

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Linguistica 12 (2017)

ISSN 2083-1765

DOI 10.24917/20831765.12.37

Iwona Steczko

Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków

***Teksty wierszowane w praktyce życia społecznego w drugiej połowie XIX wieku: Tadeusz Budrewicz, Między rymem a Muzą*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2017, ss. 264**

Prezentowana tu najnowsza książka Tadeusza Budrewicza to kolejny po tomie *Wierszobranie* (Budrewicz 2016) zbiór studiów poświęconych sprawom wiersza, poezji i prasy w kulturze drugiej połowy dziewiętnastego wieku, który rozwija obraz epoki o teksty zupełnie dotąd nieznanne. Tym razem w polu badawczej refleksji Autora znalazły się umieszczane na łamach prasy rozmaite teksty wierszowane i wiersze pełniące funkcje użytkowe, wprzęgnięte w służbę życia społecznego. Mianowicie: pisane mową związaną odpowiedzi redakcji, rymowane powinszowania noworoczne, wierszowane reklamy restauracji Herkulanum, pisane wierszem nekrologi i wiersze zaduszkowe, a więc teksty, którym pod względem wartości poetyckiej bliżej było do prostych, rzemieślniczych rymów niż do mającej smak estetyczny, natchnionej poetycko Muzy. Przywołana w tytule zbioru formuła „między rymem a Muzą” sygnuje nie tylko teksty zamieszczone w tomie, w szerszym wymiarze „ma określić stan wiersza polskiego w okresie od powstania styczniowego po I wojnę światową” (s. 5), kiedy to – jak zauważył już wcześniej Budrewicz – „obserwujemy modernizowanie się funkcji wierszy [...], [które] w znacznej części przechodzą ze sfery sztuki (poetyckiego natchnienia) do sztuki użytkowej” (Budrewicz 2016: 7).

Jakie cele stawia autor swojej pracy? Jest ich kilka:

- (1) chce „zwrócić uwagę na pomijane w badaniach uwarunkowania – na rolę prasy w kształtowaniu form artystycznych literatury drugiej połowy dziewiętnastego wieku” (s. 5). I przypomina:

[że] prasa codzienna i tygodniowa była podstawowym narzędziem informacji i formowania poglądów społeczeństwa, [że] liczbowy wzrost tytułów prasowych był impulsem, który zrodził zawód literata (łączącego rolę dziennikarza i pisarza) i zaowocował powstaniem setek tysięcy tekstów literackich. Ich funkcją było regularne dostarczanie lektury czytelnikom prasy [...], [że] pakt z czytelnikiem wiązał wydawców i literatów: prenumeratorzy decydowali o finansowym bycie pisma, wyznaczali kierunki popytu na zjawiska kultury (5–6);

- (2) chce poszerzyć tło kulturowo-literackie epoki o jej ogląd z perspektywy codzienności, która daje szansę dostrzeżenia wielu zjawisk kulturalnych, społecznych, obyczajowych niezauważanych w studiach naukowych zorientowanych na analizę wierszy poetów najbardziej znanych. „Czytanie kultury”, analiza

wierszowanych tekstów w szeroko rozumianym kontekście (historycznym, kulturowym, społecznym, politycznym) obejmująca też ogłód związanych z danym typem zachowań komunikacyjnych idei, postaw, przekonań, wizji świata przy jednoczesnym zachowaniu ujęć poetologicznych to znamienne dla Budrewicza podejście badawcze, które sytuuje dociekania autora w ramach orientacji antropologicznej (zob. Godlewski, Mencwel, Sulima 2004, Godlewski 2004, Godlewski 2008);

- (3) chce skorygować sposoby wartościowania obrazu epoki. „Tym pilniejsza to potrzeba – pisze autor, że wokół sprawy wiersza i poezji drugiej połowy dziewiętnastego wieku narosło wiele nieprawdziwych mitów i krzywdzących sądów” (s. 7). Tym sprawom poświęcone są otwierające książkę dwa przekrojowe studia dotyczące oceny i postulowanego modelu poezji: *Gdakanie słowików. Oceny poezji postyczniowej w syntezach historycznoliterackich* oraz *Model poezji w „Przeglądzie Tygodniowym” (Rekonesans)*. W tym miejscu zwrócę uwagę tylko na jedną, najbardziej wyrazistą kwestię. Przede wszystkim „utarło się mniemanie, że wraz z hasłami pozytywizmu nastąpił zgon poezji. Wielu ówczesnych poetów ogłaszało ten zgon” (s. 6). Budrewicz widzi tę rzecz inaczej – nie tyle jako stwierdzenie faktu, ile wyrażenie żalu za dawną wysoką pozycją poety w hierarchii społecznej. Badacz odnosi się także w krytycznym komentarzu do nadużywanej a wypaczającej obraz epoki formuły Juliana Krzyżanowskiego „czasy niepoetyckie”:

Z punktu widzenia mechanizmów *public relations* jest przykładem fortunnego użycia nazwy wskazującej istotną cechę zjawiska, prostej i lapidarnej, a zarazem negatywnie stygmatyzującej to zjawisko. Jako termin naukowy, mający określone zjawisko opisywać i eksplikować, nasuwa wątpliwości. Każde pytać o cechy „epok poetyckich”, podpowiada szereg pytań np. o epoki „niepowieściowe”. Rodzi niewygodne pytania w sprawie „geniusze a masy”, podważa zasługi wielkich indywidualności, którym przyszło tworzyć w czasach akurat sprzyjających danej formie sztuki... (s. 24–25).

Książka Budrewicza dowodzi aż nadto, iż w owych „niepoetyckich czasach” nader chętnie wierszem się posługiwano, nader chętnie wiersze pisano. „Istnienie masy wierszowanych komunikatów” (s. 7) w kulturze drugiej połowy dziewiętnastego wieku musi zastanawiać, ciekawość budzi natomiast to, z jakimi sytuacjami, obszarami życia są one związane (wiersz wszakże zawsze „pozostaje formułą nietypową, niecodzienną, bo zarezerwowaną dla wybranych charakterystycznych sytuacji komunikacyjnych”, Tryksza 2007: 166) i jaką wiersz (mowa wiązana) pełni w nich funkcję. Odpowiedzi na te pytania przynoszą poszczególne szkice tomu, które pokazują funkcjonowanie wierszy w kilku obszarach (domenach) ówczesnej codzienności i społecznej komunikacji. Dokonajmy zatem krótkiego przeglądu tych szkiców.

Kandydaci sztuki poetyckiej i ich mentorzy (wiersze w odpowiedziach redakcji) –

To wartościowe poznawczo studium poświęcone odpowiedziom redakcji na listy początkujących poetów, którzy przesyłali do czasopism swoje wiersze z prośbą o ich druk, ocenę lub poradę. Budrewicz charakteryzuje ten typ wypowiedzi jako osobny gatunek dziennikarski. Dokonane tu ustalenia należy uznać za niezwykle

cenne, ponieważ gatunek ten nie został dotąd na gruncie genologii historycznej opisany, a na przestrzeni lat jego obraz uległ zasadniczym przemianom, czego nie dostrzegli autorzy współczesnych typologii gatunków dziennikarskich (zob. Wolny-Zamorzyński, Kaliszewski, Furman 2006). Budrewicz pokazuje, że jest to gatunek o elastycznym wzorcu konstrukcyjnym, który znajduje swe realizacje w postaci licznych wariantów formalno-stylistycznych: od tekstów lapidarnych do bardzo rozbudowanych, od bardzo grzecznych przez urzędowe w tonie po ironiczne i obraźliwe, np. „Niech te wiersze będą *pierwsze* i *ostatnie*” (s. 72). Szczególną uwagą objął badacz takie odpowiedzi odmowne, które zawierają: 1) cytaty z nadesłanych wierszy, 2) towarzyszące cytatom wierszowane wstawki odredakcyjne, 3) w całości wierszowane uzasadnienia odmowy, np.

– *Panu Ateka.*
Szanowny Panie!
Trudno, aby „łkanie
W mózg się wrzynało”;
Wszak sensu w tem mało (s. 77).

Funkcje mowy wiązanej w tak konstruowanych komunikatach łączy Budrewicz z konwencją zabawy i estetyką humoru. Całą rubrykę „odpowiedzi redakcji” postrzega zaś jako ważne zjawisko kulturowo-społeczne. Z jednej strony owe odpowiedzi będące komunikatami na temat sztuki poetyckiej pełniły funkcję edukacyjną, z drugiej, w szerszym wymiarze „redakcje tygodników i/lub dzienników pełniły [...] funkcję filtru, który blokował sporą liczbę wierszy nieudanych i chronił rynek przed zalewem pustych myśli oraz kiczowatych artystycznie utworów” (s. 70). Czy oceniający nadesłane teksty nigdy w swych ocenach się nie mylili? Budrewicz odnalazł odpowiedź redakcji „Tygodnika Ilustrowanego” skierowaną do mistrza słowa poetyckiego – Adama Asnyka. Ocena jest krótka: „Poezyjki p. A. są udatne; użytku z nich jednak zrobić nie możemy” (s. 63).

Wiersze z dostawą do domu (noworoczne powinszowania) –

Oddajmy głos autorowi, który tak rozpoczyna swój szkic:

W Polsce czasów Bolesława Prusa dzień Nowego Roku był dniem narodowego czytania wierszy. Szczególnie duże miasta były w tym dniu dosłownie zarzucane tekstami rymowanymi. Wartość artystyczna tych utworów była licha, jak zazwyczaj przy literaturze okazjonalnej. Jednak sam fakt, że niemal każdy lokator otrzymywał choć jeden produkt rymowany, każda mieszczańska rodzina choć kilka minut poświęcała na lekturę wiersza, zaciekawia. Mniej od strony artystycznej, ale od strony obyczajowej, kulturowej i społecznej (s. 95).

I właśnie w tę stronę odkrywania dawnego obyczaju prowadzi nas tu autor. Co jest szczególnie ciekawe? Na przykład, jakie profesje objęła moda na roznoszenie wierszowanych powinszowań. Budrewicz sporządził wykaz podpisów widniejących na kartach z wierszami, przywołajmy stąd tylko kilka przykładów: *łożymajster*, *afiszier teatru*, *roznosiciele depesz*, *lampiarze zakładu gazowego*, *służący księgarni*, *miejscy kanalarze*, *nadstrażnicy propinacji*. Podobno pisaniem noworocznych powinszowań zajmowali się znani i cenieni literaci. Fakt tworzenia tekstów użytkowych przez

reprezentantów kultury wysokiej skłania autora do zweryfikowania w części sądów o „odrębnych obiegach literatury” (s. 107). Przykłady powinszowań z tego okresu każą też zrewidować twierdzenie, iż „W tradycji polskich życzeń zasadniczo nie spotyka się takich formuł, które łączyłyby obie sfery – szczęście prywatne i ogólniejsze, społeczne lub narodowe” (s. 122). Budrewicz w tym kontekście dowodzi przeciwnie – „kontekst polityczny, podobnie jak kulturowy, były ważnymi komponentami gatunku” (s. 122), co popiera stosownymi przykładami.

Rym wzywa – do piwa! Wierszowane reklamy restauracji Herkulanum –

Autor wybrał do analizy teksty reklamowe słynnej warszawskiej restauracji Herkulanum, która funkcjonowała w latach 1878–1898. Ich charakterystykę rozpoczyna od syntetycznych ustaleń dotyczących roli rymu w reklamie, ponieważ ma on tu pozycję uprzywilejowaną „ze względu na kondensację treści, walory foniczne, czynnik mnemotechniczny oraz sugerowanie związków magicznych między rzeczami, których nazwy współbrzmiały ze sobą” (s. 129). Dalej skupia uwagę na formach strategii reklamy (tu dominuje operowanie wyliczeniem), wskazuje rozmaite zabiegi językowe stosowane w celu pozyskania klienteli przyjezdnej z prowincji, sposoby okazywania grzeczności itp. Reklamy wierszowane Herkulanum okazują się być jednak przede wszystkim ciekawym i oryginalnym dokumentem, który odsłania świat dawnej kultury, obyczajów, zwyczajów i ich przemian. Na ich przykładzie

można obserwować, studiować i opisywać dynamikę dialogu kultur w warunkach zmieniających się zachowań i postaw. Wierszowane reklamy nie tylko zapisały, co jedzono pito, jaki był stosunek do tradycji, która integrowała społeczeństwo, i jak to społeczeństwo było otwarte na nowinki zagraniczne, ciekawe nowości i skłonne do jego akceptacji. Społeczność Warszawy, której zbiorowy portret wyłania się z tych reklam, jest i nadwiślańska, związana z lokalną kulturą, i europejska (s. 153–154).

Szkic Budrewicza znakomicie dopełnia inne opracowania poświęcone dawnym reklamom prasowym (np. Hombek 1988, Schabowska 1990, Janiak-Jasińska 1998, Macierzyński 2004a, 2004b, Łuczak 2012) i daje podstawę do ujęć komparatystycznych. Ciekawe jest na przykład, że wśród reklam w prasie galicyjskiej brak było fabularyzowanej formy reklamy (Schabowska 1990: 113).

„I w rzewne piosnki ustroję mogiłę”. Wierszowane nekrologi –

To niezwykle wartościowe poznawczo studium. Budrewicz nie tylko odkrył teksty wierszowanych nekrologów XIX-wiecznych – dotąd teksty tego typu nie były prezentowane w żadnym naukowym opracowaniu, nie tylko odkrył wiersze dziękujące za udział w ceremonii pogrzebowej – nikt o nich jeszcze nie mówił. Autor podjął tu analizę genologiczną nekrologów (pożegnalnych, wspomnieniowych), uwzględniając w opisach aspekt pragmatyczny, strukturalny, stylistyczny, kulturowy gatunkowego wzorca. Takie ujęcie pozwoliło odkryć zapisane w tych tekstach przemiany postaw wobec śmierci drugiego, zmiany obyczajowe, światopoglądowe „dziewiętnastowieczności rozumianej jako formacja kulturowa” (s. 165). Czy upamiętnianie wierszem śmierci zwykłego człowieka „dowodzi spopolitowania się samego wiersza (mowy wiązanej, wypowiedzi zorganizowanej językowo ponad potrzeby komunikacyjne), czy może jest sygnałem ważnego zwrotu antropologicznego”?

(s. 158). Szkic Budrewicza pozwoli zrewidować gros spostrzeżeń badaczy współczesnej nekrologii.

Zadumane Zaduszki –

Jak ustalił Budrewicz, wiersze zaduszkowe – obok bożonarodzeniowych, wielkanocnych – należą do grupy wierszy, które zapisywane pierwotnie w kalendarzach, w drugiej połowie XIX wieku zostały przejęte przez prasę. „Pojawiały się w określonym czasie, sterowały nastrojami czytelników, wyznaczały rytm estetyzacji codzienności” (s. 229).

W obrębie publikacji o tematyce zaduszkowej Budrewicz wyodrębnia trzy nurty: 1) felietony o dniu zmarłych i reportaże z cmentarzy, 2) felietony prozą poetycką przeplatane lirycznymi wstawkami wierszowanymi, 3) wiersze – te pojawiły się późno; w ostatniej dekadzie XIX i pierwszej XX wieku. Wobec obserwowanych wówczas wielu znaków desakralizacji Dnia Zadusznego owe wiersze – w ocenie badacza – „podtrzymywały głębszy (duchowy, filozoficzny, metafizyczny) wymiar dnia myślenia o zmarłych i o śmierci” (s. 238); rozpatrywane masowo zdradzają wszakże cechy, które każą „ujmować je jako część kultury popularnej” (s. 238). W grupie wierszy drukowanych w okresie Wszystkich Świętych autor zwraca także uwagę na utwory w typie obrazka poetyckiego, które opisują cmentarze i zachowania ludzi; wyraźny bywa w nich „krytycyzm wobec form kultury masowej, która wchłania duchowość tego dnia” (s. 233–234). Osobne miejsce poświęca wierszom, w których do głosu dochodzi problem pamięci narodowej, patriotyzmu i „aktualizacja polityczna Zaduszek polskich” (s. 251).

Znasz ten kraj? (Wokół parafraz „Znasz li ten kraj” i „A czy znasz ty...”) –

W szkicu autor przedstawia i szczegółowo omawia rozliczne parafrazy wiersza Adama Mickiewicza *Znasz-li ten kraj* oraz poematu Wincentego Pola *Pieśń o ziemi naszej*, które należą do grupy najpopularniejszych polskich utworów w XIX wieku.

Zasadnicza wartość tomu *Między rymem a Muzą*, w moim przekonaniu, polega na tym, że gromadzi historyczny materiał tekstowy dotąd w opracowaniach naukowych niepublikowany i wypełnia lukę w diachronicznych badaniach nad różnymi wierszowanymi tekstami kultury. Imponuje przy tym nie tylko ogrom wykorzystanego w badaniach materiału źródłowego (przede wszystkim prasowego), ale i swoboda gospodarowania tym materiałem.

Janusz Dunin-Horkawicz w artykule poświęconym wierszom we współczesnej prasie pisał przed laty:

Pragnąc zwrócić uwagę na problem rymowanych tekstów w prasie, chcę obok kilku ujęć teoretycznych opisać nieco charakterystycznych zjawisk w tej dziedzinie. [...] Istnienie użytkowej poezji zaangażowanej w aktualności dnia codziennego jest oczywiste, jednak brak dotychczas refleksji nad istotą zjawiska, a tym bardziej próby nakreślenia jej historii. [...] Wobec bogactwa i trudności w określeniu jego granic, wydaje się nierealne oczekiwanie na rychłe prace [...] porządkujące ten materiał (Dunin-Horkawicz 2006: 43–45).

A jednak. Książka Budrewicza dowodzi, że podjęcie takiej próby okazało się nie tylko realne, ale i nad wyraz udane. Tym bardziej więc cieszą słowa Autora:

Przedstawione w książce przybliżenia sytuacji i zjawisk, które zostały opisane wierszem, są dalekie od wyczerpania materiału. Nie porzucam myśli o poszerzeniu pola analiz, gdyż kultura popularna drugiej połowy dziewiętnastego wieku naprawdę obfituje w różnorodne a nieraz bardzo ciekawe źródła (s. 7).

Czekamy zatem na kolejną publikację.

Bibliografia

- Budrewicz T., 2016, *Wierszobranie (druga połowa XIX wieku)*, Kraków.
- Dunin-Horkawicz J., 2006, *Wiersze w prasie. Zapomniany gatunek publicystyki*, „Media – Kultura – Społeczeństwo”, nr 1, s. 41–56.
- Hombek D., 1988, *Reklama wydawnicza i księgarska w „Gazecie Warszawskiej” w latach 1764–1795*, Kielce.
- Godlewski G., Mencwel A., Sulima R., 2004, *Antropologia słowa*, Warszawa.
- Godlewski G., 2004, *Literatura i literatury. O kilku przesłankach możliwej, a nawet koniecznej, lecz wciąż jeszcze nie istniejącej antropologii literatury*, [w:] *Narracja i tożsamość. Narracje w kulturze*, red. W. Bolecki, R. Nycz, Warszawa, s. 68–101.
- Godlewski G., 2008, *Słowo – pismo – sztuka słowa. Perspektywy antropologiczne*, Warszawa.
- Janiak-Jasińska A., 1998, *Aby wpadło w oko... O reklamie handlowej w Królestwie Polskim w początkach XX wieku na podstawie ogłoszeń prasowych*, Warszawa.
- Łuczak A., 2012, *Retro reklama. Za kulisami warszawskiego biznesu reklamowego w XIX wieku*, Warszawa.
- Łukasiewicz J., 1992, *Wiersze w gazetach 1945–1949*, Wrocław.
- Macierzyński W.Ł., 2004a, *Reklama handlowa w prasie Królestwa Polskiego w drugiej połowie XIX i na początku XX wieku*, Radom.
- Macierzyński W.Ł., 2004b, *Reklama handlowa w „Gazecie Radomskiej” w latach 1884–1917*, Radom.
- Nycz R., Walas T. (red.), 2012, *Kulturowa teoria literatury 2. Poetyki, problematyki, interpretacje*, Kraków.
- Rejter Artur, 2008, *Genologia lingwistyczna w perspektywie analiz dyskursu – szanse i ograniczenia*, „Tekst i dyskurs – Text und Diskurs” 1, s. 17–30.
- Schabowska M., 1990, *Słownictwo reklam i anonsów prasowych zamieszczonych w „Czasie” (1890–1895)*, Kraków.
- Tryksza A., 2007, *Rym i rytm. O funkcji wiersza w reklamie*, *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio FF, Philologiae*. Vol. 25, s. 159–169.
- Witosz B., 2005, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Katowice.
- Wojtak M., 2004–2005, *Genologia tekstów użytkowych*, „Postscriptum” nr 2–1(48–49), s. 156–171.
- Wojtak M., 2011, *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „Tekst i dyskurs – Text und Diskurs” 4, s. 69–79.
- Wolny-Zamorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., 2006, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa.