

IV Jarmark Wojewódzki w Łodzi – uwagi obserwatora

W dniach 7-9 września 2007 roku, odbyła się IV edycja Jarmarku Wojewódzkiego, organizowanego przez Samorząd Województwa Łódzkiego. Wzdłuż ul. Piotrkowskiej na odcinku pomiędzy ul. S. Moniuszki a al. J. Piłsudskiego ustawione zostały stoiska i sceny służące promocji gmin i powiatów województwa łódzkiego. Poprzednie edycje imprezy odbywały się pod hasłami: *85 rocznica powstania województwa łódzkiego* (2004), *Sztuka ludowa regionu* (2005), *Rok Dziedzictwa Przyrodniczego* (2006). IV Jarmark odbył się pod hasłem *Poznaj bogactwo swojego regionu!* Myśl przewodnia towarzysząca imprezie powinna była nadać jej szeroki i wielopłaszczyznowy wymiar. Skupiono się jednak na ukazaniu oferty turystycznej, tradycji, folkloru, kuchni regionalnej, pominięto natomiast osiągnięcia w dziedzinie przemysłu, infrastruktury, technologii. W konsekwencji dało to obraz regionu rolniczego, nieomal wiejskiego i choć istotnie województwo łódzkie posiada taki charakter, to jednak można było odnieść mylne wrażenie, iż jest to obszar prawie zupełnie pozbawiony pozarolniczych gałęzi przemysłu.

Co składało się na taki a nie inny wizerunek województwa łódzkiego? Stoiska objęły w posiadanie na czas Jarmarku pracownicy gminnych ośrodków kultury, członkinie kół gospodyń wiejskich, artyści ze Stowarzyszenia Twórców Ludowych, członkowie lokalnych grup działania na rzecz rozwoju obszarów wiejskich. Zakłady produkcyjne reprezentowane były przez firmy bezpośrednio związane z zapleczem rolniczym: piekarnie, przetwórnictwo owocowo-warzywne, masarnie i spółdzielnie mleczarskie. Na kilkunastu spośród 106 stanowisk promowano miód i produkty pszczele. Nawet stoiska parków krajobrazowych i Wojewódzkiej Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej – z ekspozycją grzybów jadalnych i niejadalnych – wpisywały się w wiejsko-leśny pejzaż dominujący na stoiskach. Branża rekreacyjno-hotelarska tradycyjnie wykorzystwała dla celów promocyjnych sielski charakter danej okolicy i styl dający się zamknąć w określeniu „wiejskie jadlo”. Inny charakter posiadały jedynie prezentacje zorganizowane przez uczelnie wyższe z Łodzi, Poczta Polska i kilka większych miast regionu. Swoistą odmianę stanowiły także występy kilku Bractw Rycerskich i zespołu Dworzanie z Uniejowa.

Ludowość dominująca na Jarmarku przybierała rozmaite oblicza, świadczące o różnym stopniu zakorzenienia wzorów ludowych w tradycji i kulturze subregionów. Tak np. pracowniczka Urzędu Gminy w Smardzewicach [stoisko 93 – gmina Tomaszów Mazowiecki] chętnie i ze znanstwem opowiadała o różnicach między strojem łowickim a strojem, który sama określiła jako smardzewicki (odmienny haft na koszuli, gorset z różgami, układany wełniak). Z kolei twórczyni z Andrespola [stoisko 54 – powiat łódzki wschodni] na pytanie o strój, w który była odziana odpowiedziała „raczej łowicki”. Twórczyni ta prezentowała

m.in. figurki z masy solnej np. górala tańczącego z kuflem piwa w garści. Sięganie do korzeni ludowych jako zjawisko kulturowe, zarówno w jednym, jak i drugim przypadku jest tak samo godne uwagi. Bez wątpienia jednak mamy tu do czynienia z jednej strony z działaniem posiadającym już swoją tradycję, opartym na zastanych, przekazywanych z pokolenia na pokolenie wzorach z drugiej zaś na działaniu spontanicznym, wynikającym z przyjętego założenia, że ukazanie stroju ludowego – obojętnie jakiego – to najlepszy sposób promocji okolicy. Podobną prawidłowość można było dostrzec w innych dziedzinach np. w rzeźbie, garncarstwie (warto wspomnieć o obecności na Jarmarku ceramiki z warsztatu rodziny Konopczyńskich z Bolimowa) czy repertuarze zespołów folklorystycznych. Nie brakowało także przykładów swoistej translokacji wzorów ludowych, kiedy to np. łowickie wycinanki stanowiły motyw ozdobny koszułek czy kubków.

Ogólne hasło Jarmarku i specyficzny, dość jednolity odzew ze strony wystawców może zastanawiać. Dlaczego bogactwo regionu zostało zdefiniowane jako dorobek gospodarczy w postaci działających na obszarze województwa firm przetwórstwa mięsnego, owocowego i warzywnego a dorobek kulturalny jawi się niemal wyłącznie jako działalność zespołów folklorystycznych i twórców ludowych?

Dokonując pobieżnej analizy zarówno treści jak i formy prezentacji gmin i powiatów województwa można pokusić się o kilka refleksji na temat tożsamości i tradycji regionu łódzkiego. IV Jarmark Wojewódzki był świadectwem – podyktowanej względami historycznymi – odmienności tradycji Łódzkich i tradycji pozalódzkich. Forsowana od lat w postaci m.in. Festiwalu Dialogu Czterech Kultur ścieżka poszukiwania tożsamości miasta i sposób odwoływania się do jego tradycji, zupełnie mija się z tym, co godne poszukiwań i pielęgnacji w znaczeniu historyczno-kulturowym dla mieszkańców regionu. Ta dychotomia świadczy o różnorodności i atrakcyjności województwa jako całości ale daje poważne podstawy, aby wątpić czy z Łodzi mieszkańcy środkowej Polski identyfikują się podobnie jak Wielkopolanie z Poznaniem, Małopolanie z Krakowem czy Kaszubi z Gdańskiem.

To, co można było zobaczyć i usłyszeć podczas Jarmarku świadczy także o tym, że gminy i powiaty (samorządowcy i działacze kultury) nie wstydzą się swojej „wiejskości”, widząc w niej sposób na przyciągnięcie turystów i szansę na lokalny rozwój. Ubywa łódzian przybyłych do tego miasta w latach 60. i 70. XX w., pochodzących – mówiąc kolokwialnie – ze wsi i utożsamiających się z regionem wiejskim jakiego obraz był dominujący podczas imprezy. Ludowe, czy też jak wolą inni wzorowane na ludowych stroje, tańce, wyroby rękodzielnicze stają się w związku z tym coraz większą dla łódzian atrakcją. Trudno nie odnieść wrażenia, że podczas Jarmarku wystawcom chodziło nie tyle o ukazanie bogactwa regionu, co zareklamowanie wybranych jego walorów samym łódzianom.

Jeżeli potraktowalibyśmy Jarmark jako wystawę stricte gospodarczą, wypadłoby ocenić stan rolnictwa regionu jako dobry. Choć określenie to ma prawo razić zbytnią ogólnością w świetle oczywistych problemów z restrukturyzacją polskiej wsi, to jednak istotne niedomagania w dziedzinie rolnictwa zmusiłyby organizatorów poszczególnych stoisk do zmiany koncepcji prezentacji „bogactwa” gmin i powiatów. Wieś regionu – w świetle IV Jarmarku Wojewódzkiego – posiada coraz bogatszą ofertę agroturystyczną, ma osiągnięcia w zakresie spółdzielczości, otwarta jest na inne formy samoorganizacji (tzw. Lokalne Grupy Działania), zakłady przetwórcze gwarantują określony popyt na płody rolne.

Obok ludycznego, warto także podkreślić edukacyjny charakter imprezy. Stoiska umożliwiały zwiedzającym kontakt z twórcami, gotowymi udzielać podstawowych informacji. Można było dotknąć a nawet nabyć tkaniny, rzeźby, naczynia o niejednokrotnie wysokich walorach artystycznych, które w innych okolicznościach oglądać można jedynie z dystansu w muzeach Łodzi, Łowicza, Kutna czy Łęczycy. Większość stoisk dysponowała bardzo bogatą ofertą informacyjną w postaci folderów, map, przewodników. Wszystko to skutecznie uświadamiało, szczególnie przedstawicielom młodego pokolenia łodzian, że za rogatkami ich miasta jest różnorodnie, barwnie i ciekawie. Jarmark stanowił zatem udane i wartościowe choć zarazem dyskusyjne uzupełnienie imprez kulturalnych koncentrujących się na prezentacji miejskich tradycji Łodzi filmowej, wielokulturowej i fabrycznej.

Damian Kasprzyk
Uniwersytet Łódzki