

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: Audycje kulturalne – w dobrym tonie

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: Przed mikrofonem Magdalena Miszewska, zapraszam na kolejny odcinek Audycji Kulturalnych. Dziś będziemy rozmawiać o ceramice użytkowej. A to za sprawą książki "Polski new look", której autorka pani Barbara Banaś, kustoszka w Dziale Ceramiki i Szkła Współczesnego w Muzeum Narodowym we Wrocławiu oraz zastępca dyrektora tego właśnie muzeum jest ze mną. Dzień dobry.

BARBARA BANAŚ: Dzień dobry. Witam Państwa.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: Pojęcie "new look" zostało stworzone pod koniec lat czterdziestych przy okazji promocji debiutanckiej kolekcji Christiana Diora. Potem przechodziło powoli do innych dziedzin życia i sztuki, między innymi również do sztuki użytkowej. Jak właściwie moglibyśmy określić jaki był ten dizajn tego nowego spojrzenia, czyli new look właśnie w Europie w tamtych czasach? Jakie były te jego najważniejsze cechy wspólne?

BARBARA BANAŚ: Jeśli byśmy przyjrzeni się kolekcji Christiana Diora to to przede wszystkim był powrót do prawdziwie kobiecej sylwetki, a więc wyeksponowanie biustu, wcięta talia, szerokie biodra, czyli krótko mówiąc kształt klepsydry. I ten kształt klepsydry doskonale również został zaimplementowany w inne obszary wzornictwa, choćby w ceramice użytkowej. Zmieniał się świat, oczywiście ta gwałtowna potrzeba pewnej radości, która powinna była się pojawić po tych trudnych czasach wojennych zdominowała taką chęć projektantów do kreowania rzeczy barwnych, kolorowych, do odwoływania się do sztuki współczesnej, do nurtów zarówno rzeźby jak i malarstwa, a więc pewnego swobodnego operowania plamą barwną, gwałtownych zestawień kontrastów kolorystycznych, do różnych eksperymentów formalnych i to wszystko także w płaszczyźnie wzornictwa możemy zauważyć. Te nowe czasy potrzebują jakby nowego projektu mieszkania i wnętrza. Starano się przygotowywać formy, które będą proste, funkcjonalne, ergonomiczne, ale jednak w jakiś sposób ciepłe, cieplejsze w każdym razie od tego zimnego funkcjonalizmu, który był proponowany w latach trzydziestych. I w taki nurt jak gdyby poszukiwań także wpisywali się polscy projektanci, oczywiście z pewnym drobnym poślizgiem, który tutaj wynikał z przyczyn politycznych, a więc pewnej izolacji Polski i z tego, że od - właściwie - czterdziestego dziewiątego roku realizowano tu bardzo konsekwentnie program realizmu socjalistycznego, doktryny, która miała w jakiś sposób zunifikować sztukę, nie tylko sztukę przez duże "s", ale tą sztukę użytkową także.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: Ale ta izolacja, o czym już wiemy z dzisiejszego spotkania autorskiego, miała swoje plusy i to, że w Polsce projektanci nie do końca byli świadomi tego jak projektuje się w innych krajach europejskich spowodowało, że tworzyli rzeczy naprawdę unikatowe.

BARBARA BANAŚ: Rzeczywiście ta izolacja, która była wymuszona sytuacją polityczną przyniosła także bardzo ciekawe rezultaty, bo ta świadomość tego, co dzieje się na zachodzie była znikoma. Na ogół rozpoznana nie poprzez bezpośredni kontakt z przedmiotami, a poprzez tylko i wyłącznie fotografie oglądane w jakichś magazynach wnętrzarskich. Więc pomysły były rozmaite i wydaje mi się, że to pozwalało na zupełnie inne podejście do tematu, do takiej kreatywności, inwencji, oryginalności. To, co także symptomatyczne dla polskiego wzornictwa to swoiste niedostatki technologiczne, to

znaczy te nasze fabryki miały dość zniszczony ten park maszynowy, więc projektanci musieli się dostosowywać do trudnej sytuacji ekonomicznej i wymyślać różne - jak sami to nazywali - patenty. Te patenty przynosiły bardzo ciekawe rezultaty formalne, jak choćby, jeśli przyjrzymy się produktom Porcelitu w Tułowicach, gdzie pan Kazimierz Kowalski, który tam był projektantem przygotował taką szczeroteczkę-drapak. No coś tak banalnie prostego, jeśli Państwo możecie sobie to wyobrazić: na patyczku, pozwijane druciki, które były, że tak powiem, używane do rozdrapywania świeżego szkliwa po to, żeby uzyskać taką strukturę spękań. A w te powstałe rozdrapania było wpisywane złoto i powstawała zupełnie nowa jakość dekoracyjna. Bardzo się to publiczności i odbiorcom podobało. Także ta swoista izolacja i pewne ograniczenia przynosiły w tym przypadku akurat bardzo ciekawe rezultaty.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: To nieco inna sytuacja niż ta w modzie, bo skoro zaczęłyśmy od Christiana Diora to ta moda będzie jeszcze się tu nam przewijać. Myślę, że można by porównać w pewien sposób Instytut Wzornictwa Przemysłowego z Modą Polską. To były podobne zadania w różnych obszarach życia, ale Moda Polska i Jadwiga Grabowska miała tę przewagę, że mogła wyjeżdżać za granicę i właśnie podpatrywać w Paryżu bezpośrednio, na pokazach to, co tworzyli projektanci. No tutaj nasi projektanci ceramiki mogli tylko zerkać sobie w czasopiśmie, jeśli znaleźli dostęp do takich, jak wyglądała sytuacja projektantów zachodnioeuropejskich, ale za to wiedzieli co dzieje się w sztuce i trochę chyba ta ceramika, a szczególnie patery, miały zastępować sztukę, wieszane w domach, zamiast obrazów.

BARBARA BANAŚ: Rzeczywiście, te przedmioty, które powstawały niekiedy miały charakter unikatowy i można powiedzieć, że takim wyjątkowym produktem były dekorowane patery, były substytutem malarstwa współczesnego, w jakiś sposób tak, na pewno były tym produktem, który był dostępny w tych parametrach cenowych dla zwykłego śmiertelnika. A jednocześnie pojawiały się na nich zarówno dekoracje figuralne jak i abstrakcyjne, ale także próby takie malarskie zbliżone do informelu, a więc taką swobodną plamą, jakimiś rozbryzgami, a to dlatego, że bardzo często te przedmioty były przygotowywane, projektowane, wykonywane przez młodych adeptów sztuk pięknych, studentów państwowych wyższych szkół plastycznych, którzy po prostu do tych fabryk trafiali jako uczniowie na praktyki studenckie i realizowali tego typu rzeczy, które później trafiały do sprzedaży, do jakiejś produkcji krótkoseryjnej. Także wielu wybitnych artystów ma na swoim koncie takie praktyki studenckie, które zaowocowały tego typu realizacjami.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: A skoro jesteśmy przy tych praktykach w fabrykach, plastyk w fabryce to nie zawsze był dobry pomysł, przynajmniej w punkcie widzenia pracowników tej fabryki.

BARBARA BANAŚ: Plastyk w fabryce miał być postacią pożądaną. To on miał jak gdyby nowy sznyt, nową jakość produkcji fabrycznej, ale nie zawsze szło to tak prosto. Ci pierwsi młodzi absolwenci, którzy trafiali do fabryk bardzo często byli zatrudniani jako zwykli robotnicy, zanim powstały tam ośrodki wzorcujące, zanim oni zyskali rangę samodzielnych pracowników właśnie na stanowisku projektanta. Więc początki nie były łatwe. Zwłaszcza, że taka osoba musiała się wykazać pewną elastycznością i pewną umiejętnością pozyskiwania sympatii załogi po to właśnie, aby ci robotnicy no nie torpedowali pewnych pomysłów realizatorskich, realizacyjnych, bo czasem łatwiej było wyprodukować czy udekorować serwis, który tłuło się już - w cudzysłowie oczywiście - od pięciu czy sześciu lat niż zajmować się jakimś nowym produktem, któremu trzeba było poświęcić zdecydowanie więcej czasu, gdzie trzeba było zadbać o wyretuszowanie detali, o inny

zupełnie sposób nakładania dekoracji. To wymagało ogromnie określonego wysiłku. A nie zawsze, nie każdy chciał taki wysiłek podejmować.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: A wracając do tego substytutu malarstwa, malarskie było też określenie tych nowoczesnych wzorów ceramicznych "pikasy" od nazwiska Pabla Picassa, który zresztą pod koniec lat czterdziestych jeszcze zdążył Polskę, na zaproszenie władz, odwiedzić.

BARBARA BANAŚ: Pablo Picasso to była taka postać chyba zmitologizowana w Polsce, bo to był pierwszy zachodni artysta, który tutaj przyjechał, na Kongres Intelktualistów we Wrocławiu, był w Warszawie, zostawił nam syrenkę na ulicy Deotymy i piękną kolekcję swoich ceramik, którą przekazał do Muzeum Narodowego w Warszawie, więc była to postać rozpoznana, fascynująca nie tylko jako artysta, ale także jako człowiek, by nie powiedzieć jako mężczyzna, który, prawda, uwodził liczne rzesze kobiet, miał takie bujne życie, więc była to postać jak gdyby, do której się odwoływano tłumacząc, że wszystkie te nowatorskie działania są takim pokłosiem nowatorskiego podejścia do sztuki. I mówiono właśnie o tym, że jeżeli ktoś jest nowoczesny to potrafi popicassować. Ale już kilka lat później, po pięćdziesiąty siódmy rok to można powiedzieć, że taki rozkwit tego stylu new look w Polsce, ale w latach sześćdziesiątych uważano, że to picassowanie to jest coś nie za bardzo gustownego. Że przeszło to w stronę takiego wszechobecnego kiczu. Że już nie ma jak gdyby zrozumienia, że to wyrasta z potrzeby nowoczesności, nowej linii. Że powielanie tego takie bezrefleksyjne, działanie tylko w obszarze kontrastów kolorystycznych jest zaprzeczeniem tej idei dobrego, nowoczesnego wzornictwa.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: A jakie to dobre, nowoczesne wzornictwo jest pisała przede wszystkim prasa, którą określiłybyśmy dzisiaj mianem lifestylowym, która w czasach peerelu tak się nie nazywała. Tam pojawiały się porady dotyczące tego, jak się ubierać, ale też właśnie, jak urządzić mieszkanie. Tylko czy o tej sztuce użytkowej pisało się tam dużo?

BARBARA BANAŚ: Sztuka użytkowa pojawiała się trochę na marginesie tych tekstów pisanych niejednokrotnie przez nie tylko dziennikarzy, ale samych projektantów, między innymi Olgierd Szlekys podawał różne rady jak należy urządzić mieszkanie przestrzegając właśnie, aby na przykład nie mieszać stylów, aby ludowe pozostawić w obszarze ludowości, nowoczesne wprowadzać tylko do wnętrza nowoczesnych, czyli zachowywać pewną czystość gatunku jeśli tak można byłoby powiedzieć. Więcej uwagi na pewno poświęcano meblom, tkaninie, zasłonom. Ceramika stanowiła pewien margines. Ale ona pojawiała się. Tak jak dzisiaj mamy porady co komuś kupić w prezencie przy jakiejś okazji świątecznej. Tak i wówczas pisano o tym, że warto nabyć nowoczesny serwis czy komplet do napoi, po to właśnie, żeby na stole postawić wyrób atrakcyjny wizualnie, a jednocześnie funkcjonalny.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: To ja tylko wspomnę tak na marginesie, że mamy odcinek Audycji Kulturalnych poświęcony właśnie lifestylowej prawie w peerelu, o książce "Paryż domowym sposobem" Beaty Szydłowskiej. Ten odcinek nosi tytuł "Styl życia w PRL" i podlinkuję do w opisie tego odcinka. Tymczasem wracamy do ceramiki i to, co trzeba podkreślić, Instytut Wzornictwa Przemysłowego, o tym wspominałyśmy. To jest taka instytucja, którą większość osób jest w stanie wymienić myśląc o wzornictwie, ale ta ceramika powstawała przecież też w mniejszych ośrodkach. Ja mam tutaj wypisane. To są fabryki w Wałbrzychu, Jaworznie, Chodzieży, Ćmielowie, Bogucicach, Pruszkowie, Tułowicach, Włocławku i prywatnej katowickiej wytwórni Steatyt, ale o której

chciałabym porozmawiać za chwilę. Najpierw te wszystkie mniejsze, o których często się nie pamięta. Ćmielów, Chodzież - to jeszcze są nazwy miejscowości, które myślę, że kojarzymy, ale Bogucice, Pruszków, Jaworzno - pewnie ci, którzy się interesują, wiedzą. Ci, którzy się mniej interesują już mogą ich nie kojarzyć z ceramiką.

BARBARA BANAS: Oczywiście. No to jest jak gdyby historia, czyli mówiąc krótko, po osiemdziesiątym dziewiątym roku część tych fabryk po prostu została zlikwidowana, nie przetrwały próby ekonomicznych warunków w nowych, kapitalistycznych realiach. Natomiast instytut był takim zwornikiem, był takim punktem dystrybucyjnym w pierwszych latach, czyli przygotowywał wzory, które były rozsyłane do tych wszystkich wytwórni. Czasem w tych poszczególnych wytwórniach powstawały wzorcownie, w których zatrudniani byli plastycy i wtedy oni przejmowali rolę tych kreatorów jak gdyby linii produkcyjnej, a instytut zajmował się z czasem innymi czynnościami, bardziej eksperymentalnymi, bardziej doświadczalnymi, przygotowaniem pewnych projektów skierowanych do określonych grup społecznych, dla szkół, dla przedszkoli, dla osób niepełnosprawnych, także jakby wyspecjalizował się w innym obszarze. Rzeczywiście nie znamy, być może części odbiorców. Te firmy, o których pani wspomniała i wymieniła miejscowości, w których się znajdowały są po prostu jakimś brzmieniem przeszłości. Funkcjonują na rynku duże fabryki w Chodzieży i w Ćmielowie i warto pamiętać o tym, że to są zakłady, które mają ogromną tradycję, która sięga okresu jeszcze międzywojnia i głębiej i że tę tradycję na pewno warto pielęgnować.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: A czy warto też przypominać katowicką wytwórnię Steatyt. Ona wzbudza, również podczas dzisiejszego spotkania, dużo emocji. Myślę, że na początek trzeba by było wytłumaczyć naszym Słuchaczom dlaczego. No czy wystarczy powiedzieć, że miała czasem bardzo specyficzne wzory czy to jest za mało?

BARBARA BANAS: Jest to bardzo ciekawa wytwórnia i bardzo ciekawa historia. Ciekawa choćby przez to, żeby był to prywatny zakład, który działał blisko pięćdziesiąt lat w okresie peerelu, a więc w czasie, gdy prywatne inicjatywy no nie zawsze znajdowały zrozumienie dysydentów, więc już sama żywotność tej wytwórni jest godna podziwu. To, co dziś zachwyca w Steatycie i ma on swoją rzeszę fanów, miłośników, kolekcjonerów to na pewno pewne niebywałe kształty i formy, które nas zadziwiają swoją wymyślnością, dziwnością kształtów, taką dynamicznością kształtów, która łączy się z jednej strony kolorem, z mocnym akcentem kolorystycznym, z drugiej ze złotem, a często jeszcze z jakimiś dekoracjami fakturalnymi. Rzeczywiście właściciel tej wytwórni Zygmunt Buksowicz bardzo szybko zorientował się, że pojawiający się na rynku w tym obszarze dystrybucji państwowej nowy styl, te rzeczony pikasy, znajdują swoich miłośników i odbiorców, więc nie chciał być po prostu w tyle, nie chciał być gorszy. Przygotował swoją kolekcję ceramiki i można powiedzieć, że zaszalał, bo w tym udziwnieniu formy nie znał jak gdyby granic, chociaż powiem Państwu szczerze, że ja wypróbowałam serwisy, które były produkowane przez Buksowicza, które falują, powyginane w różnych miejscach i właściwie wydaje się, że z takiej filiżanki nie można napić się herbaty czy kawy, ale wbrew pozorom da się to zrobić, chociaż nie powiem, żeby to było specjalnie wygodne. Myślę, że tak naprawdę te przedmioty nie służyły jako przedmioty użytkowe, bardziej właśnie jako element dekoracyjny wnętrza, że one były nabywane, żeby w jakiś sposób cieszyły oko i żeby pokazywały, że ten właściciel, który je posiada jest oryginalny w wyborze, że ma coś innego, że ten sąsiad obok czegoś takiego nie ma, więc po to, żeby zwrócić na siebie uwagę w jakiś sposób.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: Ta książka „Polski new look” to jest w zasadzie drugie wydanie pani książki sprzed kilku lat, poszerzone i uzupełnione, ale służy nie tylko opisywaniu tego, jaki był ten dizajn ceramiki w Polsce w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych, ale też przypomnieniu nazwisk projektantów, które czasami po prostu gdzieś tam umykały. Bo o ile nazwa fabryki pojawiała się na tych wyrobach ceramicznych to nazwisko projektanta już nie.

BARBARA BANAŚ: To rzeczywiście dla mnie bardzo ważna rzecz, że mamy ten czas, kiedy można w jakiś sposób oddać hołd, pamięć, świadomość odbiorców współczesnych, że za tymi poszczególnymi projektami stoją ludzie, że to nie jest tylko wytwór zakładów takich czy siakich, ale, że byli to projektanci dzisiaj nam rzadziej lub częściej znani z imienia i nazwiska. I bardzo mi zależało na tym, żeby te nazwiska przypomnieć. Udało mi się jeszcze w trakcie zbierania materiału do tej książki spotkać się z niektórymi z nich, porozmawiać, a więc poznać jak gdyby ich relację. To, jak wkraczali do tych fabryk, jak się tam odnajdywali, z jakimi spotkali się trudnościami. Opowiadali mi o stronie technologicznej produkcji. Oni nigdy nie przywiązywali wagi do tych projektów jako swoich indywidualnych działań, a właśnie przez to, że one nie były firmowane ich nazwiskami. Zresztą już w tamtych czasach narzekano, że jest to niewłaściwa forma podejścia handlowego można powiedzieć. Nazwisko projektanta mogłoby jakby podnosić wartość wyrobu. Warto byłoby przywoływać nazwisko w kontekście. Tak niestety nie czyniono, bo być może była to swoistego rodzaju polska specyfika, chociaż można powiedzieć, porównując może czasy nieco późniejsze, że niektórzy projektanci szkła już mieli nieco więcej determinacji i tak na przykład Zbigniew Horbowy uczynił ze szkła swoją markową formę, prawda? I mówi się o szklach Horbowego i to nazwisko oczywiście zarówno dziś jak i kiedyś było znane. W przypadku projektantów ceramiki było to zdecydowanie rzadziej.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: To wymieńmy kilka z tych nazwisk. Ja mogę zacząć od jednego, pewnie bardzo oczywistego, ale Lubomir Tomaszewski. W październiku w Kordegardzie. Galerii Narodowego Centrum Kultury była wystawa poświęcona właśnie jego twórczości, nie tylko tej ceramicznej, ale też tej, którą już parał się w Stanach Zjednoczonych. Ale te figurki można było zobaczyć. Kto jeszcze poza Tomaszewskim projektował te serwisy, którymi się zachwycamy?

BARBARA BANAŚ: No Tomaszewski należał do grupy związanej z Instytutem Wzornictwa Przemysłowego i tutaj należy oczywiście wymienić kolegów, zacznijmy może od koleżanki, czyli od Hanny Orthwein, potem Mieczysław Naruszewicz i Henryk Jędrasiak. To były te postaci, które kreowały polską rzeźbę kameralną. Ale w poszczególnych zakładach zatrudnienie znajdowali bardzo różni ceramicy. Na ogół zresztą byli to absolwenci Wrocławskiej Państwowej Szkoły Sztuk Plastycznych. I tak w zakładach w Tułowicach osiadło małżeństwo Kowalskich, z zakładami w Bogucicach związana była Eryka Trzebik-Drozd, która później zajmowała się projektowaniem szkła, no i dla Ćmielowa bardzo ważną postacią był Wincenty Potacki, związany z tymi zakładami w okresie przedwojennym, który właściwie całe życie w Ćmielowie spędził. Także można by było tutaj tych nazwisk mnożyć jeszcze. Ciekawe jest jeszcze może, że nie wszyscy z nich jakby oddali się do końca porcelanie i później jednak zmieniali swoje obszary aktywności. No jak choćby właśnie Lubomir Tomaszewski, który poniekąd rozczarowany brakiem możliwości rozwoju po prostu wybrał emigrację i już w Stanach Zjednoczonych zajmował się zupełnie inną aktywnością artystyczną.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: Historię Lubomira Tomaszewskiego poznacie na przykład z odcinka poświęconego tej wystawie w Kordegardzie.

„Lubomir Tomaszewski w Kordegardzie” - taki jest tytuł, też go podlinkuję w opisie tego odcinka. To na koniec jeszcze chciałabym zapytać, bo przeglądając książkę, wtedy będzie najłatwiej nam połączyć sobie różne projekty z nazwiskami. Trudno opowiadać o ceramice, tak jak i o modzie samymi słowami. Najłatwiej jest po prostu zobaczyć na zdjęciach i na szczęście te zdjęcia w książce „Polski new look” są. Ale chciałam zapytać o to ile tych serwisów, którymi się zachwycamy było tak naprawdę dostępnych na rynku? Bo ja wiem, że bardzo często się mówi o tych wyrobach ceramicznych, że o, pamiętamy je z domów swoich dziadków czy rodziców. Wydaje mi się, że tak mówią jednak mieszkańcy dużych miast i w mniejszych miejscowościach już nie tak łatwo jest znaleźć taką dużą grupę ludzi, która by te wzory pamiętała właśnie z mieszkania swojej rodziny czy swoich znajomych.

BARBARA BANAŚ: Ma pani niewątpliwie rację. Rzeczywiście te produkty trafiały przede wszystkim do użytkowników w dużych miastach. To zresztą bardzo ciekawy temat. Gdybyśmy chcieli prześledzić kto był odbiorcą tych rzeczy i jak wiele produkowano, jednoznacznie nie da się tego określić. Widzimy choćby po naszym rynku wtórnym czy rynku antykwarycznym, jakie przedmioty się zachowały. I można powiedzieć, że najwięcej mamy no, figurek, ponieważ one stanowiły odrębną kategorię i traktowane były jako bibelot, który zdobił wnętrza. Ale z tych przedmiotów użytkowych najwięcej zachowało się serwisów kawowych. Myślę, że z prostego powodu, one po prostu nie funkcjonowały jako przedmiot użytkowy, tylko zdobiły witryny, meblościankę, kredens i wyciągane były na stół rzeczywiście w wyjątkowych okolicznościach. Zdecydowanie mniej już serwisów obiadowych, bo one po prostu żyły na stole i tłukły się, tak jak to się zazwyczaj dzieje, kiedy używamy zastawę stołową. Także to spektrum obiektów jest na pewno w jakiś sposób ograniczone i także niepoliczalne i trudno to - tak jak powiedziałam - w jednoznaczny sposób wyliczyć, ponieważ jeśli przyjrzymy się dokumentacji fabrycznej to fabryka rozliczała się, w kontekście danego roku, na tony wykonanych przedmiotów. W związku z tym trudno nam powiedzieć, czy dziesięć, dwadzieścia czy dwieście ton porcelany z całej produkcji zakładów to była tylko i wyłącznie ta porcelana nowoczesna czy jednak znaczną część tej porcelany stanowiła powiedziałabym porcelana tradycyjna, ta, która posiłkowała się takim wzorem historyzującym, jakimś neostylami, bogato dekorowanymi, która oczywiście stale miała swoją rzeszę odbiorców, którzy chcieli mieć coś, co jest takim synonimem zasobności mieszczańskiej, jakkolwiek byłaby ona źle widziana w tamtych czasach.

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: Z tym, że się tłuką tego typu przedmioty to ja też mam swoje doświadczenia. I ja i mój brat mamy na sumieniu różne właśnie naczynia naszych rodziców. Polski new look można sobie w tej książce zobaczyć bezpiecznie na zdjęciach, bez zabawy, że się stłucze właśnie projekty w tym stylu produkowane w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych w Polsce. A autorką książki jest, a moim gościem była pani Barbara Banaś. Dziękuję bardzo.

BARBARA BANAŚ: Bardzo serdecznie dziękuję za spotkanie.

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

DZIENNIKARKA MAGDALENA MISZEWSKA: Jeśli interesuje Was wzornictwo i polska sztuka użytkowa posłuchajcie kilku starszych odcinków Audycji Kulturalnych. Barbara Banaś wspominała, że kolekcję ceramiki ma Galeria Wzornictwa Polskiego w Muzeum Narodowym w Warszawie. W dniu, w którym się otwierała, nagrywałam odcinek „Polski design na stałe trafił do muzeum”. Małgorzata Czyńska odwiedziła

osoby zawodowo związane z wzornictwem w ich własnych mieszkaniach. Napisała o tym książkę „Dom polski. Meblościanka z pikasami” i opowiedziała mi o niej w odcinku „14 opowieści nie tylko o wnętrzach. W zeszłym roku Wydział Wzornictwa warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych obchodził swoje czterdziestolecie. Opowiadam o tym w odcinku „40 lat wzornictwa”. A gdybyście chcieli zainteresować dizajnem najmłodszych sięgnijcie po odcinek „Historia polskiego wzornictwa oczami ilustratorów”. Ewa Soloż mówi w nim o tym, jak powstawał ilustrowany elementarz polskiego dizajnu. Wszystkie archiwalne odcinki Audycji Kulturalnych znajdziecie na naszej stronie internetowej audycjekulturalne.pl oraz na platformach podcastowych.

♪ [PRZECIĄGŁY DŹWIĘK]

LEKTOR: Audycje kulturalne – w dobrym tonie