

Krystyna Kulig-Janarek

Muzeum Narodowe w Krakowie

Od spraw narodowych do uciech doczesnych, czyli o galicyjskich „swojskich” drukach użytkowych z początku XX wieku

W bogatej literaturze poświęconej sztuce Młodej Polski wielokrotnie i wielostronnie omawiano problematykę tematów i motywów ludowych, stanowiących charakterystyczny wyróżnik ówczesnej działalności artystycznej. Na marginesie tych rozważań wciąż jednak pozostają zagadnienia związane z funkcjonowaniem motywów o ludowej proveniencji, przekładanych na ornament, występujących w popularnych, wysokonakładowych drukach użytkowych przeznaczonych dla znacznie liczniejszych odbiorców niż krąg amatorów sztuki. Wydaje się to o tyle istotne, że obecność wspomnianych motywów, podobnie zresztą jak odwoływanie się do polskiej tradycji, miała służyć nie tylko sprawie narodowej kraju znajdującego się nadal pod zaborami, ale łączyła się również z jednym z etapów rozwoju wizualnej reklamy towarowej, która na początku wieku XX była na terenach polskich wciąż jeszcze mocno zapóźniona w stosunku do innych państw europejskich. To złożone zagadnienie można tylko w tym miejscu ledwie zasygnalizować (nie wchodząc w głębsze analizy i wartościowania), opierając się na przykładach w większości dotąd niepublikowanych zabytków z kolekcji Muzeum Narodowego w Krakowie.

Zanim jeszcze na dobre ucichły spory o „styl zakopiański”, dojrzewająca od schyłku XIX stulecia w środowisku polskich twórców idea odnowy sztuk użytkowych w oparciu o inspiracje sztuką i kulturą materialną polskiego ludu znalazła najpełniejszy wyraz w działalności założonego w Krakowie dnia 8 czerwca 1901 roku Towarzystwa „Polska Sztuka Stosowana” (TPSS). W jego skład, obok miłośników rzemiosła artystycznego, etnografów i historyków sztuki, weszło wielu ówczesnych najznakomitszych artystów polskich oraz postaci z kręgów nauki, kultury, arystokracji i kolekcjonerstwa¹. Wkrótce, jesienią 1901 roku, we Lwowie powstało ukierunkowane na sztukę użytkową

stowarzyszenie przemysłowo-artystyczne „Złoty Róg”, które – jak donoszono w „Gazecie Lwowskiej” – miało się zajmować „kupnem i sprzedażą lub pośrednictwem w zakresie sztuki stosowanej”². Wśród licznych kierunków aktywności towarzystwa krakowskiego ważne miejsce zajmowała sprawa modernizacji druku i drukarstwa oraz promowanie zdobnictwa ludowego jako podstawowej podniety do stworzenia nowej typografii³. Trzeba przy tym zaznaczyć, że od początku inicjatorzy nowo powstałego stowarzyszenia silnie podkreślali, iż sens owego projektowania leży w twórczym stosunku do sztuki ludowej, a nie w jej naśladownictwie⁴. Polskie rzemiosło ludowe – na przykładach pochodzących z prywatnych kolekcji, powiększających się zbiorów własnych oraz fotografii i artystycznej dokumentacji rysunkowej, malarskiej i graficznej sprzętów, tkanin, haftów, wycinanek i budownictwa – TPSS prezentowało we własnym piśmie⁵ redagowanym przez Jerzego Warchałowskiego i Edwarda Trojanowskiego, do którego okładki drogą wewnętrznych konkursów wykonali: Trojanowski, autor pierwszego biletu rocznego członka towarzystwa, Józef Czajkowski, Jan Bukowski, twórca drugiego biletu powielanego przez następnę

² Cyt. za: B. Tondos, *Styl zakopiański i zakopiańszczyzna*, Ossolineum, Wrocław 2004, s. 30.

³ Warto przypomnieć, że Stanisław Wyspiański, jeden z najważniejszych odnowicieli młodopolskiej typografii, był pierwszym spośród artystów książki, który – obok swych sławnych roślinnych ozdobników – jako winiet użył rysunków bezpośrednio inspirowanych ludowym haftem. Zob. L. Rydel, *Poezje*, wyd. 2, Księgarnia D. E. Friedleina, E. Wende, Warszawa 1901 (Nowa Drukarnia Jagiellońska, Kraków), s. 87–148.

⁴ Pisał o tym w artykule wyjaśniającym potrzebę funkcjonowania i program towarzystwa E. Trojanowski, *Sztuka i lud*, „Tygodnik Ilustrowany” 1902, nr 42, s. 826–827. Jeszcze szerzej, w ujęciu historycznym, idee TPSS (i program reorganizacji krakowskiego Muzeum Techniczno-Przemysłowego) przedstawił J. Warchałowski w broszurze *O sztuce stosowanej*, Towarzystwo „Polska Sztuka Stosowana”, Kraków 1904.

⁵ Bogato ilustrowane pismo ukazywało się od 1902 do 1912 r., zmieniając nieco wersje swego tytułu. TPSS wydawało także szczegółowe sprawozdania ze swej działalności, pozwalające dziś docenić jego wielką aktywność.

¹ Do tych ostatnich należeli tak wybitni kolekcjonerzy, jak np. Mathias Bersohn, Feliks Jasiński czy Adolf Sternschuss.

lata w różnych wersjach barwnych⁶, oraz Henryk Uziembło i Eugeniusz Dąbrowa.

Wyrazem zainteresowania historią i współczesnością polskiego i obcego druku była sławna Wystawa drukarska zorganizowana przez TPSS w 1904 roku w krakowskim Muzeum Narodowym, zapowiadana linorytniczym plakatem Trojanowskiego. Towarzyszył jej katalog z okładką i układem Bukowskiego, będący wybitnym przykładem wprowadzenia w praktyce typograficznej nowych idei⁷. Wśród licznych eksponatów zgromadzonych na wystawie – m.in. książek, czasopism, plakatów reprezentujących różne oficyny – były również druki w zupełności użytkowe, m.in. etykiety i reklamy Uziembły⁸ wykonane w litografii barwnej w zakładzie Aureliusza Pruszyńskiego i drukowane u Władysława Teodorczuka, nb. zasłużonego we wczesnym w Polsce wprowadzeniu linorytu.

TPSS zachęcało artystów do nowego w duchu projektowania, organizując liczne konkursy związane z grafiką użytkową. W 1905 roku zwycięzcą w konkursie na plakat i bilet loterii fantowej dla Towarzystwa Szkoły Ludowej (wydrukowano 200 tys. losów!) został Karol Frycz, a w roku następnym konkurs na projekt plakatu dla browaru księcia Sanguszki wygrał Bukowski.

Sprawę unowocześnienia polskiego druku podjęto szeroko w latach 1905–1906 na łamach krakowskiego miesięcznika „Poradnik Graficzny”, redagowanego przez Teodorczuka, Przeclawę Smolika i Franciszka (Pika) Mirandolę. Twórcy pisma, skierowanego do drukarzy, projektantów i grafików, na bieżąco oceniali ich dokonania, służyli im radą w zakresie technik reprodukcyjnych i drukarskich, zamieszczali artykuły z historii oraz współczesności grafiki i druku⁹. Pismo z okładkami Antoniego Procajłowicza i Anny Gramatyki-Ostrowskiej, kol-

portowane niemal na wszystkich ziemiach polskich, wspierało idee TPSS m.in. przez popularyzację wzorów i ozdobników graficznych mających genezę ludową. Proponowało drukarzom i producentom wzory pozyskane od współpracujących z nim artystów, ogłaszając, że „Ozdoby swojskie według rysunków artystów malarzy: Bukowskiego, Dąbrowy, Frycza, Gramatykównej, Procajłowicza, Uziembły i innych dostarcza po zupełnie dostępnych cenach administracja Poradnika Graficznego. Wzory na życzenie darmo i odpłatnie”¹⁰. Wszystkim tekstom zamieszczanym w poradniku towarzyszyły winiety i ozdobniki inspirowane najczęściej wycinankami ludowymi¹¹. Redakcja stanowczo odcinała się od wzorów secesji europejskiej, pisząc: „obce ozdoby i winiety zamieszczamy tylko po to, by wykazać wyższość swojskiej sztuki, a tym samym całą śmieszność sprowadzania obcego »towaru«”¹². Schedę po „Poradniku Graficznym” przejął współpracujący z nim wcześniej i nagradzany za projekty użytkowe Franciszek Zemanek, który w 1908 roku założył w Krakowie – krótko zresztą funkcjonujący – „Polski Poradnik Graficzny” ilustrowany przez Gramatykównę, w którym przywiązywano wielką wagę do zdobnictwa o swojskim charakterze, powstającego nie na zasadzie naśladownictwa, lecz twórczego wkładu artysty¹³.

Artyści związani z TPSS i jego organem prasowym, promowani przez „Poradnik Graficzny”, niektórzy zatrudniani jako kierownicy graficzni krakowskich oficyn¹⁴, równoległe z wykonywaniem druków artystycznych (zdobnictwo książek i czasopism, ilustracje, plakaty reklamujące wydarzenia artystyczne)

¹⁰ „Poradnik Graficzny” 1905, z. 8, s. [27]. Ogłoszenie o proponowanych wzorach ukazało się już w pierwszym, styczniowym zeszycie i powtarzano je, wraz z przykładami, w kolejnych zeszytach.

¹¹ Ludowa wycinanka zdobiąca wiejskie chaty rozpowszechniła się w Polsce w XIX w., a jednymi z pierwszych jej kolekcjonerów byli malarze Wojciech Gerson i Leopold Stojnowski. Przywiezione przez Stojnowskiego wycinanki z okolic Łowicza zostały wystawione w Krakowie jesienią 1901 r. (jedna z nich otwierała pierwszy zeszyt pisma TPSS), a kolejne pokazy wycinanek – nie tylko łowickich, ale także kurpiowskich, podwarszawskich i lubelskich – włącznie do wystaw TPSS w 1902 r.: w styczniu w krakowskim Muzeum Narodowym, a w październiku w Towarzystwie Zachęty Sztuk Pięknych w Warszawie.

¹² Zob. *Od redakcji*, „Poradnik Graficzny” 1906, z. 1, s. nlb.

¹³ Wybitnym przykładem takiego projektowania była dla „Polskiego Poradnika Graficznego” twórczość Wyspiańskiego, któremu poświęcono specjalny, trzeci numer.

¹⁴ W Drukarni Uniwersytetu Jagiellońskiego (Drukarni Literackiej) pracował Bukowski, w Drukarni Narodowej Napoleona Telza – Procajłowicz, w specjalizującej się w akcydensowych drukach o swojskim charakterze Drukarni Władysława Teodorczuka (Aleksandra Rippera) – Uziembło i Gramatykówna, w oficynie Władysława Ludwika Anczyca – Frycz. Zob.: J. Sowiński, *Sztuka typograficzna Młodej Polski*, Ossolineum, Wrocław 1982, s. 42–48, s. 66; idem, *Polskie druki*, Ossolineum 1988, s. 169–172.

⁶ Podczas gdy pierwsza okładka pisma i bilet autorstwa Trojanowskiego niemal dosłownie nawiązywały do zdobnictwa ludowego, bilet Bukowskiego i kolejne okładki pisma były już bardziej twórczymi interpretacjami artystów.

⁷ Zob. *Wystawa drukarska urządzona staraniem Towarzystwa „Polska Sztuka Stosowana” w dawnym Pałacyku hr. Czapskich w Krakowie. Od dnia 4 grudnia 1904 r. do 10 lutego 1905 r.*, Nakładem Tow. „Polska Sztuka Stosowana”, Kraków 1904. W katalogu zamieszczono tekst Warchałowskiego, dekoracyjny kalendarz na rok 1905 zdobiony bordiurami Bukowskiego, Mehoffera i Trojanowskiego oraz spisy eksponatów z winiętami Teodora Axentowicza, Bukowskiego, Dąbrowy, Stanisława Dębickiego, Józefa Mehoffera, Antoniego Procajłowicza, Tadeusza Rychtera, Jana Stanisławskiego, Trojanowskiego, Uziembły, Warchałowskiego i Wojciecha Weissa.

⁸ *Wystawa drukarska...*, kat. nr 9, 17, 163–166.

⁹ To czasopismo oraz jego „następcę” scharakteryzowała H. Tadeusiewicz, „Poradnik Graficzny” (1905–1906) i „Polski Poradnik Graficzny” (1908), *Przyczynek do dziejów etosu piśmiennictwa drukarzy*, „Roczniki Biblioteczne” 2005, R. 49, s. 257–266.

podjmowali często prace ściśle użytkowe, projektując – dla drukarni głównie krakowskich i lwowskich – rozmaite akcydensy: druki Towarzystwa Szkoły Ludowej, losy loterii, kalendarze, reklamy drukarni i zakładów litograficznych, w końcu zajmowali się promocją wizualną na zamówienie typowych firm komercyjnych, takich jak fabryki słodyczy czy wytwórnie wódek.

Szczególnie wdzięcznym zleceniodawcą było niezwykle zasłużone dla rozwoju polskiego szkolnictwa i oświaty Towarzystwo Szkoły Ludowej¹⁵, zamawiające m.in. w ogromnych nakładach nalepki okienne przypominające o ważnych dla Polaków rocznicach narodowych. Najbardziej charakterystyczne były nalepki z okazji kolejnych rocznic Konstytucji 3 maja (il. 1), na których często pojawiały się motywy ludowe¹⁶.

Przetworzone swojskie motywy zdobiły również popularne kalendarze. Do sławnego książkowego Józefa Czecha Kalendarza Krakowskiego podobne ozdoby wprowadził Bukowski; od 1899 roku były to niewielkie winiety czarno-białe, a później – powielane od 1906 aż do 1915 roku – barwne, ludowo-japonizujące bordiury otaczające kartę z miesiącem. Jeden z najwcześniejszych ściennych kalendarzy z dekoracją swojską projektu Procajłowicza pojawił się na I wystawie TPSS¹⁷. Drukarnie krakowskie najchętniej reklamowały się właśnie poprzez takie kalendarze: oryginalny, wielobarwny kalendarz ścienny dla oficyny Teodorczuka zaprojektował w 1903 roku Uziembło (il. 2), a najwięcej kalendarzy ściennych dla Drukarni Narodowej z motywami fantastycznie przestylizowanymi zaprojektował Bukowski, w którego pracach widać ewolucję od swojskich, swobodnie przekształcanych form, poprzez manieryczne, bujne ornamenty roślinne, aż do uproszczonych, „dywanowych”, geometryzujących kompozycji. Dla tej samej drukarni Bukowski wykonał ozdobną, mieniącą się złotem i purpurą wywieszkę reklamową. Artyści projektowali reklamy również dla zakładów litograficznych, z którymi współpracowali; taką kartę reklamo-



Il. 1. Anna Gramatyka-Ostrowska, nalepka okienna Towarzystwa Szkoły Ludowej w rocznicę Konstytucji 3 maja, ok. 1908 r., linoryt barwny, druk, papier, 29,5 × 22 cm (31,8 × 24,2 cm); Muzeum Narodowe w Krakowie, nr inw. MNK III-ryc.-38312/7, fot. A. Chęć

wą dla znakomitego Zakładu Artystyczno-Litograficznego Aureliusza Pruszyńskiego w charakterystycznej dla wielu jego akcydensów, swobodnej, malarskiej manierze wykonał Uziembło. Duża rozpiętość stylistyczna cechowała chwalone przez Pawła Ettingera¹⁸ ilustracje i wzornictwo Gramatyków, swobodnie przechodzącej od swojskiej dekoracji do form roślinnych geometrycznie syntetyzowanych i interesująco harmonizowanych kolorystycznie.

Jak wspomniano na wstępie, w Polsce na początku XX stulecia reklama towarowa, opóźniona w stosunku do europejskiej, zaczynała dopiero kiełkować. Nie istniały też podstawy teoretyczne jej tworzenia w postaci fachowych poradników i podręczników¹⁹, chociaż już na Wystawie drukarskiej w 1904

¹⁵ Powstałe w rocznicę Konstytucji 3 maja Towarzystwo Szkoły Ludowej (1891–1939) z siedzibą główną w Krakowie, którego celem było „szerzenie oświaty wśród ludu polskiego”, zdobywało środki na swą działalność m.in. z Daru Narodowego 3 maja. Zob. *Statut Towarzystwa Szkoły Ludowej uchwalony na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu we Lwowie dnia 2 lutego 1908 roku*, Nakładem Towarzystwa Szkoły Ludowej, Kraków 1908.

¹⁶ Wśród autorów nalepek sprzed I wojny światowej można wymienić np. Gramatyków, Wojciecha Jastrzębowskiego i Stanisława Eljasza Radzikowskiego, który (jako jeden z obrońców stylu zakopiańskiego) długo pozostał zwolennikiem motywów góralskich. Niekiedy elementy ludowe pojawiały się niespodziewanie także na innych nalepkach TSL, czego przykładem może być praca autorstwa Stefana Filipkiewicza, zaprojektowana w setną rocznicę urodzin Juliusza Słowackiego.

¹⁷ *Katalog I Wystawy Towarzystwa Polska Sztuka Stosowana*, Kraków, Muzeum Narodowe 1902, kat. nr 198.

¹⁸ „Poradnik Graficzny” 1905, z. 9, s. 20–21.

¹⁹ Jednym z najwcześniejszych była rozbudowana nadbitka artykułu z „Kupca Polskiego”, pisma Krakowskiej Kongregacji Kupieckiej: Aljas, *Jak należy się reklamować? Praktyczne wskazówki do osiągnięcia najlepszych rezultatów reklamy*, S. Krzyżanowski, Kraków [1907]. Autor publikacji do elementów reklamy zaliczył tu nie tylko ogłoszenia prasowe, ale też plakaty, prospekty i kalendarze, postulując przy tym, by na litografowanych plakatach używać motywów swojskich (s. 28), a jedną z najokazalszych ilustracji był barwny, ludowy w charakterze plakat Gramatyków (po s. 72). Kolejny poradnik re-



Il. 2. Henryk Uziembło, kalendarz ścienny na rok 1904 – reklama drukarni Władysława Teodorczuka, 1903 r., linoryt barwny, druk, papier, 53,4 × 33,5 cm; Muzeum Narodowe w Krakowie, nr inw. MNK IV-V-102, fot. P. Czernicki

roku pojawiły się – jako godne polecenia – elementy tej reklamy w postaci etykiet wykonanych w zakładzie Pruszyńskiego. Były to projektowane przez Uziembłę, wykonane jeszcze przy użyciu dekoracyjnego konturu i płaskich plam barwnych (pokazane następnie w 1905 roku w „Poradniku Graficznym”) lica opakowań na czekolady wytwórni Jana Michalika, dla którego artysta projektował również kilkakrotnie wizytówki reklamowe. Do wczesnych reklam instytucji niezwiązanych z drukarstwem, powstałych przed 1914 rokiem, trzeba także zaliczyć te oparte ściśle na wzorach ludowych: wywieszkę autorstwa Klemensa Kosteckiego polecającą Hotel Narodowy w Krakowie (il. 3), wykonaną u Pruszyńskiego, oraz unikatową reklamę fabryki lakierów Lucjana Baranowskiego projektu A. Kramarskiego z dawnego Zakładu Litograficznego Marcina Salby.

klamowy ukazał się znacznie później: S. Batko, *Reklama w przemyśle i handlu*, Wydawnictwo Miejskiego Muzeum Techniczno-Przemysłowego, Kraków 1916. Batko rozszerzył tu znacznie repertuar środków reklamowych m.in. o druki firmowe, katalogi i opakowania towaru (s. 25).



Il. 3. Klemens Kostecki, Zakład Litograficzny Aureliusza Pruszyńskiego, wywieszka reklamowa Hotelu Narodowego w Krakowie, [przed 1913 r.], litografia barwna, druk, papier, 28,1 × 40,3 cm; Muzeum Narodowe w Krakowie, nr inw. MNK III-ryc.-28323, fot. A. Chęć

Odrębną grupę użytkowych druków zachowanych w zbiorach Muzeum Narodowego w Krakowie stanowią dotąd niepublikowane wytwory reklamy towarowej galicyjskiego przemysłu spożywczego i spirytusowego w postaci litografowanych i chromolitografowanych opakowań i etykiet sprzed I wojny światowej. Pochodzą one z kolekcji dra Adolfa Sternschussa, prawnika, miłośnika sztuki i kolekcjonera²⁰, członka TPSS, aktywnego działacza Towarzystwa Historii i Zabytków Krakowa oraz Towarzystwa Opieki nad Polskimi Zabytkami Sztuki i Kultury, a także członka wspierającego TSL²¹. Sternschuss, który poległ w 1915 roku jako ochotnik w służbie Legionów Polskich, kolekcjonował najpierw w Krakowie, a później we Lwowie (tam został przeniesiony po awansie na radcę finansowego Galicyjskiej Prokuraturii Skarbu) zarówno dzieła sztuki, numizmaty i rzemiosło artystyczne, jak i drobne obiekty z zakresu filumenistyki. W pozostałej po nim unikatowej kolekcji etykiet i opakowań liczącej ponad 500 obiektów największą grupę stanowią wielobarwne etykiety alkoholi oparte na wzorach ludowych i nawiązaniach do polskiej tradycji (il. 4 i 5). Dają one nie tylko przegląd stylistyk, sposobów komponowania stosowanych przez ówczesnych, często anonimowych projektantów oraz metod warsztatowych rozmaitych zakładów litografii artystycznej i drukarni²², ale są także swoistym przewodnikiem

²⁰ Gust i preferencje kolekcjonera uwidocznił z całą mocą znakomity ekslibris Sternschussa autorstwa Procajłowicza, twórczo wykorzystujący motyw wycinanki ludowej.

²¹ Zob. R. Róg, *Adolf Sternschuss. Miłośnik sztuki, co na stos rzucił swój życia los*, „Mówią Wieki” 2013, nr 5 (640), s. 28–30.

²² Spośród krakowskich zakładów w kolekcji znajdują się litografowane etykiety powstałe w zakładach Aureliusza Pruszyńskiego i Karola Kranikowskiego, a spośród lwowskich – chromolitografowane w Litografii „Promień”



Il. 4. Franciszek Zemanek [?], Zakład Litograficzny Aureliusza Pruszyńskiego, etykieta „Woda Warszawska wódka zdrowotna z Fabryki Braci Landau w Gliniku Maryampolskim”, [ok. 1906–1911], litografia barwna, druk, papier, 9,1 × 11,6 cm; Muzeum Narodowe w Krakowie, nr inw. MNK III-ryc.-38324, fot. A. Chęć



Il. 5. Autor nieznan, „Rozolis Kalmusowy” – etykieta Pierwszego Galicyjskiego Towarzystwa Rafinerii Spirytusu we Lwowie, [pierwsza dekada XX w.], chromolitografia, druk, papier, 13,6 × 18,4 cm; Muzeum Narodowe w Krakowie, nr inw. MNK III-ryc.-39352, fot. A. Chęć

po niezwykle polskich trunkach i ich sławnych wytwórniach wpisanych w kulturę epoki.

Godnym poprzednikiem Sternschussa w kolekcjonowaniu etykiet spirytualiów był Ambroży Grabowski (1782–1868), krakowski księgarz, antykwariusz i kolekcjoner (nb. jeden z pierwszych zainteresowanych drzeworytem ludowym). Warto przytoczyć jego żartobliwe słowa zapisane na karcie z naklejonymi etykietami sławnych łańcuckich rosolisów, ponieważ wyrażają one nie tylko pochwałę trunków, ale rzucają też światło na powszechny wówczas stosunek do produkcji polskich alkoholi w kontekście politycznej i ekonomicznej sytuacji rodaków pod zaborami: „Wiedźcie o tem potomkowie nasi, że te smakowite rosolisy i likiery otrzymujemy z łańcuta, czego przedsiębiorcą jest właściciel tegoż, Jaśnie Wielmożny hrabia Alfred Potocki. Niech nam żyje hrabia Alfred, że nie dopuszcza, aby nam Niemcy za słodkie wódki pieniądze wyciągali, których mamy tak mało, bo nam łaskawy cesarz mieć wiele nie pozwala”. Znaczenie etykiet na alkohole z początku XX wieku dla reklamy było dość istotne, stanowiły one bowiem dużą część polskiej reklamy towarowej nie tylko na terenach polskich, ale również za granicą²³. Sternschuss, który do Lwowa przeprowadził się

i litografowane w Litografii Pillera i S-ki. Większość lwowskich etykiet nie ma jednak informacji o drukarni czy zakładzie, w którym powstały.

²³ Warto przypomnieć, że w Polsce pod zaborami na przełomie XIX i XX w. nie istniał żaden większy przemysł poza wytwórczością rolno-spożywczą, której ważnym elementem był przemysł spirytusowy, głównie gorzelnie rolnicze wielkich właścicieli ziemskich i wytwórców, którzy zastosowali w nich nowoczesną technologię. Rozwój przemysłu spirytusowego wynikał z polityki władz zaborczych, czerpiących wielkie zyski z akcyzy; służył równocześnie roz-

w 1909 roku, zgromadził etykiety alkoholi fabryk krakowskich, podkrakowskich, białskich, śląskich, podkarpackich oraz bardzo liczne etykiety wytwórni lwowskich²⁴. Co ważne, w kilku przypadkach odnaleziono wśród nich nazwy fabryk, których nie ujmuje szczegółowy słownik historycznych gorzelnii galicyjskich Jerzego Michalewicz, powstały w oparciu o obszerny materiał źródłowy i kwerendy²⁵.

Porównanie krakowskich i lwowskich etykiet wskazuje na wyraźne różnice stylistyczne między nimi, wynikające z innych preferencji estetycznych, odmiennego spojrzenia na reklamę i różnych sposobów drukowania. Wzornictwo lwowskie nie odrzucało w takim stopniu jak krakowskie stylistyki secesyjnej, częściej też powoływało się na szlachecką i włościańską tradycję. Etykiety tworzone we Lwowie, mieście bogatszym

wijaniu produkcji rolnej i hodowlanej, a więc i zyskom producentów. Ówczesny polski przemysł spirytusowy był czwarty pod względem wielkości w Europie (po Rosji, Francji i Niemczech), a około 50% tej produkcji eksportowano. Duża konkurencja na rynku spirytualiów (w Galicji funkcjonowało wówczas ponad 1200 różnej wielkości wytwórni) spowodowała też zwiększone starania o atrakcyjne opakowania towaru.

²⁴ Były to takie wytwórnie, jak: w Białej Adolfa Fränkla i Synów, w Dębicy Ferdynanda Blahouta, w Gliniku Maryampolskim Braci Landau, w Izdebniku Arcyksięcia Rainera, w Krakowie: Bolesława Jana Beckera, Dutkiewicza i Sowińskiego, Seweryna Zaczyńskiego, Karola Wołkowskiego; we Lwowie: Józefa Adama Baczewskiego, Pierwsze Galicyjskie Towarzystwo Akcyjne Rafinerii Spirytusu, Maurycego Salzberga, Zygryfda Krebsa, Lwowskie Akcyjne Towarzystwo Browarów; w Skoczowie Wilhelma Spitzera, w Wieliczce Galicyjska Parowa Fabryka Rosolisów Likierów i Rumu.

²⁵ J. Michalewicz, *Informator statystyczny do dziejów społeczno-gospodarczych Galicji. Słownik historyczny zakładów przemysłu gorzelniczego Galicji doby autonomicznej*, t. 1–4, UJ, Kraków 1988–1993.

i zasobniejszym w drukarnie, znacznie częściej wykonywano za pomocą metod fotomechanicznych niż etykiety krakowskie, w większości litografowane. W licznych przypadkach anonimowe, były drukowane na kosztowniejszych, lakierowanych papierach, chętnie też używano do druku złotej farby dodającej im ozdobności. Mimo tych możliwości ekonomicznych i technicznych, niektórzy lwowscy producenci alkoholi zamawiali etykiety w krakowskich zakładach, znanych z wysokiego poziomu produkcji i efektownych projektów, jakie tworzył np. Uziembło. Nie zabrakło zatem i tu druków inspirowanych preferowaną w Krakowie ornamentyką ludową. Najciekawsze wśród lwowskich etykiet były te, które odwoływały się do zdobnictwa huculskiego.

Na koniec ostatnia uwaga: reklama, od jej zarania aż do dziś, mówi niekiedy więcej o jej odbiorcach, ich mentalności i oczekiwaniach, do których się odwołuje, niż o jej projektantach. Obecność motywów ludowych w wielkonakładowych galicyjskich akcydensach i drukach użytkowych sprzed I wojny światowej potwierdza zjawisko akceptowania przez bardzo szerokie kręgi polskich odbiorców wzornictwa o swojskim charakterze, przekraczającego zastane konwencje i snobizmy. I choć w dziedzinie grafiki użytkowej ten nurt nie osiągnął szczytów artystycznych, często zatrzymując się na jałowym stylizowaniu, wielu jego współtwórców – korzystając z doświadczeń zdoby-

tych na początku XX wieku – stworzyło później znaczące dzieła w zakresie projektowania, nagradzane np. na paryskiej Wystawie światowej w 1925 roku.

From national matters to earthly delights, or on the familiar, Galician functional prints from the beginning of the 20th century

(summary)

The idea of revival of decorative arts found its expression in founding in Kraków in 1901 of *Towarzystwo Polska Sztuka Stosowana*. Modernization of printing techniques has become an important issue and in 1905 "Poradnik Graficzny" (Graphic Handbook) was published. It rejected *Art Nouveau* stylistic and proposed motifs based on folk art.

Members of TPSS Jan Bukowski, Anna Gramatyka, Antoni Stanisław Procajłowicz, Edward Trojanowski or Henryk Uziembło, who were promoted in "Poradnik Graficzny" were also designers of leaflets, labels, lottery tickets etc. National Museum in Kraków owns an interesting collection of labels of various foods and spirits from before the 1st World War, coming mostly from the collection of dr. Adolf Sternschuss (1873–1915), member of TPSS, lawyer, Art lover and collector, who died as a volunteer to Polish Legions.