce wiejskiej kultury rolniczej, tak teraz może równie nagle odejść, zastąpione innymi formami przemysłu. Jako badacze kultury mówimy zwrócić przede wszystkim uwagę właśnie na te zmiany. Śląsk to nie tylko górnictwo i kopalnie, ale również etos kulturowy. Należy jednak pamiętać, że kultura, szczególnie żywa kultura, nie jest miejscem, gdzie działa prosta kalkulacja matematyczna. Nie można więc stwierdzić, przykładowo, że minusów jest więcej niż plusów trzeba więc w jakiś sposób skończyć z etnodizajnem lub odwrotnie. Równocześnie kultura nie jest tworem, który lubi słuchać akademickich wywodów oraz dostosowywać się do naukowych uwag i rozporządzeń. Kultura jest tworem żywym, kruchym i łatwym do zniszczenia, ale też bardzo wytrwałym i skorym do

kompromisów. Zwracajmy więc uwagę na zagrożenia, ale nie zapominajmy, że nasza kultura nie raz już się zmieniała.

BIBLIOGRAFIA

- BIALAS Irena; KACZKO Krystyna; LIPA-KUCZYŃSKA Maria. 1992. *Z życia ludu śląskiego XIX-XX w. Przewodnik po stałej wystawie etnograficznej*. Bytom: Muzeum Górnos Śląskie w Bytomiu.
- BŁACHOWSKI Aleksander. 1979. *Polska wycinanka ludowa*. Toruń: Muzeum Etnograficzne w Toruniu.
- CZECH Henryk. 2006. *Ethos wsi śląskiej. Badania w gminie Olesno*. Warszawa: Trio.
- DAMROSZ Jerzy. 1988. Symbolika regionu jako wyznacznik odrębności. W *Symbolikę regionów. Studia etnologiczno-folklorystyczne*. D. Simonides (red.), 9-28. Opole: Instytut Śląski w Opolu.
- DUBISZ Stanisław, KARAS Halina, KOLIS Nijola. 1995. *Dialekty i gwary polskie*. Warszawa: „Wiedza Powszechna”.
- GERLICH Marian Grzegorz. 1988. Zawód górnik a tradycyjne wzory zachowań. W *Górnicy stan w wierzeniach, obrzędach, humorze i pieśniach*. D. Simonides (red.), 27-96. Katowice: Śląski Instytut Naukowy.
- GORZELIK Jerzy. 2006. Czarne diamenty. Górnictwo w sztuce Górnego Śląska. W *Śląsk – kamień drogocenny*. J. Kurek, K. Maliszewski (red.), 74-81. Chorzów: Miejski Dom Kultury „Batory”.
- JACKOWSKI Aleksander. 1974. *Polska sztuka ludowa. Mała encyklopedia sztuki*. Warszawa: Arkady.
- JACKOWSKI Aleksander. 2002. *Polska sztuka ludowa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- KARŁOWSKA-KAMZOWA Alicja. 1988. Obiekty i zespoły zabytkowe jako wyznacznik przestrzeni historycznej Śląska. W *Symbolikę regionów. Studia etnologiczno-folklorystyczne*. D. Simonides (red.), 83-97. Opole: Instytut Śląski w Opolu.
- KOLBUSZEWSKI Jacek. 1988. Oswajanie krajobrazu. Z problematyki integracji kulturowej na ziemiach odzyskanych. W *Symbolikę regionów. Studia etnologiczno-folklorystyczne*. D. Simonides (red.), 67-82. Opole: Instytut Śląski w Opolu.
- KORDUBA Piotr. 2013. *Ludowość na sprzedaż: Towarzystwo Popierania Przemysłu Ludowego, Cepelia, Instytut Wzornictwa Przemysłowego*. Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana; Narodowe Centrum Kultury.
- KRAJEWSKI Marek. 2013. „W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze”. *Kultura i Społeczeństwo* nr 1: 29-67.
- KRAWCZYK-WASILEWSKA Violetta. 1986. *Współczesna wiedza o folklorze*. Warszawa: Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza.

- MERCIK Henryk. 2006. Węgiel i architektura. Funkcja, estetyka, symbol. W *Śląsk – kamień drogienny*. J. Kurek, K. Maliszewski (red.), 82-92. Chorzów: Miejski Dom Kultury „Batory”.
- MIRONIUK Nikolska Alicja. 2010. *Polska sztuka ludowa*. Warszawa: Sport i Turystyka – MUZA SA.
- MROZEK Wanda. 1988. Tradycyjna rodzina górnicza – jej cechy społeczne i kierunki przeobrażeń. W *Górnictwo w wierzeniach, obrzędach, humorze i pieśniach*. D. Simonides (red.), 97-132. Katowice: Śląski Instytut Naukowy.
- NOWICKA Ewa. 2000. *Świat człowieka, świat kultury. Systematyczny wykład problemów antropologii kulturowej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- OLSZEWSKA Bożena. 2014. Śladami polskiego etnodizajnu. W *Etnodizajn wczoraj i dziś: inspiracje czy naśladownictwo*. M. Flinik-Huryn, A. Demska, M.F. Woźniak (red.), 15-23. Bydgoszcz: Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego.
- OSSOWSKA Maria. 2000. *Ethos rycerski i jego odmiany*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- SIMONIDES Dorota. 1959. *Problem unifikacji narodowej na Śląsku na przykładzie Kędzierzyna*. Kraków: Znak.
- SIMONIDES Dorota. 1995. *Najpiękniejsze zwyczaje i obrzędy Górnego Śląska*. Katowice: Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Katowicach.
- SIMONIDES Dorota. 2014. *Szczęście w garści. Z familoła w szeroki świat*. Opole: Wydawnictwo Nowik.
- SKUDRZYK Aldona. 2008. Recenzja pracy Barbary i Adama Podgórskich: Godomy po naszymu, czyli po śląsku. Słownik gwar śląskich. W Podgórsy Barbara, Adam, *Godomy po naszymu, czyli po śląsku. Słownik gwar śląskich*, 11-13. Katowice: Kos.
- SŁOMSKA-NOWAK Justyna. 2014. Etnodizajn – projektowanie inspirowane ludowością. W *Etnodizajn wczoraj i dziś: inspiracje czy naśladownictwo*. M. Flinik-Huryn, A. Demska, M.F. Woźniak (red.), 39-46. Bydgoszcz: Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego.
- SWADŹBA Urszula. 2001. *Śląski etos pracy. Studium socjologiczne*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- SYNIAWA Mirosław. 2010. *Ślabikōrz nīy dlō bajtli*. Chorzów: Pro Loquela Silesiana.
- SZACKI Jerzy. 2011. *Tradycja*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- SZEWCZYK Jarosław. 2008. *Ludowe zdobnictwo podlaskich domów*. Białystok: Wydawnictwo Politechniki Białostockiej.

Źródła internetowe:

- Błotko Anna. 2013. *Śląskie gryfnie ubrania*, <http://silesiastreetlook.pl/2013/08/slaskie-gryfnie-ubrania.html> [dostęp: styczeń 2015].
- Fraćkiewicz Anna. bez daty. *Etnodizajn ma sto lat! Czyli obecność sztuki ludowej w projektowaniu*. <http://www.etnodizajn.pl/teoria/troche-historii> [dostęp: styczeń 2015].
- Święcicka Olga. bez daty. *Gryfnie czyli pięknie. Śląsk odzyskuje swoją mowę, gwara znów w modzie* <http://natemat.pl/27723,gryfnie-czyli-pieknie-slask-odzyskuje-swoja-mowe-gwara-znow-w-modzie> [dostęp: styczeń 2015].
- Tokarzewska Beata. 2012. *Mowa śląska językiem regionalnym*. <http://jasnet.pl/?m=publicystyka&id=3309> [dostęp: styczeń 2015].
- UNESCO. 2003. Konwencja UNESCO w Sprawie Ochrony Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20111721018> [dostęp: styczeń 2015].
- Węclawek Dominika. bez daty. „*Mówi się, że kobieta na kopalni przynosi nieszczęście, a przecież patronką górników jest baba*”. *Kobieta w górnictwie musi udowodnić więcej niż mężczyzna*, <http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,138262,16367484.html> [dostęp: styczeń 2015].
- Winiarska Izabela. 2009. *Zasięg terytorialny i podziały dialektu śląskiego*, http://www.gwarypolskie.uw.edu.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=854&Itemid=19 [dostęp: styczeń 2015].

Strony internetowe:

- Folkownia.pl [dostęp: styczeń 2015].
- FunkyFolky.com.pl [dostęp: styczeń 2015].
- gryfnie.com [dostęp: styczeń 2015].
- gryfnie.com/piszom-lo-nos/ [dostęp: styczeń 2015].
- <http://www.ruszajwdroge.pl/2014/06/Kaszebszczi-Krom-pasja-do-biznesu-czy-biznes-z-pasja.html#.VKFH6f8CABh> [dostęp: styczeń 2015].
- geszeft.com [dostęp: styczeń 2015].
- facebook.com/Geszeft [dostęp: styczeń 2015].
- facebook.com/gryfnie [dostęp: styczeń 2015].
- KokoFolk.pl [dostęp: styczeń 2015].



Zuzanna Orzeł – magister nauk humanistycznych w zakresie kulturoznawstwa, promotor dziedzictwa kulturowego i teoretyk kultury, pracownik Działu Edukacji Muzeum Górnośląskiego w Bytomiu. Autorka kilku artykułów naukowych i popularnonaukowych z zakresu kulturoznawstwa i antropologii kulturowej. Zainteresowania naukowe: niematerialne dziedzictwo kulturowe, muzealnictwo, antropologia kulturowa, poezja haiku.