

Tomasz Madej

Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie
Instytut Turystyki i Rekreacji

Kultura ludowa jako produkt turystyczny na Kurpiach

Wstęp

Na przestrzeni ostatnich lat kultura ludowa stała się magnesem przyciągającym turystów. W całej Polsce obserwujemy rozwój gospodarstw agroturystycznych, przydrożnych karczm. Coraz większym zainteresowaniem cieszą się imprezy folklorystyczne. Wzrosło zapotrzebowanie na produkty turystyczne odwołujące się do „tradycyjnej” kultury regionalnej. Biura turystyczne oraz samorządy lokalne w odpowiedzi na popyt tworzą nowe imprezy: warsztaty etnograficzne, szlaki rękodzieła, festiwale folklorystyczne, itp. Z folderów reklamowych zachęcają klienta hasłami: „*tradycyjny folklor*”, „*autentyczna kultura*”. W ten sposób pragną zaspokoić potrzebę egzotyki mieszkańców miasta. Turysta opuszcza swój dom – nawiązując do teorii Baumana – w poszukiwaniu „nowych doświadczeń”, a te dostarczyć może „... *inność – coś czego jeszcze nie widział (...) co odbija od codzienności. Inny wygląd ludzi, inny wystrój ulic, inne obyczaje*„ (Bauman 1994). Kultura ludowa ma stanowić na to remedium.

Turysta podróżuje z własnym wyobrażeniem świata, odbiciem jego pragnień, tęsknot, a także stereotypów: „wsi spokojna, wsi wesoła”. Na miejscu dochodzi do konfrontacji jego wyobrażeń z rzeczywistością. Według MacCanella „*Turysta dzięki temu, że się przemieszcza, dzięki oznaczeniu miejsc, produkcji pamiątek i całych scenerii aranżowanych dla jego przyjemności, może uczestniczyć w wytwarzaniu kultury*”, czy też dodaje autor później „*pociąga za sznurki społecznej konstrukcji rzeczywistości.*” Potwierdza to antropolog Wojciech Burszta: „*Tam, gdzie dany region uważany jest za „turystyczną atrakcję”, rodzi się zawsze rzekomo autentyczna „sztuka ludowa” i specjalny typ wytwórczości na potrzeby odwiedzających.*” Według Baumana „*... turysta postrzega świat jako tworzywo posłuszne jego dłoniom – i, co najważniejsze, woli. Turysta nie wystawia swych sztuk w teatrze wyobraźni (...) chce, by aktorzy grali naprawdę, dobierając scenariusze odpowiednio do jego upodobań.*”

Celem niniejszej pracy jest ukazanie tendencji przemian na Kurpiach, gdzie elementy regionalne, „wyjałowione” z pierwotnych znaczeń, nabrały waloru „pamiątki turystycznej”. Autor pragnie odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób zmieniła się kultura materialna pod wpływem turystyki. Praca przedstawia analizę trzech konkretnych przypadków: wycinankarstwa, palmy wielkanocnej oraz pieczywa obrzędowego. Praca opiera się na materiałach zebranych podczas badań terenowych (2005-2006), na które złożyły się wywiady terenowe oraz obserwacja uczestnicząca.

„(...) tam, gdzie Narew stalową wstęgą opasuje i omywa bory sosnowe, piaski i błota (...)” (Chętnik 1913)

Kurpiowszczyzna rozciąga się na terenie obejmującym dorzecze dopływów Narwi: Omulwi, Orzycy, Pisy, Rozogi i Szkwy. Całe życie Kurpiów było nierozdzielnie związane z puszcza i jej bogactwem, „Kurp żył w boru i z boru”. Przyroda i zmiany w niej zachodzące odcisnęły swój ślad na charakterze twórczości ludowej.

Dawna twórczość ludowa – według niestrudzonego badacza Kurpiowszczyzny Adama Chętnika – związana była z „*...potrzebą życiową tego ludu, który wyładowuje w niej wrodzone zdolności twórcze i tworzy od dawna wszystko to, na co mu pozwoli czas wolny, materiał jaki jest pod ręką, narzędzie jakim rozporządza, pomysł jaki mu przyjdzie do głowy*” (Chętnik 1964). Twórcy ludowi tworzyli „*...z jakiejś potrzeby wewnętrznej, podświadome*”, a „*o handlu tymi rzeczami nie było mowy*” (Chętnik 1948). Uważano, że dzieła za pieniądze nie dorównują oryginałom, „*...wymuszone w swej technice, niepodobne do dawniejszych pierwowzorów.*” Taki stan rzeczy utrzymywał się mniej więcej do II wojny światowej.

W 1950 r. została założona w Kadzidle Spółdzielnia Rękodzieła Ludowego i Artystycznego „Kurpianka”. Odegrała ona bardzo ważną rolę w reaktywacji twórczości ludowej. Zrzeszała pod swoim szyldem około stu pięćdziesięciu twórców ludowych, którzy dzięki „*... cepeliowskiej Spółdzielni, stasi się sławnymi w kraju i za granicy. Uzyskali dodatkowe zatrudnienie. (...) Kurpiowszczyzna, dzięki pracy i twórczości tych ludzi, stała się dla kraju rejonem dostarczającym*

dewizy!” (Olędzki 1970). Drugą stroną medalu dostrzega natomiast Kowalski „... cepeliowskie korzystanie z kultury ludowej prowadziło przede wszystkim do zamiany w gadzety tego, co ludowe, co posiadało już prawie wyłącznie wartości estetyczne.” (Kowalski 2004).

W latach 70. XX w. zmniejszyło się zatrudnienie w „Kurpiance”. W dniu dzisiejszym zatrudnione są trzy osoby, które przędą dywaniki na krosnach. Pozostałe osoby tworzą w domowym zaciszu. Turystyka stworzyła zapotrzebowanie, dała im „... możliwość zarobkowania”. Twórcy ludowi stali się elementem promocji regionalnej. Kultura kurpiowska stała się bazą do tworzenia produktu turystycznego.

Współczesny obraz twórcy ludowego odbiega od stereotypowego wizerunku, utożsamianego z osobą pracującą w swoim warsztacie w izolacji od rzeczywistości, będącą „żywym” nośnikiem tradycji. Dziś twórca ludowy jest rzemieślnikiem, biznesmenem wyposażonym w telefon komórkowy, posiadający swoją stronę internetową oraz własny samochód. Swoje wyroby sprzedaje na imprezach folklorystycznych, np. na „Weselu Kurpiowskim”, „Miodobranii” czy „Niedzieli Palmowej”. Asortyment przygotowuje natomiast w zależności od charakteru imprezy i miejsca, w które jedzie. Uczestniczy w warsztatach etnograficznych, współpracuje z galeriami sztuki ludowej:

„Na pewno twórcy ludowi starają się, wie Pan, za ta modą podążać. Tak jak mówiłem. Dla innego odbiorcy, dla miejskiego odbiorcy, dla tych mód no, które widzą w telewizji. No nie czarujmy się. Dla twórcy ludowego jak już sprzedadzą jakąś dużą rzeźbę to stać go na to żeby sobie album z polską rzeźbą ludową lub jakakolwiek inną rzeźbą barokową kupić. Otwiera raz sobie księgę i zaczyna rzeźbić. To nie jest jakiś rzeźbiarz dziadek na końcu wsi go nauczył długo trzymać”, dodaje później: „Oni twórczo się nie przepracowują tylko po prostu powielają.” [9]¹

„Moda” na wyroby regionalne doprowadziła do ich komercjalizacji. Twórczością ludową zainteresowali się również inni mieszkańcy Kurpiowszczyzny. Kultura stała się towarem, dzięki któremu można zarobić. W przeprowadzonych rozmowach twórczynie ludowe, zwracały uwagę, że ich wzory są powielane. Następuje ich „nieudolne” kopiowanie: „Poziom artystyczny idzie w dół” [7]. Sytuacja ta jest szczególnie widoczna na imprezach folklorystycznych. Twórcy ludowi z STL-u mają wyodrębnione stoiska. Dookoła nich można znaleźć pełno osób przebranych w stroje kurpiowskie, handlujących pseudo-pamiątkami. Strój sam w sobie zwiększa uczucie „autentyzmu” wśród turystów: „Sprowadzona do rangi atrakcji kultura ludowa, aby mogła przynieść spodziewane profity, wymaga stworzenia odpowiedniej scenografii, upozowania przedstawiciela ludu, przyodziania go w kostium (...) Mieszczuch i turysta rozpoznać musi ikonę ludowości” (Kowalski 2004). Strój ludowy stał się strojem roboczym. Największą popularnością wśród turystów cieszą się: palmy wielkanocne, pieczywo obrzędowe, wycinanki.

¹ Wywiady oznaczone numerami od 1 do 32 zostały przeprowadzone przez autora w trakcie badań terenowych w latach 2005-2006.

Palma wielkanocna

Niedziela Palmowa rozpoczyna Wielki Tydzień i cykl uroczystości związanych z Wielkanocą. Na tę okazję mieszkańcy znoszą do kościoła misternie wykonane palmy. W przeszłości palma miała obdarzyć właściciela długim życiem. Główny szkielet konstrukcji wykonany jest z prętów leszczyny bądź sosny, do ozdoby wykorzystywane są młode pędy porzeczek, malin, gałązki wierzby z bażkami, świerku, sosny. Pomiędzy gałązkami umieszcza się kwiaty z bibuły. Po procesji palmy pozostawiane były w kościele, przyozdobiono nimi ołtarze. Na następny rok w Wielką Sobotę były palone, a popioł używany w dzień popielcowy w celu posypania głowy popiołem wierzących, aby przypomnieć im o kruchości życia.

Biuro turystyczne oferujące wyjazd na Niedzielę Palmową w 2006 r., zachęca klientów z Warszawy oferując w ulotce „...spotkanie z autentycznym folklorem kurpiowskim” oraz „Możliwość zakupu oryginalnych palm kurpiowskich...”. Corocznie wieś Łyse staje się centrum kultury kurpiowskiej. Turyści ściągają z każdego miejsca, by podziwiać najwyższe palmy w Polsce „sięgające nieba”. Od 1969 r. częścią Niedzieli Palmowej jest konkurs na najwspanialszą palmę kurpiowską. Jednym z głównych celów przyświecających organizatorom jest: „Zachowanie i reaktywowanie tradycyjnych elementów i motywów we współczesnej plastyce obrzędowej...”. Od pierwszego konkursu do dnia dzisiejszego zostało zgłoszonych ponad 30 tysięcy palm. W 1995 r. wprowadzono kategorię zbiorową. Konkurs przybrał na sile. Teraz liczy się przede wszystkim wysokość palmy, która wzbudza podziw turystów i skupia uwagę mediów. Dawniej wysokość palmy dochodziła do dwóch, trzech metrów. W 2005 r. najwyższa palma miała wysokość trzynastu metrów. W tym roku palmy równie wysokie wypełniły drewniany kościółek. Ludzie nie byli w stanie ich postawić, podczas procesji były niesione na ramionach kilku osób.

Opinie rozmówców, co do charakteru Niedzieli Palmowej są podzielone. Niektórym osobom impreza się podoba. Inni rozmówcy dostrzegają przemiany jakie zaszły. Do opisu zastanej rzeczywistości używają określeń: bazar, jarmark: „Ja nie lubię takiej komercji w ten sposób, że to jest tak. Trzy tysiące, cztery tysiące, pięć tysięcy ludzi... mnie to nie zachwyca tymi ilościami. To nie jest dla sklepików, które sprzedadzą palemki, albo bubek tysiąc czy pięćset... to nie na tym rzecz polega” [16]. „Handel, handel, coraz więcej tych sprzedających, coraz więcej... większy asortyment. Jeśli tak to można nazwać, wie Pan, asortymentem. Coraz bardziej jarmarczno-odpustowy charakter. Ano, procesja przeszła, poleciała i już” [9]. Ten cytat potwierdza moje obserwacje. Uważam że, dla turystów przyjeżdżających procesja jest tylko pretekstem: „A tu na msze wychodzisz w Niedzielę Palmową do lunaparku, albo na kebab. To się jakoś nie ma coś do czegoś. To jest tylko z tego względu, że jest tyleś ludzi... to kebab zje i coś innego)... ” [16]. Odwiedzający mają pełen asortyment do wyboru, jak wspomina rozmówca. Twórczość ludowa tego dnia jest najlepiej rozchodzącym się towarem. Przeważnie moi informatorzy wyprzedają swój towar do godz. 12.00. Dużym zainteresowaniem cieszą się palmy kurpiowskie, pieczywo

obrzędowe, wycinanki oraz pisanki. Dwa lata temu pojawiły się palmy wileńskie. Przyjezdni kupcy przywożą je całymi ciężarówkami. Cena palmy wileńskiej jest dużo niższa niż kurpiowskiej wykonanej z bibuły, bądź krepiny. Turyści nie odróżniają palm. W większości przypadków kupują suszone (wileńskie), ze względu na niższą cenę. Podczas rozmów z turystami, którzy kupili palmy wileńskie, usłyszałem, że: *„To nie jest ważne. Palma to palma”*.

Zapis z protokołu posiedzenia Komisji Konkursowej oceniającej palmy podczas I konkursu 31 marca 1969 r.: *„Pragniemy, aby życzenia badacza Kurpiowszczyzny – doc. dr. Adama Chętnika spełniły się – i na Niedzielę Palmową zjeżdżały, co roku do Łysych liczne rzesze turystów, by podziwiać piękne, olbrzymie puszczańskie palmy...”*. Miejmy nadzieję, że samorząd lokalny powstrzyma komercjalizację święta religijnego zanim będzie za późno. Oby nie doszło do sytuacji, jaka miała miejsce w Tokarni, gdzie do budowy palmy jedna osoba użyła „tyczki” do skoku przez tyczkę.

Pieczyno obrzędowe

Charakterystycznym elementem kultury kurpiowskiej jest pieczywo obrzędowe: „Byśki” i „Nowe Latko”. Byśki jest to pieczywo obrzędowe, *„... o formie figuralnej”* wyrabiane z ciasta chlebowego, pytlowego lub razowego. Wyobraża symbolicznie zwierzęta hodowlane i leśne. Według J. Olędzkiego (1970) są to figurki *„... dla których nie odnajdujemy w Polsce ani jednego, równie imponującego formalnie i ideowo zjawiska sztuki rzeźbiarskiej uprawianej przez ogół”*. Pieczone były dwa razy w roku z okazji świąt Nowego Roku i na okres Godów (święta Bożego Narodzenia). Byśki pierwotnie pełniły funkcję obrzędowo-religijną, przechowywane przez cały rok w gospodarstwie miały przynieść gospodarzowi pomyślność w hodowli.

Figury o kształtach pełnych i pękających przedstawiały zwierzęta o nienaturalnie dużych głowach. Podobne głowy miały wszystkie figury, *„... Można by sądzić, że przetrwało tu zamierzchłe przyzwyczajenie, jakaś zasada pierwotnego postrzegania natury”*, *„...zrodziły się w jakieś najstarszej warstwie kulturowej naszej tradycji”*. Kształt ten miał zasadnicze znaczenie w procesie produkcji. Duże nogi i korpus zapewniały, że podczas pieczenia figurka się nie rozleci. *„Główna rola w lepieniu przypadała mężczyznom”* (Olędzki 1961).

Nowe Latko, to także figurki wypiekane w dzień Nowego Roku albo Trzech Króli, mające zapewnić dobry chów zwierzętom domowych. Figurka przedstawia pasterza otoczonego zwierzętami na okręgu: *„Nowe latko był to krążek, jakby obwarzanek z ciasta, z przyklepionym krzyżem prostoramiennym na środku; na krążku przylepiano zrobione w palcach z ciasta zwierzęta i ptaki, jak np. baranki, kozy, gołąbki itp”* (Chętnik 1948). Sam kształt krążka miał znaczenie kręgu magicznego, według wierzeń ludowych miał on chronić przed złem to co się w nim znajduje. Nowe Latko przechowywane było przez cały rok, umieszczane nad ołtarzem, najważniejszym miejscu w domostwie.

Do II wojny światowej byśkom i nowemu latku przypisywano właściwości magiczne. W czasach PRL-u przestały pełnić tę funkcję obrzędową, przestały być sacrum. Stały się towarem, wystawianym na „półkach” cepelii. Z powodu braku zainteresowania odbiorców spółdzielnia wyłączyła go ze swojego asortymentu. Dziś w dobie imprez folklorystycznych, zapotrzebowania turystycznego na regionalizm nastąpiła „reaktywacja”. Obok wycinanek, byśki i nowe latko stały się wizytówką regionalną. Jednak zmiana funkcji i znaczenia pociągnęła za sobą zmianę tematyki oraz symboliki. Rozszerzył się asortyment zwierząt „lepionych” przez sprzedawców. Turysta może kupić sobie „słonika na szczęście”, oraz domowe kotki. Pękatki kształty zwierząt zostały odrzucone przez współczesność. Potrzeby estetyczne mieszkańców regionu oraz turystów doprowadził do wysmuklenia figur. Zdaniem rozmówców praktyki lepienia pieczywa obrzędowego z okazji świąt odeszły w zapomnienie. Jedynie „kopia” starego obrzędu powielana jest przed imprezami folklorystycznymi, gdy przygotowuje się pamiątki lepiąc zwierzęta niejako z matrycy.

Wycinankarstwo

Rodowód historii papierowych wycinanek na ziemiach polskich sięga XIX w. Pierwszymi formami dekoracyjnymi na kurpiowszczyźnie były firanki wykonane z białej bibułki oraz wstążki zasłaniające postrzępione brzegi obrazów religijnych (Olędzka 1964). Ewolucja nastąpiła wraz z nadejściem pierwszych wędrownych handlarzy. Domokrażcy przynieśli w swojej ofercie papier glansowany oraz techniki wycinania. To zmieniło podejście artystów. Z rozwojem nowych technik pojawiły się charakterystyczne dla Kurpiów formy: gwiazdy i leluje. Gwiazdy to wycinanki o kształcie kolistym, kompozycji centrycznej. Leluje to „wertykalna konstrukcja, w której można wydzielić podstawę i część zasadniczą, wznoszącą się ponad nią do góry” (Olędzki 1970). Dominowały motywy związane z naturą, treści florystyczne.

W kulturze kurpiowskiej wycinanka pełniła przede wszystkim funkcje dekoracyjne. Zawieszona na ścianie upiększała wnętrze gospodarstwa. Uważa się, że w przeszłości „...stała się jedynie dostępną formą efektownej ekspozycji barwnej w całej izbie” (Olędzki 1970). Okres wycinania przypadają na Boże Narodzenie i Wielkanoc. W związku z tym, obok treści florystycznych dominowały motywy religijne. Wycinanki przymocowywano bądź przyklejano najczęściej na białych ścianach, pod stropem i na belkach stropowych oraz nad drzwiami. Do wycinania używa się nożyc do strzyżenia owiec. Prymitywne w swojej konstrukcji mają atut przeważający na ich korzyść – działanie „sprężynowe”. Siły używamy wyłącznie do cięcia, rozcięcie następuje samoczynnie. Dzięki temu narzędzie jest ekonomiczne, twórca oszczędza swoje siły.

Tak jak w przypadku pieczywa obrzędowego, powstanie spółdzielni „Kurpanika” przyczyniło się do odrodzenia wycinankarstwa. Około czterdziestu twórczyni ludowych sprzedawało do spółdzielni swoje wyroby. Twórczyni Stanisława Bakuła

stworzyła nową formę zwaną „lasem”. Jednak wycinanka „... z utratą pierwotnej funkcji „zeszła” ze ściany i rozpoczęła swój odrębny samodzielny byt. Zaczęto ją robić dla odbiorcy spoza swojej grupy, dla miasta” (Olędzki 1970). Spostrzeżenia te potwierdza Halina Olędzka, pisząc o wycinance, iż „... kiedy to straciła więź funkcjonalną z wystrojem wiejskiego wnętrza, i wyrabiana była już tylko dla odbiorcy z zewnątrz”, „... żywotność nie wynika już z naturalnego procesu rozwoju tej dziedziny twórczości”. Tak wycinanka kurpiowska z Puszczy Zielonej stała się „dziełem samym w sobie, oglądanym w innych warunkach i z innej odległości” (Samsel 2002).

W 1980 r. jako pierwsza Apolonia Nowak wkomponowała w gwiazdę postaci: Matki Boskiej, papieża, tańczącej pary (Samsel 2002). Z tradycyjnej formy gwiazdy pozostała bordiura dookoła sylwetki. Jak pisze M. Samsel: „forma ta zyskała akceptację społeczną i gwiazdy z umieszczoną centralnie postacią wykonywane są obecnie także przez inne twórczynie z Kadzidla, głównie na zamówienie i dla odbiorców spoza wsi”. W ten sposób akceptacja osób przyjezdnych wpłynęła na rodzimą twórczość. Zmieniła repertuar wyrobów oferowanych przyjezdnym, dostosowując się do ich wrażliwości estetycznej. Dziś „nietypowym” zamówieniem są prośby o umieszczenie w gwieździe młodej pary bądź własnej podobizny.

Dzisiaj twórczynie ludowe wycinają wycinanki już tylko wyłącznie z myślą o odbiorcy. Podczas rozmów przeprowadzonych w domu nie wisały własne wycinanki chociażby oprawione w ramkę. Jest to dowód na to, iż wycinanka jest już wyłącznie sposobem na zarobek, pozbawionym więzi z regionem. Tak twórcy ludowi zareagowali na zapotrzebowania rynku turystycznego, a przede wszystkim na gusta odbiorcy. Wrażliwość estetyczna turystów doprowadziła to zmiany formy, dzisiaj najchętniej kupowanymi wycinankami są te o misternych ornamentach.

„Potem zaczęli ludzie przyjeżdżać to zaczęli robić, wie Pan, no cieniutkie. Coraz cieńsze, cieńsze serweteczki takie. No, bo to już nie było na ścianę. On by tej serweteczki nie przykleił na ścianę. A to się kładło na stół, pod szybę. I była piękna, wie Pan, serwetka. I tak ludzie mówią: to tą serwetkę poproszę.... No i na pewno tak dostosowują tą sztukę do tego, żeby ten odbiorca by zadowolony” [9].

Tendencje tą potwierdzają obserwacje M. Samsel: „Potrzeby estetyczne odbiorców spoza środowiska wiejskiego wymogły drobne cięcie i naturalistyczne motywy roślinne i zoomorficzne, dominację azuru nad płaszczyzną...” na potwierdzenie wniosków podaje, iż „mały popyt na wycinanki z Puszczy Białej pozwolił na zachowanie ich archaicznego charakteru.”

Podsumowanie

Kultura ludowa stanowi istotny element w promocji regionu kurpiowskiego. Jest bogatą bazą „tradycyjnych” wyrobów, z których część została wykorzystana do stworzenia produktu turystycznego. Na skutek konsumpcjonizmu oraz komercjalizacji nastąpił zanik pierwotnych funkcji i znaczeń tych elementów kultury.

Nastąpiła kreacja odpowiadająca potrzebom turystów i modzie. Wytwory kultury „obdarte” z funkcji, stały się jedynie pamiątką turystyczną sprzedawaną w zainscenizowanej sytuacji. To stanowi dzisiejszą tendencję w wykorzystaniu „tradycyjnej” kultury ludowej na potrzeby turystyki. Kreacja produktu turystycznego wymaga znanstwa, które przypilnuje by produkty utrzymywać w konwencji wzorów regionalnych. Oby nie doszło do sytuacji:

„Jak już wszyscy się ubiorą w dzinsy, jak już wszyscy się ubiorą w arafatki czy, wie Pan, jakieś inne tam płachty to w pewnym momencie się obudzą z tak zwaną ręką w (...). O Matko Boska, gdzie nasza kultura? Nie ma jej. Wszystkie domy w całej Europie są jednakowe i zaczną do pewnych rzeczy wracać” [9].

Literatura

- Bauman Z., 1994, *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Instytut Kultury, Poznań.
- Błachowski A., 1986, *Polska wycinanka ludowa*, Toruń.
- Chętnik A., 1913, *Puszcza Kurpiowska*.
- Chętnik A., 1948, *Sztuka kurpiowska w okresie Wielkanocy*, Polska Sztuka Ludowa, 2.
- Chętnik A., 1964, *Twórczość Ludowa Kurpiów w dziedzinie sztuki*, Polska Sztuka Ludowa, 3.
- Samsel M., 2002, *Wycinanka Kurpiowska*, Muzeum Kultury Kurpiowskiej, Ostrołęka.
- MacCanell D., 2002, *Turysta. Nowa teoria Klasy próżniaczej*, Muza SA, Warszawa.
- Ołędzka H., 1964, *Z badań nad wycinanką kurpiowską*, Polska Sztuka Ludowa, 3.
- Ołędzki J., 1961, *Doroczne pieczywo obrzędowe północno-wschodniej Polski*, Polska Sztuka Ludowa, 1.
- Ołędzki J., 1970, *Sztuka Kurpiów*, Ossolineum, Wrocław-Warszawa-Kraków.
- Kowalski P., 2004, *Popkultura i humaniści. Daleki od kompletności remanent, poglądów i mistyfikacji*, Kraków.