



il. 1 Wnętrze Salonu Artystycznego J. Pawłowskiego w Warszawie. Fot. A. Karoli, za: „Tygodnik Ilustrowany” 1896, nr 13, s. 257

# Początki profesjonalizacji rynku sztuki na ziemiach polskich w XIX i na początku XX wieku

Ewa Skotniczna

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

## Wprowadzenie

Historia i proces kształtowania się rynku sztuki i antyków w Polsce to zagadnienie do tej pory bardzo sporadycznie poruszane na łamach opracowań z zakresu historii sztuki. Jednocześnie stanowi ono bardzo ciekawe i złożone pole badawcze zawierające w sobie jeszcze wiele zjawisk opisanych niedostatecznie lub dopiero czekających na rozpatrzenie<sup>1</sup>.

Celem niniejszych rozważań jest omówienie początków profesjonalizacji polskiego rynku sztuki w kontekście historycznym<sup>2</sup>. Pod pojęciem profesjonalizacji rozumieć należy przekształcenie amatorskiego, często przypadkowego handlu dziełami sztuki i antykami w system oparty na działalności specjalistycznych placówek zajmujących się pośrednictwem w sprzedaży obiektów artystycznych. Profesjonalizm owych przedsięwzięć przejawiać powinien się wyselekcjonowaną ofertą artystyczną, dbałością o obopólny interes stron biorących udział w transakcji oraz eksperckim przygotowaniem obiektu do sprzedaży. Obok funkcji komercyjnych ważnym celem przyświecającym zawodowym pośrednikom handlu sztuką powinna

---

<sup>1</sup> Analizując literaturę przedmiotu dotyczącą historycznych aspektów formowania się handlu dziełami sztuki i antykami w Polsce, wspomnieć należy o pionierskich w tym zakresie pozycjach bibliograficznych do których należą opracowania **A. Ryszkiewicza** *Początki handlu obrazami w środowisku warszawskim* (Warszawa 1953) oraz *Handel dziełami sztuki w okupowanej Warszawie 1939-1944* [w:] *Kryzysy w sztuce. Materiały Sesji Stowarzyszenia Historyków Sztuki, Lublin, grudzień 1985*, Warszawa 1988, s. 223-233). Jedynym w pełni rozbudowanym omówieniem dziejów rynku sztuki w Polsce jest książka **S. Bołdoka** *Antykwarjaty artystyczne, salony i domy aukcyjne. Historia warszawskiego rynku sztuki w latach 1800-1950* (Warszawa 2004). Na temat życia artystycznego Warszawy oraz handlu sztuką współczesną w stolicy połowy XIX w. pisał też **D. Konstantynów** (*Od sklepu Hirszla do Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych. Wystawy i handel sztuką współczesną w Warszawie połowy XIX wieku*, [w:] **idem**, *Wystawa Krajowa Sztuk Pięknych (1858-1860). Z historii życia artystycznego Warszawy połowy XIX wieku*, Warszawa 2012). Ciekawą pozycję w ramach literatury przedmiotu stanowi opublikowany niedawno artykuł **K. Niemiry** *Rynek sztuki w Warszawie czasów Stanisława Augusta* („Almanach Warszawy” t. 12 [2019]), dotyczący warszawskiego rynku sztuki w czasach stanisławowskich. W pracy tej autor dokonuje próby rewizji dotychczasowego, ogólnie przyjętego przez większość badaczy dzieł plastycznych XVIII i XIX w., przekonania o niskiej jakości rodzimego rynku sztuki i antyków.

<sup>2</sup> Temat profesjonalizmu na warszawskim rynku sztuki w XIX w. poruszył na łamach wspomnianej wyżej książki **S. Bołdok** (*op. cit.*), ograniczając jednak swoje rozważania do opisanego tego zjawiska w ramach samej stolicy. Brakuje natomiast w literaturze przedmiotu szerszego podejścia do kształtowania podstaw rynku sztuki i antyków w Polsce. Oprócz bowiem ośrodka warszawskiego ta gałąź handlu obiektami artystycznymi rozwijała się w okresie zaborów również w innych miastach.

być działalność popularyzatorska w zakresie zagadnień artystycznych, wyrabianie gustu odbiorców poprzez organizację wystaw, a w końcu próba podniesienia poziomu etyki handlu oraz walka z patologiami dotyczącymi rynek.

Pierwsze placówki pretendujące do miana profesjonalnych pośredników w sprzedaży dzieł sztuki, a więc tak charakterystyczne dla rynku w XIX w. prywatne salony sztuki, pojawiały się na ziemiach polskich od końca lat 70. tegoż stulecia i zyskały popularność na przełomie XIX i XX wieku. Oczywiście trudno mówić, że przedsięwzięcia te spełniały większość wymogów wymienionych powyżej, jednak na pewno stanowią podstawy do kształtowania się nowoczesnych form sprzedaży obiektów artystycznych. Należy zaznaczyć, że przed powstaniem pierwszych salonów, funkcjonujący na ziemiach polskich od końca XVIII w., obrót dziełami sztuki również cechował się niektórymi elementami charakterystycznymi dla profesjonalnego rynku sztuki, co zostanie pokazane na łamach niniejszego artykułu<sup>3</sup>.

### Początki rozwoju rynku sztuki na ziemiach polskich w XIX wieku

Genezy rynku sztuki w Polsce upatruje się jeszcze w czasach stanisławowskich, a więc w ostatniej ćwierci XVIII w., i łączy bezpośrednio z Warszawą. Kwestie te jako pierwszy poruszył w literaturze przedmiotu Andrzej Ryszkiewicz, koncentrując się na omówieniu początków handlu dziełami sztuki, a ściślej obrazami, w środowisku warszawskim od schyłku XVIII do połowy XIX w.<sup>4</sup> Handel sztuką w stolicy był początkowo domeną dworu królewskiego Stanisława Augusta Poniatowskiego oraz związanej z nim arystokracji. Władca, tworząc swoją słynną kolekcję sztuki, pozyskiwał niektóre obiekty za pośrednictwem zakupów od handlarzy działających w Warszawie. Byli to przeważnie zagraniczni, wędrowni kunsthändlerzy przybywający z Włoch, Niemiec czy Francji, tacy jak G. W. Nahke czy Martinelli, a także ci posiadający swoje składy w stolicy: Ernst Christopher Borman i Karl Hampeln. Ryszkiewicz określił ówczesnych kunsthändlerów jako drobnych, prowincjonalnych handlarzy, stanowiących plagę rynku artystycznego w Niemczech już od XVIII w., gdyż oferujących niskich lotów grafikę i malarstwo, często w postaci kopii wielkich mistrzów bądź fałszyfikatów, za wygórowane ceny<sup>5</sup>.

Działalność przyjezdnych kunsthändlerów była najbardziej zauważalna od czasów stanisławowskich aż po lata 60. XIX wieku. Za cel podróży obierali oni nie tylko Warszawę – choć tam w zasadzie koncentrował się handel krajowy – ale i inne miasta ziem polskich<sup>6</sup>. Handlarze ci sprzedawali na ogół towar w hotelach lub zajazdach, anonując swoją ofertę w lokalnej prasie. W celu pozyskania większej liczby klientów stosowali typowe chwytły reklamowe, zapewniając o atrakcyjności cen oferowanych obiektów oraz o ich wysokich walorach artystycznych. Głośne nazwiska domniemyanych mistrzów malarstwa europejskiego gwarantować miały sukces rynkowy. Ofertę obwoźnych handlarzy wzbogacały również grafika oraz inne obiekty kolekcjonerskie (antykwizowane kamee, mozaiki czy rozmaite osobliwości)<sup>7</sup>. Niektóre wzmianki prasowe z począt-

<sup>3</sup> Niniejszy artykuł nie rości sobie prawa do pełnego i szczegółowego omówienia zaproponowanego zagadnienia. Wywód oparty został na analizie wybranych zjawisk oraz pionierskich inicjatyw charakterystycznych dla formowania się rynku sztuki w Polsce w XIX w. i na początku XX w., które stały się przełomowe dla procesu jego profesjonalizacji.

<sup>4</sup> Z zastosowanym przez A. Ryszkiewicza (*Początki handlu...; Handel dziełami...*) terminem „handel dzieł sztuki” oraz negacją istnienia rynku sztuki nie zgodził się S. Bołdok. We wstępie do swojej książki (*op. cit.*) podkreślił, że co prawda na przełomie XVIII i XIX w., a nawet później, nie było profesjonalnych placówek zajmujących się handlem sztuką, lecz to nie znaczy, że nie było rynku sztuki. Zjawisko to bowiem obejmuje szeroki asortyment działań w zakresie reklamy i handlu, w których efekcie następuje przekazanie – z zyskiem – dzieła sztuki z rąk do rąk. Wprowadzenie przez Bołdoka terminu „rynek” w miejsce „handlu” w kontekście analizy obrotu dziełami sztuki w Warszawie w XIX w. podniosło rangę tego zjawiska w omawianym czasie.

<sup>5</sup> A. Ryszkiewicz, *Początki handlu...*, s. 9–11. Z pejoratywną oceną Ryszkiewicza dotyczącą ówczesnych handlarzy sztuką nie zgadza się K. Niemira (*op. cit.*, s. 12), którego zdaniem negatywny obraz rodzimego rynku sztuki końca XVIII, ale i XIX w. wynikał z kompleksów polskich badaczy historii sztuki względem wielkich i elitarnych ośrodków, takich jak Londyn czy Paryż.

<sup>6</sup> Dobrym przykładem jest chociażby Łódź, która była jednym z przystanków w objeździe wiedeńskich i berlińskich kunsthändlerów po miastach Królestwa Polskiego. Prezentowali oni swój towar w salach tamtejszego Grand Hotelu. Zob. J. Strzałkowski, *Artyści, obrazy i zbieracze w Łodzi*, Łódź 1991, s. 48.

<sup>7</sup> Konkretne, poparte źródłowo informacje na temat zagranicznych kunsthändlerów odwiedzających Warszawę datują się od czasów panowania króla Stanisława Augusta Poniatowskiego aż po lata 60. XIX wieku. Zestaw nazwisk handlarzy działających w stolicy podaje S. Bołdok (*op. cit.*, s. 20, przyp. 24).



ku XIX w. donoszą o organizacji przez przyjezdnych marszandów sprzedaży obrazów za pośrednictwem publicznych aukcji. Ta stosunkowo nowa na ziemiach polskich forma handlu sztuką zapewniała jawność zawieranych transakcji, umożliwiając jednocześnie publiczny osąd z punktu widzenia zarówno estetyki, jak i wartości materialnej obiektów<sup>8</sup>. Dodatkowo niektórzy zagraniczni oferenci dzieł sztuki dysponowali już specjalnymi spisami i katalogami wyposażonymi w informacje dotyczące cen. Wymienione inicjatywy stanowią świadectwo najstarszych przejawów profesjonalnych form sprzedaży sztuki, zaczerpniętych z zachodnich wzorców<sup>9</sup>.

Pierwsza połowa XIX w. przyniosła pojawienie się najdawniejszych antykwariatów – czy raczej składów – prowadzonych przez rodzimych handlarzy. Można było nabyć tam rozmaite obiekty sztuki wysokiej oraz użytkowej. Do przykładów takich inicjatyw w Warszawie w latach 30. i 40. XIX w. należała działalność antykwarska Getzla Salzsteina czy Ludwika Koechlera<sup>10</sup>. Najczęściej jednak obiekty artystyczne wystawiano jako dodatek do głównej oferty wszelkiego rodzaju sklepów kolonialnych, składów win, księgarń, sklepów z przyborami malarskimi czy później *atelier* fotograficznych. Doskonałym przykładem takiej działalności była ekspozycja i sprzedaż obrazów młodych artystów skupionych wokół Marcina Olszyńskiego (Franciszek Kostrzewski, Henryk Pillati, Wojciech Gerson, Józef Szermentowski, Juliusz Kossak) w składzie materiałów piśmiennych, malarskich i przemysłowych wydawcy i litografa Henryka Hirszla. Zainteresowanie odbiorców sprawiło, że przeniósł on swój lokal, pierwotnie znajdujący się przy ulicy Miodowej, do pałacu Stanisława Potockiego przy Krakowskim Przedmieściu, podnosząc tym samym rangę przedsięwzięcia oraz tworząc coś na kształt salonu sztuki<sup>11</sup>.

Na marginesie rozważań na temat tych stołecznych należałoby wspomnieć o antykwariatach prowadzonych w mniejszych ośrodkach. Przykładowo, wiadomo, że w Lublinie w 1875 r. w księgarni przy Krakowskim Przedmieściu niejaki Stanisław i Michał Arctowie oferowali znaczny wybór obrazów (oliodruków) odpowiednich do wyposażenia salonów, wizerunków świętych do wnętrz sakralnych, z czasem zaś również obrazów olejnych i sztychów<sup>12</sup>. Dla porównania, w Płocku artyści lokalni mogli wystawiać swoje prace w księgarni Kempnera lub cukierni Józefa (?) Semadeniego. Dopiero w latach 80. XIX w. funkcjonował w tym mieście autonomiczny skład starych obrazów i sztychów Marcelego Leoniaka, właściciela Fabryki Ram Złożonych i Robót Kościelnych<sup>13</sup>. Począwszy od lat 80. XIX w., na łamach „Dziennika Łódzkiego” Alfons Łucjan Kościelecki, podając za wzór rynek warszawski, przekonywał o konieczności otwierania w Łodzi punktów sprzedaży sztuki, których najwięcej pojawiło się przy ulicy Piotrkowskiej. Handlem obrazami ok. 1890 r. zajmował się sklep Karola Hartmana i Adolfa Butschkata<sup>14</sup>.

Znaczącą grupą osób zajmujących się pośrednictwem w sprzedaży dzieł sztuki w omawianym czasie byli sami artyści, parający się handlem na marginesie swojej mało opłacalnej finansowo działalności twórczej. Nie było to oczywiście nowe zjawisko, gdyż – jak podaje Edward Rastawiecki, powołując się na notatkę w „Kurierze Polskim” z 1740 r. – malarz nadworny kasztelana krakowskiego Janusza Antoniego Wiśniowieckiego, Piotr Parys, miał w swojej kolekcji kilkaset sztuk obrazów, które prezentował i sprzedawał w jednej z kamienic krakowskich. Oferowane dzieła były wcześniej pokazywane w Lublinie, Zamościu i Lwowie<sup>15</sup>.

<sup>8</sup> Jak wynika z relacji podróżników odwiedzających Warszawę w XVIII w., a także z anonsów w codziennej prasie stołecznej, aukcje dóbr luksusowych organizowano dosyć często już w okresie stanisławowskim. Nie były to jeszcze, co prawda, licytacje ściśle nastawione na sprzedaż dzieł sztuki, gdyż w ofercie dominowały towary różnorodne, takie jak sprzęty domowe, meble, ubiory, książki itp. Wśród nich jednak znaleźć można było także obrazy czy ryciny. Zob. K. Niemira, *Aukcje „dóbr” luksusowych*, [http://www.lazienki-krolewskie.pl/public/upload/download/Niemira%20Konrad%20-%20Aukcje%20sztuki\(2\).pdf](http://www.lazienki-krolewskie.pl/public/upload/download/Niemira%20Konrad%20-%20Aukcje%20sztuki(2).pdf) (data dostępu: 20 VIII 2019).

<sup>9</sup> Zob. S. Bołdok, *op. cit.*, s. 30.

<sup>10</sup> Zob. *ibidem*, s. 54–56.

<sup>11</sup> Na temat działalności H. Hirszla zob. A. Ryszkiewicz, *Warszawski sklep Henryka Hirszla. Z dziejów handlu obrazami*, [w:] *idem*, *Kolekcjonerzy i miłośnicy*, Warszawa 1981. Na temat działalności H. Hirszla zob. też D. Konstantynów, *op. cit.*, s. 28–32.

<sup>12</sup> Zob. I. Kamiński, *Życie artystyczne w Lublinie 1901–1926*, Lublin 2000, s. 51.

<sup>13</sup> Zob. K. Czarnecki, *Płockie życie artystyczne w latach 1900–1939*, Płock 1990, s. 23.

<sup>14</sup> Zob. J. Strzałkowski, *op. cit.*, s. 48.

<sup>15</sup> E. Rastawiecki, *Parys Piotr*, [w:] *idem*, *Słownik malarzów polskich tudzież obcych w Polsce osiadłych lub czasowo w niej przebywających*, t. 3, Warszawa 1857, s. 347.

W XIX w. jednak coraz więcej artystów rozumiało konieczność adaptacji do modernizującej się rzeczywistości oraz do wymagań rynku i poszerzało obszar swojej aktywności zawodowej<sup>16</sup>. W 1836 r. znany warszawski malarz, Aleksander Kokular, udostępnił do oglądania i kupowania zgromadzoną przez siebie kolekcję malarstwa. Co więcej, w ramach tzw. biura przyjmował w komis lub zakupywał wszelkiego rodzaju obiekty artystyczne, które następnie sprzedawał<sup>17</sup>. W podobny sposób dorabiał inny warszawski malarz, Franciszek Pfanhauser<sup>18</sup>.

Dodać należy, że charakterystyczną dla XIX w., a znaną w Polsce już w XVIII stuleciu formą sprzedaży dzieł sztuki były loterie obrazowe, czyli rodzaj gier hazardowych, w których funkcję fantów pełniły obrazy<sup>19</sup>. Obok loterii organizowano w Warszawie licytacje. Pierwsza, prywatna sala przeznaczona do tego celu powstała w 1879 r. i to tam po raz pierwszy pojawiły się licytacje dzieł sztuki jako odrębne sesje<sup>20</sup>.

Charakteryzując rozwijające się od początku XIX w. nowe formy pośrednictwa w sprzedaży dzieł sztuki, wskazać należy również inicjatywy wystawiennicze. To bardzo ważny element na ścieżce formowania się rynku sztuki, który w przyszłości zaowocuje powstaniem pierwszych profesjonalnych, prywatnych salonów sztuki. Pionierskie wystawy plastyczne na ziemiach polskich w omawianym okresie miały miejsce w Warszawie. Do pierwszych zalicza się ekspozycje obrazów organizowane w latach 1819–1831 przez powołany w przy Uniwersytecie Warszawskim Oddział Sztuk Pięknych. Stanisław Kozakiewicz upatrywał ich genezy m.in. w motywacjach społeczno-ekonomicznych, odgrywających dużą rolę przy powstawaniu tego typu instytucji – ułatwiały one wymianę handlową dzieł sztuki, pomagając tym samym artystom w sprzedaży ich prac<sup>21</sup>. W Poznaniu natomiast wystawy sztuki współczesnej zaczęto urządzać od momentu powstania na przełomie 1836 i 1837 r. Towarzystwa Sztuk Pięknych, wzorowanego na niemieckich kunstvereinach<sup>22</sup>.

W Krakowie początkowo były to wystawy okolicznościowe, reklamowe i osobliwości. Dopiero po 1820 r. zaczęto organizować pierwsze prezentacje artystyczne, tzw. popisy publiczne uczniów Szkoły Sztuk Pięknych oraz ekspozycje indywidualne artystów, urządzone w rozmaitych miejscach – takich jak pracownie, salony prywatne, hotele oraz sklepy. Często te prekursorskie przedsięwzięcia miały ewidentnie komercyjny charakter. Przykładem mogą tu być wystawy Franciszka Lampiego, który w wynajętej sali pokazywał portrety własnego autorstwa, zachęcając odwiedzających do przyszłych zamówień. Krakowscy malarze umieszczali również w lokalnej prasie informacje na temat swoich prac oraz zapowiedzi loterii<sup>23</sup>.

Dopiero jednak 1854 r. przyniósł w Krakowie narodziny Towarzystwa Przyjaciół Sztuk Pięknych – organizacji wspomagającej rozwój polskiej sztuki współczesnej, moralnie i materialnie wspierającej artystów oraz gromadzącej własne zbiory artystyczne. Poprzez „wystawę nieustającą”, gdzie zmian dokonywano po sprzedaży dzieła i pojawieniu się w jego miejsce nowego obiektu, towarzystwa pełniły istotną rolę pośredników instytucjonalnych w handlu dziełami sztuki współczesnej rodzimych artystów<sup>24</sup>. Za przykładem krakowskim tego typu towarzystwa powstawały m.in. w Warszawie (Towarzystwo Zachęty Sztuk Pięknych)<sup>25</sup> i we Lwowie (analogicznie jak w Krakowie – TPSP).

<sup>16</sup> Zob. D. Konstantynów, *Sztuka i artyści w Warszawie połowy XIX wieku*, „Biuletyn Historii Sztuki” 2012, nr 2, s. 264.

<sup>17</sup> Zob. T. de Rosset, *Galeria Aleksandra Kokulara i kilka innych kolekcji artystycznych warszawskich malarzy w pierwszej połowie XIX wieku*, „Rocznik Historii Sztuki” t. 25 (2000), s. 114.

<sup>18</sup> Szerzej na ten temat zob. *idem*, *Malarz warszawski Franciszek Pfanhauser jako zbieracz obrazów*, „Rocznik Warszawski” t. 28 (1998).

<sup>19</sup> Wspomniany malarz P. Parys urządzał takie loterie w Krakowie już w 1740 roku. Zob. E. Rastawiecki, *op. cit.*, s. 347.

<sup>20</sup> Zob. S. Bołdok, *op. cit.*, s. 159.

<sup>21</sup> S. Kozakiewicz, *Wstęp*, [w:] *Warszawskie wystawy sztuk pięknych w latach 1819–1845*, oprac. *idem*, Wrocław 1952, s. 12. Na temat wystaw sztuk pięknych w Warszawie zob. też M. Getka-Kenig, *Wystawy sztuk pięknych w Warszawie jako narzędzie polityki artystycznej władz Królestwa Polskiego w latach 1815–1830*, „Folia Historiae Artium” t. 16 (2018).

<sup>22</sup> Zob. M. Warkoczewska, *Wystawy Towarzystwa Sztuk Pięknych w Poznaniu (1837–1857)*, Warszawa-Poznań 1991, s. 5–6. Zob. też *eadem*, *Towarzystwo Sztuk Pięknych w Poznaniu w latach 1837–1848. Przyczynek do problemu kształtowania się mecenatu zbiorowego w pierwszej połowie XIX wieku*, „Studia Muzealne” 1972, z. 9, s. 7–20.

<sup>23</sup> Zob. I. Skąpska-Święcicka, *Początki wystaw artystycznych w Krakowie*, „Rocznik Krakowski” t. 41 (1970), s. 29.

<sup>24</sup> Zob. E. Swieykowski, *Pamiętnik Przyjaciół Towarzystwa Sztuk Pięknych w Krakowie 1854–1904*, Kraków 1905.

<sup>25</sup> Szerzej na temat działalności warszawskiej organizacji – zob. J. Wiercińska, *Towarzystwo Zachęty Sztuk Pięknych w Warszawie. Zarys działalności*, Wrocław 1968.



il. 2 Wnętrze salonu sztuki Ars w Krakowie. Fot. W. Lis, za: „Nowości Illustrowane” 1907, nr 37, s. 16

Rynek sztuki kształtujący się od końca XVIII poprzez XIX w. cechowało wiele patologii – w dużej mierze analogicznych do tych, z jakimi boryka się rynek współczesny. Do podstawowych problemów należały, z jednej strony, niezbyt wysoka jakość oferowanych towarów, niski poziom usług (brak profesjonalnych pośredników) i duża liczba fałszyfkatów krążących w obiegu. Z drugiej – dawały się zauważyć małe zainteresowanie ze strony odbiorców (niski popyt), brak świadomości i wiedzy z zakresu sztuki, a co za tym idzie – niskie gusta kupujących. Na podstawie analizy materiałów źródłowych wiadomo, że problem fałszyfkatów na polskim rynku sztuki w XIX w. nie był czymś wyjątkowym<sup>26</sup>. Jak podaje „Tygodnik Ilustrowany” z 1874 r., we Lwowie odkryto grupę fałszerzy podrabiających „starożytności” i próbujących je sprzedać łatwowiernym amatorom i pseudoarcheologom<sup>27</sup>. Łatwowierność odbiorców wynikająca z niskich kompetencji i snobistyczna chęć posiadania dzieł sztuki autorstwa znanych, światowych artystów narażały wielu na zakup podróbek.

Wszystkie wspomniane problemy wynikały w dużej mierze z braku profesjonalnych organizacji specjalizujących się w omawianym typie handlu. Dopiero pojawienie się na ziemiach polskich pierwszych salonów sztuki miało w pewien sposób wyjść naprzeciw nieunormowanej sytuacji rodzimego rynku dóbr luksusowych.

<sup>26</sup> Zob. S. Bołdok, *Kogo i dlaczego opłaca się fałszować na rynku malarstwa?*, [w:] *Problematyka autentyczności dzieł sztuki na polskim rynku. Teoria – praktyka – prawo*, Warszawa 2012, s. 38–39.

<sup>27</sup> „Tygodnik Ilustrowany” 1874, nr 327, s. 219.



### Działalność pierwszych salonów sztuki na ziemiach polskich w okresie zaborów

Od końca lat 70. XIX w. pośrednictwem w sprzedaży dzieł sztuki coraz częściej zajmowały się osoby nieprzypadkowe, nierzadko przygotowane merytorycznie oraz osadzone w środowisku artystycznym<sup>28</sup>. To wtedy powstały pierwsze prywatne salony sztuki z prawdziwego zdarzenia, prototypy współczesnych galerii sztuki, nastawione na organizację wystaw, sprzedaż, ale również popularyzację zagadnień artystycznych oraz kształtowanie gustów estetycznych<sup>29</sup>. Zasadniczo salony oferowały sztukę współczesną z naciskiem na malarstwo, ewentualnie rzeźbę i grafikę – aczkolwiek nie było to regułą, gdyż zdarzały się również w ofercie obiekty sztuki dawnej oraz antyki. Rozkwit tych nowych podmiotów na polskim rynku sztuki przypadł na koniec XIX i pierwsze 15-lecie XX wieku. Popularność nowoczesnych form sprzedaży prac plastycznych wynikała zapewne z ożywienia na rynku artystycznym, które obserwowano u schyłku XIX w., z sukcesów szkoły malarstwa polskiego i z coraz większej fascynacji Polaków kolekcjonowaniem dzieł sztuki<sup>30</sup>.

Pierwszym prywatnym salonem był warszawski Salon Sztuk Pięknych Józefa Ungra (1879–1882), założony przez Gracjana Ungra (1853–1911) – przybranego syna znanego w stolicy wydawcy i drukarza, czyli właśnie Józefa (1817–1874)<sup>31</sup>. Wystawa inauguracyjna, oparta została o płótna przedwcześnie zmarłego Maurycego Gottlieba, a także o dzieła innych współczesnych malarzy: Aleksandra Gryglewskiego, Józefa Szermentowskiego, Jana Matejki, jak również klasyków dawnych, w tym Jana Breughla Aksamitnego i Rembrandta. Na łamach „Tygodnika Ilustrowanego” donoszono, że rozwijający się w Warszawie smak artystyczny potrzebował takiej inicjatywy i że spotkała się ona z wielkim zainteresowaniem ze strony odwiedzających. Salon Ungra oprócz prac plastycznych wystawianych na sprzedaż przyjmował rozmaite obiekty artystyczne w komis<sup>32</sup>. Jak podkreśla się w literaturze przedmiotu, nowoczesność salonu Ungra polegała na odpowiednim doborze atrakcyjnej tematyki prezentowanych dzieł autorstwa znanych i popularnych twórców, a także na nowatorskim sposobie ich prezentacji – przy świetle elektrycznym. Te chwytły marketingowe wpłynęły na zainteresowanie licznych nabywców<sup>33</sup>.

Z punktu widzenia profesjonalizacji polskiego rynku sztuki najistotniejszą jednak rolę odegrał słynny Salon Aleksandra Krywulta, działający w stolicy w latach 1880–1906. Krywult, z zawodu rzeźbiarz, przybył tam z Krakowa. O ile tamtejsze środowisko artystyczne przewyższało ówczesną Warszawę poziomem, o tyle ona przewyższała Kraków większymi możliwościami nabywczymi<sup>34</sup>. Rynek sztuki w Krakowie w omawianym czasie charakteryzowała zdecydowana nadwyżka podaży nad popytem. Dlatego też Krywult postanowił otworzyć salon w Warszawie, licząc na zbyt swojej kolekcji obrazów współczesnych artystów krakowskich. Znaczenie jego salonu zasadzało się, z jednej strony, na kulturotwórczej działalności wystawienniczej, opartej na dziełach zarówno modnych artystów krajowych (Jacek Malczewski, Leon Wyczółkowski, Witold Pruszkowski itp.), jak i sprowadzanych z zagranicy prac przedstawicieli nowatorskich kierunków sztuki europejskiej. Z drugiej – jako konkurencja dla TZSP, niewydolnego pod względem pośrednictwa w handlu sztuką, Krywult starał się dostosowywać do możliwości nabywczych warszawskich klientów, oferując im również dzieła sztuki o mniejszej wartości artystycznej, a co za tym idzie, po niższych cenach<sup>35</sup>.

Salony Ungra i Krywulta stały się inspiracją dla kolejnych galerii otwieranych w Warszawie. Trzecim z kolei powołanym w 1888 r. była Spółka Artystyczna Malarzy, Rzeźbiarzy i Budowniczych, znana jako Salon Artystyczny lub Salon Artystyczny Józefa Pawłowskiego, powołana przez tegoż malarza oraz przez kryty-

<sup>28</sup> Zob. S. Bońdok, *Antykwiariaty artystyczne...*, s. 83.

<sup>29</sup> Na temat znaczenia Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych w kontekście innych uczestników rynku sztuki zob. J. Wiercińska, *op. cit.*, s. 94–101.

<sup>30</sup> Zob. *eadem*, *Charakterystyka rynku*, [w:] *Polskie życie artystyczne w latach 1890–1914*, red. A. Wojciechowski, Wrocław 1967, s. 203.

<sup>31</sup> Szczegółowe omówienie Salonu Sztuki J. Ungra – zob. D. Konstantynów, *Sztuka i „geniusz merkantylizmu”. O warszawskim Salonie Sztuk Pięknych Józefa Ungra (1879–1882)*, [w:] *Mowa i moc obrazów. Prace dedykowane Profesor Marii Poprzęckiej*, Warszawa 2005.

<sup>32</sup> Zob. M. [W. Marrene-Morzkowska], *Salon Sztuk Pięknych Ungra w Warszawie*, „Tygodnik Ilustrowany” 1878, nr 208, s. 387.

<sup>33</sup> Zob. J. Wiercińska, *op. cit.*, s. 95–96.

<sup>34</sup> Zob. M. Płażewska, *Warszawski Salon Aleksandra Krywulta (1880–1906)*, „Rocznik Muzeum Narodowego w Warszawie” t. 10 (1966), s. 300.

<sup>35</sup> Zob. *eadem*, *Salon Krywulta*, [w:] *Polskie życie artystyczne...*, s. 214–215.

ka Franciszka Ksawerego Martynowskiego, urządzających ekspozycje komercyjne również poza Warszawą, m.in. w Łodzi i Wilnie. Celem spółki było organizowanie wystaw stałych sztuki „czystej” i stosowanej – poświęconych malarstwu artystów warszawskich – a także licytacji [il. 1]<sup>36</sup>.

Dokonując próby wskazania pierwszych profesjonalnych bądź pretendujących do tego miana salonów sztuki w innych ośrodkach poza warszawskim, zacząć należy od Krakowa. Choć było to miasto z tradycjami kolekcjonerskimi i działającymi salonami jako miejscami wymiany myśli elit intelektualnych i artystycznych<sup>37</sup>, nie stanowiło ożywionego centrum handlu obiektami artystycznymi. Na 1885 r. datuje się otwarcie tam pierwszego salonu sztuki, założonego przez Alfreda Biazoné<sup>38</sup>. Korespondent „Tygodnika Ilustrowanego” tak relacjonował to wydarzenie:

Do nowości, które zajmują uwagę powszechną, należy otwarcie salonów wystawy prywatnej przez p. Alfreda Biazoné. Jak na początek, salony przedstawiają się bardzo bogato. Nie ma w nich wprawdzie większych płócien [...], nie ma obrazów wielkich koryfeuszów naszej sztuki (z wyjątkiem rysunków Matejki); ale jest wiele [...] wdzięcznych obrazków [Witłoda] Pruszkowskiego, [Piotra] Stachiewicza, [Seweryna] Bieszczada, [Antoniego] Piotrowskiego i innych [...]. Perełką wystawy p. B. jest główka Stachiewicza, namalowana z niesłychanym wdziękiem a pełna poetycznego uroku. Toteż nic dziwnego, że od razu znalazła nabywcę<sup>39</sup>.

Kolejnym ważnym z punktu widzenia rozwoju rynku sztuki wydarzeniem w życiu artystycznym Krakowa było otwarcie Salonu Malarzy Polskich z inicjatywy Henryka Frista (1855–1920), znanego krakowskiego wydawcy żydowskiego pochodzenia, zajmującego się również handlem i wyceną dzieł sztuki. Frist w 1875 r. zakupił kamienicę przy ulicy Floriańskiej 37, gdzie rozpoczął swoją działalność od sprzedaży przyborów do pisania i ram do obrazów. W niedługim czasie poszerzył ofertę o płótna miejscowych malarzy, wykupując jednocześnie prawo do wyłączności ich reprodukcji w formie pocztówek artystycznych. Rozwinięciem aktywności handlowej Frista była inauguracja salonu sztuki, którego główną ideę stanowiło promowanie współczesnego malarstwa polskiego<sup>40</sup>. Swoją galerię prowadził on w sposób nowoczesny, dbając o wysoki poziom towarów i usług. Salon prezentował dzieła Matejki, Juliusza i Wojciecha Kossaków, Stanisława Tondosa, Malczewskiego – tak chętnie nabywane przez krakowskie mieszczaństwo. Po śmierci Henryka Frista salon do 1939 r. prowadzili jego synowie, Julian i Józef<sup>41</sup>. Jak pisano na łamach dwutygodnika „Świat”, Frist nie chciał konkurować z tak poważną instytucją jak TPSP, reprezentującą wyższe cele, ale pragnął wytworzyć handlowe pośrednictwo, dogodne zarówno dla artystów, jak i nabywców. Wystawiał zatem dzieła wartościowe artystycznie, ale po niższych cenach. Prezentował obrazy, studia, szkice, akwarele, rysunki – zarówno nabyte, jak i te powierzone w komis<sup>42</sup>.

Pomimo znaczącej roli Salonu Frista dla kształtowania podstaw rynku sztuki w Krakowie inicjatywa ta pozostawała w obrębie działalności księgarskiej i wydawniczej, gdyż sam właściciel nie był wyspecjalizowanym znawcą sztuki. Za pierwszy *par excellence* profesjonalny krakowski salon sztuki należy uznać powo-

<sup>36</sup> Zob. J. Wiercińska, *Salon Artystyczny*, [w:] *Polskie życie artystyczne...*, s. 216–217.

<sup>37</sup> Na ten temat zob. A. Gabryś, *Salony krakowskie*, Kraków 2006.

<sup>38</sup> Zob. K. Dormus, *Rozwój form wychowania estetycznego i nauczania rysunku w Krakowie w latach 1850–1914*, Warszawa 1998, s. 220.

<sup>39</sup> *Korespondencja Tygodnika Ilustrowanego*, „Tygodnik Ilustrowany” 1885, nr 113, s. 134.

<sup>40</sup> Jak podaje J. Zieliński (*Filokartystyka i „Salon Malarzy Polskich” Henryka Frista*, [w:] A. B. Skotnicki, M. Sosenko, *Salon Malarzy Polskich Henryka Frista (1885–1939)*. Wydawnictwo pocztówek krakowskich, artystycznych i patriotycznych, Kraków 2018), galeria H. Frista została zarejestrowana w sądzie jako „Salon Malarzy Polskich Henryk Frist” w 1885 roku. Według „Rocznika Polskiego Przemysłu i Handlu” (nr 13277 [1938]) datą zarejestrowania „wydawnictwa pod nazwą »Salon Malarzy Polskich Henryk Frist i S-ka«” jest rok 1882. Natomiast z artykułu prasowego opublikowanego na łamach dwutygodnika „Świat” (1895, nr 1, s. 23) wynika, że pozwolenie namiestnictwa na otwarcie „wystawy sprzedażnej” pochodzi z 1894 r., natomiast otwarcie salonu dla klientów nastąpiło w 1895 roku.

<sup>41</sup> Zob. J. Zieliński, *op. cit.*, s. 4–5. Zob. też *idem*, *Salon Malarzy Polskich Henryka Frista*, [w:] A. B. Skotnicki, W. Klimczak, *Spółeczność żydowska w Polsce. Zwyczaje i udział w walce o niepodległość*, Kraków 2006, s. 121–123.

<sup>42</sup> Zob. „Świat” 1895, nr 1, s. 23.



łany w 1904 r. Ars [il. 2]<sup>43</sup>. Zainicjował go słynny w środowisku zarówno warszawskim, lwowskim, jak i krakowskim dramaturg, publicysta, krytyk teatralny i artystyczny, Zygmunt Sarnecki (1837–1922)<sup>44</sup>. W trakcie swoich pobytów w Paryżu rozwijał swoje pasje zawodowe związane z teatrem, ale bardzo mocno zainteresował się również kwestiami malarstwa, na temat którego często pisał<sup>45</sup>. Można rzec, iż był prawdziwym miłośnikiem sztuki i ekspertem w tej dziedzinie. Organizując salon, starał się pozyskać najwybitniejsze przykłady malarstwa, rzeźby, a także rysunku współczesnych artystów polskich – m.in. Teodora Axentowicza, Olgi Boznańskiej, Juliana Fałata, Stanisława Chlebowskiego, Artura Grottgera, Juliusza Kossaka, Aleksandra Kotsisa, Matejki, Jana Stanisławskiego, Wyczółkowskiego, Malczewskiego<sup>46</sup>. Pierwszą siedzibą salonu był niewielki lokal przy ulicy Brackiej 5. Jednak w 1907 r. Sarnecki postanowił przenieść go w inne miejsce, co wynikało z chęci rozwoju i zmiany charakteru instytucji ze ściśle handlowego w kierunku wystawienniczego<sup>47</sup>. W tym celu Sarnecki pozyskał odpowiedniejszą przestrzeń do prezentacji oferowanych prac – w kamienicy przy rogu ulicy św. Jana i Rynku Głównego, gdzie zaaranżował sale dostosowane do wymogów nowoczesnych ekspozycji. Ówczesna prasa pisała: „Sala tam bardzo obszerna [...], światło doskonałe, oświetlające należycie w różnych porach dnia wszystkie ściany i sztalugi ruchome”<sup>48</sup>. Ta reorganizacja salonu oraz poszerzenie tematyki wystaw o malarstwo zagraniczne sprawiły, że Ars stał się inicjatywą na wysokim, europejskim poziomie<sup>49</sup>. Na łamach czasopisma „Scena i Sztuka” w omówieniu jednej z ekspozycji zorganizowanych przez Sarneckiego w 1908 r. podkreślano, że „jako wystawa zbiorowa – pozyskałaby [ona] niezawodnie gorące i zaszczytne uznanie najsurowszej krytyki w każdej pierwszorzędnej stolicy europejskiej”<sup>50</sup>. Ideą samego pomysłodawcy tego nowatorskiego, jak na warunki krakowskie, przedsięwzięcia było: „Mieć w miarę możliwości wszystkiego, co najlepszego wydaje malarstwo polskie”<sup>51</sup>. Oprócz obiektów tzw. sztuki wysokiej, Zygmunt Sarnecki oferował wyroby towarzystwa Polska Sztuka Stosowana, takie jak kilimy i karty pocztowe. Ars przez kilka lat swego funkcjonowania (do 1908 r., kiedy z powodu kłopotów finansowych Sarnecki został zmuszony do zawieszenia działalności) cieszył się dużym uznaniem środowiska oraz sporą liczbą klientów zarówno lokalnych, jak i zagranicznych.

Salon zorganizowany przez Sarneckiego stanowił odpowiedź na nadal nie najlepszą sytuację sztuki na nieunormowanym krakowskim rynku przełomu XIX i XX w., na którym, pomimo największej w skali wszystkich ośrodków polskiego życia artystycznego podaży prac plastycznych, zwłaszcza współczesnych, brakowało „kulturalnego” pośrednictwa pomiędzy autorem a odbiorcą. Jak wówczas pisano, problem polegał na nabywaniu – przez miejscowych handlarzy – dzieł od artystów po zaniżonych cenach, co stawiało ich, zwłaszcza tych młodych, w złej sytuacji ekonomicznej. Do tego dochodziła wszechobecna dominacja „kiczów”, wpisana w ofertę reklamujących się w prasie „handlów obrazów olejnych i rodzajowych”<sup>52</sup>, oraz niska świadomość odbiorców, którzy kupowali dla „firmy” wszystko to, co im sprzedawca zaoferował. Dlatego też tak istotne stało się, aby pośrednictwu w handlu sztuką zaczęła przyświecać, oprócz celów komercyjnych, misja kulturalna. Panowało przekonanie, że fachowy marszand powinien cechować się wysoką kulturą artystyczną, by klientom podsuwać dobrą sztukę i kształcić tym samym ich gust estetyczny<sup>53</sup>. W takim kontekście Ars stał się profesjonalnym miejscem o charakterze komercyjno-wystawienniczym, będąc krakowskim odpowiednikiem warszawskiego Salonu Krywulta.

<sup>43</sup> Zob. B. Wojciechowska, *Salon Ars*, [w:] *Polskie życie artystyczne...*

<sup>44</sup> Zob. J. Kowalczykówna, *Sarnecki Zygmunt*, [w:] *Polski słownik biograficzny*, t. 35, Warszawa-Kraków 1994.

<sup>45</sup> Artykuły Z. Sarneckiego na temat malarstwa ukazywały się na łamach „Biesiady Literackiej”, „Czasu”, „Echa Muzycznego, Teatralnego i Artystycznego”, „Kłósów”, „Kuriera Warszawskiego”, „Nowej Reformy”, „Tygodnika Ilustrowanego” i „Wędrowca”.

<sup>46</sup> Zob. *Salon „Ars” w Krakowie*, „Tygodnik Ilustrowany” 1906, nr 20.

<sup>47</sup> Zob. *Kronika*, „Czas” 1907, nr 148.

<sup>48</sup> Zob. *Salon sztuki „Ars”*, „Nowości Ilustrowane” 1907, nr 37, s. 16.

<sup>49</sup> Zob. *ibidem*.

<sup>50</sup> *Salon „Ars” w Krakowie*, „Scena i Sztuka” 1908, nr 38, s. 14.

<sup>51</sup> *W salonie „Ars”*, Kraków, „Świat” 1907, nr 38, s. 8.

<sup>52</sup> *Ż. [?]*, *Z krakowskiego Kunsthaendlerstwa*, „Świat” 1906, nr 41, s. 9.

<sup>53</sup> Zob. *ibidem*.

Takich „odpowiedników” tego salonu, które powstawały, począwszy od lat 90. XIX w., w polskich miastach, było więcej. Co równie istotne, bardzo często placówki te nie tylko wzorowały się na stołecznych inicjatywach w zakresie handlu sztuką, ale wręcz pozyskiwały obiekty na wystawy i do sprzedaży zarówno z TZSP, jak i z salonów Ungra czy Krywulta.

Tak działo się m.in. we wspomnianej już Łodzi, gdzie pod koniec XIX w. nastąpiło znaczące ożywienie w zakresie nabywania obrazów. Pierwszym pełnoprawnym salonem o charakterze handlowo-wystawienniczym był Salon Artystyczny. Placówka otwarta została pod koniec 1895 r. przy ulicy Benedykta 1, w przystosowanym do celów ekspozycyjnych lokalu, z inicjatywy dziennikarza, rysownika i malarza amatora, Zygmunta Bartkiewicza (1867–1944)<sup>54</sup>. Chęć założenia takiej pionierskiej, jak na warunki lokalne, firmy wynikała zapewne z handlowego wykształcenia Bartkiewicza, finansowej pomocy ojca oraz osadzenia w środowisku miejscowej inteligencji. Schemat funkcjonowania galerii przejęty został od Krywulta – działała ona na zasadzie stałej wyprzedaży dzieł, wymieniając tylko obiekty niecieszące się zainteresowaniem klientów, co wpływało na zróżnicowanie oferty<sup>55</sup>. Z Salonem Krywulta zresztą utrzymywał Bartkiewicz już wcześniej kontakty towarzyskie i wypożyczał stamtąd w komis obrazy<sup>56</sup>. Obok pełnienia funkcji *stricto* komercyjnych placówka zapisała się również na kartach historii życia artystycznego Łodzi – jako miejsce kształtujące gust lokalnych odbiorców sztuki m.in. poprzez losowanie (wśród klientów opłacających roczny abonament) premii w postaci oryginalnych płócien zamiast oleodruków lub chromolitografii (premie te rugowały z salonów średnio zamożnych mieszkańców Łodzi fabryczne reprodukcje), a także poprzez organizację wystaw zbiorowych dzieł artystów indywidualnych. Pokazywano tu np. prace Jana Chełmińskiego, Józefa Brandta, Alfreda Wierusza-Kowalskiego, Aleksandra Gierymskiego, Władysława Czachórskiego czy Wyczółkowskiego<sup>57</sup>. Salon zakończył działalność w 1900 r., prawdopodobnie z przyczyn finansowych.

Sporą konkurencją musiał być dlań powstały w 1899 r. (aktywny jedynie rok) drugi z kolei łódzki salon sztuki, określany jako Wystawa Sztuk Pięknych. Jego pomysłodawcą był wspomniany twórca warszawskiego Salonu Artystycznego, Pawłowski. W trakcie wystaw objazdowych po miastach zaboru rosyjskiego twórca ów stwierdził, że Łódź stanowi najlepszy po Warszawie rynek zbytu dzieł sztuki, dlatego też otworzył tam kolejną firmę<sup>58</sup>.

Inicjatywa Zygmunta Bartkiewicza, a także Pawłowskiego zapoczątkowała rozwój nowoczesnych form pośrednictwa w sprzedaży dzieł sztuki w Łodzi. Na początku XX w. powstały tu kolejno salony sztuki: Jana Grodka (1901–1902) i Kazimierza Biedrzyckiego (1905–1907). Inicjatorzy powyższych nie byli niestety osobami związanymi w sposób szczególny ze światem sztuki, a sprzedaż obrazów stanowiła w dużej mierze jeden z etapów ich działalności handlowej. Placówki te funkcjonowały niezwykle krótko, zamykane ze względów finansowych (dochody ze sprzedaży dzieł sztuki nie pokrywały kosztów wynajęcia i utrzymania lokalu oraz przywozu i ubezpieczenia prac)<sup>59</sup>. Jak wynika ze źródeł prasowych, wiele salonów zajmujących się sprzedażą dzieł sztuki z powodu deficytów zmuszonych było przerywać swoje funkcjonowanie<sup>60</sup>.

Pierwsze lata XX w. to okres wzmożonej działalności pierwszych salonów sztuki zakładanych w wielu większych i mniejszych miastach takich jak: Kalisz (Salon Artystyczny Kazimierza Krzyżanowskiego, 1900)<sup>61</sup>, Częstochowa (Salon Artystyczny Józefa Baltazara Proszowskiego, 1901)<sup>62</sup>, Lwów (Salon Sztuk

<sup>54</sup> Zob. Ł. Grzejszczak, *Atelier – salon – kawiarnia. Artyści łódzcy we wnętrzach 1890–1939. (Zarys problematyki)*, [w:] *W fabryce, salonie, teatrze i kawiarni. Łódzkie wnętrza w XIX i XX wieku*, Łódź 2008, s. 93, 97.

<sup>55</sup> Zob. A. Pawłowska, *Plastyka łódzka u schyłku XIX i na początku XX wieku*, „Przegląd Nauk Humanistycznych” 2017, nr 1, s. 180.

<sup>56</sup> J. Strzałkowski, *op. cit.*, s. 55–56.

<sup>57</sup> Zob. T. [?], *Ze sztuk plastycznych*, „Rocznik Artystyczno-Literacki, Teatralny, Ilustrowany” 1899.

<sup>58</sup> Zob. J. Strzałkowski, *op. cit.*, s. 57.

<sup>59</sup> Zob. *ibidem*, s. 49.

<sup>60</sup> W 1902 r. z powodu deficytu zamknięto prywatny Salon Artystyczny w Kaliszu. Zob. „Życie i Sztuka” 1902, nr 18, s. 203.

<sup>61</sup> I. Barańska, *Początki rynku sztuki w Kaliszu – pierwsza galeria sztuki nowoczesnej w mieście*, referat wygłoszony na konferencji „Życie artystyczne prowincji środkowoeuropejskiej w drugiej połowie XIX i początkach XX wieku: przemiany, formy i funkcje”, Kalisz, 19–20 X 2017.

<sup>62</sup> Według informacji podanej w „Tygodniku Ilustrowanym” w 1901 r. artysta J. B. Proszowski otrzymał zezwolenie na otwarcie salonu artystycznego w Częstochowie. Zob. *Kronika Powszechna. Sztuka*, „Tygodnik Ilustrowany” 1901, nr 36.

Pięknych Jana Latoura, 1902)<sup>63</sup> czy Lublin. W tym ostatnim projekt stworzenia takiej instytucji pojawił się w 1906 r., gdzie przy swojej księgarni na Krakowskim Przedmieściu 15 Wiktor Kiesewetter otworzył Salon Sztuki i Archeologii. Kiesewetter, który nabył księgarnię w 1900 r. od Michała Arcta, a działalność handlową postanowił poszerzyć prawdopodobnie z pobudek finansowych. Nie był co prawda profesjonalnym znawcą sztuki, ale zajmował się po amatorsku malarstwem oraz technikami fotograficznymi. Salon Kiesewettera, nawet w porównaniu z wcześniej opisanymi, cechowała różnorodność oferty, sytuująca go na pograniczu antykwariatu. Kiesewetter wystawiał bowiem grafikę (sztychy, staloryty, miedzioryty, akwaforty), obrazy olejne, akwarele, ale również porcelanę sewrską, wiedeńską, polską, a także meble, brązy i numizmaty. Co ciekawe, oprócz prezentowania stałej oferty salon zajmował się wyszukiwaniem i dostarczaniem przedmiotów na życzenie klienta, a w 1906 r. urządził nawet aukcję obrazu Konstantego Kietlicza-Rayskiego. Przetwał zaledwie trzy lata – nie tylko ze względu na niekorzystną sytuację polityczną i gospodarczą Królestwa, ale również na nadmiernie ambitną i kosztowną ofertę, przekraczającą możliwości nabywcze mieszkańców ówczesnego Lublina<sup>64</sup>.

Należy podkreślić, że upadłość ze względu na zbyt niskie zyski pochodzące ze sprzedaży sztuki ogłosić musiało wiele ówczesnych salonów, co nie zmienia faktu, że pomimo krótkiej działalności w sposób oczywisty przyczyniły się one do podniesienia rangi i poziomu handlu sztuką na ziemiach polskich pod zaborami.

## Podsumowanie

Choć genezy rynku sztuki w Polsce upatruje się jeszcze w czasach stanisławowskich, pierwsze profesjonalne formy pośrednictwa w sprzedaży dzieł plastycznych pojawiły się w latach 80. XIX w. w postaci salonów sztuki. Rozkwit tych przedsięwzięć nastąpił na przełomie XIX i XX w. na fali ogólnego ożywienia artystycznego i zainteresowania kolekcjonerstwem. Niemniej jednak już okres formowania się podstaw rynku w XIX w., poprzedzający powstanie fachowych salonów, naznaczony był szeregiem inicjatyw stanowiących świadectwo pierwszych przejawów nowoczesnych systemów sprzedaży sztuki czerpiących z wzorców zachodnich. Należały do nich m.in. organizowane przez zagranicznych kunsthändlerów licytacje dzieł sztuki, wystawy handlowe opatrzone katalogami z informacjami na temat cen, a w końcu ekspozycje sztuk pięknych i powstające w najważniejszych polskich miastach towarzystwa wspierające sztukę współczesną.

Pierwsze „wzorcowe” salony sztuki otwarto w Warszawie. Rynek stołeczny stał się wkrótce inspiracją dla innych ośrodków życia artystycznego na terenie trzech zaborów – ośrodków takich jak Kraków, Lublin, Łódź, Lwów, Wilno, Płock czy Kalisz, gdzie zaczęto otwierać bardziej bądź mniej fachowe placówki o charakterze komercyjno-wystawienniczym. Jak wykazano na podstawie analizy źródeł prasowych, głównym celem tych przedsięwzięć była dbałość o możliwie wysoką jakość oferty eksponowanej w nowoczesnych przestrzeniach. Ponadto dążono do unormowania cen na rynku, podejmowano walkę z „kiczem” i krążącymi w obiegu falsyfikatami, a w końcu prowadzono działalność ekspozycyjną, kształtującą gusta odbiorców.

Choć największy rozkwit profesjonalnych salonów sztuki oraz pojawienie się pierwszych w historii polskiego rynku sztuki domów aukcyjnych nastąpi dopiero w okresie dwudziestolecia międzywojennego, pionierskie inicjatywy podejmowane w tym zakresie już w XIX w. i na początku XX w. warte są podkreślenia.

<sup>63</sup> Na temat salonu J. Latoura zob. *Kronika Powszechna. Sztuka*, „Tygodnik Ilustrowany” 1902, nr 21; *Kronika Powszechna. Sztuka*, „Tygodnik Ilustrowany” 1902, nr 25.

<sup>64</sup> Zob. I. Kamiński, *op. cit.*, s. 52.



---

#### Słowa kluczowe

rynek sztuki, salon sztuki, wystawa sztuki, antykwariat, życie artystyczne, XIX wiek, XX wiek

---

#### Keywords

art market, art salon, art exhibition, antique shop, art life, 19th century, 20th century

---

#### References

1. **Bołdok Sławomir**, *Antykwariaty artystyczne, salony i domy aukcyjne. Historia warszawskiego rynku sztuki w latach 1800–1950*, Warszawa 2004.
2. **Czarnecki Kazimierz**, *Płockie życie artystyczne w latach 1900–1939*, Płock 1990.
3. **Dormus Katarzyna**, *Rozwój form wychowania estetycznego i nauczania rysunku w Krakowie w latach 1850–1914*, Warszawa 1998.
4. **Grzejszczak Łukasz**, *Atelier – salon – kawiarnia. Artyści łódzcy we wnętrzach 1890–1939. (Zarys problematyki), [w:] Wfabryce, salonie, teatrze i kawiarni. Łódzkie wnętrza w XIX i XX wieku*, Łódź 2008.
5. **Kamiński Ireneusz**, *Życie artystyczne w Lublinie 1901–1926*, Lublin 2000.
6. **Konstantynów Dariusz**, *Sztuka i artyści w Warszawie połowy XIX wieku*, „Biuletyn Historii Sztuki” 2012, nr 2.
7. **Korzeniowska-Marciniak Maria**, *Międzynarodowy rynek sztuki*, Kraków 2001.
8. **Kozakiewicz Stefan**, *Warszawskie wystawy sztuk pięknych w latach 1819–1845*, Wrocław 1952.
9. **Niemira Konrad**, *Rynek sztuki w Warszawie czasów Stanisława Augusta*, „Almanach Warszawy” t. 12 (2019).
10. **Pawłowska Aneta**, *Plastyka łódzka u schyłku XIX i na początku XX wieku*, „Przegląd Nauk Humanistycznych” 2017, nr 1.
11. **Płażewska Maria**, *Warszawski Salon Aleksandra Krywulca (1880–1906)*, „Rocznik Muzeum Narodowego w Warszawie” t. 10 (1966).
12. *Polskie życie artystyczne w latach 1890–1914*, red. **A. Wojciechowski**, Wrocław 1967.
13. **Rosset Tomasz F. de**, *Galeria Aleksandra Kokulara i kilka innych kolekcji artystycznych warszawskich malarzy w pierwszej połowie XIX wieku*, „Rocznik Historii Sztuki” t. 25 (2000).
14. **Rosset Tomasz F. de**, *Malarz warszawski Franciszek Pfanhauser jako zbieracz obrazów*, „Rocznik Warszawski” t. 28 (1998).
15. **Ryszkiewicz Andrzej**, *Początki handlu obrazami w środowisku warszawskim*, Warszawa 1953.
16. **Ryszkiewicz Andrzej**, *Warszawski sklep Henryka Hirszla. Z dziejów handlu obrazami, [w:] idem, Kolekcjonerzy i miłośnicy*, Warszawa 1981.
17. **Skąpska-Święcicka Irena**, *Początki wystaw artystycznych w Krakowie*, „Rocznik Krakowski” t. 41 (1970).
18. **Skotnicki Aleksander B., Sosenko Marek**, *Salon Malarzy Polskich Henryka Frista (1885–1939). Wydawnictwo pocztówek krakowskich, artystycznych i patriotycznych*, Kraków 2018.
19. **Strzałkowski Jacek**, *Artyści, obrazy i zbieracze w Łodzi*, Łódź 1991.
20. **Wiercińska Janina**, *Towarzystwo Zachęty Sztuk Pięknych w Warszawie. Zarys działalności*, Wrocław 1968.

---

**PhD Ewa Skotniczna, ewa.skotniczna@upjp2.edu.pl**

She works at the Institute of Art History and Culture of Pontifical University of John Paul II in Cracow. Her scientific interests focus on issues related to the history and significance of graphics in the 19th century, the art market in Poland and the world in historical and contemporary aspects, as well as the subject of old photography.

#### **EWA SKOTNICZNA (Pontifical University of John Paul II in Cracow) / The beginnings of the professionalisation of the art market in Poland in the 19th and early 20th centuries**

The article describes the beginnings of the professionalisation of the art market in Poland in the 19th century and at the beginning of the 20th century. Professionalisation should be understood as the transformation of amateur, often accidental, trade of works of art and antiques into a system based on the activity of specialist institutions dealing with the brokering of artistic objects. Such initiatives include primarily private art salons, which appeared in Polish artistic life since the late 1870s and gained popularity at the turn of the 19th and 20th centuries. These initiatives, of a commercial and exhibition character, were to increase the level of art trade by means of a selected offer, taking care of mutual interest of the parties involved in the transaction and popularizing artistic matters in order to develop the taste of the audience.