

RZECZY PIĘKNE



ROCZNIK 9
NUMER 10-12

ADRES REDAKCJI: MIEJSKIE MUZEUM PRZEMYSŁOWE IMIENIA DRA ADRJANA
BARANIECKIEGO. » » KRAKÓW, UL. SMOLEŃSKA NR. 9. « « TELEFON: 11339.

TREŚĆ NUMERU:

TADEUSZ SEWERYN: SZTUKA ULICY str. 159. — *JAN WÓJCICKI*: OGÓLNO POLSKA WYSTAWA
AFISZÓW I DRUKÓW REKLAMOWYCH str. 162. — *JAN WÓJCICKI*: ZAKŁADY GRAFICZNE STRA-
SZEWICZÓW W WARSZAWIE str. 171. — DAWNA CERAMIKA ZDOBNICZA W POLSCE I WPŁYW
NA NIĄ CERAMIKI ANGIELSKIEJ str. 181. — KRONIKA str. 187. — KSIĄŻKI I CZASOPISMA str. 188.

ILUSTRACJE W TEKŚCIE:

4 ilustracje kolorowe i 35 ilustracji jednobarwnych.

NACZELNY REDAKTOR

KAZIMIERZ WITKIEWICZ
KRAKÓW, SMOLEŃSKA 9.

REDAKTOR WE LWOWIE

HENRYK CIEŚLA
KUSTOSZ MUZEUM PRZEM. WE LWOWIE
LWÓW, HETMAŃSKA 20.

REDAKTOR W WARSZAWIE

CZESŁAW MŁODZIANOWSKI
DYR. TOW. POPIERANIA PRZEM. LUDOWEGO
WARSZAWA, UL. TAMKA NR. 1.

REDAKTOR W LUBLINIE

WIKTOR ZIÓŁKOWSKI
UL. KOŁĄTAJA 6.

REDAKTOR W POZNANIU

MARJAN ZIÓŁKOWSKI
GÓRNA WILDA NR. 122.

WYKONANO W DRUKARNI MIEJSKIEGO MUZEUM PRZEMYSŁOWEGO IMIENIA
DRA ADRJANA BARANIECKIEGO W KRAKOWIE, ULICA SMOLEŃSKA NR. 9.

»RZECZY PIĘKNE«
ORGAN MIEJSKIEGO MUZEUM
PRZEMYSŁOWEGO W KRAKOWIE

RZECZY PIĘKNE

ROCZNIK IX » » NUMER 10-12 « « PAŹDZIERNIK LISTOPAD-GRUDZIEŃ 1930

* * * * * SZTUKA ULICY. * * * * *

Olbrzymie potęgowanie się reklamy jest zjawiskiem wybitnie nowoczesnym. Ilustrują to plastycznie cyfry. Wartość reklamy gazetowej w Stanach Zjednoczonych w roku 1913 wynosiła 50,000.000 dolarów, w r. 1929 wzrosła do 250,000.000 dolarów. Jednocześnie takimiż skokami rozwinęła się reklama plakatowa. Strumienie złota, płynące z wielkich koncernów i bogatych firm na propagandę handlową, mają źródło w coraz plastyczniej zarysowującej się paradoksalnej prawdzie nowoczesnego życia ekonomicznego: niema problemu produkcji, jest tylko problem zbytu. W tych warunkach plakat znalazł szerokie zastosowanie i stał się jednym z najważniejszych czynników reklamy.

Z okien wystawowych, ulicznych słupów i tablic reklamowych, w kolejach, tramwajach, restauracjach, na dworcach kolejowych, nawet w powietrzu nad dachami kamienic narzuca się on orgją barwy i światła, siłą obrazu i treści pisma, dopinguje do kupna, stara się wbić w pamięć przechodniów, zatrzymać ich wzrok, wykorzystać sensację i konjunkturę, wskazać nowe źródło zakupu, a nawet rezygnując z apelowania do chęci kupna, trafić do upodobań mas. Dobry afisz krzyczy, bo krzyżeć powinien, aby działać na odległość, ale głosem miłym, niezwykłym, a zdecydowanym, który zaciekawia, zniewała przechodnia do zatrzymania się i zapamiętania jego treści rzeczowej, a treść ta, wolna od nieistotnych drobiazgów, da się objąć jednym rzutem oka. Jeśli plakat przystosowuje się do psychologii przechodnia, budzi w nim przyjemne asocjacje, tak pożądane atuty dla kupca, w prze-

ciwnym wypadku nie działa, brak mu siły sugestywnej, a nawet szkodzi wydawcy, jeśli nieudolną kompozycją treści pisma lub obrazu nudzi, zniechęca, irytuje lub budzi odrazę. Dzisiaj trzeba się liczyć z faktem, że gusty mas bezwzględnie podniosły się w ostatnich czasach, jeśli czyta się o „utrąceniu“ popularności niektórych filmów (w Niemczech) przez złe afisze i jeśli coraz rzadziej widuje się dziś denerwujące przechodnia plakaty, masowo, szeregami naklejone jeden obok drugiego. Nie znaczy to jednak, żeby publiczność żądała powszechnie pięknego afisza. Do niej bowiem zawsze przemawiają silniej jej egoistyczne potrzeby, niż techniczna wirtuozeria lub artystyczne, choćby najbardziej twórcze wartości. Artystyczność plakatu nie jest jego warunkiem sine qua non. Faktycznie więc dobry afisz jest taki, który przypada do gustu masy. Z równą jednak słusnością przyznać musimy pierwszeństwo artystycznemu afiszowi, widząc w nim (i wystawach sklepowych) potężny czynnik kształcenia smaku ulicy i znając niezwykle udatne przykłady prac nowoczesnych nowatorów plakatu, umiających zadowolić zarówno pożądaną mas z najskrajniejszymi ideami artystycznymi.

Plakat, to najwięcej aktywne pole dla grafika i probierz jego zdolności artystycznych, fantazji, sprytu, dowcipu, umiejętności technicznej i wirtuozostwa. W przeciwstawieniu do malarza nie tworzy z przedmiotu obrazu, ale stylizuje go i łączy z ściśle określonym celem. Obraz malarza nie traci na wartości, czy zdobi kościół, czy chatę wieśniaka, czy posiada ten lub inny

tytuł, afisz staje się bezwartościowy z chwilą przemianowania gatunku towaru i nazwy firmy. Plakat, nie ograniczony w malarskości, nie może naśladować obrazu. Co bowiem w malarstwie jest przymiotem, może być kardynalnym błędem w afiszu. Wolny od wszelkich sentymentów, podkreśla dwie zasadnicze rzeczy, mało uwzględniane w dawnym plakacie: produkt i jakość oraz firmę. To jest jego żywota treść tematu. Wszystko inne, to ornament, a wszelki nie sparodjowany ornament w nowoczesnym afiszu, to marnotrawstwo środków, lenistwo myśli, uwiad dowcipu, zakłamanie użytkowości. Z psychologicznego punktu widzenia, który zawsze obowiązuje komponenta plakatu, marka fabryczna lub firma musi podporządkować się reklamowanemu obiektowi. Z uznaniem należy podkreślić fakt, że silne zdecydowanie celu, jako jedna z cech nowoczesnego afisza, znalazła żywy wyraz w broszurze Jana Wdowiszewskiego, dyrektora Miejskiego Muzeum Przemysłowego w Krakowie, który jeszcze w r. 1898 („Sztuka w plakatach“ str. 31, 32) pisał, trafnie oddając właściwy sens pierwszych nowoczesnych afiszów, jakie w r. 1891—1896 ukazały się we Francji: „Pierwszym warunkiem dobrego plakatu artystycznego musi być zgodność obrazowego motywu z celem afisza. Artysta ma zadanie tworzyć środek pośredniczący między celem reklamy, a publicznością. Pośrednictwo to jest podwójne: raz dla zwrócenia publicznej uwagi, że afisz istnieje wogóle, powtóre, że istnieje dla takiego, a nie innego celu. Pierwsze osiągnie artysta przez wielkość formatu, temat i sposób barwnego traktowania, drugie przez ściśle zastosowanie motywu obrazowego do treści reklamy lub ogłoszenia. Ale... nie dosyć jest, aby plakat wywarł wrażenie, jako taki, lecz także jako plakat umieszczony w miejscu, gdzie wiele innych afiszów będzie mu robiło przypadkowe współzawodnictwo. W tym wypadku może wyrzucić wrażenie tylko afisz, oparty na stanowczej indywidualności artysty, na odrębnym stylu twórczości, właściwym tylko jemu“. Łącznie z powyższymi uwagami narzuca się uwaga, że jasność i przejrzystość, rzeczowość, oszczędność w środkach (barwach, for-

mach i ilości słów) ma większą moc zawojowania widza i daje więcej skomponowane wrażenie, niż przeładowanie powierzchni.

Jedną z głównych cech nowoczesnego afisza jest harmonijne stopienie liter w jedność formy z całością plakatowego obrazu. Nim problem ten zarysował się w umysłowości artystów, emancypowało się ze staroświeczyzny pismo i treść pisma. Telegramowa zwięzłość, nazwa rzeczy i firmy nastąpiły po dawnym gadulstwie w afiszach przemysłowców, wyliczających prawdziwe i nieprawdziwe zalety reklamowanych towarów, w afiszach kupców, popisujących się ilością towarów swego magazynu, afiszach teatrów, podających całkowite programy przedstawień itd. Było to marnotrawstwo środków, chybiających celu.

Był czas, kiedy obrazową stronę plakatu uważano za luksus lub zbyteczny dodatek do pisma. Powstawały czyste, drukowe afisze. Na miejsce banalnych form czcionek którejkolwiek drukarni z lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku lub pretensjonalnego pisma, opatrzonego śmieszniemi dziś ozdobami, które obniżały czytelność liter i celowość plakatu, wynajdują graficy i drukarze coraz nowe, czytelne, piękne formy liter, które są jedną z ważnych zdobyczy naszych poszukiwań na polu grafiki użytkowej i typograficznej sztuki. Poczyniono mnóstwo udałych doświadczeń z zestawieniem różnych wielkości czcionek, kolorów, różnych skupień liter, ugrupowaniem tekstu. Na tych eksperymentach, znanych z epoki przedwojennej nie zatrzymano się. Spostrzeżono, co zauważa doskonały znawca plakatu J. Tschichold, że optyczne rozczłonkowanie nie może się klócić z sensem tekstu, nie może być wyłącznie dekoracyjne, artystyczno-przemysłowe i czysto zewnętrzne. Musi być wynikiem jasnego myślenia, optycznego członowania, a nie bynajmniej realizacją zewnętrznej formy liter. W związku z powyższymi postulatami można być zdania, że typograficzny plakat nie mniej wymaga zdolności artystycznych i fantazji od jego wykonawcy, niż plakat obrazowy. Z drugiej strony zdaje się nie ulegać wątpliwości, że plakat typograficzny, dobry w czasach, gdy plakatów było mało,

dziś bez pomocy elektrycznego światła, schodzi w cień przed plakatem obrazowym. Samo kształtowanie pisma we formę nie wystarcza do celów narzucającej się zwyczajem reklamy.

Do plastycznych wartości nowoczesnego plakatu zaliczamy stosowanie ekscentrycznie silnie działających zestawień barw (żółta, orange i czarna, karmin, czarna i srebrna i t. d.), przeciwstawienie kompozycji prostokątowi papieru, równowaga ciężarów form pomimo asymetrycznego podziału kompozycji, geometryzowanie powierzchni obrazu, jako rezultat upraszczania form itd. W reakcji przeciw nadużywaniu maniery kubistycznej w plakacie, wtargnęła do reklamy fotografia, lecz nie ta, której ideałem było samo gustowne rozdzielenie światła i cienia oraz skomponowanie tła. Nowy fotograf, obdarzony architektonicznym czuciem, komponuje fotografię z pismem, uzupełnia ją graficznie, łączy z geometryzowanym lub naturalistycznym rysunkiem, posługuje się fotomontażem i różnymi trickami, aby tylko niespodzianką zaskoczyć przechodnia. Techniczne kruczki zyskują nieraz poklask tłumu, z konieczności rzeczy odgrywały więc wielką rolę w sztuce plakatowej. To jednak, co dziś dokonali w fotografii tacy

mistrze plakatu, jak Rosjanin Aleksiej Brodowicz, Lisicki i P. Urban, Niemiec Hans Günther Reinstein, Amerykanin William Shewell Ellis i i., graniczy wprost z czarnoksięstwem i magią. Niema w nowoczesnym afiszu ani filozoficznej refleksji, ani literackiego patosu lub malarzkiego nastroju, niema zobrazowania w żadnej formie romantycznego uczucia, znamy jednak plakaty, które porywają wizyjnością, zlewając się z intuicyjnym ujęciem rzeczywistości, znamy przykłady, w których pozór i real uzupełniają się wzajemnie i przeciwstawiają, lecz nigdy dogmatycznie, jak w dawnym, płaskim afiszu. Na tem polega część tajemnicy uroku tych dzieł „sztuki ulicy“.

Dobry afisz nie zależy wcale od forsowania nowostek. Dyrektywą bowiem wartości plakatu jest nie oryginalność, lecz celowość. Wszelka nieszczerłość w sztuce rwie możliwości duchowego kontaktu dzieła z widzem.

Plakat, przystosowujący się do gustów sfery, której służy, jest tem samym wyrazem jej estetycznych upodobań. Różnym poziomom kultury narodów klas i sfer odpowiadają różne wartości artystyczne plakatów.

Dr. Tadeusz Seweryn.



Kompozycja plakatu, I roku Państwowej Szkoły Przemysłu Artystycznego w Krakowie.



Ogólnopolska wystawa afiszów w M. Muzeum Przemysłowym w Krakowie.

OGÓLNO POLSKA WYSTAWA AFISZÓW * * * * I DRUKÓW REKLAMOWYCH. * * * *

W kwietniu r. b. urządzono w salach Miejskiego Muzeum Przemysłowego w Krakowie wystawę plakatów i wszelkich druków reklamowych. Udział w wystawie wzięły niemal wszystkie polskie zakłady graficzne produkujące barwne ogłoszenia i reklamy. Ogólny przegląd kompozycji wzorowych afiszów dał wynik nadspodziewany i przekonujący o ich wysokim poziomie artystycznym. Techniczne wykonanie reprodukcji pierwszorzędne. Można śmiało powiedzieć, że w tym dziale nietylko nie stoimy na szarym końcu, ale nawet wysuwamy się szybkim krokiem naprzód w stosunku do światowego wyścigu na polu reklamy. Kupiectwo nasze daleko już odbiegło od typu propagandy wiele mówiącej słowami i obrazkami, a przeszło, podobnie jak dawniej to już uczyniono w krajach

handlowych, do mocniejszego wyrazu treści i formy rzucanej w tłumy ruchliwej ulicy. Kompozytor nowoczesnych ogłoszeń zrozumiał, że jeśli nie chce, aby plakat jego zginął w powodzi barwnych plam narzucających się oczom przechodniów, musi użyć zdolności już nietylko dekoracyjno-malarskich i graficznych, ale silnej koncepcji ze tak powiem literackiej, która daje w skrócie niemal telegraficznym, wyraz reklamowanego towaru czy propagandę pewnych myśli. Nie jest to łatwe zadanie i dlatego wybitnych artystów grafików z temperamentem, wyczuwającym tempo nowoczesnego życia handlowego mamy niewiele. Sentyment czy tkliwość malarska musi ustąpić żywiołom bardziej ziemskim, realnym. Artysta malarz oderwany od życia może tworzyć arcydzieła w zaciszu



Ogólnopolska wystawa afiszów w M. Muzeum Przemysłem w Krakowie.

pracowni, nowoczesny grafik mocno musi stąpać po ziemi, aby trzymając rękę na pulsie organizmu silnie bijącego tętnem produkcji, stałe mógł podążać w pochodzie wielkiego przemysłu i handlu.

Od artystycznego ujęcia afisza czy reklamy zależy osiągnięcie celu, jeśli więc jest on wyrażony dobitnie, łatwiej utrwała się w pamięci. Kompozycja tak pojęta nie jest łatwą w przeprowadzeniu i dlatego obrazkowość tak długo u nas się utrzymuje nie wywołując najmniejszego wrażenia na umysłach inteligentnych. Inaczej rzecz się ma z reklamą na wsi gdzie fabułą i realistyczną treścią obrazu łatwiej przemawia afisz. Ten wyjątek w naszych warunkach z konieczności musi być jeszcze stosowany. Bardzo ważną zaletą afiszów i druków reklamowych,

etykiet i opakowań jest ich wykonanie techniczne. Jeśli w drukarstwie mamy jeszcze poważne braki i książka pozostawia wiele do życzenia, to w dziale reklamowym poczyniliśmy szybkie postępy. Na wystawie widniały reprodukcje barwne reklamowe wykonane w zakładach i firmach: W. Głowczewski w Warszawie, Zakłady graficzne Straszewiczów w Warszawie, Koziańskich w Warszawie, Zakłady graficzne M. Ziółkowski w Poznaniu, Zakład litograficzny Pruszyńskiego z Krakowa, Zakłady graf. Tow. Bukaty w Warszawie, Drukarnia Sztuka z Krakowa, Drukarnia św. Wojciecha w Poznaniu i inne.

Z pośród artystów projektujących wybijają się w dziale reklamy: Gronowski, Stryjeńska, Bartłomiejczyk, Jastrzębowski, Lorec, Hrynkowski, Skolimowski, Osiecki itd. *Jan Wójcicki.*





Ogólnopolska wystawa afiszów w M. Muzeum Przemysłowym w Krakowie.



Ogólnopolska wystawa afiszów w M. Muzeum Przemysłowym w Krakowie.



Ogólnopolska wystawa afiszków w M. Muzeum Przemysłowym w Krakowie.



Ogólnopolska wystawa afiszów w M. Muzeum Przemysłowym w Krakowie.



Ogólnopolska wystawa afiszów w M. Muzeum Przemysłowym w Krakowie.

RADA SZKOLNA M. WARSZAWY.



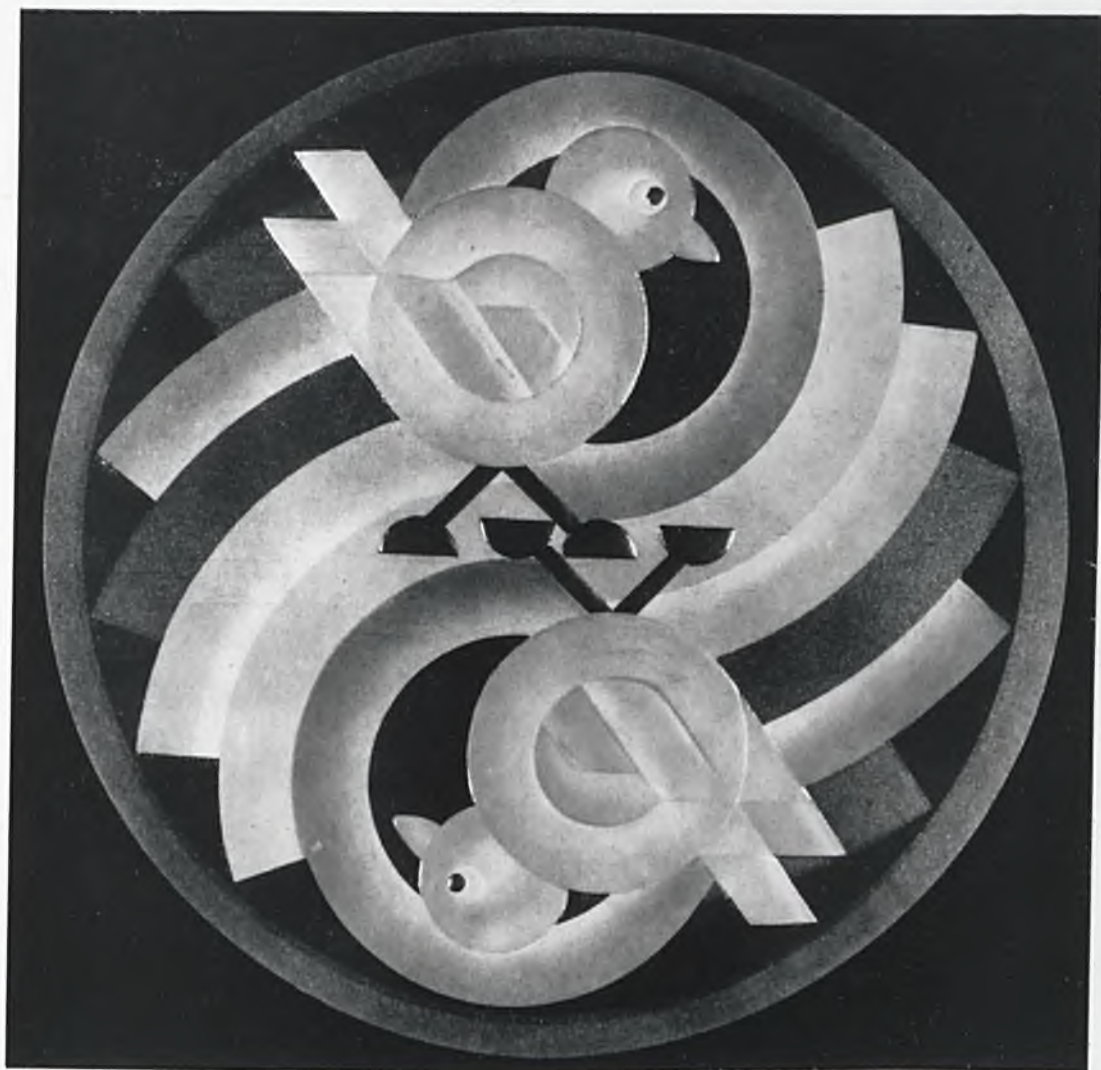

ZWIĄZEK
ARTYSTÓW
PLASTYKÓW

ZŁOŻ DAR!

NA GWIAZDKĘ DLA DZIECI SZKÓŁ POWIĘCZNYCH
ul. Hipoteczna 5. tel. 519-03, 517-35, 163-32.



Ogólnopolska wystawa afiszów w M. Muzeum Przemysłowym w Krakowie.



Etykieta wykonana w Zakładach Graficznych Straszewiczów w Warszawie.

ZAKŁADY GRAFICZNE STRASZEWICZÓW W WARSZAWIE.

Do szczytu doskonałości technicznej i artystycznej dochodzą opakowania wykonane w Zakładach graficznych Straszewiczów w Warszawie. Jak wielką rolę odgrywa zewnętrzna forma i szata w opakowaniu towaru to wiemy z doświadczenia kupca i producenta, którzy nie szczędzą nakładu na ten najskuteczniejszy sposób reklamy. Słabość ludzka przynajmniej w tym wypadku przyczynia się do rozwoju sztuk graficznych, do pięknych form naczyń, pudełek i tych drobiazgów, które stanowią nie tyle może o jakości towaru jak o wykwalifikacji

i sposobie jego podania. Artysta musi tu schlebiać nęcącą formą, piękną harmonią barw i szczegółami przekonywującymi o zawartości wewnętrznej. Strój zawsze musi odpowiadać obliczu, więc i w reklamie przesada albo zbyt- nia skromność musi mieć swoje umiarkowanie. Możliwe stworzyć całe teorie zasad reklamy w etykietach i opakowaniach, zazwyczaj jednak intuicja artystyczna sprawy te lepiej rozwiązuje. Pomysł artystów projektujących dla firmy Straszewiczów, stawiają w odpowiednim świetle wysoki poziom techniczny tych zakładów re-



produkcyjnych. Sztuka łączy się tylko z techniką i rzemiosłem, gdy sobie są równe a z tego wynika, że szanujący się zakład nie podejmuje robót bez wartości artystycznych, i odwrotnie, artysta nie oddaje swych projektów tam gdzie się wykonuje tandeta. Zakłady Straszewiczów jak

widać z reprodukcji należą do pierwszorzędnych pod każdym względem. Prace ich cechuje subtelność techniczna, doskonały dobór materiałów i świetne przeprowadzenie wartości technicznych barwnej reprodukcji.

Jan Wójcicki.



Etykieta wykonana w Zakładach Graficznych Straszewiczów w Warszawie.

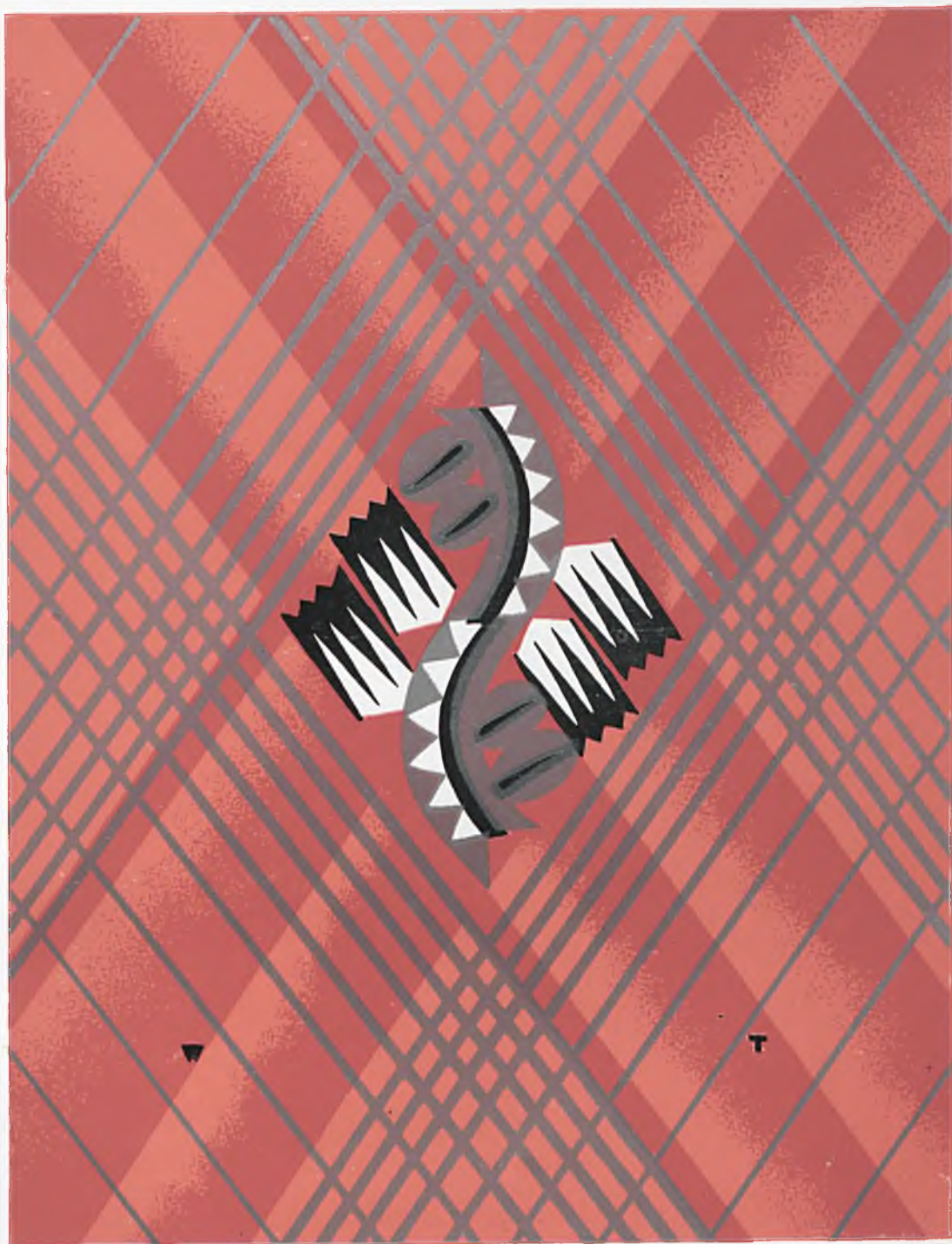


PROGRAMA POLITIVA TECHNICA
1952



Etykieta wykonana w Zakładach Graficznych Straszewiczów w Warszawie.





Etykieta wykonana w Zakładach Graficznych Straszewiczów w Warszawie.

BIURO
WARSZAWA
PUBLICTWA TECHNICZNA



Etykieta wykonana w Zakładach Graficznych Straszewiczów w Warszawie.

SIBLIOTEKA TECHNICZKA
WARSZAWA
1972

DAWNA CERAMIKA ZDOBNICZA W POLSCE I WPŁYW NA NIĄ CERAMIKI ANGIELSKIEJ¹⁾.

Początki przemysłu ceramicznego tkwią, jak wszędzie w garncarstwie, którego powstanie i rozwój zależne jest od obecności w danej okolicy właściwego surowca, to jest gliny odpowiedniej do produkcji ceramicznej. Ślady tej wytwórczości i jej okazy spotykamy na ziemiach polskich w wykopaliskach z czasów odległych, wśród których znajdujemy urny, łzawnice, misy i dzbany. Do dziś jeszcze wyroby ludowe w różnych częściach Polski przypominają co do kształtów swoje starodawne wzory. Niestety właściwa tym przedmiotom kruchość nie dała możliwości zachowania okazów wytwórczości ceramicznej z bliższych już czasów historycznych. Tylko ze źródeł archiwalnych dowiadujemy się o rodzimych wytwórniach pięknych naczyń w Sławkowie i Iłży, o pracach mistrzów garncarzy ormian na Rusi osiadłych, którzy przynieśli ze Wschodu umiejętność swoją.

Szeroko używano wyrobów garncarskich w budownictwie. Jednym z najświetniej zachowanych zabytków polskiej sztuki ceramicznej są odrzwia kościoła św. Jakóba w Sandomierzu, wykonane w glinie palonej w części polewanej, sposób wykonania jest chlubnym świadectwem technicznego rozwoju ceramiki w Polsce przed 700 laty. Najlepiej oparły się ciosom czasu wyroby kaflarskie, wzory których zachowały się w tafelkach posadzkowych i kaflach zamku Czerskiego pod Warszawą, ozdobach pieców z Gębina, Pyszkowa, Drohiczyzna. Są wiadomości o fabrykacji majoliki w Polsce w XVI wieku za czasów Stefana Batorego w Krakowie²⁾.

Wszędzie, gdzie warunki miejscowe i obfite złoża gliny sprzyjały rozwojowi garncarstwa, powstawały osady garncarskie i wyroby polskie z Iłży, Ćmielowa i Tarłowa szły Wisłą do Gdańska i stamtąd morzem aż do Szwecji.

Po chwilowym upadku przemysłu w XVII wieku, kiedy burze wojenne szalały po całej Rzeczypospolitej, co odbiło się także na garncarstwie, w wieku XVIII rozpoczyna się rozwój wytwórczości ceramicznej w dziedzinie innych szlachetniejszych rodzajów ceramiki, majoliki,

fajansu i porcelany. Już w połowie XVIII wieku powstają dzięki poparciu możnych rodów magnackich fabryki na wschodzie Polski-Radziwiłłowskie w Swierzni i Białej Podlaskiej, Prota Potockiego w Cudnowie (na Wołyniu), Tyzenhauza w Grodnie, które jednak istniały niedługo i nie zostawiły po sobie większych śladów. W tym samym czasie przemysł ceramiczny rozwijał się szybko na Śląsku. Duże pokłady różnych glin i nieprzerwana tradycja ceramiczna (już w w. XIV i XV spotyka się w wielu miastach śląskich fabryki i cechy zduńskie) sprzyjały rozwojowi tej gałęzi przemysłu.

Jedną z najwybitniejszych fabryk śląskich Glinicka, założona w 1752 roku przez Andrzeja Garniera we wsi Zborowskie w pow. Lublinieckim (obecnie w drodze plebiscytu przyznanego Polsce) w r. 1767 przeniesioną została przez córkę jego Annę hr. Gashin do sąsiedniej wsi Glinicy. Fabryka Glinicka zasługuje na uwagę jako jedna z najruchliwszych na Śląsku, oraz ze względu na wysoki artystyczny poziom swoich wyrobów. Położona w pobliżu ówczesnej granicy polskiej, zwłaszcza Częstochowy, niezawodnie była założona z myślą eksportu do Polski. W pierwszym najświetniejszym okresie Glinicy (do r. 1800) specjalnością jej były wielkie wazy z plastycznie nakładanymi i barwnie malowanymi bukietami kwiatów, teryny, pots-pourris, figury, naczynia w kształcie zwierząt, kałamarze i t. p. W drugim okresie (do r. 1825) występuje obok fajansu inny materiał tej epoki kamionka (steingut), który zapanowuje w trzecim okresie do 1870 roku, kiedy fabryka została zwinięta.

W granicach dawnej Rzeczypospolitej pierwszą fabrykę fajansów założył przed rokiem 1774 król Stanisław August w Warszawie w miejscowości zwanej Belweder, mając zamiar stworzenia konkurencji modnym wówczas w Polsce kosztownym naczyniom stołowemu angielskim. Kierownictwo zakładu powierzył król baronowi Schitterowi. Na miejscu nie było potrzebnego surowca, a dostarczana glina okazała się nie-

odpowiednią, wyroby były kruche i nietrwałe i fabryka nie dając zysków utrzymywała się tylko wielkim i kosztownym nakładem króla. Z tego powodu istniała zaledwie lat dziesięć. Myśl króla podejmuje niebawem sas Wolff, zakładając przed rokiem 1783 fabrykę fajansów w Warszawie w miejscowości Bielin. Nauczony doświadczeniem i fachowo lepiej od Schittera wykształcony, stara się Wolff przedewszystkiem o lepszy dla wyrobów swoich materiał. Fabryka jego wyrabia nie tylko serwisy stołowe, które trwałością, kształtem i pięknym kolorem bardzo do ówczesnych angielskich się zbliżają, ale ponadto wazy, piramidy, koszyczki i kafle dla ozdoby mieszkań, (p. Nr. 2).

Wyroby obydwóch fabryk warszawskich pod względem techniki wykonania, kształtu i dekoracji bardzo są do siebie podobne, wobec czego nieraz fajanse Wolffa uchodzą za wyroby fabryki królewskiej. W kształcie i zdobieniu przebiega przedewszystkiem silny wpływ ceramiki chińskiej, modnej podówczas na zachodzie, w części zmodyfikowanej przez wzory Delftu (p. Nr. 3). Z wytwórni Belwederskiej wyszedł słynny serwis, t. zw. sułtański, ofiarowany przez króla sułtanowi tureckiemu Selimowi III w 1789 r. w stylu chińskim z napisami arabskimi.

Jednocześnie omal na kresach wschodnich Rzeczypospolitej, w Telechanach przez hetmana Michała Ogińskiego założoną była fabryka majoliki do której sprowadzono majstrów z Włoch i Szwecji. Wyrabiano w niej majolikowe wazy i inne przedmioty o ładnej polowie z modelowanymi wypukłymi kwiatami, liśćmi, owocami, maskaronami.

W końcu XVIII i na początku XIX wieku dzięki inicjatywie szeregu przedstawicieli arystokracji rodowej oraz wybitnych ceramików, wyzyskano obfite złoża kaolinu i gliny fajansowej wysokiego gatunku, zwłaszcza na Wołyniu, dla stworzenia kilku wytwórni ceramicznych, które osiągnęły znaczny rozwój. Niezatarceni zgłoskami zapisane są w dziejach ceramiki polskiej imiona członków rodziny De Mezerów, zaczynając od braci Franciszka i Michała³⁾. Pochodząc z rodziny szlacheckiej polskiej, której przodkowie przybyli z Węgier, ludzie wysokiej

inteligencji i wielkiej przedsiębiorczości, po gruntownych studjach zagranicą, przyłożyli się ogromnie do stworzenia trzech głośnych fabryk fajansu i porcelany w Korcu, Tomaszowie i Baranówce.

Franciszek de Mezer w 1788 r. objął kierownictwo założonych przez ks. Józefa Czartoryskiego fabryk naprzód fajansu, następnie porcelany w Korcu, pracując z bratem Michałem. Po kilku latach istnienia fabryki, pod umiejętnym kierownictwem braci De Mezerów, doszła ona do takiej doskonałości, wyrabiając fajans w rodzaju Wedgwooda, następnie porcelanę, że wyparła obce wyroby, przynosząc sówite zyski. W roku 1795 powołany przez ordynata Zamoyskiego do założenia fabryki fajansu i porcelany w Tomaszowie (Lubelskim) Franciszek De Mezer opuścił fabrykę Korecką, której zarząd objął brat Michał. W 1797 r. pożar zniszczył wspaniały zakład przemysłowy, zatrudniający do 1.000 robotników, ogromne zapasy materiałów i składy gotowych wyrobów. Do odnowionej po 1801 r. fabryki koreckiej w 1804 r. sprowadzono dyrektora francuza Merault'a z Sèvres, który wraz z przywiezionymi robotnikami pracował w Korcu do 1815 r. Ten okres wznowił na pewien czas świetną dobę De Mezerów. Po odprawieniu Merault'a za rządów jego następcy Petion'a fabryka zaczęła chylić się ku upadkowi, zarówno pod względem materialnym, jak artystycznym i zwinęta została w 1832 r. Wyroby koreckie szeroko rozpowszechnione w kraju zachowały się w wielkiej ilości zarówno w muzeach, jak i w zbiorach prywatnych. Porcelana korecka odznaczała się masą twardą, olśniewającą białości. W wyborze kształtu i zdobienia ulegano z początku wpływom obcym, wzorując się w różnych okresach na wyrobach saskich, wiedeńskich i sewskich w mniejszym stopniu na angielskich, jak Derby i Wegwood (p. Nr. 4, 5). Pod względem kształtów trzymano się wzorów odpowiednio do epoki, w pewnym okresie stylu Ludwika XVI, następnie stylu cesarstwa. Dekoracja, (po złota i malowanie) przeważnie polegała na motywach roślinnych, częstokroć stylizowanych, urozmaiconych widoczkami, armaturą i t. p.

Z czasem jednak miejscowi artyści wprowadzali rodzime motywy, a więc naśladownictwo naczyń drewnianych, klepkowych, czółenkowe sosjerki, wazy na wysokich nóżkach. W zdobieniu używano dekoracji z motywów swojskich traw, zbóż, kwiatów polnych, liści dębu, z pełnią czysto dekoracyjnego poczucia stylizowanych.

W okresie francuskim różnorodne wazony i naczynia pokrywają tła szyldkretowe (p. Nr. 1) marmurowe i gładkie kolorowe, na których mieszczą się girlandy, a szczególnie pięknie złożone ornamenty na szafirowych emaljach.

Założona przez Franciszka De Mezer fabryka w Tomaszowie (ordynacji Zamoyskich) przeżyła najświetniejszy swój okres pod jego kierownictwem. Z początku produkcja ograniczała się do fajansu i kamionki na wzór angielski, przy czym wyroby w bardzo dobrym gatunku miały szeroki odbyt. Od 1806 roku czyniono próby wyrabiania porcelany, której okazy są nader rzadkie i wysokiej wartości artystycznej, przeważnie w stylu cesarstwa, odznaczają się gustownym kształtem i pięknym malowaniem.

Nowa granica Księstwa Warszawskiego w 1809 r. odcięła Tomaszów, który przyłączono do Księstwa, od źródeł surowca pozostałych w Austrii (pow. Rawa-Ruska). Wysokie cło na surowiec i zakaz wywozu fajansu i porcelany do Austrii wywarły wielki wpływ na dalszy rozwój fabryki i spowodowały z czasem jej zwinienie. Drobnym przykładem, który dowodzi, jak fatalnie sztuczny podział Polski oddziaływał na jej rozwój gospodarczy.

Po pożarze fabryki Koreckiej Michał De Mezer przeniósł się do miejscowości Baranówka, majątku Walewskich, gdzie założył fabrykę fajansu i porcelany, jedną z najwięcej wydajnych i znanych w Polsce wytwórni ceramicznych. Sprzyjały temu warunki miejscowe, mianowicie najbogatsze bodaj na ziemiach dawnej Rzeczypospolitej pokłady kaolinu wysokiej wartości technicznej. Wyroby baranowieckie, zwłaszcza za czasów Michała De Mezera, niewiele ustępowały koreckim. Serwisy stołowe, zdobne w drobne kwiaty habru, spotykało się omalw każdym domu polskim, a słoje aptekarskie pięknego kształtu, zdobione ornamentacją roślinną

widziało się we wszystkich aptekach Wołynia, Podola i Ukrainy. Powszechnie znane są w Polsce talerze z marką Baranówka zdobione wiązkami prześlicznie malowanych kwiatów, wśród których tulipany i goździki pierwsze zajmują miejsce. Niektóre pomysły zdobnicze, n. p. wieńce z liści sitowia srebrem malowanych, zwracały powszechną uwagę i wywołały zachwyty wybitnych ceramików europejskich, członków Komisji Ceramicznej Międzynarodowej Unji Chemji Czystej i Stosowanej na wystawie ceramiki polskiej w 1927 r. w Muzeum Przemysłu i Sztuki Stosowanej w Warszawie (p. Nr. 6). Charakterystyczne są również plakietki z widoczkami malowanymi sepią (p. Nr. 12).

Z początku prowizorycznie, na czas odbudowy spalonej fabryki koreckiej, założoną została przez Ks. Józefa Czartoryskiego fabryka sąsiedniej Horodnicy, która jednak przetrwała dość długo, jako jedna ze znaczniejszych fabryk na Wołyniu, przechodząc przez okresy świetności i upadku, w rękach spadkobierców jej założyciela i późniejszych fabrykantów. Wyrabiała ona pierwotnie bardzo lekkie i pięknie polewane fajansy kolorowe i kamionkę, równającą się angielskim wzorom, pod wpływem których rozwijała się wytwórczość tej fabryki. Fabryka wyrabiała między innymi tak zwane „angielskie śniadania“, naczynia z plastycznymi figuralnymi ozdobami, później również zaczęła wyrabiać porcelanę. Wyrabianie przez fabrykę fajansów à la Wedgwood wskutek konkurencji wyrobów angielskich tego rodzaju, sprowadzanych morzem przez Odesę, w roku 1834 zupełnie upadło. W ostatnich czasach swego istnienia fabryka wyrabiała tylko porcelanę. Oprócz wspomnianych trzech wielkich fabryk, dzięki bogatym pokładom kaolinu i gliny fajansowej, powstał na Wołyniu szereg pomniejszych fabryk, jak Barasze, Bielotyn, Emilczyn, Kamienny Bród, Romanów, które wyrabiały w różnych okresach przedmioty rozmaitej wartości artystycznej.

W środkowych okręgach Polski widzimy szereg innych grup zakładów ceramicznych, powstałych na terenach obfitujących w glinę fajansową. A więc w Opatowskim nad rzeką Kamienną mamy Ćmielów, Denków, Brzostów,

Małachowę, Kunów, Gromadzice. Największa z tych fabryk Ćmielowska założona w 1790 r. przez garncarza Wojtosa, w 1804 r. rozszerzona przez kanclerza Jacka Małachowskiego, przechodząc przez różnych właścicieli pozostawała w ciągu dłuższego czasu w rękach Ks. Druckich-Lubeckich. Ks. Ksawery Drucki-Lubecki sprowadza z zagranicy specjalistów i artystów. Dyrektor fabryki Gabrijel Weiss (czech) tworzy całą szkołę uczeni i dekoratorów. Czasy jego 1831-1863 r. to okres najświetniejszego, pod względem artystycznym, rozkwitu zarówno w zakresie produkcji fajansu jak porcelany, tej ostatniej od 1842 r. Od r. 1863-1880 wyrabiano także i majolikę pod kierownictwem St. Thiele'go, który studjował w Nevers. Ćmielów szeroko rozpowszechnił drukowaną dekorację przedmiotów fajansowych: półmisków, talerzy, kompotjer ze scenami rodzajowymi i wojennymi, krajobrazami gmachów zabytkowych, à la Grenouillère Wedgwood'a.

Dawny Ćmielów pozostawił nam piękne okazy wazonów i doniczek z plastyczną dekoracją, oraz plecione koszyczki zdobione drukiem, prace specjalistki Schildowej (p. Nr. 11). Również piękne koszyki, talerze wytłaczane i inne przedmioty fajansu wyrabiała fabryka w Sławsku założona przez J. Wężyk-Rudzkiego. Okazy tej fabryki są wystawione w Muzeum w Sévres. Reprodukowane należą do Muzeum Rzemiosł i Sztuki Stosowanej w Warszawie (p. Nr. 7 i 14).

W Radomskiem, w dawnym ośrodku garncarstwa, powstała fabryka w Ilży. Założyciel jej (w 1824 r.) Lewi Sunderland kształcił się jako ceramik w Anglii. W pierwszym okresie Jego działalności fabryka wyrabiała fajanse w rodzaju angielskich, późniejsze wyroby cechuje wpływ zdobniczych motywów ludowych. Sunderland przywiózł z sobą z Anglii majstra Huntera, którego potomkowie do dziś dnia mieszkają w Ilży i pracują w garncarstwie.

W Kaliskiem, fabryka ceramiczna w Kole, założona przez J. Freudenreicha w 1840 roku

wyrabiała fajans i kamionkę, co do kształtu wzorowaną również na fajansach angielskich, szeroko stosując zdobienie drukiem, wprowadzone przez Wedgwood'a. Fabryka hr. Potockich w Rytwianach wyrabiała przedmioty z gliny polewanej, w których widzimy niewątpliwy wpływ Wedgwood'a w pomysłach dekoracyjnych, jak liście winogronowe na talerzyku, plecionka na paterze (p. Nr. 8 i 9). Założona przez hr. H. Łubieńskiego w 1842 roku fabryka w Lubartowie istniała niedługo, wydała jednak odznaczające się szlachetnością kształtu wyroby z fajansu i kamionki, jak: koszyczki plecione, figurki zwierząt, dzbanki figuralnie zdobione, wazoniki o klasycznych formach i t. p. (p. Nr. 10 i 13). Wogóle należy zaznaczyć, że w produkcji fajansu i kamionki już w końcu XVIII wieku daje się zauważyć wpływ angielskiej ceramiki, w szczególności Wedgwood'a. W pierwszej połowie XIX w. wpływy Jego są widoczne niemal w całej wytwórczości ceramicznej.

Wznawiając dawne tradycje protektorów sztuki ceramicznej i inicjatorów przedsiębiorstw przemysłowych założył Ks. Michał Radziwiłł w 1880 roku fabrykę majoliki w Nieborowie, w którą włożył całą swoją duszę artysty i znaczne środki. Fabryka wyrabiała artystyczne kaffe, naczynia zbytkowne, jak: wazy, wielkie talerze z portretami polskich królów, wielkich mężów i z widokami dawnych rezydencji, naśladowując wyroby francuskie w Nevers i Rouen lub włoskie z epoki odrodzenia. Pierwszym dyrektorem był St. Thiele, który tu przyszedł z fabryki Ćmielowskiej. Modelowaniem zajmował się rzeźbiarz Sławomir Celiński, malował obok innych sam książę. W 1892 r. fabryka została zwinięta. Nieborów, to ostatnia karta w dziejach dawnej ceramiki polskiej, której obraz rozwoju w części swej retrospektywnej starała się przedstawić Wystawa Ceramiki w 1927 roku, urządzona przez Muzeum Rzemiosł i Sztuki Stosowanej w Warszawie.

Iza Czajkowska.

PRZYPISEK. ¹⁾ Praca ta była umieszczona w jubileuszowym tomie pisma: „Transactions of the Ceramic Society” 1930 r. z powodu 200 rocznicy urodzenia I. Wedgwood'a. * ²⁾ „Faenza” Bolletino del Museo Internazionale delle Ceramiche in Faenza. * ³⁾ Mylne wiadomości o francuskim pochodzeniu rodu de Mezerów, który rzekomo otrzymał indygenat za Stanisława Augusta, obala dokument heroldyjny, posiadany przez autorkę.

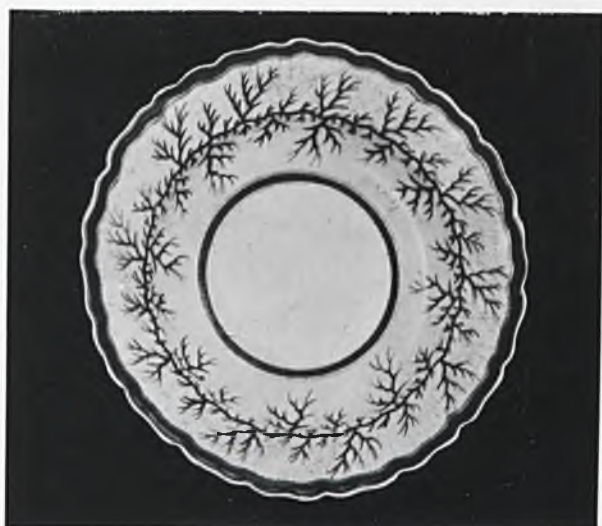


1. Korzec.



2. Wolff.

3. Belweder.



4. Korzec (model Derby).



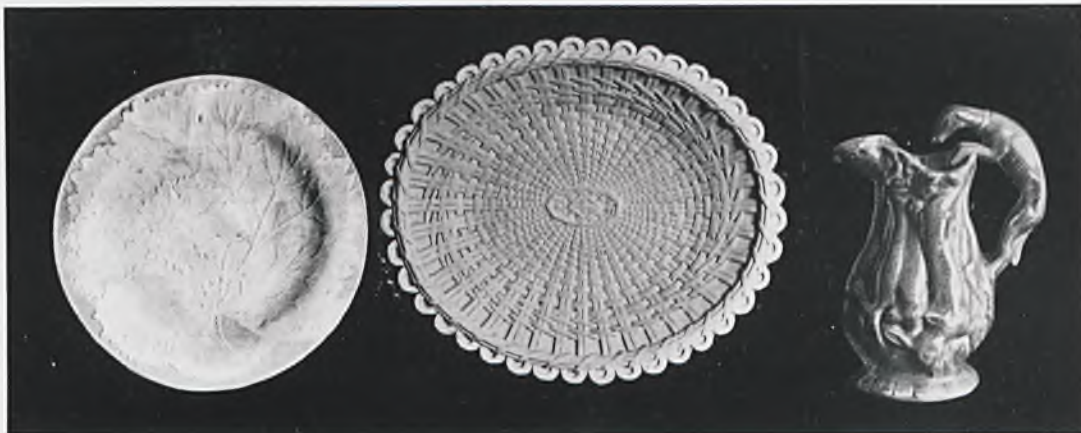
5. Korzec.



6. Baranówka (malowane srebrem).



7. Sławsk.



8. Rytwiany.

9. Rytwiany.

10. Lubartów.



11. Ćmielów.



12. Barnówka.



13. Lubartów.



14. Sławsk.

Ś. P. JAN KAUZIK 1860-1930. Dnia 18 września b. r. zakończył nagle życie ś. p. Jan Kauzik, artysta malarz, znany długoletni pedagog w dziedzinie rysunku i malarstwa, nadto kustosz Muzeum Narodowego w Warszawie.

Zmarły urodził się w Warszawie w roku 1860. Po ukończeniu warszawskiej szkoły rysunkowej, pod kierunkiem prof. Aleksandra Kamińskiego i prof. Wojciecha Gersona, odbywał studia w monachijskiej akademii sztuk pięknych, pod kierunkiem prof. Wagnera.

Obok prac malarskich poważną część swego życia poświęcił pracy pedagogicznej. Prace te prowadził bez przerwy od r. 1885 do dnia zgonu, t. j. 45 lat, jako profesor warszawskiej szkoły rysunkowej. Znaczną część swego życia poświęcił ś. p. Jan Kauzik pracy dla Muzeum polskiego.

Współ z egzекutorami testamentu ś. p. Cyprjana Lachnickiego, jako kustosz jego galerii, podejmuje starania o przekazanie m. st. Warszawie galerii obrazów mistrzów, utworzonej w Warszawie przez Karnickiego w latach sześćdziesiątych zeszłego stulecia, a przejętej przez rząd rosyjski, oraz starania o połączenie jej z galerią ś. p. C. Lachnickiego.

Ś. p. Janowi Kauzikowi zawdzięcza Warszawa, że te cenne zbiory, oraz galeria ś. p. Lachnickiego, nie zostały ewakuowane do Rosji, mimo rozkazu władz rosyjskich. Mając powierzone sobie wówczas kierownictwo rządowego Muzeum, nie zezwolił na wywiezienie z Warszawy dzieł sztuki, które w przyszłości miały stanowić własność m. st. Warszawy. Galerje te obecnie stanowią jedną z zasadniczych części obecnego Muzeum Narodowego.

WYSTAWY KRAJOWE I ZAGRANICZNE.

GDYNIA. Pod nazwą „Stara Gdynia“ otwarto wystawę starodawnej kultury kaszubskiej, która obok eksponatów historyczno-kulturalnych, dzieł sztuki z zakresu malarstwa, rzeźby, literatury oraz wyrobów ludowych zawiera przedmioty, dotyczące przeszłości Gdyni jako wioski rybackiej.

KATOWICE. W październiku otwarto staraniem firmy „Sztuka Huculska“ wystawę sztuki zdobniczej huculskiej, jak: kilimów, ceramiki, haftów i t. p.

LUBLIN. W pierwszych dniach grudnia zorganizowano wystawę kilimów i drobnych wyrobów huculskich. Wystawę urządzono w sali Rady miejskiej.

LWÓW. W Muzeum Przemysłowem urządzono w grudniu b. r. wystawę kilimów.

ŁÓDŹ. Staraniem tamtejszego Towarzystwa Bibliofilów, a w szczególności jego prezesa Przeclawa Smolika urządzono w grudniu wystawę współczesnej książki pięknej i grafiki.

POZNAŃ: ZAMKNIĘCIE MIĘDZYNARODOWEJ WYSTAWY KOMUNIKACJI I TURYSTYKI. 10 sierpnia o godzinie 12, w hali wieży górnośląskiej, minister komunikacji, inż. Alfons Kühn w obecności prezydenta miasta Poznania, p. Cyryla Ratajskiego, zastępcy wojewody oraz członków dyrekcji wystawy z prof. Roppem na czele, dokonał uroczystego zamknięcia międzynarodowej wystawy komunikacji i turystyki. Pierwszy wygłosił przemówienie prezydent C. Ratajski, dziękując protektorom wystawy i p. ministrowi Kühnowi za współudział w organizowaniu, która, mimo ciężkiego kryzysu gospodarczego, spełniła doniosłe zadanie, zapoznając szeroki ogół z polską wytwórczością. Następnie prze-

mawiał minister Kühn, zaznaczając, że dzięki wytrwałej pracy dyrekcji wystawa w okresie stosunkowo krótkim została świetnie zorganizowana, wykazując, iż przemysł nasz stoi na wysokości zadania, nie ustępując przemysłom państw zagranicznych. Opierając się na opiniach członków rządów zagranicznych, mówi minister Kühn, możemy stwierdzić, iż Polska wystawiając swą produkcję, zdała egzamin. Po złożeniu serdecznej gratulacji prezesowi wystawy, p. C. Ratajskiemu, minister Kühn odczytał wykaz ministerjów państw obcych, którym na wystawie nadano wielką nagrodę „Grand Prix“. Wymienioną nagrodę otrzymały między innymi następujące państwa: Austria, Belgja, Bułgaria, Czechosłowacja, Danja, Finlandja, Holandia, Włochy, Jugosławja, Rumunja, Szwajcaria, Szwecja i Węgry. Ponadto wielką nagrodę otrzymały firmy krajowe, między in. Cegielski, Zieleniewski, Zakłady Ostrowieckie, Lilpop, Rau i Loewenstein, Fabryka Lokomotyw w Chrzanowie, Fabryka Parowozów, Górnośląskie Huty Królewska i Laura. Ogółem wielką nagrodę „Grand Prix“ otrzymało 55 firm krajowych i zagranicznych. Dyplom honorowy otrzymało 19 firm, medali srebrnych 22, medali brązowych 10 firm. Po odczytaniu nagród państwowych dyrektor naczelny wystawy, prof. Ropp, odczytał spis wystawców, którzy otrzymali listy pochwalne. Ogółem listów pochwalnych otrzymało 229 wystawców tak krajowych, jak i zagranicznych.

WILNO. W związku z targami północnemi urządzono wystawę sztuki ludowej. Obok wyrobów i strojów polskich z różnych okolic kraju, wystąpiła na wystawie bardzo pokaźnie Estonja.

AMERYKA. Wystawę prac dekoracyjnych artystów polskich, pracujących w zakładach graficznych Straszewiczów, zorganizowano w Nowym Jorku, przy pomocy polsko-amerykańskiej izby handlowej.

BELGJA: STAŁA POLSKA WYSTAWA W BRUKSELI. Zamknięcie wystaw międzynarodowych w Leodjum i Antwerpii nastąpiło 3 listopada b. r. W dniu tym rozpoczęła się likwidacja pawilonów polskich na tych wystawach.

Część eksponatów pozostanie w Belgji, szczególnie eksponaty z działu turystycznego. Komisarz rządowy do spraw wystaw polskich w Belgji, p. Bertoni, wysunął projekt, aby eksponaty z działu turystycznego, zebrane dużym trudem i kosztem przez referat turystyki ministerstwa robót publicznych, nie wracały do kraju, lecz pozostały na stałe w Belgji, gdzie mogą oddać trwałe usługi sprawie turystycznej propagandy Polski. Istnieje w Brukseli Instytut p. n. „Palais mondiale“, który ma sporo miejsca dla stałych wystaw poszczególnych krajów. Polska była dotychczas bardzo słabo reprezentowana w tym Instytucie. Tylko część eksponatów, które nie nadawałyby się do „Palais mondiale“ będzie odesłana do kraju.

FRANCJA: WIELKA POLSKA WYSTAWA HISTORYCZNA W PARYŻU. Rząd polski (Ministerstwo Spraw zagranicznych w porozumieniu z Ministerstwem Spraw Wojskowych i Ministerstwem W. R. i O. P.), korzystając z lokalu, użyczonego Polsee przez rząd francuski w „Jeu de Paume“ w Paryżu, zorganizował tam w listopadzie b. r. wielką i oryginalnie pomyślaną wystawę historyczną „1830 — 1920 — 1930“. Wystawa ta ma uzmysłowić w plastyczny sposób syntezę dziejów Polski w okresie 100 lat od 1830 do 1930, podkreślając jej bujne życie kulturalne i ogromne zasługi, jakie Polska położyła na polu kształtowania się myśli politycznej i spo-

lecznej w Europie. Wystawa ma dowieść, że minione stulecie nie było okresem biernego znoszenia obcej przemocy, lecz dobą wielkiej ekspansji ducha polskiego.

Wśród eksponatów na wystawie znajdują się mapy, trzy objekty plastyczne (pierwszy, bogactwa naturalne Polski, drugi, wzrost ludności Polski z 8 milj. w roku 1830 do 32 milj. obecnie, trzeci, emigracja polska), dzieła sztuki (współczesne malarstwo) oraz polska sztuka ludowa. Jedną z sal poświęcono specjalnie polskim pejzażom i typom oraz polskiej sztuce ludowej.

JAPONJA: WYSTAWA GRAFIKI POLSKIEJ W TOKJO. W Tokio odbyła się wystawa współczesnej grafiki polskiej. Wystawa ta, urządzona z inicjatywy R. P. w Tokio, zrealizowana została przy pomocy Towarzystwa szerzenia sztuki polskiej wśród obcych. Nadesłano 94 prace, czterestu artystów polskich (E. Bartłomiejczyk, W. Borowski, M. Duninówna, W. Goryńska, J. Konarska, B. Krasnodębska, T. Kulisiewicz, W. Lam, J. Pankiewicz, F. Siedlecki, W. Skoczylas, W. Wąsowicz, W. Weiss, J. Wojnarski). Wystawa mieściła się w galerji Mitsukoshi.

WĘGRY. W Budapeszcie otwarto Międzynarodową wystawę architektoniczną z udziałem 21 państw. Projekty polskie umieszczone w specjalnej sekcji, krytyka przyjęła życzliwie, podnosząc miłą niespodziankę, jaką zgotowała nowoczesna sztuka budowlana Polski.

KONKURSY.

KONKURS KOMITETU OBCHODU IMIENIA MARSZAŁKA JÓZEFA PIŁSUDSKIEGO. Przedmiotem konkursu ma być odbitka z drzeworytu lub litografji, przedstawiająca postać Józefa Piłsudskiego lub scenę z jego życia. Celem konkursu jest uzyskanie prac graficznych, które nadawałyby się do powielania jako obrazy ścienne.

Na konkurs mogą być nadsyłane wyłącznie prace dotąd niewystawiane i niepublikowane.

Wykonanie może być jednobarwne lub wielobarwne, lecz w tym wypadku ilość kolorów ogranicza się do czterech. Rozmiar plansz: krótszy bok nie mniejszy, jak 20 cm., dłuższy nie większy, jak 50 cm.

Prace, opatrzone godłem wraz z kopertami, zawierającymi imię i nazwisko autora, nadsyłać należy pod adresem: Warszawa, Stare Miasto 32, Komitet Obchodu Imienia Marszałka Józefa Piłsudskiego, najpóźniej do dnia 1 lutego 1931 roku.

Nagrody: I. 3000 zł., II. 2000 zł., III. 1000 zł., i dwa zakupy po 500 zł.

Odbitki nagrodzone stają się własnością Komitetu; prawo wyłącznego odbijania z prac wybranych do powielania może Komitet nabyć za sumę 3000 zł.

Sąd konkursowy stanowią przedstawiciele: 1 Departamentu Sztuki Ministerstwa Wyznań Religijnych i Oświecenia Publicznego, 1 Szkoły Sztuk Pięknych w Warszawie, 1 Instytutu Propagandy Sztuki.

LUBLIN: KONKURS WYSTAW SKLEPOWYCH. Z okazji Tygodnia Ligi Samowystarczalności Gospodarczej urządzono w Lublinie konkurs wystaw sklepowych. Do konkursu zgłosiło się 26 firm. Sąd konkursowy postanowił wyróżnić 5 następujących firm: Wystawy magazynów bławatnych pp. Z. Rüdiger, Czastkowski, A. Czapski, wystawę sklepu z materiałami piśmiennymi Braci Kestenberga, wreszcie wystawę magazynu bławatnego p. Rudnikowski.

NAGRODZONE PLAKATY 100-LECIA POWSTANIA LISTOPADOWEGO. W wyniku konkursu na plakat 100-lecia Powstania Listopadowego jury przyznało pierwszą nagrodę spółce wykonawców Breylow-Surallo i Tadeuszowi Kryszakowi (2.000 zł.), drugą F. Konarskiemu (1.500 zł.), trzecią S. Manteufłowi (1.000 zł.), czwartą M. Bartłomiejczykowi (700 zł.).

ROZSTRZYGNĘCIE KONKURSU NA MEDAL PAMIĄTKOWY POWSTANIA LISTOPADOWEGO. Sąd konkursowy na medal i żeton pamiątkowy 100-letniej rocznicy powstania listopadowego przyznał pierwszą nagrodę pracy, oznaczonej godłem „Listopad“, drugą „Nike“, trzecią „Do opracowania“.

Autorem pracy pod godłem „Listopad“ jest p. Stanisław Repeta z Poznania. Druga nagroda przypadła p. Marji Gorełówny z Warszawy, trzecia p. Józefowi Proszowskiemu z Warszawy. Wszystkie te projekty dotyczą medala pamiątkowego. Konkurs na żeton zawiódł zupełnie, wobec czego sąd konkursowy zakwalifikował projekt „Nike“ do wykonania w formie żetonu.

* * *

OCHRONA PRZEMYSŁU LUDOWEGO. Ciekawą notatkę podaje Kurjer Warszawski. Do miast przybywają wieśniacy, sprzedający kilimki, płótno, krośniaki, materiały łowickie i sieradzkie, rzeźby drzewne, wycinanki, koronki i hafty wyrobu ludowego. Stwierdzono jednak, że wieśniacy często nie sprzedają oryginałów, lecz zaopatrują się w doskonale podrobione sposobem maszynowym towary łódzkie, czy zagraniczne. Ministerstwo oświaty znowu występuje z projektem w sprawie wprowadzenia cech dla towarów przemysłu ludowego. Każdy przedmiot ręcznie wytworzony uzyskałby specjalną cechę urzędową, której podrobienie groziłoby kryminalną odpowiedzialnością. Taka ochrona przemysłu ludowego jest zastosowana w Holandji.



✱ ✱ ✱ ✱ ✱ KSIĄŻKI I CZASOPISMA. ✱ ✱ ✱ ✱ ✱

TADEUSZ SEWERYN: PARZENICE GÓRALSKIE. Wydawnictwo Muzeum Etnograficznego w Krakowie Nr. 2, 1930. W przeciwieństwie do prac o charakterze opisowym, dających zazwyczaj suchy materiał ilustracyjny i pewne szablonowe określenia form, a nawet i wymiary przedmiotów, spotykamy w dziele dra Se-

weryna o parzenicach góralskich, żywszą metodę ujęcia o szerszym horyzoncie. Analiza porównawcza i z niej płynące wnioski wprowadzają autora na teren szerszy, w którym żyje pełnią swobody i dociekań. Wiele do swobodnego obcowania z tematem przyczynia się znajomość technologicznych właściwości materiału, wyczu-

artystyczne form plastycznych i ornamentu, techniki robót, a przede wszystkim szerszy zakres wiedzy historycznej i ludoznawczej. Rzecz napisana żywo i barwnie, poparta jest dużą ilością doskonałych ilustracji kolorowych, które autor własnoręcznie wyprawił z konstrukcyjną logiką ornamentu jaki wytwarza parzenica.

ANT. VACLAVIK: LUHAČOVSKÉ ZALESÍ W LUHAČOVICICH 1930. Książka o ciężarze i objętości mszału. Rozdziałów 14. Tekst wraz z rycinami rozmieszczony na 1040 stronicach. Ilustracji 300. Są to ryciny offsetowe, trójbarwne, kreskowe, siatkowe i t. d., wykonane w praskiej firmie graficznej „Unia“. Streszczenia w języku francuskim, angielskim i niemieckim. Nakładem Muzejni Společnosti w Luhaczowicach.

Przedmiotem tego pojemnego opracowania jest znany ze źródeł leczniczych i pięknego położenia region Luhaczowic, leżący we wschodnich Morawach na granicy trzech szczerpów: Hanaków, morawskich Wałachów, dziś rolników, a dawniej górskich pasterzów owiec, a wreszcie morawskich Słowaków. Autor, znany z opracowania zachodniej Słowaczyny (Podunajská dedina v Československu 1925), zajął się obecnie terenem, który można uważać za dopełnienie kultury Słowaczyny nam bliższej, a mianowicie od Liptowa, św. Mikuláša i Turcz. Marcina. Książka o Luhaczowskim Zalesiu nie jest jednak pracą wyłącznie etnograficzną, ani historią kultury ludności tej ziemi, lecz pracą o charakterze regionalnym, krajoznawczym, dokonaną zbiorowo. O archeologicznych znaleziskach pisze dr. I. L. Cervinka, zarys historyczny podaje L. Hošák, pieśni opracował J. Cerník, szkolnictwo J. Krystynek i J. Zatloukal, stosunki zdrojowiskowe i klimatyczne dr. J. Mrkos. Zbiorowy wysiłek złożył się również na dział ilustracyjny, w którym figurują artyści malarze: Ferd. Duša, J. Uprka, Fr. Ondrušek, St. Lolek, J. Jaronek, Fr. Hlavica, Fr. Rečinka, Zofie Sanova, J. Kaplický, a przede wszystkim utalentowana artystka Marie Vořechova-Vývodova oraz architekci Fr. Faulhamr i Vikt. Sulc. Sam autor opracował jednak lwią część książki, poświęconą typom wsi, budownictwu, fizycznemu charakterowi ludu, pokarmom, napojom, strojom, obyczajom, przemysłowi i sztuce ludowej, lecznictwu, obrzędowi i t. p. Są to materiały, gromadzone w niezmiernych badaniach terenowych od niespełna 20 lat. Przewodnikiem była autorowi jego matka, skarbnica tradycji i żywa kronika dawnych lat, a oddaną pomocnicą, żoną. Wytrwałość w tem regionalnym zbieractwie czerpał autor „z lásky k vlastnému rodnému kraju už od dětstva“. Ten uczuciowy, nie pozbawiony cech liryzmu, pierwiastek kieruje nim zawsze. Najwidoczniej rys ten przebiega się w ustępie o obróbce konopi, których opis uprawy i technologii przeplatają odnośne pieśni, obrzędy i zwyczaje, a nad tem oryginalnym połączeniem materialnej i duchowej strony przedmiotu unosi się poezja znakomitych ilustracji pełnej temperamenti artystki Vořechovej-Vývodovej.

„Zalesie“ nie przedstawia zwartej jednostki ani pod względem antropologicznym, ani społecznym, ani kulturalnym. Najsilniej zaznaczył się tu wpływ pasterskich Wałachów rumuńskiego pochodzenia, których obecność w tych stronach, stwierdzana historycznie, przypada na XVI. i XVII. w. W ciągu swych długich wędrówek pastwiskami Karpat tracili ci półnomadowie wiele ze swej odrębności i łatwo stąpiali się z miejscową ludnością. Do wpływów wałaskich należą dawne stroje Zalesian, sięgające aż do doliny rzeki Morawy; wałaskiego pochodzenia są również pojęcia Zalesian o higienie, lecznictwie, przesady, wiadomości ze świata roślinnego, tańce, pieśni, instrumenty muzyczne, ludowe formy sukiennictwa, odlewnictwa metali, garncarstwa, przemysłu drzewnego i t. p. W tych dziedzinach kultury Zalesian odnajdujemy

wiele analogii do form na naszej Orawie i wogóle góralszczyźnie. Natomiast przeważający typ kształtu wsi (obustronna ulicówka), budowa domów drewnianych na kamiennej podmurówce i przeważające domy z kamienia lub ubitej gliny, czteroszpadowe domy z pięterkiem, otoczonem galerijką, ganki, malowidła ścian, pochodzą z morawskiej Słowaczyny. Formy słowackie nowsze zaczynają przeważać koło połowy XIX w. Rozgraniczenie tych wpływów jest główną wartością ogólną tej monograficznej pracy. W hogoactwie regionalnego materiału, naogół znanego, znajdujemy wiele ciekawych szczegółów, osobliwie z dziedziny sztuki ludowej, tematu najwięcej umiłowanego przez autora. Należą tu nigdzie dotychczas w Czechosłowacji nie notowane wycinanki (vyst iho-vanky), które autor odnalazł w Kaniowicach, Hřiv, Ujeździe, Doubravach i Březówkach, należą tu wiadomości o rzadkich w tym kraju drzeworytach ludowych (jeden, barwiony, wedle ludowego mniemania, krwią, znaleziony był na wieku malowanej trumny „babjénky Karoliny Bačve“ w Podhradzie, str. 469), stwierdzenie zależności rozwoju lokalnego, ludowego malowania na szkłe od składów szkła w Powlarczach i szklarni w Zdanicach, trafne przedstawienie ewolucji haftów od najdawniejszych, geometrycznych, wałaskich do roślinnych i wielobarwnych morawsko-słowackich i również ciekawe, choć nader skromne materiały z dziedziny, którą autor nazwał „zlidovela umelecká řemesla“, zaliczające doń garncarstwo, farbiarstwo, piernikarstwo, woskarstwo, guzikarstwo, szmuklerstwo, wytłaczanie w skórze, cyzelerstwo, kamieniarstwo i druk na tkaninach przy pomocy drewnianych lub metalowych form.

Książka, jak za tem jej luksusowa forma zewnętrzna przemawia, ma charakter reprezentacyjny i propagandowy. Jako zbiór encyklopedycznych wiadomości o wartościach regionalnych jest jedyną w swym rodzaju, choć naśladowców prawdopodobnie mieć nie będzie. Václavik jest na morawskiej Słowaczynie wzorem regionalnego pracownika i jak widać, dobrym organizatorem pracy regionalnej. Ponad zagadnienia natury ogólnej stawia poznanie własnego kraju, ukończonego nadewszystko. Praca ta jest dlań potrzebą serca.

Dr. Tadeusz Seweryn.

„ARCHITEKTURA I BUDOWNICTWO“ Nr. 11 1930. E. Norwerth: Centralny Instytut Wychowania na Bielanach w Warszawie. M. J. Dudryk: Budowa Centralnego Instytutu wychowania fizycznego na Bielanach. E. Norwerth: Budownictwo sportowe w Niemczech.

Nr. 12. 1930. Budynek drukarni gazetowej i biur Sp. Akc. „Prasa Polska“ w Warszawie. H. Jasiński: Parę uwag o wynikach konkursu M. R. P. na typy małych mieszkań. Meble z rur stalowych.

„GAZETA MALARSKA“ Nr. 10. Październik 1930, podaje artykuły: H. Majkowski: O witrażach i witrażownictwie. J. Jańczak: O imitacji marmuru. Dr. L. Rządkowski: Łuszczenie się farby.

Nr. 11. Listopad 1930. St. Kwissa: Pozłotnictwo. H. Majkowski: Malowana porcelana Janiny Pawlikowskiej-Wójcikowej.

Nr. 12. Grudzień 1930. O kleju malarskim i zastąpieniu dotychczas używanych gatunków produktami pochodzenia roślinnego (z krochmalu ziemniaczanego). W dodatku „Barwa i Rysunek“ W. M.: Andrzej Tomiański, a sztuka. M. Pawełek: Technika zdobnictwa ceramicznego.

„GAZETA PRZEMYSŁOWO-RZEMIEŚLNICZA“ Nr. 23 z dnia 15 grudnia 1930. E. Dębowski: Rzemiosło na przelomie. Z Muzeum Rzemiosł i Sztuki Stosowanej w Warszawie.

„GRAFIKA“ Zeszyt 1, 1930. Czasopismo ujmujące wszystkie zagadnienia techniki i sztuki typograficznej z wzorowemi przykładami ilustracyjnymi.

„KOBIEȚA WSPÓŁCZESNA“ Nr. 48. Ceramika zdobnicza — Garncearstwo ludowe, napisała Jankowska-OryŹnyŹna.

„KUPIEC“ Nr. 50 z dnia 13 grudnia 1930 roku. P.: Z taktyki propagandowej w sezonie przedgwiadzkowym. L. P.: Na tle konsolidacji polskiego przemysłu zabawkarskiego. Ogólno polski Związek Przemysłu i Handlu gałęzi papierniczo-piśmienniczej skupia swe szeregi.

„KURJER ŁÓDZKI“ z listopada zamieszcza artykuł „O stanie przemysłu ludowego w Polsce“ nawołujący o reformę wytwórczości ludowej.

„POLSKA GAZETA INTROLIGATORSKA“ Nr. 12. Grudzień 1930. Z epoki cechów introligatorskich. A. Semkowicz: Oprawa ksiązek (c. d. n.). Esha: O konserwowaniu i restaurowaniu ksiąg (dokończ. n.). Złocenie artystyczne opraw całokórkowych.

„PRZEGLĄD GRAFICZNY WYDAWNICZY I PAPIERNICZY“ Nr. 51, z dnia 17 grudnia 1930 roku. O angielskim drukarstwie i przemyśle wydawniczym. Biblioteka „St Bride Institute“. Szkoła pięknej ksiązki w Paryżu. Międzynarodowy Trybunał dziennikarski.

Nr. 53, z grudnia 1930. O angielskim drukarstwie i przemyśle wydawniczym. Grafika w świetle sztuki, (dokoń.). W sprawie sieci bibliotek publicznych.

„SZTUKA ZŁOTNICZA, ZEGARMISTRZOWSKA, JUBILERSKA I RYTOWNICZA“ Nr. 10. Grudzień 1930. Zbiory muzealne zegarów we Wiedniu. Jaka biżuterja jest i będzie modną? Z warsztatu: Matowanie przedmiotów pozłacanych; oczyszczanie srebra; farbowanie mosiądzu i miedzi. Sytuacja w niemieckim przemyśle zegarmistrzowskim.

„ZIEMIA“ Nr. 15/18. Sierpień-Wrzesień 1930. Cały zeszyt poświęcono muzealnictwie.

Nr. 24. Grudzień 1930. W. Dohrowolska: Pamiątki polskie w Padwie. A. Chmielowiec: Angers. M. Szachówna: Jak powstał pierwszy park natury?

„ZIEMIA LUBELSKA“. W numerze listopadowym załączono dodatek literacki poświęcony lubelskiej sztuce ludowej. Większość artykułów wyszła z pod pióra Juljusza Kota, znanego krytyka i miłośnika sztuki.

„ARCHIV FÜR BUCHGEWERBE UND GEBRAUCHSGRAPHIK“ Nr. 10, 1930. K. Rosner: Freie Graphik in Ungarn. Julius von Végh: Ungarische Einbandkunst. E. Kner-Gyoma: Ungar Buch und Reklamegraphik. K. Rosner: Das moderne Plakat in Ungarn. W. Wanko: Der Buchgewerbliche Fachunterricht.

„DIE BAU UND WERK KUNST“ Nr. 1. Oktober 1930. F. Judtman, Egon Riss: Wohnhausbau der Gemeinde Wien. J. Backhausen & Söhne: Möbelstoffe. H. Koch: Moderne Lichtreklame im Verkaufsraum.

Nr. 2. November 1930. Julius Schulte: Seine letzten Werke. V. Reiter: Wohnhausanlage der Gemeinde Wien.

„DEUTSCHE KUNST UND DEKORATION“ Nr. 1. Oktober 1930. Dr. F. Nemitz: Kunst und Handwerk. E. Zimmermann: Ein neues Porzellan Werk von Paul Scheurich.

Nr. 2. November 1930. Studien und Arbeitszimmer Arbeiten von Le Corbusier von Jeanneret und Ch. Perriand. Dr. A. S.: Eine Mansarde von Fritz Gross, Wien. Dr. H. von Ankwitz: Entwürfe für Druckstoffe und Tapeten.

Nr. 3. Dezember 1930. H. R.: Arbeiten der Porzellan-Manufaktur, Berlin. G. W. Pechmann: Töpfereien von Auguste Papendiek.

„GEBRAUCHSGRAPHIK“ Nr. 10. Oktober 1930. H. K. Frenzel: Valentin Zietara. H. K. Frenzel: Fritz Rosen (Atelier prof. Bernhard). Andreas Niessen: Hans Zozmann und Werner Brand. H. K. Frenzel: Hauptversammlung des Deutschen Reklameverbandes E. V. von 27/VIII. - 29/VIII. 1930. in Königsberg (Preussen).

Nr. 11. November 1930. K. Rosner: Ungarische Packungen. G. Lenning: Die Modereklame.

„INNEN DEKORATION“ Nr. 10. Oktober 1930. H. Geron: Psychologie und Wohnkunde. Numer powyższy zawiera ilustracje mebli i wnętrz architekta Pawła László, ze Sztuttgardu.

Nr. 11. November 1930. M. Eisler: Werkstätten „Haus und Garten“ in Wien. Neue Arbeiten von prof. Dr. Jos. Frank und Dr. O. Wlach. H. Eulenberg: Der runde und der viereckige Tisch.

„MODERNE BAUFORMEN“ Nr. 10. Oktober 1930. Dr. W. Kästner: Paul Griesser-Bielefeld; Kombinierte Räume. Wohnzimmer, Esszimmer und Schlafräume für den W. K. Verband. I-e Reihe. M. Eisler: Dr. I. Frank und Dr. O. Wlach. (Haus und Garten), Wien. Neue Bauten und Innenräume.

Nr. 11. November 1930. Paul Griesser: Kombinierte Räume. K. Wach und H. Rosskotten, Düsseldorf: Wohnhaus am Zürichsee und Industriebauten.

Nr. 12. Dezember 1930. Fritz Gross, Wien: Wohnräume. Henri Pacon, Paris: Der neue Bahnhof Montparnasse in Paris. Otto Zollinger, Saarbrücken: Strandbad in Verey.

„WASMUTHS MONATSFESTE BAUKUNST UND STÄDTEBAU“ Nr. 10. Oktober 1930. Die Architekturausstellung im Folkwang Museum zu Essen.

Nr. 11. November 1930. H. J. Zechlin: Tschechoslowakische Baukunst. St. Sebastians Kirche in München. Architekten. O. O. Kurz und E. Herbert, München. Neue Bauten in Prag, von O. Schürer, Prag.

„DAS WERK“ Nr. 10. Oktober 1930. P. M. Gobelins von Johanna Schütz-Wolff. Prof. H. Bernoulli: Ausstellungs-Siedlung Eg'isee der Woba Basel. Eine Ausstellung des Tschechoslowakischen Werkbundes in Genf.

Nr. 11. November 1930. P. M. Geschäftshäuser und Bureaubauten. Dr. R. Bernoulli: Der St. Galler Kunstverkauf. Vorbemerkung über „Einblattdrucke“. Wiener kommunale Bauten.

Nr. 12. Dezember 1930. Die Sammlung Ulrico Hoepli: Artikel traktuje o dziełach liturgicznych zawierających inicjały od XII do XVI wieku. P. Meyer: Anmerkungen über Ornamente. O włoskich miniaturach i ornamentyce starych dzieł włoskich.

„L'AMOUR DE L'ART“ Nr. 10. Octobre 1930. A. Cingria: La renaissance de l'art religieux en Suisse romande. A. Basler: Le probleme de la forme depuis Cesanne.

Nr. 11. Novembre 1930. P. V. M.: Les Arts anciens de l'Afrique Noire. R. Cogniat: Une saison de décoration théatrale à Paris.

„ART ET DÉCORATION“ Nr. 10. Octobre 1930. A. Salomon: de l'eclairage. M. Terrier: Les tapisseries d'Hilda Polsterer.

Nr. 11. Novembre 1930. J. Porcher: Une villa de F. P. Jourdain.

W dziale „Echa z Francji“ dowiadujemy się, że Urząd międzynarodowy Muzeów zorganizował służbę radio-

foniczną celem zaopatrzenia konserwatorów w środki propagandy dla komunikatów, konferencji i odczytów.

O wystawach w Paryżu: 1) W Muzeum „Pomarańczarnia“ była otwarta do dnia 20 listopada b. r. wystawa sztuki wschodniej: Syrii, Iraku i Persji. 2) W Muzeum sztuk dekoracyjnych „Pavillon Marsan“ od 6 XI. — 24 XII. b. r. wystawa aeronautyki i sztuki.

„ART ET INDUSTRIE“, Octobre 1930. Jardins de Paris. J. du Bercel: Pour les chambres d'enfants. Dessins de René Burel. Les tapis de V. Boberman.

Nr. 11. Novembre 1930. Panneau décoratif par Weclawowicz. Un immeuble à Auteuil par H. Sauvage. Au salon de l'automobile. Gravures sur bois de C. Le Breton.

Nr. 12. Decembre 1930. Deux salons. Le salon de l'aéronautique et l'art. Léon Schulz, illustrateur, graveur sur bois.

„COMMERCIAL ART“ Nr. 10. October 1930. Poleca reklamowe artykuły ilustrowane: French publicity de Luxe. An outstanding Campaign, the English Style in Advertising. Luminous publicity, criticisms and suggestions by Howard Robertson, the well known architect.

Nr. 11. November 1930. Zamieszcza reklamowe artykuły ilustrowane: J. C. Moreux: Shop Architecture

as an Aid to Selling. R. H. Wileński: Exotic Sculpture and Modern Display.

Nr. 12. December 1930. Poleca reklamowe artykuły ilustrowane: D. W. Last: Posters that reach their mark. World ideas in Posters and Press Advertising. J. Harrison: Modern materials demand modern methods.

„THE STUDIO“ Nr. 10. October 1930. G. Mourcy: Moulded architecture the work of the Perret Brothers. I. B. Gorham: Comfort, convenience, colour; the designs of Kem Weber.

Nr. 11. November 1930. Fr. Jourdain: The first salon of the Union des artistes modernes at the Pavillon Marsan, Paris. E. T. Stiger: William Edwin Rudge, publisher and printer of fine books. G. Crette: Designs in hand-tooled book-bindings.

Nr. 12. December 1930. C. G. Holme: Frank Brangwyn designs for British industry. A. S. Levetus: The space saving furniture of Franz Singer.

„MODERN PUBLICITY“ 1930. Commercial Art Annual. Edited by F. A. Mercer and W. Gaunt. Published by „The Studio“. Wydawnictwo przedstawia sztukę plakatów i ogłoszeń ilustrowanych we Francji, w Anglii, w Niemczech i w Ameryce.



NAJNOWSZE WYDAWNICTWA
MIEJSKIEGO MUZEUM PRZEMYSŁOWEGO
IM. DRA ADRJANA BARANIECKIEGO W KRAKOWIE, UL. SMOLEŃSKA 9.

KAROL HOMOLACS
BUDOWA ORNAMENTU I HARMONJA BARW
DYDAKTYKA ZDOBNICTWA.
KRAKÓW 1930. CENA 35 ZŁ.

KAROL HOMOLACS
STUDJUM FORMY, BARWY I ŚWIATŁA
DYDAKTYKA OBRAZOWANIA NATURY.
KRAKÓW 1929. CENA 15 ZŁ.

KAROL HOMOLACS
PODRĘCZNIK DO INTROLIGATORSKIEGO
ZDOBNICTWA STEMPLOWEGO
KRAKÓW 1927. CENA 5 ZŁ.

M. PADECHOWICZ
DREWNO W PRZEMYSŁE, RĘKODZIELE
I GOSPODARSTWIE DOMOWEM
CZEŚĆ I. OPIS MATERJAŁÓW. CZEŚĆ II. PRÓBKI DRZEW.
CENA 10 ZŁ.

Należytość można wpłacać czekiem P. K. O. Kraków Nr. 406.512
KSIĘGARNIOM TYLKO ZA GOTÓWKĘ Z 30% RABATEM.
Zamówienie przyjmuje i wysyła na żądanie za pobraniem pocztowym Dyrekja
Miejskiego Muzeum Przemysłowego w Krakowie, ul. Smoleńska 9. Tel. 11339.