

Ryc. 1. Tak niestety wyglądają dotychczas witryny sklepów pamiątkarskich w Zakopanem.

## AKTUALNE ZAGADNIENIA PRZEMYSŁU PAMIĄTKARSKIEGO

(Na marginesie konkursu i wystawy pamiątkarstwa w Zakopanem)

ROMAN REINFUSS

Istnieją pewne zagadnienia, w istocie może nawet błaha, które nabierają dużej wagi dopiero skutkiem swej masowości. Klasycznym tego przykładem jest tzw. „przemysł pamiątkarski”, tj. wytwórczość różnych przedmiotów, rozchodzących się wśród odbiorców setkami tysięcy sztuk, przy czym głównym, jeśli nie jedynym uzasadnieniem kupna jest to, że zostały one nabyte „na pamiątkę”.

Zwyczaj kupowania „pamiątek” jest głęboko zakorzeniony i (jeśli w naukowym czasopiśmie wolno stosować tego rodzaju chronologię) stary jak świat. Gdybyśmy rozpoczęli walkę z pamiątkarstwem i usunęli sprzedaż pamiątek ze sklepów, utworzyłby się niewątpliwie „czarny rynek”, na którym w cieniu zaułków i przechodnich bram kwitłby bujnie nadal handel tymi — nikomu w gruncie rzeczy niepotrzebnymi — przedmiotami, jak popielniczki w kształcie góralskiego kierpca, czy laski z napisem „Pamiątka z Krakowa”.

„Pamiątki” kupują w zasadzie wszyscy, bez względu na wiek, płeć, przynależność społeczną i wykształcenie. Dla jednych zakupiona „pamiątka” to miłe głupstwko, które po pewnym czasie znika z oczu, tonąc w jakimś zakątku domowej rupieciarni, dla innych

— przedmiot szanowany, wynoszony do godności dzieła sztuki, pełniący ważną rolę w dekoracji wnętrza.

W rezultacie zarówno w mieście, jak i na wsi spotkać można w wielu mieszkaniach, poustawiane na szafkach i etażerkach, rzeźbione ramki i jelenie, gipsowe rzeźby malowane olejną farbą; na ścianach zaś porozwieszane drewniane osty i malowane na brzozywej desce (ale koniecznie z zachowaną korą) sentymentalne widoczki, stanowiące jedyne przejawy „artystycznych” zainteresowań mieszkańców. Zwykle są to drobne upominki ofiarowywane przy różnych okazjach, przywożone z wczasów i wycieczek, a więc typowe pamiątki. Tą właśnie drogą wyroby pamiątkarskie upowszechniają się szeroko i bez przesady można powiedzieć, że w praktyce reprezentują „sztukę dla mas”. Są one bowiem najłatwiej dostępne, same niejako wiskają się do rąk i mieszkań odbiorców, na nich kształtuje się smak i gust wielu tysięcy ludzi.

Rola, jaka wyrobom pamiątkarskim przypadła w udziale, bynajmniej nie idzie w parze z ich wartością artystyczną.

Przemysł pamiątkarski, opierający się głównie na produkcji chałupniczej, powstał u nas w II połowie wieku ubiegłego, wraz z rozwojem uzdrowisk i ruchu

turystycznego. Czasy, w których kształtowała się produkcja pamiątkarska, przypadają na okres najniższego upadku tzw. „przemysłu artystycznego”, kiedy o estetycznej wartości wyrobów decydowały drobnomieszczkańskie upodobania i gusty. W tym kierunku urabiali wytwórców nakładcy — kapitaliści, robiący doskonale interesy na handlu pamiątkami, dostarczający chałupnikom wzory czerpane bezceremonialnie z kosmopolitycznej tandety pamiątkarskiej. Nawet szkoły zawodowe, powołane do podnoszenia poziomu artystycznego wyrobów rzemieślniczych, nie umiały znaleźć właściwej drogi, „podnosząc” estetyczną wartość produkcji przez lansowanie obcych wzorów, i to w dodatku nie przedstawiających żadnej wartości.

Tą drogą (to znaczy za pośrednictwem szkoły przemysłu drzewnego) przedostały się do zakopiańskiego pamiątkarstwa m. in. szarotki, zdobione kasetki i ramki, oraz jelenie, które i dziś w Zakopanem możemy oglądać w witrynach sklepów z pamiątkami.

W dokumentach, pozostałych po dawnej zakopiańskiej szkole przemysłu drzewnego, zachowała się nawet zapiska z czasów dyrektury Czecha Kovacsza, w której figuruje „ein Hirsch (jeleń) und eine Madonna”, zakupione w Wiedniu jako wzory dla uczniów szkoły zakopiańskiej.

Nie bez winy, jeśli chodzi o zachwaszczenie pamiątkarstwa zakopiańskiego, byli również i różni artyści, którzy chętnie przyczyniali się do „uszlachetniania” góralskiej twórczości artystycznej, wprowadzając w nią jeszcze większy zamęt. Przykładem niech będzie chociażby Stanisław Witkiewicz, wielki miłośnik i wiel-

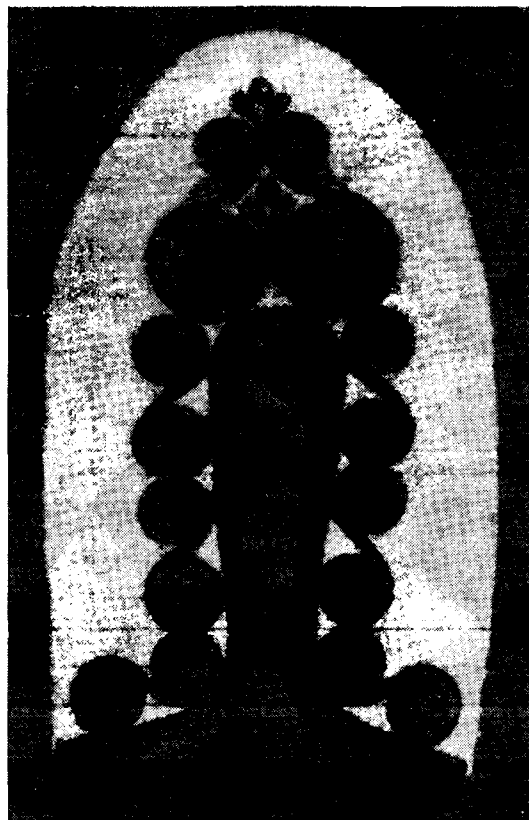
biciel sztuki góralskiej, który do zasobu motywów podhalańskich wprowadził naturalistyczną formę „dzięwięciornika”. Oset ten, jak każdy chwast, szeroko rozpełnił się na Podhalu i dziś widzimy go na każdym kroku w rzeźbie i hafcie.

Poświęciliśmy nieco więcej uwagi ośrodkowi zakopiańskiemu, gdyż w dziedzinie pamiątkarstwa był to rodzaj poligonu doświadczalnego, na którym eksperymentował, kto tylko miał w tym kierunku ochotę. Podobnie mniej więcej przedstawiała się sprawa z innymi ośrodkami, których sporo powstało w ub. wieku w pobliżu uzdrowisk (Szczawnica, Krynica, Rymanów, Iwonicz), letnisk (Jerzmanowice koło Ojcowy) czy ośrodków pątnicznych (Częstochowa).

Wyroby stamtąd, zwykle nie związane z tradycją miejscową (np. produkcją drewnianych lasek „zakopiańskich”, zaśmiecających sklepy całej Polski, zajmują się głównie Jerzmanowice i inne podobne ośrodki odległe od Podhala), rozchodziły się daleko po kraju, zarażając niejako swoją brzydotą pamiątkarstwo, jakie później powstawało w letniskowych centrach wybrzeża czy na terenie Sudetów.

Wyroby naszego przemysłu pamiątkarskiego stanowią klasyczny przykład bezwartościowej tandety i szpetoty. Wystarczy przejść po mieście, rzucić okiem na wystawy sklepowe, żeby wyrobić sobie pojęcie o naszym asortymencie pamiątkarskim.

Na plan pierwszy wybijają się tu oczywiście wyroby „drewniane”, a wśród nich tzw. „zakopiańszczyzna”, która okupowała sklepy z pamiątkami od Zako-



Ryc. 2 i 3. Haftowane pantofle. Wyk. wytwórca ludowy Józef Boblak z Cichego.



Ryc. 4. Torebka damska.  
Wyk. wytwórca ludowy  
Józef Karpiel z Zakopanego.

panego po Gdańsk i od Szczecina po Suwałki. Należą tu płaskorzeźby, przedstawiające twarz górala o demonicznym wyrazie, palącego fajkę (notabene wyrabiane przez chałupników z okolic Rymanowa), jelenie, miniaturowe kapliczki, oprawki do lusterek, ramki do fotografii zdobione motywami szarotki czy ostu, promieniste „dziewięciorniki” (duże, dorodne, „jak żywe”), kasetki, piórniki, albumy zdobione podkolorowanym rytym z postacią górala (oczywiście z fajką) na tle panoramy Tatr, czy też bukietem plastycznych róż, malowanych kolorowymi lakierami. Zresztą po co te wszystkie okropności wymieniać, znamy je przecież wszyscy dobrze.

Skandaliczny poziom naszego pamiątkarstwa od dawna już wywoływał głosy krytyki, domagającej się podjęcia energicznej walki z zalewającym rynek morzem tandety. W ustroju kapitalistycznym podjęcie takiej akcji było jednak z góry skazane na niepowodzenie. Wszelkie kroki podejmowane w tym kierunku paraliżował zapobiegliwy handlarz, któremu było absolutnie wszystko jedno, co sprzedaje, byle towar był dostatecznie „chodliwy”. A trzeba przyznać, że owe pseudoartystyczne szkaradziejstwa, sprzedawane zwykle pod firmą wyrobów „sztuki ludowej”, cieszyły się kolosalnym popytem. Społeczeństwo, którego smak artystyczny deprawowany był od kilku dziesiątków lat wszelkiego rodzaju tandetą, przyzwyczało się do niej i dziś nabywa ją o wiele chętniej niż wyroby rzeczy-

wicie posiadające walory artystyczne. Jest to przyczyna, która bardzo poważnie utrudnia podniesienie poziomu estetycznego wyrobów pamiątkarskich.

W chwili obecnej, gdy działalność prywatnych przedsiębiorców uległa poważnemu ograniczeniu i produkcja wyrobów pamiątkarskich odbywa się — częściowo przynajmniej — w zakładach kierowanych przez Centralę Przemysłu Ludowego i Artystycznego, zdawać by się mogło, że sprawa podniesienia wartości artystycznej pamiątkarstwa dojrzała już do stadium realizacji. Istotnie, śledząc uważnie działalność CPLiA, musimy skonstatować poważny wysiłek zmierzający do podniesienia estetycznej jakości pamiątek. Przykładem może być ośrodek w Jerzmanowicach koło Ojcowa, znany z produkcji najgorszej tandety, który pod wpływem cierplivej i długotrwałej akcji nadzoru artystycznego i fachowego instruktazu zaczyna powoli podnosić jakość swej produkcji. Podobnie przedstawia się sprawa spółdzielni wyrobów drzewnych w Nowym Sączu, nie mówiąc już o Warsztatach Wzorcowych w Zakopanem.

Akcja ta musi być jednak przeprowadzana z dużą ostrożnością, gdyż tzw. „artyści ludowi” wyrabiający pamiątki są to rzemieślnicy o tak ciasnej specjalności, że próba bardziej radykalnego przestawienia ich produkcji — w praktyce odbiera im możliwość zarobkowania. Stąd pochodzą trudności poprawienia wyrobów pamiątkarskich wykonywanych np. w Jerzmanowi-



Ryc. 5. Zabawka z drzewa „Prządka”. Wyk. Antoni Rząsa, absolwent Państwowego Liceum Techniki Plast. w Zakopanem.

cach czy Zakopanem, gdzie z pamiątkarstwa żyje po paręset rodzin.

Obok produkcji własnej, która, jak wspomniałem wyżej, idzie wyraźnie ku poprawie, istnieje jednak tzw. „skup”, tj. nabywanie wyrobów pamiątkarskich wprost od niezorganizowanych wytwórców.

Drogą skupu, prowadzonego przez handlowców, dostają się do sklepów i stoisk handlu pamiątkarskiego różne towary, których jedyną zaletą jest „chodliwość”. Spotyka się między nimi wiele wyrobów bezwartościowych i tandetnych, których ze wstydem wyparłyby się własne warsztaty produkcyjne CPLiA. Gdy na skutek różnych zewnętrznych i wewnętrznych akcji CPLiA zaczęła z większą ostrożnością selekcjonować towary nabywane drogą skupu, okazało się, że akcja ta w małym tylko stopniu oddziałuje na rynek, gdyż odrzucane przez CPLiA wyroby pamiątkarskie znajdują łatwy zbyty w sklepach i na stoiskach innych instytucji handlowych, jak np. MHD, i rozprowadzane są przez ośrodki handlu pamiątkarskiego PTTK. Przyczyną, dla której instytucje te tolerują w swych

punktach sprzedaży tandetne wyroby pamiątkarskie, jest z jednej strony brak fachowego przygotowania pracowników handlowych prowadzących skup, którzy nie są w stanie odróżnić rzeczy dobrych od bezwartościowych, z drugiej zaś sam odbiorca, który, przyzwyczajony od lat do tandety, takiego właśnie towaru poszukuje.

Chcąc dźwignąć wyroby pamiątkarskie na wyższy poziom artystyczny, musimy walczyć równocześnie na dwóch frontach. Jednym powinna być akcja wychowywania odbiorcy, drugim wypracowanie nowych, estetycznych wzorów. Obydwie te akcje są zupełnie pod względem wagi równorzędne. O szpetocie wyrobów pamiątkarskich pisano już u nas sporo, ale pisano w czasopiśmie, które na ogół nie docierają do wszystkich kół społeczeństwa. Kampanię w tym kierunku należałoby prowadzić przede wszystkim na łamach pism popularnych. Należałoby tam omawiać dobre i złe przykłady wyrobów pamiątkarskich, kształcić smak i znanstwo odbiorcy, doprowadzając do tego, żeby tandeta pamiątkarska została wyteplona nie



Ryc. 6. Zabawka z drzewa „Młodzi Górale”.  
Wyk. Antoni Rząsa, absolwent Państwowego Liceum Technick Plast. w Zakopanem.

tylko dlatego, że ją zwalczają „nadzory artystyczne”, ale i z tego powodu, że klient nie zechce jej więcej nabywać.

Dopóki nie podniesiemy smaku i wymagań masowego odbiorcy, zapoznając go z prawdziwie artystycznymi wyrobami pamiątkarskimi, dopóty walka o podniesienie poziomu estetycznego pamiątki nie może przynieść pełnego sukcesu. Zawsze bowiem przez różne prywatne sklepiki i pokątnych sprzedawców będzie przesiąkała na rynek tandeta, o ile znajdzie się na nią chętny nabywca.

Drugim odcinkiem walki o podniesienie poziomu pamiątkarstwa jest wypracowanie artystyczne wartościowych wzorów. W niektórych instytucjach, jak np. CPLiA, akcja ta była prowadzona od dawna, ale na małą skalę, bo hamowały ją względy handlowe — groźba „niechodliwości”.

Poważnym krokiem naprzód, uczynionym na ciernej drodze podnoszenia poziomu wyrobów pamiątkarskich, był konkurs, zorganizowany w grudniu

ubiegłego roku w Zakopanem przez Ministerstwo Kultury i Sztuki, którego celem było wydobycie wszelkich możliwości, jakie w tym zakresie reprezentuje Podhale, region o najbogatszej w Polsce twórczości ludowej, ale równocześnie najbardziej zachwaszczony pamiątkarską tandetą. W konkursie, przygotowywanym blisko pół roku przy dużym wysiłku czynników miejscowych, prócz licznych artystów ludowych i plastyków zrzeszonych w Związku Artystów Plastyków, wzięły udział warsztaty produkcyjne CPLiA, chałupnicy pracujący dla PTTK, miejscowe szkoły przemysłu artystycznego i Liceum Sztuk Plastycznych. Poza tym przysłały również swe wyroby niektóre warsztaty produkcyjne, znajdujące się na terenie powiatu nowotarskiego.

Asortyment wyrobów nadesłanych na konkurs był bardzo szeroki, począwszy od sweterków kobiecych i pantofli filcowych, takich jakie można nabyć w każdym sklepie z konfekcją damską, kilimów, haftów, koronek, batików, poprzez wyroby ceramiczne, metalowe, skórzane, do drzewnych, których było najwięcej.



Ryc. 7. Póteczka z drzewa. Wyk. wytwórca ludowy Tomasz Konopka z Ochotnicy Dolnej.

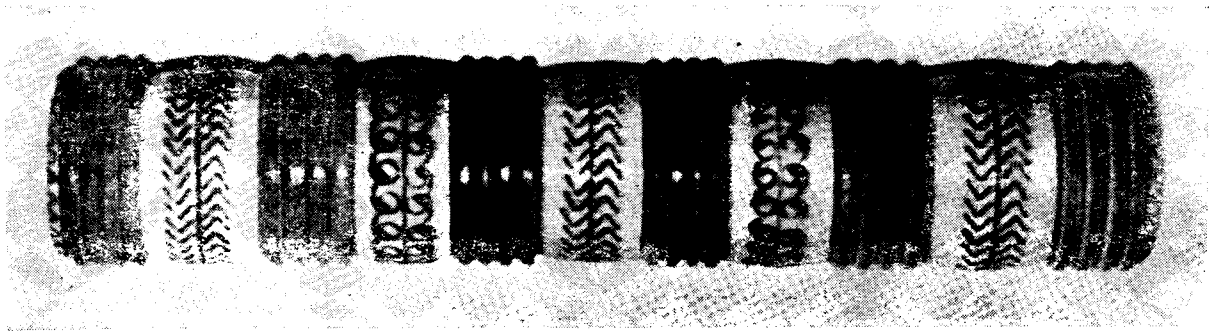
W związku z niesłychaną różnorodnością nadesłanych na konkurs przedmiotów — mimo woli nasuwało się pytanie, co właściwie należy uważać za pamiątkę? W znaczeniu szerszym — pamiątką może być każdy przedmiot, który w naszej świadomości wiąże się z jakąś osobą, sytuacją czy miejscowością. Wychodząc z tego założenia, istotnie można przyjąć, że dla kogoś stanie się pamiątką np. tuzinkowy sweter czy filcowe pantofle dlatego tylko, że kupione zostały podczas urlopu spędzonego w Zakopanem. Organizatorom konkursu nie chodziło jednak o pamiątki w tym znaczeniu. Pojęcie pamiątki wymaga tu niewątpliwie zwięzienia i bliższego zdefiniowania. Nie każdy bowiem przedmiot, który został w danej miejscowości wykonany lub zakupiony, musi być za pamiątkę uważany. Należy wyraźnie odróżniać wyroby pamiątkarskie od wyrobów tzw. przemysłu miejscowego, którego specyfika wynika z ogólnych stosunków gospodarczych danego terenu, a w szczególności uzależniona jest od warunków surowcowych.

Na terenie Podhala np. w związku z takimi surowcami miejscowymi, jak drewno, wełna, len, i obfitością rąk do pracy, wynikającą z przeludnienia wsi góralskich, powstały różne zakłady produkcyjne i warsztaty chałupnicze, które te surowce przerabiają; wykonują np. gonty, naczynia drewniane, meble, lniane płótno i samodziały wełniane czy nawet wyroby artystyczne, jak kilimy. Poza surowcem i miejscem wykonania nie są one niczym z Podhalem związane, nie odbiegają w charakterze od podobnych wyrobów z innych terenów Polski.

Wydaje mi się, że niezbędnym warunkiem pamiątki jest ściśle związanie jej z określonym regionem czy miejscowością. Ażeby zwykły piórnik stał się pamiątką, musi mieć takie właściwości, które pozwalają rozpoznać, że nabyty on został w Zakopanem, Krakowie, Jeleniej Górze czy Gdyni. Od wyrobów pamiątkarskich wymagane jest więc, aby były one charakterystyczne dla pewnych okolic czy miejscowości.

Warunek ten spełniają znakomicie wyroby sztuki i przemysłu ludowego, które z regionem są jak najściślej związane, typowe i doskonale go reprezentują. Wśród wyrobów nadesłanych na konkurs przykładów tego rodzaju dostarczają zdobione haftem góralskim „kołcony” (pantofle z samodziałowego sukna), wełniane rękawice wzorzyste i czapki nadające się dla narciarzy, mosiężne spinki góralskie, klamry do pasów, pięknie inkrustowane „noże zbójnickie” (dla turystów, zamiast tzw. „fińskich noży”), ciupagi czy ludowa ceramika.

Prócz wymienionych wyżej przedmiotów, mogących śmiało wejść do pamiątkarstwa masowego, znalazły się na konkursie i takie, które przeznaczone są raczej dla amatorów i zbieraczy. Wiemy, jak wielkie szkody przynosi na Podhala (a także i w innych stronach Polski) korsarska akcja prywatnych zbieraczy, wykupujących po wsiach, dla dogodzenia swej pasji kolekcjonerskiej, unikatowe zabytki sztuki ludowej, które zamiast do domów prywatnych powinny trafić do muzeów. Dla tych, którzy poszukują autentycznych wytworów sztuki ludowej, znalazły się na konkursie znakomicie wykonane łyżniki, pięknie ryzowane, sol-



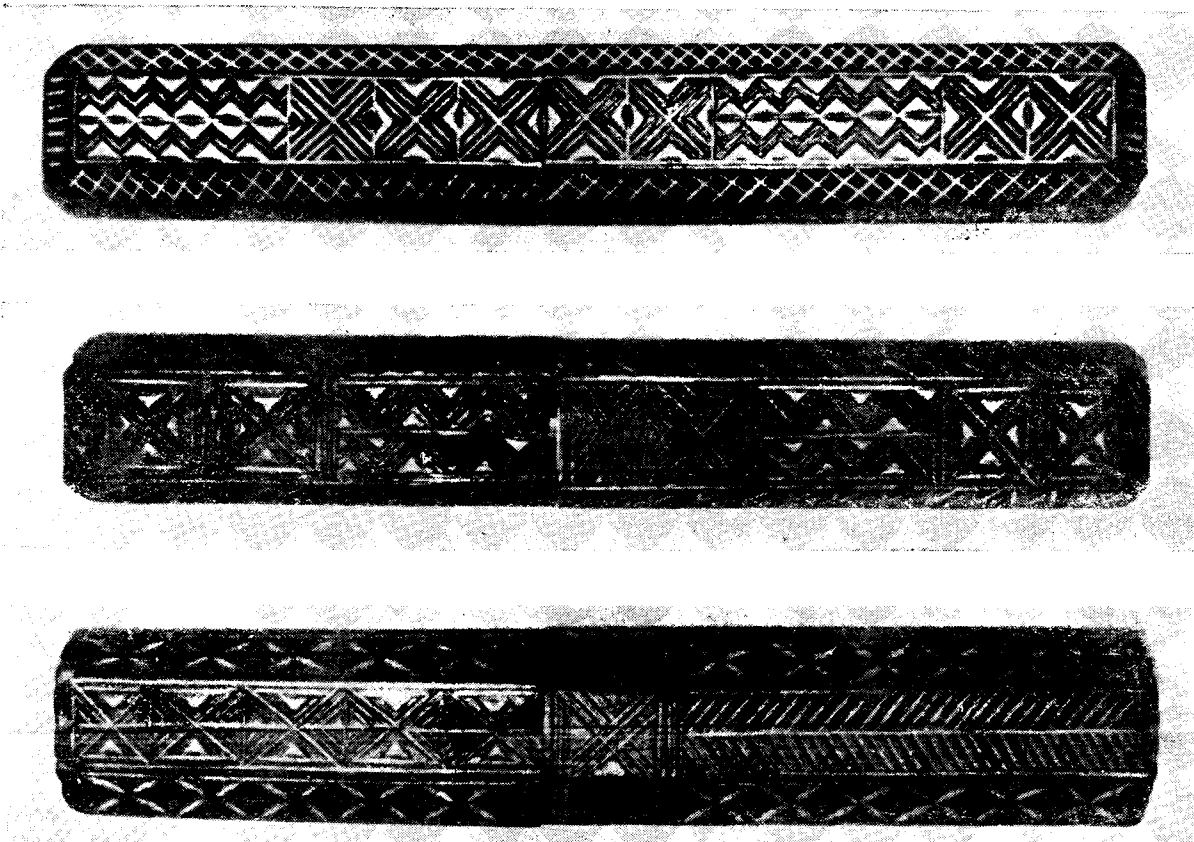
Ryc. 8. Drewniany piórnik toczoney i wypalany. Wyk. Marian Sumara z zespołu chatupniczego PTTK w Zakopanem.

niczki czy płaskorzeźby Janosa, jednego z ostatnich rzeźbiarzy podhalańskich. Mniej autentyzmu mają w sobie współczesne obrazy malowane na szkle, które od dawnych obrazów podhalańskich oddalają się coraz bardziej.

Przedmioty te, posiadające charakter indywidualnych dzieł sztuki, mogą też mieć zastosowanie jako prezenty dla zagranicznych gości i znaleźć się wśród wyrobów sztuki ludowej wysyłanych na eksport, gdzie dotychczas „sztukę ludową” reprezentuje przeważnie małowartościowa produkcja seryjna.

Różnica, jaka zachodzi między masowo wyrabianymi przedmiotami pamiątkarskimi a indywidualnymi

mi pracami artystów ludowych, ujawnia się w sposób plastyczny, gdy porównamy zgromadzone na konkursie obrazy na szkle z tymi, które sprzedawane są w sklepach z pamiątkami. Obrazki Roj-Kozłowskiej czy jej uczniów wolne są od szablonu w zakresie formy, obejmują swą tematyką różne dziedziny współczesnego i dawnego życia na Podhalu, posiadają dużą świeżość, charakterystyczną zarówno dla sztuki dziecka, jak dla ludowej twórczości artystycznej. W obrazkach malowanych na szkle, które produkowane są seryjnie, jako pamiątki, „ludowość” osiągnana jest sztucznie na drodze spekulacji, według naiwnej recepty, że „ludowe jest to, co pstrokate”, gdzie wystę-



Ryc. 9. Piórniki drewniane. Wyk. Adam Doleżuchowicz z CPLiA w Zakopanem.



Ryc. 10. Zabawka z drzewa. „Do przedszkola”. Ryc. 11. Solniczka drewniana. Wyk. Antoni Rząsa, absolwent Państwowego Liceum Technik Plast. w Zakopanem.

pują niezgrabne kwiatki, ptaszki i postacie ludzkie, ubrane w stroje przypominające kostiumy wiejskie z operetki. Stąd pochodzi rozmyślna deformacja rysunku stylizowanego „na ludowo” i tania kolorowość. W tematyce tych obrazków widoczna jest chęć dostosowania się do gustów miejskiej klienteli szukającej wsi „bajecznie kolorowej” i „góralskiej egzotyki”.

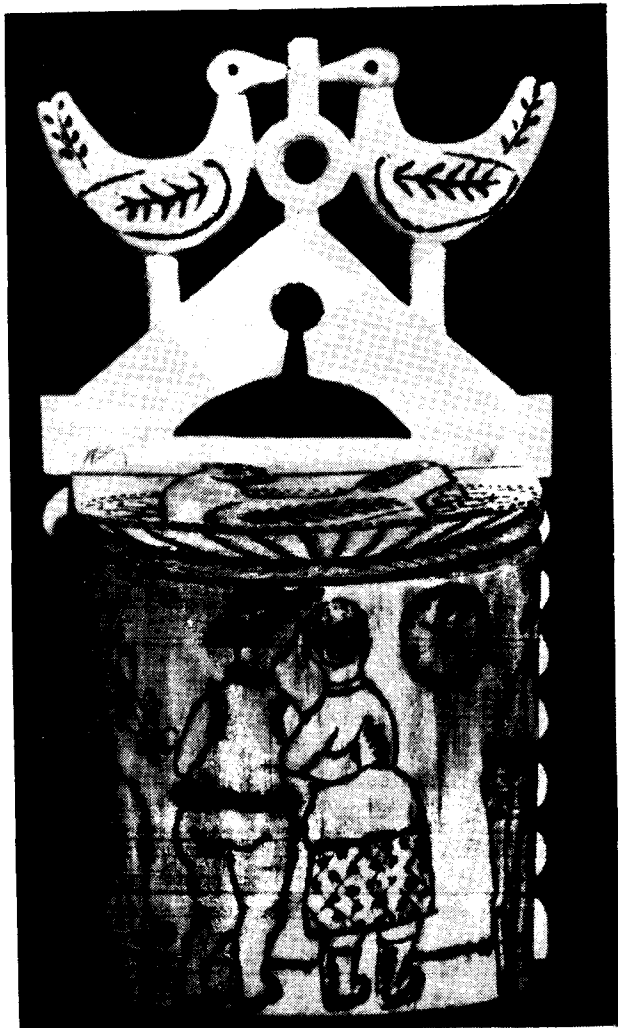
Jak wynika z materiałów zebranych na konkursie, bardzo pozytywne rezultaty osiągnęły próby podniesienia poziomu wyrobów pamiątkarskich, zwłaszcza drewnianych, przez zastąpienie dawnej, tandetnej dekoracji motywami czerpanymi z zasobu tradycyjnego snycerstwa podhalańskiego. Owe piórnik, kasetki, ramki, na które jeszcze niedawno trudno było spojrzeć bez obrzydzenia, momentalnie „wyszlachetniały”, gdy w miejsce ryzowanych i podkolorowywanych „landszaftów” i scen rodzajowych pojawiły się na nich proste, ale bardzo szlachetne motywy, podpatrzone na starych łyżnikach, kózkach do osełek, sosrębach itp.

Ciekawe rezultaty dało również zastosowanie w produkcji galanterii skórzanej wyciskanych ornamentów stempelkowych spotykanych na dawnych pasach bacowskich, torbach skórzanych czy kierpcach. Niewątpliwie zdobione tą techniką torebki damskie i paski męskie (z metalowymi klamrami na wzór „kukielek” od pasów bacowskich) mogłyby być zaliczone do rzędu bardzo pięknych i pożytecznych „pamiątek z Podhala”.

Interesującą próbą stworzenia nowej formy pamiątki podhalańskiej były skrzynki malowane na wzór dużych góralskich skrzyń wiannyh. Dotychczas na rynku pamiątkarskim wyrabiano jedynie skrzynki krakowskie. Pomysł rozszerzenia produkcji skrzynek ludowych na inne regiony jest bardzo słuszny, zwłaszcza że dla każdego zakątka Polski można wskazać serię miejscowych form, idealnie nadających się do wykorzystania na wyrobach pamiątkarskich.

Garść przytoczonych wyżej przykładów wystarczy, aby uzmysłowić sobie rolę, jaką ludowa twórczość artystyczna odegrać może w podniesieniu poziomu estetycznego naszej produkcji pamiątkarskiej, oczywiście pod warunkiem, że będziemy opierali się na tradycyjnej, prawdziwej sztuce ludowej, nie utożsamiając jej z kosmopolityczną tandetą, wyrabianą przez zawodowych „pamiątkarzy”.

Byłoby jednak zupełnie niesłuszne, gdybyśmy w poszukiwaniu wzorców dla wyrobów pamiątkarskich ograniczyli się wyłącznie do tradycyjnej sztuki ludowej, eliminując niejako możliwość powstawania nowych form pamiątek, które nawiązywałyby nie do tradycji, ale do najbardziej współczesnej rzeczywistości. Musimy bowiem zdać sobie sprawę z tego, że dookoła nas zachodzą ustawiczne zmiany, przekształcające gruntownie stan rzeczy sprzed lat kilku lub kilkadziesiątu.





Ryc. 12. Drewniana zabawka „Babka”. Wyk. Antoni Rzęsa, absolwent Państwowego Liceum Technik Plast. w Zakopanem.

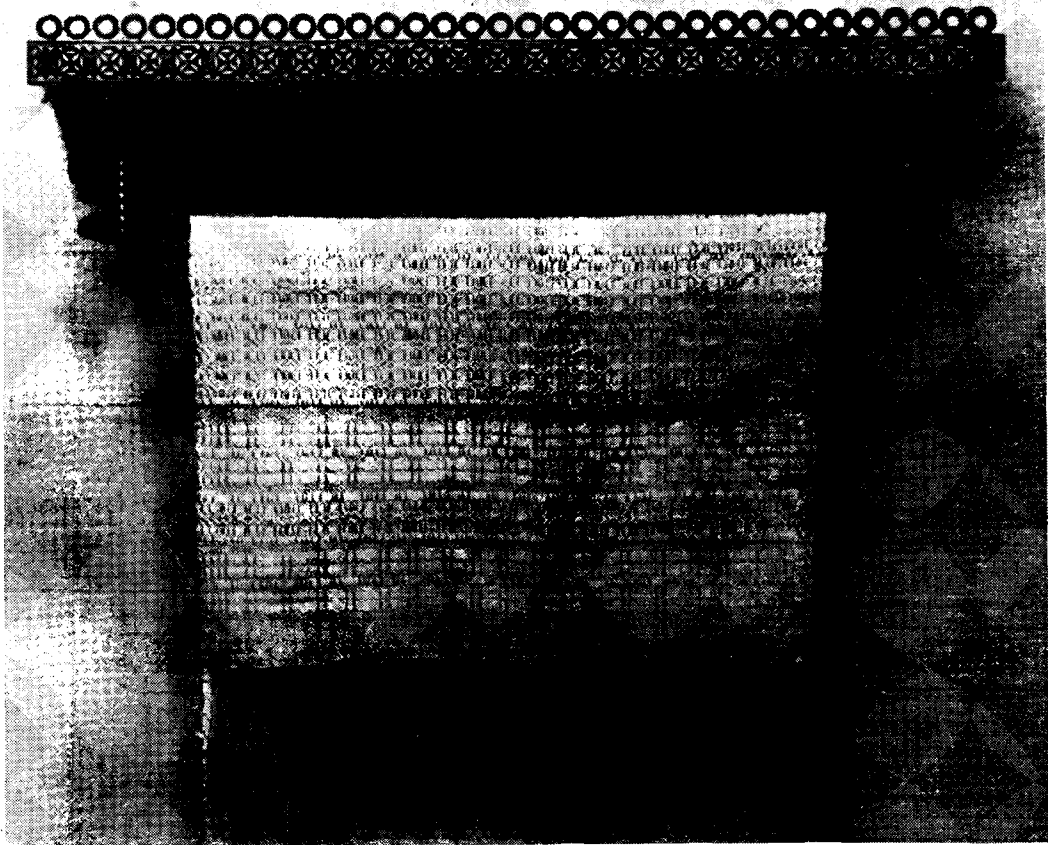
Zmiany te powinien uwzględniać również i nasz przemysł pamiątkarski. Czy byłoby rzeczą słuszną, aby pamiątki produkowane np. dla wycieczek zwiedzających Nową Hutę oparte były na wzorach czerpanych z tradycyjnej kultury kilku wsi podkrakowskich, na których gruntach Nowa Huta powstała? Oczywiście nie. Potężny kombinat i wielotysięczne miasto, jakie wraz z nim powstaje, wymagają pamiątek mówiących nie o tym, co było tu dawniej, ale co jest dziś, co tworzy dla ogólnego dobra wysiłek tysięcy rąk ludzi pracy. Przykład Nowej Huty nie stanowi wyjątku. Podobne przemiany zachodzą w wielu innych miejscowościach Polski Ludowej, nadając im inny charakter, który powinien znaleźć wyraz w odpowiednio zaprojektowanych wyrobach pamiątkarskich.

Opracowywanie nowych wzorów dla przemysłu pamiątkarskiego otwiera szerokie pole do działania dla zawodowych artystów plastyków. Wzięli oni również udział w konkursie zakopiańskim.

Ogólny poziom prac dostarczonych na konkurs przez zawodowych plastyków nie świadczył jednak o tym, żeby uświadamiali sobie oni w pełni rolę, jaka im na tym odcinku przypada w udziale. Niektóre

z nadesłanych wzorów mało różniły się od tych, jakie zwalczamy w przemyśle pamiątkarskim. Spośród prac złożonych na konkurs przez członków miejscowego Związku Artystów Plastyków wyróżniały się w sensie dodatnim wzory z zakresu kowalstwa artystycznego i te, w których autorzy nawiązywali do tradycji ludowej (np. batiki o wzorach czerpanych z dawnych druków na płótnie). Ze utalentowany plastyk ma w zakresie pamiątkarstwa wiele do powiedzenia, świadczyły o tym liczne i bardzo oryginalne próby podjęte przez uczniów i absolwentów zakopiańskiego Liceum Plastycznego, którzy przedstawili na konkursie m. in. serie drewnianych pudełek zdobionych płaskorzeźbą i inne wyroby z drzewa, jak szkatułki, zabawki, noże do papieru itp. Wśród wspomnianych wyrobów znalazło się sporo takich, które mogłyby w przyszłości bardzo dobrze spełniać zadanie pamiątek, należałoby jedynie opracować dla nich sposób masowej produkcji, gdyż w obecnej, unikatowej formie byłyby zbyt drogie.

Inny zupełnie charakter miały wzory wyrobów pamiątkarskich opracowane przez zawodowych pamiątkarzy i nadesłane przez nich bądź indywidualnie, bądź



Ryc. 13. Półka na ręczniki. Wyk. Adam Doleżuchowicz z CPLiA w Zakopanem.

za pośrednictwem instytucji, w których są oni zatrudnieni. Cechą tych wyrobów była przede wszystkim znajomość rynku i warunków masowej produkcji pamiątkarskiej. Projekty ich nawiązywały zazwyczaj do już istniejących wyrobów pamiątkarskich, z tym jednak, że zostały one wykonane staranniej i nieco uszlachetnione. Z wyrobów pamiątkarskich niektóre nawiązywały w dekoracji do tradycyjnych motywów podhalańskich, inne odrywały się od nich zupełnie. Wielką zaletą niektórych wzorów opracowanych przez zawodowych pamiątkarzy było dostosowanie ich do produkcji maszynowej, co niesłychanie obniża cenę gotowych wyrobów. Przykładem tego jest piękny piórnik w formie walca, zdobiony na powierzchni wypalonym ornamentem, którego cena w sprzedaży nie będzie przekraczała kwoty 6 złotych.

Szereg udanych projektów opracowanych przez młodych plastyków i zawodowych pamiątkarzy wskazuje, że w akcji zmierzającej do podniesienia estetycznego poziomu przemysłu pamiątkarskiego nie musimy ograniczać się wyłącznie do wykorzystywania dorobku ludowej twórczości artystycznej. Wiele projektów, bynajmniej nie mających w tej chwili piętna regionalnego, nadaje się świetnie do wykorzystania w pamiątkarstwie. Ażeby jednak tego rodzaju „galanteria” stała się prawdziwą pamiątką, należałoby ją związać z jakąś określoną miejscowością czy regionem, gdzie w krótkim czasie stanie się czymś dla tego terenu

„charakterystycznym” i „typowym”. Wydaje mi się, że pamiątkarstwo oparte na projektach zawodowych plastyków miałooby duże zastosowanie w uzdrowiskach i miejscowościach turystycznych niektórych terenów Ziemi Zachodnich, gdzie tradycja ludowa mniej dostarcza materiału, na którym mógłby rozwinąć się regionalny przemysł pamiątkarski. Chodzi tu np. o ośrodki turystyczne położone w Sudetach czy letniska nadmorskie na zachodnim Pomorzu, gdzie wobec dużego nasilenia ruchu wczasowego odczuwa się duże zapotrzebowanie na wyroby pamiątkarskie, które dziś zaspokajane jest najczęściej lichą „zakopiańszczyzną” lub równie mało wartościowymi wyrobami importowanymi z różnych stron kraju.

Sens pamiątki, jak to już kilkakrotnie podkreślałem, polega na tym, że reprezentuje ona niejako pewną miejscowość czy region. Na tle tych właśnie specyficznych powiązań rodzi się (tak mile przez handlowców widziane) kolekcjonerstwo. Wiadomo, że z nad morza należy przywieźć „coś z bursztynu”, z Krakowa „skrzynkę krakowską”, a z Kurpiów wyćcinankę.

Mieszkanie „nałogowego” zbieracza pamiątek wygląda jak pogładowa mapa Polski, na której szlak krajoznawczej wędrowki wyznaczony jest sygnaturami w postaci typowych wyrobów pamiątkarskich, właściwych danej okolicy.

Kolekcjonerstwo traci cały sens z chwilą, gdy wyroby pamiątkarskie z całej Polski będziemy mogli nabyć w każdym sklepie na terenie kraju. I tu dotykamy drażliwego zagadnienia dystrybucji. Handlowcy z RBH (Rejonowych Biur Handlowych) CPLiA i pokrewnych instytucji powinni zrozumieć, że poprawna dystrybucja w handlu pamiątkarskim opiera się na zasadach wprost odwrotnych niż każdego innego towaru. Sprzedając np. wyroby spożywcze, tekstylna, ubrania gotowe czy galanterię, tak należy rozprowadzać je w terenie, aby rynek był równomiernie nasycony i każdy nabywca miał do dyspozycji pełny wachlarz produkcji danej branży. W handlu pamiątkami cała umiejętność w zakresie dystrybucji polega na tym, ażeby ściśle określone rodzaje wyrobów kierować tylko na ściśle określone tereny.

W chwili obecnej dystrybucja na odcinku pamiątkarstwa odbywa się w myśl budującej maksymy „wszystko jedno co, wszystko jedno gdzie, byle handel szedł”. W związku z tym dochodzi często do paradoksu, że np. w sklepach pamiątkarskich na Wybrzeżu nie można dostać ceramiki kaszubskiej, która natomiast zalega półki w Kielcach; w Lublinie brak pięknej „sivej” ceramiki z Białej Podlaskiej, ale „za to” jest sporo wyrobów ceramicznych z Łysej Góry w Krakowskim. W Radomiu sprawa jest o tyle nieskomplikowana, że w miejscowym sklepie CPLiA w ogóle nie ma żadnych lokalnych pamiątek. Wszędzie natomiast dostać można drewniane wyroby zakopiańskie czy sądeckie. W Krakowie, gdzie rokrocznie przelewają się tysiące wycieczek, gdzie odbywają się doroczne „Dni Krakowa”, nie ma do dnia dzisiejszego godziwych pod względem artystycznym „pamiątek z Krakowa”. Ostatnio CPLiA zaczęła produkować doskonałe pod względem etnograficznej wierności i ładne modele malowanych skrzyń krakowskich. Sprzedawane w Krakowie — byłyby one kosztowną wprawdzie, ale piękną pamiątką, cóż, kiedy wysyła się je między innymi do... Zakopanego, tak jakby w Zakopanem brakowało lokalnych regionalnych wyrobów pamiątkarskich.

Wydaje mi się, że tego rodzaju swoboda (czy raczej chaos) w dystrybucji wyrobów pamiątkarskich godzi w sam najistotniejszy sens „pamiątki”, a poza tym odbija się ujemnie i na „chodliwości” towaru, który — przedstawiany klientowi wszędzie w tym samym asortymencie — bynajmniej go do kupna nie zachęca.

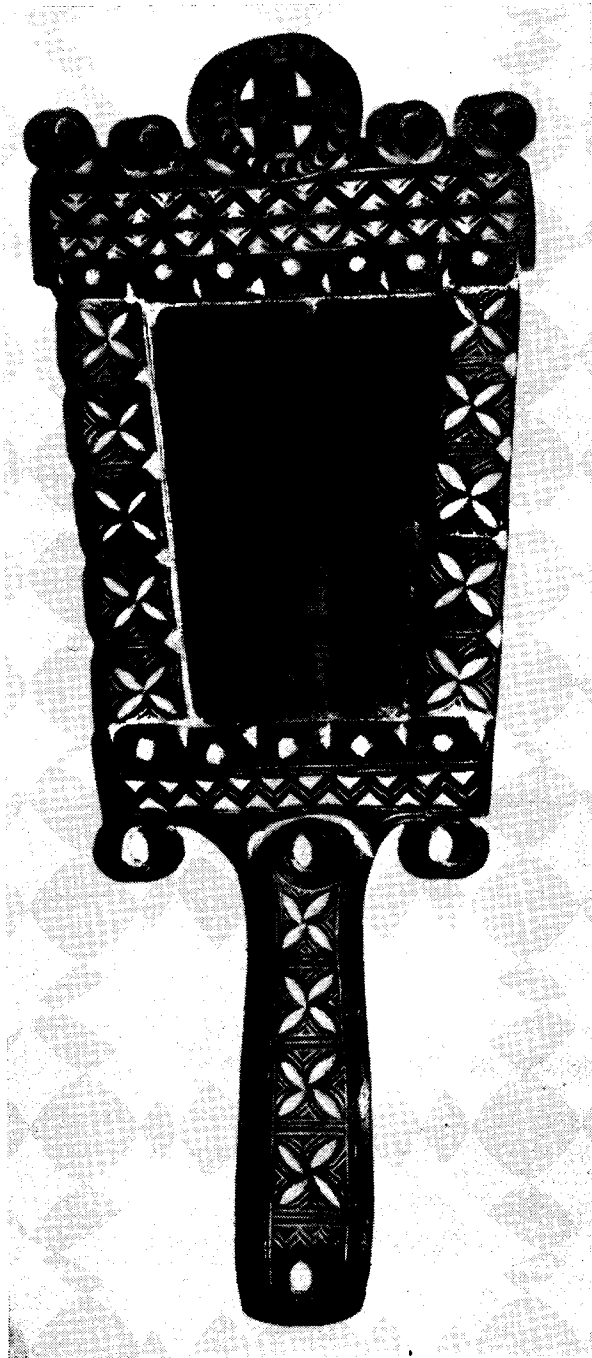
Handlowcy kierujący sprzedażą powinni zgodzić się z tym, że masę towarową, której dostarczają im pracownie i warsztaty produkcyjne, trzeba dzielić na dwie części. Jedną, niewątpliwie znacznie większą, stanowią będą wyroby z zakresu galanterii artystycznej, która traktuje się jako normalny towar dystrybowany według zapotrzebowania na obszarze całej Polski, i drugą, obejmującą tzw. „pamiątki”, która poza stolicą i miastami portowymi (ze względu na nabywców zagranicznych) powinna być sprzedawana jedynie w swym wąskim zasięgu regionalnym. Każdy region, każde większe uzdrowisko, letnisko, ośrodek ruchu turystycznego — powinien mieć swój własny, typowy dla siebie zespół wyrobów pamiątkarskich.

Powinien on obejmować dostatecznie szeroki wachlarz, uwzględniający zarówno wymagania dziecka

czy odbiorcy masowego, jak i znawcy-kolekcjonera. Zwłaszcza pamiątka przeznaczona dla odbiorcy masowego powinna być bardzo dokładnie przemyślana, estetyczna, solidna i tania.

Ten ostatni warunek trudny jest dziś do zrealizowania, gdyż do procesu produkcji drobiazgowych pamiątkarskich zakradły się pewne przerosty, które pociągają za sobą nieproporcjonalnie wielkie koszty.

W zakładzie spółdzielczym projektowanie nowego modelu konika drewnianego czy piórnika pociąga za sobą konieczność przeprowadzenia dokumentacji technicznej i kalkulacji — zupełnie jak przy opracowywa-



Ryc. 14. Lusterko ręczne. Wyk. Adam Doleżuchowicz z CPLiA w Zakopanem.

niu nowego modelu samochodu w fabryce na Żeraniu. Różnica polega tylko na tym, że przy produkcji samochodów wszystkie te czynności są istotnie niezbędne, a przy wyrobie drobiazgowych pamiątkarskich można je uprościć do minimum, nie obciążając nadmiernie kieszeni odbiorcy.

Sprawa niskiej ceny wyrobów pamiątkarskich jest bardzo istotna. Zrozumiałe jest, że w grupie pamiątek stanowiących indywidualne dzieła sztuki mogą znaleźć się wyroby kosztowne czy nawet drogie. Wypadki takie bynajmniej nas nie zaskoczą, skoro dziś rzeźba, bezwartościowa pod względem artystycznym, przedstawiająca dwa walczące jelenie, kosztuje w Zakopanem 2.000 zł. Natomiast pamiątki przeznaczone dla odbiorcy masowego muszą być tanie i dostępne, aby mogły zwycięsko konkurować z tandetą sprzedawaną dotychczas.

Zgromadzone na konkurs wyroby, po dokonaniu niezbędnej selekcji, zostały udostępnione w formie wystawy wyrobów pamiątkarskich, otwartej w Zakopanem 21 marca rb. Wystawa, opracowana pod względem ekspozycyjnym bardzo starannie, stanowiła niejako podsumowanie wyników konkursu i kilkumiesięcznej ofiarnej pracy, która go poprzedzała.

Podsumowanie to wypadło korzystnie, zwłaszcza, jeżeli porównamy je z wynikami konkursu pamiątkarskiego, który odbył się w Zakopanem w 1950 r.

Przed oczyma zwiedzających roztoczono duże bogactwo wyrobów artystycznych, wskazano na możliwości, jakie należy wykorzystać na Podhalu dla podniesienia poziomu wyrobów pamiątkarskich.

Nie został jednak wykorzystany moment propagandowy. Mimo braku afiszów, które nie zostały na czas wykonane, zgromadziło się na otwarcie wystawy dosyć dużo publiczności, wśród której sporą gromadę

stanowili wytwórcy ludowi biorący udział w konkursie, chałupnicy, pracownicy zakładów produkcyjnych, przedstawiciele CPLiA, PTTK, plastycy i etnografowie. Była to znakomita sposobność do zorganizowania interesującej dyskusji, w której mieliby możliwość wypowiedzieć się na temat wystawy i pamiątkarstwa zarówno wytwórcy, jak i odbiorcy pamiątek. Dyskusja ta byłaby niewątpliwie bardzo instruktywna dla wszystkich, dałaby również wytyczne dla prasy, która w zakresie sztuki ludowej i pamiątkarstwa nie zawsze umie zająć właściwe stanowisko. Sprzyjający moment nie został jednak wykorzystany. Wtwórcy ludowi, którzy przybyli na wystawę z różnych odległych wsi powiatu, rozjechali się, jak również liczni goście, którzy na otwarcie przybyli z Warszawy czy Krakowa, i przedstawiciele prasy otrzymali jedynie krótki komunikat, gdyż katalog wystawy nie został w terminie ukończony.

Zarówno konkurs, jak i wystawa stanowią ważny etap w akcji zmierzającej do podniesienia zakopiańskiego pamiątkarstwa, chodzi jednak o to, aby włożyć w nie wysiłek nie ograniczył się tylko do zdemonstrowania możliwości, ale żeby istotnie wpłynął na kształtowanie przyszłej produkcji pamiątkarskiej. Powodzenie tej akcji uzależnione jest nie tylko od instytucji organizujących produkcję i zbyt wyrobów pamiątkarskich, ale i od odbiorców, których powinno się zjednać umiejętną propagandą.

Suma doświadczeń, jakie zebrane zostaną w związku z podnoszeniem poziomu estetycznego wyrobów pamiątkarstwa zakopiańskiego, będzie niewątpliwie dużą pomocą w czasie prowadzenia podobnych akcji na innych terenach Polski, które również wymagają tego, ażeby ich przemysł pamiątkarski został oczyszczony z nalotu obczyzny i tandety.



Ryc. 15. Malowana skrzynka ludowa z drzewa. 21 × 12 cm. Wyk. Marta Rossowska z Zakopanego.

Fotografował Stefan Deptuszewski.