

Kokoska, Barbara

WMF czy Plewkiewicz, czyli o drogach i bezdrożach przemysłu artystycznego

Rocznik Muzeum Mazowieckiego w Płocku 18, 4-183

2002

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych oraz w kolekcji mazowieckich czasopism regionalnych mazowsze.hist.pl.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.



Р. ПЛЕВКЕВИЧЪ И КОМП.
ФАБРИКА

СЕРЕБРЕННЫХЪ И ЗОЛОЧЕННЫХЪ
ИЗДѢЛИЙ
ВЪ ВАРШАВѢ

по улицѣ Лешно 86/74

Годъ 1886

R. PLEWKIEWICZ i S^{ka}
ФАБРИКА

POSREBRZANYCH I POZŁACANYCH
WYROBÓW

W WARSZAWIE

ulica Leszno 86/74

Rok 1886.





Telegramm-Adresse:
PLEWKIEWICZ, WARSCHAU.

Telephon № 804.

Widok fabryki Plewkiewicz i Ska w Warszawie z ok. 1894; papier firmowy fabryki

BARBARA KOKOSKA

WMF CZY PLEWKIEWICZ, CZYLI O DROGACH I BEZDROŻACH PRZEMYSŁU ARTYSTYCZNEGO

WPROWADZENIE

Zadaniem mojej pracy jest przede wszystkim analiza działalności Fabryki Wyrobów Posrebrzanych i Pozłacanych Roman Plewkiewicz w Warszawie. Służyć ma ona udowodnieniu tezy, iż podobieństwo istniejące między produktami tej fabryki a wyrobami innych wytwórni europejskich tego czasu nie miało nic wspólnego z ich naśladowaniem, zapożyczaniem czy też kopiowaniem, lecz że były to obiekty powstałe w jednej i tej samej wytwórni. Niemieckie archiwalia znajdujące się w posiadaniu Württembergische Metallwarenfabrik (WMF) oraz Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg (WABW) w Stuttgarcie potwierdzają opinię, iż fabryka Plewkiewiczza prowadziła jedynie w małym procencie własną działalność produkcyjną, służąc niemieckiej fabryce WMF jako jej nieoficjalna filia. Zajmowała się ona działalnością uszlachetniającą oraz akwizycyjną na terenie Królestwa Polskiego, a przede wszystkim Cesarstwa Rosyjskiego. Dokumenty te stawiają w nowym świetle nie tylko rozważania na temat obiektów fabryki Plewkiewiczza, ale i na temat całego polskiego przemysłu metalowo-galanteryjnego drugiej połowy XIX i początku XX wieku. Proces uszlachetniania półproduktów obcych nie był bowiem jedynie specyfiką fabryki Plewkiewiczza, lecz stanowił nowo powstałe zjawisko masowej produkcji o zasięgu światowym, który dziś nazwalibyśmy procesem **globalizacji**.

Analiza działalności niemieckiej fabryki i jej filii warszawskiej sprowokowały mnie do zastanowienia się nad samym fenomenem przemysłu artystycznego, jego istotą, specyficznym sposobem wytwarzania, zapożyczeniami i bodźcami, które stanowiły o jego charakterze. Obiekty powstające w obu tych fabrykach staram się poddać krytycznej analizie stylistycznej, odnaleźć ich cechy indywidualne i zarazem typowe dla masowej produkcji okresu drugiej połowy XIX wieku aż po wczesne lata dwudzieste. Prześledzenie zarówno procesów społeczno-kulturowych, jak i psychologicznych, kryjących się za tą specyficzną formą ludzkiej wytwórczości może pomóc w lepszym zrozumieniu jego fenomenu. Niejednokrotnie podejmuję próby analizy socjologicznej w miejscach, które wydają się w odpowiedni sposób wyjaśniać usytuowanie zjawisk artystycznych w rozwoju historycznym. Rozwój kultury masowej oraz jej społeczne i gospodarcze implikacje miał niewątpliwie decydujący wpływ na ukształtowanie się przemysłu artystycznego. Moje rozbudowane komentarze dotyczące ekonomii i produkcji obu fabryk mają za zadanie wyjaśnienie tych przeplatających się zjawisk. Procesy ekonomiczno-społeczne nie są jedynie tłem, lecz wkraczają głęboko w samą strukturę obiektu przemysłowej produkcji, stając się jego nieodzownym elementem.

W rozważaniach moich koncentruję się na produktach wytwarzanych **maszynowo, seryjnie i masowo**.

W pracy tej nieodzowna wydała mi się również refleksja nad problemem historyzmu. Temat ten wymagałby oddzielnej analizy, w mojej pracy służy jedynie jako tło, na którym rozwija się przemysł artystyczny. Historyzm jako światopogląd stanowi dla mnie pojęcie zbiorcze, zawierające w sobie różnorodne pluralistyczne tendencje stylistyczne. Apogeum ich rozwoju, w formie przeplatających się i konkurujących ze sobą teorii estetycznych zauważamy na przestrzeni całego wieku XIX, aż do wybuchu I wojny światowej. Rezygnacja z monolitycznej teorii stylistycznych epok na rzecz polaryzacji i wielopłaszczyznowości spojrzenia na kształtowanie się sztuki daje nam równocześnie szansę i możliwość nowego spojrzenia na przemysł artystyczny.

Okresem, który szczególnie mnie interesuje i któremu poświęcam najwięcej uwagi, jest czas między 1870 a 1914 rokiem, stanowiący równocześnie ramy rozwoju fabryki WMF i firmy Plewkiewicz.

Ambicją tej pracy jest ukazanie procesów przekształcania się przemysłu artystycznego w projektowanie przemysłowe. Sterowane one były przez przedstawicieli przemysłu i popierane przez propagandę rozwiniętego kapitalizmu. Mam nadzieję, że uda mi się wyrównać poziomy wartościowania obu tych zjawisk, przemysłu artystycznego i projektowania przemysłowego, pozbawić je emocjonalnego zabarwienia i sprowadzić do wspólnego mianownika spojrzenie na rozpoczęte na początku XIX wieku i trwające do dnia dzisiejszego procesy mechanicznego wytwarzania.

Praca moja jest również próbą podjęcia dyskusji nad wartością produktu seryjnego w dobie industrializacji. Stara się ujawnić i prześledzić, dlaczego przemysł artystyczny cieszy się tak złą opinią wśród historyków sztuki i co się zmieniło, a właściwie nie zmieniło w refleksji krytycznej na jego temat od przeszło stu pięćdziesięciu lat.

Problemy poruszane przeze mnie przedstawiane są z dwóch niejako perspektyw: niemieckiej, gdyż obiekty fabryki Plewkiewicz w swej istocie są wyrazem

przemian dokonujących się na terenie Rzeszy Niemieckiej, oraz w mniejszym zakresie polskiej, dla wiernego i pełnego zaprezentowania tych zjawisk, zaistniałych na ziemiach polskich i znaczących również dla polskiej kultury.

Ze względu na zakres badanych przeze mnie problemów skoncentrowałam się głównie na prezentacji niemiecko- i polskojęzycznej literatury.

Praca poprzedzona jest „metodologicznym” wstępem, osobistym *credo* badawczym, którego deklaracja wydała mi się konieczna przed podjęciem zmagania z przedstawianym tematem.

W tym miejscu pragnę podziękować wszystkim, którzy przyczynili się do powstania tej pracy: Thomasowi Dixowi, rzecznikowi prasowemu fabryki WMF za niczym nieograniczony wgląd w archiwalia WMF oraz wszelką pomoc w szukaniu śladów działalności Plewkiewicza, Anne Hermann z wirtenberskiego archiwum w Stuttgartarcie, która z ciepłością towarzyszyła mi w zbieraniu materiałów oraz wspierała w pokonywaniu wielu trudności, współpracownikom Museum für Kunst und Gewerbe w Hamburgu za udostępnienie materiałów i literatury, znajdującej się w muzeum oraz za pomoc w metodologicznych zmaganiach oraz Danucie Skorwidew z Archiwum Miasta Warszawy za pomoc w poszukiwaniach „śladów” Plewkiewicza w Warszawie. Przede wszystkim pragnę podziękować profesorowi Pawłowi Banasiowi za szczere zainteresowanie moją pracą w momencie, gdy była ona tylko zamysłem i szkicem, za liczne wskazówki w trakcie jej powstawania, a przede wszystkim za jego zaangażowanie w pokonywanie wątpliwości i niepewności, jakie towarzyszyły mi w trakcie jej pisania.

Historia sztuki widziała do niedawna w artystycznej produkcji masowej XIX i początku XX wieku wyraz nowobogackiej antykultury, duchową niemożność i dekadencję smaku. O ile „oficjalno-salonowa” sztuka XIX wieku dzięki badaniom ostatnich lat stopniowo doczekała się – choć wydaje się, że nie jest to proces w pełni zakończony – rehabilitacji i wyszła z kręgu „niemocy twórczej”, o tyle przemysł artystyczny stanowi wciąż trącający kiczem temat *tabu*. W trakcie pisania tej rozprawy miałam możliwość kontaktowania się z niemieckim historykiem sztuki Wolframem Gablerem, autorem pracy o surogatach. W swojej pracy autor wspominał o dalszych badaniach nad tym problemem, których rezultaty ukazać się miały w obszernej publikacji. Miałam nadzieję, że pogłębią one moją wiedzę o tym obszarze kultury. W odpowiedzi usłyszałam, że niestety zaniechał pracy nad tematem, który miał być przedmiotem jego pracy doktorskiej, zarówno z powodu negatywnej opinii promotorów o wyborze przedmiotu badań, jak i jego wewnętrznego przekonania o niecelowości takiego wysiłku. Temat określono bowiem jako zjawisko marginalne (*Randerscheinung*). Przytaczam tę anegdotę jedynie po to, aby uzmysłowić osamotnienie historyka sztuki, zmagającego się z tym zjawiskiem bezwzględnie w moim przekonaniu istotnym dla zrozumienia kultury i sztuki XIX i XX wieku. Czy jest to doprawdy temat ważny? Czy nie jest tak, jak sugerowali niektórzy badacze, że zajmowanie się takimi tematami jak historyzm, przemysł artystyczny, surogat oznacza jedynie potwierdzenie tezy o naszej współczesnej, „marginalnej” teorii sztuki, zajmującej się problemami z pogranicza sztuki, o współczesnej historii sztuki jako nauce nienormatywnej, płynnej, pozbawionej ostro zarysowanych kryteriów wartości.

Od czasu, gdy mój rozmówca borykał się ze swoim „zjawiskiem marginalnym” minęło dziesięć lat. Czy zmieniło się w tym czasie nasze stanowisko wobec tych problemów, czy nadszedł czas do zajmowania się nimi? Z pewnością tak, chociażby z tego powodu, że stanowią temat wciąż budzący tak nieprzejednaną od pokoleń niechęć badaczy.

To, co z pewnością zmieniło się w ostatnich latach lub wciąż się zmienia, to perspektywa patrzenia na sztukę XIX wieku oraz narzucony historykowi sztuki zakres zadań i obowiązków. Nasze zainteresowania różnorodnymi przejawami sztuki, „rozszerzona perspektywa” w odbieraniu kiczu i sztuki trywialnej, naiwnej, wręcz „innej”, dociekliwość wreszcie nie daje nam spokoju w obserwacji zjawisk kulturowych, które do niedawna przytłaczała nasza pogarda. Czy rzeczywiście jest tak, jak sugeruje Paweł Beylin, że historia sztuki to „historia zwycięstw”, podążająca od jednej zwycięskiej bitwy do drugiej, za którymi kryją się jedynie arcydzieła i dzieła sztuki. Badacz ten zwrócił również uwagę na charakterystyczną dla historii sztuki wielokrotność wartościowania dzieł sztuki w czasie, dzieł raz już wyselekcjonowanych, które podlegają nieustannemu wartościowaniu według nie tylko estetycznych kryteriów¹. Zdaję sobie sprawę z trudności, jakie łączą się z takim stosunkiem historii sztuki do przestrzeni badawczej, na jaką wchodzę, jak i również słabością napiętnowanej glorią „zwycięstwa” optyki historyka sztuki. Czy produkcja masowa to tylko „spłaszczenie” naszej wyobraźni, jak wyrokował John Ruskin? Czy nie jest tak, jak sugerował to już Alois Riegl, który zastanawiał się nad problemem przemysłu artystycznego, badając zjawisko oddziaływania sztuki barbarzyńskiej na sztukę późnorzymską, iż nie musimy koniecznie zmechanizowanego sposobu wytwarzania w XIX wieku uznawać za oznakę upadku, wartość niszczącą, deprecjonującą zdobycze sztuki, lecz za wartość wzbogacającą nasze poczucie smaku, wrażliwość i wiedzę².

Już sam język, jakim posługuje się badacz opisując zjawisko przemysłu artystycznego, skażony jest niemocą pejoratywnej krytyki minionego czasu. Panujące tam powszechnie „kicz”, „beźguście” i „impotencja” twórcza sparaliżowała i nadal paraliżują jakąkolwiek możliwość obiektywnego wartościowania. Trzeba wykazać dużo samozaparcia, aby nie ulec tej inwazji epitetów skierowanych pod adresem przemysłu artystycznego i nie zawrócić jeszcze przed stoczeniem choćby najmniejszej potyczki w jego obronie. Sytuacja taka oczywiście „uskrzydla”, ale również deprymuje. Pragnę podjąć próbę odmitologizowania pewnych pochopnych opinii, zweryfikować niektóre wypowiedzi i rzucić odrobinę światła na problemy dotąd nie tknięte przez historyka sztuki. Teren, na którym się poruszam, jest nieznanym i właściwie niczym. Odżegnują się od niego historycy sztuki, od czasu do czasu rzucając jakąś pejoratywną uwagę. Historycy kultury materialnej natomiast borykają się z problemem dotyczącym wartości i stylistyki. Temat ten więc najchętniej bywa przemilczany.

Z poruszonym zagadnieniem łączą się bezpośrednio pytania, czy przemysł artystyczny należy do kręgu sztuki, obrzeży sztuki, czy kultury materialnej lub może masowej, czy obiekt przemysłu artystycznego to kicz czy sztuka. Na niektóre z nich staram się znaleźć odpowiedzi, inne pozostaną ich pozbawione z powodu trudności obiektywnego wartościowania. Przed badaczem „wchodzącym na obszar” przemysłu artystycznego piętrzą się pytania wymagające ciągłej czujności, ale i świadomości niedoskonałości metod badawczych, jakie stoją do jego

dyspozycji. Musi wciąż na nowo poddawać metody te dyskusji, na nowo weryfikować zastane, popularne tezy, uświadamiać sobie, że kierunki, style i programy są sztucznymi, relatywnymi abstrakcjami, skonstruowanymi „dla wygody” i podlegającymi zmianom w historycznej perspektywie. Banalne jest choć, nieodzowne, stałe borykanie się z samą definicją pojęcia „sztuka”. Historyk sztuki badać powinien wszelkie przejawy sztuki, również wartościować, w pełnym przeświadczeniu, że jest to ocena podlegająca zmianom, dokonywana współcześnie, która może być, ale nie musi, normą i dogmatem dla przyszłych pokoleń. Nasza wiedza powinna pozwolić nam patrzeć nie tylko głębiej, ale i szerzej na zagadnienia sztuki. Wspomniany już Riegl twierdził, że „najlepszy historyk sztuki to ten, który nie posiada żadnych osobistych upodobań, albowiem zadaniem historii sztuki jest znalezienie obiektywnych kryteriów rozwoju historycznego”³. Wydaje mi się to przedsięwzięciem bardzo trudnym, wręcz niemożliwym, gdyż zadania historyka sztuki wychodzą poza zakres obowiązków historyka. Obarczony jest on, jak to określił Werner Hofmann, rolą wielkiego „współkreatora” sztuki, który poprzez swoje badania i sposób dokonywania wyborów nie tyle „tłumaczy”, ile przenosi wielorakość twórczych przekazów na sferę werbalnej refleksji. Jest to jedno z najbardziej niebezpiecznych, odpowiedzialnych i trudnych zadań⁴. Stawianie czoła tym zadaniom było, jak się będziemy mogli przekonać analizując zarówno teksty minionego stulecia, jak i współczesne, jednym z zasadniczych słabości historii sztuki.

Świadomość tego, że oceny nasze są zgodne z ogólnie panującą estetyką epoki, w której żyjemy, nie ułatwia nam rozwiązania tego problemu, tak jak nie jest pomocna wiedza, że przedmioty przemysłu artystycznego o secesyjnej stylizacji lub pozbawione ozdób cieszą się lepszą „opiniją” u historyków sztuki niż produkty historyzujące. Jak jednak nagiąć naszą percepcję, aby dostrzegła w obiektach historyzujących to, czego właśnie nie jesteśmy w stanie dostrzec? Tylko pozornym rozwiązaniem tego problemu jest zaniechanie wartościowania, pozostawienie go następnym pokoleniom, których sposób postrzegania będzie może inny. Problem wartościowania jest jednym z najtrudniejszych problemów historii sztuki i pozostanie prawdopodobnie akademickim sporem pomiędzy zwolennikami estetyki normatywnej i relatywistami estetycznymi. Dla zwolenników estetyki normatywnej produkty przemysłu artystycznego znajdują się poza granicami sztuki, nie budzą ich zainteresowań i pozostają w najlepszym wypadku zagadnieniem interesującym historyka kultury materialnej. Pluralizm estetyczny zwalnia nas co prawda od jednoznacznego wartościowania, lecz stawianie produktów przemysłu artystycznego na równi z innymi uznanymi za arcydzieła obiektami wydaje się absurdalne. I tu znów musimy zadać sobie pytanie, czy istnieją wartości „niższe” i „wyższe”, czy można je porównać między sobą, czy każda może być tylko odrębnie mierzona jakościowo⁵. Zarówno Werner Hofmann w swojej teorii „dzieła otwartego”, jak i Jan Białostocki, preferujący sztukę o „otwartych granicach”, tworzą strukturę myślową, w której arcydzieła i kicze odnajdują swoje miejsce, pod warunkiem uzyskania aprobaty społecznej. Zgodnie z tym założeniem „przedmiot staje się dziełem sztuki wyłącznie dzięki swej funkcji, to znaczy dzięki miejscu w sytuacyjnym kontekście i dzięki miejscu w hierarchii wartości ustalonej przez jakąś społeczność”⁶. To, co je między sobą różni, to typ i zakres pytań, jakie im stawiamy⁷. Zadaniem naszym jest więc odkrycie tego

miejsca, jakie zajmowały przedmioty przemysłu artystycznego w kontekście przeszłości tak, aby oddać ich rangę i znaczenie zbliżone do historycznej prawdy. Nie możemy dać się zwieść samemu krytycyzmowi XIX wieku w jego spojrzeniu na sztukę i przemysł artystyczny. Zrozumienie i poznanie mechanizmów sterujących ich rozwojem jest jednym z najtrudniejszych zadań historyka sztuki.

Przedmioty przemysłu artystycznego nie są z pewnością dziełami sztuki, tak jak pragną je widzieć zwolennicy „dzieła zamkniętego”: wielopłaszczyznowo i z powłoką tajemniczy. Wiele z nich prezentuje jednak wysokiej jakości wartości artystyczne i estetyczne, wiele jest pośredniej jakości i dużo jest złych, podobnie zresztą jak w każdej innej dziedzinie ludzkiej wytwórczości. Spróbujmy zadać im pytania, zobaczymy, co nam odpowiedzą.

Wiele nieporozumień i przesądów wprowadziła do naszego spojrzenia na historyzm perspektywa „ciemnego” etapu dziejów, w którym tylko kilku wizjonerów i geniuszów dostrzegano światło prawdy. Podobne znamiona można dostrzec w spojrzeniu na przemysł artystyczny. Walorem dystansu czasowego jest rzeczowe, pozbawione emocjonalnego zabarwienia spojrzenie na sztukę i przemysł artystyczny. Fakt, że liczne, do tej pory nieodkryte lub bagatelizowane dokumenty pozwalają nam przybliżyć się do epoki historyzmu, ułatwia nam weryfikację dotychczasowych poglądów i pozwala na nowo spojrzeć na pewne dogmaty historii sztuki.

O zły obraz zarówno sztuki, jak i przemysłu artystycznego XIX wieku zadbali sami artyści i krytycy działający na przełomie XIX i XX wieku, którzy rozumiejąc swoją działalność jako rodzaj posłannictwa stali się kapłanami „nowego” stylu i w najbardziej niszczyielski sposób dewaluowali wszystko, co stało na drodze w urzeczywistnieniu ich własnych poczynań. To między innymi takim cenionym krytykom niemieckim, jak Lux i Muthesius, propagatorom „nowej sztuki”, zawdzięczamy negatywny osąd o przemyśle artystycznym i historyzmie. W paradoksalny sposób walczyli ze stylem, którego sami byli przedstawicielami. Poglądy ich zostały z entuzjazmem podjęte przez awangardową krytykę, a następnie historię sztuki, co doprowadziło w rezultacie do powstania jednolitego wizerunku końca XIX i początku XX wieku. Obraz ten tworzą dzieła awangardy artystycznej „pionierów” współczesności i ich apologetów. Wszyscy, których dzieła do tej kategorii nie zostały zaliczone skazani zostali na banicję estetyczną, a ich dziełom odmówiono zarówno smaku, jak i wartości artystycznych. Historia sztuki rozumiana jako historia sztuki wybitnych jednostek, decydujących o rozwoju sztuki, propagowana była w pierwszej linii przez Nicolausa Pevsnera. Dla tego skądinąd wybitnego znawcy współczesności postęp w sztuce objawiał się w dziełach wybitnych artystów, którzy dzięki wyjątkowości swoich myśli i działania nadali ton nie tylko przyszłości, ale pozostawili w cieniu całą swoją bezpośrednią przeszłość. Jego genealogia współczesności jest prosta, wywodzi się od Morrisa, poprzez ruch Art & Crafts, niemiecki Werkbund, amerykańską architekturę, aż do Bauhausu. Wszystko, co istnieje obok, jest niegodne zainteresowań historyka sztuki, dotyczy to również, a może nawet szczególnie przemysłu artystycznego. Badacz ten daje temu bezpośredni wyraz w relacji z wystawą w Londynie w 1951 roku, pisząc o „pospolitości motywów”, „barbarzyństwie smaku”, „wulgarności detalu”, a kończąc wypowiedź stwierdzeniem, że „nieczułość artysty na piękno czystej formy, czystego tworzywa, czystego wzoru dekoracyjne-

go jest czymś monstrualnym⁸. Czyż nie jest to jeden z tych grzechów historii sztuki, która uznaje popularne współcześnie doktryny za normatywny miernik przeszłości. Postawę Pevsnera reprezentuje wielu „walczących” badaczy, wywodzących się z okresu dwudziestolecia międzywojennego, przekonanych o konieczności wykrzewienia ostatnich znamion historyzmu oraz wierzących w niepowtarzalność swojego smaku, zdominowanego funkcjonalizmem i ideą „nowoczesności”. Negatywny osąd tego wszystkiego, co nie było związane z „awangardą nowoczesności”, zawdzięczamy właśnie takim historykom, którzy stali się głosicielami „partyjnie” pojmowanej historii sztuki, dzieląc ją na nowoczesną i „reakcyjną”, na dobrą i złą. Poglądy, które wytworzone zostały na temat przemysłu artystycznego na przestrzeni całego XX wieku, zdeterminowało hasło oryginalności, nowatorstwa i postępu. Doprowadziło to w naszym stuleciu do powstania „osobistej” i „awangardowej” historii sztuki, w czym należy upatrywać jednego z największych jej grzechów.

Również w literaturze polskiej spotykamy się z podobnie rozumianą rolą historii sztuki jako strażnika dobrego smaku „nowoczesności”. Godnym analizy zjawiskiem jest postawa Andrzeja Osęki, który w pisanej na początku lat sześćdziesiątych książce *Spojrzenie na sztukę*, prezentuje w przedmowie swój otwarty stosunek do zadań i metod badawczych, stwierdzając, „że wyobraźnia nasza jest w nieprawdopodobny sposób zachwaszczona, zaciemniona. Są to zarówno chwasty pozostawione nam w spadku przez tradycję, przez epoki mniej lub więcej odległe, jak i wyrosłe całkiem niedawno, rozplenione dzięki powierzchownym zachwytom „nowoczesnością”⁹. Po tej deklaracji otwartości badawczej następuje taka oto krytyka dziewiętnastowiecznego przemysłu artystycznego: „tandeta, upiorna tandeta poczęła zalewać rynki wszystkich krajów”¹⁰. Z kolei w końcowej partii książki pojawia się powtórna deklaracja otwartości: „nasza wiedza o człowieku poszerzyła się w sposób niezmiernie istotny. Nauczyliśmy się nie lekceważyć żadnych śladów działalności ludzkiej, żadnego typu kultury”¹¹. Wydaje się, że sama ta niekonsekwentnie konsekwentna w swej postawie wypowiedź zmusza historyka sztuki do zajęcia się problemem przemysłu artystycznego, który budzi już nie kontrowersje, ale wręcz obrzydzenie. Podobnie nieprzejednany w niechęci do maszynowej produkcji XIX wieku jest Wiesław Juszcak, ujmujący jej fenomen wręcz w formę spisku szpetoty i głupoty, które jako dwie potężne siły „doprowadziły do zalewu europejskiego świata przedmiotami, w których brzydota i brak sensu walczyły ze sobą o lepsze. Owe prototypy kiczu (jak je kwalifikuje Gombrich) stanowiły niejako uboczny produkt XIX-wiecznego eklektyzmu historycznego, z dodatkową porcją osobliwego naturalizmu oraz tzw. rewolucji przemysłowej”¹².

Sądzę, że nawet bardzo krytyczna analiza przedmiotów produkcji maszynowej, prezentowanych na przykładzie wystaw światowych nie daje powodów, aby w ten sposób je traktować. Zarysowany przez Juszcaka obraz dwóch potężnych sił nie ma nic wspólnego z badawczym spojrzeniem na zagadnienie, wręcz go niebezpiecznie zaciemnia.

Osaczona przez tak rozumianą historię sztuki, której jedynie wrywki zaprezentowałam, staram się od niej zdystansować, zdając sobie jednak całkowicie sprawę, że nie jest to w pełni możliwe, gdyż balast dogmatów, jakimi obciążony jest historyk sztuki, nie jest łatwy do odrzucenia.

Historyzm

Nie jest moją intencją przedstawienie chociażby części przeprowadzonych dotąd badań nad problemem historyzmu. Literatura na ten temat jest nader obszerna. Pragnę zwrócić uwagę jedynie na kilka problemów, które wydają mi się bezpośrednio wiązać z przedstawianym przeze mnie zagadnieniem. Jak trudno było poruszyć ten problem, możemy przekonać się przeglądając podręczniki historii sztuki pisane w naszym stuleciu, w których badacze zarażeni „niemocą” historyzmu albo pomijali go z zażenowaniem, albo interpretowali jako okres „wyczerpania twórczego”. Jeszcze na początku lat sześćdziesiątych, gdy zaczęto powoli odslaniać pierwsze zasłony historyzmu, Nicolaus Pevsner pisze, że „historyzm jest tendencją, w której objawia się wiara w siłę historii tak dominująca, że początkowa działalność zostaje zduszona i zastąpiona działaniem zainspirowanym przez precedensowy przypadek jakiegoś konkretnego czasu”, a następnie: „naturalnie każde przejmowanie stylów przeszłości jest **oznaka słabości**, gdyż niezależne myślenie i odczuwanie oznacza mniej niż wybór wzorów”¹³. Pod wpływem przemian w spojrzeniu na historyzm autor w cztery lata później już mniej rygorystycznie broni swojej teorii historyzmu, która brzmi: „historyzm jest postawą, w której spojrzenie i korzystanie z historii jest ważniejsze niż odkrycie i rozwój nowych systemów, nowych form własnego czasu”¹⁴.

„Odkrywanie” historyzmu dokonywało się w miarę zainteresowania postmodernizmem¹⁵. Ta nowa perspektywa pozwoliła spojrzeć znowu z sympatią na okresy w sztuce powszechnie uważane za eklektyczne. Wielostylowość XX wieku umożliwiła aprobatę uważanego dotychczas za bezstylowy wiek XIX. Nie bez znaczenia wydaje się również uwolnienie historii sztuki od schematyczności spojrzenia na swoje metody, ich dewaluacja i stopniowa weryfikacja od początku lat sześćdziesiątych. Szczegółowo na ten temat wypowiada się Zofia Ostrowska-Kęłbowska, przedstawiając równocześnie historię badań „odmitologizowanego” historyzmu. Wynikiem tych badań było postawienie pod znakiem zapytania potrzeby operowania pojęciem stylu jako wartości normatywnej, a przez to uwolnienie się od przekonania, że istnieją spójne i jednolite style¹⁶. Ze zdziwieniem stwierdzono, że oprócz „awangardowej” historii sztuki postulującej ahistoryczne myślenie oparte na intuicji i instynkcie oraz rozumiejącej historię jako balast tradycji (wywodzącej się od Nietzschego, Muthesiusa i Pevsnera) istnieje jeszcze inna, mająca swe korzenie również w latach trzydziestych XX wieku. Jako przykład służyć tu mogą krytyczne rozprawy na temat historyzmu Josefa Franka, Wolfganga Herrmanna oraz Petera Meyera¹⁷. Badacze ci stwierdzili wielopłaszczyznowość i wielorakość fenomenu jakim był historyzm, istnienie ciągłych awangard na przestrzeni XIX wieku oraz pluralizm stylistyczny oparty na „przyjaznej” koegzystencji wszystkich stylów. Peter Meyer, który najdalej posunął się w swoich rozmyślaniach na temat historyzmu (zaliczał do niego również wiek XX) twierdził bezkompromisowo, że epoka o tylko jednym obliczu, jak starali się to ukazać apologetci awangardy, jest niemożliwa, wręcz absurdalna. Jak pisał: „jest przesadą wiara, że każda epoka może mieć tylko jedną twarz i musi funkcjonować według jednej reguły”¹⁸. Postulowany przez niego model koegzystencji zakładał współistnienie trzech stylów: technicznego (o funkcjonalistycznych tendencjach), klasycznego (poszukującego porządku) i narodowo-regionalnego

(nawiązującego do rodzimej tradycji). Jak twierdził Meyer, jesteśmy skazani na pluralizm, gdyż nasze myślenie jest myśleniem analitycznym. Historyzm to wolność wyboru, dla którego każda epoka, każde dzieło stoi do dyspozycji. Friedrich Meinecke w swojej wydanej w 1936 roku książce *Entstehung des Historismus* zauważył w historyzmie „sposób myślenia oparty na postrzeganiu rzeczywistości w jej aspekcie historycznym”, jak również „korzystanie z motywów historycznych nie po to, by pozwolić historii żyć w czasach współczesnych artyście, lecz aby w nawiązaniu do przeszłości stworzyć coś, czego jeszcze nie było, coś na miarę nowej epoki”¹⁹. Była to dla niego jedna z największych myślowo, rewolucyjnych epok w kulturze europejskiej. Dalsze badania, zapoczątkowane przez Pevsnera, kontynuowane przez Götza i Schmolla gen. Eisenwertha wykazały pluralizm stylowy na przestrzeni dziejów całej sztuki europejskiej, co prowadziło w prostej linii do uznania pluralizmu jako kryterium badań nad sztuką przeszłą i obecną i oddania każdej kulturze jej należytej sprawiedliwości. Reaktywowanie historii nie staje się objawem niemocy, lecz wręcz przeciwnie, świadomym powrotem do systemu norm i wartości²⁰. Badania ukazujące historyzm jako metodę nawiązywania z różnych ideologicznych powodów do przeszłości postawiły problem historyzmu w zupełnie innym świetle. Przestało to być tylko określenie stylu, ale stało się uniwersalną metodą historyczną sankcjonowania teraźniejszości przez wykorzystywanie historii i tradycji. Rozwijając ten temat Wolfgang Götz wyróżnił i rozróżnił dwie postawy: historyzm i eklektyzm, wychodząc z założenia, że nie należy mylić kategorii historycznych z estetycznymi. Historyzm oznacza w tym kontekście postawę ideologicznej spójności w reaktywowaniu historii, której nie można poddawać wartościowaniu. Eklektyzm natomiast artystyczną metodę przejmowania form historycznych, które wartościowaniu podlegać mogą. O ile historyzm nie może żyć bez eklektyzmu, o tyle eklektyzm nie musi prowadzić do historyzmu²¹. Odpowiedzią skierowaną do Pevsnera było dowodzenie na przykładzie „twórczego regresu” Berniniego i Fischera von Erlach, że „świadoma recepcja może oznaczać powstanie nowego systemu, jeśli się wyraźnie odróżnia od do tej pory istniejącego”²². Historyzm XIX-wieczny w ujęciu Götza to jedynie jedna z form historyzmu jako postawy (*Gesinnung*), która przewija się przez całą tradycję europejskiej sztuki jako „drugi temat”. Mamy w tym spojrzeniu niejako potwierdzenie teorii współistnienia w historii sztuki dwóch dominant, **tradycyjności** i **awangardowości**, które egzystując obok siebie muszą być z równą intensywnością badane i poznawane w historycznym procesie. Günther Bandmann dostrzegł w rewaloryzacji historii syntezę „najlepszego” w celu stworzenia czegoś jeszcze lepszego²³.

Najnowsze badania starają się ogarnąć ogrom i wielowarstwowość historyzmu, podkreślając jego pluralizm stylistyczny, różnorodność znaczeń ideologicznych zarówno politycznych, narodowych jak i ekonomicznych²⁴.

Etymologia słowa historyzm wiąże się nierozdzielnie z nawiązywaniem do przeszłości. I w tym znaczeniu jest to fenomen rozciągający się na całą płaszczyznę dziejów sztuki, w której nic nie rodzi się w pustce, lecz w skomplikowanej relacji do dzieł poprzednich pokoleń lub ich asymilacji. W tym znaczeniu możemy mówić o tzw. *renovatio* pewnych cech stylów dawnych dla zmanifestowania powiązania z tradycją. Jest to jednak tendencja o wzmożonej, aczkolwiek różnorodnej potrzebie konfrontacji i utożsamienia się z historią tworząca jedno-

cześnie sztukę na wskroś nowoczesną, awangardową. Gdy przyjrzymy się szczególnie, rozwijającym się w XIX i na początku XX wieku tendencjom stylotwórczym stwierdzimy, że wszystkie one opierały się na identyfikacji z przeszłością, jedne bardziej, drugie mniej wiernie wykorzystując jej rezerwar. Przykładem może tu być rozkwit neorenesansu niemieckiego, z którym mieszczaństwo niemieckie identyfikowało nie tylko swoje potrzeby polityczne i społeczne, ale i estetyczne. Gottfried Semper, przedstawiciel neorenesansu, należy do najwybitniejszych reformatorów i odnowicieli sztuki w duchu funkcjonalizmu. Podobnych objawów łączenia tradycji z awangardą możemy doszukiwać się w fascynacji neogotykiem. Angielski „gothic revival” był źródłem natchnienia dla całej nowoczesnej architektury. John Ruskin i William Morris, zafascynowani gotykiem, zrewolucjonizowali europejski przemysł artystyczny opierając się na wzorach średniowiecznych. To oni głosili „prawdę materiału” i byli inicjatorami idei miast-ogrodów.

Pytanie, na ile te zjawiska można uznać za objaw *renovatio*, a na ile *restauratio*, ma według mnie bardziej charakter emocjonalny niż racjonalny. Granica między obu terminami jest płynna, czasem wręcz niemożliwa do uchwycenia. Pojęcie historyzmu może służyć nam dlatego jako ogólne pojęcie pewnej długiej epoki o różnych, następujących po sobie lub istniejących obok siebie tendencjach, które ulegały dewaluacji, aby znowu zostać wskrzeszone do życia. Tendencje te lub style wymagają analizy, która dopiero ukarze nam ich znaczenie, ich intensywność lub pasywność w zmaganiu się ze stylami przeszłości. Z punktu widzenia obecnej historii sztuki okresami najciekawszymi są te, w których dochodzi do **aktywnego zmagania** się z przeszłością, mniej interesujące te, które czynią to **biernie**. Ta różnica między „aktywnym” a „biernym” zmaganiem się ze stylami przeszłości stanowi o roli, jaką odegrały te okresy w obecnej tworzonej historii sztuki. Im więcej odwagi w eksperymentowaniu i przekraczaniu zarysowanych granic historycznych stylów niesie dana epoka, tym bardziej (w naszym dzisiejszym rozumieniu) oryginalna sztuka rodzi się na jej podłożu. Pragnę podkreślić, że sformułowanie „z obecnego punktu widzenia historii sztuki” niesie ze sobą krytykę. Nie można bowiem dostosowywać wartościowania minionych epok do standardu obecnych wartości. Do historyzmu zaliczam również secesję. Artyści tego stylu, co prawda najbardziej ze wszystkich innych przedstawicieli historyzmu oddalili się od niewolniczego przejmowania elementów dawnych stylów, najśmiaiej wprowadzali nowe tendencje, wykorzystując na przykład impulsy sztuki azjatyckiej, nie byli jednak wolni od historycznej tradycji. Dzięki odwadze w eksperymentowaniu, które zrodził historyzm, jak również niezaprzeczalnemu talentowi i umiejętnościom (pobudzonym wcześniejszymi studiami historyzmu) ich historyczne zapożyczenia są mało widoczne i odczuwalne. Podobnie jednak jak Semper zastosowali „*Grundformen*” w konstrukcji swoich obiektów, a dekoracja służyła im do ich podkreślenia. Secesji udało się propagandowo nie wiązać z żadnym stylem historycznym. Wywołało to przeświadczenie o jej oderwaniu się od tradycji historycznej. Nie uwolniła się jednak od niej, lecz ją w mistrzowski sposób zasymilowała. Widzimy to wyraźnie w ornamentyce tego czasu. Formy „rokokowej secesji” końca XIX wieku, w której *rocaille* łączą się z bulwiastymi i soczystymi liśćmi, łodygami chwastów i wodnych kwiatów, przechodzą stopniowo w formę płyn-

nej, wykręconej linii – „figury serpentynaty”. Na początku XX wieku, po asymilacji wzorów celtyckich, następuje wprowadzenie elementów neoromańskich, neogotyckich i neoklasycystycznych. W takim ujęciu zarówno neogotyki, neorenesans, jak i secesja i neoklasycyzm należą do tego wielkiego zbioru pod nazwą historyzm. Każdy z nich odwołuje się do innych ideałów artystycznych i w różny sposób identyfikuje się z przeszłością. W tym kalejdoskopie wciąż powracających stylów nie ma miejsca na epigonów i awangardzistów, a jedynie na tych, którzy z większą lub mniejszą świadomością i umiejętnością wykorzystują doświadczenia przeszłości. Historyzm charakteryzuje borykanie się z samym sobą. Żadna inna epoka (również z powodu mniejszego dostępu do prasy) nie była tak krytyczna w stosunku do samej siebie, jak właśnie historyzm. Wyrazem tego jest ciągle niezadowolone z istniejącego *status quo*, ciągle poszukiwanie absolutnego, uniwersalnego stylu epoki. Technika, rozwój nauk przyrodniczych, nowe odkrycia we wszystkich dziedzinach nauki postawiły pod znakiem zapytania wszystkie dotychczasowe wartości, a świat nabrał nowego, relatywnego wymiaru. Ruchowi temu towarzyszył wzmożony krytycyzm, który prowadził do intensywnych studiów minionych epok, w nich szukając odpowiedzi i antidotum na brak jednego stylu na miarę tych z przeszłości. Stąd nieznaną do tej pory liczbą wszelakiego rodzaju poradników, wzorników i tek graficznych, które służyć miały zbliżeniu się do przeszłości, aby na jej podstawie tworzyć współczesną sztukę. Okresy niefrasobliwego zapożyczania z repertuaru historycznych stylów przeplatają się z okresami doktrynalnego ich traktowania, te z kolei prowadzą do eksperymentów stylistycznych i zafascynowania „malowniczością”. Każdy z krytyków historyzmu propagował właściwie te same hasła funkcjonalnego, prawdziwego piękna, zerwania z naśladownictwem i eklektyzmem, wszyscy oni: Hübsch, Semper, Ruskin, Morris, Falke, Muthesius urzeczywistnienie tych ideałów dostrzegali jednak w innych stylach. Czyż nie jest to tym samym drugie oblicze historyzmu, prężne, wierzące w postęp i nową sztukę. Czyż nie jest to awangardowość. Wydaje się, że nie da się tych dwóch postaci historyzmu rozdzielić, że istnieją obok siebie i tworząc siebie najpełniej się uzupełniają.

Ten „krytyczny historyzm” zmieni swoje oblicze na początku XX wieku wraz z pojawieniem się Werkbundu, gdy nastąpi wyjście z zaczarowanego koła samokrytyki, prowadzącej w rezultacie do dewaluacji wszelkich wartości na rzecz optymizmu i wiary w siebie. Historyzm nazwie się „nową sztuką”, a wraz z tą definicją wszystkie dotychczasowe negatywne wartości nabiorą od razu znaczenia pozytywnego. Kontrowersja pomiędzy Muthesiusem a van de Veldem, między tendencją do zachowywania stereotypów a niczym nieograniczoną obroną indywidualności twórczej jest jakby kwintesencją zmagania całego historyzmu, jest również jego nicią przewodnią.

W dziedzinie badań przemysłu artystycznego staliśmy jeszcze na początku lat siedemdziesiątych XX wieku – jak analizowała to Barbara Mundt – nad wielką „czarną dziurą”, przepaścią, wypełnioną pluszowymi zasłonami, za którymi wydawało się kryć coś całkowicie godnego wyśmiania²⁵. Od tego czasu głównie dzięki jej staraniom oraz licznym wystawom nasza wiedza na temat rzemiosła artystycznego (Kunstgewerbe) i w mniejszym stopniu przemysłu artystycznego (Kunstindustrie) została znacznie wzbogacona²⁶. Historyzm przejawiający się za-

równy w przedmiotach rękodzielniczych, jak i produkowanych masowo ukazał się nam jako fenomen o pluralistycznym obliczu. Wielkie zasługi w dziedzinie badań nad sztuką użytkową, w tym wypadku meblarstwem, przypisać należy Kreiselowi Himmelheberowi, którego zarówno baczna analiza obiektów historyzujących, jak i otwarty i kontrowersyjny stosunek do problemu historyzmu wniosły wiele interesujących tez do studiów nad historyzmem²⁷.

W przemyśle artystycznym podobnie jak w architekturze tego czasu można zauważyć wiele wspólnych cech. Przemysł artystyczny i architektura powiązane są komercyjnymi i praktycznymi względami z klientem, jak żadna inna dziedzina sztuki. Bardziej gotowa czy zmuszona do ustępstw architektura korzysta również z podobnej stylistyki co przemysł artystyczny. Ornamentykę stosowaną przez przemysł artystyczny porównałabym do fasad licznie powstających w drugiej połowie XIX wieku w Europie budynków czynszowych. Z powodu masowości obu tych zjawisk rola architekta, podobnie jak projektanta, koncentruje się na realizacji „fasady” w przenośnym tego słowa znaczeniu w obiektach przemysłu artystycznego i w dosłownym w działalności architektonicznej. To właśnie celem ideowym służyć mają doklejane pilastry, sztukaterie, imitacja podmurówki, podziały na poszczególne piętra. Dekoracje fasady mieszczańskiej kamienicy stanowiła podobnie jak dekoracja w przemyśle artystycznym wykładnik sytuacji i ambicji finansowych oraz kulturalnych inwestora²⁸. Rolę jej podkreślał w swoich teoriach architektonicznych (Bekleidungstheorie) sam Gotfried Semper. Ornament stanowił dla niego przede wszystkim nośnik znaczeniowy, „zniszczenie realności, materialności jest koniecznością tam, gdzie forma jako symbol, naładowany znaczeniami powinien dojść do głosu jako samodzielny twór ludzki”²⁹. Ta reprezentacyjno-historyczna legitymizacja jest zadaniem architekta, ale również projektanta przemysłowego. Równie ważny jest, na co zwraca uwagę Zofia Kębłowska, specyficzny dla historyzmu „estetyczny stosunek do przeszłości” oraz „uobecnienie i kontemplowanie historii”³⁰. Jedną z przyczyn tego trzymania się stylów minionych epok był autentyczny, pobudzony rozwojem nauk historycznych i historiozofii podziw dla tradycji oraz pragnienie projekcji ideologicznej pewnych jej wyobrażeń na realną rzeczywistość. I tak, jak wierzono, dla architektury kościelnej najbardziej odpowiedni jest styl gotycki, dla opery – renesansowy lub barokowy, dla pucharu – styl staroniemiecki, a dla przedmiotów budowlanych – rokokowy.

Problem „stylu” stał się jednocześnie orężem walki polityczno-światopoglądowej mieszczaństwa z władzą absolutną, środkiem politycznych zmagani i konkurencji. Objawia się to najdobitniej na obliczu XIX-wiecznego miasta i w jego podziałach na style, przysługujące to jednej, to drugiej grupie klasowej. W odniesieniu do mieszczaństwa oznaczają one potrzebę prezentacji nowo stworzonego bogactwa, siły i wykształcenia, w odniesieniu do ziemiaństwa, cesarza i kościoła pragnienie podkreślenia ich bezpośredniego związku z tradycją, religią i własnością. Stąd też pierwszym zadaniem architekta była rewaloryzacja historii według potrzeb zamawiających, czyli ich potrzeby prezentacji siły³¹. Natomiast potrzeba stylu uniwersalnego, ciągłe poszukiwanie „stylu epoki”, oznacza w tym wypadku pragnienie narzucenia hegemonii jednego stylu wszystkim grupom społecznym.

Idea postępu

Zagadnienie **postępu** jest jednym z tych podstawowych problemów historii sztuki, których nie da się pominąć w rozważaniach zarówno nad historyzmem, jak i przemysłem artystycznym XIX wieku. Uzmysłowanie sobie jego znaczenia i roli w historii sztuki pozwala na obiektywizację spojrzenia na oba te zjawiska. Można go nazwać grzechem Wölfflinowskiej teorii, zdeterminowanej przez przeświadczenie, że nie indywidualne cechy dzieła sztuki, lecz miara jego przydatności w rozwoju sztuki zajęły decydujące miejsce w badaniach historii sztuki. Wszystko, co nie pasowało do tego schematu, zostawało automatycznie pominięte lub odsunięte. Taki los spotkał historyzm, który wydawał się nieprzydatny z perspektywy rozwoju funkcjonalizmu, taki los spotkał również przemysł artystyczny, który nie preferował na wzór współczesnego projektowania przemysłowego ani idei typizacji, ani standaryzacji.

Godny uwagi jest sam język historii sztuki, opisujący to zagadnienie, który rozwinął się na przestrzeni XX wieku. Po stronie postępu, a zatem funkcjonalizmu i nowoczesnego projektowania przemysłowego, używa się takich sformułowań, jak rewolucyjność, pionierskość, nowoczesność, prawda, postęp, autentyzm, po stronie historyzmu i przemysłu artystycznego: epigonizm, dekadencja, bezstylowość, neo- czy nawet pseudostyle. Już w samej warstwie języka widzimy jak zostaje nam z góry narzucony osąd. Takie określenia, jak dekadencja, bezstylowy czy eklektyczny zabarwione są znaczeniem pejoratywnym, stojącym po przeciwnej stronie czegoś, co stanowi prąd pozytywny czyli postępowy. O ile w apoteozie „nowoczesności” zawarte są elementy moralnej aprobaty w formie: „stylu” i „prawdziwości materiałowej”, o tyle po drugiej stronie spotykamy się z negatywnymi etycznie walorami: eklektyzmem i surogatem.

Jednym ze sposobów podejścia badawczego jest ortodoksyjna wiara w cykliczność rozwoju sztuki, a co się z tym wiąże przekonanie, że koniec XIX wieku był okresem schyłkowym, dekadencją, przesiąkniętym niejednoznacznością wyrazu oraz brakiem stylistycznej jedności i artystycznej inwencji. Już na początku XX wieku tacy uczeni jak Riegl i Schlosser twierdzili, że „nie ma w historii czegoś takiego jak upadek, a wiara w niego jest jedynie oznaką uprzedzenia estetycznego”³². Cykliczność może zakładać również mniej skrajne powoływanie się na postęp, niż na rozwój kultury polegający na asymilacji i przetwarzaniu dorobku minionych epok. Miałoby to wyrażać się jednak również w przechodzeniu od okresu dekoracyjnej alienacji w jej sublimację, dekadencję, a następnie w powrocie do problemów konstrukcyjnych³³.

O ile Rudolf Zeitler w latach sześćdziesiątych naszego wieku jeszcze bardzo powściągliwie wypowiadał się, że „rozsądniej” jest dzisiaj uprawiać historię sztuki bez poszukiwania w niej postępu i rozwoju, o tyle dziś jesteśmy w gruncie rzeczy przekonani o konieczności oderwania się od tego schematu myślenia o rozwoju jako następstwie coraz doskonalszych wartości³⁴. Słowo „rozwój” jest jednak bardzo trudne do zastąpienia w historii sztuki. W moim jego rozumieniu jest to zarówno ciągła, nieustanna asymilacja bodźców otaczającej nas rzeczywistości, jak i adaptacja wzorów przeszłości.

Wydaje się, że w koncepcji XIX-wiecznej sztuki dominujące miejsce zajmuje problem tradycji i „złotego wieku”. Wiąże się to z założeniem, „że człowiek

osiągnął doskonałość w przeszłości i w swej ewolucji oddala się od niej, a powrócić może jedynie dzięki szacunkowi dla tradycji i próbując odbudować niegdyś istniejący stan doskonały. W tej koncepcji tradycja jest dominującym elementem kultury, jej autorytet jest rzeczą cenną³⁵. Sytuacja komplikuje się jednak, gdy uzmysłowimy sobie, że jednym z głównych założeń samego historyzmu była jego wiara w postęp. Postęp, który prowadzi ludzkość do „doskonałości”. Koncepcja, w której ceni się przede wszystkim elementy nowatorskie i oryginalne³⁶. **Oba te światopoglądy współistnieją ze sobą w XIX wieku**, ale zwycięża i wprowadza nas w wiek XX, narzucając zarazem swoją hegemonię na następne dziesięciolecia, ta ostatnia. Staramy się jednak dopiero akceptować te dwa rodzaje twórczego wyrazu, jeden, który „przedłuża tradycję”, i drugi, który „urzeczywistnia się przez zerwanie wszelkich więzów z tradycją”, i w apoteozie oryginalności³⁷. Jest to z pewnością najwłaściwsza droga badawcza. Wciąż jednak historyzm stanowi dla nas nierozwiązywalną zagadkę, a obiekty historyzujące pozostają dla nas często estetycznie „nieczytelne”. Wydaje się, że we współczesnych warunkach społeczno-historycznych nie jesteśmy w stanie w pełni odczytać zasobu informacji i bodźców, które przekazują. W wyniku jednostronności naszego estetycznego wychowania w rezultacie pozostajemy na nie nieczuli. Nieczułość ta rozciąga się na „inną” estetykę od powszechnie panującej i „inny” rodzaj dzieł sztuki, których wartości nie jesteśmy w stanie odkryć, a następnie zaakceptować. Takie dzieła, wręcz całe epoki, pozostają dla nas „nieme”³⁸. Być może dlatego przemysł ten wydaje się nam tak anachroniczny, że przyzwyczailiśmy się wiązać ten sposób wytwórczości jedynie z „nowoczesną” prostotą. Zarówno jednak jedna, jak i druga postawa zawierają w sobie przeciwstawne pola, o których możemy się przekonać, odnajdując w awangardzie niemożność odcierania się od historii i w tradycjonalizmie potrzebę innowacji. Tylko dzięki tej zachodzącej między tymi postawami reakcji są one zdolne do ciągłego bytu i tworzenia wciąż nowych artystycznych wartości. Powołując się na W. Pindera Schmollegena Eisenwertha dostrzega w przeszłości teraźniejszość i przyszłość, trzy oblicza jednego czasu, w którym klasyczne wiąże się z antyklasycznym, racjonalne z irracjonalnym, stałe z przemijającym na zasadzie polaryzacji dionizyjskich i apollińskich wartości.

„Złoty środek” w rozważaniach nad postępowaniem, cyklicznością sztuki i jego tradycją zaproponował Mieczysław Porębski stwierdzając, że historia kultury nie polega „ani na ewolucyjnym rozwoju opartym na postępie, ani też na wielokrotnym i nieuchronnym powtarzaniu się tych samych cykli. Jest ona manifestacją dynamicznego układu zawsze otwartych i możliwych do przeżycia alternatyw. Teoretyczny model takiego systemu zakładać może tylko prawdopodobieństwo, a nie konieczność danych zmian zachowań, tendencji i orientacji [...] System takich alternatyw to tylko powtarzalne formy zmian, które jednak nie decydują o ich treściach, zawsze konkretnych i jednorazowych”³⁹. Postawa badawcza wymaga całkowitego obiektywizmu, uznania i zrozumienia wartości, zrodzonych w danym czasie. Zakłada wartościowanie, ale nie z perspektywy współczesnego systemu wartości, lecz z perspektywy systemu zaistniałego w przeszłości.

Sądzę, że jest to odpowiednie miejsce, aby wspomnieć o kiczu, z którym wielu badaczy łączy zarówno surogaty, kulturę mieszczańską, jak i przemysł artystyczny. Pragnę zwrócić uwagę jedynie na pewne aspekty tego zjawiska. Rozdział ten powstał jakby mimo woli. Chcę w nim wypowiedzieć coś, co właściwie nie zostało przeze mnie wypowiedziane. Staram się tradycyjne pojęcie kiczu jak najbardziej zrelatywizować, odebrać mu „wiatr z żagli”, dzięki któremu przez dziesięciolecia z powodzeniem żeglował po naszej wyobraźni. Nie uważam za słuszne posługiwanie się nim. Niczego nie wyjaśnia i niebezpiecznie zaciemnia horyzont sztuki. Żyjemy w czasach pluralizmu estetycznego, w czasach pozbawionych estetyki normatywnej, w związku z tym trudno jest nam jednoznacznie powiedzieć, co jest kiczem, a co nim nie jest. Jak trudno jest mówić z perspektywy naszych artystycznych doświadczeń XX wieku o kiczu, potwierdzają zmagania Marii Poprzęckiej ze „złą sztuką”. W momencie, gdy obecne postawy artystyczne stawiają pod znakiem zapytania każdą działalność artystyczną, gdy nie istnieje granica między sztuką a niesztuką, trudno jest nam mówić o kiczu w ogóle. Kicz jest pojęciem wielopłaszczyznowym, wieloznacznym i emocjonalno-wartościującym, którego nie można wyjaśnić stosując wartości czysto artystyczne. Z tego względu badania nad nim stanowią bardziej wykładnię osobistych upodobań i animozji estetycznych jego badaczy niż obszar naukowych badań. Trudność wiąże się równocześnie ze skomplikowaną strukturą samego podmiotu badań, jego warstwą estetyczną, jak również politycznym, religijnym i socjalnym zapleczem. Brakuje nam jednolitego miernika tych wszystkich wartości. Nie daję odpowiedzi na pytanie, co to jest kicz, również „dzieło otwarte” Wernera Hoffmanna, który, co prawda, wprowadza to pojęcie w obręb sztuki, jednak go nie definiuje⁴¹.

Literatura na temat kiczu jest bogata. Świeciła ona triumfy w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku⁴², gdy jeszcze wierzono w spoistość stylową i nic nie mąciło fascynacji funkcjonalizmem i nowoczesnością. Wtedy o wiele łatwiej odnajdywano oazy złego smaku i kiczu, stawiając je w opozycji do tego, co w danym okresie gloryfikowano. Natomiast w latach siedemdziesiątych, gdy zaczęto powątpiewać i stawiać pod znakiem zapytania osiągnięcia nowoczesności, zastąpiono to sformułowanie pojęciem o mniej negatywnie wartościującym zabarwieniu: „sztuka trywialna”⁴³. Historia sztuki zajęła się badaniem nie tylko wartości artystycznych, ale również wartości wychodzących poza percepcję estetyczną, gdy granice samej sztuki na tyle się rozszerzyły, że znalazły w niej miejsce obok niezaprzeczalnych dzieł, również obiekty świadomie banalizowane, zniekształcane, wręcz same siebie negujące i stawiające pod znakiem zapytania dotychczasowe podstawowe wartości sztuki. Obecnie badania nad tym zjawiskiem przenoszą problem kiczu na obszar badań kultury masowej.

W badaniach nad kiczem dominowały dwa stanowiska badawcze. Jedno poszukiwało kiczu w samym dziele, drugie w jego odbiorcy. Badacze lat sześćdziesiątych nie byli jednak w stanie wykazać obiektywnych cech kiczu, i to zarówno ci, którzy starali się tego dokonać z punktu widzenia estetycznego, psy-

chologicznego, jak i antropozoficznego. W oczach Andrzeja Banacha największymi grzechami kiczu jest jego wtórność, czyli bazowanie na stereotypach, zasadniczość oraz historyczna przesada⁴⁴. Z dzisiejszego punktu widzenia są to cechy, które weszły w ostatnich latach, dzięki nowym „odkryciom” historii sztuki, na dobre do brewiarza sztuki. Trudno również zgodzić się z zarzucanym kiczowi brakiem autentyzmu. Zapewne jednak, jak sugeruje to Beylin, rzadkość przedmiotu redukuje jego pokłady kiczu, co oznaczałoby jednak, że wartości artystyczne zależne są od powodów niezależnych od samych dzieł. Niewątpliwie przytaczane przez autora cechy kiczu, jego niespójność, wtórność, konwencjonalizm i karykaturalność dadzą się zastosować do egzemplarycznych obiektów, które w danym momencie uważamy za kicz, nie mogą one jednak stanowić ogólnego miernika wartościującego. Jak twierdzi sam autor: „kicz nie charakteryzuje się żadną szczególną cechą estetyczną, która za jednym zamachem byłaby w stanie odróżnić go od twórczości wartościowej”⁴⁵.

Czy produkty przemysłu artystycznego można uznać za kicz lub dlaczego wielu badaczy właśnie te przedmioty z nim kojarzy? Wydaje mi się, że w dużej mierze (choć nie tylko) jest to ponownie ten sam balast „nowoczesności”, który ciąży na nas tak jak na historyzmie i idei postępu. Tak często i długo wmawiano nam, że produkty przemysłu artystycznego to szmira i tandeta, a następnie kicz, że reakcja nasza w ich odbiorze w dużej mierze jest reakcją bezwarunkową. To negatywne znamię naznaczyło nie tylko przemysł artystyczny, chociaż do niego przyłgnęło najdłużej, lecz również architekturę, rzeźbę i malarstwo XIX wieku w nurcie „salonowym”. Polemizując z tak dostrzeganym problemem, można stwierdzić, że kicz nie istnieje, istnieje jedynie zły lub dobry projekt, podobnie jak dobre i złe malarstwo, dobra i zła sztuka. Co to jest jednak zła sztuka? Czy jesteśmy w stanie jednoznacznie określić jej cechy?

Jeśli przyjrzymy się innym dziedzinom sztuki: muzyce i literaturze, to zauważymy, że lepiej uporały się z problemem alternatywy do sztuki elitarnej, wskrzeszając do życia takie dziedziny, jak „muzyka rozrywkowa” czy „literatura popularna”. Są one równoprawnym obiektem badań i nie budzą tak powszechnych emocji jak kicz. Dla historii sztuki kicz oznacza antypody sztuki, czyli sztukę złą. W takiej sytuacji badawczej zamknięcie granic sztuki oznacza jej izolację, ich otwarcie – nieuchronny proces trywializacji samej sztuki. Być może najlepszym rozwiązaniem tego problemu byłoby zastosowanie dla fenomenów sztuki „nieelitarnych”, kierującej się do masowego odbiorcy, pojęcia „sztuki masowej”. Stworzenie nowego obszaru tej „sztuki środka” pozwoliłoby zyskać nową perspektywę badawczą⁴⁶. Tezę tę można poprzeć wypowiedzią Gotfrieda Sempers z roku 1883, który, jak sądzę, nie myślał o kiczu definiując w następujący sposób ówczesną sztukę masową: „jeśli oryginał jest do zdobycia przez człowieka bogatego, to galwaniczna kopia przez biedniejszego, to co jeden posiada w marmurze, drugi w gipsie. O ile obraz olejny dekoruje ścianę wystawnego książęcego salonu, o tyle oleodruk ścianę mieszkania robotniczego. W ten sposób oddziałuje sztuka, piękno jako element wychowawczy. Nawet jeśli pierwszym impulsem zakupu jest moda i jedynie samo posiadanie daje radość, wnet nadzieje poznanie, zachwyt, a z nimi wzbogacenie ducha i myśli”⁴⁷.

Werner Hofmann nie jest zwolennikiem rozdzielania sztuki trywialnej od sztuki, sugerując jednak różnorodność stosowania kodów rozumienia, na róż-

nych płaszczyznach językowych⁴⁸, autor kwalifikuje kicz i sztukę trywialną jako kategorię „**sztuki użytkowej**”, której zakres odniesienia wychodzi poza granice praw estetyki. Jej zadaniem jest oddziaływanie religijne, polityczne, emocjonalne, rozrywkowe, jednym słowem pozaartystyczne. W odróżnieniu od niej sztuka elitarna oddziałuje na nas wartościami czysto artystycznymi i przez swoją funkcję „wystawienniczą” staje się jednocześnie zjawiskiem „sztuki dla sztuki” o różnie rozumianym przez epoki kanonie estetycznym⁴⁹. Interesującą tezą Hofmanna jest spostrzeżenie, iż zła opinia przedstawicieli sztuki „wyższej” o kiczu związana jest właściwie z jego „użytkowością”, funkcją, która jest odrzucana w sztuce „wystawienniczej”. Wiąże się to oczywiście z ogólnym światopoglądem Hofmanna na temat sztuki jako fenomenu, który nie jest dziełem „bezinteresownego upodobania”, tylko skutkiem oddziaływania rozmaitych czynników o różnej proveniencji⁵⁰.

Podobnie jak sztuka „wystawiennicza” podporządkowana jest zmieniającym się „kanonom” estetycznym, tak również kicz podlega zmianom „smaku”. Przekonać się o tym możemy obserwując przemiany w ocenie kiczu na przestrzeni czasu. Prezentowany w książce Herberta Reada *Sztuka a przemysł* repertuar „doskoniałych” i poprzez swoją zuniformizowaną i prostą formę wydawałoby się „bezczasowych” obiektów sztuki użytkowej z lat czterdziestych naszego stulecia, których wybór powstał na podstawie przekonania autora o wymiernych, uniwersalnych kryteriach klasyfikujących sztukę, pod koniec XX wieku tchnie kiczem. Jak widać, kryteria oceny kiczu podlegają ciągłej zmianie. Co wczoraj było kiczem, przestaje nim być po pewnym czasie. Jak zauważył to również Paweł Beylin: „nie istnieje kicz wieczny, dany raz na zawsze, mający tę samą wartość negatywną we wszystkich społeczeństwach i we wszystkich czasach, nawet jeśli może działać przez długie okresy historyczne”⁵¹. Nawet dzieła sztuki o niezaprzeczalnych wartościach artystycznych przez banalizację mogą stać się z czasem kiczami. Przykładem dokumentującym tezę o tym, że pojęcie sztuki zależne jest od widzenia i rozumienia społeczności, w której sztuka powstaje, może być tu sięgnięcie do nowego wydania książki niemieckiego filozofa Karla Rosenkranza *Ästhetik des Häßlichen*. To, co uderza w tej książce, oprócz ponad czterystu stron przykładów brzydoty w naturze i sztuce, to jej okładka. Na różowej obwolucie widnieje słodka świnka z kokardą, prowadzona przez dwa śliczne aniołki i popychana przez małego chłopczyka. Najprzedniejszy objaw kiczu o znaczącej nazwie *Ushering in Banality*. Współczesny czytelnik biorąc do ręki tę książkę jest przekonany, że będzie ona traktować o kiczu. Pierwsze wydanie książki ukazało się w 1853 roku i jest dla nas niesłychanie cennym źródłem poznawczym, pełnym informacji o klasycznej estetyce piękna i brzydoty. Autor zmagają się z brakiem proporcji, asymetrią, dysharmonią, słabością, diabolicznością, niedokładnością i innymi grzechami antyklasycznej estetyki, nie traktuje natomiast w ogóle o kiczu jako takim. Żaden z rozdziałów nie został poświęcony banalności albo trywialności w naszym rozumieniu tych pojęć. Skąd więc ta obwoluta? W naszej dzisiejszej sytuacji artystycznej, zła sztuka to po prostu kicz.

W wielu obiektach przemysłu artystycznego możemy dopatrzeć się znamion trywialności, gdyż był to pierwszy świadomy objaw kultury masowej. Tam, gdzie w języku socjologicznym, produkty przemysłu artystycznego równają „w górę”, dostarczają one innego zasobu pytań. Tam, gdzie równają

„w dół”, ocierają się lub reprezentują dla nas, według naszych szablonów wartościowania, kicz. Korzystam tutaj z nomenklatury, którą posługują się badacze kultury masowej, gdyż problem kiczu należy łączyć z tym właśnie zjawiskiem. Przemysł artystyczny był jednym z wytworów kultury masowej, o dwojakim obliczu, tym nobilitującym, reprezentacyjnym, i tym banalizującym, cikliwym, w postaci krasnala ze skarbonką, wiewiórki z orzechem w zębach na brzegu koszyka, zachodzącego, uśmiechniętego słońca jako podstawki pod noże. Abraham Moles nazywa tę cechę kiczu „**niedostosowaniem**”⁵². Stosując tę cechę kiczu za jego miernik, musimy jednak powiązać z nią np. większość obiektów secesji floralnej.

Kicz tkwi w nas, tkwi zapewne w przemyśle artystycznym XIX wieku i tkwi w samej sztuce, w przeciwnym razie nie mielibyśmy tyle trudności, aby go od niej odgrodzić. Paweł Beylin sądzi, iż „złudne wydają się przedsięwzięcia tych, którzy chcieliby raz na zawsze wyeliminować kicz ze sztuki, kicz, który się ze sztuki wywodzi i w jakimś sensie określa jej rozwój choćby poprzez reakcję”⁵³.

Przemysł artystyczny w dobie rewolucji przemysłowej

Wolny handel, upadek cechów, brak zapór celnych, powszechna wymiana towarowa i globalizacja – zaistniałe w połowie XIX wieku – stanowiły nowe, nieznane do tej pory warunki ekonomiczne, które pobudziły przemysł i rozszerzyły możliwości ekspansji gospodarczej krajów wytwarzających produkty masowe.

Wprowadzenie silnika dynamo, maszyny parowej i gazowej spowodowały całkowitą zmianę w dziedzinie dotychczasowej wytwórczości, uniezależniając się jednocześnie od miejsca i czasu. Można było produkować wszędzie, niezależnie od oddalenia od zasobów naturalnych, omijało się taryfy celne, rezygnowało z własnego znaku, produkowało w obcych krajach, uszlachetniało tam, gdzie sprzyjały temu warunki ekonomiczne i gdzie dostrzegano perspektywę szybszego lub korzystniejszego zbytu. Towary europejskie znane były na początku XX wieku na całym świecie, a zawdzięczać to należało szybkiej komunikacji lądowej, morskiej oraz taniości transportu i surowców mineralnych. Przemysł stał się kosmopolityczny. Przenoszenie idei i wynalazków dokonywało się z dnia na dzień, a dzięki wynalazkowi fotografii nastąpiło szybkie upowszechnianie nowych odkryć, stylów i mód.

W żadnej innej dziedzinie nie nastąpiło tak gwałtowne przekształcenie procesów wytwórczych jak w branży metalowej. Zastosowanie maszyny parowej doprowadziło do wielokrotnego potaniaenia półfabrykatów, a wprowadzenie pras jeszcze bardziej skróciło proces produkcji. Już na początku XIX wieku można było wytwarzać masowo przy zastosowaniu pras przedmioty, które poprzednio wytwarzał rzemieślnik ręcznie w ciągu kilku dni, czasem tygodni. Proces ten skrócił się i ulepszył jeszcze bardziej w ciągu XIX wieku. Za pomocą maszyn tworzone nie tylko przedmioty, ale i reliefy je zdobiące, a wszystko to powstawało przy jednym lub kilku uderzeniach prasy. Wprowadzenie galwanizowania stanowiło kolejny milowy krok na tej drodze. Jakikolwiek metal: cynę, cynk, miedź, brąz, tombak można było dowolnie posrebrzać lub pozłacać i w ten sposób doprowadzić je do wyglądu przypominającego srebro i złoto. Dodatko-

wym impulsem, powodującym wzrost i rozwój przemysłu galanterii metalowej, było drastyczne obniżenie ceny srebra na rynku światowym⁵⁴.

Zarówno wynalazki techniczne typu: maszyna parowa, kolej, parowiec, telegraf, telefon i fotografia, jak i odkrycia chemiczne stanowiły podstawę olbrzymiego rozwoju produkcji masowej. Już samo wyobrażenie możliwości wytwórczych człowieka było oszałamiające. Wszystkie maszyny parowe pod koniec XIX wieku wykonywały pracę równą działalności trzystu milionów ludzi (Europa liczyła w tym czasie trzysta pięćdziesiąt osiem milionów mieszkańców)⁵⁵.

Globalna wymiana towarowa, rozwinięcie reklamy, nadprodukcja, spadek cen, konkurencyjność, szybko zmieniające się mody oraz sezonowość produktów wytwarzanych masowo to nowe fenomeny towarzyszące przekształceniom przemysłowym w Europie, rodzące się już na początku XIX wieku, a osiągające swoje apogeum pod jego koniec. Wraz z intensyfikacją produkcji nastąpił również podział pracy. Wykształcony rzemieślnik nie jest potrzebny do obsługiwania prostych procesów mechanicznych. Jego miejsce zajmuje robotnik, będący tylko jednym z ogniw w całym łańcuchu bezimiennych twórców. Jego praca składa się na powstanie obiektu seryjnego. W wyniku wielu procesów wytwórczych i uszlachetniających nigdy właściwie nie będzie on miał możliwości obejrzenia produktu finalnego. Świadomie rezygnuje się z tradycji sygnowania obiektów masowych na rzecz anonimowości, co bardziej odpowiada bezimiennemu procesowi pracy, rozpoczynającemu się w atelier przyfabrycznym, a kończącemu w fabryce. Stanowi to nową, nowoczesną, kapitalistyczną formę prezentacji, w której nie poszczególne jednostki, lecz bezosobowa firma stoi za kolektywną pracą. Rezygnacja z sygnatury może być też interpretowana jako objaw i dowód bezpodmiotowego traktowania zarówno projektantów, jak i klientów przez kapitalistycznych wytwórców. Obiekty tworzone do tej pory dla pojedynczych odbiorców musiały zadowolić ich rzesze, które identyfikowane zostaną z pojęciem **rynku**⁵⁶. Wytworzony produkt stał się towarem, który się reklamuje, sprzedaje, a po pewnym czasie wycofuje z programu. Potwierdzenie jakości odnajduje się w dużym zbycie, a przedmioty, które nie znajdują nabywców, usuwa się z handlowej oferty. Istotą przemysłowo wytwarzanych obiektów nie jest ich jednorazowość, lecz możliwość ich **reprodukcji**, ich seryjność.

Termin „przemysł artystyczny” zawiera w sobie dwa właściwie przeciwstawne komponenty, stanowiące jego istotę: pojęcie wyrobu artystycznego wyrosłego z rzemiosła artystycznego, od którego aury i ambicji obiekty te nie chcą lub nie mogą się uwolnić, i przemysłu, z w pełni zmechanizowaną i wysoko wyspecjalizowaną produkcją masową. Jest to mechaniczna dziedzina wytwórczości ludzkiej o ambicjach sztuki, tworzona przez anonimowych rysowników, modelarzy, odlewników, tokarzy i galwanizatorów.

Obiekt przemysłu artystycznego jest jakby niechcianym dzieckiem, zrodzonym z mezaliansu przemysłu ze sztuką. Porzucone przez rodziców znalazło opiekunów w postaci kapłanów dobrego smaku i reformatorów, starających się kształcić je i uczyć dobrych manier, wciąż nakłaniając zarówno goniącego za profitem ojca, jak i wyalienowaną matkę do zajęcia się sierotą. Nie może też dziwić fakt, że tak wielki mezalians wpłynął na kształtowanie się specyficznego oblicza obiektu przemysłowego. Fabrykant nie zawsze dbał o wysoki poziom wytwarzanych obiektów, w ich taniości i masowości widząc swój zysk i sukces.

Klient rozpieszczony możliwościami wolnego rynku poszukiwał w zależności od swoich możliwości finansowych produktów tańszych od tych wytwarzanych ręcznie, lecz wykazujących się podobną finezją wykonania. Współpraca artystów z fabrykantami nie była owocna, gdyż niósła ze sobą wiele problemów zarówno technicznych, jak i światopoglądowych. Wszystkie te trudności prowadziły do przekonania, że najlepszym rozwiązaniem dla fabryki jest utrzymywanie własnego atelier, z rysownikami i modelarzami przez siebie wykształconymi. Fabryki poszukiwały oddanych sobie rysowników, najlepiej wąsko wyspecjalizowanych, których ambicje twórcze mogły rozwijać się w pracy nad projektami masowo powielanych obiektów zbytku. Projektant fabryczny poganiany był nowymi modami, koniecznością wprowadzania nowości sezonu i dostosowaniem ich do potrzeb grupy społecznej czy regionu. Szukając często łatwych, spektakularnych dekoracji, które można z kolei w nieskończoność przetwarzać i powielać, znalazł się pod presją woli fabrykanta i klienta. Od ambicji i indywidualnej strategii właściciela lub zarządu fabryki zależało jednak, jakie możliwości zostaną oryginalnych przedmiotów o wysokich walorach artystycznych dane zostaną projektantom fabrycznym. Możliwości w tym względzie były olbrzymie, od maszynowej produkcji najwyższej jakości obiektów takich firm, jak Bruckmann und Söhne i Christoffle & Cie. czy Elkington & Co., które dostarczały swoje wyroby na dwory królewskie i cesarskie, po „masówkę”, produkcję źle wykonanych bibelotów. Tylko w Niemczech działało w drugiej połowie XIX wieku około dwustu różnych małych, średnich i wielkich firm, produkujących wyroby metalowe. Możliwość utrzymywania własnego atelier dana była tylko dużym, znaczącym w masowej produkcji wytwórciom. Małe, o ambicjach dotarcia do klienteli o wyszukany smak, korzystały z inwencji biur projektowych lub indywidualnych artystów-projektantów. Te fabryki, które odnajdywały swoje zadanie w dostarczaniu klientom radości z tanich, źle wykonanych, produktów na ogół kopiowały i przejmowały to, co stworzyły inne większe firmy.

Pod koniec XIX wieku, pod naciskiem krytyki reformatorskiej i konieczności poszukiwania nowych dróg wyjścia z impasu nadprodukcji oraz pozyskania nowych rynków zbytu, również wielkie firmy zaczęły korzystać z projektów uznanych artystów, z początku bardziej dla reklamy niż z faktycznej potrzeby.

To, co wyróżnia XIX-wieczną produkcję przemysłu artystycznego, to pragnienie sprostania różnorodnym gustom klientów pochodzących z różnych warstw społecznych i mających różne możliwości finansowe oraz dążność do wytwarzania produktów o wartości nobilitacyjnej, które służą bardziej celom reprezentacyjnym niż praktycznym. Wzorem do naśladowania pozostaje rękodzieło i rzemiosło. Z tych dwóch źródeł czerpie swoją inwencję przemysł artystyczny. Jest to oddziaływanie obustronne, gdyż rzemiosło podważone w swoim monopolu na produkcję wyrobów luksusowych pragnie poprzez sztukę i misterną dekorację odróżnić się od masowo produkowanych obiektów. Im bardziej perfekcyjnie przemysł stara się naśladować produkty ręcznie wytwarzane, tym bardziej misterne stają się w obróbce i wymyślne w formie te ostatnie. Jest to walka z góry przegrana, gdyż – jak się przekonamy – pod koniec XIX wieku przemysł jest w stanie imitować każde, najbardziej pracochłonne dzieło rzemieślnicze i produkować je w dowolnej liczbie egzemplarzy. W tym szczytowym momencie eklektycznych możliwości zarówno rzemiosła, jak i przemysłu artystycznego nie

może nastąpić nic innego niż odwrót od ornamentu. I w tym wypadku przemysł dotrzymuje kroku rzemiosłu, stanowiąc lustrzane odbicie procesów zachodzących w dziedzinie sztuki, przenosząc niejako wartości „wyższe” na ogólnie dostępne, masowe.

Rozwój przemysłu artystycznego, jaki pragnę ukazać w mojej pracy, rozpoczyna się w połowie XIX wieku i kończy na projektowaniu przemysłowym lat dwudziestych XX wieku. Jego fenomen ująć można w trzy chronologiczne fazy.

I faza – intuicyjna, żywiołowa – początkowy rozwój przemysłu artystycznego, od około 1830 roku, charakteryzuje się zafascynowaniem możliwością produkcji masowej, korzysta z wzorów rzemieślniczych, wykazuje brak zainteresowania współpracą z artystami.

Krytykowana jest głównie z powodu: masowości, wykorzystania maszyny, populizmu, tendencji demokratycznych, braku stylu.

II faza – entuzjastyczna, wizjonerska – koniec XIX i początek XX wieku, zaawansowany rozwój, wykorzystanie motywów historyzujących i secesyjnych, sporadyczna współpraca fabrykantów z artystami, ich rozczarowanie produkcją masową.

Krytykowana za komercjalizm, eklektyzm.

III faza – standaryzacja – początek XX wieku, praca artystów na usługach wielkiego przemysłu. Standaryzacja i typizacja obiektów.

Apoteoza dzieła seryjnego, masowego.

Taki jest szkicowo zarysowany obraz rozwoju przemysłu artystycznego. Spróbujemy go skonfrontować z działalnością jednej z istniejących w tym czasie, masowo produkujących fabryk, jaką była WMF (Württembergische Metallwarenfabrik) oraz jej siostrzaną filią, fabryką Plewkiewicza w Warszawie.

HISTORIA FABRYKI PLEWKIEWICZ NA TLE DZIEJÓW WMF

Dzieje fabryki Romana Plewkiewicza w Warszawie.

Stan badań

W warszawskich archiwach zachowało się niewiele dokumentów dotyczących działalności fabryki Roman Plewkiewicz. Oszczędne w informacje są również kalendarze handlowe, spisy adresowe, książki telefoniczne i czasopisma fachowe. Reklamy handlowe fabryki Plewkiewicz i należącego do niej składu fabrycznego Jaskulskiego pojawiają się m.in. w „Tygodniku Ilustrowanym”⁵⁷ i w „Sztuce brązowniczej i złotniczej”⁵⁸. Dodatkowym źródłem są informatory handlowe i fabryczne, dające jedynie ogólny obraz fabryki w formie informacji o rodzaju i wartości jej produkcji, np. „Starszy Inspektor Fabryczny Guberni Warszawskiej”⁵⁹, „Księga adresowa przemysłu fabrycznego”⁶⁰, „Przemysł fabryczny w Królestwie Polskim”⁶¹, „Potęga przemysłu, rolnictwa i handlu w Królestwie Polskim”⁶² i „Rocznik informacyjny o spółkach akcyjnych w Polsce”⁶³. Lapidarnych informacji dostarczają książki telefoniczne miasta Warszawy, dzięki adno-

tacjom adresowym z roku 1903 w dziale wyrobów metalowych oraz dwukrotnie w roku 1912, raz pod nazwą fabryki przy ul. Czerniakowskiej 90, a raz pod nazwą wzorcowni przy ul. Długiej 50⁶⁴.

Powstałe na ich podstawie noty w katalogach wystawowych stanowią niejako próbę połączenia w jedną całość rozrzuconych i sprzecznych informacji dotyczących powstania fabryki i jej zależności od firmy WMF z siedzibą w Geislingen. Stąd też nie dziwi bardzo ograniczona literatura dotycząca tego tematu, opierająca się w dużej mierze bardziej na przypuszczeniach i hipotezach niż na faktach.

W analizie obecnego stanu badań świadomie łączę publikacje z dziedziny historii sztuki z pracami z zakresu ekonomii i gospodarki, gdyż wszystkie one przyczyniają się do stworzenia obrazu fabryki Plewkiewicz i wszystkie wydają się równie ważne w rozważaniach na temat historii fabryki warszawskiej.

Pierwsza obszerniejsza informacja na temat fabryki Plewkiewicz pojawia się w książce Zbigniewa Postuły poświęconej rozwojowi przemysłu monopolistycznego w Królestwie Polskim⁶⁵. Autor zamieszcza w niej informacje o powstaniu spółki komandytowej między Romanem Plewkiewiczem i Gustavem Siegle i o przekształceniu jej następnie w towarzystwo akcyjne oraz podaje dane o wkładzie kapitałowym Plewkiewicza i jego formie zależności od niemieckiego partnera. Zbigniew Postuła, korzystając z archiwaliów rosyjskich, analizuje działalność ekonomiczną fabryki Plewkiewicz w rozważaniach na temat pierwszej spółki zagranicznej z przeważającym udziałem kapitału zagranicznego na terenie Warszawy.

W 1976 roku Andrzej Ryszkiewicz zwraca uwagę w *Wyznaniach kolekcjonera* na różne stemple identycznie wyglądających obiektów, produkowanych w takich firmach, jak Jarra, Köhler, WMF i Plewkiewicz, i przypisuje tę zbieżność „korzystaniu z cudzych wzorów i modeli”⁶⁶.

Informacje statystyczne, które dotyczą liczby zatrudnionych osób i wartości produkcji, podaje Witold Pruss w swojej książce z 1977 roku na temat rozwoju przemysłu warszawskiego⁶⁷.

W 1981 roku pojawia się katalog Magdaleny Weber, do odbywającej się w Płocku wystawy, ukazujący działalność warszawskich firm wyrobów srebrnych i platerowych. W katalogu tym autorka donosi o prawdopodobnych kontaktach fabryki Plewkiewicz z niemiecką firmą WMF, o czym świadczą: „podobny dobór elementów dekoracyjnych, tworzenie bardzo zbliżonych form i stosowanie tych samych stopów metali”⁶⁸. Magdalena Weber wysuwa wręcz przypuszczenie o przynależności do tej samej spółki akcyjnej. W publikacji tej pojawia się też wiadomość o wzorcowni przy ulicy Długiej 50 oraz o sklepie fabrycznym Jaskulskiego przy ul. Wierzbowej 1, który był głównym dystrybutorem wyrobów fabryki⁶⁹.

Idąc tym tropem Arkadiusz Kwiatkowski w płockim katalogu muzealnym z 1983 roku zwraca uwagę na powiązania firmy Plewkiewicz z WMF ze względu na wykorzystywanie podobnych wzorów, niekiedy nawet identycznych form oraz tego samego stopu Brytannia⁷⁰. Autor pozostawia jednak otwartą kwestię współpracy obu firm.

Badaczem, który rozwiązał zagadkę powiązań WMF z fabryką Plewkiewicz, owianą w międzyczasie tajemnicą hipotez i niedomówień, jest Horst Makus.

W 1987 roku zamieścił on w niemieckim „Weltkunst” artykuł poświęcony Muzeum Mazowieckiemu w Płocku. Zanalizował w nim m.in. eksponowane produkty fabryki Plewkiewicz⁷¹, stawiając tezę, że fabryka warszawska była filią firmy WMF, w której półprodukty dostarczane z Geislingen były uszlachetniane, a następnie wysyłane głównie na teren Cesarstwa Rosyjskiego. Proceder ten stosowany był przede wszystkim w celu obejścia niekorzystnych dla produktów niemieckich taryf celnych. Fabrykę warszawską, powstałą w 1886 roku, kierował Roman Plewkiewicz, uprzednio już związany z WMF, gdzie pełnił funkcję dyrektora handlowego (od 1881 r.). Działalność fabryki została wstrzymana z powodu wybuchu I wojny światowej.

Opinię o bezpośrednim powinowactwie WMF z firmą Plewkiewicz wyraził również Paweł Banaś, określając fabrykę warszawską jako jedną (obok Wiednia i Berlina) z filii WMF⁷².

Horst Makus w swoim artykule, zamieszczonym w niemieckim czasopiśmie „Antiquitäten Zeitung” w roku 1992, poświęconym wystawie polskiej sztuki secesyjnej w Darmstadtzie ponownie powtórzył informacje o proveniencji fabryki warszawskiej⁷³. Jediną nową informacją była notatka, że fabryka Plewkiewicz wznowiła produkcję w roku 1918 i działała aż do roku 1935.

Oba artykuły Horsta Makusa zakreśliły ramy działalności fabryki Plewkiewicza i jednoznacznie ustaliły jej zależność od niemieckiego zakładu macierzystego WMF w Geislingen. Nie znalazły one jednak odbicia w polskiej literaturze tematu.

Również w 1992 roku ukazuje się, opracowany przez Arkadiusza Kwiatkowskiego, katalog wyrobów cynowych Muzeum Mazowieckiego w Płocku. Autor podaje w nim wprawdzie, że fabryka Plewkiewicz była filią WMF, korzystającą z form i modeli tej ostatniej, wciąż jednak nieznanne były, zdaniem Kwiatkowskiego, powiązania obu tych firm⁷⁴. Nowa jest również, zamieszczona w tym katalogu informacja o wydzierżawieniu fabryki Plewkiewicz w latach trzydziestych przez Towarzystwo Akcyjne Norblin, bracia Buch i Werner.

W książce z roku 1995 Volkera Hechta, poświęconej rozwojowi ekonomicznemu Württembergische Metallwarenfabrik, dzieje fabryki Plewkiewicz zarysowane są wprawdzie marginesowo, na tyle jednak jednoznacznie, że dają odpowiedź na wszystkie dotąd niewyjaśnione powiązania fabryki w Geislingen z firmą warszawską⁷⁵. W niej też znajdujemy potwierdzenie i rozwinięcie tez głoszonych już przez Makusa. Autor na podstawie zachowanych w Geislingen dokumentów rzuca także światło na fakt istnienia własnej produkcji w Warszawie, zainicjowanej przez Plewkiewicza i popieranej przez WMF.

Jednak w katalogu do wystawy *Warszawskich sreber i platerów* w Płocku w 1996 roku Halina Lileyko, jakby nie znając powstałej literatury, dowodzi istnienia własnej wzorcowni przy ul. Długiej 50, w której zdaniem autorki musiały powstawać modele wytwarzanych obiektów. Współpraca Plewkiewicza z WMF nie oznacza również kopiowania wzorów wirtensberskich, a większość znajdujących się obiektów w zbiorach Muzeum Mazowieckiego pochodzi z tej właśnie wzorcowni. Halina Lileyko podkreśla piękno wyrobów Plewkiewicza i zalicza je do znaczących osiągnięć polskiej sztuki secesyjnej⁷⁶. W nocie biograficznej Ryszard Bobrow zamieszcza informacje o pierwszym adresie fabryki przy ul. Leszno 86, jak również o współniku Plewkiewicza o nazwisku Ziegler⁷⁷.

W katalogu do wystawy *Srebra warszawskie 1851-1931* Ryszard Bobrow jedynie marginesowo wspomina o firmie Plewkiewicz, sugerując niewątpliwe związki między tą fabryką oraz Spółką Norblin, bracia Buch i Werner z WMF⁷⁸.

Powstanie i strategia WMF

Historia Fabryki Wyrobów Posrebrzanych i Pozlaczanych Roman Plewkiewicz w Warszawie i losy samego Plewkiewicza nierozzerwalnie związane są z dziejami niemieckiej firmy WMF z siedzibą w Geislingen. Tam właśnie, w małej miejscowości w szwabskich Alpach, na trasie między Ulm a Stuttgartem szukać należy zarówno pomysłodawców, jak i wykonawców projektu, który zaowocuje zawiananiem spółki komandytowej między Romanem Plewkiewiczem i przewodniczącym zarządu i współdziałowcem WMF Gustavem Siegle. Jej konsekwencją będzie powstanie 1 lipca 1886 roku fabryki w Warszawie.

Aby jednak w pełni oddać obraz tej skomplikowanej współpracy obu firm, musimy cofnąć się do historii powstania samej WMF, z którą tak mocno związany był nasz główny bohater, założyciel i wieloletni dyrektor fabryki – **Roman Plewkiewicz**.

Fabryka WMF powstała w 1880 roku w wyniku połączenia dwóch poprzednio konkurujących ze sobą firm: Straub & Sohn z Geislingen i Ritter & Co. z Esslingen.

Geislingen i Esslingen są sąsiadującymi ze sobą miasteczkami, znanymi z dobrze rozwijającego się po dziś dzień przemysłu metalowego, którego świetność przypadła na drugą połowę XIX wieku. Był to okres największego rozkwitu branży metalowo-galanteryjnej, której produkty wypełniały lukę rynkową między srebrnymi przedmiotami luksusowymi a używanymi dotychczas powszechnie prostymi przedmiotami cynowymi, dostarczając tanich, imitujących srebro, dobrze wykonanych przedmiotów, zarówno codziennego użytku, jak i zbytku.

Firma Straub & Sohn powstała w 1867 roku w Geislingen⁷⁹. Jej główną domeną była produkcja przedmiotów domowego użytku z posrebrzanej miedzi typu *plaque*. Ten typ produkcji, zwany też metodą „tłoczanej miedzi”, prowadził do zgrzewania pod wpływem wysokiej temperatury blachy srebrnej z miedzianą, po czym następowało kształtowanie i formowanie obiektów. Była to stara, wypróbowana metoda platerowania, odkryta w 1742 roku przez Thomasa Bolsovera, praktykowana głównie przez angielską firmę Sheffield i spopularyzowana na terenie Niemiec przez Carla Deffera z Esslingen w 1810 roku. Nie pozwalała ona jednak na wykonywanie wyrobów skomplikowanych pod względem formy i ornamentu.

W asortymencie wyrobów firmy znalazło się około tysiąca modeli, złożonych z obiektów luksusowej stołowizny, prostych naczyń kuchennych i przedmiotów liturgicznych.

Firma Straub & Sohn, początkowo jeszcze występująca pod nazwą „Straub & Schweizer”, prezentowała swoje wyroby na licznych wystawach krajowych oraz na Wystawie Światowej w Londynie w 1862 roku⁸⁰.

Dla naszych badań szczególnie interesujące są jednak losy drugiej firmy założycielskiej – Ritter & Co. z Esslingen. Nie tylko dlatego, że zarówno wyszukany

asortyment wyrobów, jak i nowoczesny sposób srebrzenia dały podstawy do znakomitego rozwoju późniejszej firmy WMF, ale głównie dlatego, że z nią właśnie związany był sam Roman Plewkiewicz⁸¹.

Firma Ritter & Co. powstała w 1871 roku, początkowo jako zakład galwaniczny. W 1873 roku nastąpiła fuzja firmy Ritter & Co. z Esslingen z firmą platerniczą Müller & Weingarnd z Heilbronn⁸². Z dokumentów istniejących w archiwum WMF w Stuttgarcie wynika, że Roman Plewkiewicz, wraz z innymi polskimi emigrantami, pracował jako komiwojażer właśnie dla firmy Müller & Weingarnd i po wspomnianym połączeniu przeszedł do firmy Ritter & Co., a następnie do WMF⁸³. Początki działalności Romana Plewkiewicza łączyć należy nie tylko, jak się wydaje, z firmą Müller & Weingarnd, ale również z Bruckmann & Söhne w Heilbronn; tę hipotezę potwierdzają szczątkowe dokumenty znajdujące się w Geislingen⁸⁴.

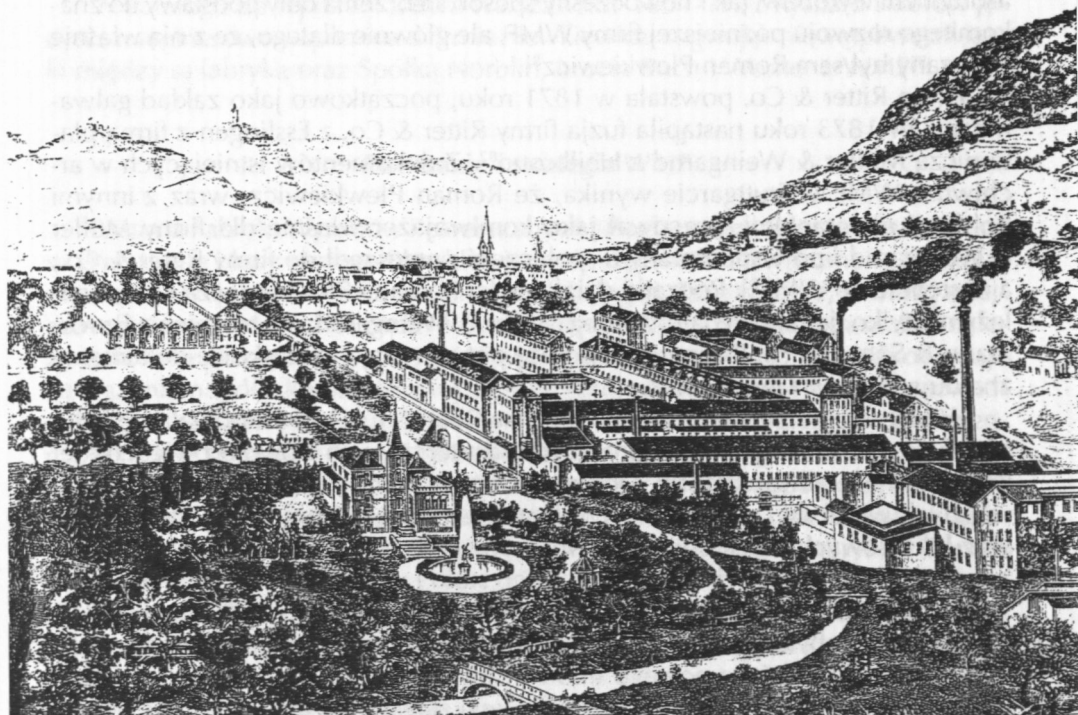
W pierwszym okresie działalności firma Ritter & Co. koncentrowała się jedynie na posrebrzaniu gotowych produktów, dostarczanych głównie z wiedeńskiej Berndorfer Metallwarenfabrik. Dopiero w latach 1872-1873 zaczęto produkcję własnych wyrobów, przedmiotów galanterii stołowej, gabinetowej i toaletowej oraz luksusowych obiektów salonowo-stołowych, tzw. „Phantasieartikel”, przeznaczonych do dekoracji mieszczańskiego stołu i wnętrza.

Firma Ritter & Co. brała udział w Wystawie Światowej w Wiedniu w 1873 roku, gdzie zdobyła medal oraz w wystawach krajowych i międzynarodowych.

Oprócz produktów z nowego srebra i mosiądzu wprowadzono do produkcji w 1878 roku stop zwany „Brytannia”. Główną zaletą tego srebrzystobiałego metalu była nie tylko możliwość jego wytłaczania, ale głównie łatwego i precyzyjnego odlewania produktów, co oczywiście wzbogaciło paletę wytwarzanych przedmiotów o skomplikowane kompozycje, składające się niejednokrotnie z wielu różnych elementów. Metoda posrebrzania galwanicznego została wprowadzona tutaj już na początku działalności firmy i pozwalała na szybszą i tańszą produkcję, również bardzo ozdobnych i rozbudowanych w swej formie obiektów. Przemysłowe wykorzystanie tej metody nastąpiło dopiero w drugiej połowie XIX wieku⁸⁵. Od tego czasu doszło zarówno w Anglii i we Francji, jak i w państwach niemieckich do stopniowego wyparcia metody mechanicznego posrebrzania na rzecz galwanicznego. Metoda ta w rewolucyjny sposób wpłynęła na spopularyzowanie i upowszechnienie przedmiotów posrebrzanych. Wyroby bowiem pokrywano warstwą srebra przez zanurzenie ich w cieczy galwanicznej już po uformowaniu przedmiotu. Koszty produkcji zatem diametralnie zmalały, co spowodowało gwałtowną obniżkę cen na produkty posrebrzane galwanicznie, a tym samym wzrost ich popularności.

Roman Plewkiewicz pracując dla firmy Ritter & Co. jako komiwojażer zyskał opinię zasłużonego i oddanego współpracownika, podobnie zresztą jak inni Polacy. Karl Hägele, współzałożyciel firmy Ritter & Co., pisał w swoich wspomnieniach zgoła o „Polenzeit” w firmie Ritter & Co., ze względu na dominującą liczbę polskich komiwojażerów tam pracujących, którzy, jak podkreślał, z „wielkim powodzeniem” reprezentują interesy firmy⁸⁶. Należeli do nich: Jaskulski, Batkowski, Nawrocki, Malinowski, Grabowski, Kamieński, Urbański i Miśkiewicz⁸⁷.

1 lipca 1880 roku doszło do połączenia firmy Ritter & Co. z Esslingen z firmą Straub & Sohn z Geislingen. Powstała Württembergische Metallwarenfabrik (WMF)



Widok fabryki w Geislingen z 1895

z siedzibą w Geislingen. Od tego czasu zaczęto też stosować wizerunek strusia jako symbol i stempel firmy, ptaka z herbu rodziny Straubów.

Rozwój przemysłu europejskiego drugiej połowy XIX wieku prowadziło do globalnej monopolizacji i do powstania systemu dużych firm. WMF było też typowym dla przemian ekonomicznych tego czasu towarzystwem akcyjnym. Wydanie akcji umożliwiło zwiększenie potencjału finansowego firmy, a tym samym zdynamizowanie produkcji przez powiększenie asortymentu produkowanych obiektów oraz zintensyfikowanie działań reklamowych również na pozaregionalne rynki zbytu, europejskie i światowe. Oprócz tego nastąpiło skupienie zarówno zarządzających, jak i wykonawczych sił fachowych obu tych firm w jednym miejscu. Ten ostatni fakt nie był bez znaczenia, biorąc pod uwagę oddalenie obu miasteczek od głównych ośrodków miejskich.

Pomysłodawcą zjednoczenia firm był założyciel Württembergische Vereinsbank dr Kilian Steiner, który zajął również miejsce w zarządzie nowo powstałej fabryki. Pierwszym przewodniczącym zarządu i zarazem współdziałowcem został dr Gustav Siegle, właściciel fabryki chemikaliów w Stuttgarcie oraz współwłaściciel fabryki sody i aniliny w Ludwigsburgu, uznawany za jednego z największych przemysłowców tego czasu w Wirtembergii⁸⁸.

Zarówno Siegle, jak i Steiner odgrywali dominującą rolę w planowaniu i zarządzaniu fabryką WMF. Oni decydowali o drogach, perspektywach i strategii nowej firmy, której głównym celem było dotarcie do jak największej grupy klientów.

Nowa kolekcja produktów, która weszła na rynek w 1880 roku, była kompromisem dwóch zrastających się ze sobą firm. Pokazano zarówno najlepsze, luksusowe obiekty typu „Phantasieartikel”, z przeładowanymi eklektycznymi paterami i olbrzymimi „budowlami” na środek stołu, jak i tanie przedmioty kuchenne o prostych, niewyszukanych formach. Jeden z raportów z wystawy przemysłowej z 1881 roku w Stuttgarcie tak charakteryzuje ówczesne oblicze nowo powstałej fabryki: „wrażenie, jakie robi WMF, świadczy o tym, że połączone firmy starają się zarówno zaspokoić możliwie największą liczbę klientów, jak i obsługiwać miłośników sztuki, którzy mają upodobanie do oryginalnych złotych i srebrnych przedmiotów, ale nie mogą sobie na nie pozwolić”⁸⁹.

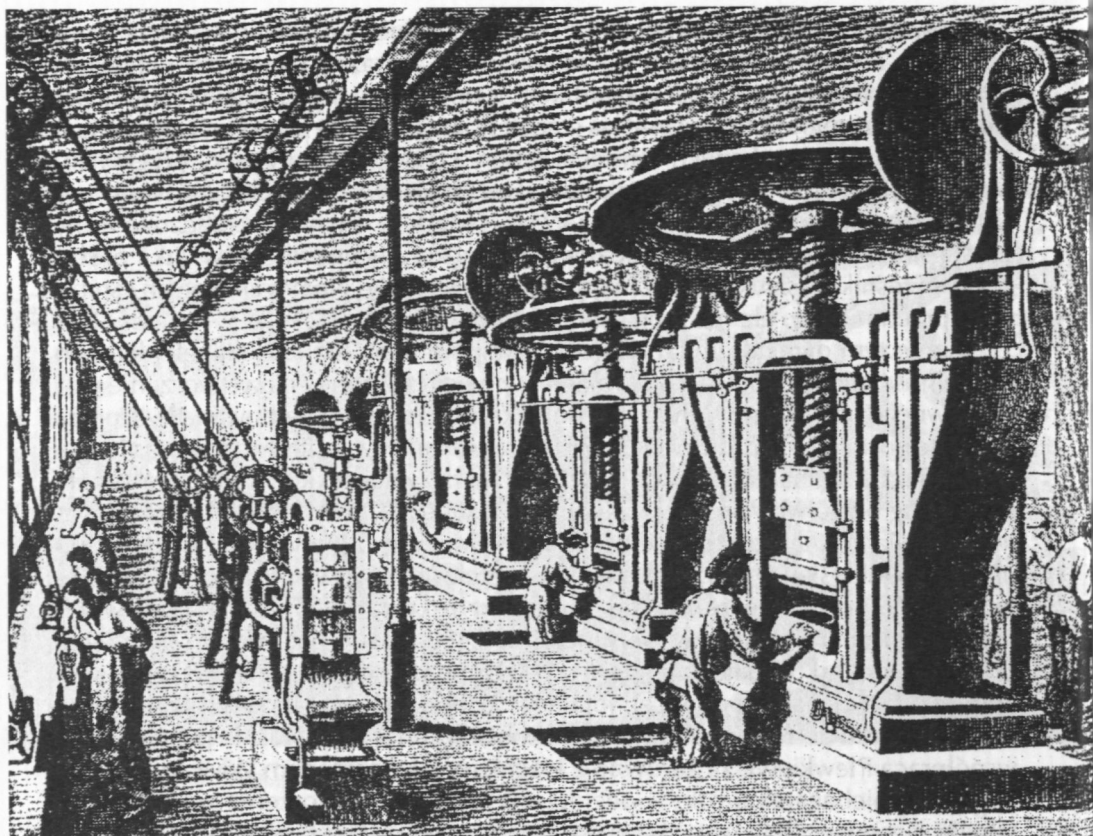
Pierwszym dyrektorem fabryki został wspomniany już Karl Hägele, którego działalność między 1880 a 1898 rokiem wpłynęła zasadniczo na stworzenie ekspansywnego obrazu firmy, choć jego polityka bardzo często hamowana była przez ostrożne postulaty zarządu WMF⁹⁰. Struktura personalna preferowana przez Hägelego opierała się na koligacjach rodzinnych i przyjacielskich, które sprawdzały się według niego we wspólnej działalności na rzecz firmy. Do tych wypróbowanych przyjaciół należał również Roman Plewkiewicz. Dowodem „pełnego zaufania”, podkreślanego przez Hägelego wielokrotnie we współpracy z Plewkiewiczem, było powierzenie mu funkcji dyrektora do spraw handlowych (kaufmännischer Direktor) w Geislingen, w 1882 roku⁹¹. Niemieckie określenie „Geschäftsfreund” oddaje najlepiej tę relację między Hägelem a Plewkiewiczem, którym przyświecał wspólny cel: lojalność i dobrze rozumiane współzawodnictwo w dążeniu do rozkwitu firmy oraz osobistej kariery. Ta właśnie przyjacielska współpraca Plewkiewicza zarówno z Hägelem, jak i zarządem WMF wydaje się odgrywać niebagatelną rolę w późniejszych planach stworzenia warszawskiej fabryki. Czytając zachowaną korespondencję między Plewkiewiczem a Siegłem, lub też jego „prawą ręką” Hermannem Ostertagiem, wyczuwa się pełną lojalność Plewkiewicza w stosunku do swoich przełożonych, ale również całkowite zaufanie przełożonych w stosunku do Plewkiewicza, które zaowocowało w powierzeniu mu zadania stworzenia fabryki w Warszawie, zdając się całkowicie na jego doświadczenie i lojalność⁹².

Od samego początku istnienia fabryki w Geislingen zarząd WMF poszukiwał nowych rynków zbytu, najpierw na terenie Rzeszy Niemieckiej, później w Europie, a następnie na innych kontynentach. W latach 1880-1910 w dwudziestu czterech niemieckich miastach powstały ekspozytury wyłącznej sprzedaży wyrobów WMF.

Od 1889 roku drukowane i rozsyłane były katalogi firmowe i cenniki w dwunastu różnych językach.

Czas świetności firmy przypadł na okres od początku XX wieku aż do lat poprzedzający wybuch I wojny światowej, o czym świadczą informacje z ksiąg bilansowych. O ile w 1880 roku wartość produkcji wynosiła niespełna milion marek, o tyle w 1912 roku wzrosła ona do jedenastu milionów (nie licząc firm siostrzanych)⁹³. Stopniowo przejmowane były słabsze lub konkurencyjne zakłady, głównie w rejonie Wirtembergii, między innymi znane ze swoich wysokiej jakości wyrobów firmy Orivit i Orion⁹⁴.

WMF szybko urosła do rangi jednej z bardziej znaczących fabryk posrebrzanych wyrobów metalowych na terenie Niemiec. Sukces ten był konsekwencją



Prasy mechaniczne w Geislingen, ok. 1880

polityki zarządu WMF, dążącego do utrzymania nieprzerwanie wysokiego poziomu tworzonych obiektów, w solidności ich wykonania i wykończenia widzącego swój atut i gwarancję sukcesu⁹⁵. Do tego ostatniego przyczynili się również wysokiej klasy cyzelery i grawerzy, ściągani do Geislingen z całego rejonu południowych Niemiec oraz szlifierze szkła z Moraw. Nie bez znaczenia było też stosowanie najlepszej jakości materiałów oraz najnowocześniejszych narzędzi i maszyn.

Wraz z przejściem firmy Orivit w 1905 roku WMF zdobyła prasę Hubera (*Huberpresse*), potężną hydrauliczną maszynę, która z niezwykłą siłą i precyzją wybijiała najdelikatniejsze i najbardziej skomplikowane ornamenty, nie tylko na płaskich, ale również na cylindrycznych i wypukłych przedmiotach. Jej zastosowanie w znacznym stopniu ulepszyło i zintensyfikowało produkcję w Geislingen⁹⁶.

Dążeniem dyrekcji WMF była ciągła prezentacja wyrobów fabryki na rynku branży metalowej. Służyły temu, oprócz wydawanego zwykłego katalogu, wychodzące dwa razy do roku tzw. katalogi nowości, ukazujące najnowsze osiągnięcia danego sezonu. W odstępach półrocznych pojawiało się na rynku od około **150 do 250** nowych obiektów. W 1904 roku w programie WMF znalazło się **20 000** różnego rodzaju artykułów, a w 1910 roku ukazało się aż **446** nowych modeli⁹⁷.

Zadaniem, któremu starało się sprostać kierownictwo oraz zarząd WMF, było stworzenie polityki rynku otwartego dla jak najszerszego spektrum publiczności, zarówno tej poszukującej wyjątkowych obiektów, jak i tej o niewyszukanym smaku. Nie starano się sprostać ambicjom tworzenia unikatowych wyrobów o wysokiej randze artystycznej. Te były trudne w sprzedaży i prowadziły do upadku firm, czego dowodem był los fabryki Orivit. Polityka fiskalna firmy, bardzo trzeźwa i ostrożna, do dnia dzisiejszego zresztą wciąż ta sama, podporządkowana była kryteriom jak największego zbytu. W okresie nasilonej konkurencji i niestabilnego rynku lat osiemdziesiątych XIX wieku była to, według zarządu WMF, jedyna droga dająca firmie gwarancję przetrwania. Nie możemy zapomnieć, że wzmożony popyt na wyroby platerowe lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XIX wieku doprowadził do intensywnego rozwoju tej branży, co w szybkim czasie spowodowało nadprodukcję, spadek cen, liczne upadłości firm oraz walkę o „każdego klienta” między konkurentami branżowymi⁹⁸.

Po roku 1896 zarząd firmy uznał, że coroczna, dwukrotna obecność WMF na Targach Lipskich, w których firma Straub uczestniczyła od 1850 roku, stanowi wystarczającą reklamę dla fabryki. W związku z tym zrezygnowano z dalszego demonstrowania swoich umiejętności zarówno na wystawach krajowych, jak i międzynarodowych. Udział w Wystawie Światowej w Paryżu w 1900 roku i w St. Louis w 1904 roku były epizodami, w których WMF występowała jako wykonawca konkretnych zleceń, a nie jako wystawca asortymentu własnej fabryki⁹⁹.

Akwizycyjna działalność Romana Plewkiewicza dla WMF

Akwizycja wyrobów WMF odbywała się albo przez ekspozytury firmowe, które znajdowały się jednak tylko w większych miastach, początkowo na terenie Niemiec, następnie w całej Europie, a nawet Ameryce Południowej, albo przez agentów handlowych, zwanych **komiwojażerami**. To oni stanowili niezbędne ogniwo łączące fabrykę z odbiorcą. Strategia bezpośredniego kontaktu z klientem, uważana w Geislingen za jedynie słuszną, była konsekwentnie przestrzegana i kontynuowana nawet w późniejszych czasach, także wtedy, gdy konkurencyjne firmy dawno od niej odeszły na rzecz bezpośredniej sprzedaży (z fabryki) lub przez obcych pośredników.

Pozycja i znaczenie komiwojażerów wzrosły wraz z nasileniem się produkcji masowej w systemie gospodarki wolnokapitalistycznej. Ich pośredniczącą rolę doceniały duże i małe przedsiębiorstwa, gdyż stanowili oni swoistą mieszankę reklamy firmy, wywiadu gospodarczego i działu sprzedaży. Najważniejszym zadaniem komiwojażerów był sondaż opinii publicznej oraz dostarczanie informacji o aktualnych „wzlotach i upadkach” firm konkurencyjnych. Jako *trendsetter* wspierali swoimi, niejednokrotnie pełnymi inwencjami i polotu opiniami i wrażeniami dział projektów, nadając nowo powstającym kolekcjom znamiona obiektu modnego i poszukiwanego.

Przy rekrutacji komiwojażerów kierowano się kryteriami ich dobrego wykształcenia ogólnego i ekonomicznego oraz dobrą znajomością branży, w której pracowali. Szczególnie ceniona była umiejętność spostrzegania i analizy nowych

kierunków, „nos” do wyszukiwania nowości rynkowych, które z kolei dzięki wskazówkom i artystycznym impulsom można było wykorzystać w tworzeniu nowych kolekcji firmy¹⁰⁰. W przygotowywanych przez komiwojażerów sprawozdaniach z odbytych podróży znajdowały się również informacje o produktach konkurentów branżowych, ich powodzeniu lub jego braku wśród klientów, o nowościach rynkowych oraz wiadomości o tym, co zdaniem komiwojażera jest teraz modne, a co już nie¹⁰¹. Dane te były wykorzystywane następnie na odbywających się dwa razy do roku zgromadzeniach, na których wraz z pracownikami atelier fabrycznego i przedstawicielami dyrekcji opracowywano strategię na następne półrocze, czego owocem było pojawienie się aktualnych katalogów „nowości”.

Do stałych odbiorców komiwojażerów należeli jubilerzy, którym w trakcie wizyt prezentowano katalogi firmowe, rysunki lub same obiekty. Również zadaniem komiwojażerów była prezentacja nowości rynkowych w formie organizowanych spotkań z klientami. Miejscem spotkań Romana Plewkiewicza w latach siedemdziesiątych z jego odbiorcami, jubilerami, był hotel Zur Stadt London w Berlinie. Plewkiewicz wykazywał się w swojej pracy komiwojażera na terenie Berlina wyjątkową spostrzegawczością i inwencją, co też zostało uhonorowane jego szybkim awansem zawodowym, poczynając od dyrektora do spraw handlowych i „prawej ręki” Hägelego oraz kierownika ekspozytury w Wiedniu po samodzielny dyrektora i współwłaściciela fabryki w Warszawie. Karl Hägele też bardzo pochlebnie wypowiadał się o umiejętnościach Plewkiewicza jako komiwojażera: „pan Plewkiewicz wspomaga mnie bardzo w mej pracy. Przywozi ze swoich podróży cenne wskazówki i propozycje, dzięki którym można tworzyć plany naszych przyszłych kolekcji. To jest podstawa dalszego rozwoju naszej firmy”¹⁰². Tą tak istotną, wręcz twórczą rolą komiwojażerów szerzej zajmę się w dalszej części pracy, co pozwoli w pełni zrozumieć również sens wypowiedzi Hägelego.

Kariera Plewkiewicza była wyjątkowo błyskotliwa i stanowiła wzór dla wszystkich pracujących w Geislingen, pragnących sukcesu komiwojażerów. Także inni Polacy zdobywają kierownicze stanowiska w rodzącej się strukturze WMF¹⁰³.

Ekspansja WMF na rynek europejski

Wirtembergia była na początku XIX wieku biednym, rolniczym regionem, pozbawionym znaczących surowców mineralnych i dużych ośrodków miejskich. Wraz z wkroczeniem rewolucji przemysłowej odnalazła swoją szansę w rodzącym się przemyśle metalowym i maszynowym. W momencie, w którym WMF znalazła się na arenie przemysłu platerowego, zarówno rynek niemiecki, jak i europejski opanowane były już przez silnych konkurentów branżowych.

Pierwszym krokiem w kierunku zdobycia nowych rynków zbytu poza granicami Rzeszy Niemieckiej, poczynionym zresztą już przez firmę Ritter & Co., było otwarcie w 1879 roku przez Alberta Köhlera siostrzanej firmy WMF pod nazwą „Albert Köhler & Co.” w Wiedniu. Zadaniem tej firmy było uszlachetnianie, czyli posrebrzanie, pozłacanie i montowanie produktów przysyłanych do Wiednia przez firmę Ritter & Co. z Esslingen, a następnie ich sprzedaż¹⁰⁴. Po

powstaniu WMF firma A. Köhler & Co. przeszła całkowicie pod kuratelę zarządu z Geislingen, mimo że prawnie, przynajmniej w pierwszym okresie, była firmą zupełnie samodzielną¹⁰⁵. Wejście na rynek austriacki oznaczało dla WMF również zdobycie rynków południowej Europy i krajów Bliskiego Wschodu, których pośrednikiem był Wiedeń.

Głównym powodem, dla którego posrebrzano produkty WMF w Wiedniu, była chęć omińnięcia wysokiej austriackiej taryfy celnej na luksusowe wyroby posrebrzane, niekorzystnej dla produktów zagranicznych, szczególnie zaś niemieckich¹⁰⁶. Celem tej protekcyjnej polityki rządu austriackiego była ochrona własnego rynku i własnego przemysłu. Jeszcze nie tak dawno z tych samych powodów posrebrzano produkty wiedeńskiej Berndorfer Metallwarenfabrik w firmie Ritter & Co. w Esslingen.

Proceder posrebrzania produktów w kraju, który jest końcowym ich odbiorcą lub pośrednikiem w dalszej ich sprzedaży, nie został wymyślony przez Niemców, lecz był ogólnie praktykowany w całej Europie. Już w 1850 roku powstała w Karlsruhe filia francuskiej fabryki Christofle & Cie., której celem było posrebrzanie własnych półproduktów i ich dalsza akwizycja na rynku niemieckim.

Oprócz tego ekspansjonistycznego aspektu, odgrywającego istotną rolę w decyzji podjęcia procesów uszlachetniających poza murami fabryki, równie ważny był fakt odciążenia rodzimej fabryki od długotrwałego i czasochłonnego procesu posrebrzania. Fabryka nastawiona na masową produkcję nie była w stanie równie sprawnie posrebrzać i wykańczać wyprodukowanych obiektów, chociażby dlatego, że czas potrzebny na posrebrzenie jest wielokrotnie dłuższy od czasu koniecznego na wyprodukowanie półfabrykatu. Było to przyczyną ciągłego spiętrzania produkcji, która nie mogła zostać szybko odciążona od czasochłonnych i składających się z wielu czynności procesów uszlachetniających¹⁰⁷.



Lustro, ok. 1900, Wiedeń, A. Köhler & Cie, cyna srebrzona, wym. 37×27,5 cm; MMP/S/2293

Polski przemysł artystyczny

Za otwarciem fabryki w Warszawie przemawiało wiele względów. Był to w miarę prężny ośrodek przemysłowy, bogaty w wykwalifikowanych pracowników, o silnej tradycji rzemieślniczej i rozwijającej się strukturze przemysłowej.

Na terenie Królestwa Polskiego rozwój przemysłu postępował wolniej niż w państwach zachodniej Europy, miał też swoją specyfikę. Z istniejących na początku wieku XIX w Warszawie manufaktur i warsztatów tworzyły się małe zakłady produkcyjne, wykorzystujące dostępne maszyny i narzędzia, a te z kolei przekształcały się w fabryki.

Sytuację ekonomiczną Królestwa Polskiego charakteryzował brak kapitału i struktury przemysłowej. Arystokraci i magnateria mieli właściwie do połowy XIX wieku stosunek nieprzychylny, wręcz pogardliwy, zarówno do handlu, jak i przemysłu, a przede wszystkim do wzbogacania się jako celu życiowego¹⁰⁸. Szlachta była niechętna uprzemysłowieniu, inteligencja i chłopci – biedni, a mieszczanie – nieliczni. Ten trzeci stan, który po Rewolucji Francuskiej zawładnął całą Europą, nie cieszył się w Polsce uznaniem. Pomimo tego trudnego podłoża ekonomicznego protekcyjna polityka autonomicznych władz Królestwa Polskiego zapoczątkowała nowy etap w rozwoju przemysłu Królestwa Polskiego. Już od 1822 roku nastąpiło, zgodnie z zamysłem ministra Ksawerego Druckiego-Lubckiego, ścisłe zespolenie gospodarcze Królestwa Polskiego z Cesarstwem Rosyjskim przez wprowadzenie nowego systemu ceł, który ułatwił wejście towarów polskich na rynek rosyjski. W celu zdynamizowania polskiego przemysłu i uniezależnienia się od eksportu przede wszystkim luksusowych przedmiotów galanterii metalowej do Królestwa Polskiego, ułatwiono przyjazd rzemieślnikom obcokrajowcom, którzy przybywali skuszeni intratnymi warunkami pobytu i ogromnymi możliwościami, jakie dostrzegali w rozwijającym się dopiero przemyśle polskim. Już w 1816 roku wydano „Postanowienie o osiedlaniu się w kraju użytecznych cudzoziemców”, których popierano zwalniając od cła i podatków, opłat publicznych (na sześć lat) i służby wojskowej. Dodatkowym udogodnieniem było utworzenie funduszu pożyczkowego (na dziesięć do dwudziestu lat), przy czym pierwsze trzy lata zwolnione były od spłaty rat i odsetek. Korzystając z tych ulg i udogodnień do Królestwa Polskiego przybyło wielu rzemieślników branży metalowej, między innymi Fraget, Henneberg i Norblin. Również robotnicy zatrudnieni w fabrykach warszawskich rekrutowali się w początkowym okresie spośród cudzoziemców przybyłych z Francji, Niemiec i ze Szwajcarii. W 1851 roku nastąpiło zniesienie bariery celnej pomiędzy Królestwem Polskim a Cesarstwem, skutkiem czego nastąpił gwałtowny rozwój gospodarczy Królestwa Polskiego oraz napływ, głównie do Łodzi i Warszawy, zachęconych nowymi możliwościami pracy cudzoziemców z całej Europy.

Podobnie jak to się działo na zachodzie Europy, tak i w Warszawie stopniowo dochodziło do tworzenia się fabryk o rodowodzie rzemieślniczym. Majster urastał do roli fabrykanta, piastując najczęściej oprócz tego powinności cechowe (Gerlach, Fraget, Henniger), czeladnicy i terminatorzy stawali się mniej lub bardziej wykwalifikowanymi robotnikami¹⁰⁹. W połowie XIX wieku wartość produkcji przemysłu warszawskiego porównywalna była mniej więcej z wartością produkcji warszawskiego rzemiosła, co świadczyło o silnej rzemieślniczej tradycji i stosunkowo słabym procesie uprzemysłowienia. W latach sześćdziesiątych XIX wieku w Królestwie Polskim granica między warsztatem, manufakturą a fabryką była jeszcze płynna. Rozwój fabryk, a pod tym hasłem rozumiano zakład przemysłowy posiadający maszynę parową i co najmniej szesnastu robotników, nie przyczynił się bynajmniej do osłabnięcia czy zmniejszenia się roli małych

warsztatów i manufaktur. Przeciwnie, wykazywały one tempo przyrostu wyższe od zakładów fabrycznych, a główny ich rozwój przypada na drugą połowę XIX wieku¹¹⁰.

W 1864 roku nastąpiło w Królestwie Polskim uwłaszczenie chłopów, którego skutkiem był napływ ich do Warszawy w poszukiwaniu pracy. Zasilali oni rzeszę robotników, stanowiąc tanią siłę roboczą.

Warszawa, poczynając od lat siedemdziesiątych, stała się znaczącym centrum produkcji wyrobów platerowych zarówno przez wielkie zakłady produkcyjne (fabryki Frageta i Norblina), jak też małe, rzemieślnicze warsztaty o charakterze cechowym, spełniające funkcje usługowe oraz pomocniczo-produkcyjne, z którymi chętnie współpracowały duże fabryki¹¹¹. Na okres ten przypada również zmechanizowanie procesów wytwórczych w dziedzinie przemysłu metalowego, a tym samym platerniczego, dzięki wprowadzeniu maszyn parowych, silników spalinyowych oraz galwanicznemu sposobowi posrebrzania¹¹².

Wyrób platerów i przedmiotów z nowego srebra był drugim, obok przemysłu maszynowego, filarem warszawskiego przemysłu metalowego. Tak zwana galanteria metalowa należała do jednej z lepiej rozwiniętych branż przemysłowych Warszawy. Branża platerowa wytwarzała w latach 1860-1880 od około dziesięciu do dziewiętnastu procent całej wartości produkcji warszawskiego przemysłu, dając zatrudnienie od około dziesięciu do dwudziestu trzech procent ludności Warszawy¹¹³.

W 1880 roku istniało w Warszawie siedem fabryk wyrobów platerowych i z nowego srebra, o łącznej liczbie pięciuset siedemdziesięciu trzech zatrudnionych robotników. W 1884 roku po połączeniu się dwóch z nich było ich już tylko pięć, a wartość produkcji wzrosła do miliona czterystu tysięcy rubli. Do nich zaliczyć należy takie fabryki, jak Fraget, Norblin, Handelsmann & Ska i Henneberg¹¹⁴. Około sześćdziesięciu procent swoich wyrobów przemysł warszawski eksportował do Rosji oraz Turcji, Persji i Chin¹¹⁵. W latach osiemdziesiątych XIX wieku zakończył się w Warszawie okres „przewrotu technicznego”. Większość fabryk była w pełni zmechanizowana. Miasto zostało połączone koleją ze Śląskiem i Rosją, co zapewniło mu trwałą pozycję dystrybutora towarów galanterii metalowej w skali Królestwa Polskiego i Cesarstwa. Warszawa, określana przez Rosjan „trzecią stolicą” ich państwa, urosła do kluczowego centrum w rosyjskim handlu zagranicznym. Aby tę pozycję jeszcze bardziej umocnić, organizowano targi i wystawy przemysłowe ukazujące osiągnięcia polsko-rosyjskiego przemysłu, stawiającego czoło zagranicznym konkurentom i dążącego do szeroko pojętej samowystarczalności. Były one organizowane na wzór wystaw światowych. Pierwsza z takich wystaw zorganizowana została w 1849 roku w Petersburgu, następne w Warszawie w 1857, w Moskwie w 1865 i ponownie w Petersburgu w 1871 roku. To w nich brali udział polscy wystawcy, gdyż prezentacja na nich była ważniejsza od spektakularnych wystąpień na wystawach światowych. Dowodem wysokiego poziomu tych ekspozycji może być entuzjastyczna relacja wysłannika Württembergische Centralstelle für Gewerbe und Handel, organizacji mającej na celu popieranie rozwoju przemysłu Wirtembergii, donoszącego w swoim sprawozdaniu z Wystawy Przemysłowej w Warszawie w 1857 roku o bardzo wysokim poziomie rozwoju warszawskiego przemysłu galanteryjnego oraz o firmie Fraget, która, jak pisze autor, „jest jedną z najlepszych na świecie,

przewyższając jakością wykonania swoich wyrobów produkty angielskie i francuskie¹¹⁶.

Również organizowane w Warszawie tzw. wystawy starożytności i przemysłu miały na celu popularyzację rodzimych produktów fabrycznych. Prezentowano na nich zarówno obiekty rękodzielnicze, jak i wyroby masowe.

Przemysł Królestwa Polskiego był młody. Oparty na tradycji rzemieślniczej, pozbawiony dużych nakładów kapitałowych nie mógł w pełni konkurować z dobrze rozwiniętym przemysłem krajów zachodnich w produkcji półfabrykatów. Stał się jednak nieodzowny w procesach uszlachetniających, wymagających dużego nakładu pracy i czasu, stanowiąc jednocześnie ogniwo łączące Europę Zachodnią z Rosją. O znaczeniu procesów uszlachetniających w Warszawie może świadczyć fakt, że na początku XX wieku istniało w Warszawie około trzydziestu dwóch specjalistycznych zakładów galwanizatorskich, których działalność koncentrowała się jedynie na uszlachetnianiu gotowych półproduktów, nie licząc fabryk i zakładów produkujących galanterię metalową i częściowo tylko zajmujących się posrebrzaniem produktów obcych¹¹⁷. W 1913 roku istniało w Warszawie blisko pięćset zakładów fabrycznych, półrzemieślniczych i rzemieślniczych resortu metalowego, które głównie eksportowały swoje towary na teren Cesarstwa Rosyjskiego¹¹⁸. Należy sądzić, że w większości zakłady te specjalizowały się w uszlachetnianiu półfabrykatów sprowadzanych z zagranicy.

WMF a rynek rosyjski – powstanie fabryki Plewkiewicz & Co. w Warszawie

Druga połowa XIX stulecia to czas gospodarczej dominacji Wielkiej Brytanii, Francji i państw niemieckich, które ustaliły strefy wpływów między sobą i traktowały również kraje Europy Południowej i Wschodniej jako źródła surowców lub rynki zbytu dla swych wyrobów. Rosja stała się miejscem wpływów tych trzech gigantów gospodarczych. Niemcy zajęli dominującą pozycję w dziedzinie budowy maszyn oraz masowej wytwórczości metalowej. Posiadali najnowocześniejsze i najsprawniejsze maszyny, urządzenia i narzędzia, wymagające ogromnych nakładów inwestycyjnych, które jednak niosły ze sobą rewolucyjną wprost wydajność. Rynek rosyjski był śledzony ze szczególnym zainteresowaniem nie tylko przez zarząd WMF, ale również przez większość przemysłowców wirtemberskich. Koligacje rodzinne rosyjsko-wirtemberskich rodów królewsko-carskich sprzyjały tej dogodnej współpracy pomiędzy obydwojma państwami, która głównie objawiała się w eksporcie wirtemberskich produktów przemysłowych do Rosji. Z niepokojem obserwowano wciąż wzrastające cła na niemieckie towary, gdyż załamanie się handlu z Rosją zagrażało w dużej mierze przemysłowi tego regionu.

Dla WMF Rosja była ważnym partnerem handlowym, zajmującym w obrocie towarowym fabryki trzecie miejsce po Włoszech i Anglii¹¹⁹.

Decyzja założenia fabryki w Warszawie przez WMF na wzór filii wiedeńskiej podyktowana była chęcią opanowania rynku rosyjskiego i koniecznością ochrony swoich towarów przed nieatrakcyjnymi i wciąż podwyższanymi przez Rosjan taryfami celnymi. Niemcy przez ten manewr obiecywali sobie ominię-

cie, określanego przez nich jako zaporowe, cła na przedmioty posrebrzane. W 1877 roku taryfa celna na produkty importowane do Królestwa Polskiego głównie z Rzeszy Niemieckiej została podniesiona o trzydzieści trzy procent, a w latach 1877-1890 aż siedmiokrotnie.

Celem tej gospodarczoprotekcyjnej polityki rosyjskiej w stosunku do napływających z Rzeszy Niemieckiej tanich wyrobów przemysłowych była ochrona własnego przemysłu, którego sytuacja pogarszała się właśnie z powodu napływu tanich produktów zagranicznych. W ten sposób rząd rosyjski pragnął stworzyć podstawy do rozwoju własnego przemysłu wytwórczego¹²⁰.

Kolejny wzrost cła nastąpić miał na początku 1886 roku, co z pewnością przyspieszyło decyzję o jak najszybszej finalizacji przedsięwzięcia, jakim było powstanie fabryki w Warszawie¹²¹.

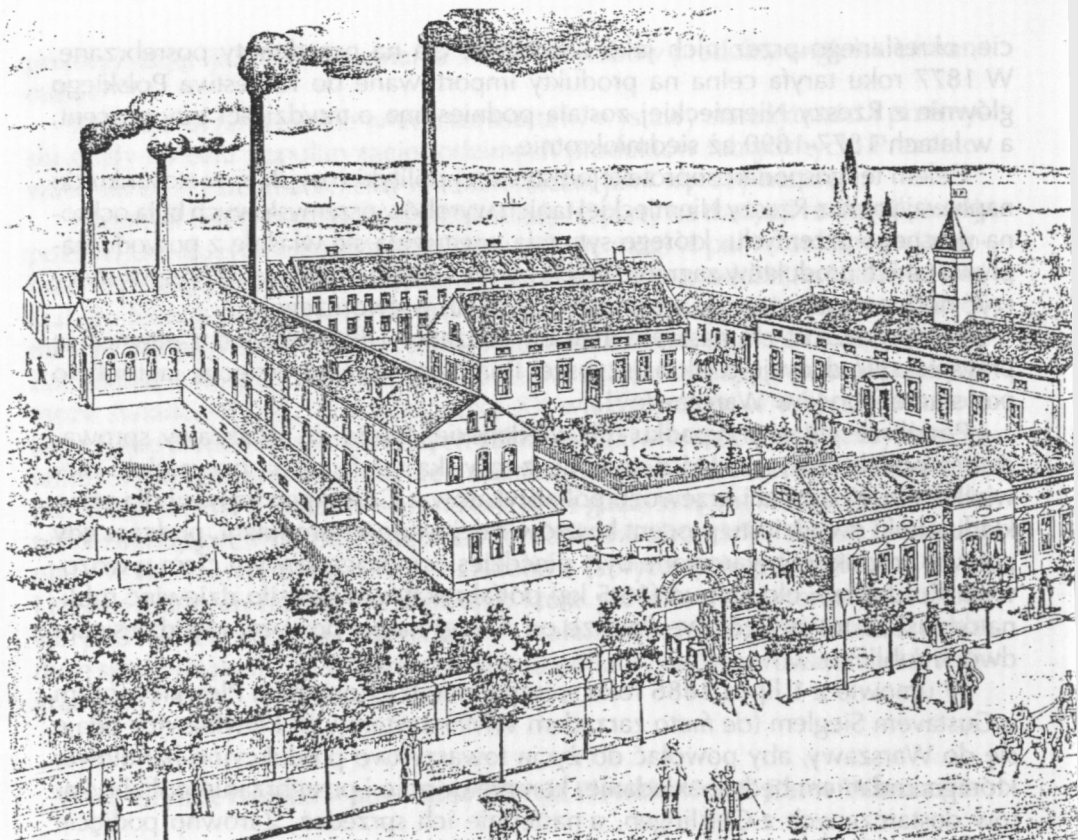
Podobnie jak w przypadku filii wiedeńskiej, także do Warszawy sprowadzano półfabrykaty, na które zgodnie z rosyjską taryfą celną przypadano niewielkie cło. Koszt cła i przewozu półfabrykatów z Geislingen wynosił dla przykładu około dwudziestu procent kosztów całej wartości produkcji, podczas gdy gotowe produkty obwarowane były pięćdziesięcioprocentowym cłem wwozowym¹²². I tak np. cło za pud (16,5 kg) półfabrykatów wynosiło dziewięć rubli, natomiast za towary gotowe (lżejsze od 410 g) nawet powyżej pięćdziesięciu dwóch rubli¹²³.

W umowie z 1 lipca 1886 roku spisanej między Romanem Plewkiewiczem a Gustavem Siegłem (*de facto* zarządem WMF) czytamy, że Plewkiewicz udaje się do Warszawy, aby powołać do życia towarzystwo produkcyjno-handlowe, którego zadaniem będzie składanie, kompletowanie i posrebrzanie półfabrykatów dostarczanych z Geislingen, a następnie ich sprzedaż. Zarówno podjęcie własnej produkcji, jak i zakup obcych półfabrykatów w celu dalszego ich uszlachetniania były możliwe pod warunkiem uzyskania na nie zgody zarządu WMF¹²⁴. Otwarcie działalności przez firmę pod nazwą „Fabryka Wyrobów Metalowych Posrebrzanych i Połączanych Roman Plewkiewicz & Co.” w Warszawie nastąpiło **1 lipca 1886** roku. Na okres trzech lat wydzierżawiono budynki fabryczne przy ulicy Leszno 86/74¹²⁵.

W swej strukturze była to spółka komandytowa, podobnie jak w Wiedniu, będąca pod całkowitą kontrolą zarządu z Geislingen. Umowa spółki zawarta została w Stuttgarcie i prolongowana w 1891 roku aż do 1899 roku¹²⁶. Kapitał założycielski, pięćdziesiąt tysięcy marek, pochodził od Romana Plewkiewicza, dalsze sto pięćdziesiąt tysięcy marek zostało zainwestowane przez wspomnianego już Gustava Siegłego, tajnego radcę Prus, akcjonariusza i przewodniczącego zarządu WMF.

Sama nazwa WMF nie występuje bezpośrednio w żadnym dokumencie założycielskim firmy warszawskiej. Z tajnego dokumentu umowy pomiędzy WMF a Siegłem dowiadujemy się jednak, że dwie trzecie kapitału zainwestowanego przez Gustava Siegłego pochodziła od WMF¹²⁷.

Ta forma „niebezpośredniej” inwestycji WMF w Warszawie związana była ze skomplikowanym prawodawstwem rosyjskim i z niechętną polityką Rosjan w stosunku do inwestycji niemieckich na terenie Królestwa Polskiego i Cesarstwa Rosyjskiego. Objawiało się to długim okresem oczekiwania na koncesję, procedurą niekorzystnego, trzyprocentowego opodatkowania od zysku dla firm



Widok fabryki Plewkiewicz i S-ka z 1900;
wzornik firmy Plewkiewicz i Ska w Warszawie z roku 1900 – w zbiorach MMP

zagranicznych oraz obowiązkiem tzw. jawności ksiąg bilansowych firmy macierzystej, co zdaniem zarządu WMF godziło w interesy firmy w Geislingen¹²⁸.

Do dyrektora fabryki, Romana Plewkiewicza, należało zarządzanie fabryką. Żadna jednak z poważniejszych decyzji dotyczących zarówno produkcji, jak i zakupu półfabrykatów obcych, modernizacji lub sprzedaży nie mogła być podjęta bez konsultacji z zarządem WMF. Świadczą o tym i miesięczne sprawozdania Plewkiewicza, dotyczące finansów, i jego bogata korespondencja z Siegłem oraz Ostertagiem, w której donosi on o wszystkich wydarzeniach, planach i przedsięwzięciach, szukając poparcia oraz aprobaty ze strony WMF¹²⁹.

Produkcja własna fabryki Plewkiewicz & Co. oraz uszlachetnianie produktów obcych

W początkowych latach, prawdopodobnie aż do lat 1888-1890, jedynym zadaniem fabryki warszawskiej było uszlachetnianie, czyli oczyszczanie, posrebrzanie, montowanie i oksydowanie półproduktów dostarczanych z Geislingen. Produkty te były kupowane przez firmę Plewkiewicz & Co. od WMF i dostarczane wagonami do Warszawy¹³⁰.

Prawdopodobnie był to proceder mało opłacalny dla fabryki warszawskiej, gdyż Plewkiewicz od jej powstania nalegał na rozpoczęcie produkcji własnej. Jak wynika z korespondencji prowadzonej między Plewkiewiczem a Siegłem, Plewkiewicz wciąż proponował podjęcie produkcji własnych wyrobów metalowych i szklanych. Już prawdopodobnie w roku otwarcia fabryki zabiegał o zorganizowanie własnej produkcji szklanych przedmiotów i zatrudnienie szlifierzy. W odpowiedzi Siegłe odmawiał podjęcia takiej decyzji, argumentując obawą o to, że jak pisał: „owoce długoletniej pracy szlifierzy z Geislingen mogłyby przejść w ręce konkurentów warszawskich”¹³¹. Plewkiewicz planował również samodzielną produkcję sztućców, a w jednym z listów z roku 1894 roku przedstawiał plan kalkulacyjny uruchomienia takiej inwestycji w Warszawie¹³². Był to jednak pomysł, który przerastał zarówno możliwości Plewkiewicza, jak i WMF w tym czasie, gdyż sama firma WMF zaczęła produkować sztućce dopiero w 1889 roku, po przejściu berlińskiej firmy A. Katscha. Do tej pory, ale także później, sztućce kupowane były głównie w firmie Wellner i Krupp¹³³. Mimo to Plewkiewicz w jednym z listów do Geislingen wspomina o chęci wyjazdu za granicę w celu poszukiwania partnerów do produkcji sztućców¹³⁴. Pomysł ten, jak się później przekonamy, zostanie przez niego częściowo zrealizowany.

Po długoletnich dyskusjach dotyczących rozpoczęcia samodzielnej produkcji, która zaoszczędziłaby według Plewkiewicza koszty, a zwiększyła zarówno prestiż, jak i obrót warszawskiej fabryki, doszło w końcu do rozwiązania tego problemu. Jeszcze w 1888 roku w liście pisanym do Plewkiewicza Siegłe nawoływał do rozwagi i powściągliwości w podejmowaniu decyzji o własnej produkcji: „jeśli chodzi o produkcję półfabrykatów, to powinno się do niej przejść tylko wtedy, jeśli obostrzenia celne postawią nas przed taką koniecznością i nakłaniam Pana do jak najostrożniejszego i jak najbardziej przemyślanego postępowania w tej sprawie”¹³⁵.

Zarówno jednak wisząca w powietrzu wojna celna, ponowna podwyżka ceł, jak i podrożenie dostarczanych półfabrykatów z Geislingen z powodu niekorzystnego kursu wymiany, stworzyły ostatecznie podstawy do podjęcia decyzji o własnej fabrykacji¹³⁶. O słuszności podjęcia decyzji o własnej produkcji może świadczyć również fakt, że w następnych latach dojdzie do rosyjsko-niemieckiej eskalacji polityki celnej, której konsekwencją będzie ponowne podniesienie cła na towary i półfabrykaty niemieckie.

Należy przyjąć, że wraz z przeniesieniem fabryki z ulicy Leszno na ulicę Czerniakowską 90 w lipcu 1890 roku rozpoczęto intensywnie zajmować się samodzielną działalnością produkcyjną. Świadczą o tym bilanse firmy, z których wynika, że o ile w 1890 roku przeznaczono na narzędzia i maszyny tylko 3884 ruble, o tyle już w roku 1891 była to kwota 14 280 rubli¹³⁷. Z drugiej jednak strony bilanse nie uwzględniają kosztów utrzymania własnej modelarni na wzór Geislingen. Wolno więc przypuszczać, że modele i formy tworzone były poza murami fabryki.

Otwarcie własnej produkcji umożliwiło dostosowanie wyrobów fabrycznych do gustów i smaku klienteli, głównie rosyjskiej, której nie w pełni satysfakcjonował asortyment prezentowanych wyrobów z Geislingen. Poszukiwane były głównie przedmioty małe i tanie, których przywóz z Geislingen był niezbyt opłacalny. Również przedmioty liturgiczne, stanowiące pokaźną część sprzedaży, można

było na miejscu bardziej dopasować do wielokulturowego rynku rosyjskiego¹³⁸.

Z bilansów fabryki Plewkiewicza za rok 1898 wynika, że sprowadzono z Geislingen półfabrykaty za łączną sumę 30 370,80 rubli, podczas gdy obce produkty, głównie sztucce, dostarczono za kwotę 15 694 rubli. Wartość własnej produkcji wynosiła w tym czasie 7636,90 rubli¹³⁹. Jak z tego wynika, własna produkcja stanowiła jedynie około **piętnastu procent** całego obrotu fabryki.

Oprócz posrebrzania wyrobów sprowadzanych z Geislingen firma R. Plewkiewicz & Co. zajmowała się również posrebrzaniem sztucców innych zagranicznych firm, głównie niemieckich, stemplując je następnie własną nazwą i sprzedając jako własny produkt¹⁴⁰. Była to procedura ogólnie znana i stosowana w Europie, nieobca ani WMF, ani innym firmom warszawskim¹⁴¹. Dla przykładu: zagraniczne sztucce, tzw. surowe, mogli kupić fabrykanci i rzemieślnicy w Warszawie w hurtowni T. Groszkowskiego, przy ul. Grzybowskiej 4¹⁴².

W pełni zmechanizowana produkcja sztucców lat osiemdziesiątych doprowadziła na zachodzie Europy do tak taniej ich produkcji i sprzedaży, że zniszczyła jakąkolwiek możliwość samodzielnej wytwórczości przez małe lub niewyspecjalizowane w tej dziedzinie fabryki. Do takich wysoko wyspecjalizowanych fabryk, które, nie dbając o ochronę własnego wzoru w obliczu olbrzymiej rynkowej nadprodukcji i licznej konkurencji, zalewały wręcz Europę własnymi wyrobami, należały: Bruckmann & Söhne z Heilbronn, Wellner z Saksonii, A. Krupp-Berndorf koło Wiednia i Christofle & Cie. z Paryża. Rywalizacja między tymi firmami była olbrzymia i każda z nich za pomocą intratnych cen starała się opanować coraz większe rynki zbytu. Konkurencja dodatkowo zaostrzyła się przez wprowadzenie „konwencji na wartość sztucców”, która ujednoliciła koszt ich sprzedaży wprowadzając dla wszystkich niemieckich producentów jednakowe ceny w celu ochrony przed konkurencją tańszych, małych producentów sztucców. Konwencja ta przyczyniła się do całkowitego zmonopolizowania tej branży, dając szansę przeżycia tylko tym fabrykom, które stać było na duże nakłady inwestycyjne i stosowanie najnowocześniejszych, najbardziej wydajnych urządzeń i maszyn, a co za tym idzie masową produkcję. Jedną z możliwości ucieczki od tej konwencji był eksport półproduktów, bez możliwości zastrzeżenia sobie prawa do własnej marki i poddania ich procesom uszlachetniającym poza granicami kraju¹⁴³.

W latach 1886-1899 w okresie zarządzania fabryką warszawską przez Plewkiewicza urosła ona do jednego z najbardziej znaczących zakładów przemysłowych na terenie miasta, jak również stała się jedną z najbardziej prężnych filii WMF. O ile w 1887 roku wartość rocznej produkcji wynosiła około stu pięćdziesięciu tysięcy rubli, o tyle już w 1889 wzrosła ona do około dwustu dwudziestu tysięcy, a w 1897 aż do trzystu dwudziestu tysięcy rubli. Podobnie zwyklowo kształtowały się zyski firmy. Oprócz lat 1892 i 1898, które ze względu na wzrost cen półfabrykatów i dodatkowe podniesienie cła wwozowego były latami zmniejszonych zysków, był to okres ciągłej *prosperity*. Fabryka zatrudniała w 1897 roku sto czterdzieści siedem osób¹⁴⁴.

Akwizycję towarów powierzono komiwojażerom, objeżdżającym tereny Królestwa Polskiego oraz najdalsze regiony Cesarstwa Rosyjskiego, od Baku po Władywostok. Wykaz dłużników firmy z roku 1898 informuje nas o liczbie około tysiąca punktów stałej sprzedaży na terenie Królestwa Polskiego i Cesarstwa Rosyjskiego¹⁴⁵. Zarówno cenniki, jak i katalogi firmowe, rozprowadzane przez ko-

miwojażerów, przeznaczone były dla jubilerów i kupców, którzy na ich podstawie dokonywali zakupu. Nie prowadzono sprzedaży detalicznej. Dopiero w 1895 roku powstał sklep Aleksandra Jaskulskiego, znanego nam już z działalności dla WMF w Geislingen, a później w Berlinie, przy ul. Wierzbowej 3, działający pod nazwą „Skład fabryczny” i wyłączna sprzedaż wyrobów platerowych fabryki R. Plewkiewicz & Sk-a¹⁴⁶.

Wzorcownia przy ul. Czerniakowskiej 90, która powstała po przeniesieniu się fabryki do nowych pomieszczeń, służyła do prezentacji aktualnego asortymentu wyrobów fabryki i jej nowości. Zarówno wymieniana w bilansach Plewkiewicza z lat 1890-1900 „wzorcownia” przy ul. Czerniakowskiej 90, jak i późniejsza przy ul. Długiej 50, służyły jako salony wystawiennicze wyrobów fabrycznych, sprzedawanych hurtowo przyjeżdżającym kupcom. Potwierdza to również adnotacja w jednym z cenników firmy z roku 1895, w której czytamy: „przy fabryce naszej ulica Czerniakowska 90, urządziliśmy wykwintne salony wystawowe ze wszystkich u nas wyrabianych przedmiotów, które polecamy szczególnej uwadze naszych szanownych odbiorców, podczas ich pobytu w Warszawie”¹⁴⁷. Przeniesienie wzorcowni w 1911 roku na ul. Długą 50 spowodowane było najprawdopodobniej pragnieniem posiadania bardziej reprezentacyjnego miejsca do ekspozycji własnych wyrobów, przy znanej ulicy w centrum życia handlowego Warszawy¹⁴⁸.

Przekształcenie fabryki Plewkiewicz & Co. w towarzystwo akcyjne

W 1896 roku upływał termin umowy o zatrudnienie Romana Plewkiewicza na stanowisku dyrektora fabryki warszawskiej. Już w 1895 roku Plewkiewicz w liście do Sieglego dzieli się z nim myślą o wycofaniu się z działalności w Warszawie ze względu na zły stan zdrowia¹⁴⁹. Bogata korespondencja, dotycząca tego problemu, ciągnąca się przez wiele lat, aż do momentu faktycznego wycofania się Plewkiewicza w 1899 roku, ukazuje go jako zasłużonego, nieodzownego i wręcz niezastąpionego pracownika, bez którego niemożliwe byłoby dalsze funkcjonowanie fabryki warszawskiej. W liście do Plewkiewicza z października 1895 roku Siegle wręcz proponuje zamknięcie fabryki warszawskiej, jeśli Plewkiewicz zrezygnuje z jej kierownictwa, i prosi go o przedstawienie planu, zgodnie z którym miałyby ta likwidacja przebiegać¹⁵⁰. W liście do Plewkiewicza z dnia 30. 12. 1895 Siegle pisał: „to był projekt [myśli o otwarciu fabryki w Warszawie], jak Panu wiadomo, całkowicie skrojony na miarę Pańskiej osoby, znanej nam jako wieloletniego i wypróbowanego współpracownika naszej firmy. Nie powinno też dziwić, że będzie nam trudno znaleźć odpowiednią osobę na Pańskie miejsce, którą moglibyśmy darzyć podobnym zaufaniem i w pełni powierzyć jej Pańskie dzieło”¹⁵¹. I rzeczywiście nie był to łatwy problem. Plewkiewicza obdarzono prawie bezgranicznym zaufaniem i zdano się na jego lojalność i instynkt w kierowaniu fabryką, w kraju, którego języka nie rozumiano, a zarówno polska, jak i rosyjska księgowość oraz miejscowe przepisy stanowiły dla zarządu WMF „czarną magię”. Plewkiewicz ze swej strony starał się nie nadużyć pokładanego w nim zaufania. Wciąż podkreślał w korespondencji z zarządem WMF konieczność dalszego istnienia fabryki to ze względu na dobro współpra-

owników i robotników, na dobro Jaskulskiego, to znowu na własną, włożoną w powstanie fabryki pracę¹⁵². Ze strony WMF czynione były intensywne działania zmierzające do znalezienia następcy na stanowisko dyrektora w Warszawie. Od 1893 do 1899 roku anonse, w których poszukuje się handlowca do objęcia samodzielnej placówki w Warszawie, ukazywały się w międzynarodowej prasie. Pomimo licznie nadchodzących podań, poczynawszy od Dońska, a skończywszy na Nowym Jorku, nie udało się jednak znaleźć odpowiedniego kandydata¹⁵³.

Równolegle planowane było przekształcenie firmy warszawskiej w spółkę akcyjną. Wciąż jednak niepewny był status prawny takiego towarzystwa. W prasie warszawskiej wiało niechęcią do obcych wytwórców i ich wyrobów, podsycaną krytycznymi wypowiedziami przedstawicieli warszawskich fabryk wyrobów metalowych¹⁵⁴. Domagano się przede wszystkim zaostreń przepisów wobec zagranicznych wytwórców, co też nastąpiło w formie nakazu posiadania koncesji na prowadzenie działalności przez firmy zagraniczne, wydawanej przez samego rosyjskiego ministra finansów.

Po długich i żmudnych negocjacjach WMF z rządem rosyjskim 1 listopada 1899 roku nadeszła z St. Petersburga radosna wiadomość, że car osobiście zaaprobował status nowej firmy i zezwolił na otwarcie towarzystwa akcyjnego pod nazwą „Towarzystwo Akcyjne Fabryki Wyrobów Metalowych Posrebrzanych i Połączanych R. Plewkiewicz & S-ka w Warszawie”¹⁵⁵. Dnia 1 stycznia 1900 roku doszło do otwarcia działalności przez nowe towarzystwo akcyjne¹⁵⁶. Była to pierwsza spółka akcyjna na terenie Warszawy z przeważającym udziałem kapitału zagranicznego. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy nowego towarzystwa odbyło się 31 grudnia 1899 roku. W skład rady nadzorczej weszli: C. Hägele, A. Kaufmann i G. Gabriel (wicedyrektor Warszawskiego Banku Kredytowego). Dyrektorem do spraw technicznych został Maksymilian Urbański, dyrektorem zarządzającym – Bolesław Nawrocki, obaj znani nam już z działalności w Ritter & Co., a potem WMF¹⁵⁷. Kapitał zakładowy wynosił trzysta tysięcy rubli, co stanowiło sześćset sztuk akcji, każda po pięćset rubli. Większość akcji znalazła się w rękach Sieglego (trzysta), dwieście dziesięć akcji przypadło Plewkiewiczowi, który przekazał je z kolei w ciągu następnych lat Carlowi Hägelemu. Do roku 1912 większość akcji, które były w posiadaniu Hägelego, przejęła WMF, stając się w ten sposób jawnym współwłaścicielem warszawskiej fabryki, posiadając większość akcji warszawskiego towarzystwa akcyjnego. Dalszymi akcjonariuszami, którym przypadło od pięciu do dwudziestu akcji, byli: Brugendorf (5), Dorbrzański (10), Gabriel (10), Heilprin (5), Jaskulski (10), Nawrocki (20), Schmolke (5), Szyszkowski (5) i Urbański (20).¹⁵⁸

Roman Plewkiewicz opuścił latem 1899 roku Warszawę i przeniósł się do Berlina¹⁵⁹.

Działalność Towarzystwa Akcyjnego Roman Plewkiewicz & Ska

Nadany w końcowych latach XIX wieku fabryce warszawskiej przez Plewkiewicza ton kontynuowali jego następcy na tym stanowisku w pierwszych latach XX wieku. Bilanse charakteryzowały się tendencją zwyżkową, a handel z Rosją kwitł. Z informacji zawartych w „Starszym Inspektorze Fabrycznym Guberni Warszawskiej” za rok 1900 dowiadujemy się o liczbie stu czterdziestu zatrud-

nionych robotników oraz o asortymencie produkowanych podówczas w fabryce wyrobów¹⁶⁰. Lista zamieszczona przez „Inspektora” zawiera trzydzieści dziewięć pozycji. Znajdują się na niej:

- łyżki (5000 tuzinów)
- łyżeczki do herbaty (1000 tuzinów)
- widelce (3000 tuzinów)
- noże (2000 tuzinów)
- łyżki wazowe (5000 sztuk)
- rondelki (200)
- spodki (250)
- pojemniki (5000)
- nożyki do owoców (1500 tuzinów)
- postumenty na nożyki do owoców (1500)
- noże do ryby (300 tuzinów)
- noże do tortu (500)
- tortownice (300)
- maselniczki (3000)
- podstawki pod szklanki (3000)
- podstawki pod szklanki (5000)
- cukiernice (3000)
- etażerki na owoce (1000)
- cukiernice (2000)
- serwisy do kawy (500)
- lampki pod obrazy święte (1500)
- samowary (350)
- płukalnice do samowarów (500)
- popielniczki (2000)
- zapalniczki stołowe (1200)
- kałamarze (1200)
- etażerki na karty wizytowe (3000)
- lusterka (150)
- oprawki do lampek (10000)
- tace (1500)
- czajniki (800)
- kabarety (1200)
- serwisy do likieru (1000)
- kubki do wina (600)
- dzbanki do wina (2000)
- kubki (2000)
- kieliszki do jajek (2000)
- serwisy do jajek (150)
- korkociągi (600 tuzinów)

oraz inne drobne, niewyszczególnione przedmioty.

Jak wynika z zamieszczonej listy, fabryka warszawska uruchomiła tymczasem własną produkcję sztucców.

Okres *prosperity* trwał do około 1909 roku. Coraz większego znaczenia nabrała również produkcja wyrobów własnych.

Ciekawym i bogatym materiałem źródłowym, dającym niepowtarzalną możliwość wglądu we wszystkie aspekty działalności fabryki warszawskiej, jest sprawozdanie z roku 1912 Hugona Debacha, sprawującego od 1904 roku funkcję jednego z dyrektorów WMF w Geislingen, później dyrektora fabryki warszawskiej (od 1912 roku)¹⁶¹.

Po przeprowadzeniu inspekcji fabryki z ramienia zarządu WMF z iście niemiecką pedanterią opisał każdy szczegół dotyczący produkcji, narzędzi, stanu zachowania maszyn, aż po informacje o wieku poszczególnych robotników, ich zapatrywaniach religijnych i politycznych, ich stanie zdrowia i o ich wyglądzie. Jest to niesłychanie cenne źródło informacji, nie tylko zresztą dla fabryki warszawskiej, ale dla całej gałęzi przemysłu platerowego zarówno polskiego, jak i europejskiego. Sądzę, że żadna z istniejących fabryk tego czasu nie była tak dokładnie opisana i przeanalizowana. Sprawozdanie zawiera informacje, które z pewnością mogą zainteresować bardziej historyka przemysłu aniżeli historyka sztuki. Przez swoją wyjątkowość godne jest jednak szerszego omówienia¹⁶².

Fabryka przy ul. Czerniakowskiej 90 leżała na działce wynoszącej 10 344 m². We frontowej partii budynku od strony ulicy (o szerokości 89,77 m) znajdowało się mieszkanie dyrektora fabryki, posiadające osiem okien i dobrej jakości parkiet, co kontrastowało, zdaniem Debacha, ze znajdującymi się również w tym skrzydle małymi i wilgotnymi pomieszczeniami administracyjnymi. W środku zabudowań fabrycznych mieścił się dziedziniec, który oświetlały cztery lampy gazowe. W środku dziedzińca znajdował się wzniesiony w 1865 roku budynek produkcyjny wraz z licznymi dobudówkami. Budynek ten liczył pięćdziesiąt trzy metry szerokości i sto osiem metrów długości, a składał się z dwóch i pół piętra. To w tych pomieszczeniach znajdowała się szlifiernia, odlewnia, galwanizownia i tłocznia. W przybudówce oksydowano, lutowano, wypalano, miedziowano i mosiądzowano. W pomieszczeniach parterowych produkowano własne wyroby. Debach opisuje każdą maszynę tam się znajdującą, każde narzędzie, ich wiek i stan zużycia. Wiemy na przykład, że duża tłocznia służyła do produkcji świeczników, koszy na owoce i pater, małe prasy tłoczyły podstawki pod szklanki, a jeszcze mniejsze wytwarzały noże i widelczyki do owoców.

Miejsce do produkcji własnych półfabrykatów było według Debacha bardzo prymitywne. Robotnicy mieli za mało miejsca do pracy, miejsca pracy za mało światła, maszyny były przestarzałe, brudne i nieodpowiednio zabezpieczone. Brakowało wielu urządzeń usprawniających i ułatwiających pracę, przede wszystkim jednak nowoczesnej prasy zamachowej i „ekcentrycznej” do produkcji całych przedmiotów. Produkcja rozproszona była w wielu pomieszczeniach, przez co traciło się, według Debacha, dużo czasu i wysiłku na wielokrotne przenoszenie przedmiotów z jednej części fabryki do drugiej. Jakość produkcji własnej półfabrykatów stawiana była przez Debacha na poziomie berlińskich konkurentów WMF, choć gorsze wydawało się wykończenie wyrobów. Przyczyn takiego stanu rzeczy upatrywał w przestarzałych maszynach oraz źle wykonanych modelach, które dodatkowo niechlujnie polerowano i niedokładnie cyzelowano, co z kolei dawało niewyraźne i płytko grawerowane formy i odlewy z widocznymi śladami połączeń. Te ostatnie nie były powtórnie polerowane, przez co struktura materiału pozostawała szorstka, a wzory ornamentów zamazane, pozbawione odpowiedniej głębokości i wyrazistości. Również końcowe polerowa-

nie pozostawiało wiele do życzenia, gdyż widoczne były ślady „ostrych jak nóż” brzegów złączeń. Z opisu Debacha wynika, że formy w początkowym okresie były produkowane w samej fabryce i starannie wykańczone (prawdopodobnie odnosi się to do starych form, powstałych na początku wieku). Natomiast nowe formy, wykonane „w mieście” charakteryzowały się przekrzywionymi ornamentami i płytką grawiurą, pozostawiającą niejednokrotnie na wyrobach niedokładnie wybite ażury. Przedmioty były niestarannie i nietrwale lutowane, o czym świadczyły liczne reklamacje, matowanie było surowe, oksydowanie mało efektywne i efektowne. Przedmioty z metalu Brytannia miały wygląd ołowiany, były częściowo niedopolerowane i pełne wyraźnych zadrapań.

Posrebrzanie półproduktów rodzimych i tych dostarczanych z Geislingen odbywało się w pomieszczeniach parterowych. Na pierwszym piętrze budynku następowało oksydowanie, matowanie, polerowanie, stemplowanie, lakierowanie i pakowanie. Sam proces posrebrzania był czasochłonny i wymagał wielu żmudnych czynności, począwszy od kąpeli galwanicznej w mosiądku lub miedzi, następnie srebrze, poprzez matowanie, polerowanie, oksydowanie, ponowne matowanie, polerowanie mechaniczne, stemplowanie, polerowanie ręczne i lakierowanie¹⁶³. Podobnie jak poprzednio tak i w tym wypadku Debach krytykował przestarzałe maszyny i narzędzia, za małe i zbyt mocno eksploatowane wanny galwaniczne. Według niego pomieszczenia do kompletowania przedmiotów były ciasne i źle rozplanowane.

Większość maszyn służących do posrebrzania została zakupiona w 1890 roku, zarówno w Niemczech, jak i w Warszawie, większość zaś maszyn do produkcji własnych wyrobów nabyto w latach 1900, 1902 i 1903.

W tzw. nowym budynku, powstałym w latach dziewięćdziesiątych, po przeciwnej stronie dziedzińca mieściły się dodatkowe pomieszczenia szlifierni i odlewni. W ich pobliżu znajdował się też dokładnie opisany przez Debacha ogródek kwiatowy dyrektora Nawrockiego. W pomieszczeniach magazynowych w północno-wschodniej części fabryki znajdował się magazyn kwasów, magazyn biurowy, pomieszczenia lekarskie, mieszkanie dozorczy, toalety, stajnia i mieszkanie woźnicy. W fabryce zainstalowane było oświetlenie gazowe i dobrze według relacji Debacha funkcjonujące ogrzewanie na wodę.

Dzięki Debachowi mamy również możliwość wglądu w bilanse fabryki za rok 1911. Wynika z nich, że w 1911 roku dostarczono z Geislingen półprodukty o wartości 295 000 rubli. Sztucce o łącznej wartości 165 000 rubli sprowadzono z Niemiec od firm:

| | |
|--------------------|----------------|
| Wellner: | 32 406 tuzinów |
| Bruckmann & Söhne: | 572 tuziny |
| WMF: | 1 824 tuziny |
| Erbe: | 637 tuziny |

W 1911 roku sprowadzono do Warszawy dwadzieścia jeden różnych rodzajów wzorów sztucców. Najwięcej od potentata rynkowego, firmy Wellner (16), po dwa zarówno od WMF, jak i od Bruckmann & Söhne i jeden od Erbe¹⁶⁴.

Wartość produkcji własnej w roku 1911 wyniosła sto tysięcy rubli, co stanowiło około szesnastu procent ogólnego obrotu fabryki. W tymże roku zostały wyprodukowane następujące obiekty, w następujących ilościach:

- 5500 zestawów do przypraw (bez szkieł),

- 5000 lampek przed obrazy święte,
- 4500 podstawek do herbaty,
- 2200 świeczników,
- 1500 koszyków,
- 1400 sitek do esencji,
- 1050 maselniczek (bez szkieł),
- 1020 podstawek pod szklanki,
- 1000 postumentów do nożyków na owoce,
- 900 tac,
- 850 koszy na owoce,
- 800 par szczypiec do cukru,
- 750 cukiernic,
- 750 kabaretów do deseru (bez szkieł),
- 700 koszyków na cukier,
- 650 pojemników na miód,
- 500 etażerek na cytryny,
- 432 talerzyków pod butelki,
- 420 dzbanków do kawy,
- 420 dzbanków do herbaty,
- 400 dzbanków na mleko do kawy,
- 400 kółek na serwetki,
- 370 teryn,
- 350 haczyków do lampek,
- 320 zapalniczek stołowych,
- 300 serwisów do likieru (bez szkieł),
- 300 cukiernic skrzynkowych,
- 280 pojemników na cygara,
- 280 pojemników na herbatę (bez szkieł),
- 250 lichtarzy ręcznych,
- 220 solniczek,
- 200 kubków na jajka,
- 160 samowarów,
- 150 tac do samowarów,
- 150 płukalnic do samowarów,
- 150 rondelków,
- 140 patelni,
- 100 krucyfiksów,
- 90 lichtarzy kościelnych,
- 60 łopatek do ciasta,
- 59 postumentów do wykałaczek,
- 50 lichtarzy fortepianowych,
- 50 koszyczków do cukru,
- 48 podstawek pod karafki,
- 48 talerzyków do cukru,
- 40 noży do listów,
- 40 pokryw do pieczystego,
- 40 kompletów do golenia,

- 30 par łyżek przystawkowych,
- 30 dzwonek stołowych,
- 25 ponczownic,
- 20 kubków,
- 20 zestawów do cygar,
- 20 chłodników do masła,
- 10 lamp kościelnych,
- 4 kielichy mszalne,
- 2 monstrancje,
- 3000 korków,
- 600 koziołków pod noże,
- 240 opraw do lamp,
- 1800 nożyków do owoców,
- 11400 ostrzy do noży,
- 7200 ostrzy do noży przystawkowych¹⁶⁵.

Były to sześćdziesiąt dwie pozycje produktów wytwarzanych w fabryce.

Fabryka zatrudniała w 1911 roku sto trzydzieści cztery osoby, w tym pięćdziesięciu sześciu robotników i pięćdziesiąt trzy robotnice fabryczne, dziewiętnastu akordzistów, pięciu terminatorów, jednego ucznia i pięćdziesiąt polerowaczek chałupniczek. Większość robotników, nawet tych, którzy zajmowali fachowe stanowiska, nie miała wykształcenia zawodowego. Opieka lekarska sprawowana była przez lekarza fabrycznego, odwiedzającego fabrykę raz w tygodniu. Ogólne zaniepokojenie kierownictwa fabryki budziło popularne, choć niedopuszczalne na terenie fabryki noszenie broni przez robotników¹⁶⁶.

Porównując sytuację socjalną niemieckich i polskich robotników, analizowaną również przez Debacha, stwierdzić można, że robotnicy niemieccy firmy WMF pracowali o godzinę dłużej i zarabiali w zależności od zajmowanej pozycji o około cztery marki dziennie mniej od swoich polskich kolegów, pracowników wykwalifikowanych, i o około dwie marki więcej od polskich pracowników niewykwalifikowanych.

O ile Debach w swojej analizie oceniał produkcję własną warszawskiej fabryki bardzo krytycznie, nie widząc dla niej, ze względu na złą jakość wykonania i wykończenia, przede wszystkim jednak ze względu na małą opłacalność, żadnych perspektyw, o tyle dyrekcja fabryki, w osobie dyrektora Nawrockiego, wyrażała ogólne zadowolenie z działalności, wręcz nawołując do otwarcia nowego magazynu w centralnej Rosji i do poszerzenia produkcji asortymentu taniach produktach, które cieszyły się olbrzymim powodzeniem wśród tej klienteli rosyjskiej, dla której produkty WMF były za drogie. Sam dyrektor Nawrocki proponował powiększenie fabryki i rozszerzenie produkcji własnej¹⁶⁷.

Do zamknięcia produkcji własnej nie doszło, gdyż celem i zadaniem stawianym fabryce warszawskiej ze strony WMF był dalszy handel z Rosją, którym w tym czasie zainteresowani byli też inni krajowi i zagraniczni konkurenci WMF. Fabryka warszawska stanowiła swoisty bastion, strzegący interesów tej firmy na terenie Cesarstwa Rosyjskiego.

Bilanse firmy Plewkiewicz & Co. wykazywały do roku 1911 liczby rosnące. Już jednak od roku 1912 rozpoczął się powolny regres zarówno w obro-

tach, jak i w zyskach fabryki¹⁶⁸. Był on spowodowany w głównej mierze niską zyskownością produkowanych wyrobów (30-50%), zbyt wysokimi kosztami produkcji, załamaniem się popytu na ekskluzywne i drogie przedmioty na rzecz tanich i nisko opłacalnych bibelotów stołowych. W latach poprzedzających wybuch I wojny światowej doszło do paradoksalnej sytuacji, w której produkty WMF stanowiły bezpośrednie zagrożenie dla produktów Plewkiewicza na terenie Rosji. W jednym z listów do Geislingen ówczesny dyrektor firmy głośno skarży się, że wyroby WMF z powodu atrakcyjnych cen stanowią jawną konkurencję dla towarów warszawskich¹⁶⁹. Nie tylko konkurencja niemiecka była problemem dla firmy Plewkiewicz, ale przede wszystkim fabryki polskie. Do największych rywali firmy warszawskiej na rynku rosyjskim zaliczyć należało firmę Schiffers i Henneberg¹⁷⁰. Wzrost kosztów produkcji, podrożenie kosztów siły roboczej, zła jakość wykonywanych produktów własnych oraz coraz większa konkurencja na terenie Rosji doprowadziły do powolnego upadku firmy.

W okresie I wojny światowej fabryka została zamknięta i dopiero w 1918 roku na nowo podjęła działalność produkcyjną.

W 1921 roku doszło do przejścia niemieckich udziałów firmy R. Plewkiewicz & Ska przez akcjonariuszy polskich. Fabryka została powtórnie zamknięta między rokiem 1925 i 1927 i ponownie uruchomiona w 1928 roku. W tymże roku nastąpiła również zmiana statutu towarzystwa akcyjnego¹⁷¹.

W 1930 roku fabryka funkcjonowała pod nazwą „Walcownia Metali i Fabryka Wyrobów Platerowych Roman Plewkiewicz”. Zatrudniała około stu robotników, a wartość jej kapitału zakładowego wynosiła dziewięćset tysięcy złotych¹⁷².

Koniec działalności fabryki przypadł na rok 1935, gdy została ona wydzierżawiona przez spółkę Norblin, Bracia Buch i Werner. W tym czasie fabryka posiadała siedemnaście silników i zatrudniała czterdziestu pięciu robotników¹⁷³.

TECHNOLOGIA PRODUKCJI

Zapoznanie się z technologią produkcji i z metodami uszlachetniającymi pozwoli nam lepiej zrozumieć, jak pomimo zastosowanych maszyn skomplikowane i czasochłonne były to procesy.

Produkty wysoko zmechanizowanej fabryki XIX wieku podzielić można na dwa rodzaje: odlewane i tłoczone mechanicznie. Procesy wytwórcze związane były z zastosowaniem różnorodnych maszyn i narzędzi. Wykonywanie odlewów wymagało posiadania i utrzymywania formiarni, lejarni i suszarni, tłoczenie mechaniczne zaś sztancowni, drykierni, glijowni, tokarni i szlifierni. W późniejszym czasie dojdą do tego różnego rodzaju prasy, wśród których prasa Hubera będzie stanowić prawdziwą rewolucję techniczną.

Wyoblanie należy do najstarszych form obróbki metalu, znanej już od średniowiecza. Proces ten został pod koniec XIX wieku w dużej części zmechanizowany, a stosowany był przez WMF jedynie w początkowej fazie działalności, gdy procesy mechanizacji nie zdominowały jeszcze w pełni produkcji. Technika ta służyła przede wszystkim produkcji przedmiotów korpusowych, na zasadzie wyoblania płaskiej blachy na odpowiednich tokarkach, giętarek i wyoblarkach.

Dekoracje nakładało się na przedmioty metodą tłoczenia lub sztancowania za pomocą matrycy. Końcową czynnością było lutowanie i cyzelowanie przedmiotów, usuwanie wszelkich nierówności oraz ostateczne precyzyjne wykańczanie wzoru.

Pierwszym krokiem w kierunku pełnej mechanizacji było zastosowanie **prasy ciągowej**, dzięki której z płaskiej blachy powstawały całe naczynia korpusowe. Ciągnięcie metalu przebiegało w kilku etapach, w których metal poddawano stopniowemu przetłaczaniu. Podczas pierwszego etapu metal był dociskany do dociskacza ciągowego, w drugim następowało ciągnięcie i kształtowanie naczynia.

Rozwiniętą formą wyoblania było **tłoczenie** za pomocą pras. Technika ta była stosowana przez WMF od 1890 roku i wyparła wszystkie inne techniki wytwórcze prawie całkowicie. Do produkcji masowej stosowano specjalne prasy: miśrozdowe, balansowe, cienne, a w końcu hydrauliczne.

Należy rozróżnić między tłoczeniem pustym i masynym. Pierwsze polegało na tłoczeniu z gładkiej blachy płaskich przedmiotów, takich jak tace, talerze, a także ścianek innych przedmiotów, dzbanków i flakonów. Metal, w tym wypadku najczęściej msiądz, poddawany był sprasowaniu przez dwie pasujące do siebie formy (matryce i patryce), na których ściankach znajdują się odpowiednie dekoracje, widoczne zarówno po stronie zewnętrznej, jak i wewnętrznej. Formy przygotowywane były w WMF w fabrycznej sztancowni, gdzie wykonywano je na podstawie dostarczanych z fabrycznego atelier negatywowych odlewów gipsowych, powstałych z modeli¹⁷⁴. Formy produkowane były na ogół ze stali, a ich obróbkę powierzano grawerowi, którego zadanie polegało na dopasowaniu form do proponowanego modelu.

Tłoczenie masywne służyło głównie przygotowaniu do dalszej produkcji i miało na celu wzmocnienie i uelastycznienie odlewanych uprzednio części. Po wytłoczeniu następowało lutowanie przedmiotów składających się z różnych elementów.

WMF wprowadziło **odlew** jako uzupełnienie innych procesów wytwórczych. Służył on głównie do produkcji przedmiotów figuralnych oraz dodatków, takich jak nakładane dekoracje, nóżki i uchwyty do innych produktów. Wykonywane one były ze stopu Brytannia. Na podstawie uprzednio tworzonych odlewów gipsowych wykonywano formy metalowe, które przy małych skomplikowanych obiektach, jak na przykład miski i kosze, składały się z części tylnej i przedniej. Wykonane formy, na ogół z msiądzu, należało pokryć pyłem grafitowym i rozżarzyć, po to by zmniejszyć różnicę między topionym metalem a formą. Ciekły metal wlewano do formy, tak aby została ona wypełniona w każdej szczelinie. Grubość warstwy metalowej ustalano poprzez wypełnienie formy plasteliną. Przy bardziej skomplikowanych modelach, na przykład figuralnych, odlewy gipsowe rozbierano na mniejsze części. Nie należało zapomnieć o przestrzeni, na konieczne w obróbce końcowej lutowanie oraz takie stosowanie łączeń, które byłyby w późniejszym procesie łatwe do zatuszowania. Po ostygnięciu stopu należało uwolnić odlew z formy¹⁷⁵. Tak odlany przedmiot wymagał obróbki końcowej, a w wypadku figur składających się z wielu części wymagał również łączenia i lutowania.

Prasa Hubera

Wraz z przejęciem firmy Orivit WMF znalazło się w wyłącznym posiadaniu patentu na prasę Hubera, urządzenia, które w prawdziwym tego słowa znaczeniu zrewolucjonizowało dotychczasowe sposoby wytwórczości metalowej. Działanie prasy Hubera polegało na właczaniu płaskiego kawałka metalu w znajdującą się na dnie komory matrycę. Dokonywało się to pod wpływem wysokiego ciśnienia (niesprężalnej wody, 6 tys. atmosfer) w szczelnie zamkniętej komorze prasy. W ten sposób wyciskano obiekty o kształcie i ornamentyce matrycy. Zasada, według której działała powyższa prasa, zasadzała się na zastąpieniu funkcji patrycy normalnego procesu tłoczenia przez sprężoną wodę. W takiej produkcji stosowano przy tym stalowe, „puste” matryce, które wytwarzano na podstawie negatywnych odlewów gipsowych modeli. Ten sposób produkcji skrócił i uprościł proces wytwórczy. To, co do tej pory (na przykład w przedmiotach korpusowych) musiało być tłoczone co najmniej cztery razy, a następnie lutowane, wytwarzano od tej pory w dwóch niejako procesach. Na jakości zyskał również sam wytwarzany obiekt, gdyż dzięki nowej technologii zastąpiono do tej pory stosowane stalowe matryce galwanicznym odciskiem, a przedmiot tak produkowany oddawał w najmniejszym detalu projektowany model. Prowadziło to również do oszczędności materiałowej, gdyż grubość ścianek była dowolnie kształtowana.

Nie budzi zdziwienia również fakt, że wykorzystanie tej prasy usunęło w cień wszystkie inne techniki wytwórcze i było przez WMF stosowane na wielką skalę¹⁷⁶.

Brytannia

Był to stop cyny, antymonu, miedzi i ołowiu. W zależności od celu, jakiemu miał on służyć, stosowano trzy różne jego rodzaje. Pierwszy, o najwyższej jakości, składał się z 93% cyny, 6% antymonu i 1% miedzi. Stop ten znalazł zastosowanie w produkcji skomplikowanych, wielocłonowych obiektów, był również łatwy w obróbce i lutowaniu.

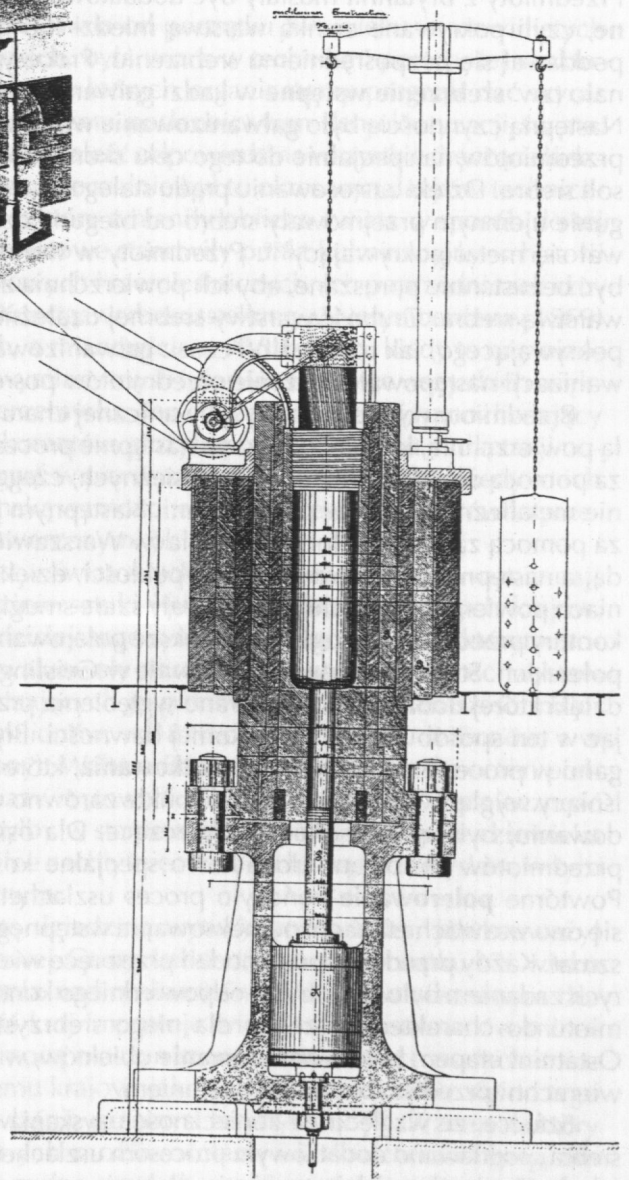
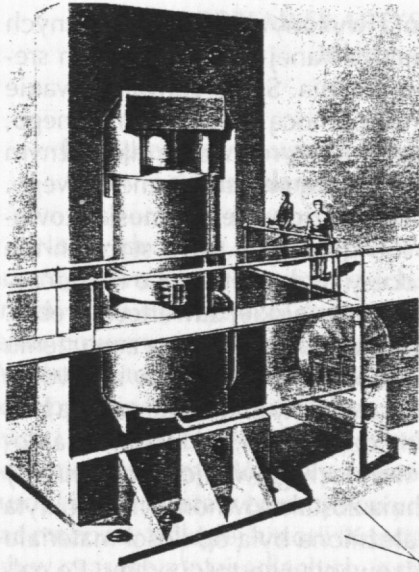
Drugi, gorszy rodzaj Brytannii, zawierał tylko 77% cyny i aż 17% ołowiu. Stop ten wciąż nadawał się do lutowania, był jednak odpowiednio cięższy. Należy przypuszczać, że to z tego rodzaju stopu korzystano w Warszawie w produkcji własnych wyrobów.

Trzeci rodzaj stopu zawierał 58% cyny i aż 39% ołowiu. Wykorzystywany był w Geislingen do produkcji ciężkich przedmiotów, takich jak postumenty biurkowe i kałamarze. Jego podstawowym mankamentem była jednak niemożność lutowania¹⁷⁷.

Procesy uszlachetniające

Analiza procesów uszlachetniających jest dla nas szczególnie interesująca, gdyż były one główną domeną fabryki warszawskiej. Technika posrebrzania i pozłacania nie różniła się jednak od tej stosowanej w Geislingen i innych należących do WMF fabrykach.

Prasa Hubera, ok. 1905 r.



Prasa Hubera, ok. 1905

Produkty podlegające procesom srebrzenia wykonywane były z różnych materiałów, na ogół z mosiądzu, miedzi i alpaki, zwanej również nowym srebrem (stop miedzi, niklu i cynku) oraz stopu Brytannia. Samo galwanizowanie polega na pokrywaniu metalu powłoką srebra za pomocą prądu elektrycznego. Proces ten poprzedzały jednak kąpiele **odtłuszczające** w roztworze alkalicznym (Brytannia) lub **szlifowanie** (miedź i alpaka) za pomocą proszku pumekсового. Przedmioty z Brytannii musiały być dodatkowo **miedziowane** lub **mosiądżowane**, czyli pokrywane cienką warstwą miedzi lub mosiądzu, gdyż stop ten nie poddawał się bezpośredniemu srebrzeniu. Procesy uszlachetniające rozpoczęło tzw. **srebrzenie wstępne** w kadzi galwanicznej o niskiej zawartości srebra. Następną czynnością było **galwanizowanie właściwe**, polegające na zanurzeniu przedmiotów na specjalnie do tego celu skonstruowanych hakach w roztworze soli srebra. Dzięki zastosowaniu prądu stałego przedmioty znajdujące się na biegunie ujemnym przejmowały srebro od bieguna dodatniego, na którym znajdował się metal pokrywający¹⁷⁸. Przedmioty w wannach galwanicznych musiały być bezustannie poruszane, aby ich powierzchnia została równomiernie pokryta warstwą srebra. Grubość warstwy srebrnej uzależniona była od ilości materiału pokrywającego, jak również od czasu galwanizowania i gęstości prądu. Po galwanizacji następowało **suszenie** przedmiotów posrebrzonych.

Przedmioty wyjęte z wanny galwanicznej charakteryzowały się mlecznobiałą powierzchnią, którą poddawano następnie procesom **szlifowania** („drapania”) za pomocą delikatnych szczotek mosiężnych, czego konsekwencją było uzyskanie metalicznej, srebrnej powierzchni. Następnym procesem było **oksydowanie** za pomocą zanurzania lub polewania (w Warszawie) przedmiotów czarną oksydą, a następnie **polerowanie** ich wypukłości, dzięki czemu jedynie w zagłębieniach powierzchni metalu pozostawały szare smugi, podkreślające w ten sposób kontury przedmiotu. Przedmioty większe polerowano na specjalnych maszynach polerskich. Stosowano również, głównie w Geislingen, metodę tzw. *Antik-silber*, dzięki której dodatkowo pokrywano wgłębienia przedmiotów sadzą, podkreślając w ten sposób ich cechy rzekomej dawności. Błyszczącą powierzchnię osiągnano w procesie ponownego **szczotkowania**, które nadawało również oksydyzie lśniący wygląd¹⁷⁹. Powierzchnie wypukłe zarówno w jednym, jak i drugim oksydowaniu, były zawsze lśniące błyszczące. Dla osiągnięcia wysokiego połysku przedmiotów stosowano dodatkowo specjalne kostki polerownicze i gładziki. Powtórne **polerowanie** kończyło proces uszlachetniania obiektów. Odbывало się ono w dwóch etapach: pumeksowania wstępnego i zasadniczego za pomocą szmat. Każdy przedmiot przechodził przez ręce wielu kobiet-polerowaczek, których zadaniem było wydobycie odpowiedniego kontrastu i doprowadzenie przedmiotu do charakterystycznego dla niego srebrzysto-błyszczącego wyglądu¹⁸⁰. Ostatnim etapem było **werniksowanie** obiektów, w celu zabezpieczenia ich powierzchni przed szybkim oksydowaniem.

Sztuńce, ze względu na konieczność uzyskania odpowiednio grubej powłoki srebra, poddawano dodatkowym procesom uszlachetniania przez obgotowywanie (około 45 minut) w sodzie, trawienie, płukanie oraz szczotkowanie za pomocą proszku pumekсового. Następnie podlegały one rtęciowaniu, wstępnemu srebrzeniu i ponownemu szczotkowaniu. Tak przygotowane obiekty wkładano wreszcie do wanny galwanicznej. Sam proces „srebrzenia właściwego” trwał około 45 minut.

PRZEMYSŁ ARTYSTYCZNY PODBIJA ŚWIAT

Między euforią a krytyką

Rola pierwszych wystaw światowych w procesie upowszechniania i doskonalenia produktów przemysłu artystycznego

Nową ideologią, która zapanowała od początku XIX wieku w rozwiniętych przemysłowo krajach europejskich, była wiara w technikę i postęp. Jej sanktuariami stały się wystawy światowe, których organizatorzy pragnęli dać wyraz temu nowemu kultowi, przepojonemu posłannictwem demokratyzacji świata. W postępie technicznym chciano znaleźć odpowiedź na wszystkie dręczące ludzkość pytania i niepokoje. I niezaprzeczalnie był to okres wynalazków technicznych i naukowych oraz odkryć, które zmieniły oblicze świata w sposób do tej pory niespotykany. Wystawy światowe stanowiły punkt kulminacyjny w historii europejskich wystaw przemysłowych i rzemieślniczych. Ich poprzedniczek szukać można w odległej historii (Kunstgewerbeausstellung w Norymberdze w 1569) lub w czasach mniej odległych, a mianowicie w XVIII wieku, kiedy to organizowane wystawy były miejscem wymiany myśli i doświadczeń we wszystkich większych ośrodkach rzemiosła i przemysłu. Ten rodzaj ekspozycji, umożliwiający konfrontację z dorobkiem konkurentów, służył upowszechnianiu i adaptacji nowości, a swoje apogeum osiągnął w pierwszej połowie XIX wieku, kiedy to ich duża częstotliwość stała się oznaką wzmożonego zainteresowania zarówno przemysłowo, jak i rzemieślniczo tworzonymi obiektami.

Celem organizatorów wystaw światowych było ukazanie i porównanie największych osiągnięć w dziedzinie sztuki i przemysłu poszczególnych krajów. Stanowią one dla nas do dnia dzisiejszego symbol nowego czasu, w którym zrodziły się nowe wartości, a zdewaluowały stare. Dowodem popularności wystaw światowych były rzesze zwiedzających je gości (w 1851 było ich sześć milionów, w 1867 już jedenaście milionów, w 1878 około szesnastu milionów, a w 1889 aż trzydzieści dwa miliony). Waltera Benjamin nazwie ten fenomen pielgrzymkami do sanktuarium o nazwie „towa”. Głęboko wierzone w konieczność postępu technicznego, który byłby w stanie zmienić na lepsze życie człowieka i jego otoczenie. Nastąpiło ogólne zachłyśnięcie się techniką, przemysłem, w tym również przemysłem artystycznym.

Przemysł artystyczny był tą dziedziną wytwórczości, która, jak zauważył wybitny badacz sztuki użytkowej Georg Lehnert, już na początku XX wieku dawała możliwość zapanowania nad rynkami światowymi w nieznanym dotąd wymiarze, gdyż „jeśli jakiś kraj importuje wielkie ilości surowców mineralnych, to musi z nich za pomocą maszyn stworzyć tak dalece uszlachetnione produkty, aby przyniosły temu krajowi jak największe zyski. Nic się do tego celu bardziej nie nadaje jak właśnie przemysł artystyczny”¹⁸¹. Przemysł, który tworzył sztukę o bezgranicznych możliwościach i ilościach, dostępną dla wszystkich – czyż nie była to godna nowych czasów, rewolucyjna myśl ekonomiczna i artystyczna.

Konsolidacja sztuki i przemysłu stanowiła hasło naczelne wystaw, a przemysł i sztuka zostały w swoim znaczeniu zrównane. Przemysł został wywyższony,

sztuka umasowiona i spopularyzowana. Znalazła ona swoje miejsce wśród surowców przemysłowych, maszyn rolniczych i gotowych fabrykatów. Marmurowe popiersia stały wśród maszyn rolniczych, obrazy wisiały między workami z mąką, a posągi dumnie górowały nad nowo powstałymi chemikaliami. Maszyna awansowała do roli bohatera, stalowym konstrukcjom i lokomotywow poświęcało się poematy, a konstrukcjom stalowym utwory muzyczne.

Nic tak nie odpowiadało duchowi XIX wieku jak ten zainscenizowany *su-pershow*, za którego fasadą toczyła się pokojowa walka o prymat gospodarczy nad światem między dwoma gospodarczymi gigantami: Wielką Brytanią i Francją. Do potyczek dopuszczono też inne nacje, ale jedynie jako statystów. Wielka Brytania, najbardziej uprzemysłowiona w tym czasie i posiadająca najbardziej rozwinięty, oparty na produkcji masowej przemysł artystyczny, starała się ukazać swoją potęgę i dać wyraz ekspansjonistycznym dążeniom. Było to też głównym powodem zainscenizowania pierwszej wystawy światowej w Londynie w 1851 roku.

Wystawa była wyrazem dumy z osiągnięć technicznych ostatnich lat. Dawała temu wyraz w rozbudowanej, pompacyjnej formie wystawianych produktów, która przerastała ich funkcje do tego stopnia, że często trudno było zorientować się, czemu służyć ma dany przedmiot, uginający się pod szatą bogatej dekoracji. Wyolbrzymione kartusze, bogata winorośl, dorodne girlandy ukrywały pod swoją dekoracją maszyny rolnicze, konstrukcje stalowe i najprostsze przedmioty codziennego użytku¹⁸². Oczom zwiedzającej wystawę publiczności w Crystal Palace, który samą konstrukcją epatował ekscentrycznością, jawiły się spiętrzone piramidy trzewików, rzędy karoc w przeróżnych stylach i formach, dekorujące ściany suche kwiaty, posągi wykutych z marmuru konających Indian, gazeta wielkości człowieka, indyjski tron, perskie dywany, autentyczne cedry z Libanu i palmy z Karaibów. Największą popularnością zwiedzających cieszyła się fontanna tryskająca wodą kolońską, słynny brylant królowej Wiktorii oraz maszyna do robienia kopert¹⁸³. Był to prawdziwy jarmark połączony z gabinetem osobliwości, którego zadaniem było jednak nie tylko ekscytowanie i zadziwienie publiczności, ale również pobudzenie jej świadomości, że życie bez całej gamy przedmiotów przemysłu artystycznego traci na pięknie i wartości¹⁸⁴. Oficjalne koła brytyjskie reklamowały wystawę jako „festiwal pokoju”. Towarzyszył jej jednak zarazem strach przed plebsem i rewolucją. Lęk ten szybko okazał się przesadzony, w związku z czym nawet służba domowa otrzymywała wychodne, aby wziąć udział w tym wielkim, epokowym wydarzeniu. Stąd, jak się wydaje, zrodziła się dychotomiczna idea wystaw światowych, które z jednej strony będą świątyniami sztuki i postępu, z drugiej – swoistymi igrzyskami i lunaparkiem dla ludu¹⁸⁵.

W dziedzinie przemysłowo wytwarzanej galanterii metalowej najbardziej spektakularne obiekty przedstawił oczywiście przemysł angielski, z jego czołowymi fabrykami w Sheffield i Birmingham. Bogate dekoracje, skomplikowane formy, wijące się pnącza liści, finezyjnie oddane formy kwiatów miały stanowić dowód, że przemysł artystyczny potrafi wytwarzać przedmioty równe obiektom rękodzielniczym. Barokowo stylizowane świeczniki z antycznymi boginiami, empirowe sfinksy wśród girland i łańcuchów, patery z puttami i opadającymi liśćmi winogron, żardyniery z półnagimi boginiami zaplątanymi w zwojach szat,

puchary nawiązujące do manierystycznych wzorców – to typowe dekoracje przedmiotów tam powstających. Wśród firm na czoło wysunęła się firma Elkington & Mason z Birmingham z wyrobami o formach regencyjnych, orientalnych, gotyckich i barokowych. Drugą znaczącą firmą była Dixon & Sons z Sheffield ze spokojniejszymi i mniej wybujałymi formami, nawiązującymi do greckich meandrów oraz ornamentów roślinnych. Również z Sheffield wywodziła się firma Broadhead & Atkin, specjalizująca się w wyszukanej galanterii stołowej, nawiązującej do motywów rokoka i baroku. Do innych, mniejszych firm angielskich, należały Cartwright & Hirons z Birmingham z repertuarem ażurowych koszy o bogatej dekoracji roślinnej, Gough z Sheffield z wyjątkowo bogato dekorowanymi obiektami stołowymi, Higgins z Londynu ze sztukami o fantazyjnych formach skręconej winorośli, kartuszy i kwiatów. Bardziej umiarkowane w formie wydają się produkty firmy Hawkesworth & Eyre z Sheffield z ornamentami w formie akantu i winorośli. Firma Harrison z Sheffield ukazała drobne posrebrzane przedmioty o przeładowanych formach kwiatowych, firma Hall & Co., również z Sheffield, prezentowała neorokokowe formy, a firma Prime & Son z Birmingham zdobiła swoje *menage* (serwisy do soli i pieprzu) w ażurowe wzory oraz wyposażała w kunsztownie szlifowane szkła o ananasowym szlifie. Firma Smith & Nicholson z Londynu zaproponowała patery na owoce o dekoracji łączącej motywy personifikacji z motywami roślinnymi. Podobne tendencje prezentowała firma F. H. Thomson z Glasgow, ukazująca puchar podtrzymywany przez kupidyna, podczas gdy personifikacja czasu pełniła funkcję podstawy do czajnika¹⁸⁶.

Niewątpliwie to właśnie przemysł angielski dominował w tej branży i stanowił przykład do naśladowania dla innych firm na całym świecie.

Wystawa olśniła publiczność, w oczach krytyków okazała się jednak estetycznym fiaskiem przemysłu artystycznego. A manko w dziedzinie zdobnictwa oraz niską jakość nowo powstałych obiektów seryjnych nie było w stanie zrekomensować samo zafascynowanie maszyną parową i prasą hydrauliczną. Eklektyczne zdobnictwo, sięgające do wzorów minionych epok, starając się naśladować rzemiosło nie było w stanie oddać ducha współczesnego czasu. Ze wszystkich stron podnosiły się głosy krytykujące produkty wytwarzane seryjnie, ze względu na brak oryginalności, złą jakość wykonania i naśladownictwo produktów rzemieślniczych. Wystawa ukazała w bezlitosny sposób konieczność kształcenia świadomych swoich zadań projektantów przemysłowych. Największym problemem był jednak fakt, że tak naprawdę nikt poza grupą zaangażowanych reformatorów nie był zainteresowany poprawą i podniesieniem jakości produktów fabrycznych: ani artyści, ani fabrykanci, ani klienci. Artysta – który nie chciał zejść z Olimpu wielkiej sztuki i parać się produktami masowymi; fabrykant – doskonale sprzedający swoje tanie, masowe produkty; klient – zadowolony z niespotykanej taniości niedostępnych dla niego do tej pory produktów luksusowych. Stwierdzili to samokrytycznie sami Anglicy, przekonani o swojej potędze przemysłowej, Francuzi, pewni swojego prymatu w sztuce, jak również Niemcy, którzy w ogóle nie byli na wystawie zauważalni.

Nastąpił okres ogólnej dezaprobaty dla przemysłu artystycznego i jego krytyki. Anglicy, Francuzi, a za nimi i inne narody, zaczęli gwałtownie zajmować się reformą estetyczną swoich produktów, czyli poszukiwaniem nowych ideałów

artystycznych oraz pobudzaniem poczucia smaku zarówno wśród twórców nowej dziedziny sztuki, czyli fabrykantów i projektantów, jak i wśród, według opinii reformatorów, zdeorientowanej, niepewnej swego gustu publiczności.

Modele odnowy były różnorodne. John Ruskin i William Morris dostrzegali możliwość poprawy jakości produktów w radykalnej rezygnacji z maszyny i z produkcji seryjnej na rzecz tworzonego w manufakturze rękodziela. Hasło to okazało się jednak dla przemysłu artystycznego tylko połowicznym rozwiązaniem problemu, gdyż produkty tak wytwarzane, przez swoją czasochłonność, stały się drogie, a przez to dostępne jedynie elicie finansowej, co było zaprzeczeniem zarówno socjalistycznych ideałów Morrisa, jak i założenia wytwórczości masowej¹⁸⁷. Inni widzieli możliwość symbiozy sztuki i przemysłu w celu tworzenia nowych, oderwanych od tradycyjnie pojmowanego piękna wartości (Cole)¹⁸⁸.

We Francji de Laborde nawoływał do codziennej sześciogodzinnej pracy w fabrykach i dwugodzinnej nauki rysunku dla wszystkich robotników. Produkty tak wytwarzane, oczywiście bez użycia jakichkolwiek surogatów, powinny być sprzedawane instytucjom państwowym i muzeom¹⁸⁹. Główną słabością przemysłu artystycznego było, dla niego, uleganie prymitywnym gustom klientów. Podniesienie smaku całych nacji mogłoby zatem poprawić estetyczną jakość produktu artystycznego. Według de Laborde'a, jedego z najbardziej interesujących reformatorów tego czasu, przyczynić się do tego mogłaby właściwa dydaktyka, publikacje dokształcające i propagujące nowe tendencje oraz państwowy interwencjonizm. Był on zwolennikiem postępu i maszyny, w nich upatrywał odciążenia człowieka od żmudnej i ciężkiej pracy oraz wygodę życia¹⁹⁰. Pozostawał jednak człowiekiem swojego stanu i czasu, uważając „rewolucję za rzeczywistość, którą trzeba pogodzić z wyższymi i niezmiennymi siłami społeczeństwa, jakimi są sztuka, idealizm, religia i arystokracja, jeśli nie wyłącznie z urodzenia, to przynajmniej z ducha i pieniądza”¹⁹¹.

Orędownikiem reformy przemysłu artystycznego był również Gottfried Semper. Przez swoją krytykę bezstylowości przemysłu artystycznego, jego zbyt szybkiego rozwoju oraz tendencji do imitacji, dającej przedmiotom wygląd tego, czym nie są, przyczynił się do powstania założeń ideowych otwartego w 1857 roku w Londynie South Kensington Museum, którego zadaniem było wprowadzenie nowej estetyki przemysłowej. Dydaktyka ta, skierowana zarówno do rysowników fabrycznych, jak i szerokiej rzeszy publiczności, miała podnieść smak nowo kształtującego się społeczeństwa i wartość nowo powstałego przemysłu artystycznego.

Jak mocno wzięto sobie do serca zapoczątkowaną po pierwszej wystawie światowej pracę u podstaw w kształtowaniu nowego oblicza przemysłu artystycznego, może świadczyć II Wystawa Światowa w Londynie w 1862 roku. Ukazała ona Wielką Brytanię jako mocarstwo nie tylko przemysłowe, ale również jako nację przodującą w zastosowaniu sztuki w przemyśle. Brytyjczycy zdominowali ilością, ale przede wszystkim jakością swoich produktów wszystkich pozostałych konkurentów. O wysokiej jakości angielskich produktów świadczyć mogą wyroby takich firm, jak Elkington & Co., Beuham & Sons, Hart & Son. Powszechnie panował co prawda chaos stylistyczny, który zaowocował w wystawionych neorokokowych kominkach, manierystycznych plafonach, klasycyzujących paterach, meblach w stylu Ludwika XVI, neorenesansowych zegarach, neogoty-

kich kielichach, naturalistycznych girlandach, muszlach i rokokowych puttach. Ten brak wspólnego mianownika stylistycznego nie miał jednak tak wielkiego znaczenia, gdyż produkty wykonane były nadzwyczaj starannie, a ich formy wykazywały się dużą pomysłowością oraz powściągliwością w stosowaniu dekoracji, jak i podporządkowaniu jej funkcji przedmiotów.¹⁹²

W dziale przedmiotów ze złota, srebra, platerów i przedmiotów emaliowanych prezentowało swoje produkty trzystu pięćdziesięciu wystawców, głównie Anglików i Francuzów. Wystawa ugruntowała prymat angielskich wytwórców w dziedzinie artystycznej produkcji masowej. Nawet Francuzi musieli go odczuć, gdyż od tej pory, mniej pewni swej dominującej pozycji w dziedzinie zdobnictwa i ekskluzywnego, wyszukanego smaku, zaczęli również, zainspirowani angielskim wzorem „reformować” swój gust i zdobnictwo, czego dowodem było powstanie w 1862 roku Musée des Arts Decoratifs w Paryżu.

Także na terenie państw niemieckich i Austrii powtarzają się głosy nawołujące do powstania muzeów sztuki stosowanej, które na wzór angielski i francuski, popierane przez państwa, propagowałyby ducha odnowy również w przemyśle artystycznym. Już w 1864 roku zostaje otwarte w Wiedniu Österreichisches Museum für Kunst und Industrie, a w 1867 – Deutsches Gewerbemuseum w Berlinie. Za ich przykładem we wszystkich większych miastach niemieckich powstają muzea, których zadaniem było kształcenie rysowników na potrzeby przemysłu i rzemiosła oraz opracowywanie materiałów dydaktycznych. Jednym z zadań muzeów, tak nagminnie powstających na zachodzie Europy, było zbieranie pamiątek sztuki dawnej, które służyć miały za wzór w kształceniu dobrego smaku zarówno u publiczności, jak i rzemieślników i projektantów fabrycznych. Muzea te koncentrowały się jednak głównie na kolekcjonowaniu unikatowych wyrobów rękodzielniczych o wysokiej randze artystycznej. Przedmioty codziennego użytku nie znajdowały zainteresowania u ówczesnych dyrektorów muzeów¹⁹³. To przedmioty luksusowe, reprezentacyjne, z powodu mniejszego zużycia oraz większego respektu, jakim je darzono, przechodziły z pokolenia na pokolenie. One też, ze względu na swoje artystyczne wartości, wyrażające się również w stosowaniu bogatej, na ogół naturalistycznej dekoracji, zostały uznane za obiekty godne naśladowania. W kręgu zainteresowania znalazły się zatem przedmioty służące dekoracji, traktowane zarówno wcześniej, jak i w czasach wystaw światowych jako *objets d'art*. Przemysłowy historyzm sięgał w doborze dekoracji właśnie do tych obiektów reprezentacyjnych, unikatowych i elitarnych, które z założenia niejako nawiązują do misternej dekoracji, zbytku i pompy. W rezultacie wiedziano doskonale, jak wyglądały przedmioty sztuki użytkowej zdobiące pomieszczenia królów i magnaterii, natomiast nic albo niewiele wiedziano na temat wnętrza mieszczańskiego w dawnych czasach. Nie może więc dziwić fakt, że zarówno rękodzieło, jak idący tym tropem przemysł artystyczny, sięgały właśnie do wyszukanych form sztuki elitarniej dawnych epok.

Wystawa Światowa w Paryżu w 1867 roku dała wyraz ugruntowanej pozycji Wielkiej Brytanii w dziedzinie przemysłu artystycznego, ale i potwierdziła wysoką rangę wyrobów francuskich. Produkty tych krajów górowały jakością nad prezentowanymi wyrobami innych krajów. Sztuka francuska i francuskie produkty przemysłu artystycznego podziwiane były za finezję

wykonania, wspaniałą technikę, wielostronność i fantazję, zarazem z powodów bardziej politycznych niż estetycznych krytykowane były w prasie niemieckiej i austriackiej za zewnętrzny przepych bez treści, fantazję dla fantazji i przeładowanie dekoracji. Były to ekskluzywne przedmioty zbytku o dekoracji neobarokowej i neorokokowej.

W relacjach z wystawy coraz częściej słyszy się jednak głosy krytykujące bezkarne i bezpodstawne mieszanie wszystkich stylów. Odrodzenie i wybawienie zaczyna dostrzegać się w naśladowaniu tylko jednego stylu¹⁹⁴.

Wystawa Światowa w Wiedniu w 1873 roku była przełomowa dla przemysłu metalowego. Nie tylko dlatego, że obiekty przemysłu artystycznego zostały w pełni zaakceptowane przez krytykę i publiczność, ale że pod względem ilości wyparły produkty srebrne. Firma Elkington z Birmingham i Christofle & Co. z Paryża stały się wielkimi wzorami do naśladowania. Jeden z niemieckich obserwatorów tak analizuje produkty tych firm: „przełomowymi w branży przedmiotów posrebrzanych są firmy Elkington i Christofle. Obiekty ukazane na wystawie wykazują się tak wysokim stopniem wykończenia i piękna, że stanowiąc będą olbrzymią konkurencją przedmiotom srebrnym nawet wśród bogatych i zamożnych klientów”¹⁹⁵. Obok nich uznaniem cieszy się też niemiecka firma Bruckmann & Söhne, zdobywająca na wystawie liczne medale.

Dekoracje, w których ukazane są produkty przemysłu artystycznego, stają się bardziej spokojne i wyważone. Przejawia się to w zaniechaniu użycia dramatycznych form manierystycznych i barokowych na rzecz łagodniejszych płaskich ornamentów, wykorzystujących motywy różnych epok. Choć wciąż panuje niepodzielnie eklektyzm form, to wybijającym się elementem stają się motywy klasycystyczne.

Wystawa Światowa w Wiedniu była próbą zmierzenia się przemysłu niemieckiego i austriackiego z produkcją francuską i angielską. W renesansie renesansu, który Niemcy i Austriacy uważali za swój styl narodowy, odnaleźli swój atut i szansę zaistnienia na rynku przemysłu artystycznego. Wspomniana próba okazała się jednak całkowitą porażką artystyczną. Pomimo niemieckich starań zafascynowania rodzimym renesansem, nie udało się przemysłowi niemieckiemu odebrać prymatu artystycznego Wielkiej Brytanii i Francji. Motywy neorenesansowe weszły jednak na stałe do repertuaru przemysłu artystycznego, stały się najbardziej odpowiednią dekoracją stołu, mieszkania i architektury.

Po Wystawie Światowej w 1889 roku w Paryżu zaczęto na nowo fascynować się motywami rokokowymi, znajdującymi w przemyśle artystycznym swego wiernego propagatora. Nadszedł okres III rokoka, charakteryzujący się wprost furją dekorowania wszystkiego, co miało wolną przestrzeń. We Francji i Rzeszy Niemieckiej zapanowała neorokokowa moda, która chwilowo wydawała się być receptą na udoskonalenie jakości produktów tej branży.

Na wystawie w Chicago w 1893 roku doszło do konfrontacji produktów europejskich, opartych na rzemieślniczych formach, posiłkujących się stylistyką eklektyczną, z amerykańskimi produktami masowej wytwórczości, pozbawionymi jakichkolwiek ornamentów lub stosującymi je bardzo oszczędnie. Wystawa ta uświadomiła europejskim producentom zagrożenie ze strony zarówno srebrnych, jak i posrebrzanych produktów amerykańskich, gdyż pomysłowością i jakością wykonania nie ustępowały one obiektom europejskim.

W Europie już pod koniec XIX wieku *rocaille* przybrał formę serpentynowej linii lub mięsistej łodygi. Od około 1900 roku, a szczególnie po Wystawie Światowej w Paryżu zauważa się powszechne zafascynowanie dekoracjami secesyjnymi. Serpentynowe ornamenty, wężowato zwinięte wici roślinne o konwulsyjnych, poskręcanych formach, rozwiane włosy wyłaniających się z szwarów i krzewów nimf, to typowe motywy wykorzystywane w nowej dekoracji, zwanej secesją. Jej stylistyka jest tak samo przesadna, jak za czasów wszechpanującego *rocaille'a*, tyle tylko, że zamiast muszli, fali i chrząstki do repertuaru secesyjnego wprowadzono zioła, krzewy, chwasty, żyjątka i drob-noustroje, omdlewające, wiotkie stylizowane niewiasty o smukłych kształtach i tajemniczym wyrazie twarzy, wśród ważek albo jako ważki, a wszystko to o wydłużonych proporcjach, trochę à *la Botticelli*, trochę à *la Parmigianino*. Przemysł artystyczny posiłkować się będzie tą stylistyką do wybuchu I wojny światowej.

Wystawy światowe stanowiły manifestację siły burżuazji i kapitalizmu, których atrybutem a zarazem nowym bogiem stał się towar. Zmagania między najbogatszymi państwami o lepszy smak i jakość wykonania, pomysłowość i wynalazczość odbijały się szerokim echem w prasie europejskiej. Za wszystkimi tymi estetycznymi zmaganiem i odczuwalna była silna rywalizacja polityczna, wychodząca często poza ramy estetyczne i przechodząca w nacjonalistyczną rywalizację polityczną. Zarówno Anglicy, Niemcy, jak i Francuzi starali się opanować rynek światowy za pomocą swoich tanich, masowych produktów seryjnych. Walka o podział świata nabrała nowego wymiaru. Państwa „podbijało” się nie tylko przez wojny, ale przede wszystkim przez eksploatację ich złóż mineralnych oraz opanowanie ich rynków zbytu.

Działalność WMF na tle przemysłu metalowego w Niemczech. Wybrane zagadnienia

Problem, który pragnę poruszyć w tym rozdziale, napotyka wielorakie trudności badawcze. Analizowany obszar jest olbrzymi, gdyż mamy do czynienia z setkami małych, większych i dużych wytwórni produktów metalowych, które w ciągu XIX i na początku XX wieku działały na terenie Niemiec, a dotychczasowe badania na ich temat są znikome. Analizie poddane zostały w ostatnim czasie jedynie nieliczne firmy, głównie produkujące wyszukane secesyjne wyroby cynowe, pozostawiając w cieniu wiele mniejszych, a nawet dużych wytwórni, których główną domeną była produkcja eklektycznych produktów masowych. Wybiórczość tych badań wiąże się nie tylko z ogólnie panującą modą na secesję, ale również z zainteresowaniem działalnością znanych i cenionych artystów sztuki użytkowej, którzy dzięki współpracy z tymi firmami pomogli im w zdobyciu „nieśmiertelności”. Do takich wytwórni zaliczyć należy przede wszystkim: fabryki Kayser & Söhne, Orivit AG oraz Gerhardi & Cie. Były to firmy w swoich założeniach skierowane do koneserów i publiczności o aspiracjach artystycznych. Natomiast literatura na temat fabryk masowo produkujących wyroby stołowe dla szerokiej publiczności jest znikoma.

● Każda z działających w tym czasie fabryk tzw. galanterii metalowej prezentowała odrębną strategię działania, charakteryzowała się odmiennymi celami artystycznymi i ekonomicznymi, kierowała swoje produkty do różnych grup społecznych, proponując tym samym urozmaicony asortyment produktów. W spektrum tym znajdziemy zupełnie małe wytwórnie, które wypuszczały unikatowe obiekty, niejednokrotnie wybitnych projektantów, np. firma **Clarfeld & Springmeyer** z Hemer (projekty van de Veldego) czy firma **C. B. Schröder** z Düsseldorfu (projekty Olbricha); duże fabryki, takie jak **Bruckmann & Söhne** z Heilbronn, produkujące zarówno popularne przedmioty codziennego użytku, jak i wyjątkowej jakości przedmioty dekoracyjne, jak również firmy, np. **Jüst** i **Henniger & Co** z Berlina i **Quist** z Esslingen, specjalizujące się w produkcji tanich, przystępnych dla szerokiej rzeszy klientów wyrobów kuchennych, stołowych, ale i dekoracyjnych. Fabryki, które specjalizowały się w produkcji masowej, korzystały także z pomysłów znanych projektantów tamtego czasu.

Firma Leuconide-Metallwarenfabrik **J. P. Kayser & Sohn** w Krefeld powstała w 1844 roku i specjalizowała się w produkcji początkowo neorenesansowych i neorokokowych, a następnie secesyjnych wyrobów. Innowacją techniczną wprowadzoną przez tę fabrykę było zastosowanie specyficznego stopu cynowego, znanego jako Kayserzinn, będącego udoskonalonym wariantem metalu Brytannia, składającego się z cyny, antymonu i miedzi. Cechą charakterystyczną Kayserzinn była jego lśniąca powierzchnia, do złudzenia przypominająca powierzchnię obiektów srebrnych. W produkcji przedmiotów z tego stopu wykorzystano z tradycyjnej technologii odlewniczej¹⁹⁶. Fabryka pierwsze swoje sukcesy osiągnęła na Wystawie Światowej w Paryżu w 1900 roku (złoty medal), przedstawiając specyficzny floralno-ornamentalny i geometryczno-abstrakcyjny styl, który zawdzięczała współpracy z takimi artystami, jak Hugo Leven, Hermann Fauser, Karl Berghof i Karl Geyer. W związku z lawiną zamówień, spowodowaną sukcesem paryskim, fabryka podwoiła liczbę swoich pracowników do czterech tysięcy. Już jednak w 1906 roku w związku z podniesieniem ceny rynkowej na cynę i ogólnym spadkiem zainteresowania wyrobami cynowymi wśród klienteli europejskiej nastąpiła zmiana profilu produkcji na wyroby z alpaki i mosiądzu, a od 1911 roku stopniowy zarówno ekonomiczny, jak i artystyczny regres firmy, który zakończy się ostatecznym jej bankructwem w 1940 roku¹⁹⁷.

Firma **Orivit** – AG powstała w 1894 roku i specjalizowała się w produkcji przedmiotów secesyjnych. Również ta fabryka wprowadziła do produkcji podobny do Kayserzinn i Brytannii stop, który przez zastosowanie srebra, arsenu, niklu i ołowiu został dodatkowo uszlachetniony. W porównaniu z innymi wytwórniami cyny Orivit stosował różnorodne metody dodatkowego uszlachetnienia powierzchni metalu za pomocą jego złocenia, srebrzenia i lakierowania. Równie często i chętnie posługiwano się połączeniami metalu z ceramiką i szkłem¹⁹⁸. Sam sposób produkcji był na wskroś nowoczesny, a polegał na pełnym zmechanizowaniu produkcji oraz zastosowaniu opatentowanej w 1903 roku przez firmę prasy Hubera. O wszechstronnych możliwościach produkcyjnych tej prasy pisałam już w innym miejscu. To jej, między innymi, zawdzięczała fabryka wysoką jakość swoich produktów, ale to jej właśnie zakup oraz nieudana pre-

zentacja na wystawie światowej w St. Louis w 1904 roku spowodowały, że pomimo uzyskanego światowego rozgłosu (dwa Grand Prix oraz złoty medal) oraz licznych zamówień, już w 1905 roku firma ogłosiła bankructwo i została przejęta przez WMF.

Asortyment wytwarzanych przez fabrykę wyrobów określić można jako luksusową galanterię stołową w dekoracji nawiązującej do motywów floralnych, podobnych do tych realizowanych przez J. P. Kayser & Sohn. Galanteria ta służyła bowiem, podobnie jak wyroby z Kayserzinn, do dekoracji wyszukanych, secesyjnych pomieszczeń międzynarodowej arystokratycznej i burżuazyjnej klienteli. Dominują w niej dekoracje rozpostarte na brzegach naczyń z wolną przestrzenią środkową. Koncentrowano się na stołowniznie dekoracyjnej: wazonach, żardynierach, tacach, flakonach, a celom praktycznym służyły w najlepszym wypadku serwisy do kawy i herbaty, karafki i świeczniki. Po przejściu firmy przez WMF w ornamentyce wprowadzono elementy klasycyzujące i biedermeierowskie z charakterystycznymi motywami girland i liści akantu. Dekoracje straciły jednak swoją ekscentryczność, przejęły tradycyjne motywy, dopasowując się w ten sposób do gustu masowego klienta. Między rokiem 1896 a 1910 wykonano w fabryce około dwóch tysięcy modeli, których autorzy są nieznani. Większość tych obiektów powstała we własnym atelier, część we współpracy z Hermannem Gradlem, któremu jednocześnie przypisuje się autorstwo najciekawszych projektów¹⁹⁹. Już w latach dwudziestych XX wieku rozpoczęły się problemy finansowe firmy, a w latach trzydziestych zarząd WMF definitywnie ją zamknął.

Przedmioty o podobnym „artystycznym” profilu powstawały również w wytwórni **Gerhardie & Cie.** w Lüdenscheid. Fabryka ta, istniejąca od początku XIX wieku, specjalizowała się od połowy tego stulecia w produkcji obiektów z mosiądzu i alpaki, od 1870 roku przestawiła się na produkcję wyrobów z Brytannii, a od 1900 roku podjęła produkcję wysokiej jakości obiektów secesyjnych. Ich projekty powierzono takim artystom, jak Peter Behrens, Albin Müller, Joseph Maria Olbrich, Albert Reimann, Maurice Dufrené, Gottlieb Heintel. Pomimo to, a może właśnie dlatego, fabryka zaczęła od 1906 roku odczuwać trudności finansowe, asortyment wyrobów rozszerzono o wzory neorokokowe i klasycyzujące, by w okresie I wojny światowej fabrykę definitywnie zamknąć²⁰⁰.

Do firm porównywalnych z WMF należała fabryka **P. Bruckmann & Söhne** w Heilbronn. Fabryka powstała w 1805 roku i rozwinęła się w ciągu XIX wieku do jednej z największych i artystycznie najbardziej znaczących wytwórni w Europie. Zdołała zaproponować klientom zarówno dekoracyjne, indywidualnie kształtowane obiekty luksusowe o wysokiej wartości artystycznej, dobrze wykonane, ozdobne obiekty stołowe oraz masowe wyroby hotelowe i kuchenne. Nie zapomniano równocześnie o szerokim asortymencie sztucców, w których produkcji firma P. Bruckmann & Söhne była jedną z czołowych na terenie Niemiec. Szerokie spektrum wyrobów fabryki daje najwięcej możliwości do porównania ich z wyrobami WMF, również dzięki ich zróżnicowaniu stylistycznemu. Pomimo, że wiele obiektów WMF przypomina pod względem stylistycznym wyroby bruckmannowskie, gdyż wykonane one zostały z podobnych materiałów (posrebrzana alpaka, mosiądz i Brytannia), poddane podobnej formie uszlachetniania i mają równie wysoką jakość wykonania, to

finiezja w zakresie projektowania zdradza jednak inną kategorię klientów, do których produkty te były kierowane. Fabryka z Heilbronn dzięki licznym nagrodom na wystawach światowych zdobyła sobie na całym świecie liczną renomowaną publiczność, dla której wytwarzała produkty unikatowe, zarówno pod względem dekoracji i formy, jak i wykonania (wiele obiektów zrobionych jest ze srebra), pragnąc w ten sposób zyskać klientelę zarówno wśród publiczności o dużych zasobach finansowych, jak i ambicjach artystycznych. W tym celu zaangażowano również do współpracy z fabryką takich artystów, jak Behrens, Fauster, Adler, Haustein, Amberg, Zeller. Ambicją obejmującego w 1887 roku fabrykę Petera Bruckmanna, absolwenta studium sztuki użytkowej w Monachium, zaangażowanego członka, a później wieloletniego prezesa zarządu Werkbundu, było, jak sam twierdził, powiązanie idealizmu artystycznego z ekonomią²⁰¹. W praktyce odbijało się to w preferowaniu trzech, niejako niezależnych od siebie kierunków artystycznych. Pierwszy z nich opierał się na produkcji masowych, tradycyjnych, nawiązujących do stylów historycznych lub zabarwionych secesją wyrobów stołowych i bibelotów, drugi bardziej ambitny, zachowujący, co prawda, repertuar tradycyjnych form, starał się jednak artystycznie je przekształcać przez pomysły artystów-projektantów. Trzeci wreszcie, najbardziej awangardowy preferował ambitne, ekscentryczne projekty, pozostawiające artyście całkowitą dowolność twórczą.

Największe podobieństwa odnajdziemy zestawiając wyroby WMF z wyrobami takich fabryk, jak **Henniger i Jüst** z Berlina oraz **Quist** z Esslingen. Podobieństwa te widoczne są zarówno w doborze materiałów, jak i w stylistyce. Również grupa odbiorców, do której adresowane były produkty, była podobna. To, co odróżniało te fabryki od WMF, to gorsza jakość wykonania i wykończenia produktów, mniejsza produkcja obiektów luksusowych, reprezentacyjnych oraz znikome zainteresowanie produkcją obiektów secesyjnych. Przedmioty wykonywane w tych fabrykach nie były przeznaczone dla koneserów sztuki, poszukujących rzeczy wyjątkowych, lecz dla szerokiej rzeszy średniego i „niższego” mieszczaństwa. Fabryki te specjalizowały się w produkcji na ogół drobnych przedmiotów stołowych i kuchennych, prezentując szeroki asortyment kabaretów (serwisy do przypraw), koszyków do chleba, tac i pater. Rzadko spotykamy tu wyjątkowe, okazałe i luksusowe eksponaty²⁰². Zarzucenie rynku tymi różnorodnymi w swej stylistyce, lecz z czasem nurzącymi klienta wyrobami spowodowało również ich szybki schyłek i upadek.

Jak wynika z tej niekompletnej analizy porównawczej, WMF zajmuje w krajobrazie niemieckiego przemysłu metalowego miejsce „łącznika” pomiędzy ambitnymi artystycznymi wyrobami, skierowanymi do koneserów ówczesnej wytwórczości metalowej, a produkcją masową, pragnącą zainteresować niewybredne oko drobnomieszczanina. Produkcja WMF łączy w sobie w znakomity sposób elementy „artystyczne” z „plebejskimi”. Pozostając produkcją masową, znajduje zainteresowanie koneserów i zbieraczy sztuki. Być może była to recepta na ekonomiczny sukces firmy, która jako jedna z nielicznych przetrwała do dnia dzisiejszego.

PROJEKTOWANIE W PRZEMYSŁE ARTYSTYCZNYM NA BAZIE OBIEKTÓW FIRMY WMF/PLEWKIEWICZ

Atelier fabryczne WMF w Geislingen

*Jedni przygotowują w fabrykach włókienniczych projekty tkanin we wszystkich historycznych i „nowoczesnych” stylach według zebranych w tekach kopii, inni rysują całe swoje długie życie w drukarniach dyplomów, plakaty, widokówki z landszaftami, na których muszą obrysować cały świat. Jeszcze inni projektują tylko etykiety na pudełka od papierosów lub poznają metody taniego kompilowania, aby wyprodukować konkurencyjne ozdoby metalowe i zdobić na akord sufity mieszkań wizerunkami aniołów i kwiatów. Najlepsi i najzdolniejsi są specjalistami od tego i tamtego, od plakatów, konfekcji i kutego żelaza. I tak przechodzi dzień po dniu, sztuka, sztuka, wciąż nowa sztuka...!*²⁰³

WMF, podobnie jak wszystkie większe lub bardziej znaczące fabryki tego typu, posiadała własną pracownię projektową, w której pracowali rysownicy i modelarze projektujący obiekty, wdrażane następnie w rodzimym zakładzie. Do zadań kierownika atelier należało prowadzenie pracowni, czyli kierowanie rysownikami i modelarzami, kształcenie praktykantów na przyszłych projektantów, opracowywanie katalogów firmowych, sugerowanie nowych tendencji i stylów. Narodziny nowego wzoru rozpoczynały się na ogół od powstania szkicu i rysunku planowanego modelu, po którego akceptacji wykonywano rysunek techniczny. Na tym kończyła się praca projektanta, dalsze czynności twórcze przejmowane były przez modelarzy, których zadaniem było sporządzenie na podstawie rysunku wiernego modelu w wosku. Ten następnie odlewany był w gipsie, czyszczony i cyzelowany. Po czynnościach tych wytwarzano odpowiednie sztance, a praca przenosiła się do warsztatów fabrycznych²⁰⁴.

Pracownicy atelier rekrutowali się głównie z absolwentów szkół rysunkowych, a później szkół rzemiosła artystycznego, w których zapoznawano ich z teoretycznymi podstawami zawodu projektanta. Nauka ta polegała na ogół na kopiowaniu rysunków lub gotowych obiektów. Adept zawodu odbywał praktykę w pracowni fabrycznej pod baczным okiem mistrza.

W 1889 roku powstała przy fabryce WMF własna szkoła zawodowa, początkowo prowadzona przez **Hansa Petera**, a później, od roku 1895, przez Alberta Mayera. Nauka trwała cztery lata i kończyła się egzaminem, na którym wymagano dokładnego rysunku projektowego oraz wiernego rysunku jednego z obiektów znajdujących się w Muzeum Sztuki Stosowanej w Stuttgarcie²⁰⁵.

Przeglądając się temu atelier, pozostającemu z dala od wielkich metropolii artystycznych, gdzie tworzyły się nowe mody, kształtowały kierunki i rodzimy style, narzuca się pytanie, skąd czerpali inwencję, pomysły i impulsy twórcze projektanci, którzy niejednokrotnie nigdy nie wyjechali poza granice Wirtembergii? Źródła, jak się wydaje, było kilka. Jednym z nich była powszechna w tym czasie **sztuka naśladowania**. Mam tu na myśli świadome naśladownictwo i kompilację. Zarówno Peter jak i Mayer narzucili atelier w Geislingen swój indywi-

dualny styl. Można uznać ich za mistrzów gatunku, który tworzyli. To przede wszystkim ich maniera była naśladowana i przetwarzana. Samo atelier fabryczne stanowiło niejako mikrokosmos klasycznej akademii, w której pod bacznym okiem mistrza realizowano konkretne zamówienia. Różnica polegała jedynie na tym, że odbiorcami byli nie prywatni zleceniodawcy, lecz rodzima fabryka.

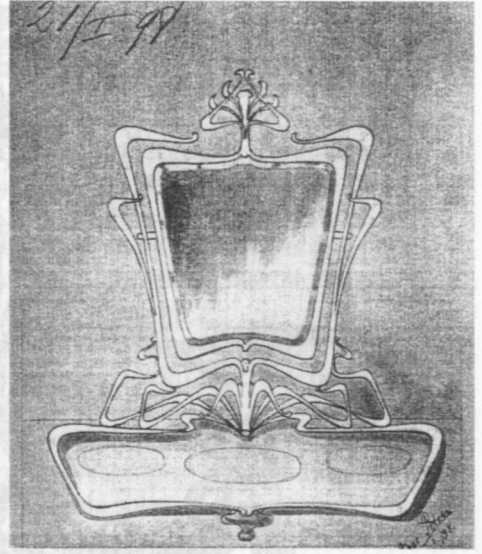
Już starożytni Grecy bardziej cenili zgodność z tradycją niż oryginalność i nowatorstwo. W antycznym kanonie upatrywano trwałych wartości, takich jak doskonałość, miara i stosowność. W ten sposób trzymanie się reguł zapewniało największą szansę zbliżenia się do ideału sztuki²⁰⁶. W okresie renesansu przyjęcie do warsztatu znanego i cenionego mistrza było najlepszą gwarancją sukcesu artystycznego²⁰⁷. W drugiej połowie XVII wieku francuskie encyklopedie pod hasłem „imitation” podają definicję malarstwa doskonałego, rozumianego jako powiązanie „naśladownictwa i idealizacji [...], do którego prowadzi droga przez naśladownictwo starych mistrzów. Naśladownictwo, rozumiane było jako właściwy motor postępu w sztuce, a co więcej ułatwienie w tworzeniu obrazu o charakterze oryginalnym”²⁰⁸. Cytaty takie można mnożyć, aby przekonać się, że kopiowanie i naśladowanie było normalną, wręcz nieodzowną drogą w karierze artysty.

Tradycja tak rozumianej „akademickiej” wytwórczości sięga korzeniami antyku i dopóki nie stworzono odrębnej idei geniuszu twórczego, dopóty stanowiła ona jedyną aprobowaną formę edukacji. Akademicka rzeczywistość nakazywała kopiować i asymilować manierę starych mistrzów, gdyż w przyswajaniu sobie dorobku mistrzów leży wielkość sztuki. Amoralny aspekt plagiatu, kopii i cytatu nie istniał w sztuce. Były to uznawane metody działalności artystycznej. Nie istniało również pojęcie „duchowej własności”²⁰⁹. Aby podkreślić ten aspekt, sięgnę jeszcze raz do Eversa, który twierdzi, że „naśladowanie nie jest alternatywą oryginalności, tylko jej fazą, której nie należy z założenia skazać na wtórność”²¹⁰.

Projekty własne WMF

Projektantem, który w sposób decydujący wpłynął na oblicze artystyczne produktów WMF, był **Hans Peter**. Urodził się w 1856 roku i był absolwentem jednej ze szkół rysunkowych w Stuttgarcie. Jego powiązania z WMF sięgają jeszcze działalności w firmie Ritter & Co. w latach siedemdziesiątych XIX wieku. To on nauczał rysunku w przyfabrycznej szkole rysunkowej w Geislingen i prowadził kursy doszkalające dla projektantów WMF, a w 1889 roku przejął kierownictwo pracowni. Hans Peter należał do najbardziej utalentowanych projektantów WMF, jemu też przypisuje się autorstwo najciekawszych obiektów tej firmy. Do projektów tych zaliczyć można między innymi paterę o podstawie w formie kobiety trzymającej w rękach talerz szklany z roku 1896 oraz lustro secesyjne o formie stylizowanych roślin z 1898 roku.

Jako uzdolniony i dobrze zapowiadający się projektant został wysłany przez WMF w 1895 roku do Berlina, ówczesnej metropolii sztuki niemieckiej, aby tam zmierzyć się z „duchem czasu”, zdobyć nowe doświadczenia i otrzymać podniety artystyczne, które z kolei mógłby wykorzystać w rodzimej pracowni fabrycz-



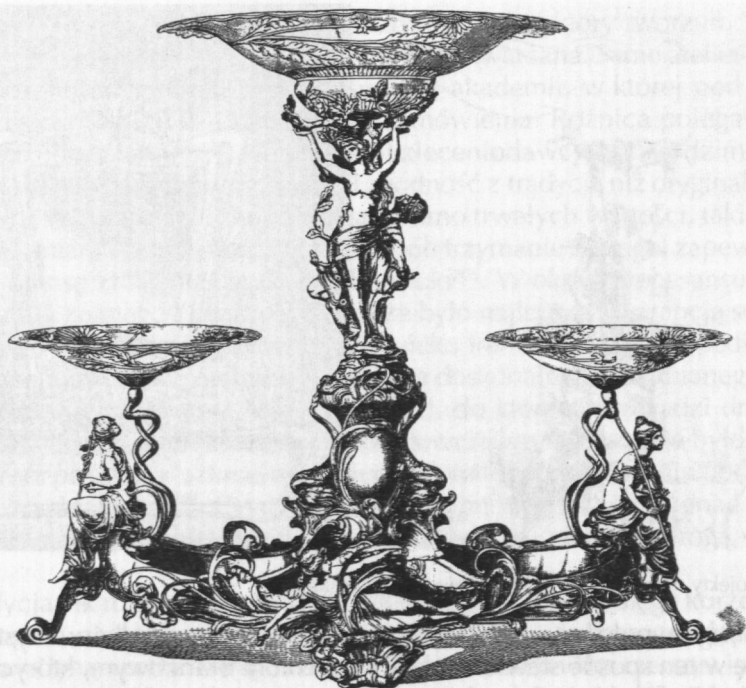
H. Peter, projekty obiektów dla WMF (archiwum w Geislingen)

nej. Geislingen, położone z dala od tumultu wielkich ośrodków artystycznych, starało się w ten sposób stawić czoła konkurentom branżowym, których główną siedzibą był Berlin. Hans Peter przepojony nowymi pomysłami i impulsami wrócił do Geislingen i... zrezygnował z pracy w WMF, początkowo założył własne biuro projektów, a następnie firmę. Pomimo że nadal aż do roku 1907 współpracowano z Peterem, doceniając jego inwencję i popularność jego projektów wśród klientów, to w świadomości dyrekcji WMF pozostała nieufność w kontaktach z podejrzewanymi o nielojalność wybitniejszymi osobowościami artystycznymi.

Nowym kierownikiem pracowni przyfabrycznej został w rezultacie rzeźbiarz z wykształcenia **Albert Mayer**, który prowadził ją od 1895 do 1931 roku.

Obiekty wg projektu A. Mayera





Obiekty wg projektu A. Mayera

Jego następcą zaś był syn Kurt Mayer, współpracujący z firmą aż do 1961 roku²¹¹. O organizatorskim talencie Alberta Mayera świadczą znakomite obiekty, jakie wyszły z tego atelier w okresie świetności WMF w latach przełomu i początku wieku XX. O artystycznych umiejętnościach Mayera świadczą jego projekty, między innymi zamieszczony w „Deutsche Kunst und Dekoration” z roku 1897 model żardyniery, dekorowanej na ściankach motywem nagiej kobiety z wałką, wylaniającej się z sitowia²¹². Obiektów wychodzących z WMF nie sygnowano, gdyż według kierownictwa fabryki były dziełem zespołu projektantów, dlatego do wyjątku należy taca na wizytówki sygnowana imieniem A. Mayera, przedstawiająca głowę wynurzającą się z wody kobiety wśród lilii wodnych. Jemu również przypisuje się talerz z podobnym motywem²¹³, żardynierę (nr 217) z dwoma towarzyszącymi jej flakonami na kwiaty (nr 117, 117a) z roku 1898 oraz pojemniki do chłodzenia szampana (nr 237, 112). Typowymi dla tego artysty formami były kompilacje rokokowych i naturalistycznych elementów²¹⁴. Sądzę, że jemu lub jego bezpośredniemu wpływowi przypisać też należy większość projektów secesyjnych o motywach metamorficznych, łączących elementy postaci kobiecej, dziecięcej lub chłopięcej ze światem dziewiczej natury.

Do nielicznych obiektów, których proveniencję jesteśmy w stanie określić, a które uznawane są za dzieła pozafabrycznych artystów, należy powstała około roku 1885-1890 patera ze stojącym na żółwiu roześmianym puttem, podtrzymującym muszlę, przypisywana profesorowi akademii monachijskiej **Franzowi von Struckowi**²¹⁵. Druga, bardziej praktyczna wersja tego modelu putta z płaską muszlą w dłoniach, stojącego na innej muszli, uważana jest za samodzielny projekt pra-

cowni WMF, którego jednak powiązań z projektem poprzednim nie można nie zauważyć²¹⁶.

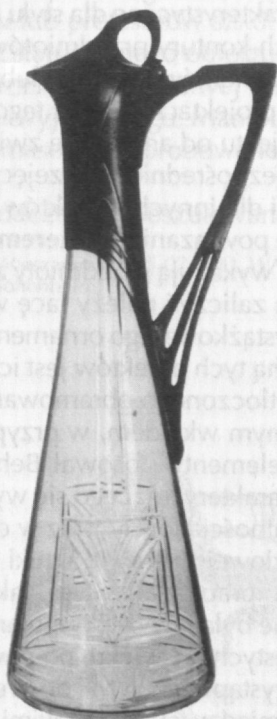
Fabryka nie współpracowała na ogół z wybitnymi artystami sztuki stosowanej, gdyż z dystansem i rezerwą podchodzono do artystycznego geniuszu. Było to nastawienie zgodne z ówczesną filozofią Württembergische Centrallstelle, reprezentującej przekonanie, że wśród projektantów, kształconych na potrzeby przemysłu, *Drang nach Höherem* jest niewskazany, a tzw. *echte Künstler* nie sprawdzają się w dużych fabrykach Wirtembergii. Zdaniem J. Cleve Wirtembergia była zbyt prowincjonalna, fabrykanci zbyt nastawieni na profit, a kształcenie smaku zbyt oszczędne, aby mogła zdobyć się na inną świadomość²¹⁷.

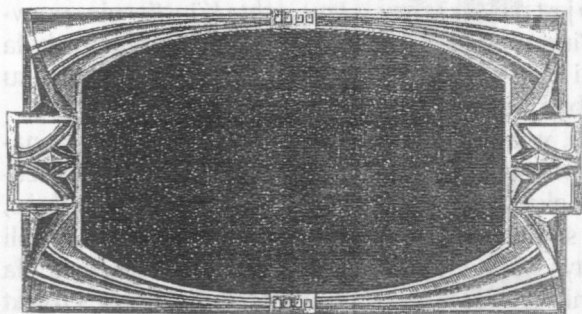
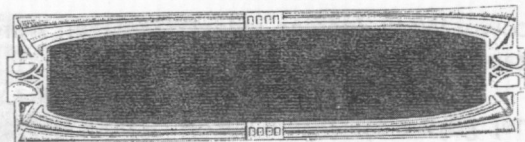
W drugiej połowie XIX wieku, w związku z praktycznie nieistniejącym, a następnie nie w pełni dopracowanym prawem ochrony wzoru, nie było potrzeby zatrudniania artystów, absolwentów akademii. Wzorów do naśladowania było dużo, należało je jedynie odpowiednio spreparować na potrzeby fabryczne. Nawoływali do tego zresztą najwybitniejsi artyści (wzorniki). Współpraca z artystami była dla fabrykanta skomplikowana prawnie i nie zapewniała sukcesu w sprzedaży. Projekt dostarczony przez artystę był często trudny lub wręcz niemożliwy do realizacji, gdyż zazwyczaj obce mu były zagadnienia technologii produkcji. Poza tym istniało niebezpieczeństwo, że projekty zakupione przez fabrykanta mogły być już w następnym sezonie powielane przez konkurencyjne wytwórnie. Fabryka WMF nie starała się tworzyć pojedynczych, wyszukanych obiektów, swą siłą widząc bardziej w zdobnictwie obiektów niż w kształtowaniu ich formy. Tworzono swoiste „opakowania”, ozdobne i dekoracyjne, korzystając z ograniczonej liczby form, lecz z bogatej i różnorodnej dekoracji zewnętrznej.

Pomimo nieufności, jaką obdarzano *echte Künstler*, od około 1904 roku zauważa się zainteresowanie WMF współpracą z modnymi wówczas artystami darmsztadzkiimi, a właściwie wzmożone korzystanie z ich pomysłów i wzorów. Spowodowane to było zarówno ogólną modą, jak i wręcz presją reformatorów przemysłu artystycznego, nawołujących do współpracy przemysłu z artystami. Niewiele jest dokumentów potwierdzających tę współpracę. Należy więc przyjąć, że większość przedmiotów o specyficznej „darmsztadzkiej” stylistyce powstała na podstawie zapożyczeń i kompilacji, a nie bezpośredniej współpracy.

Do udokumentowanych projektów artystów darmsztadzkich należy pod-

Dzban, ok. 1900, R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie, szkło bezbarwne, szlifowane, stop cynowy, odlew, wys. 43 cm; projekt nr 209, prawdopodobnie A. Müllera; MMP/S/8052





Obiekty WMF, projekt przypisywany P. Behrensowi, 1905

stawka pod butelkę (nr 15) **Albina Müllera** z roku 1904 o ornamentyce powierzchniowej w formie potrójnej wstęgi z linearnymi obramowaniami²¹⁸. Jego projektu są lub pod jego wpływem powstały zapewne takie obiekty, jak karafka (nr 209) o tektonicznej formie i linearno-geometrycznym ornamentyce, podstawka pod szklankę (nr 215) i świecznik (nr 132).

Charakterystyczne dla stylu Müllera było wykorzystywanie form silnie zaznaczających kontury przedmiotów i oszczędne użycie ostrokątnych, geometrycznych ornamentów. Jego styl lub wpływ jego artystycznej inwencji widoczny jest w wielu projektach WMF z tego czasu. Należy przy tym dodać, że wraz z zakupem projektu od artysty nie związanego z fabrycznym atelier fabryka miała prawo do bezpośredniego przejścia modelu, przekształcenia go albo użycia jako inspiracji dla innych projektów własnych.

Silne powiązania z **Peterem Behrensem**, również członkiem kolonii darmsztadzkiej, wykazują przedmioty zamieszczone w katalogu z roku 1905. Do obiektów tych zaliczyć należy tacę w trzech różnych wymiarach o stereometrycznej formie wstążkowatego ornamentu oraz lustro, powtarzające ten wzór. Wyróżniającą cechą tych obiektów jest ich „ramowość”, charakteryzująca się wykorzystaniem wytłoczonego obramowania poprzez wypełnienie go, w przypadku tacy – drewnianym wkładem, w przypadku lustra – szkłem. Podobne, choć nie identyczne, elementy stosował Behrens w dekoracji kompletu biurkowego z 1901 roku, charakteryzującego się wykorzystaniem obramowanych linii i swoistą monumentalnością formy, oraz w dekoracji paneli dla „hamburskiego holu” na międzynarodowej wystawie sztuki użytkowej w Turynie w 1902 roku²¹⁹.

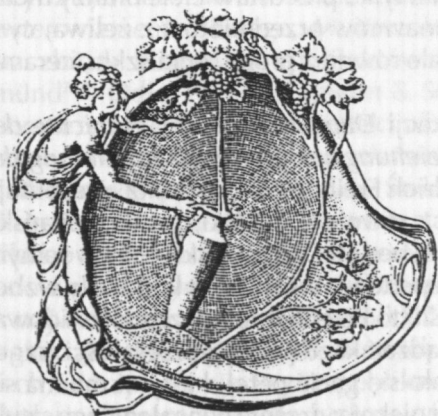
Współpraca z artystami, jak wynika z tej krótkiej listy artystycznych osobowości, nie była w WMF popularna. Czymś oczywistym stała się dopiero w latach dwudziestych XX wieku, po powstaniu Neue Künstlerische Abteilung w Geislingen i przystąpieniu WMF do Werkbundu. Z tego czasu znane są również umowy zawarte między fabryką a takimi artystami, jak Hauststein, Riemerschmied i Müller.

Obiekty WMF wykazują niewątpliwe podobieństwo z pracami innych współcześnie tworzących artystów, np.: taca z motywem wyłaniającej się z wody dziewczynki przypomina dzieła R. Bosselta²²⁰, dzbanek na wino o uchu w kształcie Psyche można porównać z pracami wiedeńskiego twórcy Franka²²¹, „Pocałunek” Behrensa lub Christiansenowską okładkę czasopisma „Jugend” z roku 1897 z tacją na wizytówki o motywie całującej się pary²²². O czerpaniu inspiracji z dzieł Christophera Dressera lub z katalogu wydanego w Sheffield dla J. Dixon & Sohn świadczą takie obiekty, jak mlecznik i cukiernica oraz kandelabry o charakterystycznych hebanowych uchwytach i prostych ornamentach²²³. Są to jednak dalekie podobieństwa, które nie musiały być pierwszym impulsem natchnienia projektantów tworzących w WMF. Były one jednak na tyle popularne, że stanowiły ogólną inspirację tego czasu. Podobnie jak puchary w formie nautilusa lub strusiego jaja, patery lub etażery z postaciami orientalnych kobiet i mężczyzn oraz opierającego się o pień jelenia, z których chętnie korzystano we wszystkich krajach europejskich, specjalizujących się w produkcji przedmiotów przemysłu artystycznego doby historyzmu, a które po raz pierwszy wykorzystane zostały w Anglii i stamtąd rozprzestrzeniły się w całej Europie. Podobieństwa znaleźć można w twórczości wielu znaczących artystów i ugrupowań tego czasu, takich jak Mucha, Crane, Lalique, Hoffmann, prerafaelici, Moreau, von Stuck. Wszyscy oni byli, chcąc nie chcąc, „ojcami chrzestnymi” przemysłu artystycznego.

Pomimo współpracy ze znanymi artystami i czerpaniu natchnienia z popularnych secesyjnych motywów, lista zamówień i zakupów klientów WMF świadczyła o tym, że najpopularniejszy na początku XX wieku był produkt o stylistyce neorokokowej, klasycyzującej i neorenesansowej. Posługiwano się modnymi podówczas nazwiskami artystów-projektantów lub profesorów szkół sztuki stosowanej, aby w celach reklamowych podnieść status danego obiektu czy nawet całej kolekcji. Odwoływano się przy tym bardziej do właściwej człowiekowi próżności niż jego potrzeby posiadania obiektu wyjątkowego. Manipulacje takie były czymś normalnym w dziedzinie produkcji masowej i aprobowane były przez fabryki oraz klientów.

Historia sztuki uczy nas, że zadaniem badacza jest poszukiwanie nazwisk

Etażerki do kart wizytowych (kat. firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), 1905-07, s. 81, WABW B 70, 576 [WABW – Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg, Stuttgart-Hohenheim]



Nr. 252/29 cm



Nr. 289

wielkich artystów, którzy – jak w badanym przeze mnie przypadku produkcji masowej – jeśli nie współpracowali bezpośrednio z fabryką, to przynajmniej dostarczali do niej własne projekty. Satisfakcją napawa nas odnalezienie podobieństwa modelu z projektem znanego, cenionego artysty, jakbyśmy chcieli w ten sposób usankcjonować trud zajmowania się sztuką w ogóle, a tak „marginalnymi” problemami jak przemysł artystyczny w szczególności. Nie znajdując ich, kwalifikujemy obiekty te jako drugorzędne, mniej wartościowe. „Wielkie” nazwiska są jakby filarami historii sztuki. Jeśli ich nie znajdujemy, jesteśmy rozczarowani, zawiedzeni²²⁴. Wynika to zarówno z narzuconej nam metody poszukiwania wielkich osobowości, jak i trudności w odczytywaniu walorów estetycznych, gdyż mierzymy sztukę bardzo często nazwiskami, a nie wartościami artystycznymi. WMF wyprodukowało, jak sądzę, kilkadziesiąt, a może kilkaset wzorów, których wartość artystyczna jest bardzo wysoka, pomimo że wykonane zostały anonimowo. Czy Albin Müller był projektantem podstawki pod szklanę, czy nie, nie zmieni to faktu, że nie jest to duże osiągnięcie twórcze.

Teki i wzorniki rysunkowe

Do kopiowania zachęcały największe autorytety artystyczne, a gotowe teki rysunkowe z godnymi naśladowania rysunkami obiektów z minionych epok miały stanowić pomoc dla potrzebujących wsparcia artystycznego rzemieślników i projektantów. Wsparcie to rozumiane było przez artystów, autorów wzorników, wręcz dosłownie i wynikało z istniejącego systemu kształcenia, który zakładał, że rzemieślnik, do niego bowiem przede wszystkim kierowane były wzorniki, stoi na końcu drabiny „twórczej” i to artysta odpowiedzialny jest za projekt dzieła, rzemieślnik zaś tylko za jego wykonanie. Różnego rodzaju poradniki i teki graficzne były źródłem do naśladowania, stając się tym samym fundamentem historyzmu. Wzorniki tego typu nie są wymysłem XIX-wiecznym. Kopiowanie wzorów propagujących manierę danego mistrza czy szkoły stały się popularne od momentu pojawienia się rycin, szczególnie intensywnie od XVIII wieku. Od tego czasu również wzorniki dla rzemieślników, rozpowszechniające projekty w różnych dziedzinach wytwórczych, towarzyszą wiernie rękodzielnikom w ich zmaganiach twórczych. Ze wzorników tych korzystali nie tylko przedstawiciele branży metalowej, do której zaliczyć należałoby wykonawców przedmiotów z żeliwa, cynkalu, brązu, czy modnej galwanoplastyki, ale również producenci szkła, ceramiki i mebli.

W prezentowanej w 1796 roku publikacji *Darstellung und Geschichte des Geschmacks der vorzüglichsten Völker in Beziehung auf die innere Auszierung der Zimmer und auf die Baukunst* autor, J. Friedrich Freiherrn zu Racknitz, prezentuje i zachwala nie tylko smak europejski, lecz również chiński, perski, taitański, turecki, krsztadzki, meksykański, a nawet syberyjski i żydowski²²⁵. Tym samym zasiano ziarno wolności w korzystaniu z repertuaru wszystkich kultur dla wzbogacenia twórczości współczesnej. Jak określił to Peter Meyer „przez zlikwidowanie tradycji dowolnie można było rozporządzać każdą epoką przeszłości: sznur naszyjnika pereł został zerwany, teraz miało się garść pereł, którymi można się było swobodnie bawić. Albo, mówiąc mniej pięknie: drzewo genealogiczne sztuki

zostało zrąbane i teraz, w dowolnej kolejności, można było palić pojedyncze szczapy. Pytanie *dłaczego nie?* wystarczy odtąd dla usprawiedliwienia każdego przedsięwzięcia – od imitacji świątyni doryckiej aż do domu kulistego, od improwizowania nowych religii aż po dadaizm... Wszystko jest dozwolone i możliwe, ale nic nie jest zrozumiałe samo przez się tak, że stałoby poza dyskusją i subiektywnymi tylko preferencjami”²²⁶.

Szczególne nasilenie wszelkiego typu wzorników można zauważyć w latach trzydziestych XIX wieku, gdy pęd do wiedzy historycznej staje się powszechny. W połowie stulecia prezentowane w nich dekoracje wyróżniają się bogactwem różnorodnych motywów i ornamentów. Początkowo powstawały poradniki dostarczające wzorów dla każdej możliwej działalności wytwórczej, które zostały z kolei wyparte przez te czysto ornamentalne. Bestsellerem tego gatunku był wydany w 1856 roku przez Owena Jonsa *Grammar of Ornament*.

Do szeroko upowszechnionych i wysoko cenionych w Niemczech publikacji tego typu należała teka z rysunkami pod redakcją K. F. Schinkla i P. C. Beutha *Vorbilder für Fabrikanten und Handwerker* z roku 1821, oferująca bogaty materiał klasycyzujących form i motywów. W słowie wstępnym autorzy wręcz nawołują do wiernego trzymania się przedstawionych motywów i nie zalecają zmian w ich przejmowaniu²²⁷. Po katalogu Schinkla ukazały się następne, propagujące różne style i ornamenty, wciąż jednak dające do zrozumienia, że ich wiernie kopiowanie jest najlepszą receptą na sukces i dowodem dobrego smaku. W latach czterdziestych XIX wieku ukazuje się *Ornamentik des Mittelalters* C. Heidehoffa i C. Gorgela, teka rysunkowa propagująca motywy sztuki romańskiej i gotyckiej²²⁸. Oczywiście nie mogło zabraknąć również wzorów renesansowych, które swoich zwolenników znalazły wśród naśladowców *Formschatz der Renaissance*²²⁹. Autor tej publikacji, Hirth, podkreśla w słowie wstępnym, że dobry smak zależy przede wszystkim od znajomości starej sztuki. Wielkość można osiągnąć dzięki „pełnemu wyczuciu i miłości” oraz studium starych mistrzów. W latach pięćdziesiątych pojawiają się *Darstellungen sämtlicher Haus- und Luxusartikel im deutschen Style*, nawołujące do kopiowania lamp, pucharów i sztuczków w narodowym, czyli późnorenesansowym stylu niemieckim²³⁰. Z teki *Ornamentale Formenelemente* dowiadujemy się, jak tworzyć obiekty użytkowe we wszystkich możliwych stylach na podstawie modeli muzeów europejskich²³¹. W przyfabrycznym archiwum WMF odnajdziemy oprócz tego: *Entwürfe und Musterornamente Pilotego, Musterzeichnungen für Gold- und Silberarbeiten*²³² oraz zbiory litograficzne obiektów firmy Christoffle & Cie.²³³, Schwäbisch Gmünd²³⁴, Odiot²³⁵ i Bruckmann & Söhne²³⁶. Wymienione tu pozycje to tylko wybrane tytuły z całego zasobu tek i albumów, wspierających projektantów w ich dążeniu do kształtowania nowych form zdobnictwa przemysłowego.

Właściwie już po Wystawie Światowej w Londynie w 1862 kopiowanie zakurzonych muzealnych wzorów stało się mniej modne, a z Anglii nadchodziła nowa tendencja, preferująca studium natury. Atlasy botaniczne kopiowano z podobnym zapałem jak uprzednio wzorniki antycznych budowli, by jak najwierniej i najdokładniej oddać piękno natury. Powstawały również hasła głoszące stylizację form roślinnych. Głównie w Anglii, ale również w Niemczech, ukazywały się liczne publikacje, które starały się stworzyć nowy wokabularz elementów roślinnych na potrzeby przemysłu i rzemiosła²³⁷. *Novum*

stanowił fakt, że w publikacjach tych zalecano już nie ich wierne kopiowanie, lecz inspirowanie się nimi, przetwarzanie ich i dostosowywanie do własnych potrzeb tak, aby jak najtrafniej oddać piękno motywu i podkreślić celowość jego zastosowania.

Dla tych, którzy pomimo tych chlubnych zachęt poszukiwania indywidualnych dróg chętnie skorzystaliby z porady w tej dziedzinie, stały do dyspozycji mniejsze i większe publikacje, ukazujące się pod koniec XIX wieku prawie w każdym większym mieście niemieckim. Jednym z wielu tego typu wydawnictw były *Dekorative Vorbilder für Zeichner, Maler, graphische Künstler, Dekorateurs, Bildhauer, Architekten*, ukazujące się w Stuttgarcie od 1890 roku i prezentujące bordiury, fryzy, sceny figuralne, dekoracje powierzchniowe, wzory ornamentyki metalowej i drewnianej oraz projekty ceramiczne²³⁸. Były to na ogół projekty niemieckich i francuskich artystów, głównie profesorów szkół sztuki stosowanej. W tece z 1890 roku ukazano dla przykładu tradycyjne motywy, zaczerpnięte z minionych epok, w nowej, współczesnej „aranżacji”: manierystyczne okucia metalowe, boucherowskie amorki, bordiury kwiatowe na wzór niemieckiego renesansu, manierystyczne raporty do dekoracji ścian i książek lub obrzeży naczyń, przetworzone i dostosowane do współczesnego smaku. Te tzw. nowoczesne wzory odnosiły się na ogół do projektów historyzujących, połączonych z elementami naturalistycznie przedstawianych roślin i kwiatów. W tradycyjnych muszlach umieszczono trzciny, w rogach obfitości – lilie wodne, w regencyjnej siatce – gałęzie kwitnącej wiśni²³⁹. W tece z 1891 roku spotykamy stylizowane kwiaty, spłaszczone animalistyczne i floralne ornamenty, a naturalistyczne rośliny tracą swoją świeżość na rzecz płaskich, sztywnych form. Na początku XX wieku pojawiają się litografie à la Mucha według Livemonta, stylizowane ornamenty zwierzęce i roślinne, wręcz abstrakcyjne motywy roślinne według Bacarda i Imberga, bordiury z pawimi oczami według Jackobsa. Zamieszczone w tece rysunki pochodzą od uznanych autorytetów sztuki użytkowej tego czasu, aby tylko wspomnieć Dufrene’a, Menzla, Hoffmanna, Kupkę i Purschingera. Wiele projektów secesyjnych opiera się na założeniach darmstadzkiej Künstlerkolonie, inne przetwarzają wzory angielskich artystów, takich jak Ashbee i Scott lub francuskich, jak de Feure i Brateau.

Podobną, upowszechniającą rolę dla nowego secesyjnego stylu odgrywała teka rysunkowa O. Eckmanna *Neue Formen. Dekorative Entwürfe für die Praxis* z roku 1897²⁴⁰.

Autorzy obu tych najważniejszych dla secesyjnego niemieckiego przemysłu artystycznego wzorników, Hellmuth i Eckmann, zachęcali do jak najwierniejszego naśladowania zawartych w nich rysunków. W przypadkowości i w za dużej inwencji w ich przetwarzaniu widzieli zagrożenie dla nowo powstającego kierunku. Jedynie wierne kopiowanie gwarantowało, ich zdaniem, dobrą jakość wykonanego projektu.

W okresie przelomu wieku wzorniki do naśladowania pojawiały się w niezliczonych wariantach i formach. Chcąc sprostać olbrzymiemu zapotrzebowaniu na nie zarówno wśród projektantów, jak i nieprofesjonalistów, tworzono wciąż nowe, wykorzystywano do dekoracji wszystkie możliwe modne podówczas motywy i ornamenty.

Jak widać na powyższym przykładzie, proceder korzystania ze wzorników

był czymś oczywistym dla ówczesnego projektanta. Tę zasadę wpajano mu od samego początku jego drogi zawodowej, popierali ją nauczyciele, jej realizacji oczekiwał fabrykant, a klienci ją uznawali. Pejoratywnego zabarwienia nabrał ten fenomen od momentu, gdy zaczęto łączyć go z niemożnością twórczą, którą to opinią obdarzyli klasycznych „kopistów” przedstawiciele romantycznego, a następnie nowoczesnego nurtu sztuki.

Wiemy co prawda, że istniały w atelier w Geislingen wzorniki i teki graficzne. W żadnym z nich nie znalazłam jednak bezpośredniego wzoru, z którym można byłoby połączyć wzory WMF, żadnego ornamentu, który byłby bezpośrednio kopiowany, żadnej dekoracji, która stanowiłaby bezpośredni motyw do naśladowania. Również analizując bogaty zestaw konkurencyjnych katalogów firmowych nie można znaleźć przedmiotu takiego samego. Owszem, pojawiają się niejednokrotnie ładząco podobne przedmioty, o podobnym repertuarze wzorów i form, nigdy jednak identyczne. Oznacza to zatem, że atelier fabryczne takiej wytwórni jak WMF było w stanie stworzyć swój własny, oryginalny styl. Styl, który w mnogości wytwarzanych wówczas przedmiotów metalowych jest dla doświadczonego kolekcjonera i badacza łatwy do uchwycenia, pomimo różnorodności i wielorakości prezentowanych modeli. Styl ten rozpoznawalny jest również w precyzyjnej obróbce metalu oraz solidności wykonania wzoru. Było to niewątpliwie zasługą długoletniego kierownika atelier w Geislingen Alberta Mayera, który swój specyficzny styl był w stanie narzucić całemu gronu współpracowników. To, co stanowi motyw przewodni tych obiektów, to ich tendencja do dekoracyjności, do „dopowiedzenia” wszystkiego przez zastosowany ornament i wzór. Dokładna analiza katalogów firmowych WMF/Plewkiewicza pozwoli w dalszej części tej pracy zapoznać się ze specyfiką tego stylu.

Rola prasy w upowszechnianiu wyrobów przemysłu artystycznego

Typowe dla wczesnej fazy działalności WMF, ale też innych europejskich fabryk tego typu, było naśladowanie wzorów obiektów z wystaw światowych. Różnorodna literatura na ten temat w postaci licznych, bogato ilustrowanych katalogów i obszernych sprawozdań (w odcinkach), druków ulotnych rozmaitych wydawnictw wysyłkowych, sprawozdań organizacji rzemieślniczych w prasie dawała pole do popisu dla mniej lub bardziej wiernego kopiowania, przetwarzania i kompilowania. Wystawy światowe były areną, na której ukazywano najśmielsze wynalazki w dziedzinie techniki i najwybitniejsze osiągnięcia w sztuce. Staczano tam prawdziwe walki o pomysłowość, jakość i kunszt, a wielotomowe publikacje stanowiły materiał do rozważań dla reformatorów i krytyków sztuki. Zarówno prasa codzienna, czasopisma dla kobiet, jak i czasopisma fachowe opisywały na swych łamach poszczególne obiekty, zachwycały się ich pięknem i sławiły ich wynalazczość. Zachęcały jednocześnie do ich naśladowania, widząc w tym oczywistą drogę do poprawy złego smaku.

Ambicją organizatorów wystaw światowych była ich jak największa popularyzacja zarówno poprzez reklamę samej wystawy, jak i jej eksponatów. Służyły temu szczegółowe relacje korespondentów poszczególnych państw oraz urzędowe sprawozdania oficjalnych wysłanników. Zamieszczone w nich ilu-

stracie dawały obraz wystawianych obiektów oraz rozmach samych wystaw²⁴¹. Nic nie budziło takiego entuzjazmu i powszechnego zainteresowania, jak śledzenie na przykład losów zastawy stołowej, zamówionej w firmie Christofle przez cesarza Napoleona III na Wystawie Światowej w Paryżu w 1855 roku²⁴². O oszczędności i postępowości cesarskiej (serwis był posrebrzany) rozpisywała się światowa prasa.

Zdjęcia z wystaw przedstawiały najznakomitsze wytwory rękodzielnicze i fabryczne. W dziedzinie produkcji masowej wyrobów srebrnych i metalowych do takich dyktatorów mody, których dzieła bogato ilustrowano i szeroko opisywano w osobnych katalogach, należeli m.in. Elkington & Co., Christofle & Cie. i Bruckmann & Söhne. Dla przykładu na Wystawie Światowej w Wiedniu w 1873 roku jeden z katalogów poświęcony jest firmie Elkington & Co.²⁴³ Prezentuje on najwybitniejsze prace fabryki pokazane na wystawie, a każde dzieło zaopatrzone jest w całostronicową ilustrację i bogaty opis przedmiotu. Oczywiście zarówno rozmach, wielkość, jak forma prezentowanych przez te firmy kompozycji, przeznaczonych jako prezenty dla zasłużonych osobistości lub nagrody dla sław tamtego czasu, dalekie były od przedmiotów wytwarzanych w WMF, służących przecież zaspokojeniu skromniejszych potrzeb. Lecz to właśnie te szeroko rozpowszechnione dzieła były wzorami do naśladowania, to one były podziwiane i w nich widziano wzory garniturów stołowych, dekoracji „na środek stołu”, piramid i pater. Nawet jeśli nie były to dokładne kopie obiektów z wystaw światowych, a jedynie ich dalekie zapożyczenia, to w świadomości klientów dawały one poczucie surogatu wielkiej, cenionej sztuki, a ich podobieństwo do nich świadczyło o dobrym smaku oraz stanowiło potwierdzenie własnego statusu towarzyskiego i rangi społecznej.

Czasopisma dostarczały również informacji o pracach najwybitniejszych rękodzielników tego czasu. Dzięki upowszechnieniu litografii i fotografii można było w całej Europie w drugiej połowie XIX wieku podziwiać dzieła francuskich, angielskich i niemieckich rzemieślników. Publiczność mogła brać bierny udział w rozpisywanych projektach na „srebra ratuszowe”, podziwiać piękno prezentów dla burmistrzów i zasłużonych obywateli, nagród dla jubilatów. Prace nad nimi powierzano wybitnym projektantom lub rękodzielnikom. Wiedzę o obiektach Ratzersdorfera z Wiednia, Schleissnera z Hanau czy Hermelinger z Kolonii czerpano przede wszystkim z prasy, gdzie były one prezentowane i opisywane. W dziedzinie branży metalowej popularyzatorską działalność prowadził wychodzący od 1868 „Kunst und Gewerbe, Wochenschrift zur Förderung der deutschen Kunstindustrie”, od 1884 roku „Kunstgewerbeblatt für Gold-, Silber- und Feinmetallgewerbe” i od 1898 roku „Handelszeitung für die Gold- und Silberwarenindustrie und verwandte Gewerbe”, który ukazywał się od 1900 roku pod nazwą „Deutsche Goldschmiedezeitung” i propagował przykłady interesujących oraz godnych naśladowania obiektów.

Regionalnym czasopismem w Wirtembergii, upowszechniającym nowe myśli i wzory służące poprawie smaku tamtejszych rzemieślników i przemysłowców oraz zajmującym się podstawowymi problemami estetycznego kształtowania obiektów sztuki użytkowej, było „Gewerbehalle, Organ für den Fortschritt in allen Zweigen der Industrie”, wychodzące między 1863 a 1893 rokiem w Stuttgarcie. Każdy numer tego czasopisma poświęcony był analizie innego zagadnie-

nia masowej produkcji przemysłowej. Podobną funkcję pełnił również „Gewerbeblatt”, organ Centralstelle für Gewerbe und Handel, popierający rozwój przemysłu wirteneberskiego. W obu tych czasopismach oprócz zamieszczania informacji o wystawach i konkursach, dostarczania najbardziej aktualnych wiadomości o nowych trendach i modach, zajmowano się również zagadnieniami pogłębiania świadomości estetycznej tamtejszych rzemieślników, fabrykantów i projektantów. Analizowano szczegółowo obiekty z wystaw światowych w kontekście rodzimych możliwości produkcyjnych. Propagowano produkcję taniej galanterii metalowej, dostosowanej do gustów średniozamożnej klasy społecznej. Założeniem była jednak solidność wykonania, taniocść, dobry smak w dekoracji oraz możliwość produkcji w dużych ilościach²⁴⁴.

Prasa jako w tym czasie najpopularniejsza i najdalej rozprzestrzeniająca się medium odgrywała olbrzymią rolę w upowszechnianiu sztuki, a także przemysłu artystycznego. Takie periodyki, jak wychodzące od 1893 roku „The Studio” w Wielkiej Brytanii czy od 1897 roku „Art et Decoration” we Francji i dziesiątki innych czasopism tego typu, które jak grzyby po deszczu wyrastały nagle we wszystkich cywilizowanych krajach, służyły szybkiej wymianie informacji i rozpowszechnieniu się nowych kierunków i mód. Secesyjne tendencje zaczęły pojawiać się w czasopismach niemieckich dopiero w latach dziewięćdziesiątych XIX wieku i propagowane były przez licznie ukazujące się czasopisma, upowszechniające ten styl zarówno wśród zainteresowanej sztuką publiczności, jak i projektantów. I tak od 1895 roku wychodziło czasopismo „Pan”, propagujące secesję na polu literatury, muzyki, malarstwa, architektury i sztuki użytkowej, od 1896 roku – „Jugend” o podobnych założeniach, od 1897 – „Deutsche Kunst und Dekoration”, czasopismo propagujące działalność artystów z darmsztadzkiej Künstlerkolonie. W początkowych latach na łamach tego ostatniego dominujący wpływ miał styl ornamentalny, floralny, w późniejszych geometryczno-abstrakcyjny. Czasopismo to położyło olbrzymie zasługi w upowszechnianiu secesji dzięki organizacji konkursów na najlepszy projekt w różnych dziedzinach sztuki użytkowej, prezentacji na swych łamach obiektów nagrodzonych oraz ich reklamie jako godnych naśladowania i zakupu przez fabrykantów. Oprócz tego regularnie dostarczało najświeższych informacji dotyczących zarówno krajowych, jak i zagranicznych wystaw, bogato je ilustrując. To zasługą artystów z Künstlerkolonie było wylansowanie na terenie Rzeszy Niemieckiej nowego, „abstrakcyjnego” stylu secesyjnego, uwolnionego od *horror vacui* XIX wieku. Wystawy członków Künstlerkolonie, które odbyły się w latach 1901, 1904 i 1908, cieszyły się wielkim powodzeniem wśród publiczności i krytyków. Konkursom na najlepszy projekt, rozpisywanym przez muzea sztuki użytkowej, a często same fabryki, poświęcały swoje łamy zresztą wszystkie wybitniejsze czasopisma. W Monachium w tym czasie wychodziły: „Innen-Dekoration”, „Kunst und Handwerk”, „Kunstgewerbeblatt”, „Die Kunst” i „Die Dekorative Kunst”. Charakteryzowały się one bogatą i wyszukaną szatą graficzną. Analizowano w nich przykłady współczesnej sztuki europejskiej i światowej, ukazywano różne style i mody, a wysokiej jakości litografie i rysunki eksponowanych obiektów zachęcały wprost do ich naśladowania.

Każda krytyka, z jaką spotykały się wyroby niemieckie na wystawach światowych, stanowiła podstawę do powstawania kolejnych publikacji, nowych wzorników i pomocy artystycznych. Stare poradniki wymieniano na nowe, zmienia-

no style i wzory. Fachowa prasa przejęła na siebie podobnie jak instytucje muzealne rolę nie tylko dydaktyczną i upowszechniającą, ale i dyktatorską. To teoretycy, krytycy i reformatorzy narzucali swój smak, to oni przejęli na siebie reglamentowanie sztuki. Wytyczanie dróg sztuce stało się domeną nie artystów, rzemieślników i projektantów, ale teoretyków, którzy co prawda zarzucali rzemieślnikom i projektantom przemysłowym dla przykładu tendencję do sięgania do wzorców historii, lecz jednocześnie tylko w niej dostrzegali możliwości twórcze, twierdząc np. „że w czystym powtarzaniu tego, co było, obumiera życie, jedynie to co nowe odpowiada współczesności, ale tylko w starym pniu i tylko w nim leży siła ruchu i źródło pożywienia dla nowego”²⁴⁵. Czyż nie były to powszechne hasła historyzmu, które propagowano. Granica przebiegająca pomiędzy epigonizmem a nowatorstwem stała się płynna. Sztuka XIX i XX wieku jest zarówno afirmacją historii, jak i jej negacją. A to, co w niej jest nowatorskie, ma wielorakie oblicza.

Komiwojażerowie i katalogi firm obcych

Niezastąpionym źródłem inspiracji były katalogi konkurentów branżowych lub informacje o ich nowych kolekcjach, dostarczane za pośrednictwem komiwojażerów. Im też należy przypisywać niebagatelną rolę w tworzeniu nowych tendencji i kierunków na potrzeby fabrycznego atelier. Spryt, przedsiębiorczość i inteligencja komiwojażera decydowały w równej mierze o powstawaniu nowych kolekcji, co najświeższe nowinki ze świata sztuki. Przeglądając sprawozdania komiwojażerów WMF z odbytych podróży należy stwierdzić, że szczególnie dużo miejsca poświęcają oni zagadnieniom artystycznym.

Wyjątkowo interesujące są relacje jednego z komiwojażerów, którego zadaniem była akwizycja wyrobów WMF w Anglii. W jego sprawozdaniu znalazły się szkice i odbitki gotowych obiektów, mających stanowić podniecie artystyczną dla pracowników fabrycznego atelier przy tworzeniu katalogu na najbliższy sezon. Baczniejsza analiza wykazuje, że był to brulion z rysunkami, które służyć miały powstaniu konkretnych obiektów-zamówień na rynek angielski. Komiwojażer ten nawiązując do katalogu z roku 1908, analizuje każdy zawarty w nim obiekt, sugerując innowacje, zmiany, propozycje usprawnień i ulepszeń. Impulsy te z kolei zaczerpnął od handlujących z nim jubilerów. I tak dla przykładu sugerował, że flakon na kwiaty był za duży, a przewaga szkła nad metalem nie odpowiada gustowi angielskiego klienta i dlatego proponuje na najbliższy sezon flakon o bardziej rozbudowanym stelażu metalowym. Kosz na owoce powinien być ażurowy, zaopatrzony w ruchome ucho i bardziej ozdobne szarniry, kałamarz był zbyt mały, najbardziej podobały się podobne do wzoru nr 47, w paterach szkło powinno stylistycznie pasować do podstawy, a wkłady powinny być kolorowe, podstawki pod butelkę powinny być wyższe i ażurowe, cukiernice podobne do wzoru 278 *etc.*²⁴⁶

Na podstawie tych informacji powstał w 1909 roku w WMF drugi zeszyt z już wdrożonymi pomysłami, sugerowanymi przez komiwojażera. Spotykamy więc

projekty wysokich, ażurowych podstawek pod wino, pater z kolorowym szkłem, flakonu na kwiaty o wysokim stelażu metalowym. Niektóre z tych przedmiotów prezentowane były jako projekt, inne zaopatrzone w numer i zdjęcie ukazywało już gotowy obiekt²⁴⁷.

Przeoglądając sprawozdania innych komiwojażerów ponownie przekonujemy się o ich wręcz decydującym wkładzie w powstawanie nowych kolekcji. Jeden z komiwojażerów upomina się o serwis na truskawki w formie muszli, inny o paterę na orzechy, podobną do tej produkowanej przez Fenton Bros, jeszcze inny proponuje przerobić zbyt ciężki i niepopularny dzbanek do kawy na czajnik²⁴⁸. Komiwojażer z Saksonii krytykuje za duży i nieporęczny kabaret, kosz na owoce o zbyt niespokojnej ornamentyce i donosi, że firma Kayser & Sohn wyprodukowała ładną, cieszącą się popularnością wazę do ponczu, a berlińska firma Electro-Plated Warenfabrik dostarczyła na rynek bardzo gustowne kabarety w angielskim stylu. Komiwojażer ten proponuje zastosowanie prostych wzorów i produkcję popularnych wyrobów z alpaki, a następnie przedkłada całą listę poszukiwanych przedmiotów z podaniem ograniczeń cenowych. Inny komiwojażer opisując swoje sukcesy w sprzedawaniu sztucców, skarży się, że ich zbyt wymaga wielkiego talentu przekonywania, gdyż wzór ich jest zbyt „rozwichrzony” i przeładowany. Zdobienie środkowe, według jego opinii, powinno zniknąć, różyczki muszą być mniejsze i bardziej trzymać się brzegu. Po czym kończy swoje sprawozdanie stwierdzeniem, że konkurenci wypuścili na rynek bardzo proste, prawie gładkie wzory sztucców, które cieszą się wielką popularnością wśród klientów²⁴⁹.

Bawarski komiwojażer w swoim sprawozdaniu zwraca uwagę na kreowanie spokojniejszych wzorów o dużej, wolnej przestrzeni, nie zaleca wielkich zmian stylistycznych oraz poleca wprowadzenie większej liczby tanich przedmiotów. Sugeruje, że flakon na kwiaty powinien mieć większą stopę, gdyż dotychczasowe trzy nóżki nie są praktyczne, pożądana jest waza do ponczu według załączonego przez niego szkicu, a serwis do herbaty i kawy powinien mieć tacę w kształcie podłużnym. W nowej kolekcji powinno się też uwzględnić nowy pojemnik na wino, pasujący do wazy do ponczu z obecnej kolekcji. Pojemniki na herbatę mają zbyt wysokie kołnierze, kosz na owoce powinien być bez ucha, a w koszu neobarokowym ucho jest zbyt proste, przez to niepasujące do bogato zdobionego przedmiotu²⁵⁰.

Do zadań komiwojażera należało badanie opinii publicznej na temat oferowanych wzorów. Na podstawie wyników takiej ankiety nadawano nowo powstającym kolekcjom specyficzne znamiona stylistyczne. I tak zarząd WMF w roku 1905-1906 rozesłał wśród komiwojażerów pytanie, jaki styl jest najbardziej popularny wśród klientów w poszczególnych regionach kraju. Pytanie to wyszło prawdopodobnie od poszukującego nowych dróg i impulsów artystycznych atelier fabrycznego. Okazało się, że w tym czasie najpopularniejsze były wzory „darmsztadzkie”, obok klasycystycznych, preferowanych głównie w Berlinie, i biedermeierowskich w Hamburgu.

Problemem nurtującym dyrekcję WMF było również pogorszenie się popytu. Komiwojażerowie, których ponownie obarczono znalezieniem odpowiedzi na ten stan rzeczy, doszukiwali się jego przyczyn, w zależności od regionu, w ogólnym kryzysie ekonomicznym, w nowej reformie podatkowej, w złej koniunkturze na zboże lub wreszcie w ogólnym braku zainteresowania obiektami platerowymi na

rzecz preferowanych przez reformatorów sztuki użytecznej „prawdziwych materiałów” przedmiotów srebrnych.

Ta swoista wiwisekcja rynku, wynikająca z chęci sprostania wymaganiom jak największej grupy klientów i z dążenia do dotarcia do gustu pojedynczego odbiorcy, jest godna zainteresowania. Propozycje wychodzą niejako od samych klientów, których pośrednikami są jubilerzy i komiwojażerowie, żadna ich propozycja nie zostanie zlekceważona, każda uwaga przyczyni się do stworzenia nowej, bardziej aktualnej, atrakcyjnej i pożądanej kolekcji.

W archiwum WMF znajdują się katalogi wszystkich znaczących firm konkurujących z WMF. Były one swoistym plonem działalności szpiegowskiej komiwojażerów, a ich zdobywanie nie było czymś łatwym, gdyż wymagało sprytu i przedsiębiorczości. Firmy bacznie strzegły swoich katalogów i dbały o to, aby nie dostały się one w ręce konkurentów branżowych. Było to co prawda utopijne dążenie, gdyż krążyły one między rywalizującymi firmami, a aura tajemnicy, którą owiane były nowo wychodzące egzemplarze, sprzyjała pragnieniu wejścia w ich posiadanie. Starano się w miarę możliwości na bieżąco „kontrolować” działalność konkurentów, korzystając często z zapożyczeń i inspiracji, jakich dostarczały ich katalogi. W WMF ze szczególnym zainteresowaniem obserwowano poczynania firm niemieckich, głównie berlińskich i z regionu Wirtembergii, które stanowiły bezpośrednią konkurencję. Pokażny zbiór katalogów angielskich, francuskich i austriackich firm świadczy jednak również o bacznym „śledzeniu” europejskich trendów artystycznych.

Proceder naśladowania i zapożyczania wzorów konkurentów branżowych był powszechnie znany. Prasa fachowa wciąż piętnowała takie poczynania, nie można im było jednak skutecznie przeciwdziałać. Zastanawiano się nad środkami zaradczymi i krytykowano działalność zbyt przedsiębiorczych komiwojażerów, którzy nie tylko z zapałem zbierali wzory obcych konkurentów, ale wręcz odkupywali od jubilerów obiekty konkurencyjnych firm w celu ich naśladowania²⁵¹.

Szczególnie dogodnym miejscem do podglądania i kopiowania były wystawy krajowe i międzynarodowe. Rzesza „naśladowców” z blokami rysunkowymi i ołówkami stanowiła prawdziwą plagę dla wystawiających, którzy musieli liczyć się z tym, że w następnym sezonie wzory ich najlepszych obiektów będą w mniejszym lub większym stopniu rozpowszechnione przez obce firmy.

Żadne prawo nie chroniło wzorów sztuki użytkowej i przemysłu artystycznego. W Niemczech stosunkowo późno w porównaniu z Anglią czy Francją wprowadzono prawo ochrony własnego wzoru, tzw. *Geschmacksmusterschutz*, bo dopiero w 1876 roku, i było ono tak płynne, że chroniło właściwie jedynie dzieła tzw. sztuki czystej, pozwalając niejako bezkarnie na powszechne kopiowanie wyrobów przemysłowych. W 1891 roku weszło w życie znowelizowane prawo, chroniące również obiekty sztuki użytkowej i przemysłu artystycznego, ale wprowadzenie już małych zmian do projektu uchylało to prawo, które w swoim założeniu było utopijne i doprowadziło w rzeczywistości do nasilenia procederu kompilacji w sztuce²⁵². Dopiero w 1907 roku powstał rozłam między ochroną wzoru a ochroną projektu. Sztuka użytkowa zaś i projektowanie przemysłowe postawione zostały na równi ze sztuką czystą.

Rola Centralstelle für Gewerbe und Handel

Niebagatelną rolę w upowszechnianiu sztuki na potrzeby przemysłu oraz w dostarczaniu informacji na temat aktualnych i modnych tendencji w sztuce odgrywały na terenie całych Niemiec stowarzyszenia rzemieślnicze i przemysłowe. Jedną z pierwszych i najbardziej zasłużonych w tej dziedzinie była w Wirtembergii Centralstelle für Gewerbe und Handel. Organizacja ta powstała w 1848 roku i zadaniem jej było popieranie rozwoju przemysłu tego regionu. Podstawowym celem w początkowych latach działalności było stworzenie własnego, prężnego przemysłu oraz ukrócenie importu przedmiotów przemysłu artystycznego z pobliskiej Francji, przez podniesienie poziomu artystycznych wyrobów rodzimej produkcji. Celowi temu służyły sprowadzane wzorniki, katalogi firm i przedmioty wzornictwa francuskiego oraz zakup godnych naśladowania obiektów sztuki użytkowej, organizacja konkursów na najwybitniejsze projekty, otwarcie szkoły rysunkowej, której celem było kopiowanie z modelu. W bibliotece założonej przez Centralstelle rzemieślnicy i projektanci mogli korzystać ze wszystkich możliwych publikacji, również tek rysunkowych.

Już w roku 1877 w samym Księstwie Wirtembergii stało do dyspozycji przemysłu dwa tysiące osiemset dwudziestu dwóch absolwentów tamtejszych szkół rzemiosł artystycznych oraz stu pięćdziesięciu trzech nauczycieli rysunku i modelowania, z których czterdziestu wykształciła sama Centralstelle²⁵³. Zadaniem tych nauczycieli było kształtowanie w uczniach poczucia smaku, nauka proporcji, rysunku i modelowania oraz rozwijanie świadomości procesów technologicznych i zdolności manualnych w obróbce form. Dążeniem było wykształcenie projektantów tylko na potrzeby przemysłu, a nie dla „wyższych” celów. Sama Centralstelle zatrudniała projektantów (już od 1851 roku), których zadaniem było dostarczanie wzorów do tamtejszych fabryk oraz pomoc w projektowaniu modnych i poszukiwanych obiektów²⁵⁴.

Starania zarówno niemieckich miast, jak i poszczególnych regionów, gdyż Wirtembergia nie była tu osamotniona w kształceniu młodych adeptów sztuki użytkowej i przemysłu artystycznego, były rozumiane jako narodowy obowiązek i gospodarcza potrzeba²⁵⁵. Nie szczędzono ani pieniędzy, ani wysiłku, widząc w nich dalekowzrocznie ekonomiczne korzyści.

Już od połowy XIX wieku dzięki działalności zrzeszeń rzemieślniczych i przemysłowych oraz ich dydaktycznej działalności i akcji upowszechniających formy dawnych stylów przenikają coraz intensywniej do fabryk i warsztatów.

W ostatniej dekadzie XIX wieku nastąpiła ogólna mobilizacja głównie instytucji upowszechniających i muzealnych w celu podniesienia jakości niemieckich produktów. Do walki z „bezugściem” ruszają reformatorzy i artyści, którzy popierani przez państwo walczą na wszystkich możliwych frontach o nowy smak. Działalność Centralstelle für Gewerbe und Handel w Stuttgarcie staje się wzorem do naśladowania dla innych miast i regionów na terenie całej Rzeszy Niemieckiej.

Zachowane archiwalia stuttgarckie w głównej mierze dotyczą problemów ekonomicznych i finansowych fabryki Plewkiewicz. Brak nam dokumentów, które mogłyby dostarczyć informacji na temat działalności fabryki warszawskiej „na miejscu”. Do końca nie wiemy, co i w jakich ilościach produkowano oraz kto był twórcą rodzimych projektów i modeli. Ustalenia w tym względzie mogą być jedynie hipotetyczne, mogą sugerować, nie do końca udzielając jednak odpowiedzi na postawione pytania.

Wśród wymienionych w 1900 roku **trzydziestu dziewięciu** obiektów, których liczba wzrasta w 1911 roku do **sześćdziesięciu dziewięciu**, większość stanowiły drobne przedmioty o mało skomplikowanej formie i ornamentyce. Do bardziej okazałych obiektów zaliczyć można samowary, tace, kafeterie. W miarę upływu czasu zauważamy w asortymencie fabryki tendencje do produkcji coraz drobniejszych i tańszych przedmiotów stołowych, w formie koziołków pod noże, korków, dzwoneczków, solniczek, talerzyków do cukru, kubków i zapalniczek stołowych.

Produkcja własna fabryki Plewkiewicz charakteryzowała się prostymi, masywnymi, surowymi kształtami, nawiązującymi głównie do form geometrycznych, a szczególnie typowe było stosowanie motywu kuli²⁵⁶. Przedmioty na ogół pozbawione były dekoracji, oprócz wszechobecnego wzoru giloszowego i grawerskiego. Wyroby charakteryzuje spory ciężar i matowość powierzchni, spowodowane używaniem stopu cynowego o dużej zawartości ołowiu.

Wyodrębnienie swoistej polskiej produkcji jest trudne, gdyż wiele przedmiotów rodzimych było kompilowanych z elementami wytwarzanymi w Geislingen.

Szkła do wyrobów, zarówno produkowanych, jak i posrebrzanych, dostarczane były najprawdopodobniej ze Śląska lub z Czech, o czym świadczy analiza porównawcza katalogów firmowych WMF i Plewkiewicz. O ile w przedmiotach WMF były to szkła często trawione i matowane o motywach roślinnych, o tyle wyroby warszawskie charakteryzują się na ogół grubym, geometrycznym szlifem.

Repertuar prostych, masywnych form wynikał z mankamentów warsztatowych. Niezbyt precyzyjne narzędzia i maszyny nie były w stanie wykonywać bardziej skomplikowanych obiektów. Większe i trudniejsze w wykonaniu przedmioty dostarczano z Geislingen.

W pierwszej fazie działalności, między rokiem 1890 a 1900, były to przedmioty, które najprawdopodobniej jakością wykonania nie ustępowały zbyt wiele wyrobom z Geislingen. Powstawały one na bazie modeli obcych, tworzonych na zamówienie fabryki u jednego z profesjonalnych projektantów warszawskich i wykonywane były na sztancach własnej produkcji. Wraz z przestawieniem się fabryki na produkcję tanich i prostych przedmiotów masowych, najprawdopodobniej już w latach 1906-1910, głównie przeznaczonych na potrzeby mało wymagającego rynku rosyjskiego, nastąpiło obniżenie poziomu wykonania i wykończenia produktów. W okresie tym również sztance oddawane były do cięcia obcym firmom, a ich wykonanie, jak relacjonuje to Debach, pozostawiało wiele do życzenia. Tymczasem niemodernizowane, przestarzałe maszy-

ny i narzędzia oraz początkowy sukces w sprzedaży tych małowartościowych przedmiotów na terenie Rosji, spowodowały całkowity upadek jakości wytwarzanych wyrobów.

Podstawowym problemem, który nasuwa się przy analizie produkcji własnej firmy Plewkiewicz, jest pytanie, kto był projektodawcą wytwarzanych produktów rodzimych. W żadnym ze sprawozdań Plewkiewicza dla WMF, a później spółki akcyjnej, nie istnieją adnotacje o zatrudnieniu rysowników lub projektantów. Niestety, nie zachowały się również dokumenty potwierdzające współpracę z konkretnym rzemieślnikiem lub projektantem warszawskim, lecz z pewnością należał on do projektantów wywodzących się z absolwentów szkół rysunkowych, które na początku XX wieku zaczęły powstawać w Warszawie. Niektórzy z nich oferowali swoje usługi na łamach prasy fachowej. Na przykład w „Sztuce bronzowniczej i złotniczej” reklamowali swoje usługi następujący projektanci i rzemieślnicy:

Józef Nemeč

Warszawa, ul. Leszno 37

Przyjmuje wszelkie rysunki i modelowania,
jak również cyzelowanie, cięcie sztańc w stali²⁵⁷

Rzeźbiarz – modelarz

Stefan Wuttke

Nowy Świat No 8 m 32

wykona wszelkie modele na odlewy ze srebra, brązu, mosiądzu
i innych metali²⁵⁸

A. Golejewski

rysownik

projekty, szkice i detale na wszelkie roboty stylowe

Marszałkowska No 79²⁵⁹

Jan Strzałecki

Art. malarz i rysownik

Specjalność projektowanie i rysunek dla wszystkich
Sztuk i Rzemiosł we wszystkich znanych stylach, w Warszawie
Topiel 14, m. 10²⁶⁰

Leon Szaesznajder

Rysownik – modelarz

Ul. Żurawia 19 m 44

Wykonywa projekty i modelacje w zakresie sztuki stosowanej²⁶¹

Zakład mechaniczny

Ślusarsko – tokarski Józefa Czelli

Warszawa, Leszno No 1

Pierwsza w kraju fabryka szczytów i sztańc kombinacyjnych
do wycinania i tłoczenia metali, skóry i tektury²⁶²

Kształcenie w dziedzinie projektowania przemysłowego nie odbiegało w Warszawie od założeń zachodnioeuropejskich. Nie było ono jednak tak popularne i powszechne jak na tamtym terenie. W Warszawie powstawały szkoły rysunkowe, kształcące projektantów, którzy w dalszej drodze zawodowej dostarczali projekty dla rzemieślników oraz wielu zakładów i fabryk parających się masową produkcją.

W 1844 otwarto w Warszawie Szkołę Sztuk Pięknych. Jej działalność została zawieszona już w 1864 roku, nadal funkcjonowała jednak Klasa Rysunkowa, która składała się z działu niższego, szkolącego ornamentarzystów na potrzeby rzemiosła i przemysłu i działu wyższego przygotowującego studentów do studiów sztuki „wyższej”. W dziale niższym kształcone były umiejętności praktyczne, rysunek geometryczny, kreślenie w zastosowaniu do rzemiosła, rysunek architektoniczny, ręczny oraz rysunek i modelowanie ornamentów. Polityka zaborcza zmierzała do nadania uczelni warszawskiej charakteru technicznego i praktycznego, oferując jednocześnie kształcenie w dziedzinie sztuk „wyższych” w St. Petersburgu i Moskwie.

W 1904 roku dyrekcję Klasy Rysunkowej objął P. Weloński, pragnący uczynić z niej Szkołę Sztuk Pięknych i Rzemiosła, której celem byłoby między innymi podniesienie poziomu artystycznego rzemieślników oraz upowszechnienie idei sztuki stosowanej dla przemysłu. Pomysł ten nie znalazł jednak aprobaty ówczesnych władz. W rezultacie powstała Pracownia Sztuki Stosowanej, w której odbywały się kursy niedzielne dla rzemieślników oraz warsztaty szkolne. Wykładowcami w latach 1905-1911 byli: Pajderski, Gałązowski i Trojanowski²⁶³.

W kalendarzu Ungra z 1891 znajdujemy informacje o działalności Szkoły Rysunkowej przy Muzeum Przemysłu i Rzemiosła na Krakowskim Przedmieściu, a od 1895 informacje o działalności Szkoły Rysunkowej na Placu Teatralnym²⁶⁴. Od 1898 roku pojawiają się obok szkół rzemieślniczych także prywatne szkoły sztuki stosowanej, np. Tatarkiewicza przy ul. Chłodnej, Trojanowskiego, Białeckiej i Słowackiego na Nowym Świecie²⁶⁵. W 1901 roku napotykamy adnotacje o siedmiu szkołach rysunkowych i dwóch szkołach sztuki stosowanej²⁶⁶.

Niezależnie jednak od aspektu politycznego, który utrudniał powstanie szkół o profilu akademickim, istniała również w świadomości polskiej głęboka przepaść między przedstawicielami sztuki „wyższej” i „niższej”, o czym może świadczyć wypowiedź jednego z propagatorów idei sztuki dla sztuki: „gdy uczeń ma upodobanie i biegłość rysunku, a nie ma instynktu piękna, które szkoła wykształca, ale tworzyć nie może – ten niech idzie do litografów, rytowników itp. Za granicą obok akademii sztuk pięknych istnieją szkoły dla sztuki stosowanej do przemysłu i rzemiosła. I u nas byłoby pożądanem, aby o tym pomyślano i uwolniono Szkołę Sztuk Pięknych od tego balastu, jaki stanowią uczniowie bez wrodzonego talentu, którzy mogą się nauczyć malować i rzeźbić, ale zostaną zawsze tylko rzemieślnikami”²⁶⁷. Opinia ta dotyczy co prawda uczelni krakowskiej, jednak nie możemy takiego stanowiska przypisać wyłącznie temu środowisku. Było ono popularne powszechnie i prezentowane przez wielu krytyków tamtego czasu, widzących w produkcji fabrycznej jedynie tandetę i szmirę, niegodną zainteresowania.

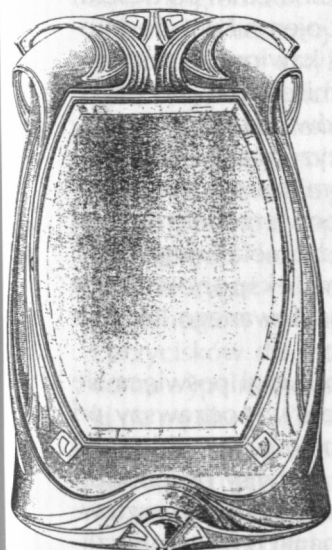
ANALIZA STYLISTYCZNA KATALOGÓW FIRMY PLEWKIEWICZ & CO.

Celem tej części pracy jest ukazanie jak najszerszego spektrum działalności firmy WMF/Plewkiewicz. Opis obiektów jest bardzo szeroki i może wydawać się zbyt szczegółowy. Ale mając do dyspozycji tak duży wybór katalogów, chciałam ukazać całe bogactwo różnorodnych propozycji fabryki. Jest to jeden z tych wyjątkowych dla badacza przemysłu metalowego momentów, w których mamy do czynienia nie z wybranymi, szczątkowymi i rozproszonymi katalogami, lecz z całym bogatym ich zbiorem. Ich dokładny opis ma służyć wyrobieniu sobie przez czytelnika własnej opinii o zakresie produkowanych w fabryce form i wzorów.

Analizie stylistycznej poddane zostały zachowane katalogi fabryki Plewkiewicz. Nie są one kompletne, gdyż w archiwum WMF w Geislingen i Stuttgartcie znajdują się jedynie katalogi z lat 1886, 1889/90, 1891, 1894, 1896/7, 1898/9, 1899, 1900, 1901, 1905/7, 1908, 1909, 1912, 1913. Muzeum Mazowieckie w Płocku posiada katalog z 1900/l. Zachowały się również nieliczne katalogi i cenniki sklepu Jaskulskiego z lat 1898/99, 1905 i 1908. W rezultacie mamy możliwość zapoznania się z około dwudziestoma katalogami z liczby siedemdziesięciu, tyle bowiem według moich obliczeń ukazało się w latach 1886-1913. Biorąc pod uwagę, że rocznie ukazywały się przynajmniej cztery katalogi (wiosenny, jesienny i dwa katalogi nowości), przyjąć musimy, że źródło to jest niekompletne. Pomocą są oczywiście zachowane w całości katalogi WMF, na podstawie których tworzone były katalogi firmy Plewkiewicz. Świadomie jednak skoncentrowałam się na tych ostatnich, aby dać najbardziej wierny obraz działalności firmy, która jest głównym przedmiotem analizy.

Katalogi firm WMF i Plewkiewicz drukowane były do 1913 roku w Geislingen. Do około 1900 roku katalogi fabryki Plewkiewicz powtarzają w zmniejszonym zakresie repertuar wzorów WMF z około rocznym opóźnieniem. Po roku 1900 ta różnica zaciera się prawie całkowicie i wychodzą one równolegle i pra-

Lustra toaletowe (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie),
1905-07, s. 87, WABW B 70, 576



Nr. 209



Nr. 108a



Nr. 131

wie w całości powtarzają na bieżąco asortyment artykułów produkowanych przez WMF, oczywiście w zmniejszonym zakresie. Szata graficzna obu katalogów zmienia się także równolegle w obu firmach. Na początku są to rysunki wykonywane przez projektantów z Geislingen w około pięciokrotnym pomniejszeniu w stosunku do rzeczywistych wielkości obiektów, częściowo podkolorowane, w następnych latach czarno-białe, a od około roku 1908 pojawiają się również albumy fotograficzne.

Równolegle do analizy stylistycznej obiektów projektowanych i produkowanych przez WMF, gdyż one w największej mierze są ilustrowane w katalogach firmy Plewkiewicz, staram się wyodrębnić produkty rodzimej proweniencji. Zarówno jednak niekompletność materiałowa (z niektórych lat zachowały się jedynie katalogi nowości), wciąż powtarzające się artykuły z poprzednich sezonów, jak i olbrzymia liczba przedstawianych obiektów utrudniają wyodrębnienie rodzimej produkcji firmy Plewkiewicz. Selekcji tej dokonano na podstawie żmudnej analizy porównawczej katalogów fabryki Plewkiewicz z katalogami WMF.

W 1886 roku pojawia się w Warszawie katalog wyrobów fabryki „R. Plewkiewicz i S-ka. Fabryka Posrebrzanych i Połączanych Wyrobów w Warszawie”²⁶⁸. Pierwszy numer wyszedł w dwujęzycznej rosyjsko-polskiej wersji, a karta tytułowa przedstawiała obiekty stołowe, które wieńczył orzeł dwugłowy z berłem i jabłkiem.

Pierwsze rozdziały ukazują przedmioty kuchenne: rondle, teryny, półmiski oraz sosjerki i półmiski na jarzyny. Mają one na ogół proste formy i pozbawione są ornamentów. W dalszych rozdziałach artykuły stają się jednak coraz bogatsze, zarówno ich formy, jak i repertuar ozdób, głównie naśladowujących ornamentykę renesansowo-manierystyczną. Najwięcej miejsca poświęca się

Piramida (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), 1886, s. 39, WABW B 70, 547



drobnym przedmiotom stołowemu, takim jak *menage* (małe serwisy na przyjęcia) (26 różnych modeli), a także kompotierkom, kabaretom do deseru, maselniczkom, pojemnikom do miodu, puszkom do kawioru, etażerkom na rzodkiewki, miseczkom do podawania korniszonów, orzechów i przekąsek. Charakteryzują się one wytłaczanymi, drobnymi dekoracjami gęsto powlekającymi powierzchnię na ogół ażurowego stelaża metalowego oraz dużymi partiami eksponowanego szkła misternie szlifowanego lub malowanego.

Równie dużo uwagi poświęca się podawaniu napojów, począwszy od serwisów do wody, przez chłodniki i wózki do wina, serwisy do ponczu, szampana, likieru i wódki po kunsztownie zdobione dzbanki o misternie szlifowanych szklach.

Bogato prezentuje się również wybór koszyków na owoce, dekorowanych wzorem giloszowym lub grawerowanym i zdobionych dodatkowo przeplatany wzorem główek putt, kartuszy i wolut.

Do najbardziej reprezentacyjnych artykułów stołowych tego katalogu należą etażery i piramidy na owoce i kwiaty, służące do dekoracji środka stołu. Etażery składały się z ozdobnej metalowej podstawy o różnorodnej formie: kariatydy, putta, jelenia, strusia lub bliżej niezidentyfikowanej pałki, dekorowanej drobnym neorenesansowym ornamentem oraz dopasowanego do niej zarówno tematyką, jak i formą szklanego talerza zdobionego bogatym szlifem. Piramidy o dwóch, a nawet trzech kondygnacjach, często z bocznymi koszami i wieńczącym je flakodem na kwiaty, ażurowe w swej warstwie metalowej, prześwitujące bogato szlifowanym szkłem spełniały w pełni zadanie, jakim było tworzenie wrażenia starożytnych kosztowności.

Następne rozdziały poświęcone były serwisom do kawy i herbaty o prostych angielskich kształtach i bogatej dekoracji giloszowej lub grawerowanej.

Repertuar artykułów stołowych kończyły liczne lichterze ręczne oraz trzy- i pięcioramienne kandelabry.

Do wyposażenia „gabinetu pana” należały oczywiście garnitury biurkowe, składające się z zapalniczek, tabakerek, lampek, koszyczków i postumentów do cygar i zapalek, listosuszków, postumentów na zegarki kieszonkowe i przycisków do listów. Toaletkę pani domu wypełniały lusterka ręczne, puszki na mydło i pojemniki na puder.

Nie zapomniano również o dzieciach, oferując im metalowe grzechotki, serwisy dziecięce i skarbonki.

Ostatnie rozdziały poświęcone były w głównej mierze przedmiotom litur-



№ 1.



№ 2.



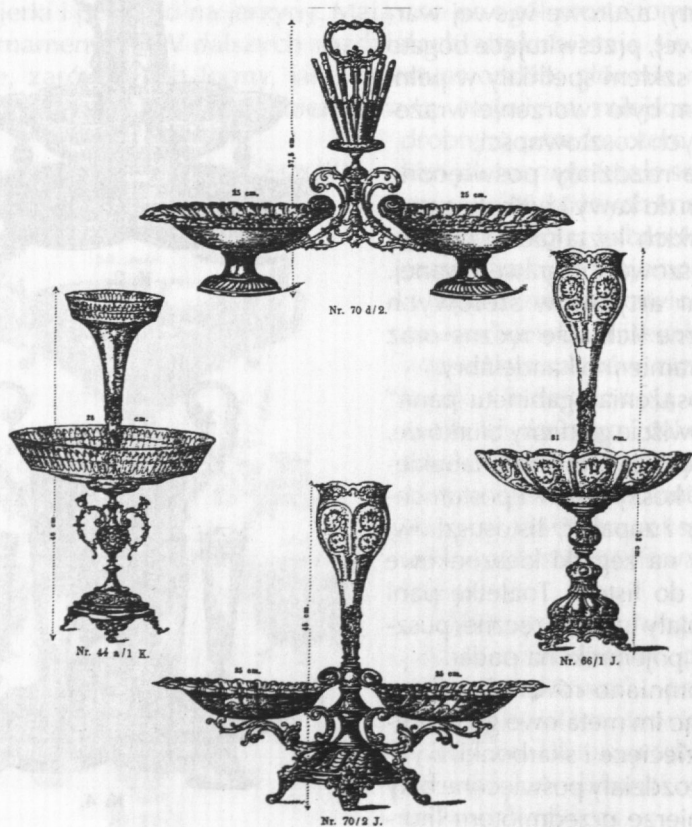
№ 4.

gicznym, bogato reprezentowanym przez krucyfiksy, święte lampki, kielichy mszalne, trybularze, monstrancje, relikwiarze, lichtarze, kropielnice, kropidła, ampułki *etc.* Charakteryzują się one na ogół prostą formą, choć nie brak i ornamentów kartuszkowych.

W dwujęzycznym dodatku za rok **1889/90** intryguje oglądającego już sama karta tytułowa tego katalogu. Przedstawia ona w dolnej partii pracujących krasnali, zajętych odlewaniem i galwanizowaniem wyrobów metalowych, natomiast w górnej siedzącą wśród kotar, kwiatów i laurów antyczną boginię, odbierającą z rąk odzianego w grecką tunikę krasnala puchar w kształcie nautilusa²⁶⁹. Przedstawienie to, łączące w sobie zarówno elementy banalności, jak i wzniosłości, w doskonały sposób ilustruje ideologię przemysłu galanteryjno-metalowego, dążącego do nadania obiektom codziennego użytku znamion luksusu i dostojności.

Asortyment demonstrowanych obiektów nie różni się wiele od katalogu z roku 1886. Dominują w nim przedmioty o neorenesansowych, ażurowych, wytłaczanych wzorach z posrebrzanej miedzi o bogato dekorowanych, malowanych i szlifowanych szklach. Szczególnie bogato dekorowane są wazy do ponczu o skąpym, lecz bogato zdobionym stelażu metalowym i bogatej dekoracji malowanego w naturalistyczne wzory szkła oraz etażery i piramidy o podstawach w formie antycznych bogiń, putt i sielankowych pasterzy z bogato „gofrowanymi” i malo-

Piramidy (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), 1889/90, s. 12, WABW B 70, 548/109

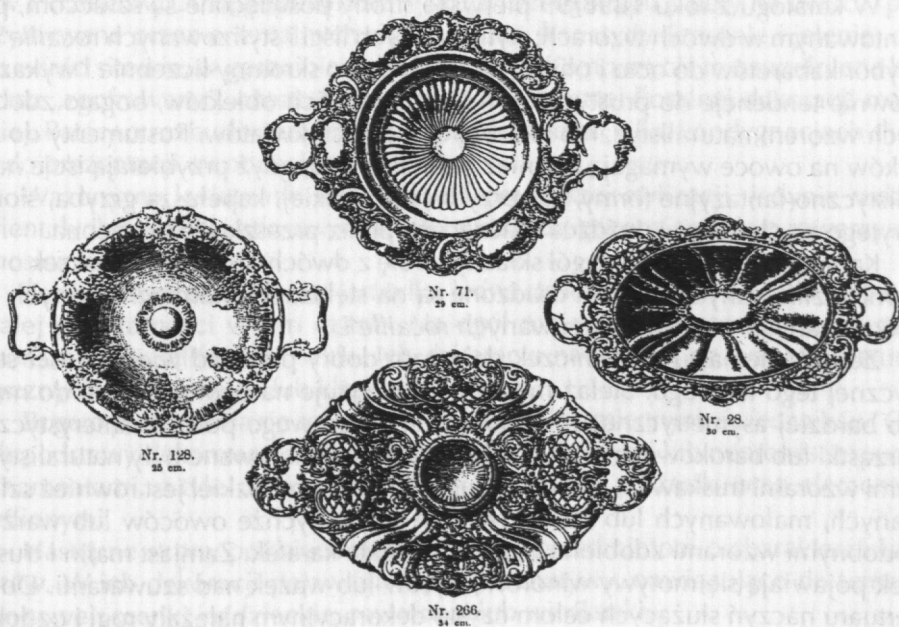


wanymi szklanymi talerzami. Koszyki na owoce mają bogatą manierystyczną szatę, z drobnymi wytłaczanymi dekoracjami. Ogólnie dominują bogate, drobne, symetrycznie rozmieszczone ornamenty, zaczerpnięte z repertuaru renesansu i manieryzmu.

W dodatku na rok **1894** już karta tytułowa katalogu była w szacie neorokokowej o bogatej dekoracji girlandowej i kwiatowej²⁷⁰. Również niektóre obiekty mają cechy neorokokowe, jak na przykład żardyniera z dwoma towarzyszącymi jej flakonami o bogatej ornamentyce i malachitowych wkładach. Większość wyrobów pozostaje nadal wierna stylistyce renesansowo-manierystycznej. Reprezentowane są również przedmioty o prostych, pozbawionych ornamentów formach. Wśród prezentowanych obiektów nie mogło zabraknąć wysmukłych flakonów na metalowej stopie i bogatej dekoracji, malowanych i szlifowanych szkła oraz wielopoziomowych i wieloramiennych piramid o bogatej dekoracji trzonu i jeszcze bardziej dekoracyjnych szklach.

W katalogu z roku **1896/97**, pod nazwą „Orfèvrerie R. Plewkiewicz & Co., Varsovie” znajdziemy zarówno obiekty neorenesansowe, neorokokowe, eklektyczne, jak i pozbawione dekoracji²⁷¹. Pokażne miejsce zajmują również naczynia o naturalistycznych dekoracjach: kosze na owoce w formie łupiny orzecha, liści kapusty lub muszli. Większe i droższe obiekty sięgają do antycznych lub orientalnych motywów, łącząc je z elementami neorokokowymi. Szklą zdobiących je talerzy pozostają nadal bardzo ozdobne, pomimo że rezygnuje się w nich z dekoracji malarskiej. Do typowych neorokokowych przedmiotów należą flakony na kwiaty i wazy do ponczu, dekorowane na ogół motywami rozbawionych putt w formie pełnoplastycznych rzeźb, osadzonych na metalowym stelażu, bogato dekorowanym w *rocaille'e* i muszle.

Koszyki (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), 1896/97, s. 17, WABW B 70, 551





Nr. 246 a/1 K.



Nr. 276/1. LIII.



Nr. 246/1 Pf.

Piramidy (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), 1896/97, s. 21, WABW B 70, 551

Rodzimej produkcji fabryki Plewkiewicz przypisać należy dwie *menage* o prostych, masywnych stelażach oraz nożyki do owoców.

W katalogu z roku **1898/99** pierwsze strony poświęcone są sztúcom, prezentowanym w dwóch wzorach: stylizowanych liści i stylizowanych *rocaille*'²⁷². Wybór kabaretów do octu i oliwy jest stosunkowo skromny liczebnie i wykazuje głównie tendencje do prostych form, oprócz dwóch obiektów, bogato zdobionych wzorem naturalistycznie ukazanych polnych kwiatów. Postumenty do nożyków na owoce wymagają również nadmienienia, gdyż przybierają istic naturalistyczno-fantazyjne formy, np. przyłbicy rycerskiej, kapelusza grzyba, słońca skrytego za chmurami, jeźdźca skaczącego przez przeszkodę lub bębna.

Kabarety do deseru, na ogół składające się z dwóch do pięciu miseczek o miernie szlifowanych szklach osadzone są na stelażach o formach prostych lub dekorowanych wzorem stylizowanych *rocaille*'i.

Zestaw piętnastu maselniczek daje nam dobry przykład wielorakości stylizacyjnej tego katalogu. Stelaż metalowy nawiązuje na ogół w formie do mniej lub bardziej asymetrycznego *rocaille*'a, renesansowego putta, manierystycznej chrząstki lub barokowej muszli. Szklka natomiast dekorowane były naturalistycznymi wzorami truskawek, malin i kapusty. Wiele z tych szkieł jest również szlifowanych, malowanych lub trawionych we wzory tychże owoców lub warzyw. Podobnymi wzorami zdobione są również szklka karafek. Zamiast malin i truskawek pojawiają się motywy winorośli, irysów lub wałek nad szuwarami. Do repertuaru naczyń służących celom czysto dekoracyjnym należały rogi i ozdobne



Nr. 181. Lucie.



Nr. 181 a. Lucie.



Nr. 77 Z.

Etażery do owoców (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), 1898/99, s. 19, WABW B 70, 552

puchary, nawiązujące do renesansowych i rokokowych motywów. Koszyki na owoce zdobione były naturalistycznie przedstawionymi motywami polnych kwiatów i krzewów. Dużą popularność zyskują różnego typu patery na owoce, podtrzymywane przez orientalnych siłaczy, putta, kariatydy, krasnale i jelenie, często wśród sitowia, w gęstwinie palm lub gałęzi. Kompozycje te uzupełnione były przez „zgofrowane”, często kolorowe szkła o bogatej floralnej dekoracji malarzkiej. Patery o rozbudowanych formach i piramidy o kilku kondygnacjach służyły do prezentacji owoców i kwiatów.

Wazony na kwiaty nie odstępują od powyższej stylizacji, jedynie rodzina orientalnych kariatyd i atlasów, krasnali i putt wzbogacona została o rowerzystów i nosicieli wody.

Zardynierom poświęcona jest tylko jedna strona katalogu, co świadczy o ich małej popularności w tym czasie. Na ogół mają one bogato zdobiony stelaż i kunsztownie szlifowane szkła. Ich dekoracje nawiązują do wzorów naturalistycznych, rokokowych lub klasycystycznych.

Bogato przedstawia się asortyment trój- i pięciopięciennych świeczników. O ile ich podstawy dekorowane były na ogół neorokokowymi lub neorenesansowymi ornamentami, o tyle ramiona zdobiono motywami chrząstki oraz elementami roślinnymi.

Następne strony poświęcone są drobnym przedmiotom o charakterze bibelotów. W ich dekoracji pojawiają się nowe motywy, nawiązujące do tematyki sportowej: scenki jeździeckie, rowerowe lub wioślarskie.

Przybory toaletowe ukazane są albo w bardzo bogatej szacie neorokokowej, albo zdobione są modnym, naturalistycznie traktowanym motywem kwiatu nasturcji, w przeciwieństwie do nie ulegających modzie skarbonek, których powiernikami pozostają nadal krasnal, baba-jaga, klaun lub żaba.

Dwie następne strony poświęcone są ukazaniu wizerunków ściennych Aleksandra II, III, Mikołaja II i Adama Mickiewicza.

W roku **1900/1** wyszedł obszerny katalog pod tytułem „Towarzystwo Akcyjne Fabryki Wyrobów Posrebrzanych i Pozlaczanych R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie”, liczący 194 strony i ukazujący w pełnej gamie dorobek i możliwości firmy WMF/Plewkiewicz²⁷³.

W pierwszej części prezentowanych jest osiem rodzajów sztucców wraz ze sztuccami dodatkowymi. Ich dekoracje na ogół nawiązywały do tradycyjnych motywów renesansowych i rokokowych. W dalszej części przedstawione są głównie artykuły kuchenne, uzupełnione półmiskami do raków, serwisami do szparogów, sosjerkami, chochelkami do sosu rybiego i miseczkami na ości. Kształty ich nawiązywały z reguły do prostych angielskich wzorów. Wśród *menage* wyróżnić należy kilka form: proste, o surowym stelażu z wygiętego drutu i geometrycznie szlifowanych szklach oraz zamkniętego koszyka o ażurowym, wyfłaczanym stelażu, dekorowane motywami kartuszy lub *rocaille'i*. Ostatnia grupa to przedmioty z wyfłaczaną dekoracją w formie naturalistycznych kwiatów.

Salaterki na ogół wykonane były z fantazyjnie dekorowanego szkła, trawionego, malowanego, a formą naśladowały kształt ogórków, raków, ryb, muszli, truskawek lub liści kapusty. Uzupełniały je sztucce przystawkowe nawiązujące do form salaterki.

Równie dużo uwagi poświęcano zestawom do owoców, prezentując je wraz z koniecznymi do degustacji sztuccami oraz serwisami do poziomek, orzechów i winogron. Wśród podstawek na noże do owoców zdarzają się zupełnie proste stelaże lub też dekorowane chrząstką manierystyczną czy maszkaronem. Tace do tortu zaopatrzone były na ogół w fajansowy wkład, zdobiony motywami kwiatowymi. Obrzeża i podstawa dekorowane były motywami neorokokowymi, neo-manierystycznymi lub naturalistycznymi. Podobne formy przybierają tace do chleba.

O modzie na spożywanie lodów oraz stosowania lodu jako dodatku do napojów świadczyć może rozbudowany asortyment łopatek do ich podawania, łyżeczek, cążków, muszli i serwisów do lodów oraz pojemników na lód o szklanych ściankach, imitujących jego strukturę.

Kabarety do deserów tworzone były z kilku złączonych jednym wspólnym uchem talerzy, wykonanych na ogół z metalowego stelaża oraz zaopatrzonych w szkła o prostych szlifowanych wzorach. Nie zapomniano również o specjalnych naczyniach do podawania rzodkiewek, sardynek i jaj.

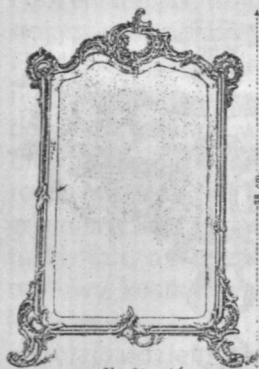
Rok 1900 stał pod znakiem dzbanów do wina (21 sztuk). Głównie prezentowane były kartuszowo-renesansowe ornamenty, wyfłaczane w metalu arabeski, powtarzające wzory z lat poprzednich i nawiązujące bezpośrednio do wzorów sztuki wieku XVI.

Tylko jedna karafka przejawia czysto secesyjne tendencje, wykorzystując stylizowane motywy irysów i liści, lecz w swej bogatej ornamentyce zdradza wciąż istniejącą więź z neorokokiem.

Зеркала туалетныя.

Lustra toaletowe.

Toilettenpiegel.

Nr. 86. $\frac{16-}{13-}$ 

Nr. 18. 85-

Nr. 100. $\frac{18.50}{15-}$

Lustra toaletowe (kat. firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie, zbiory MMP), 1900-01, s. 169

Bogaty wybór zauważa się wśród serwisów do wina, szampana, rumu, wódki i ponczu. Składały się one na ogół z karafki oraz stylistycznie nawiązujących do nich tac i kieliszków.

W bardzo obszernym katalogu z tego roku pojawiają się wszystkie możliwe tendencje stylistyczne. Pod hasłem „dla każdego coś miłego” oferowane są muszle, kartusze, bławatki, antykizujący herosi i kariatydy. Podstawy do pater i etażer w formie personifikacji zaczynają skręcać się konwulsyjnie wśród bujnej winorośli. Do nowości należą etażery o podstawach w formie półnagiej kobiety i mężczyzny wśród wici roślinnej. Wszystkie inne etażery i piramidy powtarzają repertuar lat poprzednich, często zmienia się tylko ornamentyka, neorokokową zastępuje naturalistyczna, neorenesansową secesyjna.

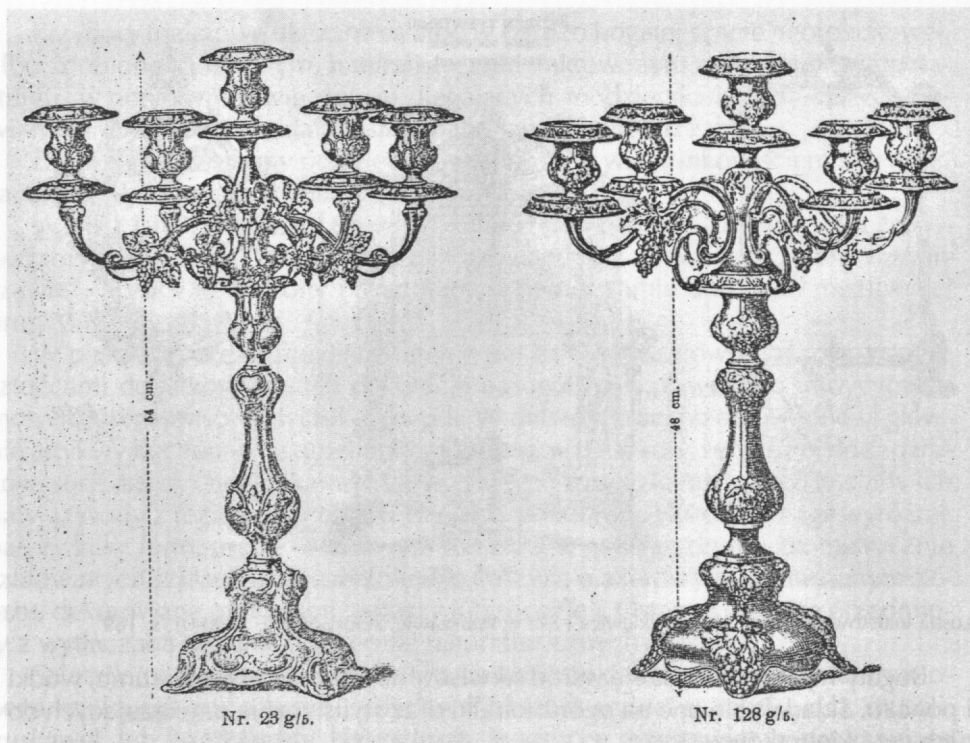
Etażerki na karty wizytowe lub biżuterię dodatkowo wzbogacono umieszczoną w ich wnętrzu pozytywką. W ich dekoracji dominowały elementy neomańerystyczne i neorokokowe.

Dekoracje zestawów biurkowych i toaletowych nie odbiegały od utartych wzorów z poprzednich lat, tylko jeden komplet toaletowy ozdobiony był stylizowanymi kwiatami narcyza, a jedno z lusterek dekorowane było asymetryczną dekoracją kwiatową.

Czysto secesyjne obiekty pojawiają się rzadko. Asortyment nowych obiektów uzupełniany jest przez artykuły z poprzednich lat lub wzbogacany o nowe przedmioty, stylistycznie nawiązujące do poprzedniego garnituru. I tak do serwisów do kawy i herbaty dochodzą tace, do karafek kieliszki, do sztućców sztucze przystawkowe etc.

Katalog z lat 1905-1907 pod nazwą „Société Anonyme R. Plewkiewicz & Co., Varsovie” stanowi przegląd secesyjnej produkcji fabryki²⁷⁴.

Kolekcja sztućców obejmuje trzy wzory o motywach roślinnych i jeden geometryczno-abstrakcyjny. Zestawy znane już z poprzednich katalogów wzboga-



Świeczniki (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie, zbiory MMP), 1898/99, s. 29, WABW B 70, 552

cono o sztuce dodatkowe. Popularne sztuce w formie stylizowanych liści bluszczu uzupełnione zostały nawet o dekorowane tym wzorem półmiski do ryb, teryny, sosjerki oraz koziołki pod noże.

Spore miejsce zajmują w katalogu kabarety do deseru, metalowe lub w formie stelaża uzupełnionego szkłem. Wśród nich znajdziemy te powszechnie znane

Etażerki do kart wizytowych (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), 1905-07, s. 81, WABW B 70, 576



Nr. 4/27 cm



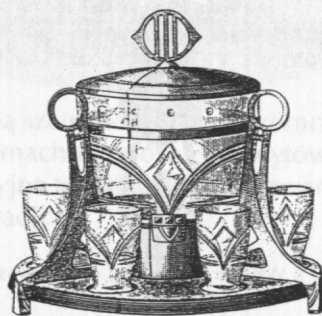
Nr. 232/26 cm

i doceniane jak: trójszalowy kabaret ze stojącą postacią (nr 53), leżącą (nr 445 F) lub siedzącą kobietą (nr 429). Dominującym elementem zdobniczym jest dekoracja roślinna, wić secesyjna, liście lilii wodnej, jagód i stylizowanej winorośli. Nie brakuje również prostych, geometrycznych form, od stylizowanej łuski, fali, aż po wręcz purystyczne motywy kostki i powtarzającego się kwadratu.

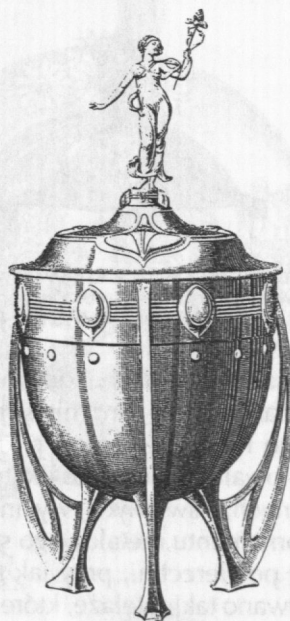
Najbardziej imponująco przedstawia się jednak asortyment dzbanków do wina. Znajdujemy tu wszystkie najciekawsze obiekty, które wyszły z fabryki WMF, począwszy od przypisywanej Albinowi Müllerowi karafce o prostych tektonicznych formach, aż po wypukłą karafkę z dekoracją liści bluszczu o powtarzającym się wzorze na szlifowanym szkłe i uduwnioną karafkę o uchu w formie kobiety o rozwianych szatach i włosach, przylegającą do szklanych ścianek karafki.

Równie bogato pod względem dekoracji stelaża i szlifowanego szkła przedstawiają się wazy do ponczu. Duże płaszczyzny szkła stanowiły doskonałe tło do ukazania nałożonej na nią dekoracji metalowej, jak na przykład w wazie do ponczu z postacią kobiety o rozwianych włosach wśród winorośli. Wykorzystywane były także do ukazania wyrafinowanych dekoracji szklanych, dzięki odpowiedniemu szlifowaniu lub malowaniu ich ścianek. Finezyjną dekoracją odznaczają się również serwisy do wódki, z kieliszkami i karafkami o grawerowanych, szlifowanych, matowanych, malowanych i trawionych szklach. W połączeniu z podobnie dekorowanymi karafkami, podstawkami pod kieliszki i tacami stanowiły one zapewne prawdziwe precjoza stołowe. Do ich dekoracji wykorzystywano motywy zarówno geometryczne, jak i roślinne.

Wazy do ponczu (kat. Firm. R. Plewkwicz i Ska w Warszawie), 1905-07, s. 24, WABW B 70, 576



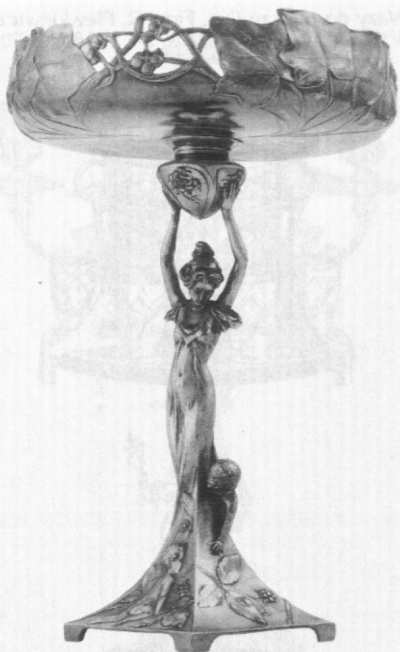
Nr. 45/6, 5,5 Liter.



Nr. 332/6 Liter.



Nr. 328/6, 6,5 Liter.



Etażera (Aldona), ok. 1905-13, R. Plewkiwicz i Ska w Warszawie, stop cynowy, srebrzony, brak szkła, wym.: wys. 43 cm × 25 cm; MMP/S/8614

Kosze na owoce w liczbie czterdziestu dziewięciu podzielić można na płaskie, na podstawie, z uchwytami, z wkładem szklanym lub bez. Wszystkie one charakteryzują się stylistyką secesyjną, sięgającą głównie do świata fauny i flory z ulubionymi ważkami, jagodami, bluszczem, ostami, kaczeńcami, konwaliami lub główkami kobiecymi wśród winorośli. Na ogół wzory te znajdują się na wysokich brzegach koszy. Do najciekawszych obiektów należą ażurowe kosze o stylizowanej formie motyla oraz łuski.

Dalszy rozdział poświęcony jest ekspozycji etażer. Piękno ich polega na oryginalnie i finezyjnie szlifowanych oraz grawerowanych szklach, połączonych z secesyjnymi, w głównej mierze prostymi, lekko wygiętymi trzonami, często zdobionymi delikatną dekoracją roślinną. Wśród nich znajdziemy dobrze nam znaną paterę w formie kobiety z dziećmi (Aldona i Zofia).

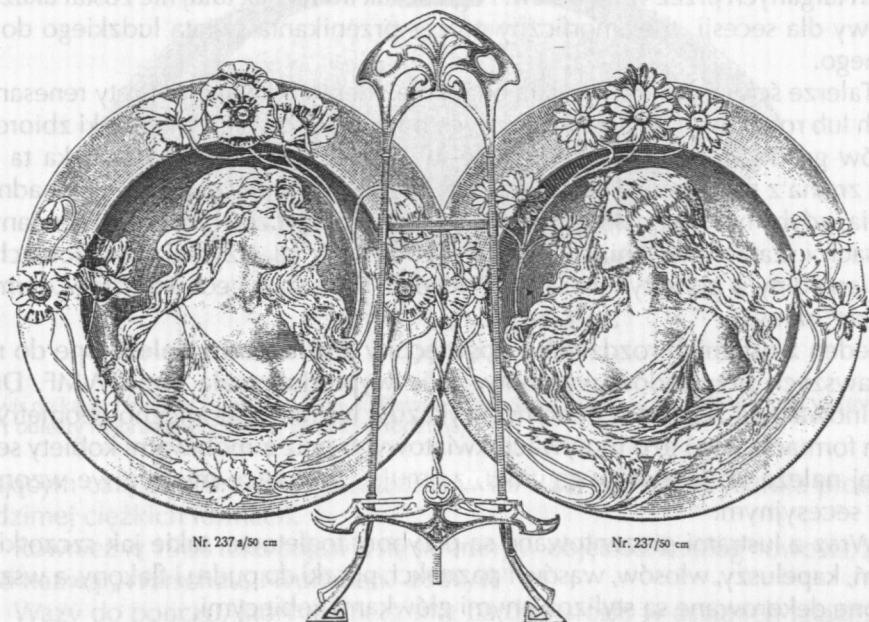
Do najciekawszych i do dnia dzisiejszego najbardziej cenionych obiektów z tego czasu należą żardyniery, które stanowiły konieczne uzupełnienie garnituru stołowego i salonowego na początku XX wieku. Występują one w różnych formach, o owalnych lub prostokątnych stelażach i szklanych wkładach o ściankach matowanych, trawionych, wycinanych, szlifowanych i dekorowanych, odpowiednio do ornamentu metalowego stelaża. Starano się przy tym ukazać jak najwięcej szklanej powierzchni, przy jak najmniejszej ingerencji metalu, ewentualnie wykorzystywano takie stelaże, które w najlepszy sposób podkreślałyby wartości szklanej dekoracji. Spotykamy się tu z prostymi, prawie nie zdobionymi wkładami szklanymi, i z misternymi dekoracjami ze szlifowanymi polnymi kwiatami, rozszanymi wśród finezyjnej, cienkiej nitki metalowego stelaża. Żardyniery o wzorach roślinnych charakteryzują się swoistą lekkością i „przezroczystością” formy, natomiast żardyniery o geometrycznych lub tektonicznych formach robią wrażenie bardziej monumentalnych i ciężkich. W garniturze stołowej salonowej nie mogło zabraknąć oczywiście flakonów na kwiaty, które swoją dekoracją uzupełniały reper-tuar zarówno pater, jak i żardynier.

Następne rozdziały poświęcone są przedmiotom służącym do celebracji picia kawy i herbaty. Do obiektów tych należą zarówno dzbanki do herbaty lub kawy, cukiernice i mleczniki, jak i puszki do herbaty, różnego rodzaju sitka, maszyny do kawy i imbryki podgrzewane na spirytusie. Wszystkie one dekorowane były motywami secesyjnymi. Część prezentowanych serwisów do kawy i herbaty nawiązuje w bezpośredni sposób do angielskich wzorów, naśladując styl Jerzego III, królowej Anny lub wiktoriański.

Większość prezentowanych tac, podobnie jak serwisy do kawy i herbaty, stylizowana jest secesyjnie, uzupełniając w ten sposób garnitur przedmiotów stołowych o tym samym wzorze. Małe, duże, okrągłe, prostokątne i romboidalne, z uchwytem i bez, przedstawiają na swych obrzeżach wzory stylizowanych liści, włókien, pawiego oka, kłosa i bluszczu.

Lichtarze i świeczniki przybierają secesyjną szatę nie tylko w dekoracji płaszczynowej, ale również w uduwnionych formach trzonów i uchwytów. Obok tych secesyjnych, wciąż widoczna jest tradycyjna tendencja do stosowania form prostych, pozbawionych jakichkolwiek dekoracji.

Wizerunki ścienne (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), 1905-07, s. 85, WABW B 70, 576



Nr. 237 a/50 cm

Nr. 237/50 cm



Talercze dekoracyjne, WFM, ok. 1900, stop cynowy, srebrzony, ϕ 49,5 cm; MMP/S/5893, 5894

Dalszą część katalogu zajmują przedmioty drobne, głównie przeznaczone do dekoracji gabinetu pana domu. Szczególnie dużo miejsca zajmują kałamarze, pojedyncze i podwójne z listosuszkami i pojemnikami na pióra oraz noże do otwierania listów (13) i przyciski do papieru. Wszystkie te przedmioty odznaczają się stylistyką secesyjną, nieliczne tylko sięgają do elementów klasycystycznych.

Jednym z najbardziej typowych obiektów do dnia dzisiejszego budzących zachwyt kolekcjonerów secesji są etażerki lub tace na karty wizytowe. Na ogół dekoracja ich przedstawia wizerunek półnagiej kobiety w powłóczyściach szatach, siedzącej, leżącej lub stojącej na brzegu talerza i zanurzonej lub wyłaniającej się z sitowia, fal, gałęzi, winorośli, szuwarów lub rozplywającej się w pnączach targanych przez wiatr drzew. Nigdzie tak trafnie jak tutaj nie został ukazany typowy dla secesji metamorficzny proces przenikania świata ludzkiego do roślinnego.

Talercze ścienne przedstawiają bliżej niezidentyfikowane portrety renesansowych lub rokokowych dam i antycznych bogiń, jak również wizerunki zbiorowe bogów greckich, scenki mitologiczne lub scenki myśliwskie. Tematyka ta jest nam znana z poprzednich katalogów i nie byłyby one być może godne nadmienienia, gdyby nie ich nowa, secesyjna stylistyka. Antyczne boginie o rozwianych włosach i szatach, wyłaniają się ze stylizowanych fal, trzymając w dłoniach liście jarzębiny, a portrety renesansowych dam ujęte są w geometryczne „darmszadzkie” ramy.

Jeden z ostatnich rozdziałów poświęcony jest lustram. Należą one do najciekawszych przykładów wyrobów, jakie wyprodukowała firma WMF. Duże powinowactwa ze stylem Behrensa wykazują lustra o tektoniczno-geometrycznych formach. Ale i te o motywach kwiatowych oraz z motywami kobiety secesyjnej należą do klasyków gatunku, zajmując znaczące miejsce we wzornictwie secesyjnym.

Wraz z lustrami prezentowane są przybory toaletowe, takie jak szczotki do ubrań, kapeluszy, włosów, wąsów i paznokci, puszkki do pudru i flakony, a wszystkie one dekorowane są stylizowanymi główkami kobiecymi.

W katalogu z 1908/1 roku zarysowuje się nowa biedermeierowska tendencja, przejawiająca się w wykorzystaniu bezwzorzystych, dużych płaszczyzn, dekorowanych tylko na obrzeżach metalowego stelaża²⁷⁵. Dominują dwa kierunki: jeden dążący do tworzenia form pozbawionych dekoracji, drugi „girlandowy”, zdobiący płaszczyznę obiektu motywem stylizowanej girlandy.

Dominujące miejsce w katalogu zajmują żardyniery i flakony na kwiaty. Ich szkła o szlifowanych ściankach nawiązują w kształcie i formie do metalowego stelaża, ale i tu dominującym motywem jest girlanda.

Wielopiętrowe patery, pomimo zrównoważonych kształtów i wyważonych proporcji, sprawiają wrażenie anachroniczne. Przedstawiono ich dwanaście, o różnorodnych kształtach zarówno prostych, jak i dekorowanych ornamentami neorokokowymi i klasycyzującymi.

Novum stanowią ramki do fotografii oraz niektóre zestawy biurkowe.

W katalogu tym pojawiają się artykuły produkcji własnej. Zaliczyć do nich należy serwis do kawy i herbaty, prosty w formie, o giloszowym wzorze, pokry-



Nr. 320/4

6.75



Nr. 320/4

2.25



Nr. 320 4

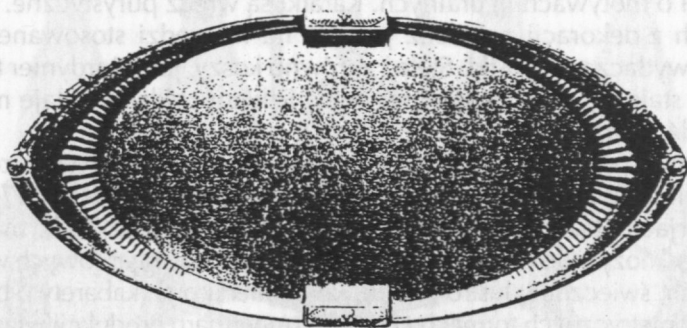
3.50



Nr. 320 4

6.25

Z kawy 30 na 42 gr.



Nr. 915

80 cm

Rt. lubox.

17.00

Serwis do kawy i herbaty z tacą (kat. Firm. R. Plewkievicz i Ska w Warszawie), 1908/I, s. 14, WABW B 70, 577; obiekty najprawdopodobniej produkcji rodzimej

wającym całą powierzchnię przedmiotów (nr 320/4) o typowych dla produkcji rodzimej ciężkich formach.

Również w 1908 roku pojawia się skromny w objętości katalog nowości, znany pod nazwą „Warschau, Neuheiten” 1908/II²⁷⁶.

Wazy do ponczu, których znaczenie bardzo urosło w ostatnich latach, stają się bardziej transparentne, ich stelaż – ażurowy, ukazując w całej swej okazałości duże płaszczyzny szkła. Karafki zdobione są motywami mięsistych winogron i gęstych liści.

Wśród prezentowanych podstawek do szklanek znaleźć można dwie, które powiązać należy z działalnością rodzimą fabryki warszawskiej. Ich dekoracje sprowadzają się do ornamentu gilozowego i grawiury, poza tym charakteryzują się prostą, zamkniętą płaszczyzną stelaża.

Koszki do owoców i słodyczy przedstawiają się bardzo różnorodnie, nie brak reminiscencji neorokokowych, secesyjnych, jak również nowych motywów, widocznych w koszykach z uchwytyami o całkowicie prześwitujących wkładach szklanych i ażurowym stelażu z motywem girlandy.

Również podstawy do pater, żardyniery i flakony na kwiaty stają się w swej konstrukcji „przezroczyste” i ażurowe, przez minimalne wykorzystanie powierzchni metalowego stelaża.

Do grupy produktów własnych zaliczyć należy oprócz prezentowanego już w poprzednim katalogu serwisu do kawy i herbaty (tym razem ze wzorem grawer-

skim) również podstawkę pod szklanę z wzorem giloszowym, kabaret na słodycze o stelażu w formie wygiętego drutu i dwukolorowych szklach (nr 106/2), półmisek na jarzyny z przykrywką o prostych formach, maselniczki (nr 13, 14, 15), etażerkę na cytryny z płaskim talerzem i prostym trzonem (nr 1), zestaw trzech prostych dzbanuszków do mleka w trzech wielkościach oraz pozbawione dekoracji dziadki do orzechów.

Przybory biurkowe, lichtarze, noże do otwierania listów i popielniczki ozdobione są dekoracją ażurową.

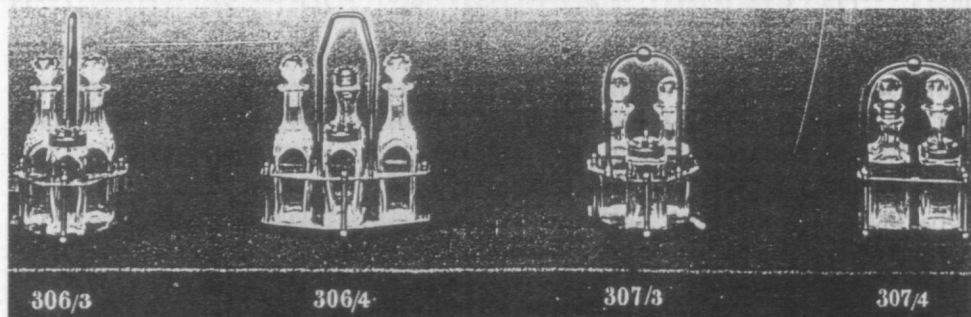
W katalogu nowości z roku **1909/I** zauważalny jest ogólny chaos stylistyczny²⁷⁷. Prezentowane są *menage* o różnych formach, kosze dekorowane girlandami i plakietki o motywach figuralnych. Karafki są wręcz purystyczne. Zrezygnowano w nich z dekoracji na rzecz jedynie na krawędzi stosowanej bordiury z motywem wytłaczanej kostki. Stelaż zarówno koszy, jak i żardynier traci swoją ażurowość i staje się zamknięty i masywny. Szklany wkład wystaje minimalnie poza krawędź stelaża.

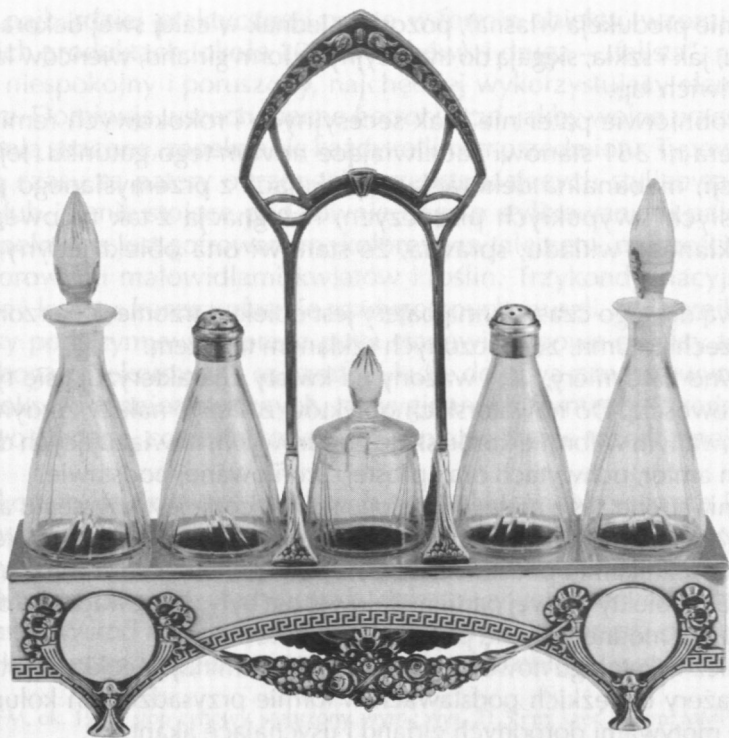
Do rodzimej produkcji zaliczyć należy cukiernicę z uchwytami zdobionymi motywem kuli, *menage* o prostych wygiętych stelażach (nr 307/3, 307/4), masywną w proporcjach etażerkę o ciężkich, grubo szlifowanych szklach, maselniczkę, podstawkę pod nożyki do owoców, o prostych, wręcz awangardowych w swej prostocie formach, świeczniki, lustro (nr 75), kompotierki oraz kabarety o bogato szlifowanych geometrycznych formach szkieł. Do repertuaru produkcji własnej należą również serwis do kawy i herbaty wraz z imbrykami, charakteryzujące się archaicznym wręcz wyglądem, przypominającym produkty WMF z pierwszego okresu produkcji o masywnych proporcjach i grawerowanej dekoracji płaszczyznowej.

W katalogu nowości z roku **1912/I**, zawierającym około stu pozycji, prezentowany jest głównie repertuar produktów postsecesyjnych i klasycystycznych, wykorzystujących charakterystyczny ornament girlandowy²⁷⁸. Przeważają płaskie, stylizowane motywy. Szczególnie w dużych obiektach zauważalna jest tendencja do monumentalności.

Dwa lichtarze o prostych formach przypisać można produkcji własnej. Podstawki do szklanek dekorowane są na ogół w górnej partii wzorem linearnym, motywem kostki lub wybrzuszonej kuli. Sama płaszczyzna przedmiotu jest pozbawiona wzoru. Kabarety do podawania jaj, z kubeczkami, łyżeczkami, podstawkami i maselniczkami, zintegrowanymi w jedną całość, dekorowane są typowym ażurowym wzorem powtarzających się kwadratów.

Menage na przyprawę (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), 1909/I, s. 3; obiekty rodzimej produkcji (307/3, 307/4)





Menage na przyprawy, (kat. Firm. R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie), ok.1910, mosiądz srebrzony, wym.: wys. 29,7 cm, szer. 28,5 cm; MMP/S/14719

Licznie prezentowane wazy do ponczu charakteryzują się przysadzistymi formami, zdobionymi motywami girland i wieńca laurowego. Na ogół przedmioty te mają formę zamkniętą, monumentalną, jednak nierozłącznym elementem dekoracyjnym jest zwisająca girlanda.

Kosze na owoce i patery o bogatych ażurowych wzorach sięgają do repertuaru siatki regencyjnej, girlandy i arabeski. Żardyniery i flakony na kwiaty wbudowane są jakby w metalowy stelaż, utworzony z siatki o ażurowej dekoracji.

W asortymencie serwisów do kawy i herbaty dominują dobrze znane wzory empirowego wieńca laurowego. Szczególnie imponująco prezentuje się jeden z nich na specjalnie w tym celu skonstruowanym stoliku o równie bogatej dekoracji girlandowo-laurowej.

W katalogu nowości 1912/II pierwsze dwie strony poświęcone są prezentacji nowego wzoru sztuczków o formie stylizowanych girland różanych.²⁷⁹

Całą stroną III uznać można za przykład produkcji własnej. Są to przedmioty o ciężkich formach owalnych stelaży i gładkich szklach. Do typowych przedmiotów należą kosze na owoce, *menage*, małe miseczki do konfitur lub etażerki do cytryn (przedmioty te były częściowo prezentowane w poprzednich katalogach).

Serwisy do likieru i wódki pozbywają się typowych skuwek na rzecz obręczy metalowej, a kieliszki wąskiego kółka-obręczy, które również możemy przypisać produkcji własnej. Nowe, proste formy, przedstawiają ponczownice 3 i 4 (praw-

dopodobnie produkcja własna), pozostałe jednak w całej swej dekoracji zarówno metalu, jak i szkła, sięgają do tradycyjnych form girland, wieńców laurowych, kolumn i lwich łap.

W zdobnictwie pater nie brak secesyjnych i rokokowych reminiscencji, choć patera nr 361 stanowi zadziwiające *novum* tego gatunku. Jej spójność konstrukcji, niebanalna dekoracja, wynikająca z przemyślanego powtarzania wklęsłych i wypukłych płaszczyzn, rezygnacja z tak typowego dla tej formy szklanego wkładu, sprawia, że stanowi ona obiekt jedyny w swoim rodzaju.

Typową dla tego czasu formą patery jest obiekt o trzonie utworzonym z jednej lub trzech kolumn, zwieńczonych szklanym talerzem.

Zarówno żardyniery, jak i wazony na kwiaty charakteryzują się typową dla nich ażurowością. Do nowatorskich obiektów zaliczyć należy żardynierę o bogato szlifowanym w formie kostki szkła i o surowych, nawiązujących do klasycznych form amfor, uchwytach oraz prostej, profilowanej podstawie.

Ostatnia strona tego małego katalogu poświęcona jest bogatemu asortymentowi przyborów toaletowych z lustrami, szczotkami, flakonami, pojemnikami, małymi świecznikami i podstawkami o nowym ornacie stylizowanej róży.

Niektóre obiekty w swej partii metalowej nie były doprowadzone do pełnego połysku, gdyż modne stały się płaszczyzny matowe.

Również w katalogu nowości z roku 1913/1 dominują neoklasycystyczne elementy, etażery o ciężkich podstawach w formie przysadzistych kolumn, kosze zdobione motywami dorodnych girland i usychające akanty²⁸⁰.

Wśród drobnych przedmiotów, takich jak kabarety i stojaki pod nożyki do owoców, spotykamy się zarówno z prostymi stelażami, jak i zdobionymi, głównie girlandowo-wieńcowym ornamentem. Również dekoracje karafek nawiązują w swej ornamentyce do wieńców laurowych, girland i wstęg.

Etażery charakteryzują się monumentalnymi w swej formie podstawami i bogato szlifowanymi szklami.

Analizując rozwój stylistyczny palety produktów WMF/Plewkiewicza stwierdzić musimy, że zarówno strategia firmy, jej ekspansywność, jak i ostrożność w eksperymentowaniu z nowościami doprowadziły do stworzenia swoistego eklektycznego skansenu. Od lat osiemdziesiątych XIX wieku aż do wybuchu I wojny światowej pojawiają się w repertuarze firmy WMF/Plewkiewicz nieprzerwanie wszystkie możliwe dekoracje: neorenesansowe, neomanierystyczne, neorokokowe, neogotyckie, floralno-secesyjne i secesyjno-geometryczne po biedermeierowskie i neoklasycystyczne. Na początku działalności chętnie wykorzystuje się motywy główek putt, maskarony, kartusze, chrząstkę i wolutę. Są to na ogół drobne powtarzające się ornamenty, wypełniające symetrycznie całą powierzchnię obiektu. Równie lubianym motywem są dekoracje ażurowe, o drobnym wytłaczanym wzorze. Metalowy stelaż uzupełniają często kolorowe, bogato dekorowane szkła o szlifowanych, trawionych lub malowanych wzorach. Szkła te są w początkowym okresie proste w formie, a ich dekoracyjność wyraża się w stosowaniu bardzo bogatego wzoru, na ogół arabskiego. Z czasem przybierają uduchowione „gofrowane” formy. W latach dziewięćdziesiątych XIX wieku wciąż zauważalne są dwie tendencje wzornictwa, jedna prosta w swojej linii i rezygnująca z jakiegokolwiek ornamentyki, pre-

ferująca najbardziej praktyczne i proste w formie obiekty, wzorująca się na angielskich produktach (około 20% wyrobów), i druga – „falistka”, reprezentująca styl niespokojny i poruszony, najchętniej wykorzystujący elementy neorokokowe. Dominuje wszechobecne *horror vacui*, jakby wolna przestrzeń była przestrzenią straconą, zapełnia się każdy milimetr przedmiotu. Typowym obiektem tego czasu są patery o trzonach przedstawiających stylizowane postaci kobiece lub jelenie stojące pod równie bogato stylizowanymi palmami. Całość uzupełniona jest gofrowanym, kolorowym talerzem, najczęściej zdobionym kolorowymi malowidłami kwiatów i roślin. Trzykondygnacyjne etażery na owoce i kwiaty, kosze w formie rozdygotanych muszli, świeczniki, a nawet krzyżkiśki podtrzymywane przez putta stanowią typowe obiekty tego czasu. Równie bogato dekorowane są karafki i kufle do piwa z metalowymi skuwkami o rokokowo-manierystycznych, powyginanych formach. Przedmioty te są częściowo złoczone, co dodatkowo wzmacnia wrażenie rozedrganej i „falistej” formy.

Pod koniec lat dziewięćdziesiątych w katalogach fabrycznych Plewkiewicza przeważają obiekty o rokokowej stylistyce, o poruszonych, wręcz „podeksycytowanych” formach. Nie brak jednak i prostych wzorów, pozbawionych dekoracji, a także form klasycystycznych, dekorowanych licznymi girlandami lub kwiatonami. Wśród wybujałych i przeładowanych dekoracją neorokokowych świeczników, pater i etażer pojawiają się również obiekty o zabarwieniu sece-

Paterka, WFM, ok. 1905, stop cynowy, srebrzony, wym.: wys. 21,3 cm, szer. 27 cm; MMP/S/4611



syjnym lub bardziej w stylu rokokowej secesji, ciężkie, faliste, o motywach floralnych oraz poskręcanych i splątanych formach wici i wstęgi.

W pierwszych rozdziałach katalogów prezentowane są na ogół rozbudowane zestawy sztućców o wzorach prostych lub neorokokowych. Obiekty te uzupełniane były ornamentalnie identycznymi artykułami stołowymi, salonowymi, gabinetowymi i toaletowymi, tworząc w ten sposób swoisty garnitur, stylistycznie powielających się motywów różnych przedmiotów. Do większych obiektów należały serwisy do wina, ponczu i szampana, zarówno o prostych formach, pozbawionych dekoracji, jak i bardziej ozdobnych, przejawiających i znamiona neorokoka, i nadchodzącej secesji. Podobnie dekorowane są etażery, piramidy i żardyniery, których dekoracje sięgają do repertuaru rokoka, łącząc mięsiste pnącza roślin z *rocaille'em* i secesyjną wicią. Większość obiektów prezentowanych w katalogach z lat 1902-1907 tworzona jest w stylu secesyjnym. Zauważamy tendencję do prostych, „darmsztatdzkich” wzorów, z powtarzającym się motywem kostki, łuski, pawiego oka i wstęgi. Nawet jednak to, co proste, ukazane jest w formie przeładowanej i jakby dopowiedzianej do końca. Obok tych prostych dekoracji zauważamy również formy „secesji rokokowej”, ornamenty nienaturalnie powykręcane, mięsiste, konwulsyjne, wykorzystujące w równym stopniu motyw muszli i *rocaille'u*, co wici. Typowym przykładem tej stylistyki są często wykorzystywane główki kobiece o płynnych liniach okręcających się wokół ich twarzy włosów, jak również scenki antyczne i przedstawienia nagich dzieci. Dominującym motywem jest postać kobiety w powłóczyistych szatach i z rozwianymi włosami w towarzystwie dziecka lub półnagiego mężczyzny, stylizowane róże, irysy, bluszcz, jagody, lilie wodne i winorośl. To one będą wciąż powtarzającymi się motywami dekoracji obiektów, niezależnie od funkcji danego przedmiotu. Nie rezygnuje się jednak z elementów klasycystycznych ani rokokowych.

Nowością jest dopasowanie szklanego wkładu do formy i wzoru stelaża metalowego, powtarzającego jego motyw w partii szklanej.

Analizując katalogi z lat 1907-1913 zauważamy dążność do poszukiwania nowego stylu. W dekoracji prezentowane są zarówno przemykające półnagie boginie na tacach na wizytówki, empirowe kosze, łuskowato-secesyjne flakony, jak i żardyniery o ornamentach tralkowym. Na nowo pojawiają się neorokokowe patery z puttami. Motywem dominującym, stanowiącym nową wartość stylistyczną jest girlanda. Odczuwa się odchodzenie od secesji zarówno tej geometrycznej, jak i floralnej na rzecz biedermeierowskich i neoklasycystycznych motywów. Charakterystyczne są również ciężkie formy o wybujałym ornamentem stylizowanych liści lub kwiatów.

Stosowanie różnorodnych dekoracji podyktowane jest zmieniającymi się modami oraz pragnieniem dotarcia do jak największego grona klientów. Właściwa forma przedmiotów nie ulega zmianie, pozostaje wciąż ta sama, zmienia się tylko jej szata zewnętrzna. Ciągłe przetwarzanie i kompilowanie doprowadziło w rezultacie do skostnienia repertuaru obiektów oferowanych przez fabrykę. Objawiło się to w szybkim upadku firmy warszawskiej i gwałtownym spadku podaży na produkty WMF po I wojnie światowej.

Asortyment modnej stołowni, czyli o zachowaniu się przy stole

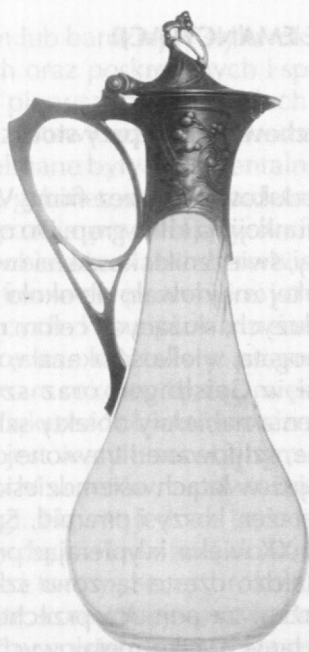
Przedmioty prezentowane w katalogach i produkowane przez firmę WMF/Plewkiewicz podzielić można pod względem ich funkcji na kilka grup. Do obiektów **stołowo-salonowych** należą patery, żardyniery, świeczniki, kosze na owoce, serwisy do kawy i herbaty, tace, etażery. W grupie tej znajdowało się około pięćdziesięciu rodzajów różnych artykułów, na ogół dużych, służących celom dekoracyjnym i reprezentacyjnym. Ich dekoracja jest bogata, wielkość okazała, a stylistyka różnorodna. Wraz z rozwojem fabryki w Geislingen oraz szybko zmieniającej się modzie coraz większego znaczenia nabierały objekty szklane połączone z metalem. Ich kunsztownie malowane, szlifowane i trawione dekoracje o motywach głównie roślinno-kwiatowych już w latach osiemdziesiątych XIX wieku stanowiły nieodzowne uzupełnienie etażer, koszy i piramid. Szczególną popularnością cieszyły się one na początku XX wieku, wypierając prawie całkowicie metal z powierzchni przedmiotów. Bardzo często łączono szklane powierzchnie w jedną całość z metalowym stelażem za pomocą przechodzących lub nakładających się wzorów zarówno szklanych, jak i metalowych. Do tego typu artykułów zaliczyć należy kunsztownie szlifowane karafki, wazy do ponczu, żardyniery i flakony. Tworzą one dział najciekawszych obiektów fabryki w Geislingen.

Drugą grupę stanowiły objekty małe, **bibeloty**, często przekształcane w miarę zmieniającej się mody, służące wyposażeniu zarówno buduaru, jak i gabinetu pana domu. Były one banalnymi drobnostkami na stół, biurko czy toaletkę. Na ogół dekoracje ich naśladowały wzory dużych obiektów.

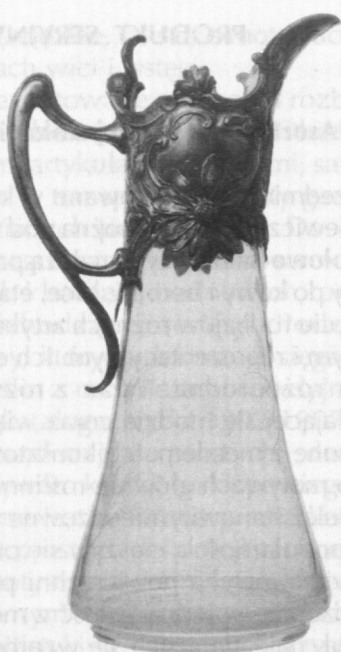
Następna grupa to artykuły typowo **stołowe**, należące do wyposażenia wykwintnej jadalni. Stanowiły one najobszerniejszą grupę produkowanych obiektów, ciesząc się największą popularnością wśród klientów. One też podlegały najczęstszym zmianom mody i gustu. Do grupy tej zaliczyć można kabarety, *menage*, koziołki do noży, maselniczki, cukiernice *etc.* Duży wybór tych produktów świadczy o tym, że były tymi elementami stołowymi, które najczęściej i najchętniej kupowano.

Osobną grupę stanowiły artykuły **kuchenne**. Były to na ogół wyroby proste w formie, przez to bardziej uniwersalne, nie podlegające aż tak wielkim zmianom mody i wzorujące się na ogół na formach angielskich.

W połowie XIX wieku szczególnie duże zapotrzebowanie istniało na okazałe, dekoracyjne objekty, głównie patery o rozbudowanych formach, etażery i piramidy dekorujące środek stołu. Ich znaczenie praktyczne nie było tak ważne jak ich funkcja reprezentacyjna, ich wartość idealna. O ile w latach siedemdziesiątych koniecznym uzupełnieniem salonu był samowar lub ozdobny róg na wino, o tyle już na początku XX wieku wypierane są one przez serwisy do kawy i herbaty oraz karafki. Jeśli w XIX stuleciu tylko sporadycznie spotykamy się z wazami do ponczu, to w latach dwudziestych XX wieku jest to jeden z podstawowych artykułów stołowych. To, co w latach osiemdziesiątych było poszukiwane i stanowiło warunek *sine qua non* dobrego smaku, na początku XX wieku stało się



Karafka, R. Plewkievicz i Ska w Warszawie, ok. 1900, szkło bezbarwne, szlifowane, stop cynowy, odlew, wys. 21,5 cm; MMP/S/ 8990



Dzban, Niemcy, ok. 1900, szkło szlifowane, cyna srebrzona, odlew, wys. 32,7 cm; MMP/S/7550

całkowicie przestarzałe.

Okolo 1900 roku patera traci swoją atrakcyjność na rzecz żardyniery wypełnionej polnymi kwiatami, tworzącej w ten sposób centralny akcent dekoracji stołu. Popularnością wśród klientów cieszą się przede wszystkim mniejsze obiekty (zapotrzebowanie na duże przedmioty zostało tymczasem zaspokojone), służące dekoracji stołu i salonu, takie jak małe patery, wizerunki ścienne, kosze. Od roku 1907 następuje powolne nimi nasycenie, a poszukiwane zaczynają być drobne, praktyczne przedmioty: ramki, kałamarze i przybory toaletowe.

Sztućce stanowiły pokaźny procent asortymentu WMF, choć w ich produkcji fabryka nie była w Niemczech firmą przodującą. Stosunkowo późno zainteresowano się tym działem produkcji (1895) i nigdy nie dogoniono jego potentatów, takich jak Christofle, Bruckmann, Wellner czy Berndorf-Krupp. Większość standardowych sztućców o wzorze perłowym, łopatkowym, wstęgowym, wachlarzowym i chippendale była kupowana jako półprodukty od konkurentów branżowych. Natomiast w produkcji własnej skoncentrowano się głównie na produkcji sztućców secesyjnych o wzorach roślinnych i geometrycznych.

W związku z coraz powszechniejszym kulturowaniem spotkań towarzyskich i przyjęć w drugiej połowie XIX wieku oraz przywiązywaniem wagi do kultury jedzenia wśród szerokiej warstwy społeczeństwa, poszerzył się asortyment produkowanej stołowni o nowe nieznanne naczynia i przedmioty stołowe. Również zestaw sztućców wzbogacił się o przyrządy o przedziwnych kształtach i funkcjach, w repertuarze, jaki nigdy wcześniej i nigdy później nie był stosowany. Odkryto równocześnie potrzebę stylistycznego ujednoczenia garnituru stołowe-

go poprzez tworzenie zestawu jednakowo dekorowanych i podobnie formowanych sztućców podstawowych i pomocniczych. Nie zapominajmy, że dopiero w 1760 roku zaczęto produkować widelec o formie znanej nam dzisiaj, a w końcu XVIII wieku weszła w życie moda na korzystanie z trzyzęściowego zestawu sztućców (łyżka, nóż i widelec), zapoczątkowana przez serijną produkcję sztućców firmy Sheffield²⁸¹. Angielskie sztućce stanowiły też główny wzór do naśladowania dla całego przemysłu europejskiego tej branży. Prawdziwy rozwój tej dziedziny nastąpił po wprowadzeniu metody posrebrzania galwanicznego na początku XIX wieku. Sztućce przestały mieć jedynie znaczenie praktyczne, zaczęły stanowić nieodzowną dekorację stołu. Powstał cały arsenał „najpotrzebniejszych” przedmiotów, skonstruowanych do spożywania potraw, których prawidłowe używanie było dowodem dobrego wychowania, pochodzenia i obycia towarzyskiego. Znajomość tej sztuki zachowania się przy stole przez wąską grupę wtajemniczonych ograniczała jedną warstwę społeczną od drugiej i stanowiła symbol zajmowanego miejsca na drabinie społecznej²⁸².

Różnorodność wykorzystywanych przedmiotów stołowych i sztućców przybrała około 1900 roku rozmiary gigantyczne, a ich prawidłowe wykorzystanie stanowiło niejako sztukę dla sztuki. Etykieta nakazywała posługiwanie się wszystkimi możliwymi przyrządami, dochodzącymi do liczby około stu dwudziestu różnych pozycji (dla jednej osoby!)²⁸³. Nic tak dobrze nie wyrażało eleganckiego dystansu, który chciano zademonstrować, jak nonszalancja w posługiwaniu się tymi różnorakimi sztućcami. Sam zestaw potrójnego kompletu sztućców (obiadowe, śniadaniowe i deserowe) produkowany był w trzech wielkościach (różnica pięciu milimetrów). Sztućce stały się rekwizytami „teatru” współżycia mieszczańskiego, a niepewność lub niezdecydowanie w poprawnym żonglowaniu sztućcami do ryby, ślimaków, langust i ciast stawało niejednokrotnie pod znakiem zapytania przyszłość lub plany zaproszonego gościa. Pomocą w poruszaniu się w tym labiryncie dobrych manier służyły licznie ukazujące się poradniki „dobrego tonu”²⁸⁴. Celebrowano posiłki nie tylko w domu. Nowe obyczaje nakazywały spożywanie ich w formie obiadów proszonych, lunchów w klubach lub stowarzyszeniach, do których się należało. Istota i ranga podejmowanych w ich trakcie decyzji wymagały odpowiednich, godnych ram. Manifestowało się to w wyszukanych posiłkach i bogatej oprawie stołowej. Były to swoiste enklawy obycia towarzyskiego, a ci, którzy chcieli do nich należeć, musieli przy każdym



Część kompletu sztućców na środek stołu, sygn. Jaskulski, Warszawa, ok. 1905, metal srebrzony; MMP/S/15688-15696

posiłku i wizycie zdawać egzamin, udowadniając, że są *en vogue* z duchem czasu i mody. Spożywanie posiłków przy stole nie było od tej pory czymś oczywistym, lecz stało się skomplikowanym rytuałem, w czasie którego używanie ręki dozwolone było jedynie przy sięganiu po jabłko lub gruszkę. W pozostałych wypadkach służyły do tego sztucze o „wąskiej specjalności”.

Standardowo ubrany stół do obiadu posiadał oprócz odpowiednich talerzy i szkła (pięć różnych rodzajów kieliszków), potrójny zestaw sztućców przystawkowych, obiadowych i deserowych (razem około 10 rodzajów sztućców), stojak pod kartę *menu* w górnej partii talerza oraz koziołki pod noże²⁸⁵. Do obligatoryjnych obiadowych sztućców pomocniczych należała łyżka wazowa, sztucze do sałaty, łyżka do ziemniaków, klusek, ryżu, łyżka do warzyw, chochelki do sosów czarnych, białych (o różnych kształtach), sztucze do porcjowania mięsa, łopatki i wydłużony widelec do nakładania potraw mięsnych, chwytaki do udek drobiowych, widelce do ślimaków, sztucze do szparagów wraz z częzkami lub łyżkami do ich nakładania etc. Do spożywania ryb służyły przystawkowe sztucze do ryb, podstawowe sztucze do ryb, sztucze pomocnicze do tranżerowania i nakładania ryby, sztucze do muszli i langust, widelce do ostryg, otwieracze do ostryg, łyżki do kawioru oraz nóż do nakładania kawioru, widelce do homarów, chochelki do sosów rybich, widelce do sardynek i tuńczyka.

Spożywanie deserów celebrowano ze szczególnym przepychem. Stół dekorowany był koszykami z owocami, paterami i etażerkami na ciasta i praliny. Nie mogło zabraknąć sztućców do ciast twardych, widelczyków do tortu, łyżeczek do herbaty, kawy, mokki, łyżek do nakładania śmietany, częzków do cukru, łyżeczek do cukru pudru, łyżeczek do kompotu i lodów, sztućców lub nożyków do owoców, noży i łyżeczek do różnego rodzaju owoców cytrusowych, noża do tortu, różnego rodzaju łopatek do nakładania rozmaitych rodzajów ciast, łopatek do nakładania lodów, wydłubywaczek do orzechów, nożyczek do winogron, chochelek do ponczu, noży do melona.

Do nieodzownych śniadaniowych elementów wykwintnego stołu należały, oprócz sztućców śniadaniowych, widelec do podawania chleba, nóż do masła, sera i pasztetu, widelczyki do wędlin, łyżeczki do miodu i konfitur, łyżeczka do soli, nóż do jaj, czerpaczka do jaj, widelec do korniszonów, chochelka do mleka oraz różnego rodzaju łyżki do marynatów.

Bogaty opis koniecznych lub mniej koniecznych podawanych do stołu kieliszków, szklanek i karafek prezentuje nam Paweł Banas²⁸⁶. Również przy tych szklanych zestawach dbano o ujednoczenie zastawy przez wykorzystywanie tak samo dekorowanych szkieł. Należy przyjąć, że przestrzeń, jaką zajmowało wyposażenie ówczesnego biesiadnika, wynosiła od 70 do 90 cm²⁸⁷.

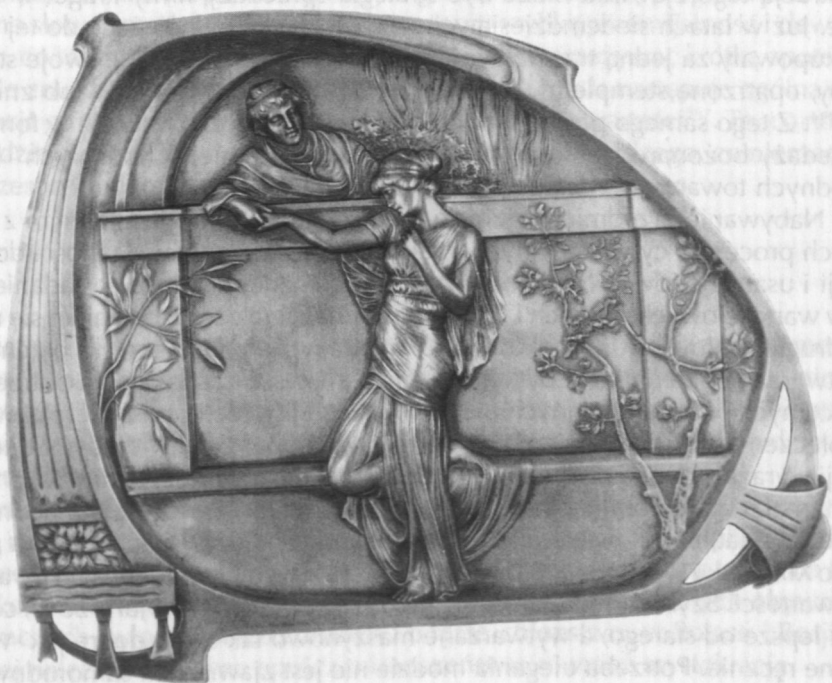
W rodzinnym gronie lub przy mniejszych uroczystościach (głównie wśród mieszczaństwa) serwowano dania *a l'anglaise*, to znaczy wszystkie potrawy wystawione były na środek stołu. Nalewanie zupy przejmowała pani domu, a porcjowanie mięsa pan domu²⁸⁸. Wszystkie sztucze i naczynia znajdowały się na stole. Do oficjalnych obiadów i bankietów, gdzie wspólne zasiadanie do stołu służyć miało prowadzeniu interesujących dyskusji, gdzie porcjowanie i dzielenie mięsa, nalewanie zupy przysparzało zbyt wiele zachodu i mąciło atmosferę rozmów, wprowadzono tzw. *service à la Russe*, czyli podawanie gotowych porcji dla każdego gościa. Ten rodzaj serwowania posiłków nie wymagał ekspono-

wania teryn, salatek i półmisek, środek stołu pozostawał dla ekspozycji etażer z owocami, żardynier z kwiatami lub koszy z pralinami²⁸⁹. Zmuszał jednak do zatrudniania sporej liczby służby.

W dobrym tonie było, podobnie jak przy zastawach metalowych, posiadanie jednego wzoru, nie tylko w dekoracji stołu, ale również w buduarze, łazience i innych pomieszczeniach²⁹⁰.

Prezentowane tu obiekty były nie tylko koniecznymi akcesoriami stołu i salonu, ale również typowymi i popularnymi prezentami, nieodzownymi pamiątkami dla jubilatów w tak często i chętnie w tym czasie celebrowanych wydarzeniach życia społecznego, jubileuszach, rocznicach i pożegnaniach zasłużonych członków licznych organizacji publicznych. Dla upamiętnienia tych okazji najlepszym prezentem była dekoracyjna etażera, patera, puchar, karafka lub talerz ścienny. Rodzinne uroczystości, śluby, rocznice ślubu lub urodziny były również doskonałymi okazjami do podarowania kompletu sztucców lub chociażby ozdobnego, ułożonego w wyściełanym atłasie i zamkniętego w ozdobnym etui garnituru do lemoniady (łyżeczki, nóż do cytryn, sitko do przeciskania owoców), garnituru do lodów (łamacz do lodu, łyżka i nóż do nakładania lodów, łyżeczki do lodów), koszyków do owoców, żardynier i flakonów. Z okazji urodzin nowego członka rodziny, jego komunii lub bierzmowania powszechny był zwyczaj ofiarowania dziecku kieliszka do jaj, dziecięcych sztucców, kółka serwetkowego, kubka lub małej miseczki (dla chłopców), kompletu łyżeczek do herbaty, garnituru do deseru, jak również małych przedmiotów stołowych (dla dziewczynki)²⁹¹. Pojęcie **garnituru** odnosiło się zarówno do kompletowanych przez fabrykę ze-

Plakieta, WMF, ok. 1903, stop cynowy, srebrzony, wym.: wys. 24 cm, szer. 29,2 cm; MMP/S/8936



stawów na specjalne uroczystości, które na ogół prezentowane były w ozdobnym *etui*, jak do zestawu przedmiotów dekorowanych tym samym wzorem. Idea przewodnią było stworzenie istnego stołowo-salonowego *Gesamtkunstwerku*, w estetycznym i formalnym tego słowa znaczeniu.

Garnitury były również popularne wśród klientów z powodów praktycznych, stanowiły bowiem nić przewodnią w labiryncie olbrzymiego asortymentu proponowanych obiektów. Dokonując zakupu tylko w jednym sklepie firmowym WMF klient musiał wybrać spośród tuzinów różnych wzorów łyżek do sałaty, dziesiątków *menage* i setek różnych rodzajów sztućców²⁹². Proponowany sposób ujednolicenia zastawy stołowej na podstawie wybranego garnituru był logiczną pomocą dla sfrustrowanego klienta, który stawał przed niebывałym trudem dokonania odpowiedniego estetycznego wyboru.

Artykuły platerowe dzięki przystępnej cenie stały się nieodzownym, modnym elementem dekoracji wnętrza i dobrze zaplanowanego, reprezentacyjnego stołu. Katalogi starały się w każdym roku utrafić na nowo w gusty publiczności. Żaden jednak nie ukazuje w pełni spójnego programu na nowy sezon. Wciąż sięga się do poprzednich egzemplarzy i obiektów z minionych lat, w obawie przed zbyt wielką ekscentrycznością i preferowaniem tylko jednego stylu czy kierunku. To powracanie do starych wzorów, odkrywanie na nowo neorenesansowych i neorokokowych karafek, piramid i żardynier świadczy zarówno o poszukiwaniu przez firmę nowych pomysłów, jak i o wciąż istniejącym, niewygasłym zapotrzebowaniu na przedmioty o tej ornamentyce.

Sukces sprzedaży był konsekwencją posiadania powielanych, podobających się klientom wzorów i ich eksploatacji do granic możliwości. Ich odrzucenie następowało w momencie, gdy ich sprzedawalność ulegała spowolnieniu²⁹³. Ilustracją tego zjawiska może być strategia sprzedaży firmy Fraget w Warszawie. Już w latach siedemdziesiątych XIX wieku sklepy należące do tej fabryki odkupowały za jedną trzecią część pierwotnej ceny wszystkie swoje stare wyroby, opatrzone stemplem „1er Qualitet”, które wyszły z mody lub zniszczyły się²⁹⁴. Z tego samego powodu sklepy galanteryjne pozbywały się w formie wyprzedaży bożonarodzeniowych i wielkanocnych mniej „chodliwych” lub niemodnych towarów.

Nabywanie przedmiotów zbytku, otaczanie się nimi, jest jednym z najstarszych procesów cywilizacyjnych, mającym swe korzenie w dążności do nobilitacji i usankcjonowania własnej pozycji społecznej poprzez posiadanie obiektów wartościowych, drogich i modnych. Jednak wraz z pojawieniem się reklamy w drugiej połowie XIX wieku oraz diametralnej obniżce cen na przemysłowo wytwarzane przedmioty zbytku, zaistniało zjawisko zaspokajania potrzeb nobilitacyjnych i konsumpcyjnych nie tylko przez elity, ale i przez szerokie warstwy społeczeństwa. Obiekty z tanich materiałów, zaopatrzone w szatę modnej dekoracji wyrażały ducha czasu i były dobrze sprzedającymi się, tanimi rekompensatami marzenia o nobilitacji społecznej. To, co w XVIII wieku było modne przez dziesiątki lat, w połowie wieku XIX dewaluje się już w ciągu kilku, a pod koniec XIX wieku w ciągu paru miesięcy. Wszystko, co niemodne, traci gwałtownie na wartości. Szybko zmieniające się mody są następstwem wiary, że to, co nowe, jest lepsze od starego, a wytwarzane maszynowo tak samo dobre jak wykonywane ręcznie. Potrzeba ulegania modzie nie jest zjawiskiem samorodnym, lecz

perfekcyjnie sterowanym fenomenem, w którym stwarza się z artykułów do tej pory niezauważalnych obiekty poszukiwane. Proces wymiany tego, co modne, na to, co niemodne, trwa nieustannie.

Istotę obyczajowości drugiej połowy XIX wieku charakteryzuje ciągle dążenie do zmian i poszukiwanie nowych bodźców, nowych ram dla swojego świata domowego, który jest wizytówką dobrego, czyli modnego smaku. Takie przekształcenie smaku i potrzeb estetycznych uwarunkowane było socjalnymi i politycznymi przekształceniami społecznymi oraz ekonomicznymi możliwościami rozwarstwionej w międzyczasie grupy mieszczańskiej. Zakup modnych przedmiotów dawał warstwie mieszczańskiej poczucie przynależności do elitarnych grup społecznych. Potrzeba imponowania wciąż czymś nowym, jak również naśladownictwo uznanych wartości wydaje się symptomem rodzącego się zindustrializowanego, demokratycznego społeczeństwa. Jest ono jeszcze niepewne swego gustu i reaguje na tę niepewność naśladowując symbole statusu społecznego klas posiadających, co jest psychologicznie uzasadnione. Te ostatnie z kolei dystansują się od tego, co modne, przeciętne, masowe i wulgarne. Georg Simmel nazywa tego rodzaju naśladownictwo „dziecięciem myśli i bezmyślności”, które „oferuje brzemienną możliwość stałego rozszerzania największych zdobyczy ludzkiego ducha, bez pomocy sił, które zrazu stanowiły warunek ich narodzin. Co więcej naśladownictwo daje jednostce zadowolenie, które płynie z faktu, iż nie jest ona samotna w swoich poczynaniach. Kiedy naśladowujemy, przenosimy nie tylko roszczenia do twórczej działalności, ale i odpowiedzialność za działanie z siebie na kogoś innego”²⁹⁵. Folgowanie modzie staje się formą zaspokojenia akceptacji społecznej, stanowiąc równocześnie wyraz niezależności. Moda pomaga również kształtować własną indywidualność, nie w trudzie i „za pomocą własnych sił”, ale dzięki identyfikacji z grupą, do której się pragnie należeć²⁹⁶.

Samo słowo „moda” ma w swoim znaczeniu szybką przemijalność i dewaluację. To, co modne, nie może być bezczasowe, musi przeżywać krótką apoteozę i szybkie znudzenie. Wraz z potrzebą nadążania za modą następuje ogólna uniformizacja gustów i deprecjacja dotychczas istniejących wartości²⁹⁷. To, co nowe, jest bardziej wartościowe od tego, co stare, to, co modne, od tego, co niemodne, nowoczesne – od tradycyjnego, co pozorne – od autentycznego.

Trudna droga mieszczańskiej nobilitacji

Świat pozorów, za którym kryje się etykieta i moda, dają obraz nowoczesnego człowieka i ten pozór wystarcza, stając się wartością w pełni autonomiczną i oryginalną. Naśladowanie arystokracji, zachłyśnięcie się nieprawdziwością stanie się w pierwszym etapie emancypacji mieszczaństwa jednym z najbardziej autentycznych objawów ekspresji tej warstwy.

Produkty przemysłu artystycznego wytwarzane były dla wszystkich, począwszy od robotnika i chłopą, skończywszy na arystokracji. Niewątpliwie jednak repertuar przedmiotów produkowanych przez WMF/Plewkiewicz z uwagi na strategię ekonomiczną tych firm skierowany był do średnio zamożnych obywateli. W Niemczech było to mieszczaństwo i bogate chłopstwo, w Polsce i Rosji do grupy tej należała zapewne oprócz mieszczaństwa również arystokracja.

Głównym adresatem omawianych przeze mnie seryjnie wytwarzanych obiektów była niemiecka warstwa **mieszczańska** i na niej w gruncie rzeczy skupiłam moją uwagę. To jej gust i potrzeby starano się zadowolić. Nie była to jednak grupa o jednorodnym charakterze. Należała do niej **burżuazja**, rekrutująca się z zamożnych właścicieli fabryk, banków i firm handlowych, która przyczyniła się do olbrzymiego wzrostu koniunktury przemysłowej tego czasu w Europie, oraz **inteligencja**, której przedstawiciele: lekarze, prawnicy, nauczyciele i wyżsi urzędnicy państwowi stanowili grupę wolnych zawodów, najbardziej przyczyniającą się do artykułowania kulturalnych ideałów tego czasu, najbardziej je pielęgnującą, najbardziej krytycznie stawiającą je równocześnie pod znakiem zapytania pod koniec XIX wieku. Następną grupą była grupa sektora usług, warstwa **drobnomieszczańska**: średnich urzędników, drobnych kupców, najbardziej pragnących awansu mieszczańskiego, najbardziej również ambitnie kultywujących mieszczańskie ideały, także w przejmowaniu wzorców kulturalnych burżuazji. Była to grupa nieustannie obawiająca się deklasacji i sproletaryzowania. Ostatnią, „czwartą” grupą, która w ciągu XIX wieku coraz bardziej zaczęła zyskiwać na znaczeniu, był **proletariat**, rekrutujący się ze zubożałego drobnomieszczaństwa i napływającego do miasta chłopstwa.

Zarówno etykieta, urządzenie wnętrza, jak i potrzeba otaczania się obiektami luksusowymi, które obserwujemy u mieszczaństwa drugiej połowy XIX wieku, powielają panujące i uznane od wieków zasady arystokratycznego zachowania. Stanowią one niedościgny wzór do naśladowania dla wszystkich warstw społeczności mieszczańskiej. Postawa ta jest odbiciem niezachwianego pragnienia i dążenia do akceptacji i afirmacji.

Dworskość, wykwintność, elegancja były atrybutami arystokracji, a kultywowanie i pielęgnowanie ich od pokoleń służyło przede wszystkim odgraniczeniu się od warstw niższych, plebsu i mieszczaństwa. Już w średniowieczu, ale szczególnie od XVIII wieku, wyszukany sposób mówienia, ubierania się, zachowania, „przywilej posiadania dobrego smaku” i otaczanie się luksusowymi przedmiotami stanowiły istotę i domenę tzw. wyższych sfer. Zdaniem Norberta Eliasa arystokratyczność arystokracji wzmagą się w momencie szczególnego naporu sił oddolnych, głównie mieszczańskich. To jakby w reakcji na nie etykieta staje się jeszcze bardziej wyszukana, a rygory dobrego smaku zostają zawężone, przeznaczone dla ścisłej elity wtajemniczonych. Przez wieki istniejący antagonizm pomiędzy mieszczaństwem a arystokracją spowodował, że wszystko, co choć trochę „trąciło” mieszczaństwem, było przez arystokrację uważane za wulgarne i z całą stanowczością odrzucane i wyszydzane. Wszystko zaś, co arystokratyczne, budziło wśród mieszczaństwa zachwyt i pragnienie dorównania. Im mocniej napierało na arystokrację mieszczaństwo ze swoimi roszczeniami równości i prestiżem finansowym, tym bardziej wyszukane, wykwintne, wynaturzone formy przybierała ceremonia życia arystokratycznego²⁹⁸.

Pomimo całego prestiżu finansowego mieszczaństwa, pomimo powodzenia zawodowego, pomimo bogactwa, które często przerastało fortuny arystokratyczne, celem wyższym burżuazji staje się opanowanie manier i sposobu zachowania arystokracji. Mentalność mieszczańską tego okresu charakteryzuje swoista dychotomia, z jednej strony dająca wyraz dążeniom do samoświadomości swojej klasy, z drugiej zaś wyrażająca niezachwiane przekonanie o potrzebie domi-

nacji i jednocześnie dorównaniu sferom wyższym. Zachowanie arystokracji staje się równocześnie wzorcem dla wszystkich grup mieszczańskich. Wierzone, że dzięki skomplikowanej, jeszcze bardziej wyszukanej ceremonii spożywania posiłków, otaczaniu się dziełami sztuki, dekorowaniu swoich wnętrz na wzór arystokracji, będzie możliwa nobilitacja społeczna. Podobnie myśleli i zachowywali się drobnomieszczaństwo, którzy uznawali wyższość wzorców arystokratyczno-burżuazyjnych. Jest to typowe zachowanie cywilizacyjne, które Elias nazwał „pierwszą fazą asymilacji”²⁹⁹. W procesie tym niższa klasa napiera na wyższą w celu przejścia jej władzy i symboli statusu społecznego. Ta presja mieszczańska osłabiona jest jeszcze przez niewiarę we własne siły, przez poczucie parweniuszostwa i nieuformowania społeczno-kulturowego oraz przekonanie, że arystokracja jest pod każdym względem kulturowo wyższa. Mieszczańska obyczajowość charakteryzuje się niepewnością smaku i zachowania, dlatego imituje ona modele, standard życia i sposób zachowania arystokracji. W fazie tej kształtuje się też specyficzny stosunek do warstwy niższej od siebie, w wypadku burżuazji – do drobnomieszczaństwa, drobnomieszczaństwa zaś – do proletariatu, charakteryzujący się wyniosłością i rygoryzmem.

Mentalność owa miała inne zabarwienie w wolnych miastach hanzeatyckich, takich jak Hamburg czy Lubeka, a inne w Prusach, Francji czy Wielkiej Brytanii. Bez względu na to, czy mamy do czynienia z wyemancypowanymi kupcami z Lubeki, poniżanymi mieszczanami pruskimi czy burżujami z Warszawy, szlachta, magnateria i arystokracja jest w całej Europie XIX wieku traktowana jako niedościgły wzór. Wydawałoby się, że w takich kupieckich ośrodkach jak miasta hanzeatyckie, gdzie cnoty mieszczańskie były w szczególny sposób pielęgnowane, obraz ten mógłby przedstawiać się inaczej, a przecież, jak ukazuje nam to Tomasz Mann, dumna córka senatora Buddenbrooka wciąż wzdycha do wszystkiego, co choćby tylko brzmiało arystokratycznie. Senator Thomas Buddenbrook, świadomy własnej wartości kupiec o zaletach wybitnego polityka i społecznika, naśladuje w stroju i zachowaniu arystokrację, a stosunek całej rodziny Buddenbrooków do nowobogackich Hageströmów, nacechowany pogardą i poczuciem wyższości, jest jedynie potwierdzeniem wyżej omawianej tezy o „kompleksie” mieszczańskim³⁰⁰.

Pod koniec XIX wieku obserwujemy jednak proces emancypacyjny, charakteryzujący się narodzinami wśród warstwy mieszczańskiej świadomości własnej historii i kultury. Wyrazem tego będzie świadoma wytworność, duma z reprezentowania własnej klasy i dystans. Dystynkcja i godność stają się atrybutami sposobu zachowania wewnątrz własnej klasy³⁰¹. Ponieważ pieniądze jednak tylko w sposób pośredni określają pozycję społeczną i czynią wytwornym, to, co dystygowane, zamienione zostało na to, co luksusowe. Patos mieszczański objawi się w wyszukany luksusie oraz w dążeniu do wielkości, nieśmiertelności i ponadczasowości, które to wartości utożsamia się z potęgą przeszłych czasów.

Aby podkreślić swe współuczestnictwo w tworzeniu kultury, mieszczaństwo, burżuazja w sposób nad wyraz intensywny, niejednokrotnie o wiele skwapliwiej niż arystokracja, zajmuje się mecenatem kultury i sztuki³⁰². Posiadanie zbiorów sztuki i mecenasowanie kulturze uważane było wręcz za obowiązek burżuazji, a ich lekceważenie związane z dezaprobatą społeczną i towarzyską³⁰³.

Na początku XX wieku coraz bardziej krytycznie zaczyna się podchodzić do przejętych lub przejmowanych wzorców klasy wyższej, nadchodzi czas odrzucenia skostniałej etykiety, przeciwstawienia jej pracy i naturze. Jest to okres, w którym mieszczaństwo zdobywa siłę towarzyską i samoświadomość klasową. Modele arystokratycznej etykiety i stylizacji zostały wprawdzie przejęte na początku XX wieku, lecz nie zostały w sposób decydujący i widoczny dalej rozwinięte. Było to spowodowane głównie tym, że nadążanie za czynnościami zawodowymi nie pozwalało poświęcić się pielęgnowaniu etykiety i smaku, jak to miało miejsce w wypadku arystokracji. Nie bez znaczenia były również nowe warunki społeczne, zaistniałe w demokratyzującym się społeczeństwie kapitalistycznym. Nastąpił okres refleksji i weryfikacji wartości.

W sztuce jest to okres odkrycia na nowo czy też powrotu do tradycji rzemiosła artystycznego, odrzucenie imitacji i surogatów, deklaracje na rzecz prawdziwości zarówno materiału, jak i formy.

Omówione tu ideologiczne oblicze XIX wieku jako epoki mieszczańskiej walki o emancypację i prestiż, któremu można zarzucić marksistowskie uproszczenie, nie wyklucza jednak istnienia postawy na wskroś jej przeciwnej. Już od początku XIX wieku następowała w szerokich kręgach arystokracji europejskiej asymilacja, idealizowana w poezji i literaturze, wzorców mieszczańskiej obyczajowości. Wyrażało się to w przejmowaniu ideałów życia rodzinnego (intymności, poświęceniu się wychowaniu dzieci), cnót mieszczańskich (wierności, powagi), mody (szczególnie męskiej), wyposażeniu wewnątrz (biedermeierowskie meble), a nawet etykiety (*service a l'anglaise*). Wzory stają się uniwersalne. Na początku XIX wieku zaciera się różnica między kulturą arystokratyczną i mieszczańską³⁰⁴.

Surogat, czyli recepta na szczęście

Wynalazek posrebrzania galwanicznego i zastosowanie wysoko wyspecjalizowanych maszyn do produkcji i obróbki metali zrodziły możliwość tworzenia obiektów o finezji i dokładności znanej jedynie w ręcznym wytwarzaniu produktów srebrnych. W ten sposób powstała dotąd nieznaną sytuacją, w której to, co nie było srebrem, charakteryzowało się tym samym co ono wyglądem, ciężarem i połyskiem. Powstało coś, czego nie można było w pierwszym momencie zdemaskować przez ciężar, dotyk, zapach i analizę stylistyczną. Przedmiot posrebrzany stał się surogatem srebra, podobnie jak odlew z cynkalu surogatem brązu, a lane żelazo surogatem kutego żelaza, tworząc w ten sposób ich idealną iluzję. Ten aspekt nieautentyczności, gry pozorów i udawania czegoś, czym się nie jest, było przez wszystkich akceptowanym „oszustwem”, przede wszystkim przez klientów, którzy zaopatrywali się w przedmioty zbytku, dostępne do tej pory jedynie elicie. Zapotrzebowanie na luksusowe przedmioty (w tym posrebrzane) gwałtownie wzrosło wraz ze wzrostem znaczenia klasy mieszczańskiej. Właśnie mieszczaństwo, wszystkie jego grupy, poszukiwało dla siebie nowego statusu społecznego, najłatwiej dającego się urzeczywistnić za pomocą surogatów. Obiekty posrebrzane dostępne były dla każdej kieszeni i starały się zaspokoić wszystkie gusty. Fabryki zarzucały rynek coraz tańszymi przedmiotami w tysiącach egzemplarzy. Mieszkania w szybkim tempie zapełniły się stołowizną i przeróżnymi



Paterka, R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie, po 1900, stop cynowy, wym.: szer. 21,3 cm, dł. 34,6 cm; MMP/S/7257

bibelotami, układanymi na specjalnie do tego celu produkowanych etażerkach, serwantkach, witrynach, półeczkach i konsolkach. W zależności od upodobania, albo wielkość, albo liczba posiadanych przedmiotów świadczyła o statusie społecznym, informowała o zapleczu finansowym i poczuciu smaku jego właściciela. Przedmioty zdobiące pomieszczenia powinny robić wrażenie okazałych i bogatych, szlachealnych i reprezentacyjnych, nawet tanim kosztem, a pretensji tej nic bardziej nie zaspokajało jak wykorzystywanie surogatów.

Łacińskie słowo *surrogare* znaczy „zastępować”. Sztuka budzenia iluzji nie jest w historii sztuki czymś nowym, towarzyszy jej od iluzjonistycznych malowideł w Pompei aż po iluzjonistyczne malarstwo i sztukaterię doby baroku i rokoka. Pojęcie surogatu ma jednak w swojej formule coś podświadomie ambiwalentnego, gdyż do końca nie jesteśmy pewni, czy chce coś fałszować czy imitować. Sama warstwa znaczeniowa tego słowa skazuje go tym samym na banicję estetyczną.

Rezygnując z moralnego spojrzenia na sztukę w kategoriach „prawdziwe” i „nieprawdziwe”, musimy przyznać, że każdy materiał jest na swój sposób prawdziwy, jak również, że **surogaty stanowią nową wartość sztuki XIX wieku**, zdolną do samoistnego istnienia³⁰⁵. W tym świetle badania tego zjawiska, rozumianego jako świadomy iluzjonizm, koncentrują się na obronie jego właściwości. Pozbawione kompleksów stosowanie przez przemysł artystyczny surogatów było dowodem typowego dla tego okresu zachłyśnięcia się własnymi możliwościami, które wydawały się moralnie i światopoglądowo bez granic. Ta wynikająca sama z siebie nonszalancja pozwalała na poruszanie się w różnych dziedzinach. Zadaniem obiektu było rozproszenie się w genialnej inscenizacji, w której produkty służyły budzeniu złudzeń bez konieczności sięgania do historycznych korzeni. Jest to typowe odejście od przeżywanego i refleksyjnego świadomości historii na rzecz iluzyjnej, a powszechne w tym okresie „oszustwo materiałowe” stanie się środkiem do jej osiągnięcia. Malowana blacha udaje marmur, *papier mâché* –

drewno różane, gips – alabaster, szkło – onyks, róg zastępował masę perłową, cynkal – brąz, drewno – róg, ebonit – kość słoniową, a celulooid – sztuczną skórę. „Egzotyczna palma jest impregnowana albo z papieru, owoce w etażerze na stole z wosku lub mydła, kwiaty z kartonu, paląca się lampka nad łóżkiem jest taką samą atrapą jak żarzące się węgle w kominku, który nie był nigdy używany. Na serwantce stoją głębokie garnki z mosiądzu, w których się nigdy nie gotowało, lub olbrzymie kufle do piwa, z których nigdy się nie piło, na ścianie wiszą dumnie miecze, których nigdy nie użyto, i obfite trofea myśliwskie, których się nie zdobyło. Biblia Gutenberga okaże się skrzynką na przybory do szycia, orkiestron szafką ścienną, sztylet turecki nożem do masła, pruski hełm popielniczką, zbroja rycerska stojakiem na parasole, pistolet termometrem. Barometr przedstawia skrzypce, pacholek do butów chrabąszczą, spluwaczka żółwia, gilotyna do cygar wieżę Eiffla, kufel do piwa to figurka otwierającego się mnicha, mięso soli się przy pomocy szklanego psa, który wydmuchuje nosem zawartość pojemnika, likier nalewany jest z miniaturowej beczki, noszonej przez terakotowego słodkiego osiołka”³⁰⁶. Rzadko kiedy zdarza się, że produkt artystyczny służący dekoracji pomieszczeń wykorzystywany jest w tej funkcji, którą ma spełniać. Są to na ogół niczemu nie służące bibeloty, przedmioty mające upiększać pomieszczenia i dostarczać wrażeń estetycznych, wreszcie tworzyć swoistą mistyfikację. Dążono do wzniosłości przez wyimaginowaną grę pozorów ustawianych, niczemu nie służących dekoracyjnych, pompacyjnych przedmiotów, których posiadanie stało się jednak nieodzownym warunkiem dobrze zastawionego stołu i urzędowego salonu. Pomimo całej swojej absurdalności i niepraktyczności, były to obiekty konieczne dla ówczesnego, nowoczesnego, eleganckiego wnętrza. Te kunsztowne, niepraktyczne żardyniery i wazy do ponczu, które z powodu delikatnej i kruchej szklano-metalowej struktury oraz misternej dekoracji paraliżowały chęć używania ich, ta dostrzegana z naszej dzisiejszej perspektywy śmieszność przedekorowanego wnętrza, zaopatrzonego we wszystkie atrybuty dworskości, jakie mogła wyśnić sobie mieszczańska wyobraźnia, są wyrazem pragnienia emanacji dostojeństwem, wzniosłością i elegancją. Wnętrza ozdabiano również trywialnymi, stojącymi niejako w opozycji do wzniosłości bibelotami, popielniczkami w kształcie buta, koszykami na orzechy z wiewiórką z orzechem w zębach i podstawkami pod zegarki kieszonkowe w formie uśmiechniętego księżycy, które wyrażały podświadomie dążenie do intymności i ciepła wewnątrz mieszkalnych i oddawały radość kształtującej się klasy, kupującej te „wzniosłe” obiekty dla „innych”, a bibeloty dla siebie.

W tym wyimaginowanym świecie wystarczyło, że figura dekorująca salon była z cynkalu, a sztuce były posrebrzane, albowiem posiadanie ich znaczyło tyle samo, co posiadanie dzieła sztuki i srebrnej zastawy. Przyczyn tego notorycznego posługiwania się zastępstwami i kreowania „surrealistycznego” wnętrza szukać należy w podziale procesów życia, który nastąpił w Europie Zachodniej w połowie XIX wieku. Pierwszym podziałem był podział produkcji, a następnie odgraniczenie życia oficjalnego, zawodowego od życia intymnego, rodzinnego przez odseparowanie się od warsztatu pracy, który do niedawna należał również do sfery rodzinnej. Domy, pałace mieszczańskie powstawały z dala od fabryk, jak gdyby ich właściciele chcieli w ten sposób podkreślić dystans do tego, co się tam wytwarza. Następnym podziałem był podział klasowy,

manifestujący się w potrzebie posiadania służby oraz w pragnieniu oddalenia się od fabryki, a przede wszystkim od pracującego tam proletariatu. Życie miejskie sprzyjało również oddaleniu się od natury. Nie odczuwano potrzeby otaczania się żywą roślinnością i dlatego powszechnie wykorzystywano sztuczne lub suche kwiaty w dekoracji wnętrz. Nastąpiło oddalenie od historii, interpretowanej w subiektywny sposób, i wreszcie oddalenie od realności, manifestujące się w kulcie draperii, stwarzających z wnętrza scenę, na której traci się orientację i realny stosunek do rzeczy. We wnętrzach tych żyją ludzie, którzy poprzez taką a nie inną dekorację starają się to oddalenie zrekompensować. Gert Selle używa tu sformułowania „design rekompensaty”, który stanowi jednocześnie „design demonstracji”³⁰⁷.

Dekoracja służy również chęci zakamuflowania wszystkiego, co techniczne. Pod ciężarem przeładowanych fantazji zdobniczych znika prawdziwy sens i cel danego przedmiotu. Można przeto upatrywać w tej niczym niepohamowanej furii dekoracji obrony przed wkroczeniem techniki do życia codziennego, w którym to zjawisku miesza się fascynacja ze strachem. Przepaść między sztuką a techniką stara się pokonać dekoracja. Przepaść między życiem a naturą stara się zniwelować sztuka iluzji. **Dychotomia między istnieniem a złudzeniem, między realnością a iluzją jest jednym z największych osiągnięć tej epoki.** To zjawisko jest szczególnie wyraźne, kiedy porównamy kuchnię i łazienkę domu mieszkalnego z jego wnętrzami reprezentacyjnymi. Te pierwsze wyposażone były nowoczesnie, z duchem czasu i bez specjalnego kamuflowania osiągnięć techniki. Salon, jadalnia, gabinet pana, buduar pozostały jednak poza tą granicą, to prawdziwe świątynie, w których celebruje się życie mieszczańskie.

W początkowym okresie zachłyśnięcia się tymi możliwościami nie dostrzegano w ich stosowaniu nic złego, nie widziano żadnej sprzeczności w ich wykorzystaniu. Budowano w ten sposób nowe wartości estetyczne, wręcz moralne, a wynalazcy nowych materiałów-surogatów opisywani i wychwalani byli w prasie. Z czasem same surogaty stają się „klasykami”, a w wykorzystaniu ich widziano prócz nobilitacji możliwość poprawy standardu życia i dobrego samopoczucia.

Typowymi cechami surogatu jest jego teatralność i iluzjonerstwo, przejawiające się w radości z „nieprawdziwości” i naiwnej wręcz dumie tamtych czasów z opanowania umiejętności perfekcyjnego naśladowania³⁰⁸. Surogaty, a tym samym produkty przemysłu artystycznego, były rozumiane również jako obiekty do kształcenia. Odzwierciedlały niejako ducha czasu, który nie odrzucał kopiowania i imitacji, widząc w nich wręcz drogę postępu i możliwość ulepszenia środowiska ludzkiego. Oprócz tego miały one szkolić smak i pobudzać fantazję. Jednocześnie wykorzystywano i powoływano się na tradycję historyczną, a wraz z zainteresowaniem nią rosło przeświadczenie o konieczności korzystania z tego bogatego źródła³⁰⁹.

Zafascynowanie surogatem wiąże się z przebrzmiewającym pod koniec XIX wieku, lecz ciągle jeszcze aktualnym idealistycznym systemem estetycznym, którego istotę stanowi przekonanie, że tworzywo jest jedynie środkiem unaoczniania idei oraz że nawet najbardziej kosztowne tworzywo podporządkowane jest tylko formie artystycznej. Zgodnie z tą teorią złoto namalowane jest wartościowsze od złota prawdziwego, a kwiaty sztuczne doskonalsze od naturalnych, po-

nieważ te ostatnie, odbiegając od prawzoru, skazane są równocześnie na szybką zagładę³¹⁰. Z tego powodu tworzywo naturalne było maskowane, pozłacane, malowane lub tynkowane, gdyż jego wartość estetyczna była niżej ceniona od formy i prawzoru.

Kampania „antysurogatowa” rozpoczęła się w połowie wieku XIX, a szczególnie uaktywniła się pod koniec stulecia wraz z rozwojem popularności nowego systemu estetycznego, nazwanego przez Bandmanna „materialistycznym”, który utrzymując, że jest jedynie prawdziwy i ponadczasowy, nadał zarówno historyzmowi, jak i surogatom pejoratywnie znamię wartości etycznie negatywnych w formie „falszywej sztuki pseudoarystokratycznej”³¹¹. Surogat połączono nierozzerwalnie z „nieprawdziwością” materiałową, a „uczciwość materiałowa” była hasłem bojowym nowej sztuki³¹². Zasada „oddawania tworzywu sprawiedliwości” stała się na początku XX wieku dogmatem, który opanował zarówno estetykę, jak i przemysł. Po dziś dzień historia sztuki sekunduje poglądom Langego, który tak formułował *credo* nowej sztuki: „nie pozwalamy, aby marmurowy stiuk udawał marmur prawdziwy. Nie chcemy zastępowania gzymsów kamiennych cementem albo malowaną folią cynkową, nie zgadzamy się na pokrywanie fornirem dębowym drzwi z drzewa jodłowego. Wszystko to potępiamy z powodów estetycznych”³¹³.

Z dzisiejszego punktu widzenia historii sztuki zdajemy sobie jednak sprawę, że **„wartości uważane za immanentnie przynależne dziełu sztuki, w rzeczywistości są mu jednak narzucone”**³¹⁴. Dlatego coraz częściej budzą nasze zainteresowanie obiekty, które skazane przez ostatnie dziesiątki lat na magazynową samotnię, z zawstydzeniem wyciąga się z piwnic, uznając je za równorzędny przedmiot badań historyka sztuki.

Dom i wnętrze – łoża w teatrze świata

*Wnętrze jest dla osoby prywatnej czymś w rodzaju wszechświata.
W nim gromadzi ona to, co dalekie i co przeszłe.
Salon jest łożą w teatrze świata.*³¹⁵

W drugiej połowie XIX wieku dynamiczna industrializacja stanowiła podłoże rozwoju społeczeństwa o przemożnych potrzebach kulturalnych i apetycie na usankcjonowanie swojego *status quo*. Mieszkanie, sposób jego urządzenia stały się środkiem do wyrażenia osobistych, społecznych, a nawet politycznych ideałów.

W 1876 roku na Kunstgewerbeausstellung w Monachium Gabriel Seidl kreuje „deutsche Wohnstube”. Przedstawia nie pojedyncze elementy wyposażenia pomieszczeń, lecz malownicze otoczenie mieszkalne, pokazowy, przemyślany w swojej konstrukcji i dekoracji salon, wyposażony w sprzęty tylko w jednym stylu – niemieckiego neorenesansu. Od tego czasu zarówno na wystawach, jak w czasopiśmie i wszelkiego rodzaju poradnikach problem wnętrza mieszkalnego zaczyna odgrywać zasadniczą rolę i traktowany będzie całościowo. Pokój Seidla stworzył precedens w kształtowaniu wszelkiego typu „wzorcowych pomieszczeń”, w których najistotniejszą funkcję pełnić będzie malowniczy wystrój,

nawiązujący do tradycji i historii. Każde pomieszczenie rozumiane było jako jednorodna całość, sugerująca impresję przeszłości. W pierwszej fazie, bezpośrednio po wystawie monachijskiej podkreślano wierność oryginałom, funkcjonalność i prostotę dekoracji, takie były też założenia wystawiennicze Seidla. W latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych proste wnętrza wypełniono wyszukany luksusem i przepychem. Oryginały z minionych epok przemieszano z ich kopiami lub wręcz zastąpiono produkcją przemysłową. **Nastrój** stał się hasłem naczelnym tak koncyptowanych pomieszczeń. Zaopatrzone były one również w całą ikonologiczną warstwę znaczeń.

Podstawowym dylematem społeczeństwa drugiej połowy XIX wieku (zarówno arystokracji, jak i mieszczaństwa) była potrzeba odnalezienia ideologicznego statusu, swoista potrzeba historii i tradycji, z którą można się utożsamić i identyfikować, poszukiwanie symboli własnej kultury. Chętnie posiłkowano się różnymi stylami, kokieteryjnie sięgano do neorokokowych elementów, utożsamiano się z neorenesansem, aż wreszcie entuzjastycznie powitano nadejście secesji. Przemysłowa produkcja seryjna dała nie tylko możliwość korzystania z darów kulturowych szerokiej rzeszy społeczeństwa, ale stworzyła jednocześnie nieistniejącą do tej pory szansę nadrobienia „w przyspieszonym tempie” niedociągnięć kulturowych. Maszyna była w stanie wyprodukować wszystko, o czym marzył klient, bez względu na pozycję i zapatrywania estetyczne. Surogaty dawały poczucie współdziałania w dorobku kulturalnym pokoleń. Moralne przeświadczenie o konieczności zainteresowania sztuką objawiało się przede wszystkim w nagromadzeniu różnego rodzaju obiektów w możliwie rozmaitych stylach i kształtach. Pod słowem sztuka należy rozumieć wszystko, co pod tym pojęciem rozumiano, również przedmioty wytwarzane przemysłowo. Otaczając się efektownymi obiektami, sięgającymi do tradycji minionych epok i noszącymi ich stylistyczne znamiona, poszukiwano kontaktu z tradycją i sankcjonowano swoje pochodzenie. W ten sposób „nabyto” w szybkim tempie wszystkie materialne symbole statusu społecznego i kulturalnego, które inne klasy zdobywały przez stulecia.

Problem bycia stał się problemem wyglądu. Według Eduarda Fuksa charakterystyczną cechą epoki mieszczańskiej, czyli wieku XIX, była olbrzymia wewnętrzna sprzeczność istniejąca pomiędzy rzeczywistością a jej pozorem³¹⁶. Wnętrza mieszczańskie były surogatem marzeń mieszczańskich, w których, jak to ujął Ernst Bloch, „nowobogackie mieszczaństwo ułożyło się do snu w arystokratycznym łożu i śniło na jawie w dekoracjach przebrzmiałych epok niemieckie, francuskie, włoskie i orientalne sny. Opanowało je pragnienie oddania się złudzeniu rozplątnięcia się, zatracenia tożsamości w kamuflażu przeładowanych dekoracji i wyruszenia w podróż historyczną lub orientalną. W słabo oświetlonych wnętrzach, których ciężkie kotary uniemożliwiały dopływ zewnętrznego światła, wśród udrapowanych wzorzystych draperii odbywano mistyczną podróż od średniowiecza po rokoko, z przystankami w orientalnych meczetach, wysłanych dywanami i oświetlonych mauretańskimi lampionami, wśród pamiątkowej wieży Eiffla i szkła z Murano”³¹⁷. Jak się jednak wydaje pogoń za teatralnością wewnątrz nie była domeną jedynie mieszczaństwa. Również arystokratyczne wnętrza nie były wolne od owego dekoracyjnego *horror vacui*. To, co z początku możemy nazwać pragnieniem nobilitacji społecznej mieszczaństwa stało się powszechną

modą. Mieszczański smak wszedł do pałaców arystokratycznych i zagnieździł się w nich z powodzeniem, stając się ogólnodostępnym dobrem. A arystokracja z nie mniejszym entuzjazmem układała się do snu, śniąc na jawie neogotyckie i neorokokowe sny o potędze. Nie była to jednak epoka uśpiania i dekadencji, wręcz przeciwnie, wiek czynu, racjonalizmu i ekonomii, wiary w postęp i swoją siłę we wszystkich dziedzinach. Jest to na pierwszy rzut oka sprzeczny obraz XIX wieku. Lecz jedynie myślenie sprzecznościami może pozwolić na bliższe zrozumienie go. Jeden, zwarty, jednoznacznie określony system zdany jest na zafałszowanie i deformację.

Według Arnolda Hausera źródeł ideologicznych kultury XIX wieku szukać należy w trywialno-popularnej sztuce rokokowej i artystycznym upojeniu „wzruszeniem”, do którego dołączyło w okresie romantyzmu sentymentalne „uczucie”. Zarówno hołdowanie wzruszeniu, jak i pobudzona uczuciowość stają się niemożliwymi do odreagowania i do rekompensaty zastępstwami czegoś, czego nie można zrealizować. Dlatego kreuje się je na idealne i irracjonalne wartości, dzięki którym sztuka zaspokaja tęsknoty za obcym „ja” i utopijnym bytem. Właśnie w okresie romantyzmu i neoromantyzmu oddawano się z upojeniem tym marzeniom, które wydawały się bliskie realności dzięki zastosowaniu surogatów i przemysłowo wytwarzanych rekwizytów tej kulisowej mistyfikacji. Od tego czasu zaczęto identyfikować się z tym nierealnym światem, „śnić na jawie” zapominając o dystansie między rzeczywistością a fikcją³¹⁸. Również literatura i poezja tego okresu przenosiła czytelników w urojony świat obcych kultur i scenerii³¹⁹. Podobnych podniet dostarczały teatr, opera i operetka, przeżywające apogeum popularności właśnie w drugiej połowie XIX wieku.

Życie mieszczańskie i arystokratyczne zostaje osaczone przez przemysł artystyczny, który z nowobogackim impetem pragnie wkroczyć w każdą szczelinę jego życia, począwszy od łyżeczki do herbaty, a skończywszy na krucyfiksie. O ile w biedermeierowskim mieszkaniu mieszczańskim początku XIX wieku podkreślana była wygoda i prostota wnętrza i sprzętów, a ich typową cechą stanowiła antymonumentalność i antyrepresentacyjność, za którą kryła się „miłość do małego i rzetelnego” oraz typowa afirmacja mieszczańskiej przytulności, o tyle mieszkanie drugiej połowy XIX wieku preferuje bogato dekorowane, reprezentacyjne pomieszczenia. Tendencja owa, wyrażająca się w pompacyjnym upiększaniu mieszkań, była widoczna zarówno u arystokracji, burżuazji, jak i u drobnomieszczaństwa. Reprezentacyjny charakter i elegancja otoczenia, w którym się przebywało, były ważniejsze od jego wygody i funkcjonalizmu. Mieszkanie starano się jak najbardziej udekorować, widząc w tym przejaw dobrego smaku i symbol dobrobytu. Stąd nagromadzenie pluszowych kanap, bibelotów, stołowizny, suchych kwiatów, figur i obrazów. Mieszkanie staje się samoistnym dziełem sztuki, działającym na nas przez barwę, bogactwo form i kształtów. Pomysłów dostarczały szeroko omawiane i bogato ilustrowane w prasie budowle i wnętrza publiczne, wystawy światowe, nowo powstałe, kapiące przepychem i wytwornością teatry, świeżo otwierane świątynie sztuki, czyli muzea, w których ukazywano dzieła sztuki w oderwaniu od ich tradycji, korzeni, otoczenia i asocjacji. Wszystkie te elementy odnajdziemy we wnętrzu, dążącym do stworzenia nastroju niesamowitego, nowego, zachwycającego, mieszkaniu, które pragnie stać się po trosze wystawą światową, teatrem i muzeum w jednym. W takim wnętrzu moż-

na bez przeszkód celebrować sztukę i oddać się marzeniom³²⁰. Domowe życie zastyga w teatralnie stworzonym obrazie. Również po wyjściu z własnego domu rozprasza się w świecie pompacyjnych, przypominających pałace domów towarowych, pasaży, kawiarni i dworców, które stają się zwielokrotnionymi salo-
nami życia publicznego. Dążność do teatralizacji najlepiej wyraża się w namięt-
nej miłości do pochodów historycznych i balów kostiumowych, jak również
w kreowaniu i tworzeniu tzw. żywych obrazów³²¹.

Ideąłem jest urządzenie mieszkania na wzór szeroko omawianego w prasie
i podziwianego atelier wiedeńskiego malarza Makarta, które było niejako wzor-
em do naśladowania i symbolem pełni artystycznego smaku i wyczucia estetycz-
nego. Aby nie popełnić żadnego błędu w tej zaiste artystycznej kreacji, urzą-
dzenie wewnątrz powierza się, w miarę finansowych możliwości, specjalnie do tego
celu zatrudnianym dekoratorom, na ogół współpracującym ze sklepami oferują-
cymi wyposażenia wewnątrz.

Produkując luksusowe i ozdobne obiekty salonowe oraz stołowe starano się
dogodzić gustom zarówno burżuazji, naśladowującej magnaterię i arystokrację
w urządzaniu wewnątrz, w ubraniu i zachowaniu, jak i inteligencji oraz drobno-
mieszczaństwa, pragnącym naśladować naśladownictwo burżuazji.

Debata na temat gustownego i odpowiadającego potrzebom i wymogom ary-
stokratycznym i mieszczańskim wnętrza rozgorzała już na początku drugiej po-
łowy XIX wieku, gdy zaczęto intensywnie zastanawiać się nad odpowiednim dla
danego statusu społecznego wnętrzem. Reformatorzy smaku szczególnie dużo
uwagi poświęcali właśnie wyposażeniu mieszkania. W 1868 roku wyszła pierw-
sza książka tego typu, poradnik Charlesa Eastlake'a *Hints on Household Taste*, po
której w całej Europie zaczęto wydawać podobne publikacje³²². Wszyscy więksi
teoretycy i krytycy sztuki zajmowali się tym fenomenem, szukając odpowiednie-
go wnętrza i konceptu dla stylowego i wygodnego domostwa. To oni wzięli na
siebie trud szkolenia gustu. Nie tylko wskazywano, jak urządzać wewnątrz, lecz
również jakich przedmiotów używać w celu ich upiększenia. Zakładano posia-
danie co najmniej pięciu do siedmiu pokoi, choć pełen splendor i możliwości
reprezentacyjne osiągnąć można było dzięki większej ich liczbie³²³.

Jak wynika z opisu umeblowania warszawskiego mieszkania Elżbiety Kowec-
kiej, wyposażenie berlińskiego wnętrza nie różniło się stylistycznie w zasadzie
od wyposażenia mieszkania warszawskiego tego czasu³²⁴.

W **buduarze** znajdowały się kozetki, foteliki i półfoteliki, mały stolik i biur-
ko oraz różnego typu bibeloty, fotografie, przybory do pisania, żardyniery na
kwiaty, etażerki na biżuterię i wizytówki. W **sympialni** nieodzowną stania się go-
towanie z lustrem i marmurową umywalką, toaletki z flakonikami, pudernicz-
kami, pojemnikami i lusterkami, łóżka łączone oraz dwie szafy na bieliznę.
Zalecana **jadalnia** urządzona była w stylu neorenesansowym. Jednym z najważ-
niejszych jej mebli był kredens, służący do przechowywania zastawy porcela-
nowej, szklanej oraz przedmiotów srebrnych. Był to, jak nazwał go Paweł Ba-
naś, swoisty skarbiec, szafa „zakrystyjna” z „symbolami kultu konsumpcji
i posiadania”, stanowiąca centrum reprezentacji i splendoru. Jej zawartość świad-
czyła o zamożności i bogatej tradycji domowników³²⁵. W jadalni nie mogło
zabraknąć stołu na 12 osób i odpowiedniej liczby krzesel, na stole pater z owo-
cami, etażerek, flakonów na kwiaty i żardynier. Ściany zdobione były obraza-

mi, przedstawiającymi martwą naturę, sceny rodzajowe lub myśliwskie. Jadalnia stała się miejscem najbardziej reprezentacyjnym i też najbardziej „skanoniczonym” w swoim urządzeniu³²⁶. Jak podkreślał Jakob Falke, charakter jadalni wymagał mebli mało dekorowanych, utrzymanych w jednolitym stylu. Jedyne kredens stanowił wyjątek, będąc prawdziwym elementem dekoracyjnym. W odróżnieniu od jadalni **salon**, w Niemczech zwany także „gute Stube”, był miejscem spotkań towarzyskich i rodzinnych. Stanowił on w mieszkaniu miejsce szczególnie prestiżowe, gdzie z pietyzmem rozstawiano rodzinne symbole statusu społecznego, jak również obiekty sztuki. Obrazy (portrety rodzinne i motywy krajobrazowe) i rzeźby, w tym nieodzowne popiersie Goethego (Mickiewicza), świadczyły o kulturalnych roszczeniach rodziny, figurka Bismarcka (Kościuszki lub Mikołaja II) – o poglądach politycznych, a często ustawiane po obu stronach sofy popiersia mitologicznych bogiń i bogów – o ogólnym uczestnictwie w kulturalnym spadku europejskiej cywilizacji. Fortepian lub pianino pełniły prestiżowo znaczącą funkcję w dekoracji wnętrza, gdyż dawały świadectwo zarówno dostatku, jak i kulturalnego obycia. W salonie nie mogło zabraknąć kanapy, foteli tapicerskich, wzorzystych dywanów, serwantki bogatej w bibeloty, na której musiał stać flakon z bukietem sztucznych kwiatów, luster z konsolami pomiędzy oknami, stołu rozkładanego lub „klapak” oraz stolików do gier. W salonie pojawiają się najczęściej produkty metalowej galanterii w formie figur, statuetek, zegarów, lamp, popiersi oraz bardziej praktycznych przedmiotów, służących ekspozycji kwiatów i owoców. Na ogół są to przedmioty wykonane z brązu, cyny, mosiądzu, cynkalu i tombaku. Twórcy poradników zachęcali do bogatej dekoracji ścian, podłóg, rozwieszania obrazów, rozstawiania statuetek i bibelotów, jak pisze Jakob Falke: „bogactwo dekoracji i wyposażenia jest konieczne, nie tylko po to, aby pokazać, że salon jest neutralnym miejscem nowoczesnego wykształcenia, ale również, aby ukazać, że jest się na jego poziomie. Puste stoły, nagie ściany nigdzie nie są tak niewskazane jak w salonie..., gdzie rozmawiający poruszają tysiące tematów i poszukują wszędzie pobudek”³²⁷. Wskazane było ustawienie mebli w odpowiednie grupy, tak aby w każdej z nich znalazły się odpowiednie podniety do rozmów.

Nieodłącznym atrybutem ówczesnego salonu były suszone kwiaty, w Niemczech znane również pod nazwą „Markartbukett”. Bukiet taki składał się z suszonych traw, palm, ostów, piór i egzotycznych, suszonych motyli. Suszone kwiaty były atrybutem i symbolem smaku. O ich epokowym znaczeniu może świadczyć wypowiedź Alfreda Lichtwarka, zasłużonego hamburskiego pedagoga i krytyka sztuki, który w reformatorskim zapale melduje czytelnikom nastanie nowej ery w sztuce, w momencie, kiedy bukiet Makarta, którego estetyczne walory porównuje autor z walorami „sałatki śledziowej”, został przewyżniony. W 1890 roku nastąpiło owo „poruszenie nowego smaku”, czyli rozpoczęcie handlu polnymi kwiatami³²⁸.

Obok fascynacji sztucznymi kwiatami popularnością cieszą się egzotyczne rośliny tropikalne, które symbolizowały niedostępne, ekscytujące i egzotyczne sfery życia, pobudzały fantazję i przenosiły wyobraźnię do odległych krajów. Popularnością cieszyły się prywatne cieplarnie, palmiarnie i szklarnie, a mniej uposażonym klientom proponowano asortyment „szaf kwiatowych”. Rośliny hodowane w nich stanowiły element nader „sztuczny”, gdyż przechowywane

w specjalnych klatkach i szafach (Blumenschrank), odseparowane za szkłem jak ryby w akwariach od domowników, stanowiły dekoracyjny, ze wszech miar jednak kuriozalny w naszym odczuciu element wyposażenia salonu. Zdobienie ich przez dodatkowe łączenie ze sztucznymi kwiatami, wykonanymi z kauczuku, tafty i papieru stanowiło niezaprzeczalnie artystycznie ekscentryczną kreację egzotyki i sztuki³²⁹.

Szczególną rolę przypisywano **gabinetowi pana domu**; wokół jego urzędzenia koncentrowały się życzenia i roszczenia arystokratyczne i mieszczańskie. Właśnie to pomieszczenie odbijało w sposób charakterystyczny funkcje powagi i godności. Biurko pana domu stanowiło symbol kultu pracy, również w zaciszu domowym, pracy rozumianej jako współuczestnictwo w życiu publicznym, politycznym i kulturalnym. Stymulowały do tego znajdujące się tam obrazy, podobizny głośnych i cenionych osobistości, kopie znanych dzieł sztuki, jak również obiekty świadczące o poczuciu smaku i zainteresowaniu szeroko pojętą sztuką i tradycją. Nie mogło też zabraknąć przyborów do palenia cygar i papierosów, które w kunsztownych szkatułach, pojemnikach wraz z popielniczkami i gilotynami do cygar znajdowały się na osobnym stoliku, przeznaczonym do odpoczynku pana domu po trudach dnia w towarzystwie męskich gości, przy którym oddawano się z zapalem dysputom publicznym i politycznym. Nieodzownym elementem dekoracyjnym były oczywiście kwiaty, sztuczne lub prawdziwe (głównie wychwalane były palmy), które stały w odpowiednich żardynierach lub donicach, i książki, które dekorowały półki na ścianach. Pokój ten stanowił centralne i oficjalne miejsce w całym domu, to tu tworzono etos, mieszając zarówno tradycje pracy, jak i nowe roszczenie do współtworzenia kultury. Wraz z odrodzeniem renesansu powrócono ideologicznie do okresu, który oznaczał dla mieszczaństwa czas politycznego i gospodarczego splendoru. Dlatego też uważano, że niemieckiemu gustowi mieszczańskiemu najbardziej odpowiada urządzenie „gabinetu pana” w stylu neorenesansowym, gdyż styl ten daje wyraz światopoglądowym założeniom nowoczesnego, otwartego na naukę i kulturę, wyemancypowanego mieszczanina. To w ideologii renesansu odnajdywano wspólne cele i pragnienia, a postulaty wolnościowe, zarówno religijne, jak i polityczne, oraz hasła szeroko pojętej wolności jednostki w duchu humanistycznej równości i demokracji miały stanowić przeciwieństwo absolutystycznego stylu barokowego i frywolnego, dworskiego stylu rokokowego. Krytykowano wyposażenie gabinetu w stylu neorokokowym, które zdaniem reformatorów bardziej dawało wyraz ambicjom arystokratycznych niż mieszczańskim. Pomimo że reformatorzy niemieccy z całą stanowczością występowali przeciwko powszechnie rozprzestrzeniającemu się pod koniec XIX wieku w Europie stylowi „trzeciego rokoka”, żaden styl nie był jednak w stanie oddać lepiej reprezentacyjnego, podszytego dworskim kompleksem ducha mieszczańskiego niż ten. Nic też nie było bardziej odpowiednie do dekoracji wnętrza buduaru niż delikatne i lekkie bibeloty neorokokowe.

Inne pomieszczenia dekorowano dowolnie, choć utarło się przekonanie, że dla salonu i buduaru najbardziej odpowiedni jest styl neorokokowy lub styl Ludwika XVI, a dla sypialni styl „angielski”³³⁰. Zalecane były również dla każdego stylu inne, odpowiednie gatunki drewna. Preferowane były drewna ciemne: dąb, orzech i mahoń, gdyż tworzyły pożądany intymny nastrój. Ważnym elementem

była dekoracja ścian. O ile w poradniku Hirtha zalecano zdobienie ścian motywami naturalistycznymi oraz ich podziały horyzontalne, o tyle Falke proponował dekorację ornamentalną i płaską oraz zalecał umiar w dekoracji ścian jadalni, które powinny stanowić jedynie tło dla obrazów. Natomiast w salonie można było pozwolić sobie na więcej ekstrawagancji zdobiąc ściany kolorowymi ornamentalnymi tapetami, a odrzwia i okna bogatymi portierami i firanami³³¹.

O wyglądzie wnętrza decydował nie tylko dobór mebli i dekoracja ścian, ale również nadające wnętrzu tak upragniony nastrój (*Stimmung*), tkaniny. Nieodzownymi elementami były kotary, odpowiadające wzorem i kolorem tapicerce mebli, portiere do dekoracji drzwi w kształcie lambrekinów, tekstylne tapety z pikowanych, wzorzystych rypsów i pluszów, gobeliny i kilimy na ścianach, dywany i kobierce na podłodze, aksamity i kaszmiry na stołach, łóżkach, kanapach i fotelach. Oprócz tego każdy sprzęt „ubrany” był dodatkowo w ręcznej roboty haftowane serwety i serwetki. „Wszędzie wpływ Paryża, a może więcej Wiednia” – opisywał dobrze urządzone wnętrza warszawskie współczesny dziennikarz – „meble różnobarwne, imitacje starożytności, plusze, aksamity i hiszpańskie skóry, wszędzie okna zaciemnione, brązów i obrazów dużo, nic błyszczącego, jaskrawego, rzucającego się w oczy, a wszystko trzyma się w tak modnych dziś półtonach, miękkie, ciepłe, szarawe”³³². Kolorystykę wnętrza należało maksymalnie przygasić, stosując domieszkę brązu do wszystkich kolorów, podobnie jak w obrazach szkoły monachijskiej zalecał Gurlitt. Tendencja ta była tak silna, że nawet firany moczo w kawie, aby pozbawić je jaskrawej bieli i nadać im stłumiony wyraz.

Wynalazki techniki wpływały na sposób i możliwość eksponowania nowo nabytych precjozów. Oświetlenie gazowe, a później elektryczne stworzyło nowe ramy dla wnętrza, ukazując całą jego strukturę, a nie tylko poszczególne elementy. Dążono przy tym do malowniczości, „optycznej pełni”, asymetrii i bogactwa. Wnętrza te stanowiły swoisty dokument ekonomicznego oraz socjalnego sukcesu. Były odbiciem dumy z tego, „co stworzyłem”, szczęścia, zadowolenia, samopotwierdzenia i świadomości swojej roli społecznej i kulturalnej. Tworzyły kodeks wartości i norm.

Propagowania modnego i gustownie urządzonego wnętrza podjęły się także czasopisma, zarówno te specjalistyczne, zajmujące się sztuką, jak i popularne, głównie kobiece, oraz licznie ukazujące się kalendarze, omawiające najnowsze mody i tendencje³³³. Pisma te cieszyły się wielkim powodzeniem i były wyrocznią w sprawie dobrego smaku³³⁴. Nie należy zapominać, że urządzenie wnętrz było domeną pani domu, dlatego też wśród kobiet cieszyły się one szczególnym powodzeniem. W Polsce głównym wzorem do naśladowania były wnętrza mieszkalne wielkiej burżuazji i arystokracji. Bogato ilustrowane opisy wnętrz ich domów pojawiały się na łamach prasy warszawskiej. Umeblowanie, kolory tapet i desenie dywanów były szeroko opisywane, wręcz szacowane cenowo, a świeżymi informacjami na ten temat żyła cała Warszawa³³⁵.

Wszystkie uprzednio cytowane porady służyły głównie udoskonalaniu smaku bogatego mieszczaństwa i arystokracji. Jednak najwięcej problemów nastroczało reformatorom gustowne wyposażenie wnętrz gorzej uposażonych mieszczan, inteligencji i drobnomieszczaństwa. Tej grupie społecznej zalecano powściągliwość i umiar w dekoracji mieszkań oraz wykorzystywanie szlachet-

nych gatunków drewna. Również dla tej grupy, a nawet dla warstwy chłopskiej, która poczuła potrzebę wzięcia udziału w tym mechanicznie tworzonym historyzmie, powstawały w Niemczech poradniki i katalogi urządzania wnętrz³³⁶. Sugerowano rezygnację z mebli fornirowanych i wszelkiego typu imitacji. Pomimo krytyki nowobogackiego życia ponad stan i popularyzacji solidnego mieszczańskiego stylu, nie dało się jednak ukryć, że gorzej uposażony mieszczanin także chętnie sięgał do wzorców burżuazyjnych i arystokratycznych, wykorzystując przy tym wszystkie możliwe surogaty, dające mu poczucie przynależności do tej grupy, a nie odgraniczenia od niej³³⁷. Jak wykazywały niemieckie studia z tego czasu, bardziej oszczędzano na jedzeniu niż na wyposażaniu wnętrz, deficyt pieniężny rekompensując w ten sposób w dziedzinie, w której niedostatek na pierwszy rzut oka nie był widoczny. Powiedzeniem najbardziej charakteryzującym tę sytuację było: „mieszkaj ponad swój stan, ubieraj się do swego stanu, jedz i pij poniżej twego stanu”³³⁸. Według jednego z krytyków nadszedł czas, w którym nie liczy się solidny styl, tylko „luksus, ideał smaku bogatych, który otwiera drzwi stylowi imitującemu”³³⁹. Konsekwencją takiego stanu rzeczy było gorzkie dla reformatorów smaku spostrzeżenie, że „mały człowiek nie chce odmiennego wnętrza, charakteryzującego go jako takiego, lecz wybiera złą i taną kopię tego, czym bogaty wyposaża swoje wnętrza”³⁴⁰. Reformatorzy poszukujący odpowiednich wnętrz dla klasy mieszczańskiej ubolewali, że tak naprawdę nikt nie chce żyć na miarę własnych potrzeb i możliwości.

Fabryki szybko reagowały na ten powszechny pęd do okazałości i przepychu. Sklepy oferowały szeroki asortyment dekoracji wnętrz. Na ogół w trzech przedziałach cenowych (od tysiąca do dziesięciu tysięcy marek) można było nabyć urządzenie każdego pomieszczenia wraz z gotowymi dekoracjami w formie portier, lambrekinów, a nawet dywanów³⁴¹. Oferowano przedmioty z luksusowego i drogiego drewna, jak palisander, mahoń i dąb dla najbogatszych, fornirowane drewnem orzecha i dębu meble sosnowe dla mniej uposażonych oraz meble sosnowe malowane piwną glazurą, imitującą strukturę drewna szlachetnego dla najbiedniejszych. Dekoracje z przyczyn ekonomicznych zostały zredukowane. Były to meble wyrażające tego samego ducha historyzmu o trzech różnych obliczach.

Tendencja do naśladowania arystokracji i burżuazji w sposobie życia, bycia i urządzania swego domostwa potwierdza się również przy analizie warszawskiego sposobu życia drugiej połowy XIX wieku. Burżuazja warszawska starała się upodobnić swoje wnętrza do magnaterii, drobnomieszczaństwo do burżuazji³⁴². W prasie warszawskiej krytykuje się „neurozę błyszczenia”, która jednak w porównaniu z Niemcami bardziej objawia się w słabościach kulinarnych, jak zakup wykwinnych win oraz „sprowadzanych całych obiadów z Paryża i Berlina, sadzenie się na ciągle nadzwyczajności i przesada truflí, które zaczynają się literalnie na zupie, a kończą niemal na leguminie” niż w przesadnym dekorowaniu swoich wnętrz³⁴³. Różnice mentalności można zauważyć już na podstawie opisu jednego Poznanianina, prawdopodobnie bardziej przesiąkniętego pierwiastkiem germańskim, który opisując warszawski sposób życia stwierdza, „że warszawiacy mieszkają źle i nie dbają o mieszkanie, natomiast lubią się ubierać modnie i ładnie, dobrze zjeść i popić, posiedzieć w kawiarni i plotkować. Poznaniacy mieszkają dobrze i dbają o mieszkanie, oszczędzają na jedzeniu, ubie-

rają się skromnie i po kawiarniach nie siedzą”³⁴⁴.

Fenomenem tego czasu była powszechna adaptacja wzorów renesansowych i rokokowych przez wszystkie klasy społeczne, gdyż fascynacja tymi stylami dotyczyła wszystkich: począwszy od arystokracji, a skończywszy na robotniku. Powodem tego była masowa produkcja i stosowanie w niej surogatów, co stanowiło wprawdzie problem dla krytyków z obozu sztuki elitarnej, świadczyło jednak o rzeczywistym procesie demokratyzowania się społeczeństwa.

Przemysłowo tworzony historyzm jest kulturą dla wszystkich, od przedsiębiorcy po robotnika. Przy czym historyzm zostanie eksploatowany przez przemysł, bez zastanawiania się nad tego skutkami i konsekwencjami. Upodobania co do kupowanego asortymentu zostały wkalkulowane w ogromny i różnorodny repertuar towarów, reprezentujący wszelkie możliwe środki stylistyczne, od pseudogotyku, aż do fałszywego rokoka. Kulturalny i estetyczny kanon, estetyka życia codziennego przeniknęła do najniższych warstw, gdzie nawet w najskromniejszych mieszkaniach przejęty został burżuazyjny koncept wyposażenia mieszkania w skromniejszych ramach.

Gert Selle twierdzi, że byłoby błędem krytykowanie neorokokowej etażerki do ciasteczek, neogotyckiej szkatuły do biżuterii czy salonu, który wygląda jak książęcy pałac, za ich naśladownictwo stylistyczne, gdyż jest to **świadomy smak** klasy przemysłowców i przedsiębiorców, kupców i inteligencji, którzy zdobyli uznanie, bogactwo i polityczne znaczenie³⁴⁵. Wydaje się również niewskazane krytykowanie arystokratycznego wnętrza za jego mieszczańską przytulność, czy też przejmowana przez arystokrację mieszczańskiej mody i sposobu zachowania.

Produkt masowy o szacie historyzującej utrzymuje się aż do lat czterdziestych XX wieku i oznacza również obronę tożsamości głównie drobnomieszczaństwa przed szybko zmieniającymi się modami. Możemy określić to jako usankcjonowane panowanie banalności, która jeszcze niedawno była wznio-

Paterka, R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie, ok. 1900, stop cynowy, srebrzony, wym.: szer. 22 cm, dł. 23,5 cm; MMP/S/6405

Plakieta, R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie, ok. 1900, stop cynowy, srebrzony, wym.: szer. 25 cm, dł. 31,5 cm; MMP/S/ 6559



słością: „nowe i stare, banalne i wyjątkowe, socjalnie dzielące, ale jednocześnie obowiązujące projekty egzystują od tego czasu w ciągłym ruchu systemu socjalno-kulturalnych struktur wzornictwa obok siebie”³⁴⁶.

Na początku XX wieku zaczęto rezygnować z przeładowanej dekoracji. Fabrykanci dostrzegli korzyści ekonomiczne, wynikające z tańszego sposobu produkcji, reformatorzy, idący ich tropem, dostrzegli możliwość podniesienia wartości artystycznych produktów masowych. Nastąpił okres przesytu dekoracyjnymi obiektami zbytku. Nowa elita finansowa i intelektualna rekrutująca się z świadomych swojej roli i wartości mieszczaństwa i arystokracji nie potrzebowała już „ubierać się” w zapożyczone style. Jej ambicją było stworzenie własnego kanonu funkcjonalnego piękna. Nowe kapitalistyczne elity tworzyły własny, oficjalny styl. Zrywano z imitującymi wnętrzami i obiektami à la renesans i rokoko, szukając własnych środków wyrazu. Z ulgą odrzucano tymczasem zdewaluowany, ogólnie dostępny dzięki mechanicznej i seryjnej produkcji, neorenesans i neorokoko. Z taką samą fascynacją powitano secesję jak i neoklasycyzm, widząc w nich „nowy”, niezależny styl i nowy wyraz ekspresji.

Oba te style, secesja i neoklasycyzm, rozwinęły zaistniałą już wcześniej tendencję do całościowego projektowania wnętrza. Objawiało się to w dopasowaniu całej koncepcji mieszkania do ogólnego założenia, któremu podporządkowane były wszystkie, najmniejsze nawet detale. Ideałem stanie się powierzanie dekoracji własnego domu nie dekoratorom, jak do tej pory, lecz uznanym artystom.

Podobnie jak poprzednio, tak teraz przestyliżowane secesyjne mieszkanie stanie się przystanią estetycznej rozkoszy, wyposażoną w wyszukane rekwizyty: bibeloty, suknie, firany i meble. „Filozofia” wnętrza secesyjnego nie zmienia się wiele w porównaniu z mieszkaniem doby neorenesansu, jego przeładowanie jest porównywalne (oprócz kilku unikatowych projektów) do tego z czasów poprzednich. Jedynie na zewnątrz pragnienie epatowania bogactwem zmienia się w elegancki dystans, w którego cichości celebrytuje się swój dobry smak.

Pojęcie smaku w dobie produkcji masowej

Przez trzy wieki uznawano, iż tworzyć sztukę czy też sztuką się rozkoszować to znaczy dostosowywać się, uznać za swoje pewne modele dane nam raz na zawsze. „Dobry smak” występujący jako norma jest jednoznaczny z nakazem negacji naszego własnego, szczerego smaku i zastąpienie go innym, który wprawdzie nie jest nasz, ale za to jest „dobry”. To utopijne przekonanie pociąga za sobą radykalną i zasadniczą nieszczerłość. Jednostka dostosowuje swoje odczucie do normy, a nie normę do swoich odczuć. A zatem być wykształconym i kulturalnym oznacza być nieszczerym. Decydującą sprężyną działania ludzkiego staje się wierność wobec zastanych norm, choćby mu one nawet nie odpowiadały. By osiągnąć ową wierność wobec norm, przyzwyczajamy się odrzucać wszelkie bardziej osobiste i indywidualne skłonności, nie słuchać ich, nie dawać im możliwości zakiełkowania i dojrzewania; w sumie, wobec obiektywnej rzeczywistości, sami sobie przestajemy być wierni”³⁴⁷.

W naszych rozważaniach na temat produktu przemysłu artystycznego wciąż przewija się problem dobrego smaku jako naczelną wyznacznik wartościujący jego produkty. Wciąż słyszymy to samo moralne postawienie dążenia do prawdy i piękna oraz lamentsy nad oszustwem, zwodzeniem i omamieniem przez produkt masowy i jego dekoracje. Z jednej strony pojęcie smaku oznacza konieczny walor estetyczny masowo wytwarzanych produktów, z drugiej służy jako oręż do walki z produkcją masową z pozycji elitaryzmu estetycznego.

Samo pojęcie smaku jest trudne do jednoznacznego zdefiniowania i oznacza tyle co poczucie piękna, właściwość służącą do prawidłowego rozsądzania w kwestii piękna i brzydoty. Poszukiwanie smaku ma na celu znalezienie reguły obiektywnego piękna, które byłoby w stanie obronić się przed masową produkcją. Im bardziej wkraczała w życie ludzkie maszyna, a w sztuce zagrożeniem stał się produkt masowy, tym usilniej domagano się poprawy smaku. Przez literaturę o sztuce wszystkich cywilizowanych narodów przeszła nawała propozycji, ulepszeń, zmian, dotyczących tej jednej kwestii: jak poprawić smak i jak ustrzec się przed zejściem na manowce złego smaku. Problem ten urósł do rozmiarów apokaliptycznych, a każdy krytyk, artysta i dziennikarz pragnął wnieść nowy, absolutnie nieodzowny i prawdziwy punkt widzenia do tej dyskusji.

Dziewiętnastowieczny **smak** łączy się nierozzerwalnie z rodzącym się i kształtującym już w przeciągu XIX wieku zjawiskiem kultury masowej. W dziejach naszej cywilizacji sztuka i kultura, jej rozumienie, rozpoznawanie i otaczanie się nią zostały zarezerwowane elicie, która albo „z pochodzenia”, albo z poczucia estetycznej wyższości pragnęła odgraniczyć się od reszty społeczeństwa przez skomplikowaną etykietę i wyszukany smak. W tym rozumieniu pojęciem kultury masowej określić należy zjawiska kultury niższego rzędu, stojące w opozycji do sztuki elitarniej.

O kulturze masowej zaczyna się mówić od momentu ukształtowania się społeczeństwa miejskiego. Konsekwencją tego procesu będzie postępujący rozwój demokratyzacji oraz upowszechnienie oświaty. Nie tylko mieszczaństwo, ale również „czwarty stan” uzyskały środki oraz wolny czas na rozrywkę i sztukę w ograniczonych przedziałach zarówno pieniężnych, jak i czasowych. Wraz z poszerzaniem się warstwy mieszczańskiej rośnie jej potrzeba korzystania i nabywania dóbr kulturalnych. Tendencja ta przejawia się między innymi w upiększaniu własnego otoczenia oraz w rozkoszowaniu się nabytym bogactwem. Podstawową cechą kultury masowej jest jej standaryzacja, której nasilenie wzrasta w miarę jej rozwoju. Równocześnie następuje coraz większa komercjalizacja i wyspecjalizowana dystrybucja. Objawy tego nierozłącznie związanego z kapitalizmem zjawiska rodzą się w XIX wieku wraz z wprowadzeniem do produkcji maszyn i przeżywają swoje apogeum w dzisiejszych czasach. Proces wytwórczości seryjnej niesie ze sobą problem popytu. Dbałość o zaspokojenie rynku staje się warunkiem koniecznym dobrze prosperującej fabryki w kapitalistycznym systemie, jej zasadą jest dostosowanie się do gustów publiczności. Już Goethe doceniał znaczenie masowego odbiorcy i nie lekceważył procesu dopasowywania się do rynku, twierdząc, „że publiczność to masa, której trzeba się przypodobać, ponieważ ona żyjąc pozwala innym żyć, a najpewniejszym źródłem oddziaływania na masę jest dostarczanie jej masy różnorodnego programu, z którego każdy coś sobie wybierze”³⁴⁸. Część elitarnego dorobku kulturalnego staje się dostępną dla masowego odbiorcy.

Perspektywa, z której bada się zjawisko kultury masowej, jest właściwie wciąż podobna do tej stosowanej odnośnie przemysłu artystycznego. Analizowana jest ona z punktu widzenia przedstawicieli lub zwolenników kultury elitarnej, którzy widzą w kulturze masowej od chwili jej powstania upadek kultury europejskiej, dekadencję smaku, unicestwienie wartości kultury i sztuki. Kultura masowa widziana jest jako objaw pauperyzacji sztuki elitarnej. Poprzez przejmowanie jej elementów w celu szerokiego upowszechnienia podkreślana jest jej tendencja do homogenizacji „w dół”, polegającej na dostosowaniu kryteriów do najniższego poziomu odbioru. Im większa jest liczba odbiorców, tym bardziej bierna, mało wyszukana i bezkrytyczna jest jej reakcja na impulsy artystyczne. Tym łatwiej zadowala się ona również standardowymi, komercyjnymi efektami, jak twierdził największy krytyk kultury masowej – McDonald³⁴⁹. Istnieje jednak i teoria homogenizacji „w górę”, polegająca na przejmowaniu przez kulturę masową elementów kultury elitarnej w celu jej szerokiego, ale i twórczego upowszechnienia. Obiektywne spojrzenie na fenomen kultury masowej utrudnia specyficzna metodologia, która rozwinęła się i nie zmieniła od momentu jej powstania. Kulturę masową wciąż porównuje się do kultury elitarnej, wciąż mówi się o niej jak o czymś wtórnym, nietwórczym, o czymś „ułomnym” i nie umiejącym wytworzyć własnych wartości. Wciąż zaskakuje nas fakt, że mówimy o niej w kategoriach erzacu, zastępstwa, surogatu, mniejszej wartości³⁵⁰. Sama nomenklatura, którą się posługujemy, nie daje nam możliwości wypowiedzania się o kulturze masowej obiektywnie, bez pejoratywnego zabarwienia związanego z techniką porównywania czegoś do czegoś, co zawsze będzie lepsze (kultura elitarna). Aby wyrobić sobie najbardziej zbliżony do prawdy pogląd na temat kultury masowej, należałoby wartościować ją jej własnymi normami i estetyką życia codziennego, znaleźć „masowy miernik”, uwzględniający pragnienia, potrzeby i oczekiwania publiczności. Zapewne dekoracja stołu paterą czy żardynierą mogła przysporzyć podobnie wiele radości i doznań estetycznych jak obcowanie z wyjątkowym obrazem. Nie należy wymagać od wszystkich przebywania nieustannie na wyżynach estetycznych, chociażby z tego powodu, że zatracilibyśmy w ten sposób smak oryginalnej sztuki. Wydaje się również, że nasze potrzeby estetyczne nie płyną jedną szeroką rzeką, lecz wieloma naziemnymi i podziemnymi strumieniami, w których potrzeby „wyższe” mieszają się z „niższymi”. Czy szerokie upowszechnianie sztuki elitarnej prowadzi do jej banalizacji czy też nie? Wiesław Juszcak stoi na stanowisku, że upowszechnianie elementów sztuki elitarnej prowadzi do zatarcia sensu samej sztuki³⁵¹. Inni badacze, jak na przykład Henry van Lier, upatrują w upowszechnieniu sztuki możliwości ogólnego podniesienia poziomu estetycznego, argumentując w ten sposób: „Wulgaryzacja? Degradacja? W rzeczywistości jest to jedna z naszych nadziei. Nie ma estetycznej styczności między tym, co codzienne, i tym co duchowe, jeśli w sprzętach nie pojawi się ten sam «zapis» i jeśli nie będą one zawierać w sobie przynajmniej dalekiego refleksu wielkiej sztuki”³⁵².

Nauczeni doświadczeniem, wiemy, że formy masowego artystycznego przekazu, jak film, muzyka jazzowa, fotografia, pomimo początkowej krytyki i lekceważenia znalazły nie tylko powszechne uznanie, ale pretendowały do miana sztuki. Dokonało tego także projektowanie przemysłowe, dziedzina o najbardziej ujednoliconym, stereotypowym systemie przekazu. Możemy ponownie



Paterka-koszyczek, R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie, ok. 1900, mosiądz srebrzony, wym.: wys. 5,5 cm, szer. 20,5 cm; MMP/S/11836

zadać sobie pytanie, czy dowolność smaku, to znaczy uznanie równoważności wielorakich gustów, oznacza tym samym pauperyzację i standaryzację na najniższym poziomie. Odpowiedzi na to pytanie szukał także Walter Benjamin w *Dziele sztuki w dobie reprodukcji technicznej*. Typowym postępowaniem artystycznym, według jego teorii, w okresie wytwórczości seryjnej staje się wykorzystywanie standardowych reguł, „chwytów”, a nie jak dotąd „obrazów”, co prowadzi do zdystansowania się od tradycji, wręcz do zerwania albo uwolnienia się z jej więzów. Na miejscu zjawiska jednorazowego pojawia się zjawisko masowe, pozbawione „aury”, której utrata oznacza utratę wyjątkowości i niepowtarzalności dzieła sztuki. Pojawia się jednak wartość równorzędna – rozproszenie, w którym obrazy tracąc swoją autonomię, stają się jednocześnie dowodami procesu historycznego³⁵³. Benjamin z jednej strony żałuje utraty „aury”, z drugiej jednak dostrzega w jej utracie wyzwolenie się od takich sloganów XIX wieku, jak: geniusz, tajemnica i twórczość. Sztuka z rytualnej kontemplacji staje się pociskiem, który atakuje widza i konfrontuje go wciąż z czymś nowym. Reprodukacja nie posiada autentyczności i oryginalności, przez co uwalnia sztukę od jej kultowego podłoża, zmieniając tym samym funkcję samej sztuki. Jednym z najważniejszych dla Benjamina wyznaczników dzieła sztuki jest jego autentyczność, którą traci w momencie utraty „aury”. Autentyczność rozumiana jako więź oryginału z miejscem i czasem. Wydaje się jednak, że przedmioty przeze mnie przedstawiane straciły „aurę” o wiele wcześniej, zanim zostały umasowione. Czyż utratą aury nie nazwiemy desakralizacji sztuki kościelnej i dostosowanie jej do potrzeb dekoracyjnych królewskich i arystokratycznych wnętrz? Czyż przedmioty sztuki sakralnej nie skazane zostały na zdobienie wnętrz mieszkalnych jako puchary już w XVII i XVIII wieku, dzbany mszalne „sprofanowane” do roli czaj-

ników do herbaty, puszek mszalne do roli kubków? Czy rzeczywiście utrata „aury” nastąpiła dopiero w momencie, gdy masy zapragnęły wziąć udział w dziedzictwie dorobku artystycznego? Czy technika wyrwa reprodukowalny obiekt z tradycji; gdzie się ów proces zaczyna, a gdzie kończy? Umasowienie nie musi zakładać obniżenia potrzeb estetycznych konsumentów w miarę, jak powiększa się ich krąg, lecz może być tego faktu konsekwencją. Czy istnieje „zagrożenie oryginału”, wynikające z jego powielania? Owszem, niebezpieczeństwo polegające na zaniechaniu pragnienia poznania oryginału i zadowoleniu się jego reprodukcją (amerykanizacja). Lecz równocześnie może nastąpić proces odwrotny – obiekt dzięki reprodukcji zostaje dostrzeżony i pobudza do konfrontacji z oryginałem.

Niezaprzeczalnie jednak należy zgodzić się z Benjaminem, że typowe dla masowego odbiorcy jest bezkrytyczne przyjmowanie rzeczy konwencjonalnych i niechęć do przedmiotów nowych czy awangardowych. „Przybliżenie rzeczy”, jak twierdzi Benjamin, „obdarcie ich z łupiny, zburzenie aury” jest wyróżnikiem percepcji masowej, której „wyczulenie na jednorodność na świecie” zabija każdą rzecz niepowtarzalną³⁵⁴. Ten rodzaj umasowienia stanowi nie tyle pragnienie mas, ile jest następstwem odgórnego sterowania masami, w przypadku przemysłu artystycznego przez wielki przemysł i jego apologetów. Klient, odbiorca produktu masowego, jest ofiarą tego procesu, którego nie jest w stanie stymulować.

Przykładem była działalność teoretyków i praktyków, którzy pod hasłem standaryzacji i komercjalizacji kreowali kapitalistyczną rzeczywistość ujednoczonego funkcjonalizmu. To właśnie funkcjonalizm pragnął odnaleźć na nowo uniwersalny smak, a współcześni architekci, o których pisze M. Poprzęcka, ale odnosi się to w tym samym stopniu do projektantów przemysłowych, posiadali to „głębokie poczucie własnej racji, ...(które)... pozwoliło im narzucić prowadzące do standaryzacji i typizacji rozwiązania, z paternalistyczną wyższością traktować potrzeby i gusty użytkowników”³⁵⁵.

Smak kontra demokracja

Bogata literatura na temat kultury masowej, a właściwie jej krytyki, pojawia się już na początku XIX wieku, ma różne oblicza i jedną wspólną cechę: pogardę dla masy, intelektualny elitaryzm i estetyzm³⁵⁶. Korzenie tego stosunku znajdziemy w strachu przed rewolucją i zmianą istniejącego porządku społecznego. Szczególnie wyraźnie widać to w krytyce demokracji oraz cywilizacji kapitalistycznej. W krytyce angielskiej, przodującej w tej dziedzinie, najczęściej wykorzystywanym określeniem charakteryzującym produkcję masową jest pojęcie *vulgar*. Arystokracja rodowa i „arystokracja ducha” zarezerwowały sobie prawo do rozstrzygnięcia o dobrym smaku i jego wartościowaniu. Głośno stają się głosy o znieważaniu, hańbieniu, gwałceniu pięknych przedmiotów przez ich umasowienie. Antagoniści tego zjawiska przepowiadają upadek kultury zachodniej i starych wartości. Apogeum krytyki mas, produkcji masowej i demokracji odnajdziemy u Nietzschego. Wyraża się ono w pogardzie, wręcz wstręcie do wszystkiego co masowe, gdyż masa utożsamiana jest z tępota, pijaństwem i wulgarnością³⁵⁷.

Uzdrowienie może nastąpić dzięki powrotowi do rzemiosła cechowego, filozofii nadczłowieka i elitaryzmu wiedzy.

Propagatorzy postępu i demokratyzacji byli dumni z osiągnięć cywilizacyjnych XIX stulecia. Wprowadzenie produktów masowych o wyglądzie imitującym symbole statusu społecznego klas posiadających załamało istniejącą hierarchię wartości oraz wprowadziło zachwianie w utartych poglądach na temat elitaryzmu sztuki w nowym, masowym społeczeństwie kapitalistycznym. Dewizą stał się pogląd, że wszystkim dane jest korzystanie z luksusu posiadania pięknych przedmiotów, wedle możliwości finansowych. Dyskusja na temat smaku przybiera formy walki klasowej w społeczeństwie XIX-wiecznej Europy, szczególnie w Anglii. Odczuwane jest ogólne zagrożenie przez maszynę i produkt masowy. Alexis de Tocqueville już w 1835 roku łączy te dwa procesy ze sobą twierdząc, że typowa dla czasów demokratycznych jest „hipokryzja luksusu, czyli świetność wyglądu bez styczności z rzeczywistymi wartościami”, jakimi są dla niego materialna wartość, rzadkość, nakład pracy rzemieślnika i jego doświadczenie³⁵⁸.

O ile krytyka masowości i zarzut wulgarności należą do kategorii społecznych i politycznych, o tyle krytyka braku smaku wartościuje je w kryteriach estetycznych. Wszystkie one jednak przeplatają i łączą się ze sobą w ciągu XIX wieku.

Pojęcie smaku towarzyszy kulturze ludzkiej od momentu ukształtowania się społeczeństwa i służyło jako wyraz kulturalnej wspólnoty klasowej lub światopoglądowej. Wzmocniony rozwój estetyki smaku nastąpił w XVIII-wiecznej Francji w kręgach salonowo-dworskich. Preferowany ideał dobrego smaku zastosowany zostanie zarówno do sztuki, jak i obyczajów, a nawet kultury umysłowej. Zabawa towarzyska, dyskusja literacka, flirt podlegają jego wpływowi. Arystokracja konstytuuje swój status rozbudowując życie towarzysko-kulturalne, a jego formy traktuje jako sztukę dla sztuki.

Przejmując od arystokracji towarzyską kulturę dobrego smaku, mieszczaństwo rozwija przede wszystkim jej komponent artystyczny, a mianowicie kulturę smaku jako władzy percepcji i oceny sztuki³⁵⁹. Romantyzm wniósł do rozwoju nie tylko smaku, ale i stylu pojęcie względności i wielorakości idei piękna. Od tego czasu sztuka nie posiadała stałych i niewątpliwych ideałów estetycznych. W opozycji do sztuki arystokratycznej zarówno moralizatorstwo, jak i rozbudzanie uczuć oraz fantazja stają się nowymi wartościami artystycznymi. Nowo zaistniałe zjawisko skomercjalizowanej kultury, głównie literatury „trywialnej”, przeznaczonej dla szerokiej publiczności, oraz rozwój masowej produkcji seryjnej spowodowały, że propagatorzy dobrego smaku, pragnąc obronić się przed „trywialną” literaturą i sztuką, proponują alternatywną postawę izolacyjną, wyrażającą się w apoteozie geniuszu i indywidualności. Konsekwencją rozczarowania w stosunku do publiczności, która w swej masie wybiera dzieła małowartościowe, jest separacja od pospolitości i wulgarności. Geniusz twórczy zostanie przeciwstawiony „płaskiemu” smakowi odbiorcy, a nowym hasłem stanie się tworzenie „sztuki dla sztuki”, a nie dla odbiorcy. Również kształcenie smaku przez reformatorów, bierze swoje źródło z romantycznego przeświadczenia, że geniusz jest w stanie pokierować masami. Smak nabiera znaczenia moralno-wychowawczego, a dzieło sztuki staje się *sacrum*, o którego wartości stanowi nowatorstwo, oryginalność, przełamywanie konwencji i talent³⁶⁰.

Smak opuścił niejako wyższe sfery wyalienowanych arystokratycznych salonów i znalazł się na ulicy, a teoretycy sztuki z przerażeniem stwierdzili, że oprócz dobrego smaku istnieje również zły smak, biorący się nie z niedostatku wykształcenia i świadomości, lecz z afirmacji, wyrażającej się w upodobaniu do dzieł o małej lub znikomej wartości artystycznej, których celem było przede wszystkim rozbudzanie afektów oraz uczuć.

Smak i styl

Poszukiwanie smaku staje się dla większości krytyków sztuki tego czasu także problemem poszukiwania stylu oraz odpowiednich środków wyrazu mu towarzyszących, czyli dekoracji. Pojęcie smaku łączy się ze stylem, bezstylowość – z brakiem smaku. Pluralizm stylistyczny XIX wieku dowodził powszechnie krytykowanego braku jednolitego stylu, stanowiąc tym samym największy zarzut tego stulecia, świadectwo jego słabości i degeneracji. Rozwój historii sztuki, która wprowadziła zwarty, logiczny system stylistycznych jedności dawnych epok, jeszcze bardziej zaważył na opinii współczesnych o konieczności powstania stylu i prowadził do ubolewań nad jego brakiem. To co bezstylowe i wielostylowe budziło niechęć i nie było aprobowane. Akceptowano jedynie monolityczną teorię stylów. Należy zgodzić się z Marią Poprzęką, że „koncepcja jednego stylu (...) jest abstrakcją zbudowaną na podstawie jednego lub kilku dzieł. Coraz więcej przemawia za tym, że jednolitych stylowo epok nie było, tylko, że chcieli je widzieć takimi ludzie XIX wieku. Bolejąc nad niespójnością i wielostylowością własnego czasu nostalgicznie przeciwstawiali mu rzekomą organiczną jedność kulturową minionych epok”³⁶¹. Tak więc jedność stylistyczna epok przeszłych jest nie tylko romantycznym postulatem, ale też historyczną fikcją. Podobnie jak idea *Gesamtkunstwerku*, która prześladowała artystów i krytyków od początku XIX wieku³⁶².

Styl i smak łączono również nierozłącznie z ornamentem i dekoracją. Aż do wieku XX, gdy dekoracja zniknęła z powierzchni przedmiotów i przestała być problemem samym w sobie, istniała ona we wszystkich kulturach i stylach europejskich. Polemika o wyższości jednej nad drugą prowadziła do przekonania o posiadaniu prawdy, a co za tym idzie dobrego smaku, jaki się reprezentuje.

Teoria dobrego smaku ukazuje na przestrzeni XIX wieku różne oblicza, raz prezentuje się w kostiumie neogotyckim, to znów neorenesansowym lub w ogóle bez ozdób. Jest demokratyczna i antydemokratyczna, zawsze jednak pozostaje w opozycji do masowej produkcji.

Smak i maszyna

Gdy wkroczyła do produkcji maszyna, zakłócony został stosunek między wartością a nakładem pracy. To, co do tej pory rzemieślnik wykonywał w trudzie miesięcy, maszyna produkowała w ciągu kilku godzin, a obiekty tak wytworzone wyglądały jak ręcznie wykonane.

Wychodząc z założenia elitaryzmu estetycznego, że to, co masowe, jest pozbawione smaku, gdyż tylko to, co indywidualne, jest dowodem wyrafinowania, zaczęto bardziej zajmować się nie samym dziełem, gdyż to było w nowych warunkach łatwe do podrobienia, lecz jego siłą oddziaływania, za którą kryje się wyobraźnia, geniusz rzemieślnika. Nie tyle, co i jak zostało wykonane, stało się ważne, ile jego ekspresja. W połowie XIX wieku przesunął się zatem w rozważaniach teoretycznych akcent z zainteresowania odtwórczą działalnością rzemieślnika, na zainteresowanie jego artystycznym odczuciem. Rozpoczął się równocześnie okres krytyki produkcji masowej, a wszystkie „diagnozy” dobrego smaku tworzone były w opozycji do niej. Nikt nie znał uniwersalnej reguły dobrego smaku, lecz wszyscy wiedzieli, że zły smak to produkcja masowa. Krytyka ta podniosła się najgłośniej w Wielkiej Brytanii i szybko przeniosła się na kontynent europejski, niosąc ze sobą prawdziwą „inkwizycję” w walce o dobry smak.

Jedyną receptą na poprawę smaku wydawał się powrót do starych, tradycyjnych wartości sztuki. Dowodem tak pojmowanego elitaryzmu jest postawa Johna Ruskina. Uważał on, że katastrofa złego smaku rozpoczęła się wraz z wybuchem rewolucji 1848 roku, której następstwem z kolei były fałszywie rozumiane ideały wolnościowe, zastępujące stare wartości posłuszeństwa i wierności. Według Ruskina jedynie trudna, znojna droga w sztuce zasługuje na pochwałę, a „produkty masowe nie będą nas uszczęśliwiać, ani czynić mądrzejszymi, tylko będą osłabiać dumę naszego osądu i rozkosz naszej przyjemności, będą nasze rozumienie spłaszczać, serca oziębiać i mózg osłabiać. Gdyż nie przyszliśmy na świat by robić cokolwiek, lecz aby czynić coś całym sercem”³⁶³. Monotonia przedmiotów masowych była dla niego skutkiem martwoty mechanicznej precyzji, natomiast zaniechanie precyzji oznaczało żywotność i radość. Akcent położony został na radość z wykonywanej pracy, a nie na perfekcję wykonania, gdyż wszystko, co zostało stworzone przez Boga, jest źródłem piękna, również niedoskonałość ludzkiej ręki. Odzwierciedleniem takiego ideału była dla niego sztuka gotycka pełna zmienności, naturalizmu, surowości i obfitości. Natomiast doskonałość greckiej, babilońskiej i egipskiej sztuki była dla niego odbiciem zniewolenia ducha³⁶⁴.

Augustus Pugin krytykował fabryki w Sheffield i Birmingham jako niezmiernie kopalnie złego smaku, gdzie nie respektuje się proporcji, formy, celu i jedności stylu³⁶⁵. Była to dla niego wulgarna produkcja, charakteryzująca się niewykształconym smakiem. Samo naśladowanie natury jest już według niego objawem złego smaku, natomiast odpowiedniość projektu w stosunku do zamierzonego celu, świadoma dekoracja oraz „wierność materiałowa” jest dowodem jego poczucia.

W poszukiwaniu dobrego smaku

Gottfried Semper, który uciekł przed prześladowaniami porewolucyjnymi 1848 roku do Anglii, spostrzegał ten problem odmiennie. Nigdy nie zanegował roli maszyny we współczesnym świecie, a dobrego smaku poszukiwał w prawidłowym stosunku między dekoracją a funkcją, gdyż dekoracja służyła według niego jedynie do akcentowania funkcji przedmiotu. Przykłady takiej sztuki odnajduje u starożytnych Greków, ale przede wszystkim w dziełach twórców

renesansu. Nie nawołuje jednak do ślepego naśladowania tych stylów, lecz do poszukiwania w nich tzw. *Grundform*, która przy świadomym stosowaniu materiału służyć będzie każdemu obiektowi w inny sposób: „stare musi być powiązane z nowym, bez stania się jego kopią i musi się uwolnić od uzależnienia od pustych objawów mody”³⁶⁶. Sztuka nie powinna naśladować natury, lecz postępować według jej reguł, czyli symetrii, proporcjonalności i kierunku³⁶⁷. W swoich rozmyślaniach nawołuje wręcz do stosowania maszyny, lecz równocześnie zastanawia się nad stosunkiem funkcji i materiału, z którego dany przedmiot ma być wykonany, do zastosowanej techniki. Dla *Sempera* wytwór przemysłu artystycznego powinien wyrażać swój cel użytkowy i nie powinien przez nieodpowiednią dekorację go zniekształcać. Nie jest za rezygnacją z dekoracji, a jego publikacje nie dają również gotowych odpowiedzi na pytanie, jak tworzyć dobrą sztukę, lecz jakie normy stosować, by ją osiągnąć. Nie tylko *Semper*, ale i *Falke* odnajdywali odzwierciedlenia swoich poszukiwań smaku i stylu w funkcjonalnym, nowoczesnym, odpowiadającym strukturze materiału pięknie sztuki neorenesansowej. Również czerpanie z własnej, narodowej tradycji daje możliwość tworzenia „prawdziwej” sztuki, czego dowodem był rozkwit neorenesansu niemieckiego i zaaprobowanie tego stylu przez krytyków. Reakcją na niego będzie pod koniec wieku powrót do neogotyku, klasycyzmu i *biedermeieru*, baroku oraz rokoka. Zaczęto poszukiwać równocześnie rozwiązania problemu uniwersalnego stylu w sztuce pozaeuropejskiej. *Owen Jones* odnajduje piękno i poczucie smaku w perfekcyjności formy obiektu, jego celowości i prawidłowości konstrukcji, a ilustracją tego programu były afrykańskie maski, arabskie mozaiki, malowidła starożytnych Egipcjan oraz architektura *Alhambry*³⁶⁸. Na nowe pojęcie smaku wpłynęło również pojawienie się na rynku europejskim obiektów sztuki japońskiej i chińskiej. Jak na objawienie patrzący na ich egzotyczne dekoracje, widząc ratunek w ich naśladowaniu. Wychwalano poczucie smaku *Azjatów*, porównując je z greckim, mimo że nie akceptowali świętych tradycji artystycznych sztuki europejskiej, symetrii, porządku i kompozycji.

Następną receptę na dobry smak i odnowę sztuki stanowiła secesja. Dzięki upowszechnieniu secesyjnych motywów i ich masowej popularyzacji przedostały się one do fabrycznych pracowni, w których odpowiednio modernizowane, przetwarzane i dostosowywane, szybko dostały się na rynki produktów masowych, znajdując swoich zwolenników wśród szerokiej rzeszy odbiorców.

Gdy i ta moda przeminęła, zaczęto interesować się przedmiotami pozbawionymi dekoracji, w ich braku widząc przejaw dobrego smaku. Najlepiej wyraził to *Adolf Loos* mówiąc, że „ornament to zbrodnia”. Teza ta oparta była w gruncie rzeczy na klasycznym w swym założeniu przekonaniu, że rezygnacja ze zwodniczej dekoracji oznacza estetyczną wyższość, a przewyższenie dekoracji w przedmiotach codziennego użytku stanowi dowód ludzkiej ewolucji³⁶⁹. Według *Loosa* obiekty codziennego użytku powinny być widoczne, ale nie narzucające się. Poszukiwał on piękna nie w dekoracji, a w formie, ponieważ, jak twierdził: „człowiek współczesny powinien pokonać istniejącego w nim *Indianina*, który ozdabia wszystkie możliwe przedmioty swojego życia. Człowiek wysokiej kultury rezygnuje z dekorowania swego otoczenia”. Dla *Loosa* dekoracja oznaczała prymitywną seksualność, brak dekoracji był natomiast objawem czystości i niewinności.

ob Jak wynika z naszej krótkiej podróży estetycznej, nic nie wydaje się nam bardziej zwodnicze niż pojęcie obiektywnego piękna, które podobnie jak pojęcie smaku nie jest pojęciem wolnym od bezpośrednich interesów danej grupy czy środowiska. Nie jesteśmy w stanie odciąć się zarówno od społecznego tła, w którym żyjemy, jak i od naszych doświadczeń i oczekiwań, a smak też się zmienia i poddawany jest wciąż nowym modom i raz po raz na nowo definiowany. Jednoznacznie ujmuje ten problem Werner Hofmann, twierdząc, „że kryteria tego, co rzecznicy sztuki wyższej uważają za wulgarne, zmieniają się w obrębie każdego prądu artystycznego i zmieniają się w zależności od różnych obozów awangardy”³⁷⁰. Jest to najbardziej prawidłowy osąd zjawiska, nazywanego smakiem. Zarówno odgraniczający aspekt społeczny, jak i estetyczny stanowią jego najistotniejszy atrybut. Stąd też tak wielką wagę przywiązywano w krytyce artystycznej do tego terminu, od którego równocześnie starano się zdystansować.

Nasze współczesne podejście do sztuki, zakładające otwartość na obce teorie oraz gotowość do analizy i akceptacji opinii innych, spycha, wydawałoby się, rozważania na temat smaku do roli podrzędnej. Smak zatracił swoje dogmatyczne znaczenie, pomimo to nawet najbardziej racjonalne spojrzenie na sztukę nie jest wolne od przekazanej wiedzy, opartej na dogmatach. Uwolnienie się od nich byłoby możliwością uwolnienia się od pojęcia smaku, rozumianego jako wyraz ideologicznej przynależności do grupy, z którą się identyfikujemy lub identyfikować pragniemy. Negacja smaku innego niż nasz ma w sobie coś z religijnego zapamiętania i zakorzeniona jest głęboko w socjalnych poglądach, po których drugiej stronie czyha strach przed plebejskością i trywialnością naszych gustów.

Każde odstępstwo od dotychczasowego *status quo* wprowadza poczucie zagrożenia i strach przed następstwami. Szczególnie wyraziście obserwować możemy to zjawisko, spotykając się z nowymi wynalazkami lub technicznymi osiągnięciami. Takim rewolucyjnym technicznym wynalazkiem było wprowadzenie maszyny i produkcji masowej. W obronie smaku „wyruszone” na krucjatę, by bronić go przed nowym barbarzyńcą – techniką. Ta zaś zwyciężyła, a wraz z nią świadomość konieczności tworzenia obiektów o nowej estetyce, rezygnacji z finezji rękodzielniczej na rzecz funkcjonalnych, pozbawionych dekoracji przedmiotów codziennego użytku, w konsekwencji czego iluzjonizm obiektów przemysłu artystycznego przekształcił się w funkcjonalizm projektowania przemysłowego.

HISTORIA „TRUDNEGO ZWIĄZKU”, CZYLI O PRZEMYŚLE I SZTUCE

Niemiecka droga do poprawy jakości przemysłu artystycznego

W przekonaniu niemieckich krytyków i reformatorów sztuki powodzenie i sukces niemieckich wyrobów zarówno na wystawach światowych, jak i u klientów, zależne były od zdolności wytwarzania pełnych smaku wyrobów masowych. Tak często krytykowany był na arenie międzynarodowej niemiecki brak smaku, że produkcja przedmiotów prawdziwie gustownych wydawała się warunkiem najbardziej koniecznym dla powodzenia rodzimego przemysłu na rynkach ze-

wewnętrznych i wewnątrznych. Swoje miejsce widziano w produkcji solidnych, tanich i gustownych przedmiotów dla masowego odbiorcy o średnich dochodach, jak również w wytwarzaniu luksusowych, o najwyższym standardzie wykonania obiektów dla wyszukanej międzynarodowej klienteli. W fachowej prasie niemieckiej analizowano poszczególne działy twórczości i nie szczędząc rad oraz wskazówek demonstrowano przykłady i cechy dobrej i złej sztuki. W celu kształtowania dobrego smaku publikowano również wspomniane teki graficzne. Również muzea sztuki stosowanej starały się poprzez pracę dydaktyczną poprawić zły smak niemiecki wśród projektantów i klientów.

Na wystawach światowych chwalone i podziwiane przez Niemców były zarówno produkty angielskich, jak i francuskich wystawców. W ich wyrobach odnajdywano wzorce do naśladowania i powielania. Samokrytycznie napiętnowano „smak narodowy”, a ekspiacje te miały na celu wyzwolenie się z więzów estetycznej niemocy, konfrontowanej wciąż z poczynaniami zarówno gospodarczymi, jak i estetycznymi Wielkiej Brytanii i Francji. Jak pisał Lichtwark, „z punktu widzenia naszych sąsiadów, jesteśmy narodem historyków i teoretyków z niewystarczająco rozwiniętymi zmysłami. Na szczycie tej krytyki znajduje się wskazanie niewybredności naszego języka..., znikoma kultura naszego oka... i jednostronność naszego ucha”³⁷¹. Wierzono, że ekonomiczna ekspansja możliwa jest dzięki produkcji wysokiej jakości wyrobów przemysłu artystycznego.

Już na pierwszej wystawie światowej niemieckie produkty były ostro krytykowane przez rodzimych obserwatorów, według których wyróżniały się „szlachetną prostotą bud jarmarcznych, szarym lnem do pakowania i nagim, prawie nieheblowanym drewnem świerkowym. Oprócz porcelany rządowej (książęcych manufaktur), strzelb i armaty Kruppa stoiska niemieckie charakteryzowały się brakiem jakiegokolwiek charakteru”³⁷². Sytuacja ta nie poprawiła się na następnych wystawach. Artystyczny przemysł angielski i francuski nadal stanowił potęgę w dziedzinie produkcji masowej. Niemcy z zawstydzeniem i patriotycznym rozjątrzeniem obserwowali te sukcesy, dostrzegając jednocześnie swoją słabość na tym polu. Friedländer, członek jury II wystawy londyńskiej, nie znajdował wprost słów podziwu dla wyrażenia znakomitości i świetności tych wyrobów, konstatuując, że Niemcom i Austriakom „zarówno brakuje świadomości estetycznej klasy średniej, jak i przemysł tych krajów produkuje rzeczy przeciętne, wręcz mierne”³⁷³.

Sytuacja w przemyśle artystycznym państw niemieckich trafnie została opisana przez jednego z niemieckich obserwatorów Wystawy Światowej w Paryżu w 1867 roku, tak analizującego rodzime wyroby artystyczne: „panuje tu masowa produkcja, w której rzadko wykorzystywane są artystyczne impulsy, ...pracuje się dla efektu, naśladując innych i produkując tanio i szybko, (...) należałoby sobie życzyć, aby z tego zrezygnowano”³⁷⁴. Produkty niemieckie są nadal ostro krytykowane, odmawia się im smaku i zarzuca masowość oraz pogoń za zyskiem.

W latach siedemdziesiątych XIX wieku nastąpiło w krajach niemieckojęzycznych wzmożone zainteresowanie wzorami niemieckiego renesansu. Szczególnie mocne nasilenie tych tendencji widoczne było po zwycięskiej wojnie z Francuzami w 1871 roku, od kiedy to zaczęto uważać ten styl za narodowy. Jego tradycje były w państwach niemieckich i w Austrii szczególnie kultywowane i propagowane, gdyż dawały możliwość oderwania się od wzorów francuskiego ba-

roku i rokoka oraz angielskiego klasycyzmu na rzecz sztuki czysto niemieckiej. W okresie politycznych i gospodarczych zmagani tych mocarstw były to argumenty najwyższej wagi. Dla Niemców i Austriaków wykorzystywanie renesansowych dekoracji, ozdób i szablonów oraz sięganie do niemieckiej tradycji renesansu było poza tym dowodem odnalezienia jednolitego stylu³⁷⁵. Powoływano się na uniwersalną, bezkolizyjną adaptację repertuaru wzorów renesansowych i ich zastosowanie do współczesnych potrzeb, tak jak to się działo z asymilacją antyku w sztuce renesansu. Wielkim propagatorem neorenesansu był m.in. Wilhelm Lübcke, który uważał, że neorenesans jest najbardziej odpowiednim stylem dla wyrażenia niemieckiej psychiki, „ponieważ duchowa wymowa naszych czasów w wielkości i w ogóle największe podobieństwo wykazuje z renesansem, wydaje się, że najlepsze produkty naszego niemieckiego renesansu powinny stanowić wzór dla niemieckiego nowoczesnego rzemiosła”³⁷⁶. Bruno Bucher dobitnie formułował powrót do wzorów renesansu niemieckiego jako „powrót do tego, co naszej (niemieckiej) istocie wydaje się najbardziej odpowiadać”³⁷⁷. Wręcz jako hasło polityczne głosił Julius Lessing swoją sympatię do renesansu niemieckiego, pisząc: „nasze czasy o silnym nacjonalistycznym zabarwieniu poczuwają się duchowo związane z wielkim okresem reformacji i rodzącego się humanizmu. Jeśli chcemy się przegłębiać w lustrze świetności niemieckiej przeszłości, jeśli szukamy symboli piękna i dostojeństwa staroniemieckiego życia, to przywołajmy czasy reformacji”³⁷⁸. U podstaw tego nacjonalistycznego zafascynowania neorenesansem w Niemczech leży świeżo uzyskana narodowa samoświadomość zjednoczonych państw niemieckich po roku 1871. Powrót do tradycji i akcentowanie czysto narodowych tendencji i jej elementów jest niejako przejawem dumy z nowo powstałego państwa i jego roli w historii, „niemiecki naród, który walczył długo i boleśnie o jedność i siłę, może z radością powrócić do swego wizerunku w czasach, które również przeżywały wielkie potyczki o odnowę życia”³⁷⁹.

Nieliczni krytycy szybko jednak zaczęli stawiać pod znakiem zapytania taką postawę, widząc w neorenesansie niemieckim narodowe zaślepienie i pseudopatriotyzm, prowadzący w rezultacie do izolacji sztuki niemieckiej. Już w 1878 roku Jakob Falke zarzuca projektantom i rzemieślnikom bezkrytyczne kopiowanie renesansu, postuluje świadome i wybiórcze przetwarzanie tego stylu, gdyż jedynie dopasowywanie do potrzeb współczesnego odbiorcy jest w stanie go uratować. Widząc w tym naśladownictwie ponowną porażkę niemieckiego przemysłu artystycznego i błąd ekonomiczny, autor konkluduje: „niemiecki renesans, ciężkie, niezdarne formy późnego renesansu (...), jeśli to ma być niemiecki styl przyszłości, to nie jest on wyzwaniem dla świata. Co będzie jego następstwem? (...) wykluczenie z rynku światowego, komercyjne ograniczenie do ojczyznej klienteli, poparte patriotycznym zaślepieniem (...), z pewnością zły interes”³⁸⁰.

Odbiciem tego będą relacje krytyków z następnej wystawy światowej w Filadelfii w roku 1876, na której niemiecki przemysł artystyczny znowu zaprezentował się niekorzystnie. Pomimo że w publikacji *Measterpieces of the Exhibition*, ukazującym najznakomitsze obiekty wystawy, został opisany i zilustrowany flakon na perfumy firmy Ritter & Co., którego piękno proporcji, doskonałość rysunku i wspaniały modelunek były chwalone, to była to jednak kolejna klęska nie-

mieckiego przemysłu artystycznego³⁸¹. Do historii przejdzie wypowiedź niemieckiego oficjalnego sprawozdawcy, obserwatora i krytyka Franza Reuleaux, który w relacji z filadelfijskiej wystawy światowej zbywa produkty niemieckiego przemysłu lakonicznym „tanie i złe”, ze względu na ich techniczne zacofanie i estetyczną tandetę³⁸². Autor krytykuje zarówno patriotyczno-nacjonalistyczną tematykę porcelanowych, gobelinowych i malowanych bismarków, cesarzy i germanów, mało pasujące do założeń wystawy działo Kruppa, jak i brak smaku oraz techniczne niedostatki rodzimych obiektów. „Niemiecki przemysł musi się w końcu wyzwolić z konieczności konkurowania i zdobywania rynków poprzez niskie ceny i zdecydować się na konkurencję wartości i jakości”, postuluje Reuleaux³⁸³. Krytyka ta, powtarzana zarówno w specjalistycznych, jak i masowych czasopismach była tak obnażająca i obrażająca nację niemiecką, że zawiła jak *fatum* nad całym ruchem odnowy w Rzeszy Niemieckiej. Ruchem odnowy, którego przedstawiciele z olbrzymim naciskiem i energią zaczęli zastanawiać się nad skutecznymi metodami poprawy smaku i jakości wytwarzanych produktów. Problem, który starano się rozwiązać, nie był prosty, gdyż zadanie, jakie postawił sobie przemysł niemiecki, polegało na wdrożeniu do produkcji masowej dobrej jakości taniego produktu seryjnego. Nie zapominajmy, że tak chwalone i przedkładane nad inne produkty francuskich i angielskich wytwórców były przedmiotami ekskluzywnymi i drogimi, skierowanymi do najbogatszych warstw społecznych, cała masa tanich produktów tych krajów, które sprostać miały potrzebom średniej lub niższej warstwy społecznej nie wyróżniała się bynajmniej wysokim poziomem artystycznym. Oprócz tego większość produktów pokazywanych na wystawach światowych nie pochodziła z normalnej produkcji fabrycznej i nie dawała ich prawdziwego obrazu, lecz była specjalnie na tę okazję „preparowana”. W większości wypadków prezentowano obiekty „wystawiennicze”, nie mające nic lub mało wspólnego z aktualną produkcją fabryki.

Po Wystawie Światowej w Chicago w 1893 roku zabrzmiały w prasie niemieckiej nowe tony. Julius Lessing tak komentował tę wystawę: „o ile nasze fabryki starają się imitować formy artystycznego rękodziela o bogatej ornamentyce, które znajdują swoje uzasadnienie jedynie w obiektach wysoce luksusowych, i dostosowywać je do możliwości maszynowej produkcji tworząc z nich tani surogat, o tyle wyroby amerykańskie kształtowane są tak, że mogą być przez maszynę produkowane lekko, praktycznie, trwale i bez zastosowania ornamentu”³⁸⁴. Stare hasła, upatrujące piękna w dekoracyjności, luksusie i naśladowaniu zastąpiono nowymi postulatami funkcjonalizmu, prostoty, praktyczności, rzetelności wykonania i „prawdy materiałowej”. Wspomniany już reformator i rzecznik nowej sztuki Lichtwark opisując konkurencyjne produkty amerykańskie i angielskie pisze: „pomimo kosztów transportu i cła są wszystkie te obiekty (przemysłu artystycznego) ze względu na ich prostotę i uproszczenie formy tańsze od towarów niemieckich. Ponieważ zarówno Anglicy jak i Amerykanie odnaleźli styl, który powstał pomimo zastosowania maszyny oraz produkcji masowej, bez uszczerbku na jakości”³⁸⁵.

Nie da się ukryć, że podobnie jak w innych wysoko rozwiniętych przemysłowo państwach europejskich, tak i w Niemczech odnowa estetyczna była postulowana zarówno przez **artystów, przemysłowców**, jak i wspomagana przez państwo. Niezależnie, czy był to Komitet Ewarta w Londynie, Centralstelle für Handel

und Gewerbe w Stuttgarcie czy też Werkbund w Berlinie, skupiały się w nich siły polityczne i przemysłowe, których główną ambicją było powodzenie własnych produktów na światowych rynkach zbytu. Temu propagandowemu celowi służyła również większość czasopism ukazujących się na przełomie wieku w Niemczech; wciąż powracają w nich hasła na rzecz zwycięskiej kampanii produktów niemieckich, które dzięki swojej znakomitej jakości mogłyby podbić świat. **Podbój świata** staje się przewodnim mottem, któremu podporządkowane zostaną zarówno komercyjne, jak i artystyczne hasła³⁸⁶. Coraz częściej pod koniec XIX wieku wśród czołowych reformatorów sztuki niemieckiej słyszy się propagandowo-narodowe tony, gloryfikujące siłę i możliwości niemieckiego przemysłu, nawiązujące do narodowej solidarności, zarówno w produkcji, sprzedaży, jak i projektowaniu.

Należy w tym momencie zaznaczyć, że „walka” o rynki zbytu nie była jedynie domeną niemiecką, jak również podkreślany przeze mnie jej nacjonalistyczny aspekt. W niemieckiej publicystyce oba te fenomeny zyskują jednak szczególny ciężar z powodu przeświadczenia o „niedorozwoju” przemysłowym i estetycznym w porównaniu z Francją i Wielką Brytanią, a jednocześnie są wyrazem rodzącej się dopiero tożsamości narodowej oraz niezgody na istniejący ekonomiczny, francusko-brytyjski podział świata.

Konsekwencją ciągłego niepowodzenia niemieckich produktów na wystawach światowych było przesunięcie akcentu zainteresowania z wystaw światowych na wystawy regionalne, na których starano się bardziej intensywnie pracować nad podniesieniem poziomu wytwarzanych maszynowo produktów artystycznych, a przez to i prestiżu sztuki niemieckiej³⁸⁷. Coroczne wystawy sztuki i przemysłu miały na celu analizę współczesnych stylów i kierunków, jak również służyły kształceniu projektantów³⁸⁸. Obok produktów przemysłu artystycznego, rzemiosła i sztuki użytkowej prezentowano na nich materiały dokształcające dla szkół przemysłowych oraz obiekty z dawnych epok, które służyć miały jako godne naśladowania modele. Zaproponowano również nową, różną od wystaw światowych formę prezentacji, nie według rodzaju produktów, ale w zaaranżowanych wnętrzach, których salony, jadalnie lub sypialnie w pełni wyposażone w meble, przedmioty i bibeloty zalecane były publiczności do naśladowania i powielania.

Lata końcowe XIX wieku charakteryzują się w zdobnictwie kolejnym powrotem do gotyku, empire'u i biedermeieru. Wśród krytyków można zauważyć pewną światopoglądową niekonsekwencję. Z jednej strony słyszy się słowa twórcy związane z ponownym nawrotem historyzmu, z drugiej słowa ulgi, spowodowane powrotem do klasycyzmu, który oznaczał etap „higienicznego” oczyszczenia z przeładowanych, kąpiących dekoracjami wnętrz i przedmiotów lat 80. i 90. XIX wieku. To właśnie biedermeier wydawał się tym stylem, który zarówno oddawał najlepiej solidnego, praktycznego mieszczańskiego ducha, jak i nadawał wnętrzom, poprzez zapożyczenia empirowe, arystokratyczny blask³⁸⁹. Willa Stucka w Monachium w stylu neoempiru staje się dla pokolenia przełomu wieku wyrazem piękna i nowoczesności³⁹⁰. Biedermeirowskich elementów dopatrują się krytycy w działalności Adolfa Loosa³⁹¹.

Neoklasycyzm stanowił jeden z istotnych etapów emancypującego się historyzmu, który ze stadium samokrytycyzmu przeistaczał się w historyzm samoapro-

baty, aby następnie przejść w etap ekspansji. Z podobnymi hasłami oczyszczenia z naleciałości „pluszowego” historyzmu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych wystąpili również secesjoniści. Oni także poszukiwali w swoich produktach funkcjonalności i rozsądku. Przenikanie się tych dwóch nurtów historyzmu o jego neoklasycystycznym i sesesyjnym obliczu jest widoczne we wszystkich dziedzinach sztuk plastycznych, również w przemyśle artystycznym. Wystawa Światowa w Paryżu w 1900 roku uwydatniła w pełni tę dwutorowość stylistyczną, choć z naszego współczesnego punktu widzenia oznaczała ona przede wszystkim triumf secesji. Secesja wyrosła zarówno z reakcji na wybujały historyzm, jak i akceptacji wielu jego elementów. To, co jednak stanowiło istotę tego krótko trwającego nurtu w Niemczech (od 1894 do 1906), oprócz wszystkich zapożyczeń i powinnowactw z klasycyzmem, rokokiem, manieryzmem i gotykiem, to fakt, że artystom udało się odnaleźć interesujący repertuar dekoracji, ożywić, a równocześnie poddać stylizacji naturalistyczne motywy, tak iż nabrały one nowego, oryginalnego wyglądu, stworzyć nowe kompozycje, eksperymentować z różnymi technikami i materiałami. Kunstgewerbeausstellung w Dreźnie w 1906 roku zakończyła w Niemczech rozwój secesji i usankcjonowała w pełni ekspansję neoklasycyzmu.

Secesja nie zyskała aprobaty wielkich krytyków i reformatorów sztuki, rzemiosła i przemysłu, takich jak na przykład Muthesius, który tak o niej pisał: „w cieplarnianej atmosferze (historyzmu) szybko kiełkowały następujące po sobie stylistyczne mody, aż wreszcie wyrósł bękart nowoczesnej sztuki – secesja, która, jak widzimy to dzisiaj (1912), większe jeszcze wywołała zamieszanie (...). Jak to się okazało na wystawie w 1906 roku, po krótkim czasie osiągnęliśmy jednak jasność wypowiedzi, która zostawiła już prawie wszędzie swój stempel”³⁹². Z tego też neoklasycystycznego punktu widzenia krytykowano secesję za jej wynaturzenie, nieudacznosc i dziwaczność. Wystawa stała się wielkim sukcesem neoklasycyzmu, który zyskał swoich zwolenników wśród takich artystów, jak Behrens, Paul, Bertsch i Müller. Na drezdeńskiej wystawie secesji pozostali wierni jedynie Graender i Pankok.

Podobny nastrój poczucia zwycięstwa nad zdegenerowanym stylem secesyjnym odnajdziemy na następnej Kunstgewerbeausstellung w Monachium w 1908 roku. Atelier Elvira w Monachium, sztandarowe dzieło secesji, doczeka się też w tym roku ekskomuniki z ust samego Luxa: „atelier Elvira, ze swoją burzliwą,



Dzban, WFM, ok. 1900, szkło zielone, stop cynowy, srebrzony, odlew, wys.: 41 cm; MMP/S/5891

niewymiernie subiektywną ornamentyką, później wyśmianą jako grzech młodości, którego się należy trochę wstydić, musiało zakończyć się nieuchronnie pewnym zejściem na manowce sztuki, tak jak wszystkie «podskakujące» i «kucające» formy mebli, które powstawały w tryskających fantazją umysłach artystów³⁹³.

Nie brakowało i krytyków neoklasycyzmu (van de Velde), który stopniowo zaczął przekształcać się w historyzm o eklektycznym obliczu, na nowo cytującym ze skarbnicy wszystkich historycznych stylów, wykorzystującym to biedermeierowskie, to rokokowe elementy. Jednak przekonanie takich krytyków i reformatorów sztuki jak Lux i Muthesius o tworzeniu „nowej sztuki” było tak silne i z taką retoryczną zręcznością i propagandowym entuzjazmem odpierało wszelkie zarzuty, iż powstało przekonanie o powstaniu czegoś zupełnie innego, odmiennego od tego, co było dotychczas. **Jakość**, a nie smak będzie od tej pory poszukiwaną wartością, gdyż – jak twierdzili przedstawiciele „nowej sztuki” – „jedynie kryterium jakości jest sprawdzianem tego, czy obiekt jest sprzeczny z techniką i funkcją, czy nie. W tej sytuacji nie należy pytać, czy jego forma istniała już wcześniej, czy nie, a jedynie to, co piękne, wykorzystywać i pielęgnować (...). W ten sposób dostrzegamy, że nie jest wskazane niszczenie za sobą mostów, jak również że bez hołdowania przeszłości nie możemy mieć nowego stylu³⁹⁴. Czyż nie są to te same hasła, które towarzyszyły historyzmowi w całej jego twórczej drodze? Pisane są one jednak nie w połowie XIX wieku, lecz w 1908 roku przez jednego z przekonanych o nowatorstwie współczesnej sztuki krytyka. Zapanowało ogólne przekonanie o przewyżczeniu historyzmu. W rzeczywistości zmienił on tylko swoją nazwę, z historyzmu stał się „nową sztuką”, wychwalanym przez późniejszych krytyków i historyków sztuki początkiem funkcjonalizmu. Dzięki retorycznej zręczności swoich apologetów, wsparciu finansowemu wielkiego przemysłu i pomocy państwa historyzm nie miał żadnych konkurentów i mógł się swobodnie rozwijać dalej. Przedstawiciele neoklasycyzmu, a następnie członkowie Werkbundu, chętnie kreowali swoje wizerunki pogromców historyzmu, długo oczekiwanych mesjaszy „nowej sztuki”.

Zmierzch przemysłu artystycznego, czyli narodziny projektowania przemysłowego

Obiekty sztuki użytkowej są produktami przeznaczonymi do praktycznych celów, formy ich zostały jednak przez sztukę tak uszlachetnione, że mogą one stanowić równocześnie dzieła sztuki same w sobie. Taka jest definicja sztuki użytkowej. Jej rozwój od początku istnienia sztuki łączył się z talentem i inwencją artysty, niezależnie od tego, czy tworzył on obrazy, rzeźby czy wazony. Projekt, zrodzony w głowie artysty związany był również nierozzerwalnie z jego wykonaniem. Pod greckim słowem *technai*, a później łacińskim *artes* rozumiano umiejętności, służące do odtwarzania natury bądź tego, co ona stworzyć zaniebrała (Arystoteles). Podziwiano zarówno sprawność technologiczną, jak i finezję wykonania oraz pomysłowość dzieła – kowala, szewca, rzeźbiarza i malarza.

Pod koniec XVII wieku nastąpiło jednak zachwianie tej postawy, której konsekwencją był podział na wytworne sztuki piękne i rzemieślnicze sztuki stosowane, na sztukę wyższą i niższą, na akademię i rzemiosło, na *art* i na *métier*³⁹⁵.

Zaistniała sytuacja, w której odebrano rzemieślnikowi możliwość pracy kreatywnej na rzecz artysty, a równocześnie powstała przepaść między twórczością ich obu. Do tej pory zarówno pomysł, jak i wykonanie znajdowało się w jednych rękach. Od tego czasu zaczęły powstawać szkoły i instytucje mające na celu szkolenie rzemieślników w wykonywaniu przez artystów sporządzonych projektów. Nauka ta polegała na kopiowaniu tego, co artyści wymyślili. Wynikało to z przeświadczenia, że rzemieślnik nie jest w stanie wykonywać twórczej pracy, gdyż ta była domeną artystów, wtajemniczonych w kanony wielkiej sztuki. W ten sposób nastąpił podział, który istnieć będzie aż do początku XX wieku i który objawi się w naśladownictwie oraz kopiowaniu wszystkiego, co wymyślą wielcy artyści.

Na początku XIX wieku nikt nie zajmował się krzewieniem wiedzy w dziedzinie sztuki użytkowej, akademie zajmowały się „wielką” sztuką, rzemieślnicy jej naśladowaniem, a pracownie przyfabryczne produkcją własną. Konsekwencją był upadek tej dziedziny artystycznej wytwórczości, którą starano się zastąpić w Europie Zachodniej w drugiej połowie XIX wieku przemysłem artystycznym. Ponowne połączenie nastąpi dopiero pod ciężarem konieczności obrony przed zagrożeniem, jakim stał się przemysł artystyczny i jego produkty. Szczególnie drastycznie objawiło się to w Wielkiej Brytanii, gdzie już na początku XIX wieku doszło do ekspansywnej industrializacji, która zniszczyła całkowicie rodzime rzemiosło. Nie istniały szkoły rzemieślnicze, brakowało również odpowiednich szkół, popierających nową gałąź produkcji, jaką stał się przemysł artystyczny. Inaczej kształtowało się to na kontynencie, gdzie z powodu zapóźnionej industrializacji silne były wciąż tradycje rzemieślnicze, lecz i tu doszło do gwałtownego załamania się tej dziedziny sztuki, a to w związku z szybko następującym uprzemysłowieniem, które przejęło niejako zadania rzemieślnika, lecz zastosowało odmienne procesy wytwórcze.

Pierwsze wystawy światowe uprzytomniły wszystkim, że przemysł potrzebował nie geniuszu jednego artysty, lecz współpracy grupy wyszkolonych w swojej dziedzinie projektantów, posiadających zmysł formy oraz umiejętność przedstawiania kształtów i dekoracji, którzy potrafiliby dostosować projekty do fabrycznych warunków, szybko reagować na impulsy mody i rynku oraz na sugestie komiwojażerów. Takie idee przyświecały pierwszym reformatorom przemysłu artystycznego. Szybko jednak wykazali swoje niezadowolenie, gdy okazało się, że rzesze młodych rysowników opuszczających szkoły rysunkowe, tworzone na potrzeby przemysłu, nie miały ani odpowiedniego przygotowania fachowego, ani nie były, w oczach krytyków, w stanie odcisnąć jakiegokolwiek piętna swego talentu na tworzonym w warsztatach fabrycznych przedmiotach. Nastąpiła ogólna frustracja, będąca owocem wiary, że przemysł artystyczny jako nowe medium stworzy równocześnie nowe środki wyrazu, zrewolucjonizuje sztukę. Krytyka przemysłu artystycznego nie różniła się wiele od krytyki sztuki w ogóle, której także zarzucano tendencję do kopiowania, bezstylowość, uleganie modom. Wiek XIX wierzył nie tylko w postęp, ale również w to, że zdobycze wiedzy w różnych dziedzinach sztuki i nauki pomogą w stworzeniu czegoś, co byłoby porównywalne do osiągnięć renesansu. Stąd tak wielkie ambicje w stosunku do przemysłu artystycznego, stylu epoki, sztuki w ogóle, przejawiające się w ciągłej ich krytyce³⁹⁶.

Maszynowo wytwarzane produkty artystyczne, powstałe w wyniku kopiowania utartych, rzemieślniczych wzorów, załaty rynek europejski, a przemysł artystyczny, wyłącznie przetwarzający i kompilujący, nie stworzył własnej, oryginalnej estetyki.

Pytanie, jakie należy postawić w tym miejscu, brzmi: czy możliwe jest, aby przemysł wytworzył własną estetykę? Krokiem rokującym nadzieję, że pytanie to znajdzie pozytywną odpowiedź, był fakt zaangażowania artystów do współpracy z fabrykantami, powierzenie im dzieła odnowy. Na krok ten czekano właściwie od połowy XIX wieku, od momentu, w którym dostrzeżono konieczność współpracy z artystą. Równocześnie zdawano sobie sprawę z trudności wynikających z tego „trudnego związku”. Ich wyrazem będą rozważania krytyka-reformatora Owena Jonesa, gdy pisze: „dziwimy się krótkowzroczności fabrykantów, którzy nie widzą, że w ich interesie jest od samego początku rozpoczęcie pracy z artystą i jego projektem. Fabrykant odpowiada na to: gdzie są ci artyści? Należy przyznać, że istnieje tylko niewielu. Lecz czy nie jest sprawą fabrykanta pracować nad tym, aby było ich coraz więcej. Tak długo, jak fabrykanci nie będą przypisywać odpowiedniej roli projektom i powierzać tej ważnej dziedziny zwyczajnym wyrobnikom bez przygotowania artystycznego, nie mogą liczyć na poprawę i na poparcie ze strony artysty”³⁹⁷. Artyści „czyści” ze swej strony nie interesowali się współpracą z przemysłem. Niechęć ta spowodowana była kilkoma przyczynami. Konsekwencją specyficznego kształcenia akademickiego było przekonanie, że artyści powołani są dla wyższych potrzeb i do wyższych celów niż wykonywanie projektów dla produkcji masowej. Sami artyści oprócz tego nie byli przygotowani do takiej pracy, gdyż nie znali wymogów technologicznych produkcji masowej. Bardzo często projekty przez nich tworzone były technicznie niewykonalne. Już Semper widział w tym jeden z zasadniczych problemów współpracy między artystą a fabrykantem, gdyż jak pisał: „znikoma znajomość kompozycji jak również procesów technologicznych, nieznanostwo architektonicznych podstaw rysunkowych, podstaw rysunku w ogóle, stylu i piękna, wreszcie nieznanostwo faktu, że wysoki stopień artystycznego spełnienia związany jest ze sztuką przemysłową, że jest dla niej absolutnie konieczny, wydaje się głównym powodem zjawiska, że młodzi artyści nie mają dla niej szacunku, przeciwnie wykazują pogardę i brak zainteresowania tą dziedziną sztuki. Wierzą często, że poniżają swój talent poświęcając się sztuce przemysłowej i służbie praktycznym celom”³⁹⁸.

Krytycy tacy jak Semper i Jones od samego początku wskazywali na możliwość współpracy z artystą i konieczność tworzenia form, dostosowanych do potrzeb i wymogów ówczesnego odbiorcy, odrzucali surogaty i wszelkiego typu imitacje, proponując nauczanie w warsztatach, w których panowałaby braterska atmosfera kreatywnej współpracy. Idee te stanowiły bezpośredni załączek rodzącej się sztuki XX wieku. W sformułowaniach tych odnajdziemy jednocześnie wiele pomysłów i idei prekursorów współczesnego projektowania przemysłowego.

Pod koniec XIX wieku krytyka zrezygnowała wreszcie z kształcenia smaku estetycznego publiczności, a właściwie ciągłej krytyki jego braku, i przeniosła całą winę na barki fabrykanta. To jego obarczono ciężarem złego smaku, eklektyzmu i pazerności. Mnożyły się wypowiedzi piętnujące przemysł, dostrzegając w nim gniazdo wszelkiego zła. Głównym zarzutem stawianym przemysłowi ar-

tystycznemu było jego bezkrytyczne kopiowanie zarówno wzorów historyzujących, jak i secesyjnych. Wychodzono z założenia, że „eklektyzm zdobnictwa przemysłowego jest konsekwencją świadomej polityki przemysłu, której klient stał się ofiarą, gdyż społeczeństwo nie ma ani smaku, ani instynktu artystycznego. Sztuka stała się środkiem przemysłowej spekulacji. Klient jest ofiarą pogoni za profitem, tak samo jak projektant. Masy projektantów opuszczają szkoły i zalewają fabryki i warsztaty. Przemysłowiec dzisiejszy otrzymuje sztukę za darmo, angażując rysowników za głodowe stawki i żąda w zamian dziesięciu godzin sztuki, tak jak żąda od innych swoich pracowników. Absolwenci państwowych szkół artystycznych pracują jako ozdabiacze dyplomów, specjaliści w kreowaniu girland i przerysowywaniu winorośli”³⁹⁹.

Postulaty reformatorów nawołujących do współpracy z artystami nie były początkowo popularne wśród fabrykantów. Z powodu wysokich kosztów produkcji modeli wybierano wzory i dekoracje, które znalazłyby aprobatę szerokiej rzeszy klientów, a takimi były sprawdzone, tradycyjne obiekty o bogatej dekoracji. Każda nowość rodziła nieufność i docierała do zbyt małej grupy klientów, aby mogła być wykorzystana masowo. Co sezon wychodziły wprawdzie nowe modele, lecz ryzyko wprowadzenia „fałszywego” wzoru oznaczało katastrofalne następstwa finansowe dla fabryki oraz całego regionu, który uzależniony był często od tej produkcji.

Reformatorzy jednak niezmordowanie próbowali poprawiać smak, proponując zmiany. Żądali od fabrykantów współpracy z „czystymi” artystami i realizacji ambitnych, nowatorskich projektów, zmiany oblicza produkowanych obiektów, podniesienia poziomu przemysłu artystycznego, aby w ten sposób zapewnić mu lepszy zbył oraz możliwości ekspansji na rynkach światowych.

Tylko świadomi nowych czasów fabrykanci nawoływali do odnowy. Jednym z nich był Paul Bruckmann, który tak opisywał działalność tradycyjnych projektantów fabrycznych: „W pracowniach fabrycznych siedzą «artyści», jak sami siebie nazywają i jak nazywani są również przez swoich pryncypałów. Jako młodzi ludzie przybyli oni ze szkół rzemiosła artystycznego albo szkół zawodowych do fabryk. Traktowani są przez fabrykanta jak wszyscy inni pracownicy, a ich zadaniem jest posłuszne wykonywanie zarówno technicznych, jak i artystycznych poleceń przełożonych. Ich wartość jest o tyle doceniana, o ile swoimi projektami trafiają w gusta klientów i odpowiadają najnowszej modzie. A ponieważ warunki takie nie odpowiadają na ogół artystom, którzy tworzą dzieła niezależne i wolne artystycznie, dlatego w atelier fabrycznym spotykamy rzeszę rysowników i modelarzy, których główną siłą jest ubieranie produktów w historyczne szaty, ponieważ oni i fabrykanci istotę wartości produktu przemysłu artystycznego widzą w naśladownictwie zdobnictwa zarówno głównych współczesnych kierunków, jak i form z minionych epok. Taką samą finezję wykazują w naśladowaniu stylów historycznych, jak i w stylu tzw. nowoczesnym”⁴⁰⁰. Jest to wypowiedź samokrytycznego fabrykanta z początku XX wieku, który dostrzega konieczność reformy przemysłu artystycznego przez nawiązanie współpracy z artystami sztuki użytkowej. Sam dał możliwość realizacji tego typu pomysłów w swojej fabryce. Jego zapatrywania na współpracę artystów z fabryką obostrzone były jednak specyficznymi warunkami. Uważał, że najlepsze artystyczne rezultaty osiąga się we współpracy nie z artystami „czystymi”, lecz wywodzącymi

się z rzemiosła. Postulatem przemysłu staje się więc poszukiwanie artystów gotowych do „**przeszkolenia w fabryce**”⁴⁰¹.

Zaistniały pod koniec XIX wieku proces nadprodukcji, związany z ogólnym przesytem produktami przemysłu artystycznego i spadkiem popytu na nie, zmusił niejako fabrykantów do współpracy z artystami. Poszukiwane były nowe, świeże pomysły, które stanowiłyby ratunek i możliwość wyjścia z impasu ogólnego braku zainteresowania produktami metalowej galanterii. Artysta zachęcony został do tej współpracy korzyściami finansowymi, np. przez partycypowanie w zyskach ze sprzedaży przedmiotów jego projektu, jak również przez popularność, jaką dawała mu produkcja seryjna. W prasie fachowej nazwiska projektantów żardynier i flakonów ukazują się obok rzeźbiarzy i malarzy. Ich status artystyczny został zrównany. Wraz z ogólną demokratyzacją sztuki nastąpiło także wśród artystów zainteresowanie tym, co dzieje się poza murami akademii, na ulicy i w fabryce. Stworzyło to podstawy do szerszego zainteresowania produkcją masową przez wykształconych w akademiach, niezależnych artystów, którzy coraz częściej i chętniej współpracują z przemysłem, widząc swoją misję również w tworzeniu estetycznych i funkcjonalnych przedmiotów życia codziennego.

Próbą uprzemysłowionej sztuki użytkowej było wprowadzenie secesji do przemysłu artystycznego, który w ten sposób został wzbogacony o artystyczne projekty, przeznaczone do produkcji masowej. Przemysł artystyczny jest jednak tylko naśladowcą poczynionych zmian, które zaszły na polu sztuki użytkowej. Dzieje się to bowiem kosztem talentu i inwencji artystów, których projekty i pomysły bez zażenowania kopiowali i kompilowali przyfabryczni rysownicy. Podejmujący trud współpracy z przemysłem artyści niemieccy, w przeciwieństwie do angielskich, pragnęli tworzyć sztukę dla mas i byli rozczarowani, że przemysł ich wykorzystuje, że nie mają kontroli nad swoimi produktami, które bezkarnie powielane są przez przemysł artystyczny.

Jeszcze w połowie wieku XIX pokładane przez artystów w przemyśle artystycznym nadzieje spaliły na panewce. Pod koniec XIX wieku przemysł artystyczny został przez krytykę i większość artystów sztuki użytkowej w Niemczech odrzucony. Nadszedł czas emancypacji. Powszechnie akceptowaną tezą było przekonanie, że przemysł nie może tworzyć prawdziwej sztuki, jedynie rękodzieło w połączeniu z artystyczną inwencją jest w stanie sprostać temu zadaniu. Hasłem nowej awangardy artystycznej był **antymaszynizm**, objawiający się przekonaniem, że żaden przedmiot wytwarzany maszynowo nie może stać się dziełem sztuki⁴⁰². Alternatywą dla masowej produkcji artystycznej miały stać się **warsztaty**. Akcent położony został na pracę rękodzielniczą, przy minimalnym zastosowaniu maszyny, na projekty artystyczne i wykonanie rzemieślnicze przy współpracy z artystami. Podstawą ideologiczną stały się tutaj założenia Anglika Williama Morrisa.

Morris należał do artystów-reformatorów. Był twórcą projektów, ale również ich wykonawcą, który bacznie analizował procesy technologiczne, eksperymentował i odkrywał nowe możliwości produkcyjne. Dzięki intensywnym studiom praktycznym w dziedzinie farbowania, drukowania i tkania udało mu się zaniechać imitacji średniowiecznych wzorów na rzecz tworzenia współczesnych na ich bazie. Piękno oznaczało dla Morrisa jedność między sztuką a rzemiosłem, a średniowiecze było dla niego tą epoką, w której artysta był

jednocześnie rzemieślnikiem i która niosła radość pracy zarówno twórcy, jak i odbiorcy. W jego przekonaniu jedynie obiekty, których projektant jest równocześnie ich wykonawcą, dają możliwość tworzenia rzeczy praktycznych i pięknych. Główną wadę wykształcenia projektantów widział w zbyt małym ich kontakcie z praktycznymi stronami produkcji. Jego zdaniem sztuka nie powinna być czymś ekskluzywnym, dostępnym tylko wybranej grupie, lecz czymś powszechnym. Twierdził, że należy zmieniać nie gust człowieka, lecz jego byt na pełen sensu i przyjemności z wykonywanej pracy, miłego otoczenia i czasu wolnego, a człowiek nie będzie musiał naśladować, przejmować i kopiować⁴⁰³.

Dowodem realności takiej idei miał być założony przez niego we współpracy z Rossettim, Burne-Jonesem i Fordem Madoxem Brownem warsztat, którego zadaniem było projektowanie obiektów codziennego użytku i ich realizacja. Propagatorem idei morrisowskiej był Ch. R. Ashbee i jego warsztat Guild of Handcrafts. Miał on stanowić uzdrowicielską alternatywę dla przemysłu artystycznego, nową formę autentycznej współpracy artystów z rzemieślnikami, nową, pozbawioną komercjalizmu i kapitalistycznego spłylenia sztukę. Za jego przykładem Europę opanowała warsztatomania, pod którym to hasłem entuzjastyczni, młodzi artyści głosili hasła „sztuki dla wszystkich” i „sztuki na co dzień”. To właśnie produkty wychodzące z tych warsztatów były przeciwstawiane produktom fabrycznym, stanowiąc dowód na to, że istnieje możliwość masowego tworzenia pełnych smaku przedmiotów życia codziennego. Praca zbiorowa, podbudowana socjalistyczno-utopijnym entuzjazmem, wspólne projekty, to model warsztatu propagowany i rozpowszechniony przez Ashbee'ego. Podobnie jak cały ruch angielski była to idea szlachetna, przepojona humanizmem i zaangażowaniem społecznym, które miało owocować również narodzinami nowej sztuki, lecz na wskroś nierealna w obliczu jej konkurentki wysoko wyspecjalizowanej produkcji kapitalistycznej⁴⁰⁴. Nie tylko zresztą warunki zewnętrzne, to znaczy niedostosowanie do kapitalistycznego rynku, ale i sprzeczności wewnątrz grupy spowodowały obumarcie warsztatów Ashbee'ego. Pomimo że angielski model warsztatu nie przyniósł w Wielkiej Brytanii spodziewanych efektów i nie stworzył oczekiwanej alternatywy dla masowo wytwarzanych produktów, to zasiał ziarno, z którego w szybkim tempie wyrosły warsztaty na kontynencie, najbardziej znaczące w Niemczech i Austrii.

W Monachium doszło w 1898 roku do zrzeszenia artystów pod nazwą „**Verreinigten Werkstätten für Kunst und Handwerk**”, którego celem było tworzenie „artystycznych projektów, wykonywanych przez rękodzielników (majstrów) zgodnie z warsztatową praktyką”⁴⁰⁵. Odbiorcami tak wykonywanych obiektów miała być mieszczańska klasa średnia. Było to ambitne, na wskroś aktualne zamierzenie, którego realizacja okazała się jednak zadaniem utopijnym. Z podobnym problemem niemożności połączenia wysokiej jakości wykonania i wykorzystania ekskluzywnych materiałów z tanim produktem końcowym borykał się już Morris. Rezultatem tego rozczarowania była realizacja indywidualnych zamówień dla bogatego mieszczaństwa, jeśli to było konieczne również w historyzujących stylach. Podobną drogą realizacji indywidualnych, ekskluzywnych obiektów podążyły **Wiener Werkstätte** w Wiedniu. Praskie warsztaty **Artel** starały się sprostać wyrafinowanym gustom koneserów sztuki.

W rzeczywistości ideologia tych warsztatów nie różniła się wiele od tej preferowanej przez Morrisa i angielskich artystów, tworzących obiekty codziennego użytku dla własnej przyjemności, dla utopijnej idei tworzenia nowej sztuki. Jak twierdził Morris, „przedmioty, które produkujemy, są wykonywane, ponieważ my ich potrzebujemy; wytwarza się je dlatego, że się je robi dla drugiego, a nie dla jakiegoś nieokreślonego rynku, którego się nie zna i nad którym się nie ma kontroli”⁴⁰⁶. Podobnie artyści niemieccy apelowali do gustów inteligencji, do elity finansowej i intelektualnej, do „wyształconych wszystkich klas” i „bogatyń kręgów”, których obowiązkiem patriotycznym było, według nich, powierzenie im zleceń⁴⁰⁷. Behrens, Haustein, Obrist, Pankok, Paul czy Riemerschmid rzucili wyzwanie przemysłowi artystycznemu, chlubne i wzniosłe, które jednak zrodzone na pozostałościach angielskiego idealizmu zdane było na niepowodzenie. Dowodem na to mogą być losy **Dresdner Werkstätten für Handwerkskunst**, które służyły zawsze jako sztandarowy przykład, wręcz dowód na możliwość wdrożenia myśli artystycznej do produktów masowych. Założeniem była produkcja nowoczesnych, funkcjonalnych obiektów codziennego użytku dla szerokiej klienteli w zastosowaniu głównie rękodziela, jak sugerowała sama nazwa warsztatów. W rzeczywistości były to maszynowo produkowane meble oraz inne przedmioty, wykonywane według pomysłów znanych artystów-projektantów (Riemerschmid)⁴⁰⁸. Były to obiekty, co należy jeszcze raz podkreślić, wytwarzane maszynowo i seryjnie, a entuzjazm dla „dzieła stolarskiego”, które tak gorąco propagował na początku założyciel warsztatów Karl Schmidt, przekształciło się szybko w afirmację norm przemysłowych, typów produkcji i maszyn. Maszynowo wytwarzane meble propagowano jako „anständiges Möbel für den gemeinen Mann”. Idee założycielskie warsztatów, czyli praca rękodzielnicza, zostały zdradzone⁴⁰⁹. Dopiero od 1915 roku rezygnuje się w katalogach firmowych z reklamy pracy rękodzielniczej, pomimo że już wcześniej działalność warsztatów to zakamuflowana produkcja maszynowa w celu uzyskania większych efektów komercyjnych⁴¹⁰.

Warsztaty niemieckie to ważny dla samoświadomości artystycznej epizod w projektowaniu produktów masowych. Wymagania otaczającej artystów rzeczywistości były zgoła odmienne od tych propagujących pracę warsztatową. Realia, w których powstawały te założenia, to przeludnione miasta, z ogromnym artykułującym swoje żądania poprzez strajki i rewolucje proletariatem, powszechnie wkraczająca w życie reklama, komercjalizacja, konsumpcja, domy towarowe i zatarata indywidualności. Akceptacja maszyny następuje powoli i jest to proces ciągnący się przez cały wiek XIX, a kończący się na początku XX stulecia. **Maszyna jest też warunkiem koniecznym rozwijającego się kapitalizmu, sztuka jego kamuflażem i perfekcyjnym opakowaniem.** Rozpoczyna się nowa era – okres projektowania przemysłowego z nowym hasłem rzeczowości, typizacji i standaryzacji. Zafascynowani nowymi celami i funkcjami artyści: Behrens, Paul, Poelzig, Pankok, Eckmann rzucają się w wir nowego prądu. To oni, do tej pory postulujący pracę warsztatową, stają się świadomi konieczności zastosowania maszyn i produkcji seryjnej. To oni stworzą nową dziedzinę sztuki, jaką będzie **projektowanie przemysłowe.**

Głoszona przez krytyków prawdziwa, choć jak się wydaje jedynie pozorna, zmiana nastąpiła w momencie rzeczywistej współpracy artysty z fabrykantem, tj.

w początkowych latach XX wieku. Połączenie interesów ekonomicznych i artystycznych stanie się podstawą do produkcji prostych, surowych kształtów. Wzory ich były już znane, należało do nich jedynie sięgnąć.

To od tego momentu zaczyna się niejako nowy rozdział w produkcji masowej, który przez apologetów współczesności będzie gloryfikowany jako narodziny nowej sztuki. Znajdzie to swój wyraz w sformułowaniu Nicolause Pevsnera: „prawdziwymi pionierami modernizmu są ci, którzy od samego początku stanęli po stronie sztuki wykonywanej za pomocą maszyny”⁴¹¹. I rzeczywiście Olbrich staje się głównym projektantem Opla, projektując w 1906 roku karoserie dla samochodów, Müller projektuje domki jednorodzinne, a Eckmann, później zaś Behrens, działają jako projektanci dla wielkiego koncernu produkującego wyroby elektryczne AEG w Berlinie.

Genezę projektowania przemysłowego, które chętnie przeciwstawia się przemysłowi artystycznemu, wiąże się w historii sztuki z powstaniem Werkbundu w 1907 roku. Wydaje się jednak, że punktem zwrotnym na tej drodze była wspomniana już Kunstgewerbeausstellung w Dreźnie w 1906 roku. Wystawa ta, ukazująca najlepsze osiągnięcia niemieckiej awangardy artystycznej, wydawała się otwierać nową kartę w rozwoju **sztuki użytkowej**, w której artystyczna koncepcja i wysoka jakość wykonania odgrywały najważniejszą rolę. Należy podkreślić, że na wystawie drezdeńskiej prezentowali swoje wyroby poszczególni artyści, w ich cieniu pozostawały wytwarzające firmy, nawet te, które bezpośrednio współpracowały z artystami sztuki użytkowej. Fakt ten wzbudził ogólne zaniepokojenie i zainteresowanie ówczesnych kół przemysłowych, którego końcowym rezultatem było utworzenie niemieckiego Werkbundu. Idea powstania zrzeszenia zrodziła się w kręgu polityków o zabarwieniu socjalistyczno-liberalnym oraz przemysłowców. Otoczka idealistyczna projektowania nadana została przez zasłużonego reformatora, „ojca ruchu odnowy” w Niemczech, Hermana Muthesiusa. On też sformułował postulaty tej ideologii. Nie można zaprzeczyć, że miały one reformatorskie podłoże, jak również, że z biegiem czasu Werkbund stał się orężem propagatorskim wielkiego przemysłu. O tym, że było to *lobby* przemysłu niemieckiego, może świadczyć fakt, iż do tej organizacji należały takie firmy jak: AEG, Bosch, Krupp, Benz & Co., Norddeutsche Lloyd⁴¹². Założeniem ideowym związku była produkcja masowa przedmiotów użytkowych. Uważano, że „najwyższy standard można osiągnąć tak samo za pomocą narzędzi, jak i maszyny, z chwilą gdy człowiek opanuje maszynę i zmieni ją w narzędzie (...). To nie maszyny pogarszają jakość wyrobów, lecz nasza nieumiejętność posługiwania się nimi”⁴¹³. W przekonaniu członków Werkbundu sztuka wytwarzana za pomocą maszyny stała się obok rzemiosła jeszcze jednym środkiem ekspresji artystycznej. Od tej chwili pojawi się w krytyce sztuki, ale również w samej sztuce, apoteoza maszyny, aż do swojej ekstremalnej formy w wydaniu futurystów włoskich. Tworzone są nowe „ikony”, powstają „bohaterowie” nowoczesnej sztuki. Jednym z najważniejszych jest **Peter Behrens**, uważany za pierwszego nowoczesnego projektanta przemysłowego. Behrens, z wykształcenia malarz, zarzuca działalność wolnego projektanta-secesjonisty i staje do dyspozycji koncernu AEG. Już sam ten fakt wydaje się w rewolucyjny sposób zmienić spojrzenie na produkcję maszynową, przetasował opinie na temat sztuki masowej w ogóle, stawiając ją raptem w zupełnie innym świetle. W projektach użytkowych Behrensa odnaj-

duje się nagle wartości, których do tej pory w obiekcie masowym i seryjnym nikt nie zauważał. Nicolaus Pevsner widział w nim projektanta nowych czasów: „(Behrens) potrafił jednocześnie tyle samo uwagi i wysiłku poświęcić ulepszeniu form drobnych i większych przedmiotów życia codziennego o tak użytkowym przeznaczeniu, że nikomu przedtem nie przyszło na myśl uważać je za obiekty artystyczne”⁴¹⁴. Wierzono, że stworzono nowe normy artystyczne dla nowych metod wytwarzania. W rzeczywistości zastąpiono stare nazwy nowymi. Czajniki, lampy, nawilżacze powietrza to nowe zadania, przed którymi staje artysta taki jak Behrens, wprzęgnięty w rytm nowoczesnego, zmechanizowanego do granic możliwości przedsiębiorstwa. Staje się on, jak nazywa to Gerd Selle, „**Hüllengestallter**”, projektantem opakowań, którego artystyczne zadanie polega w rzeczywistości na kształtowaniu powłoki zewnętrznej, który nie ma wpływu zarówno na konieczną z produkcyjnego punktu widzenia strukturę obiektu, jak i z góry założoną funkcję⁴¹⁵. Rozdzielenie tych dwóch dziedzin: funkcji i opakowania nie jest nowym zjawiskiem, jak zostało to ukazane na przykładzie przemysłu artystycznego, jedyna różnica polega na tym, że w nowo tworzonych obiektach, zarówno techniczne wnętrze produkowanych aparatów, jak i ich powłoka zewnętrzna wydają się współgrać ze sobą, tylko z tego powodu, że „forma zewnętrzna (opakowanie) nie jest dowolnie tworzona za pomocą dekoracyjnych elementów, lecz technizowana, zgodna z założeniami funkcjonalnie myślącego inżyniera, podporządkowana formie”⁴¹⁶. Projektant przemysłowy, „**agent przemysłowego racjonalizmu**”, swoją pracą i świadomością służy przemysłowi, zapopatrując klientów w system form, które są lustrzanym odbiciem logiki rozwiniętego sposobu produkcji. Przemysł ze swojej strony tworzy całą ideologię swojej nowej szaty w formie apoteozy maszyny, postępu technicznego i przemysłowo-gospodarczego racjonalizmu. Cienkość blachy używanej do produkcji lamp zaprojektowanych przez Behrensa staje się nie tylko ekonomiczno-finansowym problemem fabrykanta, ale i estetyczno-filozoficznym projektanta przemysłowego. „*Sachliche Form*”, główne hasło Werkbundu i nowego projektowania, wyraża zarówno funkcję ekonomiki produkcyjnej, jak i estetyki produktu. To „kalkulacja i marketing decydują w rezultacie o tym, co jest korzystniejsze i bardziej racjonalne dla produkcji i zbytu produktu”⁴¹⁷.

Wyrób obiektów o wysokiej jakości (Qualitätsprodukte) pod auspicjami Werkbundu staje się naczelnym hasłem tego ruchu, a jego ideologią – „prawdziwość” materiałowa (Materialechtheit), solidność i trwałość w użytkowaniu. Artystycznym efektem tych postulatów były ciężkie, masywne produkty, które robiły wrażenie zarówno trwałych jak i solidnych głównie przez swój ciężar i masę. Natomiast „prawdziwość” materiałowa sprowadzała się do zastosowania na przykład w meblarstwie „prawdziwych” fornirów, które jeszcze tak niedawno uważano za surogaty i odżegnivano od walorów estetycznych oraz różnego typu wypełniaczy (szkła, bakielitu, płyt miedzianych), których zadaniem było zarówno optyczne odciążenie „przyciężkich” mebli, jak i oszczędność materiałowa. W produkcji metalowej były to na ogół pozbawione dekoracji, ciężkie niklowane obiekty o przysadzistych proporcjach, często udające ręczne „młotkowanie”.

Już jednak od 1910 roku zauważa się w Werkbundzie tendencję powrotu do ornamentu, wręcz do starych historyzujących dekoracji. Przeglądając zdjęcia z wystawy Werkbundu w Kolonii w 1914 roku roztacza się przed nami cała paleta

stylów europejskich, wśród których znajdziemy i „neobiedermeier”, i „czwarte rokoko”. Werkbund dystansuje się od „gładkiego purytanizmu” młodych lat na rzecz, jak to określają rzecznicy Werkbundu, „tolerancji w stosowaniu historyzujących form, jeśli są wykorzystywane dowolnie i ahistorycznie”⁴¹⁸. Co oznacza jednak to „dowolne” i „ahistoryczne” ich stosowanie? Głosy nawołujące do ponownego nawiązania do form historyzujących odzywają się z kręgów przemysłowych. Nie są one przez artystów działających w Werkbundzie niedosłyszane i pominięte, wręcz odwrotnie. Rozwój formy przedmiotów projektowanych w Werkbundzie od początku jego działania do wybuchu pierwszej wojny światowej prowadzi „do coraz bogatszej dekoracji, która to tendencja jest przyjmowana przez przemysł z zadowoleniem”. Jak się bowiem okazało, a o czym donosili handlarze i przemysłowcy na zebraniach Werkbundu, „klienci nabywający przedmioty pozbawione ozdób wykazują więcej dociekliwości co do kosztu kupowanych obiektów oraz przywiązują większą wagę do jakości wykonanego obiektu. Obecność dekoracji daje możliwość podwyższenia ceny, gdyż klient nie jest w stanie osądzić, o ile dekoracje te wpływają na wartość obiektu. Jest on zaś z reguły gotów zapłacić więcej za obiekty dekorowane niż niedekorowane”⁴¹⁹. Jak napisał z cynizmem, a może ze zgorzknieniem, jeden z członków Werkbundu, Karl E. Osthausen: „normalnie zbudowana prawda żyje najwyżej dwadzieścia lat. Ewangelia funkcjonalizmu i «prawdy materiału» krócej”⁴²⁰. Szukając przyczyn tej tendencji, odnajdziemy je w ekspansywnych poczynaniach Werkbundu na arenie międzynarodowej, na której przedmioty o stylistyce neohistoryzującej miały lepsze szanse powodzenia. Również interesy rodzimego rynku stanowiły o tym, że pomimo tendencji do standaryzacji, lepiej sprzedającymi się produktami były te z ornamentalnymi, historyzującymi „ozdobnikami” i „pełnymi smaku dekoracjami”, innymi słowy o „artystycznym kształcie”. Gdyż jedną z podstawowych zasad produkcji masowej jest konformizm i komercja. Standaryzacja oznaczała, że sprzedawany produkt nie powinien zaskakiwać klienta, tworzyć aury wyjątkowości. Znamienna jest konkluzja W. Behrendta, członka Werkbundu, który tak wypowiadał się na temat wystawy Werkbundu w Kolonii w 1914 roku: „wystawa wykazała całkowitą absurdalność sztuki użytkowej w całej swej wyrazistości. Droga, którą z całą nadzieją podążano, okazała się ślepą uliczką (...). Przy bliższym spojrzeniu okazało się bowiem, że właściwie nic się nie zmieniło. Robotnik przy warsztacie lub maszynie był, jak uprzednio, wykonawcą pomysłu innych, z tym tylko, że tradycyjnego pracownika atelier zastąpił artysta. Zarówno robotnik, jak i artysta byli pracownikami przedsiębiorstwa”⁴²¹.

Artyści stają się jednym z trybów przemysłu, zostają mu całkowicie podporządkowani. Na zewnątrz pozostają jako jednostki wybitne i niezastąpione, lecz są to tylko świadomie tworzone pozory.

Pomimo „że nic się nie zmieniło” i możemy projektowanie przemysłowe zaliczyć do kontynuatorów przemysłu artystycznego, istnieją między nimi różnice, które nie są związane jedynie z wykorzystywaniem dekoracji lub ich odrzuceniem. Jedną z nich polega na tym, iż projektant XIX-wiecznego atelier był tylko pracownikiem fabryki, artysta projektant początku XX stulecia zostaje utożsamiony z nim, a przede wszystkim „z przemysłową kalkulacją produkcji, która przenika od tej pory wszystkie fazy tworzenia: planowanie, wykonanie i sprzedaż”⁴²². Przemysł artystyczny oferował wielorakość, zarówno stylistyczną, jak

i formalną, natomiast projektowanie przemysłowe proponuje w zamian jednorodność i standaryzację. Od tej pory gloryfikuje się to, co w tak niedalekiej przeszłości było krytykowane; „maszyna gwarantuje nam coś, czego nikt dawniej zagwarantować nam nie mógł: idealną bezosobowość, ale i idealną precyzję wykonania”⁴²³. Herbert Read definiuje tę niekoherencję w sposób, który zabarwi całą naszą estetykę patrzenia na artystyczną produkcję przemysłową przez następne dziesięciolecia, pisząc, „że prawa ekonomiczne są bezwzględne i zdrowe, zmuszają one umysł ludzki do przystosowania się do nowych warunków, skłaniając go, aby tworzył stale nowe formy. Tylko wówczas, gdy sentymentalizm i tęsknota za przeszłością uzyskiwały przewagę, nowe formy przestawały rozwijać się zgodnie z wartościami estetycznymi”⁴²⁴. Jest to stwierdzenie równie dosadne, co i polemiczne, gdyż zakłada, że tęsknota za przeszłością i sentymentalizm jest wartością estetyczną ujemną, a także, że postęp jest warunkiem rozwoju sztuki.

Mam nadzieję, że w pracy mojej udało mi się wykazać, że zarówno tradycja jak i zafascynowanie przeszłością są wartościami, które w żaden sposób nie hamowały rozwoju sztuki, wręcz przeciwnie – stymulowały go. Zgadzam się natomiast z Readem co do tego, że prawa ekonomiczne są bezwzględne i zmuszają do przystosowywania się do coraz nowych warunków. Historia przemysłu artystycznego i projektowania artystycznego dały na to wystarczająco dużo dowodów.

ZAKOŃCZENIE

Jeszcze na początku XX wieku tacy krytycy jak Lux widzieli w produkcji seryjnej przejaw maszynizmu, który ze sztuką niewiele ma wspólnego. Produkcja masowa była pozbawiona znamion artystycznych, również z powodu przebrzmiałej formy i dekoracji. Po powstaniu Werkbundu nastąpiła zmiana w patrzeniu na przedmiot seryjny. Maszyna została zaakceptowana, stworzono nowe wartości artystyczne, pozwalające projektantowi cieszyć się tą samą renomą co artysta. Zaakceptowano jedynie czystą formę, to, co historyzujące, pozornie odrzucono. Tak wytwarzane przedmioty masowe i seryjne doczekały się wejścia na Parnas sztuki. Dzięki propagandzie, sytuującej je wśród sztuk pięknych, stały się wręcz bastionami awangardy, a tacy rzecznicy nowoczesności jak Read i Pevsner zagwarantowali im nieśmiertelność. **Załączki współczesnej pracowni projektowej, służącej tworzeniu produktów masowych znajdziemy jednak właśnie w przyfabrycznych pracowniach XIX wieku,** tutaj się ukształtowały i przetrwały do dzisiaj w prawie niezmienionej formie. Jeśli uznamy, że sposób produkcji, kształtowania przedmiotu oraz projektowania nie różnią się zasadniczo od tych, które poznaliśmy, analizując przemysł artystyczny, to co w takim razie decyduje o tym, że jedna dziedzina projektowania uznana zostaje za dziedzinę sztuki, a druga pozostawia się poza jej granicami. Czyżby tylko dekoracja, ta spowita sentymentalizmem i tęsknotą za przeszłością, jak pragną definiować okres historyzmu niektórzy historycy sztuki, byłaby wyznacznikiem artyzmu?

Zadaniem mojej pracy była nobilitacja czy też rehabilitacja przemysłu artystycznego. Staralam się oddać mu sprawiedliwość w traktowaniu naukowym. Nie

zmienia to jednak faktu, że jego „apoteoza” przysparzała mi bezsennych nocy. Często borykam się z jednoznacznym zaliczeniem przedmiotów masowej wytwórczości w poczet dzieł sztuki. Kontakt z setkami obiektów oraz tysiącami ilustracji w katalogach firmowych budzi pewne, mam nadzieję zdrowe, rozterki. Pozostają oczywiście rzeczniczką „dzieła otwartego”. Uważam jednak, że obecne w nim słowo „dzieło” ma charakter wartościujący. Znaczna część omawianych przeze mnie przedmiotów nie odpowiada takiemu rozumieniu tego pojęcia. Jako „naoczny świadek” nieustannych manipulacji przedstawicieli przemysłu, którego ofiarami padali mali i wielcy twórcy przemysłu artystycznego i projektowania przemysłowego, wyrażałam wielokrotnie brak aprobaty dla konformizmu wytwórczości masowej. Moja idealistyczna i utopijna w gruncie rzeczy niezgoda na łączenie sztuki z towarem i komercją, wewnętrzna rozterka i dywagacje nad granicami sztuki wpłynęły zapewne na niejednoznaczny osąd produkcji seryjnej. Sama postawa producentów przedmiotów masowych (vide WMF) nie roszcujących sobie jakichkolwiek pretensji do tworzenia dzieł sztuki budziły sceptycyzm i krytycyzm. Niezaprzeczalnie jednak, przedstawioną przeze mnie produkcję masową umieszczam w sferze zjawisk artystycznych. Takie jest moje stanowisko, które być może wśród wielu pytań i wątpliwości zatraciło swoją stanowczość.

Dzieje kultury i sztuki to nie tylko wyliczanka targanych geniuszem wielkich indywidualności, jak to często chcą widzieć historycy sztuki, ale również kultura masowa i sztuka „trywialna”. Niezauważanie ich nie zmienia faktu, że istnieją, że nas otaczają i że wymagają od nas oryginalnego, przemyślanego osądu.

Pytanie, które postawił Herbert Read pod koniec lat trzydziestych, brzmiało: czy maszyna może wytwarzać przedmioty o rzeczywistych wartościach artystycznych? Odpowiedź brzmiała: tak, jeśli projektant odznacza się zmysłem estetycznym⁴²⁵. Trudno odmówić pracownikom atelier WMF zmysłu estetycznego, nawet jeśli jest on inny niż nasz. Należałoby albo wykluczyć z obrębu sztuki wszelką działalność seryjną, masową, albo zaakceptować w jej granicach i uznać za równorzędne przemysł artystyczny i projektowanie przemysłowe.

Z drugiej strony sztuka niesie ze sobą niepowtarzalność, jednorazowość i spontaniczność. Wszystkie te cechy wykluczają w całej swej rozciągłości jakąkolwiek wytwórczość maszynową i seryjną, niezależnie od tego, czy będzie to przemysł artystyczny, czy projektowanie przemysłowe. To projekt może być uważany za wytwór artystyczny, a nie sam obiekt seryjny. Przemysł w takiej strukturze nie jest w stanie stworzyć samorodnych wartości artystycznych. **Stwarza jednak najwerniejsze odbicie poczynań sztuki.** Jak je zakwalifikować?

Niezaprzeczalnie spojrzenie na przemysł artystyczny i projektowanie przemysłowe zależne jest od perspektywy, z której się na nie patrzy. Jak mogliśmy się przekonać, produkt przemysłu artystycznego może być równocześnie objawem demokratycznego „przewrotu” z punktu widzenia apologety postępu i demokracji, kiczem z punktu widzenia zwolennika sztuki elitarniej, symbolem nobiletacji dla przeciętnego człowieka. Jeśli zamknijemy przed tymi „użytkowymi” walorami granice sztuki, to jak zdefiniujemy samą sztukę?

Nasze spojrzenie na projektowanie przemysłowe podporządkowane jest współczesnej estetyce. A to, co wydaje nam się w nim najbardziej wartościowe, opiera się na naszym przekonaniu o aktualnych normach w sztuce. Podobne

założenie odnosi się do analizy przemysłowo kształtowanego wnętrza mieszczańskiego doby historyzmu, na które patrzymy z pozycji estetyki uformowanej na podstawie funkcjonalizmu, celowości i praktyczności.

Coraz częściej jednak odbiegamy od syntetycznych modeli myślenia w kategoriach awangardy i epigonizmu. Przykładem mogą być najnowsze badania nad problemem historyzmu. Historyzm przeze mnie ukazany jest prądem „wiecznie żywym”. Pomimo euforycznych haseł awangardy początku XX wieku nie jesteśmy w stanie wyrwać się z jego zaczarowanego kręgu. Od końca XVIII wieku, aż po dzień dzisiejszy próbujemy na nowo przeciwstawić się mu poprzez poszukiwanie ciągłych nowości i obozów awangard. Każda generacja artystów, negując osiągnięcia przodków, tworzy nową, jedynie prawdziwą i oryginalną sztukę. Stając się z czasem klasyką, stanowi pożywkę dla nowej generacji, tworzącej z kolei jedynie prawdziwą i ponadczasową sztukę etc. Dopóki nie uda nam się zaniegować dążenia do nowatorstwa i wiary w postęp, dopóty nie uwolnimy się z więzów historyzmu.

ANEKS

Stemple i oznaczenia wyrobów fabryki R. Plewkiewicz & Co.

Fabryka warszawska wykorzystywała zarówno własne, oryginalne stemple, jak i niektóre oznaczenia, zapożyczone od fabryki WMF. Niezależnie od tego produkty firmy Plewkiewicz stemplowane są w różnoraki sposób. Obiekty z cyny, mosiądzu, jak również z kompilowanych elementów zaopatrzone są w stempel w owalu z napisem „**Plewkiewicz w Warszawie**” lub „**Plewkiewicz Warszawa**”, w prostokącie „**Plewkiewicz**” lub bez obramowania „**Plewkiewicz**”.

Produkty z metalu Brytannia zaopatrzone są w dodatkowy stempel B, na ogół wybity w prostokącie, stempel **1/O** oznaczający grubość warstwy srebrnej, w tym wypadku jest to 1 gram srebra na 1 dcm. Rzadziej spotykamy się ze stemplem **O** dla oznaczenia podwójnej warstwy srebra i ze stemplem **O/X** dla oznaczenia, że przedmiot był oksydowany i polerowany matowo w płaszczyznach płaskich. Stemple te zapożyczone są z repertuaru oznakowań WMF, były one jednak wybijane na miejscu w Warszawie. W innej partii przedmiotu widnieje na ogół wypukło wybity numer modelu, taki sam dla wszystkich obiektów powstałych w Geislingen, niezależnie od tego, czy srebrzenie ich odbywało się w Warszawie, Wiedniu czy Bukareszcie, był on też wybijany w Geislingen. Numer ten pojawia się na odlewach cynowych i jest z reguły tylko wtedy do rozpoznania, jeśli produkt odlany był w całości i składał się z jednej części. Jeśli były to natomiast obiekty, które dopiero kompletowano w Warszawie lub jeśli składały się z różnych materiałowo części, numer ten na ogół nie jest widoczny.

Wyroby z mosiądzu stemplowane są jak powyżej nazwiskiem Plewkiewicza w owalu lub prostokącie i dodatkowym „**M**” dla oznaczenia materiału, z jakiego zostały wykonane. Mniejsze obiekty, niezależnie, czy wykonane były z cyny czy z mosiądzu, często oznakowane są jedynie stemplem „**P i Ska**” [Plewkiewicz

i Spółka]. Sztuńce zaopatrzone były oprócz stempla z nazwiskiem Plewkiewicza lub jego skrótu dodatkowym oznaczeniem „N” [Nicel-silber] lub „BM” dla oznaczenia alpaki, zwanej też białym metalem.

Godne nadmienia i sprostowania jest powszechne nieporozumienie, które istnieje w oznakowaniu firmy warszawskiej w Geislingen, a które przewija się przez całą zarówno niemiecką, jak i angielskojęzyczną literaturę dotyczącą działalności WMF i jej filii warszawskiej. „Prüflabor” fabryki WMF, istniejący od 1902 roku w Geislingen i zajmujący się między innymi badaniem i sprawdzaniem znaków firmy WMF i jej zagranicznych filii, pod oznaczeniem firmy Plewkiewicza zamieszcza znak fabryki Braci Buch, z trójkątnym stemplem i widniejącymi po bokach „W.M.F., Warszawa, Galw.”. Stempel ten zaopatrzony jest w górnym rogu w wieloramienną gwiazdkę, która oznaczała według oznakowań WMF produkt przeznaczony na eksport.

Fakt ten stanowi dowód na to, że firma braci Buch należała również do tych odbiorców półproduktów WMF, którzy uszlachetniali wyroby firmy WMF i za jej zgodą sprzedawali jako własne produkty.

Jednak w Geislingen nie znane są przeze mnie demonstrowane stemple firmy Plewkiewicza, co świadczy o tym, że firma ta stosowała niezależne od WMF stemple własne, wybijane na miejscu w Warszawie.

BIBLIOGRAFIA

ARCHIWALIA

Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg, Stuttgart- Hohenheim (WABW)

B 70 Württembergische Metallwarenfabrik Geislingen/Steige (w grupie tych dokumentów znajdują się zarówno katalogi WMF, katalogi Plewkiewicza, jak i dokumenty dotyczące działalności fabryki WMF).

S 1 katalogi firm obcych, należące do firmy Quist (1874-1931), Esslingen

S 2 katalogi firmy WMF, należące do firmy Quist, Esslingen

Archiv der WMF, Geislingen

Geschäftsberichte WMF

F.S.Meyer, Ornamentale Formelemente, Leipzig 1885

Piloty, Kunstgewerbliche Entwürfe, München

Wollanek, Entwürfe und Musterornamente, Stuttgart 1881

E.Thoma, Kunstgewerbliche Entwürfe von Piloty, München

Litographien von Christofle & Cie., Stuttgart 1881

Litographien von Kott in Schwäbisch Gmünd, Stuttgart 1881

Litographien von Odiot in Paris, Stuttgart 1881

Katalog Bruckmann und Söhne in Heilbronn, Stuttgart 1884

Staatsarchiv Ludwigsburg

Esslinger Wochenblatt

Stadtarchiv Heilbronn

Adressbücher

Muzeum Mazowieckie w Płocku

Karty katalogu naukowego muzealiów artystyczno-historycznych Muzeum Ma-

zowieckiego w Płocku

Katalog fabryki Plewkiewicza, 1900/I

Archiwum Miasta Warszawy

Starszy Inspektor Fabryczny Guberni Warszawskiej, 1894-1915, Nr 565/V

Dokument uprawomocniający Plewkiewicza do samodzielnego kierowania fabryką warszawską ze strony G. Siegle

Książka adresowa przemysłu fabrycznego w Królestwie Polskim, 1904-5, wg A. Jeziorańskiego, Warszawa 1905

Przemysł fabryczny w Królestwie Polskim, 1908-1911, wg A. R. Sroki, Warszawa 1911

Rocznik Informacyjny o Spółkach Akcyjnych w Polsce, Warszawa 1929, 1930, 1932

Spis Abonentów Tow. Akc. Telefonów „Cedegren” w Warszawie, 1903, 1905, 1910, 1911, 1912, 1913, 1920

DRUKI ULOTNE

Festschrift aus Anlaß des hunderjährigen Bestehens der Silberwarenfabrik P.Bruckmann & Söhne Heilbronn, Heilbronn 1905.

150 Jahre Bruckmann-Silber 1805-1955, Festschrift, Heilbronn 1955.

Nathusius, D., von, *Deutsche Besteckindustrie. Herausgegeben im Jahre des 100. Geburtstages des Begründers und Firmenträgers Karl August Wellner von der Firma Sächsische Metallwarenfabrik August Wellner & Söhne Aktiengesellschaft Aue i S., Aue i S., 1924.*

Statut spółki akcyjnej pod firmą: *Spółka Akcyjna Fabryki Metalowej „R.Plewkie-wicz” w Warszawie, Warszawa 1928.*

CZASOPISMA

- „Bayrische Gewerbezeitung”, Nürnberg 1889.
- „Illustrierte Gewerbezeitung”, Stuttgart 1880.
- „Józefa Ungra Kalendarz Warszawski”, Warszawa (1886-1910).
- „Dekorative Kunst, Illustrierte Zeitschrift für angewandte Kunst”, München (1898-1905).
- „Deutsche Kunst und Dekoration, Illustrierte Monatshefte zur Förderung deutscher Kunst und Formensprache in neuzeitlicher Auffassung”, Darmstadt (1897-1907).
- „Die Kunst, Monatshefte für freie und angewandte Kunst”, München 1900-1902.
- „Gewerbehalle, Organ für Fortschritt in allen Zweigen der Kunstindustrie”, Stuttgart (1890-1900).
- „InnenDekoration, Illustrierte Zeitschrift für Innendekoration, Ausschmückung und Einrichtung des Wohnraumes” (1893-1908).
- „Kunstgewerbeblatt, Monatsschrift für Geschichte und Literatur der Kleinkunst. Organ für die Bestrebungen der Kunstgewerbe-Verein”, Leipzig (1886-1900).
- „Kunst und Handwerk, Zeitschrift des Bayrischen Kunstgewerbevereins zu München” (1897-1903).
- „Kunst und Gewerbe, Zeitschrift zur Förderung deutscher Kunstindustrie”, Leipzig (1868-1888).
- „Przegląd Rzemieślniczy”, Warszawa (1909-1910).
- „Sztuka brązownicza i złotnicza”, Warszawa (1908-1911).

KATALOGI WYSTAW ŚWIATOWYCH I REGIONALNYCH

- F. Huber, Industrie-Ausstellung in Warschau 1857. *An Königlich-Württembergische Centralstelle*, Stuttgart 1858
- Official Catalogue of the Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations 1851, Londyn 1851
- L. Bucher, Kulturhistorische Skizzen aus der Industrieausstellung aller Völker, Frankfurt 1851
- Amtlicher Bericht über die Industrie-Ausstellung aller Völker zu London im Jahre 1851, von der Berichterstattungs-Kommission der Deutschen Zollvereins-Regierungen, Bd. I-II, Berlin 1853
- Dickensons Comprehensive Pictures of the Great Exhibition of 1851, Londyn 1854
- The great exhibition, A facsimile of the illustrated catalogue of Londons 1851 Crystal Palace Exposition, New Jersey 1970
- Special-Catalog der Gewerblichen Ausstellung des Zollvereins, Berlin 1862
- F. Friedländer, Österreichischer Bericht über die Internationale Ausstellung in London, Wien 1863
- Illustrierter Katalog der Londoner Industrie-Ausstellung von 1862, Bd. I-II, Leipzig 1864
- Amtlicher Bericht über die Industrie- und Kunstausstellung zu London im Jahre 1862, Berlin 1865
- J. Falke, Die Kunstindustrie der Gegenwart, Studien auf Pariser Weltausstellung im Jahre 1867, Leipzig 1867
- W. Lübke, Bericht über die künstlerische Abtheilung der Allgemeinen Ausstellung zu Paris, Stuttgart 1867
- Illustrierter Katalog der Pariser Industrie-Ausstellung von 1867, Leipzig 1867
- Amtlicher Bericht über die Weltausstellung zu Paris im Jahre 1867, K. K. Österreichischer Zentral-Komitee, Wien 1868
- Berichte Hamburger Gewerbetreibender über die Pariser Ausstellung 1867, Hamburg 1868
- Wiener Weltausstellung 1873. Amtlicher Katalog der Ausstellung des Deutschen Reiches, Berlin 1873
- J. Falke, Die Kunstindustrie auf der Wiener Weltausstellung 1873, Wien 1873
- Amtlicher Bericht über die Wiener Weltausstellung im Jahre 1873, erstattet von der Centralcommission des Deutschen Reiches für die Wiener Weltausstellung, T. III, Braunschweig 1875
- Charles Rossignaux, Exposition Universelle de Vienne 1873, Franc Bois Ouvres 8e Groupe, Paris 1874
- Berichte Hamburger Gewerbetreibender über die Wiener Weltausstellung 1873, Hamburg 1875
- Elkington & Co., Vienn Exhibition 1873 (katalog)
- W. Smith, The Masterpieces of the Exhibition of the Centennial International Exhibition, Illustrated Volume II, Industrial Art., Philadelphia 1876, London 1877
- F. Reuleaux, Briefe aus Philadelphia, Braunschweig 1877
- B. Bucher, Die Kunstindustrie auf der deutschen Ausstellung in München 1876, Wien 1876

- F. Pecht, Kunst und Kunstindustrie auf der Pariser Weltausstellung 1878, Stuttgart 1878
- Illustrierter Katalog der Pariser Welt-Ausstellung von 1878, Leipzig 1880
- J. Diefenbach, Die Württembergische Landes-Gewerbe-Ausstellung des Jahres 1881, Stuttgart 1883
- Katalog wystawy przemysłowej w Warszawie. Przedmioty przeznaczone na wystawę moskiewską, Warszawa 1881
- Offizieller illustrierter Katalog der Deutsch-Nationalen Kunstgewerbe-Ausstellung zu München 1888
- E. Hubert (wyd.), Illustriertes Pracht-Album der Weltausstellung 1889, Ausgabe mit deutschen Text, Paris 1890
- Revue del Exposition Universalle de 1889, Paris 1890
- O. A. Droege, Chicago? Warum und wie müssen wir dort ausstellen? Berlin 1891
- J. Lessing, Amtlicher Bericht über die Weltausstellung in Chicago 1893, erstattet vom Reichskommissar, Bd. II, Berlin 1894
- Amtlicher Spezial-Katalog der Österreichischen Abteilung, Wien 1893
- Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896, Prachtalbum photographischer Aufnahmen
- Amtlicher Katalog der Ausstellung des Deutschen Reiches (1900)
- Exposition Internationale Universelle de 1900, Catalog General Officiel
- Encyclopedie du Siecle. L Exposition de Paris (1900), Bd. I-II
- Weltausstellung in St. Louis 1904, Amtlicher Katalog der Ausstellung des Deutschen Reiches, Berlin 1904

WYBRANA LITERATURA

- Batus W., *Zjawisko historyzmu w architekturze wieku XIX. Próba opisu*, w: *Dzieła i interpretacje*, Koło Studentów Historii Sztuki Uniwersytetu Wrocławskiego, t. III, Wrocław 1995, s. 69-80.
- Banach A., *O kiczu*, Kraków 1968.
- Banaś P., *Secesja w zbiorach polskich*, Warszawa 1990.
- Banaś P., *Nadmiar w nadmiarze, czyli o wielkich serwisach i innych szklach użytkowych przełomu XIX i XX wieku*, Kowalski P. (red.), Wrocław 1998, s.190-199.
- Bandmann G., *Die Galeria Vittorio Emanuele II. zu Mailand*, w: „Zeitschrift für Kunstgeschichte”, Bd. 29, 1966, s. 81.
- Bandmann G., *Przemiany w ocenie twórcy w teorii sztuki XIX w.*, w: Białostocki J. (red.), *Pojęcia, problemy, metody współczesnej nauki o sztuce*, Warszawa 1976, s. 46-78.
- Banzemer J., *Obraz przemysłu w kraje naszym, wedle najnowszych źródeł urzędowych*, Warszawa 1886.
- Beck J., *Rzemiosło warszawskie w latach 1832-63*, Warszawa.
- Beltling H., *Das Ende der Kunstgeschichte. Eine Revision nach zehn Jahren*, München 1995.
- Benjamin W., *Dzieło sztuki w dobie reprodukcji technicznej*, w: H. Orłowski (wybór), *Twórca jako wytwórca*, Poznań 1975.
- Benjamin W., *Anioł historii. Eseje, szkice, fragmenty*, Poznań 1996.
- Benker G., *Alte Bestecke. Ein Beitrag zur Geschichte der Tischkultur*, München 1978.

- Benker G., *Bürgerliches Wohnen. Städtische Wohnkultur im Mitteleuropa von der Gotik bis zum Jugendstil*, München 1984.
- Beutler C., *Weltaustellungen im 19. Jahrhundert* (katalog wystawy), München 1973.
- Beylin P., *Autentyczność i kicz*, Warszawa 1975.
- Białostocki J., *Historia sztuki wśród nauk humanistycznych*, Wrocław 1980.
- Białostocki J., *Innowacja i tradycja*, w: *Tradycja i innowacja*. Materiały Sesji Stowarzyszenia Historyków Sztuki, Łódź 1979, Warszawa 1981, s. 9-16.
- Białostocki J., *Sztuka – natura – technika*, w: *Sztuka a technika*, Warszawa 1991, s. 15.
- Bloch E., *Fernwunsch und historisierendes Zimmer*, w: *Packeis und Pressglas...*, s. 80.
- Blum-Spicker B., *Zinn des Jugendstils I. Firma J. P. Kayser & Sohn*, Krefeld. Aus der Sammlung Giorgio Silzer, Kreis Neuss 1986.
- Bobrow R., *Srebra warszawskie XVIII i 1 poł.XIX w. ze zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie*, Warszawa 1991.
- Bobrow R. (red.), *Srebra warszawskie 1851-1939. Srebra ze zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie*, t. I-II, Warszawa 1997.
- Bocheński A., *Wędrowki po dziejach przemysłu polskiego*, t. II, Warszawa 1989.
- Brix M., Steinhäuser M. (red.), *Geschichte allein ist zeitgemäß. Historismus in Deutschland*, Giessen 1978.
- Broch H., *Einige Bemerkungen zum Problem des Kitsches*, w: *Gesammelte Werke, Essays*, t. I, Zürich 1955.
- Bröhan K. H., *Kunst der Jahrhundertwende und der zwanziger Jahre. Sammlung Karl Bröhan*, t. II, Berlin 1977.
- Bruckmann P., *Die Veredelung der gewerblichen Arbeit im Zusammenwirken von Kunst, Industrie und Handwerk, I Versammlung des Deutschen Werkbundes*, 1908, Leipzig 1908, s. 93.
- Brückner W., *Elfenreigen – Hochzeitstraum/Die Öldruckfabrikation 1880-1940*, Köln 1974.
- Buddensieg T. (red.), *Industriekultur, Peter Behrens und die AEG 1907-1914*, Berlin 1979.
- Buddensieg T., Rogge H. (red.), *Die nützlichen Künste. Gestaltende Technik und Bildende Kunst seit der industriellen Revolution. Studien und Materialien zur Ausstellung „Die nützlichen Künste“*, Berlin 1981.
- Cleve J., *Die Massnahmen der Württembergischen Centralstelle für Gewerbe und Handel zur „Geschmackbildung“ im 3 Viertel des 19 Jhs.*, Tübingen, Magisterarbeit, s. 101 (maszynopis).
- Criegen A. von, *Kitsch und Kunst. Materialien zur Theorie und Praxis der ästhetischen Erziehung*, Ravensburg 1977.
- Czarnecki K., *Secesja. Wystawa ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego w Płocku*, Płock-Bydgoszcz 1980.
- Davidis H., *Die Hausfrau. Praktische Anleitung zur selbständigen und sparsamen Führung des Haushalts*, Leipzig 1865.
- Decorum fabrykanta łódzkiego* (katalog wystawy), Łódź 1989, s. 9.
- Denhardt A., *Das Metallwaredesign der Württembergischen Metallwarenfabrik (WMF) zwischen 1900 und 1930, Historismus, Jugendstil, Art deco, Form und*

- Interesse, Bd. 41, Berlin 1993.
- Dexel T., *Die Formen des Gebrauchsgütergeräts*, München 1986.
- Dilly H., *Entstehung und Geschichte des Begriffs „Historismus“*. Funktion und Struktur einer Begriffsgeschichte, w: Brix. M., Steinhauser M. (red.), *Geschichte allein ist zeitgemäß. Historismus in Deutschland*, Lahn-Giessen 1978, s. 11-16.
- Dolczewski Z., „Salonik damski” i „Pokój męski w tyrolskim gotyku”. Wyposażenie domów z poznańskich wytwórni w XIX wieku, w: *Kronika miasta Poznania*, 1994, z. 1-2, s. 157.
- Dry G., *Art Nouveau Domestic Metalwork from Württembergische Metallwarenfabrik* (reprint katalogu WEPCO z 1906 roku), Woodbridge, Suffolk, 1988.
- Dubrowska M., *Artystyczne brązownictwo warszawskie 1900-1939. Prezentacja fabryk, zakładów, pracowni*, w: Bobrow R. (red.), *Rzemiosło artystyczne. Materiały Sesji Oddziału Warszawskiego Stowarzyszenia Historyków Sztuki*, Warszawa 1996.
- Eberhardt F., *Der gute Ton in allen Lebenslagen. Ein Handbuch für den Verkehr in der Familie, in der Gesellschaft und im öffentlichen Leben*, Berlin 1886.
- Eckmann O., *Neue Formen. Dekorative Entwürfe für die Praxis*, Berlin 1897.
- Elias N., *Przemiany obyczajów w cywilizacji Zachodu*, Warszawa 1980.
- Erb G. (red.), *Stilkunde für den Innendekorateur*, Dielsdorf 1979.
- Evers H. G., *Zur Anordnung der Stile*, w: Hager... (red.), *Beiträge zum Problem des Stilpluralismus*, s. 27-28.
- Evers H. G., *Historismus*, w: Grothe L. (red.), *Historismus und bildende Kunst, Studien zur Kunst des 19. Jahrhunderts*, t. 1, München 1965, s. 32.
- Falke J., *Geschichte des modernen Geschmacks*, Leipzig 1866.
- Falke J., *Die Kunst im Hause*, Wien 1871.
- Falke J., *Ästhetik des Kunstgewerbes. Ein Handbuch für Haus, Schule und Werkstätte*, Stuttgart 1883.
- Fillitz H. (red.), *Der Traum vom Glück. Die Kunst des Historismus in Europa* (katalog wystawy), Künstlerhaus Wien 1993.
- Fischer F. W., *Gedanken zur Theoriebildung über Stil und Stilpluralismus*, w: Hager W... (red.), *Beiträge zum Problem des Stilpluralismus*, s. 33-48.
- Fischer J. M., *Imitieren und Sammeln. Bürgerliche Möblierung und Künstlerische Selbstinszenierung*, w: Gumbrecht H.... (red.), „Stil” – *Geschichte und Funktion...*, s. 371-393.
- Forkel M., *Wohnen im Stil des Historismus, Niedersächsisches Freilichtmuseum, Cloppenburg* 1990.
- Forssman E., *Die Kunstgeschichte und die Trivialkunst*, Heidelberg 1975.
- Francastel P., *Sztuka i technika w XIX i XX w.*, Warszawa 1966.
- Frankl P., *Zu Fragen des Stils*, Weinheim 1988.
- Friedell E., *Kunstgeschichte der Neuzeit*, München 1928/31.
- Fuks E., *Illustrierte Sittengeschichte*, t. 3, Berlin.
- Gabler W., *Surrogate. Material und Technikimitation in der Kunst des 19. Jahrhunderts*, w: *Packeis und Pressglas. Von der Kunstgewerbe-Bewegung zum deutschen Werkbund*, Giessen 1987, s. 115-126.
- Gąsiorowska N., *Ministrowie Królestwa Kongresowego jako gospodarze Warszawy*, Warszawa 1919.
- Gerlach M., *Die Pflanzen in Kunst und Gewerbe*, Wien 1888.

- Giedion S., *Die Herrschaft der Mechanisierung*, Frankfurt am Main 1987.
- Giesz G., *Die Phänomenologie des Kitsches*, Heidelberg 1960.
- Glaser H., *Die Kultur der Wilhelminischen Zeit, Topographie einer Epoche*, Frankfurt am Main 1984.
- Gombrich E., *W poszukiwaniu historii kultury*, w: Białostocki J. (red.), *Pojęcia, problemy, metody współczesnej nauki o sztuce*, Warszawa 1976, s. 302-345.
- Gombrich E., *Ornament und Kunst. Schmucktrieb und Ordnungssinn in der Psychologie des dekorativen Schaffens*, Stuttgart 1982.
- Gombrich E., *Die Krise der Kulturgeschichte*, München 1991.
- Gorczyca Ł., *Z dziejów gustu i zamożności. O tkaninie w XIX-wiecznych wnętrzach mieszkalnych*, w: „Ikonotheka”, *Prace Instytutu Historii Sztuki Uniwersytetu Warszawskiego*, t. 8, Warszawa 1994, s. 17-29.
- Götz W., *Historismus. Ein Versuch zur Definition des Begriffes*, w: *Zeitschrift des Deutschen Vereins für Kunstwissenschaft*, Bd. 24 1970, s. 196-212.
- Götz W., *Stileiheit oder Stilreinheit*, w: Gumprecht H.... (red.), *Beiträge zum Problem des Stilprularismus*, s. 49-55.
- Grabska E. (red.), *Moderniści o sztuce*, Warszawa 1971.
- Grabska E., Poprzęcka M. (red.), *Teoretycy i krytycy o sztuce*, Warszawa 1974.
- Gradowski M., *Dawne złotnictwo. Technika i technologia*, Warszawa 1980.
- Grochulska B., Pruss W. (red.), *Z dziejów rzemiosła warszawskiego*, Warszawa 1983.
- Groszkowski T., *Monografia cechu mosiężników i brązowników miasta stołecznego Warszawy 1789-1914*, Warszawa 1922.
- Grote L., *Funktionalismus und Stil*, w: Grote L. (red.), *Historismus und bildende Kunst, Studien zur Kunst des 19. Jahrhunderts*, München 1965, s. 59-70.
- Gumbrecht K., Pfeiffer K. L. (red.), *„Stil” – Geschichte und Funktion eines Kulturwissenschaftlichen Diskurselements*, Frankfurt am Main 1986.
- Haaff R., *Gründerzeit-Möbel*, Augsburg 1995.
- Hager W., Knapp N. (red.), *Beiträge zum Problem des Stilprularismus, Studien zur Kunst des 19. Jahrhunderts*, München 1977, t. 38.
- Haltern U., *Die Londoner Weltausstellung von 1851. Ein Beitrag zur Geschichte der bürgerlich-industriellen Gesellschaft im 19. Jahrhundert*, München 1871.
- Hamann R., Hermand J., *Deutsche Kunst und Kultur von der Gründerzeit bis zum Expressionismus*, t. 1 Gründerzeit, Berlin 1974.
- Hansen H. J., *Das pompöse Zeitalter. Zwischen Biedermeier und Jugendstil. Kunst und Kunsthandwerk in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts* (katalog wystawy), Oldenburg/Hamburg 1970.
- Hauser A., *Filozofia historii sztuki*, Warszawa 1970.
- Hauser A., *Společna historia sztuki i literatury*, Warszawa 1974.
- Hauser A., *Soziologie der Kunst*, München 1988 (3. wyd. uzupełnione).
- Hecht V., *Die Württembergische Metallwarenfabrik Geislingen/Steige 1853-1945. Geschäftspolitik und Unternehmensentwicklung, Beiträge zur südwestdeutschen Wirtschafts- und Sozialgeschichte*, Bd.19, St. Katharinen 1995.
- Heidelloff C., Gorgel C., *Die Ornamentik des Mittelalters. Eine Sammlung auserwählter Verzierungen und Profile byzantinischer und deutscher Architektur*, Nürnberg 1838.
- Heitmann B. (red.), *Koch & Bergfeld. Handwerk und Maschinenkraft. Die Silber-*

- manufaktur in Bremen (katalog wystawy), Hamburg 1999.
- Hellmuth L., *Dekorative Vorbilder für Zeichner, Maler, graphische Künstler, Dekorateurs, Bildhauer, Architekten*, Stuttgart 1890.
- Hempel A., *Der Muster – und Kunstschatz für Kunst und Industrie*, Plauen 1921.
- Henning H., *Die deutschen Beamenschaft im 19. Jh.*, Wiesbaden/Stuttgart 1984.
- Himmelheber K., *Die Kunst des deutschen Möbels. Klassizismus – Historismus – Jugendstil*, München 1973.
- Hirschfeld P., *Württembergs-Großindustrie und Großhandel*, Berlin/Leipzig 1889.
- Hirth G., *Der Formschatz der Renaissance*, Leipzig/München 1877.
- Hirth G., *Das deutsche Zimmer der Renaissance. Anregungen zur häuslichen Kunstpflege*, München 1880.
- Hofmann W. (red.), *Ein Geschmack wird untersucht*, Hamburg 1970.
- Hofmann W., *Kicz i sztuka trywialna jako sztuki użytkowe*, w: Białostocki J. (red.), *Pojęcia, problemy, metody współczesnej nauki o sztuce*, Warszawa 1976, s. 466-484.
- Hofmann W., *Zagadnienia analizy strukturalnej*, w: Białostocki J. (red.), *Pojęcia, problemy, metody współczesnej nauki o sztuce*, Warszawa 1976, s. 505-536.
- Hofmann W., *Anhaltspunkte. Studien zur Kunst und Kunsttheorie*, Frankfurt am Main 1989.
- Holländer H., *Kitsch-Anmerkung zum Begriff und zur Sache*, w: De la Motte-Haber H., *Das Triviale in Literatur, Musik und bildenden Kunst*, Frankfurt am Main 1972.
- Hrankowska T. (red.), *Klasycyzm i klasycyzmy. Materiały Sesji Stowarzyszenia Historyków Sztuki*, Warszawa 1991, Warszawa 1994.
- Huber F., *Die Ausstellungen und unsere Exportindustrie*, Stuttgart 1886.
- Huber J. (red.), *Imitationen. Nachahmung und Modell: Von der Lust am Falschen. Museum für Gestaltung Zürich*, Basel-Frankfurt am Main 1989.
- Hufschmidt A., *„Zwischen Luxus – und Schundwaare“. Überlegungen zur bürgerlichen Wohnung in der zweiten Hälfte des XIX Jhs*, w: *Renaissance der Renaissance. Ein Bürgerlicher Kunststil im 19. Jahrhundert*, Schloß Brake (Lemgo), München, Berlin 1992, t. 5, s. 95.
- Ihnatowicz I., *Obyczaj wielkiej burżuazji warszawskiej w XIX w.*, Warszawa 1971.
- Imbs H. (red.), *Miasto i kultura polska doby przemysłowej*, Wrocław, 1993.
- Ingarden R., *Wartości artystyczne i wartości estetyczne*, w: Białostocki J. (red.), *Pojęcia, problemy, metody współczesnej nauki o sztuce*, Warszawa 1976, s.194-220.
- Janson H., *Oryginalność jako kryterium doskonałości*, w: Białostocki J. (red.), *Pojęcia, problemy, metody współczesnej nauki o sztuce*, Warszawa 1976, s. 215-221.
- Jencks Ch., *Ruch nowoczesny w architekturze*, Warszawa 1987.
- Jedding H. (red.), *Hohe Kunst zwischen Biedermeier und Jugendstil: Historismus in Hamburg und Norddeutschland (katalog wystawy)*, Hamburg 1977.
- Jenzen I., *Geschmackvoll – Bestecke des Jugendstils aus der Sammlung Giorgio Silzer*, Dresden 1995.
- Jeziarański A., Zawadzki S. M., *Dwa wieki przemysłu w Polsce*, Warszawa 1966.
- Jeziarański L., *Księga adresowa przemysłu fabrycznego w Królestwie Polskim, 1905-1906*.
- Juszczak W., *„Wstępny ornament” czyli o napięciach między sztuką a kulturą*,

- w: „Ikonotheka”, Prace Instytutu Historii Sztuki Uniwersytetu Warszawskiego, t. 8, Warszawa 1994, s. 5-16.
- Karwowska E. (red.), *Kryzysy w sztuce. Materiały Sesji Stowarzyszenia Historyków Sztuki – Lublin, 1985*, Warszawa 1988.
- Keller B. K., *Darstellungen sämtlicher Haus – und Luxusartikel im deutschen Style*, Nürnberg 1849.
- Ketterer Kunst*, München, Auktionskatalog, 214, München 1997.
- Ketterer Kunst*, München, Auktionskatalog, 218, München 1997.
- Kieniewicz S., *Kultura Warszawy XIX w.*, w: *Kultura Warszawy*, Warszawa 1979.
- Killy W., *Deutscher Kitsch*, Göttingen 1962.
- Klingenburg K. H. (red.), *Historismus. Aspekte zur Kunst im 19. Jahrhundert*, Leipzig 1985.
- Kłoskowska A., *Kultura masowa*, Warszawa 1980.
- Kmita J. (red.), *Wartość, dzieło, sens. Szkice z filozofii kultury artystycznej*, Warszawa 1975.
- Koch Ch., *Hausfrau und Dienstmädchen in der zweiten Hälfte des 19. Jhs*, w: „Hessisches Blatt für Volks – und Kulturforschung”, Bd. 13, Giessen 1982, s. 160-179.
- Koestler N., *Polska inteligencja a niemieckie Bildungsbürgertum*, w: *Inteligencja polska XIX i XX w.*, Warszawa 1987, s. 269.
- Kokoska B., *Polski przemysł platerowy drugiej poł. XIX w. na tle rozwoju europejskiego platernictwa, czyli kilka uwag o wystawie w Płocku*, w: „Rocznik Muzeum Mazowieckiego w Płocku”, nr 16, Toruń 1998.
- Kokoska B., „Fabryka Wyrobów Posrebrzanych i Pozlaczanych Plewkiewicz & Co. w Warszawie” na bazie opisu niemieckiego przemysłowca H. Debacha z pocz. XX wieku, w: „Rocznik Muzeum Mazowieckiego w Płocku”, nr 16, Toruń 1998.
- Kormanowa Ż., *Walcownia Metali „Warszawa” (d. Norblin), B-cia Buch i T. Werner, Żelazna 51/53*, w: *VI wieków Woli. Artykuły i materiały*, Warszawa 1973.
- Kornacki K., *Secesja ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego w Płocku*, Płock-Bytom 1977.
- Koszutski S., *Rozwój przemysłu wielkiego w Królestwie Polskim*, Warszawa 1901.
- Kowalska-Glikman S., *Drobnomieszczaństwo w dziewiętnastowiecznej Warszawie*, Warszawa 1987.
- Kowecka E., *Poradnictwo mieszkaniowe w XIX w.*, w: *Dom i mieszkanie w Polsce, Studia i Materiały z Historii Kultury Materialnej*, Wrocław, 1975, s. 239.
- Kowecka E., *Mieszkanie warszawskie w XIX w.*, w: *Wybrane problemy kultury materialnej miast polskich w XVIII i XIX w.*, Wrocław 1983.
- Kowecka E., *Sprzedać, kupić. Sklepy warszawskie z artykułami domowymi 1830-1870*, Warszawa 1998.
- Kozina I., *Aspekty stosowania pojęcia „historyzm” w badaniach nad architekturą niemiecką XIX wieku*, w: „Rocznik Historii Sztuki”, t. XXIII, Warszawa, 1998, s. 141-170.
- Krakowski P., *Z zagadnień architektury XIX wieku. Historyzm i eklektyzm*, w: *Sztuka 2 połowy XIX wieku. Materiały Sesji Stowarzyszenia Historyków Sztuki*, Łódź 1971, Warszawa 1973, s. 23-36.
- Krakowski P., *Wątki znaczeniowe w architekturze wieku XIX*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, CCCXXXIX: *Prace z historii sztuki XI*: 1973, s. 63-81.

- Krakowski P., *Teoretyczne podstawy architektury wieku XIX*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, DXXV: *Prace z historii sztuki XV*: 1979, s. 10-23.
- Krakowski P., *Fasada dziewiętnastowieczna. Ze studiów nad architekturą wieku XIX*, w: „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, DCII: *Prace z historii sztuki XVI*: 1981, s. 55-94.
- Kroker E., *Die Weltausstellungen im 19. Jh.*, Göttingen 1975.
- Krutisch P., *Weltausstellungen und Neorenaissance. Foren für die Wiederentdeckung der Renaissance im Kunstgewerbe des 19. Jahrhunderts*, w: *Renaissance der Renaissance, Ein Bürgerlicher Kunststil im 19. Jahrhundert*, Schloß Brake (Lemgo), München, Berlin 1992, Bd. 5, s. 35.
- Krzywicki W., *Dzieje polityki celnej*, Warszawa 1925.
- Kwiatkowski A., *Secesyjne wyroby z cyny ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego w Płocku*, Warszawa 1983.
- Kwiatkowski A., *Cyna ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego w Płocku*, Warszawa 1992.
- Lauder H., Wenzel C. (red.), *Stilstreit und Einheitskunstwerk. Internationales Historismus – Symposium*, Bad Muskau, Dresden 1998.
- Lehnert G. (red.), *Illustrierte Geschichte des Kunstgewerbes*, Bd. 2, Berlin 1905/6.
- Lemper E. H., *Historismus als Großstadtarchitektur. Die städtebauliche Legitimierung eines Zeitalters*, w: Klingenburg K. H. (red.), *Historismus – Aspekte zur Kunst im 19. Jahrhundert*, Leipzig 1985, s. 50-72.
- Lewicka A., *Pojęcie eklektyzmu w piśmiennictwie o sztuce 2 poł. XVIII i XIX w.*, w: Białostocki J. (red.), *Tematy, tradycje i teorie w sztuce doby romantyzmu. Studia z dziejów sztuki i doktryn artystycznych*, Warszawa 1981 s. 69-122.
- Lewicka A., „Styl” w XIX w., czyli o różnych postawach wobec sztuki, w: *Tradycja i innowacja. Materiały Sesji Stowarzyszenia Historyków Sztuki, Łódź 1979*, Warszawa 1981, s.165-170.
- Lichtwark A., *Erziehung des Auges. Ausgewählte Schriften*, Frankfurt am Main 1991.
- Lier van H., *Nowy wiek*, Warszawa 1970.
- Löhr A. (red.), *Bremer Silber. Von den Anfängen bis zum Jugendstil, Handbuch und Katalog zur Sonderausstellung*, Bremen, 1982.
- Luther F., *Neue Richtungen in der Innen-Dekoration*, w: „Innen-Dekoration”, VII (1896), s. 61.
- Lux J., *Der Qualitätsbegriff im Kunstgewerbe*, w: „Deutsche Kunst und Dekoration”, XX 1907.
- Lux J., *Das künstlerische Problem der Industrie*, w: „Innen-Dekoration”, XIX 1908, s. 107.
- Łepkowski T., *Przemysł warszawski u progu epoki kapitalistycznej (1815-1868)*, Warszawa 1960.
- Łopieński Z., *Przemysł brązowniczy w Warszawie*, Warszawa 1926.
- Łopieński Z., *Przemysł brązowy w Warszawie*, Warszawa 1927.
- Łoziński W., *Salon i kobieta. Z estetyki i z dziejów życia towarzyskiego*, Lwów 1921.
- Maase K., *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970*, Frankfurt am Main 1997.
- Mączyński R., *Warszawska fabryka nożownicza Bieńkowskich*, „Kwartalnik Hi-

- storii i Kultury Materialnej", Warszawa, nr 1, s. 89-129.
- Madsen S., *Art Nouveau*, Warszawa 1977.
- Magala S., *G. Simmel* (wybór pism), Warszawa 1980.
- Makus H., *Historismus in der Literatur. Beispiele deutscher Lyrik des 19. Jahrhunderts*, w: *Historismus, Angewandte Kunst im 19. Jh. Staatliche Kunstsammlungen Kassel*, Bd. 1-4, Kassel 1987.
- Makus H., *Jugendstil in Polen*, „Weltkunst“ 1987, nr 57, s. 2037.
- Makus H., *Vielfältige Spekulationen. Polnische Kunst um 1900*, „Antiquitäten Zeitung“ 16/1992.
- Malhotra R., Pilipczuk A., *Die Jugendstilsammlung, Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg*, Bd. II, G-K, Hamburg 1996.
- Materiały do bibliografii historii przemysłu w Polsce*, Wrocław 1967.
- Medici-Mall K., *Im Durcheinandertal der Stile. Architektur und Kunst im Urteil von Peter Meyer (1894-1984)*, Basel – Boston – Berlin, 1998.
- K. Medici-Mall, *Historismus wie er leibt und lebt*, w: *Stilstreit und Einheitskunstwerk. Internationales Historismus-Symposium, Bad Muskau*, Bd.1, Dresden 1997, s. 224-230.
- Meinecke F., *Die Endstehung des Historismus*, München 1936.
- Meyer P., *Historia sztuki europejskiej*, t. 2, Warszawa 1973.
- Milde K., *Neorenaissance in der deutschen Architektur des 19. Jahrhunderts. Grundlagen, Wesen und Gültigkeit*, Dresden 1981.
- Minczewska-Gospodarek K., *Sztuka a produkcja przemysłowa*, Łódź 1990.
- Minkus F., *Kunstgewerbliche Bazar-Ware*, w: „Innen-Dekoration“, IV (1893), s. 101.
- Mislin M., *Der Zinnkuß – zwischen Kunstgewerbe und Industrie*, w: *Packeis und Pressglas. Von der Kunstgewerbe-Bewegung zum deutschen Werkbund*, Gies-sen 1987, s. 127-131.
- Moles A., *Kicz czyli sztuka szczęścia*, Warszawa 1978.
- Morawski S., *Na zakręcie od sztuki do pop-sztuki*, Kraków 1985.
- Morris W., *Kunde von Nirgenwo*, w: *Die neue Zeit*, Reutigen 1980, s. 126.
- Moser F., *Ornamentale Pflanzenstudien auf dem Gebiet der heimischen Flora*, Berlin 1888.
- Motte-Haber de la H. (red.), *Das Tryviale in Literatur, Musik und bildenden Kunst*, Frankfurt am Main 1972.
- Möbius F., *Stil als Kategorie der Kunsthistoriographie*, w: Möbius F. (red.), *Stil und Gesellschaft, Ein Problemaufriß*, Dresden 1984, s. 8-50.
- Müller B., *Neuschöpfung oder Plagiat? Zum Rezeptionsverständnis der Eisen-kunstgußindustrie in der Zeit der Neorenaissance*, w: *Renaissance der Renaissance, Ein Bürgerlicher Kunststil im 19. Jahrhundert, Schloß Brake* (Lemgo), München – Berlin 1992, Bd. 5, s. 87.
- Müller H., *Neostile, Kunst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts*, Leipzig 1979.
- Mundt B., *Historismus. Kunsthandwerk und Industrie im Zeitalter der Weltaus-stellung*, Kat. 7 des Kunstgewerbemuseums Berlin, Berlin 1973.
- Mundt B., *Industrie und Museum* (maszynopis), symposium w maju 1973 r. pod tytułem *Museum und Industrie-Design*.
- Mundt B., *Die deutschen Kunstmuseen im 19. Jahrhundert*, München 1974.

- Mundt B., *Historismus, Kunstgewerbe zwischen Biedermeier und Jugendstil*, München 1981.
- Mundt B., *Nostalgie, warum? Kunsthandwerkliche Techniken im Stilwandel vom Historismus zur Moderne*. Kunstgewerbemuseum Staatliche Museen, Preußische Kulturbesitz, Berlin 1982.
- Mundt B., *Der Werkstättegedanke um 1900*, „Kunstchronik“, t. XXXIX, März 1986, s. 95.
- Mundt B., *Europäische Kunstgeschichte des Historismus im 19. Jahrhundert*, w: Fillitz H., *Der Traum vom Glück...*, s. 187-203.
- Nowak L., *Katalog firm i artystów okresu secesji*, Wrocław 1975 (maszynopis powielany).
- Orivit Zinn des Jugendstils aus Köln*, Köln 1992.
- Ortega y Gasset, *Dehumanizacja sztuki i inne eseje*, Warszawa 1980.
- Ortega y Gasset, *Bunt mas i inne pisma socjologiczne*, Warszawa 1982.
- Oseka A., *Spojrzenie na sztukę*, Warszawa 1964.
- Oseka A., Piotrowska A., *Styl „expo”*, Warszawa 1970.
- Ossowska M., *Moralność mieszczańska*, Wrocław 1985.
- Ostrowska-Kęłbowska Z., *Historyzm w architekturze XIX wieku. Próby wyjaśnienia*, w: *Interpretacja dzieła sztuki*, Warszawa – Poznań 1976, s. 77-108.
- Pallai S., *Metaloplastyka użytkowa*, Warszawa 1990.
- Pape J., *Musterzimmer. Vollständige Decorationen für bürgerliche und herrschaftliche Wohnungen in Form und Farbe*, Dresden 1890.
- Paprocka J., *Srebro i platery firmy Józef Fraget*, Warszawa 1992.
- Pazura S., *De Gustibus. Rozważania nad dziejami pojęcia smaku*, Warszawa 1981.
- Pazaurek G. E., *Geschmacksverirrungen im Kunstgewerbe. Führer durch die neue Abteilung im königlichen Kunstgewerbemuseum Stuttgart*, Stuttgart 1909.
- Pazaurek G. E., *Guter und schlechter Geschmack im Kunstgewerbe*, Berlin 1912.
- Pevsner N., *Möglichkeiten und Aspekte des Historismus. Versuch einer Frühgeschichte und Typologie des Historismus*, w: Grote L. (red.), *Historismus und bildende Kunst*, München 1965, s. 13-42.
- Pevsner N., *Historia architektury europejskiej*, Warszawa 1976.
- Pevsner N., *Pionierzy współczesności. Od Williama Morrisa do Waltera Gropiusa*, Warszawa 1978.
- Pevsner N., *Die Geschichte der Kunstakademien*, München 1986.
- Pilecka-Lasik I., *Znane i zapomniane*, w: *Kronika miasta Poznania*, Poznań 1994, s. 245.
- Pochat G., *Der Epochenbegriff und die Kunstgeschichte*, w: Dittmann L. (red.), *Kategorien und Methoden der deutschen Kunstgeschichte 1900-1930*, Stuttgart 1985, s. 129-168.
- Poprzęcka M. (red.), *Sztuka i wartość. Materiały XI Seminarium Metodologicznego Stowarzyszenia Historyków Sztuki*, Nieborów 1986, Łódź 1986.
- Poprzęcka M., *O złej sztuce*, Warszawa 1998.
- Porębski M., *Styl XIX wieku*, w: *Sztuka 2 połowy XIX wieku*, Warszawa 1973.
- Porębski M., *Classique/romantique/moderne*, w: „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, DCII: *Prace z historii sztuki XVI*, 1981, s. 5-21.
- Postuła Z., *Typy zakładów i przedsiębiorstw przemysłowych w przemyśle meta-*

- lowym Warszawskiego Okręgu Przemysłowego (1870-1913), w: Pietrzak-Pawłowska I., *Zakłady przemysłowe w Polsce. Studia i materiały*, Wrocław 1967.
- Postuła Z., *Początki kapitalizmu monopolistycznego w przemyśle hutniczo-metalowym Królestwa Polskiego (1882-1900)*, Warszawa 1968.
- Potęga przemysłu, rolnictwa i handlu w Królestwie Polskim. Wydanie jubileuszowe dla upamiętnienia setnej rocznicy urodzin L. Kronenberga*, Warszawa 1929.
- Przewodnik po warszawskich zakładach przemysłowych 1800-1960 (zeszyt próbny)*, m.in. *150 lat Walcowni Metali „Warszawa” (d. Norblin)*, Warszawa 1970.
- Pruss W., *Rozwój przemysłu warszawskiego w latach 1864-1914*, Warszawa 1977.
- Read H., *Sztuka a przemysł*, Warszawa 1964.
- Riegl A., *Spätromische Kunstindustrie*, Wien, 1927.
- Ringmann A., *Polsko-niemieckie stosunki gospodarcze na tle wojny celnej*, Warszawa 1929.
- Rosenkranz K., *Ästhetik des Häßlichen*, 1853, 2. wyd., Leipzig 1996.
- Ryszkiewicz A., *Kolekcjonerzy i miłośnicy*, Warszawa 1981.
- Quittenbaum, katalogi aukcyjne z roku 1998, 1999.
- Sänger R., *Bestecke des Jugendstils, Schriften des Deutschen Klingenmuseums Solingen*, Nr 3, Solingen 1979.
- Sänger R., *Silberwaren – Zur Geschichte ihrer Herstellung im 19. Jahrhundert*, w: A. Löhr, *Bremer Silber*, Bremen 1981.
- Sänger R., *Das deutsche Silber-Besteck. Biedermeier-Historismus-Jugendstil (1805-1918), Firmen, Techniken, Designer und Dekore*, Stuttgart 1991.
- Scheffler K., *Sittliche Diktatur. Ein Aufruf an alle Deutschen*, Stuttgart – Berlin 1902.
- Scheffler K., *Unterricht in Kunstgewerbe (1909)*, w: *Pressglas...*, s. 280.
- Schinkel K. F., Beuth P. C., *Vorbilder für Fabrikanten und Handwerker*, Berlin 1863.
- Schmid E., *Die gewerbliche Entwicklung in der Stadt Heilbronn seit Beginn der Industrialisierung*, Heilbronn 1993.
- Schmoll gen. Eisenwerth J. A., *Stilprularismus statt Einheitszwang. Zur Kritik der Stilepochen – Kunstgeschichte*, w: Gosebruch M., Dittmann L., „Argo”. *Festschrift für Kurt Badt zu seinem 80. Geburtstag*, Köln 1970, s. 81-85.
- Schmolz H., *Die wirtschaftliche Entwicklung Geislingens*, w: *Geschichtliche Mitteilungen von Geislingen und Umgebung*, Altertumsverein Geislingen, t. 16, Geislingen 1958, s. 202.
- Sedlmayr H., *Verlust der Mitte. Die bildende Kunst des 19. und 20. Jahrhunderts als Symptom und Symbol der Zeit*, Frankfurt am Main – Berlin – Wien 1973.
- Selle G., *Jugendstil und Kunstindustrie. Zur Ökonomie und Ästhetik des Kunstgewerbes um 1900*, Ravensburg 1974.
- Selle G., *Geschichte des Design in Deutschland*, Frankfurt – New York 1997.
- Semper G., *Wissenschaft, Industrie und Kunst. Vorschläge zur Anregung nationalen Kunstgefühles*, Braunschweig 1851.
- Semper G., *Kleine Schriften*, Mittenwald 1979.
- Siepmann E. (red.), *Alchemie des Alltags. Das Werkbund-Archiv. Museum der Alltagskultur des 20. Jahrhunderts*, Giessen 1987.
- Skuratowicz J., „Wersale północy”, czyli o rezydencjach europejskich 2 poł. XIX w., w: *Tradycja i innowacja. Materiały Sesji Stowarzyszenia Historyków Sztu-*

- kiłódź 1979, Warszawa 1981, s. 241-260.
- Sombart C. W., *Zukunft des Kleingewerbes*, Magdeburg 1898.
- Sójkowska D., *Secesja. Rzemiosło artystyczne. Katalog zbiorów Muzeum Okręgowego w Bydgoszczy*, Bydgoszcz 1996.
- Spielmann H. (red.), *Die Jugendstilsammlung, Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg*, Bd. I A-F, Hamburg 1979.
- Sroka R., *Przemysł i handel Królestwa Polskiego*, Warszawa 1914.
- Stachówna G. (red.), *Niedyskretny urok kiczu. Problemy filmowej kultury popularnej*, Kraków 1997.
- Stürmer M., *Höfische Kunst in Alteuropa: ihr Erbe an die Industriegewirtschaft*, w: T. Buddensieg, H. Rogge (red.), *Die nützlichen Künste*, Berlin 1981.
- Strinati D., *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1998.
- Szafrąńska M., *Rośliny egzotyczne we wnętrzach – lata osiemdziesiąte wieku XIX*, w: Grabska E., Jaroszewski T. (red.), *Dzieła czy kicze*, Warszawa 1981.
- Szczyпка-Gwiazda B., *Kierunki artystyczne w wyrobach huty szkła w Zawierciu*, w: E. Chojcka, *O sztuce Górnego Śląska i Zagłębia Dąbrowskiego XV-XX wieku*, Katowice 1989, s. 80-83.
- Szelańska G., *Muzeum – mieszkanie kupca z końca XIX wieku w Kopenhadze*, „Kwartalnik Historii Kultury Materialnej”, Warszawa 1997, nr 1, s. 126-138.
- Tatarkiewicz W., *Dzieje sześciu pojęć*, Warszawa 1975.
- Tatarkiewicz W., *Historia estetyki*, t. 3, *Estetyka nowożytna*, Wrocław – Warszawa – Kraków 1967.
- Telesko W., *Triumph – und Festzug im Historismus*, w: Fillitz H., *Der Traum vom Glück...*, s. 291-296.
- Thiekötter A., *7 Jahre Deutscher Werkbund: Von der Gründung zum Krach, w: Packeis und Pressglas. Von der Kunstgewerbe-Bewegung zum deutschen Werkbund*, Giessen 1987, s. 345-360.
- Thiekötter A., *Die Vorbereitung der Stilwende um 1900, w: Packeis und Pressglas. Von der Kunstgewerbe-Bewegung zum deutschen Werkbund*, Giessen 1987, s. 238-272.
- Ulmer R., *Museum Künstlerkolonie Darmstadt (katalog)*, Darmstadt 1990.
- Vischner A., *Die industrielle Entwicklung im Königreich Württemberg und das Wirken seiner Zentralstelle für Gewerbe und Handel in ihren ersten 25 Jahren*, Stuttgart 1875.
- Wagner Ch., *Der festlich gedeckte Tisch oder die Kunst die Servietten in geschmackvolle Formen zu legen*, Berlin 1887.
- Wagner E., *Zinn des Jugendstils aus der Sammlung Giorgio Silzer (katalog wystawy)*, Köln 1978.
- Wallis M., *Secesja*, Warszawa 1967.
- Weber M., *Artystyczne wyroby z metali firm warszawskich od XVIII w. do XIX w. ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego w Płocku*, Płock 1981.
- Willrich E., *In Partibus Infidelium: Zur den Arbeiten Albin Müllers*, w: „Deutsche Kunst”, XII, 1905.
- Wisner H., *Warszawskie platery*, Warszawa 1966.
- Wojciechowski A., *O sztuce użytkowej i użytecznej*, Warszawa 1955.
- Wojciechowski A. (red.), *Polskie życie artystyczne w latach 1890-1914*, Wrocław 1967.

- Wölfflin H., *Podstawowe pojęcia historii sztuki*, Wrocław 1962.
- Wróblewski A., *Warszawska fabryka platerów Frageta*, w: *VI wieków Woli*, Warszawa 1973.
- Zbiór platerów warszawskich imienia A. i T. Wysiadeckich w Muzeum Woli w Warszawie*, Warszawa 1998.
- Zeitler R., *Die Kunst des 19. Jahrhunderts, Propyläen Kunstgeschichte*, Bd. 11, Berlin 1966, s. 15-128.
- Zischka A., *Die anständige Lust. Von Esskultur und Tafelsitten*, München 1993.
- Zischka A., *Kauf Blumen. Herstellung und Verwendung von Kunstblumen*, Berlin 1979.
- Zgórniak M., *O historyzmie w malarstwie XIX wieku*, w: „Ikonotheka”, *Prace Instytutu Historii Sztuki Uniwersytetu Warszawskiego*, t. 11 Warszawa 1996.

PRZYPISY

- ¹ P. Beylin, *Autentyczność i kicze*, Warszawa 1975, s. 208.
- ² A. Riegl, *Spätromische Kunstindustrie*, Wien 1927, s. 7.
- ³ W. Hofmann, *Zagadnienia analizy strukturalnej*, w: J. Białostocki (red.), *Pojęcia, problemy, metody współczesnej nauki o sztuce*, Warszawa 1972, s. 516.
- ⁴ W. Hofmann, *Anhaltspunkte. Studien zur Kunst und Kunsttheorie*, Frankfurt am Main 1989, s. 303.
- ⁵ M. Poprzęcka, *O złej sztuce*, Warszawa 1998, s. 34.
- ⁶ G. Paulsson, cyt. za: J. Białostocki, *Historia sztuki wśród nauk humanistycznych*, Wrocław 1980, s. 123.
- ⁷ J. Białostocki, *ibidem*, s. 123.
- ⁸ N. Pevsner, *Pionierzy współczesności. Od Williama Morrisa do Waltera Gropiusa*, Warszawa 1978, s. 32-33.
- ⁹ A. Osęka, *Spojrzenie na sztukę*, Warszawa 1964, s. 12.
- ¹⁰ *Ibidem*, s. 174.
- ¹¹ *Ibidem*, s. 203.
- ¹² W. Juszczyk, „Wstępny ornament” czyli o napięciach między sztuką a kulturą, w: „Ikonotheka”. *Prace Instytutu Historii Sztuki Uniwersytetu Warszawskiego*, t. 8 Warszawa 1994, s. 5.
- ¹³ N. Pevsner, „Deutsche Bauzeitung” 10/1961, cyt. za: H. G. Evers, *Historismus*, w: L. Grote (red.), *Historismus und bildende Kunst*, München 1965, s. 27.
- ¹⁴ N. Pevsner, *Möglichkeiten und Aspekte des Historismus. Versuch einer Frühgeschichte und Typologie des Historismus*, w: L. Grote, *ibidem*, s. 13.
- ¹⁵ W katalogu monachijskiej wystawy z roku 1971 (*Die verborgene Vernunft. Funktion und Gestaltung im 19. Jh.*) próby współczesnej „rehabilitacji” historyzmu interpretowane były jako symptomy słabości własnej epoki: *słabość epoki (historyzmu) zamienić na jakość nie jest rehabilitacją, wydaje się bardziej synonimem słabości własnego czasu. Bliskość formalistycznej samowoli naszych czasów do eklektycznej samowoli historyzmu jest oczywistością.*
- ¹⁶ Z. Ostrowska-Kęłbowska, *Historyzm w architekturze XIX wieku. Próby wyjaśnienia*, w: Z. Ostrowska-Kęłbowska (red.), *Interpretacja dzieła sztuki*, Warszawa-Poznań 1976, s. 83.
- ¹⁷ por. K. Medici-Mall, *Historismus wie er leibt und lebt*, w: *Stilstreit und Einheitskunstwerk. Internationales Historismus-Symposium*, Bad Muskau, Bd.1, Dresden 1997, s. 224-230.
- ¹⁸ *Ibidem*, s. 227.
- ¹⁹ I. Kozina, *Aspekty stosowania pojęcia „historyzm” w badaniach nad architekturą niemiecką XIX wieku*, „Rocznik Historii Sztuki”, t. XXIII, s. 141, 159. Autorka dokładnie analizuje

zachodzące przemiany w badaniu historyzmu.

²⁰ W. Bafus, *Zjawisko historyzmu w architekturze wieku XIX*, w: *Dzieła i interpretacje*, Wrocław 1995, s. 70.

²¹ W. Götz, *Historismus, Ein Versuch zur Definition des Begriffes*, „Zeitschriften des deutschen Vereins für Kunstwissenschaft”, Bd. XXIV, 1970, s. 203.

²² Ibidem, s. 211.

²³ G. Bandmann, *Die Galleria Vittorio Emanuele II zu Mailand*, „Zeitschrift für Kunstgeschichte”, Bd. XXIX, 1966, s. 101.

²⁴ H. Fillitz, *Der Traum vom Glück, Das Phänomen des europäischen Historismus* (katalog wystawy), Wien 1993, s. 15.

²⁵ B. Mundt, *Historismus, Kunsthandwerk und Industrie im Zeitalter der Weltausstellungen*, Kat. 7 des Kunstgewerbemuseums Berlin, Berlin 1973, s. 1.

²⁶ Wystawy: *Das pompöse Zeitalter. Zwischen Biedermeier und Jugendstil. Kunst und Kunsthandwerk in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts*, Oldenburg/Hamburg 1970; *Historismus, Kunsthandwerk und Industrie im Zeitalter der Weltausstellungen*, Kat. 7 des Kunstgewerbemuseums Berlin, Berlin 1973; *Aspekte der Gründerzeit*, Akademie der Künste Berlin 1974; *Hohe Kunst zwischen Biedermeier und Jugendstil. Historismus in Hamburg und Norddeutschland*, Hamburg 1977; *Historismus, Angewandte Kunst im 19. Jh.*, Kassel 1987; *Wohnen im Stil des Historismus*, Museumsdorf Cloppenburg 1989; *Renaissance der Renaissance*, Weserrenaissancemuseum, Schloß Brake in Lemgo 1992; *Der Traum vom Glück. Die Kunst des Historismus in Europa*, Wien 1996.

²⁷ K. Himmelheber, *Die Kunst des deutschen Möbels*, Bd. III: *Klassizismus/Historismus/Jugendstil*, München 1983, s. 4.

²⁸ P. Krakowski, *Fasada dziewiętnastowieczna. Ze studiów nad architekturą wieku XIX*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, DCII: *Prace z historii sztuki*, XVI, Kraków 1981, s. 55.

²⁹ G. Semper, cyt. za: K. Milde, *Neorenaissance in der deutschen Architektur des 19. Jahrhunderts*, Grundlagen, Wesen und Gültigkeit, Dresden 1981, s. 177.

³⁰ Z. Ostrowska-Kęłbowska, op. cit., s. 103.

³¹ E. H. Lemper, *Historismus als Großstadtarchitektur. Die städtebauliche Legitimierung eines Zeitalters*, w: *Historismus – Aspekte zur Kunst im 19. Jahrhundert*, Leipzig 1985, s. 52-55.

³² W. Hofmann, *Kicz i sztuka trywialna jako sztuki użytkowe*, w: J. Białostocki (red.), *Pojęcia, problemy, metody współczesnej nauki o sztuce*, Warszawa 1976, s. 471.

³³ G. Lehnert (red.), *Illustrierte Geschichte des Kunstgewerbes*, Bd. 2, Berlin 1905/6, s. 577.

³⁴ R. Zeitler, *Die Kunst des 19. Jahrhunderts, Propyläen Kunstgeschichte*, Bd. 11, Berlin 1966, s. 21.

³⁵ J. Białostocki, *Innowacja i tradycja*, w: *Tradycja i innowacja. Materiały Sesji Stowarzyszenia Historyków Sztuki*, Łódź 1979, Warszawa 1981, s. 9.

³⁶ Por. H. Janson, *Oryginalność jako kryterium doskonałości*, w: J. Białostocki, *Pojęcia, problemy...*, s. 215.

³⁷ J. Białostocki, op. cit., s. 14.

³⁸ Por. R. Ingarden, *Wartości artystyczne i wartości estetyczne*, w: J. Białostocki, *Pojęcia, problemy...*, s. 198.

³⁹ M. Porębski, *Classique/romantique/moderne*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, DCII: *Prace z historii sztuki*, XVI, Kraków 1981, s. 22.

⁴⁰ A. Moles, *Sztuka szczęścia*, Warszawa 1978, s. 32.

⁴¹ W. Hofmann, op. cit., s. 467.

⁴² Ważniejsze niemieckojęzyczne publikacje na ten temat to: H. Broch, *Einige Bemerkungen zum Problem des Kitsches*, w: *Gesammelte Werke, Essays I*, Zürich 1955; L. Giesz, *Phänomenologie des Kitsches*, Heidelberg 1960; W. Killy, *Deutscher Kitsch*, Göttingen 1962; J. Zöllner, *Ich liebe den Kitsch*, München 1969.

⁴³ H. De la Motte-Haber (red.), *Das Triviale in Literatur, Musik und bildenden Kunst*, Frankfurt am Main 1972; E. Forssman, *Die Kunstgeschichte und die Trivialkunst*, Heidelberg 1975.

⁴⁴ A. Banach, *O kiczu*, Kraków 1968, s. 15.

⁴⁵ P. Beylin, op. cit., s. 225.

⁴⁶ E. Forssman, *Die Kunstgeschichte und die Trivialkunst*, Heidelberg 1975, s. 8.

⁴⁷ G. Semper, cyt. za: W. Brückner, *Elfenreigen – Hochzeitstraum*, Köln 1974, s. 25.

⁴⁸ W. Hofmann, op. cit., s. 483.

⁴⁹ Ibidem, s. 480.

⁵⁰ W. Hofmann, *Anhaltspunkte...*, s. 295.

⁵¹ P. Beylin, op. cit., s. 190.

⁵² A. Moles, op. cit., s. 89.

⁵³ P. Beylin, op. cit., s. 196.

⁵⁴ Z powodu wymiany w większości państw europejskich waluty srebrnej na złotą spadła między 1870 a 1905 rokiem o 50% cena na srebro w porównaniu z początkiem XIX wieku; por. R. Sängler, *Das deutsche Silber-Besteck, Biedermeier-Historismus-Jugendstil*, Stuttgart 1991, s. 11.

⁵⁵ G. Lehnert, op. cit., s. 440.

⁵⁶ Ibidem, s. 468.

⁵⁷ „Tygodnik Ilustrowany”, Warszawa 1896, 1909, 1913.

⁵⁸ „Sztuka brązownicza i złotnicza”, Warszawa 1908, 1909.

⁵⁹ Starszy Inspektor Fabryczny Guberni Warszawskiej, 1894-1915, Warszawa 1915.

⁶⁰ Księga adresowa przemysłu fabrycznego w Królestwie Polskim, 1904-5, wg A. Jeziorańskiego, Warszawa 1905.

⁶¹ Przemysł fabryczny w Królestwie Polskim, 1908-1911, wg A. R. Sroki, Warszawa 1911.

⁶² *Potęga przemysłu, rolnictwa i handlu w Królestwie Polskim*, wydanie jubileuszowe dla upamiętnienia setnej rocznicy urodzin L. Kronenberga, Warszawa 1913.

⁶³ Rocznik informacyjny o spółkach akcyjnych w Polsce, Warszawa 1929, s. 30, 32, 34.

⁶⁴ Spis Abonentów Tow. Akc. Telefonów „Cedegren” w Warszawie, 1903 (s. 15), 1912 (s. 289).

⁶⁵ Z. Postuła, *Początki kapitału monopolistycznego w przemyśle hutniczo-metalowym Królestwa Polskiego (1882-1900)*, Warszawa 1968, s. 250.

⁶⁶ A. Ryszkiewicz, *Kolekcjonerzy i miłośnicy*, Warszawa 1981, s. 260 (przedruk artykułu *Wyznania kolekcjonera*, zamieszczonego w „Sztuce” 1976, nr 3).

⁶⁷ W. Pruss, *Rozwój przemysłu warszawskiego w latach 1864-1914*, Warszawa 1977.

⁶⁸ M. Weber, *Artystyczne wyroby z metali firm warszawskich od XVIII do XX wieku ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego w Płocku*, Płock 1981, s. 7.

⁶⁹ Ibidem, s. 62

⁷⁰ A. Kwiatkowski, *Secesyjne wyroby z cyny ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego w Płocku*, Warszawa 1983.

⁷¹ H. Makus, *Jugendstil in Polen*, „Weltkunst”, 1987/57, s. 2037.

⁷² P. Banaś, *Secesja w zbiorach polskich*, Warszawa 1990, s. 23

⁷³ H. Makus, *Vielfältige Spekulationen, Polnische Kunst um 1900*, „Antiquitäten Zeitung” 1992/16.

⁷⁴ A. Kwiatkowski, *Cyna ze zbiorów Muzeum Mazowieckiego w Płocku*, Warszawa 1992, s. 172.

⁷⁵ V. Hecht, *Die Württembergische Metallwarenfabrik Geislingen/Steige 1853-1945*, St. Katharinen 1995, s. 90-99.

⁷⁶ Z. Samusik-Zaremba (red.), *Warszawskie srebra i platery w zbiorach Muzeum Mazowieckiego w Płocku*, Płock 1996, s. 15.

⁷⁷ Ibidem, s. 129.

⁷⁸ R. Bobrow, *Srebra warszawskie 1851-1939*, Warszawa 1997, s. 15.

⁷⁹ V. Hecht, op. cit., s. 7.

⁸⁰ F. Friedländer, *Österreichischer Bericht über die Internationale Ausstellung in London 1862*, Wien 1863.

⁸¹ Rodzina Plewkiewiczów pochodziła z Poznania, gdzie m.in. brat Romana Plewkiewicza – W. Plewkiewicz – prowadził zakład trawienniczy w latach 80. XIX w., por. WABW B 70 (607), poufna informacja dla WMF z 18. 7. 1887 r.

⁸² Firma braci Weingarnd, byłych pracowników fabryki Bruckmann & Söhne, założona została w 1865 r. i produkowała wyroby w swoim asortymencie zbliżone do wyrobów bruckmannowskich, por. E. Schmid, *Die gewerbliche Entwicklung in der Stadt Heilbronn seit Beginn der Industrialisierung*, Heilbronn 1939, Księgi adresowe, Stadtarchiv Heilbronn.

⁸³ Często spotykany w archiwach WMF termin „Polacy” odnosi się do grupy Polaków, przybyłych do Wirtembergii w 2. poł. XIX w. z zaboru pruskiego.

⁸⁴ Notatka biograficzna o Romanie Plewkiewicz w archiwum dyrekcji WMF w Geislingen.

⁸⁵ Na pocz. XIX w. Brugatelli pokrywa małe powierzchnie srebrem i złotem za pomocą elektrolizy. W 1838 r. w „The Athenaeum” M. H. Jacobi publikuje swoje nowe odkrycie: za pomocą elektrolizy udało mu się otrzymać kopie obiektów metalowych. Już rok później metoda ta zostanie opatentowana przez firmę G. R. Elkington, por. A. Denhardt, *Das Metallwarendesign der Metallwarenfabrik (WMF) zwischen 1900 und 1930, Historismus, Jugendstil, Art deco, Forum und Interesse*, Bd. 41, Berlin 1993, s. 17.

⁸⁶ WABW (Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg) B 70 (129), Hägele-Expose – Die Organisation, 28. 5. 1891.

⁸⁷ WABW B 70, Aus der Geschichte der WMF, Geislingen, s. 17.

⁸⁸ Późniejszy współzałożyciel i współwłaściciel warszawskiej fabryki R. Plewkiewicz & Co., por. WABW B 70, Aus der Geschichte der WMF, Geislingen, s. 14.

⁸⁹ J. Diefenbach, *Die Württembergische Landes-Gewerbe-Ausstellung des Jahres 1881 in Stuttgart*, Stuttgart 1883, s. 152.

⁹⁰ Hägele wchodzi w 1898 r. do zarządu WMF, od 1900 r. staje się udziałowcem Tow. Akc. R. Plewkiewicz & Co. w Warszawie.

⁹¹ WABW B 70 (601), Vertrag zwischen WMF und R. Plewkiewicz aus Posen, 1. 1. 1882.

⁹² WABW B 70 (600-607), Korespondencja Plewkiewicza z Sieblem.

⁹³ V. Hecht, op. cit., s. 53.

⁹⁴ Przejęcie przez WMF: 1889 firmy A. Katsch w Berlinie,

1897 firmy Schauffler & Safft w Göppingen,

1905 firmy Orivit w Kolonii,

1906 firmy Orion w Norymberdze.

⁹⁵ WABW B 70 (227), Jahresbericht 1885, ok. 110 000 marek przeznaczono na maszyny, 101 800 marek na modele.

⁹⁶ Orivit, *Zinn des Jugendstils, Die Bestände der Sammlung G. Funke-Kaiser*, katalog wystawy, Köln 1992, s. 18.

⁹⁷ V. Hecht, op. cit., s. 165.

⁹⁸ Ponad 200 pozycji zawiera zbiór wzorników obcych firm, znajdujący się w posiadaniu firmy Quist, por. WABW S 2, *Musterkataloge F. W. Quist* (Esslingen).

⁹⁹ G. Dry, *Art Nouveau domestic metalwork from Württembergische Metallwarenfabrik*, Suffolk 1990, s. XXXI.

¹⁰⁰ WABW B 70 (34), *Aufsichtsratskorrespondenz* 20. 2. 1909.

¹⁰¹ WABW B 70 (582), *Reiseberatungen*.

¹⁰² WABW B 70 (323), *Reiseberatungen*.

¹⁰³ A. Jaskulski obejmuje kierownictwo początkowo berlińskiej, później warszawskiej ekspozytury WMF, A. Malinowski kieruje ekspozyturą we Wrocławiu, R. Nawrocki najpierw zarządza w ekspozyturze w Hamburgu, a następnie zostaje wraz z Urbańskim w 1900 r. dyrektorem fabryki w Warszawie, L. Grabowski obejmuje po Jaskulskim kierownictwo ekspozytury w Berlinie, H. Miśkiewicz kieruje ekspozyturą w Dreźnie, a R. Miśkiewicz w Akwizgranie, Richter zostaje prokurytą w Geislingen, por. WABW B 70 (319), *Reiseberatungen*, 1898/1902.

¹⁰⁴ WABW B 70 (646), *Bericht über die Vertretung für Österreich-Ungarn und die Fabrikfiliale in Wien*, 20. 7. 1880.

¹⁰⁵ W 1884 r. przekształcono na zlecenie zarządu WMF firmę A. Köhler & Co. w towarzystwo komandytowe i w ten sposób połączono bezpośrednio z WMF. Pomimo zmian i ulepszeń, firma wciąż nie była w stanie w zadowalający zarząd WMF sposób posrebrzać i sprzedawać swoich produktów. Rezultatem tego było powstanie w 1884 r. samodzielnego przedstawicielstwa WMF we Wiedniu, na którego czele staje R. Plewkiewicz. Celem była bezpośrednia sprzedaż produktów WMF na terenie monarchii austro-węgierskiej, co oczywiście zagroziło interesom firmy A. Köhler & Co., por. V. Hecht, op. cit., s. 87.

¹⁰⁶ *Ibidem*, s. 80-81.

¹⁰⁷ Srebrzenie w wannie galwanicznej tuzina łyżek trwało ok. 4 godzin, por. WABW B 70 (977), *Geheimbuch A. Köhler & Co.*, s. 186.

¹⁰⁸ A. Bocheński, *Wędrowki po dziejach przemysłu polskiego*, Warszawa 1966, t. II, s. 23.

¹⁰⁹ J. Beck, *Rzemiosło warszawskie w latach 1832-63*, Warszawa, s. 376.

¹¹⁰ J. Banzemer, *Obraz przemysłu w kraju naszym, wedle najnowszych źródeł urzędowych*, Warszawa 1886, s. 67.

¹¹¹ T. Łepkowski, *Przemysł warszawski u progu epoki kapitalistycznej (1815-1868)*, Warszawa 1960, s. 127.

¹¹² Z. Postuła, *Typy zakładów i przedsiębiorstw w przemyśle metalowym WOP (1870-1913)*, w: *Zakłady przemysłowe w Polsce*, Wrocław 1967, s. 70.

¹¹³ W. Pruss, *Rozwój przemysłu warszawskiego w latach 1864-1914*, Warszawa 1977, s. 91-116.

¹¹⁴ J. Banzemer, op. cit., s. 17-18.

¹¹⁵ A. Jeziorański, S. M. Zawadzki, *Dwa wieki przemysłu w Polsce*, Warszawa 1966, s. 185.

¹¹⁶ F. Huber, *Industrie-Ausstellung in Warschau. An Königlich-Württembergische Central-*Stelle**, Stuttgart 1858.

¹¹⁷ Niektóre z tych małych, mniej znanych wytwórni i galwanizernii, prezentowane są na stałej wystawie platerów w Muzeum Woli w Warszawie, por. *Zbiór platerów warszawskich imienia Anieli i Tadeusza Wysockich*, katalog wystawy, Warszawa 1998.

¹¹⁸ A. Jeziorański, op. cit., s. 202.

- ¹¹⁹ V. Hecht, op. cit., s. 91.
- ¹²⁰ Niemiecko-rosyjskie bilanse handlowe były szczególnie niekorzystne dla Rosji (w latach 1860-80 były to 87,6 miliony rubli deficytu w handlu z Niemcami), por. WABW B 70, s. 89.
- ¹²¹ Ciągła eskalacja cel spowodowała w stosunkach między Niemcami a Rosjanami w latach 1892-93 tzw. wojnę celną, której skutkiem było chwilowe zachwianie rozwoju gospodarczego w obu tych państwach. Były to z kolei lata największego rozwoju fabryki warszawskiej, pozbawionej jakiegokolwiek innej konkurencji niemieckich firm na terenie Królestwa Polskiego. Dopiero traktat z 1894 roku, kończący tę wojnę, stworzył znowu możliwość unormowanego handlu między Rzeszą Niemiecką a Rosją, por. W. Krzywicki, *Dzieje polityki celnej*, Warszawa 1925
- ¹²² WABW B 70 (227), Zur Vorbereitung der Fabrikation der WMF in Russland.
- ¹²³ V. Hecht, op. cit., s. 91.
- ¹²⁴ WABW B 70 (127), Vertrag mit Plewkiewicz, s.1-2.
- ¹²⁵ W 1885 r. przy ul. Leszno 74 znajdowała się fabryka platerów E. Fogelnesta, por. J. Paprocka, *Srebro i platery firmy Józef Fraget*, Warszawa 1992, s. 7.
- ¹²⁶ WABW B 70 (123), Commandit-Vertrag mit R. Plewkiewicz in Warschau, 1886.
- ¹²⁷ WABW B 70, Bericht des Vorstands an den Aufsichtsrat, Warschau betreffend, 26. 10. 1911.
- ¹²⁸ WABW B 70 (947), Protokolle – Aufsichtsrat 1886.
- ¹²⁹ WABW B 70 (608), Korespondencja Plewkiewicza z Ostertagiem i Siegłem.
- ¹³⁰ Do sumy nie przekraczającej 100 000 marek w skali rocznej, w cenie o 25% wyższej od ceny kosztów produkcji, por. WABW B 70 (600), Geschäftsabnahmevertrag.
- ¹³¹ WABW B 70 (607), Korespondencja Plewkiewicza z Siegłem.
- ¹³² Koszty tej inwestycji wynosiłyby wg jego obliczeń ok. 20 000 marek, por. WABW B 70 (602).
- ¹³³ V. Hecht, op. cit., s. 332.
- ¹³⁴ WABW B 70 (607), Korespondencja Plewkiewicza z Siegłem.
- ¹³⁵ Ibidem.
- ¹³⁶ Tylko z powodu niestabilnego kursu wymiany między marką a rublem WMF straciło w Warszawie w 1888 roku pięćdziesiąt procent swoich przewidywanych zysków, por. WABW B 70 (934), Revisionsberichte vom Jahr 1888.
- ¹³⁷ V. Hecht, op. cit., s. 95.
- ¹³⁸ WABW B 70 (968), Die Zweigwerke der WMF.
- ¹³⁹ WABW B 70 (964), Bilanzen.
- ¹⁴⁰ Nawet po wprowadzeniu produkcji własnych sztuków WMF wciąż sprowadzała obce półfabrykaty. Przy obecnym stanie badań trudno stwierdzić jednoznacznie, co sprowadzał Plewkiewicz za pośrednictwem WMF, a co sam.
- ¹⁴¹ Np. firma Fraget sprowadzała sztucce od Christofle & Cie. i Bruckmann & Söhne, firma Henneberg zaopatrywała się w półprodukty u firmy Bär & Stein z Berlina, Koch & Bergfeld z Bremy i Wellner z Saksonii, por. B. Kokoska, *Polski przemysł platerowy drugiej połowy XIX wieku na tle rozwoju europejskiego platernictwa, czyli kilka uwag o wystawie w Płocku*, „Rocznik Muzeum Mazowieckiego w Płocku” nr 16, Toruń 1998, s. 49.
- ¹⁴² „Sztuka brązownicza i złotnicza”, Warszawa 1908, R. VIII, s. 11.
- ¹⁴³ R. Sängler, op. cit., s. 42.
- ¹⁴⁴ V. Hecht, op. cit., s. 93.
- ¹⁴⁵ W późniejszym czasie dojdą do tego ekspozytury w dużych miastach i domy handlowe, np. Dom Handlowy Szymona Goldberga w Warszawie, por. WABW B 70 (927).

- ¹⁴⁶ WABW B 70 (600), Broszura reklamowa sklepu Jaskulskiego, 1898/99.
- ¹⁴⁷ WABW B (554), Cennik wyrobów fabryki Plewkiewicz & Co. z roku 1895.
- ¹⁴⁸ B. Kokoska, *Fabryka Wyrobów Posrebrzanych i Pozłacanych Plewkiewicz & Co. w Warszawie na bazie opisu niemieckiego przemysłowca H. Debacha z pocz. XX wieku*, „Rocznik Muzeum Mazowieckiego w Płocku”, nr 16, Toruń 1998, s. 56.
- ¹⁴⁹ WABW B (608), Kündigung von Plewkiewicz.
- ¹⁵⁰ Ibidem, Korespondencja między Plewkiewiczem a Siegłem.
- ¹⁵¹ Ibidem.
- ¹⁵² Ibidem.
- ¹⁵³ WABW B 70 (616), Zgłoszenia na anons prasowy, dotyczący objęcia kierownictwa fabryki warszawskiej.
- ¹⁵⁴ Wycinki z prasy warszawskiej (niestety bez daty i tytułu) przesłane przez Plewkiewicza do Geislingen dla oddania obrazu sytuacji politycznej w Warszawie, m.in. krytyczne wypowiedzi Norblina na temat zagranicznej produkcji w Warszawie, por. WABW B 70 (608).
- ¹⁵⁵ WABW B 70 (615), Russlandkorrespondenz.
- ¹⁵⁶ Akt notarialny kancelarii notarialnej Szymona Landaua, 1899, nr aktu 2372, w: Z. Postuła, *Początki kapitalizmu...*, s. 25.
- ¹⁵⁷ WABW B 70 (599), Vollmacht anUrbański.
- ¹⁵⁸ Z. Postuła, op. cit., s. 25.
- ¹⁵⁹ Nowy adres Plewkiewicza: Lichtenfelde koło Berlina, Jungfernstieg 13, por. WABW B 70 (566).
- ¹⁶⁰ Starszy Inspektor Fabryczny Guberni Warszawskiej z roku 1906, nr 565 (Archiwum Miasta Warszawy).
- ¹⁶¹ B. Kokoska, op. cit., s. 51.
- ¹⁶² WABW B 70 (596), Bericht von Debach, s. 25-83.
- ¹⁶³ Ibidem, s. 68-69.
- ¹⁶⁴ Ibidem, s. 70.
- ¹⁶⁵ Ibidem, s. 71-73.
- ¹⁶⁶ Ibidem, s. 60-67.
- ¹⁶⁷ Ibidem, s. 80-81.
- ¹⁶⁸ WABW B 70 (570-75), Sprawozdania Towarzystwa Akcyjnego Fabryki Wyrobów Metalowych R. Plewkiewicza & Co. w Warszawie.
- ¹⁶⁹ WABW B 70 (108/2).
- ¹⁷⁰ WABW B 70 (596), Bericht von H. Debach, s. 61.
- ¹⁷¹ Statut Spółki Akcyjnej pod firmą: *Spółka Akcyjna Fabryki Metalowej R. Plewkiewicz & Co. w Warszawie*, Warszawa 1928.
- ¹⁷² Rocznik Informacyjny o Spółkach Akcyjnych w Polsce, op. cit., s. 306.
- ¹⁷³ Ż. Kormanowa, *Walcownia Metali „Warszawa”, Norblin, B-cia Buch i T. Werner*, w: *VI wieków Woli*, Artykuły i materiały, Warszawa 1973, s. 12.
- ¹⁷⁴ A. Denhardt, op. cit., s. 71.
- ¹⁷⁵ S. Pallai, *Metaloplastyka użytkowa*, Warszawa 1990, s. 40-41.
- ¹⁷⁶ A. Denhardt, op. cit., s. 74.
- ¹⁷⁷ Ibidem, s. 64.
- ¹⁷⁸ S. Pallai, op. cit., s. 85-90.
- ¹⁷⁹ W Warszawie zrezygnowano z tego procesu, przez co wyroby posiadały wygląd bardziej matowy, por. WABW B 70 (596), Bericht von H. Debach, op. cit., s. 45.
- ¹⁸⁰ W Warszawie fabryka zatrudniała w 1912 roku 50 polerowaczek-chałupniczek, któ-

- rych zadaniem było polerowanie przedmiotów, por. *ibidem*, s. 60.
- ¹⁸¹ G. Lehnert, op. cit., s. 578.
- ¹⁸² J. A. Lux, *Der Qualitätsbegriff im Kunstgewerbe*, „Deutsche Kunst und Dekoration”, t. XX, 1907, s. 258.
- ¹⁸³ A. Osęka, A. Piotrowska, *Styl „expo”*, Warszawa 1970, s. 14.
- ¹⁸⁴ L. Bucher, *Kulturhistorische Skizzen aus der Industrieausstellung aller Völker 1851*, Frankfurt 1851, s. 64.
- ¹⁸⁵ A. Osęka, A. Piotrowska, op. cit., s. 42.
- ¹⁸⁶ *The Great Exhibition Londons Cristal Palace Exposition of 1851*, reprint New Jersey, 1995.
- ¹⁸⁷ N. Pevsner, *Pionierzy...*, s. 40-44.
- ¹⁸⁸ P. Francastel, *Sztuka i technika w XIX i XX w.*, Warszawa 1966, s. 52.
- ¹⁸⁹ N. Pevsner, *Die Geschichte der Kunstakademien*, Munchen 1986, s. 244.
- ¹⁹⁰ *Ibidem*, s. 250.
- ¹⁹¹ P. Francastel, op. cit., s. 50.
- ¹⁹² *Illustrierter Katalog der Londoner Industrie-Ausstellung 1862*, Bd. II, Brockhaus 1884.
- ¹⁹³ T. Dixel, *Die Formen des Gebrauchsgeräts*, München 1986, s. 11.
- ¹⁹⁴ J. Falke, *Die Kunstindustrie der Gegenwart. Studien auf der Pariser Weltausstellung im Jahre 1867*, Leipzig 1867, s. 40.
- ¹⁹⁵ *Amtlicher Bericht (ber die Wiener Weltausstellung im Jahre 1873)*, Braunschweig 1874, Bd. III, s. 360.
- ¹⁹⁶ H. Blum-Spicker, *Firma J. P. Kayser, Krefeld. Aus der Sammlung Giorgio Silzer*, Bd. I, Kreis Neuss 1986, s. 9.
- ¹⁹⁷ A. Denhardt, op. cit., s. 177.
- ¹⁹⁸ Orivit, op. cit., s. 29.
- ¹⁹⁹ *Ibidem*, s. 30.
- ²⁰⁰ H. Spielmann (red.), *Die Jugendstilsammlung*, Bd. I, *Museum für Kunst und Gewerbe*, Hamburg 1979, s. 36.
- ²⁰¹ R. Singer, op. cit., s. 70.
- ²⁰² WABW B 70, *Musterbuch firmy Henniger & Co.*, 1895.
- ²⁰³ K. Scheffler, *Sittliche Diktatur. Ein Aufruf an alle Deutschen*, Stuttgart-Berlin 1902, s. 37.
- ²⁰⁴ R. Sängler, op. cit., s. 65.
- ²⁰⁵ A. Denhardt, op. cit., s. 169-170.
- ²⁰⁶ W. Tatariewicz, *Dzieje sześciu pojęć*, Warszawa 1975, s. 62.
- ²⁰⁷ A. Lewicka, *Pojęcie eklektyzmu w piśmiennictwie o sztuce 2. poł. XVIII i XIX w.*, w: J. Białostocki (red.), *Tematy, tradycje i teorie w sztuce doby romantyzmu. Studia z dziejów sztuki i doktryn artystycznych*, Warszawa 1981, s. 73.
- ²⁰⁸ *Ibidem*, s. 35.
- ²⁰⁹ W. Götz, op. cit., s. 204.
- ²¹⁰ H. G. Evers, cyt. za: W. Götz, *ibidem*, s. 151.
- ²¹¹ A. Denhardt, op. cit., s. 190, 194.
- ²¹² „Deutsche Kunst und Dekoration”, Darmstadt 1897, Bd. I, s. 76.
- ²¹³ *Katalog domu aukcyjnego Quittenbaum*, 189, nr 1070, München, 3, 1898.
- ²¹⁴ G. Dry, op. cit., s. XXXV.
- ²¹⁵ *Ibidem*, s. XXX.
- ²¹⁶ *Ibidem*, s. 59, model nr 103.
- ²¹⁷ J. Cleve, *Die Massnahmen der Württembergischen Centralstelle für Gewerbe und Handel*

- zur „Geschmackbildung“ im 3 Viertel des 19 Jhs., Tübingen, Magisterarbeit, s. 101, (maszyno-
pis).
- ²¹⁸ E. Willrich, *In Partibus Infidelium: Zur den Arbeiten Albin Müllers*, „Deutsche Kunst“,
XII, 1905, s. 322.
- ²¹⁹ „Deutsche Kunst und Dekoration“, Darmstadt 1901/2, s. 191.
- ²²⁰ *Ibidem*, s. 97.
- ²²¹ „Dekorative Kunst“, München 1899, Bd. III, s. 267.
- ²²² „Die Kunst“, München 1900, Bd. II, s. 5.
- ²²³ G. Dry, *op. cit.*, s. XIII.
- ²²⁴ T. Dexel zwrócił uwagę, że na rynku sztuki produkty sygnowane i wykazujące prowe-
niencję „dobrego domu”, są wyżej cenione i osiągają o wiele wyższe ceny od przedmiotów
takich cech nie posiadających (T. Dexel, *Die Formen...*, s. 12).
- ²²⁵ K. Himmelheber, *op. cit.*, s. 135.
- ²²⁶ P. Meyer, *Historia sztuki europejskiej*, t. 2, Warszawa 1973, s. 240.
- ²²⁷ K. F. Schinkel, P. C. Beuth, *Vorbilder für Fabrikanten und Handwerker*, Berlin 1863.
- ²²⁸ C. Heideloff, C. Gorgel, *Die Ornamentik des Mittelalters. Eine Sammlung auserwählter
Verzierungen und Profile byzantinischer und deutscher Architektur*, Nürnberg 1838.
- ²²⁹ G. Hirth, *Der Formschatz der Renaissance*, Leipzig/München 1877.
- ²³⁰ B. K. Keller, *Darstellungen sämtlicher Haus – und Luxusartikel im deutschen Style*,
Nürnberg 1849.
- ²³¹ F. S. Meyer, *Ornamentale Formelemente*, Leipzig 1885.
- ²³² Prof. Wollanek (red.), *Entwürfe und Musterornamente*, Stuttgart 1881.
- ²³³ *Litographien von Christoffle & Cie. in Paris*, Stuttgart 1881.
- ²³⁴ *Litographien von Kott in Schwäbisch Gmünd*, Stuttgart 1881.
- ²³⁵ *Litographien von Fabrikant Odiot in Paris*, Stuttgart 1881.
- ²³⁶ *Katalog Bruckmann und Söhne in Heilbronn*, Stuttgart 1884.
- ²³⁷ M. Gerlach, *Die Pflanzen in Kunst und Gewerbe*, Wien 1888; F. Moser, *Ornamentale
Pflanzenstudien auf dem Gebiet der heimischen Flora*, Berlin 1888.
- ²³⁸ L. Hellmuth, *Dekorative Vorbilder für Zeichner, Maler, graphische Künstler, Dekora-
teure, Bildhauer, Architekten*, Stuttgart 1890.
- ²³⁹ *Ibidem*, 1891.
- ²⁴⁰ O. Eckmann, *Neue Formen. Dekorative Entwürfe für die Praxis*, Berlin 1897.
- ²⁴¹ P. Krutisch, *Weltausstellungen und Neorenaissance*, w: „Renaissance der Renaissance,
Schriften des Weserrenaissance-Museums Schloss Brake“, München 1992, t. 6, s. 37.
- ²⁴² B. Mundt, *Historismus, Kunstgewerbe zwischen Biedermeier und Jugendstil*, München
1981, s. 300.
- ²⁴³ Elkington & Co., (katalog) Vienn Exhibition 1873.
- ²⁴⁴ L. Vischner, *Die industrielle Entwicklung im Königsreich Württemberg*, Stuttgart 1875.
- ²⁴⁵ E. Föster, cyt. za: K. Himmelheber, *op. cit.*, s. 178.
- ²⁴⁶ WABW B 70 (735).
- ²⁴⁷ WABW B 70 (736).
- ²⁴⁸ *Ibidem*.
- ²⁴⁹ WABW B 70 (579).
- ²⁵⁰ *Ibidem*.
- ²⁵¹ „Bayrische Gewerbe-Zeitung“, Nornberg 1889, s. 375.
- ²⁵² A. Denhardt, *op. cit.*, s. 171.
- ²⁵³ B. Mundt, *Die deutschen Kunstmuseen im 19. Jahrhundert*, München 1974, s.153.

²⁵⁴ B. Mundt, *Industrie und Museum* (odczyt), sympozjum w maju 1973 r. pod tytułem *Museum und Industrie-Design* (Museum für Kunst und Gewerbe w Hamburgu).

²⁵⁵ Dla porównania można podać, że tylko w Prusach zainwestowano na rozwój szkół o profilu sztuki użytkowej w 1905 roku ponad 7 milionów marek, w 1880 roku było to tylko 370 tysięcy., por. G. Selle, *Jugendstil und Kunstindustrie. Zur Ökonomie und Ästhetik des Kunstgewerbes um 1900*, Ravensburg 1974, s. 58.

²⁵⁶ Por. B. Kokoska, op. cit., s. 55.

²⁵⁷ *Sztuka brązownicza i złotnicza*, Warszawa, I, 1908, s. 12.

²⁵⁸ *Ibidem*, II, 1908, s. 11.

²⁵⁹ *Ibidem*, s. 12.

²⁶⁰ *Ibidem*.

²⁶¹ *Ibidem*, IX, 1908, s. 12.

²⁶² *Ibidem*, X, 1908, s. 12.

²⁶³ A. Wojciechowski, *Polskie życie artystyczne w latach 1890-1914*, Wrocław, 1967, s. 159.

²⁶⁴ Józefa Ungra *Kalendarz Warszawski*, 1895.

²⁶⁵ A. Wojciechowski, op. cit., s. 157.

²⁶⁶ Józefa Ungra..., 1901.

²⁶⁷ *O Szkole Sztuk Pięknych w Krakowie*, „Czas”, 1879, nr 172, cyt. za: A. Wojciechowski, *O sztuce użytkowej i użytecznej*, Warszawa 1955, s. 30.

²⁶⁸ WABW B 70 (547), 1886, *Musterbuch* R. Plewkiewicz i Ska.

²⁶⁹ WABW B 70 (548), 1889/90, dodatek „R. Plewkiewicz i Ska, *Fabryka Wyrobów Posrebrzanych i Połączanych w Warszawie*”.

²⁷⁰ WABW B 70 (550), 1894, dodatek.

²⁷¹ WABW B 70 (551), 1896/7.

²⁷² WABW B 70 (552), *Musterbuch*, 1898/99 Orfèvrerie R. Plewkiewicz & Co., Varsovie.

²⁷³ *Towarzystwo Akcyjne Fabryki Wyrobów Posrebrzanych i Połączanych* R. Plewkiewicz i Ska w Warszawie 1900/I, (wzornik), Muzeum Mazowieckie w Płocku.

²⁷⁴ WABW B 70 (576), 1905-1907.

²⁷⁵ WABW B 70 (577), *Musterbuch* 1908/I.

²⁷⁶ WABW B 70 (577), 1908/II *Warschauer Neuheiten*.

²⁷⁷ WABW B 70 (578), 1909 *Warschauer Neuheiten*.

²⁷⁸ WABW B 70, 1912 *Warschauer Neuheiten*.

²⁷⁹ 1912/II *Warschauer Neuheiten*, archiwum w Geislingen.

²⁸⁰ WABW B 70, 1913 *Warschauer Neuheiten*.

²⁸¹ O. Mörike, *Besteckplauderei*, 1941, WABW B 70 (235).

²⁸² *Metall für den Gaumen*, katalog wystawy Österreichisches Museum für angewandte Kunst, Wien 1990, s. 15.

²⁸³ Por. R. Sängner, op. cit., s. 44.

²⁸⁴ Z zasadami „dobrego tonu”, podobnie jak gustownie urządzonego mieszkania, zapoznawano się, studiując liczne w tym czasie poradniki, m.in. F. Eberhardta, *Der gute Ton in allen Lebenslagen. Ein Handbuch für den Verkehr in der Familie, in der Gesellschaft und im öffentlichen Leben*, Berlin 1886; Ch. Wagner, *Der festlich gedeckte Tisch oder die Kunst die Servietten in geschmackvolle Form zu legen*, Berlin 1887.

²⁸⁵ R. Sängner, op. cit., s. 44.

²⁸⁶ P. Banaś, *Nadmiar w nadmiarze, czyli o wielkich serwisach i innych szklach użytkowych przełomu XIX i XX w.*, Wrocław 1998, s. 191.

²⁸⁷ J. A. Janzen, *Geschmackvoll, Bestecke des Jugendstils aus der Sammlung Giorgio Silzer*, Dresden 1995, s. 22.

²⁸⁸ W szkołach angielskich, ale również niemieckich skomplikowaną procedurę krojenia potraw mięsnych poznawali młodzi mężczyźni na obowiązkowych wykładach. Zapoznawanie się z arkanami jazdy konnej i szermierki należało również do obowiązków gentelmena końca XIX wieku, por. *Vorträge über die Kunst des Transchierens*, w: A. Zischka, *Die anständige Lust. Von Esskultur und Tafelsitten*, München 1993, s. 257.

²⁸⁹ J. A. Janzen, op. cit., s. 18.

²⁹⁰ A. Polak, za: P. Banaś, ibidem, s. 194.

²⁹¹ R. Sängner, op. cit., s. 54.

²⁹² Firma Bruckmann & Söhne zaprezentowała na Wystawie Światowej w Paryżu w 1900 roku np. znany wzór sztućców z irysem (Fraget) w 47 różnych wariantach, por. R. Sängner, ibidem, s. 47.

²⁹³ A. Hauser, *Filozofia historii sztuki*, Warszawa 1970, s. 321.

²⁹⁴ E. Kowecka, *Sprzedacę, kupić. Sklepy warszawskie z artykułami domowymi 1830-1870*, Warszawa 1998, s. 47.

²⁹⁵ G. Simmel, *Filozofia mody*, w: S. Magala (wstęp), *G. Simmel, wybór pism*, Warszawa 1980, s. 181.

²⁹⁶ Ibidem, s. 198.

²⁹⁷ A. Banach, *O modzie XIX wieku*, Warszawa 1957, s. 344.

²⁹⁸ N. Elias, *Przemiany obyczajów w cywilizacji Zachodu*, Warszawa, 1980, s. 420.

²⁹⁹ Ibidem, s. 434, 476.

³⁰⁰ por. M. Ossowska, *Moralność mieszczańska*, Wrocław 1985, s. 344.

³⁰¹ R. Hamann, J. Hermand, *Deutsche Kunst von der Gründerzeit bis zum Expressionismus*, Bd. I Gründerzeit, Berlin 1965, s. 266.

³⁰² Również salony warszawskiej burżuazji stają się ośrodkami życia umysłowego. Do znanych i cenionych warszawskich mecenasów sztuki zaliczają się przemysłowcy Kronenberg, Wolff, Olgerbrand i Bloch, por. S. Kieniewicz, *Kultura Warszawy XIX w.*, w: *Kultura Warszawy*, Warszawa 1979, s. 84.

³⁰³ Przykłady dostarczają również łódzcy fabrykanci końca XIX wieku. O ile jeszcze w latach pięćdziesiątych owego wieku uważani byli przez polską arystokrację za nowobogackich parweniuszy, o tyle już w latach dziewięćdziesiątych stają się mniej lub bardziej respektowanymi obywatelami, czynnie popierającymi rozwój sztuki, znanymi ze swoich kolekcji, cenionymi za popieranie młodych artystów, por. *Decorum fabrykanta łódzkiego*, katalog wystawy w Muzeum Sztuki w Łodzi, 1986, s. 9.

³⁰⁴ J. Skuratowicz, *Wersale północy, czyli o rezydencjach europejskich 2 poł. XIX w.*, w: *Tradycja i innowacja, Materiały Sesji Stowarzyszenia Historyków Sztuki*, Łódź 1979, Warszawa 1981, s. 257.

³⁰⁵ W. Gabler, *Surrogate. Material und Technikimitation in der Kunst des 19. Jahrhunderts*, w: *Packeis und Pressglas...*, s. 116.

³⁰⁶ E. Friedell, *Kunstgeschichte der Neuzeit*, Bd. 2, München 1948, s. 1281.

³⁰⁷ G. Selle, *Geschichte des Design in Deutschland*, Frankfurt 1997, s. 72.

³⁰⁸ G. Lehnert, op. cit., s. 449.

³⁰⁹ B. Müller, *Neuschöpfung oder Plagiat? Zum Rezeptionsverständnis der Eisenkunstguss-industrie in der Zeit der Neorenaissance*, w: *Renaissance der Renaissance...*, s. 91.

³¹⁰ G. Bandmann, *Przemiany w ocenie tworzywa w teorii sztuki XIX w.*, w: J. Białostocki, *Pojęcia, problemy, metody...*, s. 50.

- ³¹¹ Ibidem, s. 72.
- ³¹² Ibidem, s. 78.
- ³¹³ Ibidem, s. 58.
- ³¹⁴ Ibidem, s. 47.
- ³¹⁵ W. Benjamin, *Paryż – stolica dziewiętnastowiecznego wieku*, w: *Anioł historii, Eseje, szkice, fragmenty*, Poznań 1996, s. 326.
- ³¹⁶ E. Fuchs, *Illustrierte Sittengeschichte vom Mittelalter bis zur Gegenwart*, Berlin 1992, Bd. III, s. 6.
- ³¹⁷ E. Bloch, *Fernwunsch und historisierendes Zimmer*, w: *Packeis und Pressglas...*, s. 80.
- ³¹⁸ A. Hauser, op.cit., s. 328-330.
- ³¹⁹ H. Makus, *Historismus in der Literatur, Beispiele deutscher Lyrik des 19. Jahrhunderts*. w: *Historismus. Angewandte Kunst im 19. Jh. Staatliche Kunstsammlungen Kassel*, Bd. 1-4, Kassel 1987, s. 14.
- ³²⁰ H. Sedlmayr, *Verlust der Mitte. Die bildende Kunst des 19. und 20. Jahrhunderts als Symptom und Symbol der Zeit*, Frankfurt am Main-Berlin-Wien 1973, s. 32.
- ³²¹ W. Telesko, *Triumph und Festzug im Historismus*, w: H. Fillitz, *Der Traum...*, s. 291-296.
- ³²² 1871 – J. Falke, *Die Kunst im Hause*; 1880 – G. Hirth, *Das deutsche Zimmer der Renaissance*; 1887 – J. Pape, *Musterzimmer. Vollständige Decoration für bürgerliche und herrschaftliche Wohnung in Form und Farbe 2 Aufl*; 1890 – C. Gurlitt, *Im Bürgerhause*.
- ³²³ Ideałowi temu odpowiadała najbardziej willa (wg poradnika) z dwudziestoma różnymi pokojami (pokój przyjęć, sypialnie, łazienki, jadalnia, pokój do muzykowania, biblioteka, buduar, salon, gabinet pana domu, salon myśliwski, pokoje gościnne, weranda, hall, służbówki etc.), por. R. Haaff, *Gründer-zeitmöbel*, Augsburg 1994, s. 40.
- ³²⁴ W krajach Europy Środkowej zapanował uniwersalny styl urządzania wnętrz, różniący się niewiele od francuskiego i zasadniczo od angielskiego, a stanowiący swoistą mieszankę wszystkich stylów.
- ³²⁵ P. Banaś, op. cit., s. 199.
- ³²⁶ Z. Dolczewski, „Salonik damski” i „pokój męski w tyrolskim gotyku”. *Wyposażenie domów z poznańskich wytwórni w XIX wieku*, „Kronika Miasta Poznania”, 1994, z. 1-2, s. 157.
- ³²⁷ J. Falke, *Die Kunst im Hause*, Wien 1871.
- ³²⁸ A. Lichtwark, *Erziehung des Auges. Ausgewählte Schriften*, Frankfurt am Main 1991, s. 59.
- ³²⁹ M. Szafrńska, *Rośliny egzotyczne we wnętrzach w latach 80-tych XIX wieku*, w: E. Grabka (red.), *Dzieła czy kicz*, Warszawa 1981, s. 141. Niezaprzeczalnym dowodem fascynacji tą „sztuczną” naturą jest nadmieniona przez autorkę książka Huysmansa *Na wspak*, w której bohater – arystokrata największe wzloty doznań estetycznych odczuwa w obcowaniu z fascynująco „nienaturalnie sztucznymi” roślinami egzotycznymi.
- ³³⁰ J. Pape, *Musterzimmer. Vollständige Decorationen für bürgerliche und herrschaftliche Wohnungen in Form und Farbe*, Dresden 1890 (II wyd.).
- ³³¹ G. Hirth, *Das deutsche Zimmer der Renaissance. Anregungen zur häuslichen Kunstpflege*, München 1880, s. 162; J. Falke, *Die Kunst im Hause*, Wien 1871, s. 224.
- ³³² A. Zalewski, cyt. za: Ł. Górczyca, *Z dziejów gustu i zamożności. O tkaninie w XIX-wiecznych wnętrzach mieszkalnych*, „Ikonotheka”. *Prace Instytutu Historii Sztuki Uniwersytetu Warszawskiego*, 8, Warszawa 1994, s. 21.
- ³³³ Powszechnie znanymi i popularnymi dziełami tego gatunku, skierowanymi do pań domu, głównie zajmujących się dekoracją wnętrz, były poradniki, m.in. Henriette Davidis, *Die Hausfrau. Praktische Anleitung zur selbstständigen und sparsamen Führung des Hau-*

shalts, Leipzig 1865, Hausfrauen-Ratgeber, np.: *Die Hausfrau in ihrem Schalten und Walten*.

³³⁴ Do czasopism tych należały w Królestwie Polskim: „Bazar”, „Bluszcz”, „Kółko domowe”, „Magazyn Mód i Nowości”, por. *Historia kultury materialnej Polski*, Wrocław 1978, t. V, s. 427.

³³⁵ I. Ihnatowicz, *Obyczaj wielkiej burżuazji warszawskiej w XIX wieku*, Warszawa 1971, s. 71.

³³⁶ M.in. A. Graefs, *Der Landtischler*, 1894, Der Dorfschreiner, 1899.

³³⁷ A. Hufschmidt, „Zwischen Luxus- und Schundwaare”. *Überlegungen zur bürgerlichen Wohnung in der zweiten Hälfte des XIX Jhs.*, w: „Renaissance der Renaissance...”, Bd. 5, s. 105.

³³⁸ Cyt. za: H. Henning, *Die deutsche Beamtenschaft im 19. Jh.*, Wiesbaden/Stuttgart 1984, s. 55.

³³⁹ F. Minkus, *Kunstgewerbliche Bazar-Ware*, „Innen-Dekoration”, Bd. IV (1893), s. 101.

³⁴⁰ F. Luther, *Neue Richtungen in der Innen-Dekoration*, „Innen-Dekoration”, Bd. VII (1896), s. 61.

³⁴¹ M. Forkel, *Wohnen im Stil des Historismus, Museumsdorf Cloppenburg, Niedersächsisches Freilichtmuseum, Cloppenburg* 1990, s. 31.

³⁴² E. Kowecka, *Mieszkanie warszawskie w XIX w.*, w: *Wybrane problemy kultury materialnej miast polskich w XVIII i XIX w.*, Wrocław 1983, s. 16.

³⁴³ I. Ihnatowicz, op. cit., s. 78.

³⁴⁴ Cyt. za: I. Pilecka-Lasik, *Znane i zapomniane*, w: *Kronika miasta Poznania*, Poznań 1994, s. 252.

³⁴⁵ G. Selle, op. cit., s. 68.

³⁴⁶ Ibidem, s. 75.

³⁴⁷ J. Ortega y Gasset, *Dehumanizacja sztuki*, Warszawa 1980, s. 374.

³⁴⁸ Cyt. za: A. Kłoskowska, ibidem, s. 224.

³⁴⁹ Ibidem, s. 266.

³⁵⁰ K. Maas, *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970*, Frankfurt am Main 1997, s. 26.

³⁵¹ W. Juszcak, op. cit., s. 6.

³⁵² H. van Lier, *Nowy wiek*, Warszawa 1970, s. 228.

³⁵³ W. Benjamin, op. cit., s. 204.

³⁵⁴ Ibidem, s. 209.

³⁵⁵ M. Poprzęcka, op. cit., s. 29.

³⁵⁶ A. Kłoskowska, op. cit., s. 231.

³⁵⁷ Ibidem.

³⁵⁸ E. Gombrich, *Ornament und Kunst. Schmucktrieb und Ordnungssinn in der Psychologie des dekorativen Schaffens*, Stuttgart 1982, s. 45.

³⁵⁹ Ibidem, s. 29.

³⁶⁰ S. Morawski, *Na zakrecie od sztuki do po-sztuki*, Kraków 1985, s. 76.

³⁶¹ M. Poprzęcka, op. cit., s. 239.

³⁶² por. I. Kozina, *Aspekty stosowania pojęcia „historyzm”...*, s. 152-153

³⁶³ E. Gombrich, op. cit., s. 50.

³⁶⁴ J. Ruskin, *Kamienie Wenecji*, w: *Teoretycy, artyści i krytycy o sztuce (1700-1870)*, t. II, Warszawa 1974, s. 479.

³⁶⁵ E. Gombrich, op. cit., s. 46.

³⁶⁶ G. Semper, *Wissenschaft, Industrie und Kunst. Vorschläge zur Anregung nationalen*

Kunstgefühles, Braunschweig 1851, s. 35.

³⁶⁷ G. Semper, *Styl w sztukach technicznych i tektonicznych, czyli estetyka praktyczna*, w: *Teoretycy, artyści...*, s. 495.

³⁶⁸ N. Pevsner, *Die Akademien...*, s. 248.

³⁶⁹ E. Gombrich, op. cit., s. 73.

³⁷⁰ W. Hofmann, *Kicz...*, s. 481.

³⁷¹ A. Lichtwark, op. cit., s. 50.

³⁷² L. Bucher, op. cit., s. 176.

³⁷³ F. Friedländer, *Österreichischer Bericht...*, op. cit.

³⁷⁴ *Amtlicher Bericht über die Wiener Weltausstellung im Jahre 1873, erstattet von der Centralcommission des Deutschen Reiches für die Wiener Weltausstellung*, Bd. III, Braunschweig 1875, s. 499.

³⁷⁵ P. Kruitsch, *Weltausstellungen und Neorenaissance. Foren für die Wiederentdeckung der Renaissance im Kunstgewerbe des 19. Jahrhunderts*, w: „Renaissance der Renaissance”, Schloß Brake(Lemgo), München, Berlin 1992, Bd. 5, s. 35.

³⁷⁶ B. Mundt, *Kunsthandwerk und Industrie...*, s. 104.

³⁷⁷ B. Bucher, *Die Kunstindustrie auf der deutschen Ausstellung in München*, Wien 1876, s. 6.

³⁷⁸ J. Lessing, cyt za: P. Krutisch, op. cit., s. 44.

³⁷⁹ W. Lübke, cyt. za: K. H. Klingenburg (wyd.), *Historismus, Aspekte zur Kunst im 19. Jahrhundert*, Leipzig 1985, s. 41.

³⁸⁰ J. Falke, *Die moderne Kunstindustrie und die Neorenaissance*, w: *Mitteilungen des österreichischen Museums für Kunst und Industrie*, Bd. 13 (1878), s. 159.

³⁸¹ W. Smith, *Masterpieces of the Exhibition*, Volumen II, London 1877, s. 439.

³⁸² F. Reuleaux, *Briefe aus Philadelphia*, Braunschweig 1877, s. 5.

³⁸³ *Ibidem*, s. 9

³⁸⁴ J. Lessing, *Kunstgewerbe*, w: *Amtlicher Bericht über die Weltausstellung in Chicago 1893*, Berlin 1894, s. 766.

³⁸⁵ A. Lichtwark, op. cit., s. 81.

³⁸⁶ Mało tego, sami artyści stają się trybami w wielkiej maszynierii nacjonalistycznej propagandy. Przykładem takiej postawy mogą być wypowiedzi G. Fuchsa na łamach „Vorhalle” i „DKuD”, por. G. Selle, *Jugendstil...*, s. 2, 231, 259.

³⁸⁷ Wystawa w St. Louis w 1904 roku stała się wreszcie tak długo oczekiwanym sukcesem niemieckiego przemysłu artystycznego i sztuki użytkowej na arenie międzynarodowej. Jak donosił w telegramie z wystawy komisarz niemieckiego pawilonu: „Olbrichpavillon soeben mit enormem Erfolg eröffnet. Würde als the jewel of the whole exposition vom Leiter der amerikanischen Kunstabteilung bezeichnet”.

³⁸⁸ Do jednych z ważniejszych wystaw tego typu należała *Münchener Kunst – und Industrieausstellung* w 1904 roku, stanowiąc apogeum fascynacji niemieckim neorenesansem, kolebkę jego kultu, a równocześnie punkt wyjścia rozprzestrzenienia się tego stylu w Niemczech i w państwach ościennych. Od tego czasu, co roku odbywały się w różnych miastach niemieckich regionalne wystawy tego typu.

³⁸⁹ „Die Kunst”, Bd. 12. 1904/05, s. 217.

³⁹⁰ K. Himmelheber, op. cit., s. 215.

³⁹¹ *Ibidem*, s. 210.

³⁹² H. Muthesius, *Wo stehen wir ?*, „Jahrbuch des deutschen Werkbundes”, I, 1912, s. 15.

³⁹³ J. A. Lux, *Das neue Kunstgewerbe in Deutschland*, cyt. za: K. Himmelheber, op. cit., s. 214.

- ³⁹⁴ F. H. Ehmke, *Rückkehr zum Biedermeier*, „Die Kunst”, Bd. 18, 1908, s. 274.
- ³⁹⁵ J. Białostocki, *Sztuka - natura - technika*, w: *Sztuka a technika*, Warszawa 1991, s. 15.
- ³⁹⁶ Evers upatrywał w ciągłym niezadowoleniu i krytycyzmie XIX wieku w stosunku do siebie objawów mieszczańskiego liberalizmu, który zastąpił równocześnie mistycyzm krytycyzmem, por. H. G. Evers, *Historismus...*, s. 39.
- ³⁹⁷ N. Pevsner, op. cit., s. 248.
- ³⁹⁸ G. Semper, *Kleine Schriften*, Mittenwald 1979, s. 95.
- ³⁹⁹ K. Scheffler, *Unterricht in Kunstgewerbe (1909)*, w: *Pressglas...*, s. 280.
- ⁴⁰⁰ P. Bruckmann, *Die Veredelung der gewerblichen Arbeit im Zusammenwirken von Kunst, Industrie und Handwerk*, I Versammlung des Deutschen Werkbundes, 1908, Leipzig 1908, s. 93.
- ⁴⁰¹ P. Bruckmann, cyt. za: G. Sängler, op. cit., s. 71.
- ⁴⁰² J. Lux, *Das künstlerische Problem der Industrie*, w: „Innen Dekoration”, XIX, 1908, s. 107.
- ⁴⁰³ W. Morris, *Sztuka i socjalizm*, 1884, w: E. Grabska, *Moderniści o sztuce*, Warszawa 1971, s. 67.
- ⁴⁰⁴ B. Mundt, *Der Werkstättegedanke um 1900*, „Kunstchronik”, Bd. XXXIX, März 1986, s. 95.
- ⁴⁰⁵ Ibidem, s. 105.
- ⁴⁰⁶ W. Morris, *Kunde von Nirgendwo*, w: *Die neue Zeit*, Reutigen 1980, s. 126.
- ⁴⁰⁷ „Deutsche Kunst und Dekoration”, IV, 1899, s. 418, przykładem może tu być Künstlerkolonie Darmstadt.
- ⁴⁰⁸ B. Mundt, op. cit., s. 100.
- ⁴⁰⁹ Ibidem, s. 105.
- ⁴¹⁰ Ibidem, s. 106.
- ⁴¹¹ N. Pevsner, *Pionierzy...*, s. 17.
- ⁴¹² A. Thiekötter, *7 Jahre Deutscher Werkbund: von der Gründung zum Krach*, w: *Packeis und Pressglas...*, s. 353.
- ⁴¹³ N. Pevsner, *Pionierzy...*, s. 26-7.
- ⁴¹⁴ Ibidem, s. 207.
- ⁴¹⁵ G. Selle, *Geschichte...*, s. 117.
- ⁴¹⁶ Ibidem, s. 118.
- ⁴¹⁷ Ibidem, s. 121.
- ⁴¹⁸ A. Thiekötter, *7 Jahre...*, s. 358.
- ⁴¹⁹ Cyt. za: ibidem.
- ⁴²⁰ Cyt. za: ibidem, s. 359.
- ⁴²¹ Cyt. za: ibidem, s. 356.
- ⁴²² G. Selle, op. cit., s. 126.
- ⁴²³ A. Osęka, *Spojrzenie na...*, s. 183.
- ⁴²⁴ H. Read, op. cit., s. 224.
- ⁴²⁵ Ibidem, s. 66, 72.