CZŁOWIEK I SPOŁECZEŃSTWO T. XLIII, 2017

ANNA MAGA

LATA 70. – FRAGMENTY MOZAIKI

ABSTRACT. Anna Maga, *Lata 70. – fragmenty mozaiki* [The 70s – Fragments of the mosaic], edited by W. Bryl-Roman„Człowiek i Społeczeństwo" vol. XLIII: *Projektowanie w latach 70.* [Designing in the 1970s], Poznań 2017, pp. 31-62, Adam Mickiewicz University. Faculty of Social Sciences Press. ISSN 0239-3271.

Design is a creative area which is deeply dependent on material conditions: on technological and productive capacity and on production management. Polish design in the 70s was significantly influenced by political changes and new strategy of economic development based on the money borrowed from western countries. Thanks to foreign licenses producers and designers gained bigger technological potential. At the same time a lot of interesting works were created due to the activity of previously established institutions: design centres in factories and in the unions of particular industries. The article attempts to point out discrepancies between the advanced system of organisation and promotion of design and the real professional practice of designers. As it is really difficult to prepare an objective and synthetic view on the decade, the author relates her interviews with some of designers who were active in Poland in the 70s. As a result the reader becomes aware of what designing and producing was really like at that time in the sectors of electro-acoustic equipment, furniture, glass, fashion. The author also gives some important examples of projects realized in the serial production.

Anna Maga, kustosz Kolekcji Ośrodka Wzornictwa Nowoczesnego w Muzeum Narodowym w Warszawie, Aleje Jerozolimskie 59, e-mail: AMaga@mnw.art.pl

Historia Polski powojennej, może dlatego że w różnych swoich momentach w rozmaity sposób zakłamywana i propagandowo nadbudowywana, pokazuje nam tyle twarzy, ilu autorów czy środowisk przedstawia swoje punkty widzenia. Nawet gdy próbujemy rozpoznać tak cząstkowy temat, jakim są istotne zjawiska dla polskiego designu lat 70., mamy trudność zbudowania

obiektywnego, prawdziwego wizerunku tej dekady. Obraz wynikający z rządowego raportu o stanie wzornictwa jest inny niż relacja projektanta eksperymentującego w branżowym ośrodku wzornictwa, a jeszcze inne są opowieści autora projektu zmagającego się z realizacją swojego pomysłu w fabryce. Prezentacje targowe i wystawy wzornictwa w galeriach sztuki pokazują jednostkowe wybitne osiągnięcia, z których nieliczne trafiały do realizacji przemysłowej. Natomiast wśród produktów rynkowych jest wiele bezimiennych, dziś trudnych do zidentyfikowania. Co gorsza, każde z tych spojrzeń na design, nawet jeśli czasem stoją one w opozycji do siebie nawzajem, najczęściej jest prawdziwym opisem stanu rzeczy, co jeszcze bardziej utrudnia określenie cech wspólnych. Tak oczekiwane podsumowania polskiego wzornictwa lat 70. są też bardzo trudne ze względu na różny stopień zaangażowania designu w przemyśle i niekompatybilność osiągnięć w poszczególnych gałęziach produkcji. Uciekając od zbyt powierzchownych syntetycznych ujęć tematu, warto sięgnąć do relacji samych projektantów, tworzących w Polsce w latach 70. Powstawały wówczas radioodbiorniki i magnetofony, ubrania, kieliszki, meble, ale też narzędzia takie jak obrabiarki czy sprzęt fotooptyczny, a nawet samochody. Dysponując tą kolorową mozaiką, składającą się z elementów na pierwszy rzut oka nieprzystających do siebie, patrząc z dzisiejszej perspektywy i odpowiednio „mrużąc oko", być może uda się zobaczyć zarysowany ostrzej ogólny obraz polskiego designu epoki Gierka.

Często design traktuje się jako gatunek sztuki i dlatego uprawnione jest patrzenie na tę dziedzinę twórczości w kategoriach historyczno-artystycznych. Taka postawa może jednak prowadzić do pomijania czy bagatelizowania niektórych ważnych cech designu – jego podłoża materialnego, kontekstu gospodarczego, technologicznego, finansowego, rynkowego. Mówiąc o projektowaniu, nie wolno nam ograniczać się do aspektów artystycznych, estetycznej warstwy projektowanych przedmiotów. Z jednej strony trzeba widzieć ważne dzieła z różnych etapów ich powstawania, nie pomijać genialnych bądź tylko dobrych szkiców, projektów czy prototypów. Z drugiej jednak słuszne wydaje się skupienie na tych pracach, które osiągnęły swój projektowy cel – stały się produktami dostępnymi dla użytkownika. Te musiały się zderzyć z realiami swojej epoki.

Wyodrębnienie lat 70. z punktu widzenia przemian społeczno-polityczno-gospodarczych wydaje się oczywiste i łatwe. Działająca pomiędzy dwoma okresami ostrych kryzysów naznaczonych strajkami robotniczymi ekipa Edwarda Gierka, obiecując społeczeństwu „Drugą Polskę", przyjęła strategię przyspieszonego rozwoju, który zakładał modernizację gospodarki, wzrost konsumpcji, otwarcie na technologie i rynki zachodnie. Ten „nowoczesny

socjalizm" miał się realizować m.in. dzięki zachodnim kredytom zarówno inwestycyjnym, jak i konsumpcyjnym. Podpisywano liczne umowy licencyjne, np. z Fiatem na produkcję samochodów małolitrażowych czy z Coca-Colą na rozlewnie w Polsce. Andrzej Paczkowski pisał:

> Gospodarka prosperowała, następowało ożywienie, wiele środowisk i grup społecznych odczuwało wyraźną poprawę. […] Pięciolatka „dynamicznego rozwoju" stała się rzeczywistym, choć krótkotrwałym i powierzchownym sukcesem. Nie podjęto jednak poważnej próby przekształceń strukturalnych w zarządzaniu przemysłem – niemożliwych w istocie bez zmian politycznych, a o tych nikt w PZPR nie myślał. […] Szary obywatel nie wiedział, a kierownicy nawy państwowej lekceważyli fakt, iż sukces ten był w znacznym stopniu 'sukcesem na kredyt', i to w dosłownym tego słowa znaczeniu: w 1975 r. co najmniej ¼ dochodów z eksportu musiała być przeznaczana na pokrycie zobowiązań płatniczych, a długi przekroczyły 8 mld dolarów, wpędzając kraj w pułapkę kredytową. Powstała ona nie tyle z zaciągania pożyczek, ile z tego, że bez prawdziwie głębokich zmian nie było możliwości faktycznego wejścia na rynki światowe z polskimi produktami. Bardziej niż ogół społeczeństwa, które żyło wciąż jeszcze w obrębie gospodarki niedoboru i trwałej nierównowagi rynkowej, euforia objęła elitę polityczną i wytłumiła wszelkie sygnały ostrzegawcze. Zbieżna z ideologicznymi imponderabiliami systemu zrodziła pokusę nieograniczonego rozwoju. Zarzucono dyscyplinę planowania, wprowadzając pojęcie 'planu otwartego' i rozpoczęto prawdziwe szaleństwo inwestycyjne w warunkach marnotrawnej gospodarki nakazowo-rozdzielczej. […] Przedłużająca się recesja na Zachodzie dodatkowo utrudniała zbyt – i tak źle sprzedających się – polskich towarów, a handel w obrębie RWPG, obejmujący wciąż ok. ½ obrotów, nie dawał wpływów w dewizach. Odwrotnie, powodował ich odpływ, gdyż niemała część komponentów eksportowanych tam produktów zakupywana była za mocne, zachodnie waluty[1].

W tej sytuacji społeczno-polityczno-gospodarczej lat 70. w Polsce rzeczywistość projektowa miała swoją dynamikę, kształtowała się w kilku różnych płaszczyznach i ważne jest dostrzeżenie rozmaitych aspektów rozwoju tej dziedziny twórczości.

Najbardziej spektakularna cecha lat 70., związana z wyraźną obecnością na polskim rynku przedmiotów produkowanych na zachodnich licencjach, spotkała się z dużym aplauzem społecznym. Produkty licencyjne, np. radiomagnetofony „Grundig", choć wytwarzane w Polsce, dawały użytkownikowi gwarancję niemieckiej jakości, bo licencjodawca domagał się zgodności polskiego produktu z oryginalną wersją i pilnował tego. Coca-Cola zagroziła

[1] A. Paczkowski, *Pół wieku dziejów Polski*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005, ss. 270–272.

wycofaniem licencji, gdy kontrole wykazały, że napój jest sprzedawany bez utrzymywania odpowiedniego schłodzenia. Powszechna jest opinia, że towary licencyjne uczyły polskich producentów zachodnich standardów, pewnej kultury technologicznej, otwierały okno na świat, wprowadzały nowe rozwiązania. Jak wspomina Grzegorz Strzelewicz, projektant sprzętu grającego dla Zakładów im. Marcina Kasprzaka, bydgoskiej „Eltry", dzierżoniowskiej „Diory" i gdyńskiego „Radmora":

> nie można powiedzieć, że z tych licencji nie wynikały jakieś korzyści pośrednie. Dla nas, projektantów, w niektórych przypadkach, były m.in. źródłem informacji o kierunkach rozwoju elektroniki konsumpcyjnej na Zachodzie. Więcej informacji pozyskiwaliśmy z wizyt na Internationale Funkausstellung (największe w Europie targi branżowe) w Berlinie Zachodnim, dokąd wysyłano nas co dwa lata i gdzie oglądaliśmy, jak branża rozwija się na świecie. Wyciągaliśmy wnioski i próbowaliśmy nadążać, choć widoczny gołym okiem dystans dzielący nas technologicznie od Zachodu oceniany był wówczas na 10 do 15 lat zależnie od branży. Masowe zakupy licencji miały być sposobem na wyraźne skrócenie tego dystansu. W warstwie estetycznej produkty licencyjne (choć nie były to projekty o wysokich walorach artystycznych) narzuciły też nowe sposoby opracowania bryły produktu. Rozszerzyła się gama stosowanych tworzyw. Wyraźnie wtedy zauważalne było przejście od estetyki meblowej do estetyki technicznej. Jak początkowo nie można było sobie wyobrazić, by telewizor nie wyglądał jak kredens, to pod koniec lat 70. produkowano telewizory, które już nie musiały tego forniru na sobie nosić. To samo dotyczy odbiorników radiowych. Już wówczas krytykowano tę politykę licencyjną, ponieważ sprowadzała się ona zwykle do zakupu prawa do produkcji konkretnego wyrobu. Dostawaliśmy dokumentację, łącznie z oprzyrządowaniem i materiałami, i zakład lub jego część przekształcał się w montownię. Były to działania obliczone na szybkie uruchomienie produkcji i zaspokojenie popytu. Bywało, że zakłady rezygnowały w tej sytuacji ze współpracy z projektantami, którzy okazywali się zbędni. O tym, co będzie, jak licencja wygaśnie albo się zestarzeje, nie myślano. Nie szukano rozwiązań, które pozwalałyby rozwijać produkt licencyjny tak, by z czasem wchodzić na wyższy poziom technologiczny, osiągać wyższą jakość i poszerzać program użytkowy – to się nie udawało. Decyzje o zakupie licencji zapadały na poziomie dyrekcji zakładów, a właściwie wyżej – w zjednoczeniu albo ministerstwie – i projektanci nie byli w tych sprawach konsultowani. Zdarzało się jednak, że ośrodki wzornictwa zajmowały się projektami, które produktowi licencyjnemu próbowały nadać „nowe życie". Chcieliśmy ów produkt na nowo zinterpretować. Tak było w wypadku gramofonu Mister Hit, kupionego od Telefunkena. Podjęliśmy próbę wzbogacenia tego urządzenia, łącząc z nim odbiornik radiowy i poprawiając akustykę przez dodanie lepszego, większego głośnika. Do wdrożenia tego pomysłu do produkcji jednak nie doszło. Nie zgodził się na to licencjodawca. Gdyby kupowano licencje na technologie i podzespoły, to pole dla działań projektowych byłoby nieporównanie większe. Kupić licencję na technologię, „know-how" i w oparciu o nie

> rozwijać własne koncepcje było jednak nieporównanie trudniej niż montować z gotowych elementów np. radiomagnetofony Grundig. W branży sprzętu grającego jedynym zakładem, który dość dobrze wykorzystywał licencje, był Tonsil we Wrześni. Umowy licencyjne między Tonsilem a Pioneer'em musiały być tak skonstruowane, że pozwalały na rozwijanie projektów[2].

Ponieważ często powtarzane i utrwalane w powszechnej świadomości mity o negatywnych aspektach kupowania licencji nie były całkowicie bezpodstawne, to warto przytoczyć opinię Macieja Tułodzieckiego – nauczyciela akademickiego, pasjonata i kolekcjonera sprzętu elektroakustycznego. Podważa on mit, że „w Polsce istniały genialne konstrukcje, których nikt nie produkował i praktyczna weryfikacja ich geniuszu właściwie nie miała miejsca; nie były zaś produkowane, bowiem jakaś magiczna siła zabraniała (w domyśle sąsiedzi ze Wschodu) ich produkcji" [3].

> Najlepszym przykładem jest tu legenda na kołach, czyli Syrena Sport. Oczywiście, tę legendę można rozciągnąć na inne Syreny, Ogara, Warsa, etc. Jest faktem niezaprzeczalnym, że można zaprojektować i doprowadzić do fazy prototypu jakąś konstrukcję. Jednak wprowadzenie jej do produkcji jest już całkiem innym zagadnieniem, bo trzeba by to zrobić w sposób uzasadniony ekonomicznie na tyle, aby produkt sprzedać i co najważniejsze na nim zarobić. Zakup licencji oznacza w tym przypadku zakup technologii wytwarzania, bardzo często wraz szeroko rozumianym fabrycznym oprzyrządowaniem produkcji. Licencjodawca wprowadzając nowy model np. samochodu może bowiem oprzyrządowanie, na którym dotychczas produkował „stary" wyrób, zutylizować, co, jakby nie patrzeć, wiąże się z dodatkowymi kosztami, lub zarobić na tym, przekazując jakiejś innej fabryce. Tak więc zakup licencji oznaczał w praktyce otrzymanie kilku pociągów załadowanych sprzętem i dokumentacją. Zaletą była możliwość opanowania nowych technologii, które wobec istniejącego w latach 70. stanu rzeczy oznaczała radykalną modernizację. Wystarczyło bowiem porównać linię produkcyjną silników samochodu Warszawa i Polskiego Fiata 125, aby docenić istniejącą przepaść technologiczną[4].

Tułodziecki podkreśla pozytywne aspekty umów licencyjnych na przykładzie współpracy Grundig – Kasprzak:

> Nie była to de facto licencja, a przeniesienie przez Grundiga produkcji do kraju o taniej sile roboczej. […] Po pierwsze, ktoś wreszcie mógł wdrożyć

---

[2] Rozmowa przeprowadzona przez autorkę z Grzegorzem Strzelewiczem 8 lutego 2016 r.

[3] Rozmowa przeprowadzona przez autorkę z Maciejem Tułodzieckim.

[4] Ibidem.

> i wyegzekwować wysoką jakość produkcji, wszak wyprodukowany przedmiot miał być pełnoprawnym produktem Grundiga. Po drugie produkt taki dostarczał cennych dewiz, które umożliwiały rozwój produkcji innych wyrobów. Mimo centralnego zarządzania jednak trochę dewiz zapewne zostawało w fabryce, umożliwiając pozyskanie „wsadu dewizowego" do innych produktów. […] Wreszcie pewnego dnia zamówienie Grundiga na produkt się kończyło… Znikało wtedy logo licencjodawcy, produkt zaś pozostawał i z czasem w bardziej lub mniej uproszczonej formie lub zmodyfikowany wzorniczo nadal zaspakajał krajowy rynek. Z czasem też jego podzespoły służyły modernizacji innych wyrobów. Dobrym przykładem jest tu „kultowe" Bambino, którego ostatnie wcielenie zawierało już mechanizmy pochodzące z licencyjnego gramofonu Telefunkena. […] Reasumując, licencje przyniosły więcej korzyści niż strat, a przykłady można by mnożyć w nieskończoność. Niektóre z nich bronią się skutecznie do dziś, jak chociażby głośniki z Wrześni. Oczywiście, występowały tu zapewne także patologie, nie można ich jednakże traktować jako reprezentatywnych dla całości zagadnienia[5].

Z perspektywy designu dekadę lat 70., oprócz wyraźnych cech wynikających z nowych prozachodnich decyzji (skutkujących obecnością na polskim rynku większej liczby produktów importowanych bądź produkowanych na zachodnich licencjach), charakteryzowały też niewątpliwie zjawiska będące naturalną konsekwencją wcześniejszych wydarzeń. Spektakularne sukcesy polskiego designu w latach 60., targi wzornictwa, wystawy ogólnopolskie, takie jak np. „Wzornictwo – społeczeństwu", a także sukcesywny rozwój wydziałów wzornictwa na uczelniach artystycznych, które dostarczały kolejnych absolwentów z ambicjami projektowymi i przede wszystkim coraz głębsze doświadczenia designerów startujących na początku lat 60. dały poważny grunt dla swego rodzaju apetytu na design i gotowości tworzenia, a nie tylko aplikowania obcych wzorów. Jakkolwiek obnażać wiele fasadowych działań instytucji powołanych do promocji wzornictwa w Polsce jeszcze w latach 50., to związanie osadzonej przy Urzędzie Rady Ministrów Rady Wzornictwa i Estetyki Produkcji Przemysłowej z poszczególnymi resortami przemysłu doprowadziło do powstania, a nawet niekiedy sprawnego działania komórek wzornictwa w zakładach produkcyjnych. Wprawdzie załamanie gospodarcze końca lat 60. wpłynęło osłabiająco również na design i działająca od 1959 r. Rada Wzornictwa zakończyła swoje funkcjonowanie w 1968 r., ale środowiska związane z designem niezmiennie odczuwały swoje posłannictwo, dotyczące afirmacji i promocji tej dziedziny twórczości, jej rangi w dziedzinie rozwoju kultury, a także wpływu na rozwój gospodarczy.

[5] Ibidem.

W 1969 r. powstała Sekcja Projektowania Przemysłowego przy Związku Polskich Artystów Plastyków, której pierwszym przewodniczącym był Karol Lasota. Reprezentowała ona interesy wzornictwa przemysłowego jako dziedziny – organizowała narady i konferencje, występowała do władz resortowych i państwowych. W konsekwencji, ale już na polecenie Komitetu Centralnego Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej, powołano zespół roboczy, który przygotował i opublikował pod koniec 1972 r. „Raport o stanie wzornictwa". Profesjonaliści zebrali argumenty i konkretne propozycje rozwiązań strukturalnych zmierzających do sprawnego wprowadzania wzornictwa do przemysłu, rzemiosła i handlu. Kolejne lata działań środowiska projektanckiego doprowadziły do decyzji rządowych powołujących 29 marca 1975 r. Radę Wzornictwa Przemysłowego, co wzbudziło nowe nadzieje na ożywienie pracy zorganizowanych jeszcze w latach 60. w przemyśle w ramach branżowych zjednoczeń ośrodków badawczo-rozwojowych, których celem była m.in. koordynacja rozwoju wzornictwa w poszczególnych gałęziach produkcji.

W takim Ośrodku Wzornictwa, działającym w Przedsiębiorstwie Techniczno-Handlowym UNITECH, znalazł się pod koniec lat 60. absolwent Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, Grzegorz Strzelewicz. Realizowano tam zlecenia z kilkudziesięciu zakładów zgrupowanych w Zjednoczeniu Przemysłu Elektronicznego i Teletechnicznego UNITRA (powołanego w 1961). UNITECH miał koordynować pracę komórek projektowych w zakładach, ale było to założenie czysto teoretyczne. W praktyce projektanci Ośrodka Wzornictwa UNITECH-u nie mieli prawie żadnego wpływu na decyzje projektowe w fabrykach, nie mogli niczego narzucić. Natomiast posługiwali się instrumentem, który niekiedy okazywał się skuteczny – oceniali projekty zakładowe, co mogło kończyć się zleceniem wykonania odrzuconego projektu. Większość produktów zakładowych robili projektanci działający tam na stałe. Oni też głównie dostawali dodatkowe prace zlecone od swoich dyrekcji, jeśli były takie potrzeby produkcyjne, a w następnej kolejności na zlecenia mogli liczyć projektanci z Ośrodka Wzornictwa w Zjednoczeniu. Wolny rynek działał, ale na małą skalę. Zdarzali się bardziej przedsiębiorczy designerzy, którzy próbowali się zaprzyjaźniać z fabrykami i oferować im swoje usługi. Jednym z niewielu tak funkcjonujących był Janusz Zygadlewicz – stosunkowo dużo projektów udało mu się zrealizować dla dzierżoniowskiej „Diory", np. przenośne radio tranzystorowe „Ewa" (konstr. Piotr Tworz), i dla Zakładów im. Marcina Kasprzaka – magnetofon stereofoniczny ZK 146.

Według relacji Grzegorza Strzelewicza, który przepracował ponad 10 lat dla UNITECH-u, główną zasadą projektową była ścisła współpraca

z konstruktorami i technologami. Założenia mogły mieć dwojaki charakter. Jedna droga dotyczyła modernizacji konkretnego produktu, który zamierzano na nowo sprzedać. Czyli projektant miał go „ubrać w nowe sukienki", nadać mu nowy wyraz, zmieniając niektóre elementy bez wnikania zbyt głęboko w strukturę przedmiotu. Była wtedy szansa poprawienia produktu, nawet w wypadku takich dość zewnętrznych działań. Drugi kierunek polegał na wspólnym wymyśleniu konceptu produktu. Designer z konstruktorami i technologami razem „przegadywali" koncepcję w czasie wielu spotkań. I rzeczywiście nie było w tych działaniach dominacji którejś ze stron. Po dyskusjach robiono przymiarki projektowe, dochodziło do kolejnych przekształceń, tak by ostatecznie „dopiąć" produkt pod każdym względem. Strzelecki wspomina:

> Współpracowałem z technologami i konstruktorami, i to obu branż: mechanicznej i elektrycznej. W ramach COBRESPU (Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Sprzętu Powszechnego Użytku) tworzyliśmy *team*, który się dobrze rozumiał. Wprawdzie nie stała za nami fabryka, która mogłaby efekty naszej pracy produkować, ale projekty, które stamtąd wychodziły, były w sensie konstrukcyjnym i technologicznym dopracowane – realistyczne[6].

Z dorobku twórczego Strzelewicza warto przypomnieć kilka prac, ciekawych z różnych punktów widzenia. Radio „Amator", wieloletni (1976–1986) hit produkcyjny dzierżoniowskiej „Diory", było efektem akcji wymyślonej w Zjednoczeniu – ogólnopolskiej ankiety ogłoszonej w 1974 r., a mającej na celu ustalenie cech „radia dla każdego". Wyniki tej ankiety, jak wspomina je Grzegorz Strzelewicz, były zatrważające i mogłyby posłużyć jako interesujący materiał socjologiczny, dotyczący ludzkich upodobań. Projektanci na szczęście nie musieli się zbyt kurczowo trzymać marzeń przyszłych użytkowników. Pierwszy model pokazano na targach Takom w 1974 r., a ostatecznie produkt był gotowy dopiero w 1976 r. Ogółem produkcja osiągnęła blisko 800 tys. egzemplarzy[7]. „Amator" spełniał wymagania relatywnie taniego radioodbiornika stereofonicznego przeznaczonego dla masowego odbiorcy. Atrakcyjna plastycznie gra kontrastujących ze sobą prostopadłościanów: leżącego płasko radioodbiornika i towarzyszących mu w pionie głośników doskonale wpisywała się w rytm meblościankowej bądź regałowej zabudowy ściany pokoju dziennego „Kowalskiego".

---

[6] Rozmowa z Grzegorzem Strzelewiczem (vide przypis 2.).

[7] Cz. Frejlich, *Odbiornik radiowy Amator Stereo*, w: *Rzeczy pospolite. Polskie wyroby 1899–1999*, BOSZ, Olszanica 2001, s. 208.

Dużo bardziej luksusowym sprzętem grającym autorstwa Strzelewicza, zespołu konstruktorów UNITECH-u i Zakładów Radiowych Radmor w Gdyni był radioodbiornik „Radmor". Mimo że znajdujemy w nim jeszcze resztki meblowego budowania bryły z drewnianymi bokami, to aluminiowa konstrukcja, a zwłaszcza przednia, również aluminiowa, ściana z szeregami pokręteł, przycisków i z sensorycznymi przełącznikami oraz czytelnym opisem funkcji nadały temu urządzeniu jego własny techniczny charakter. Wysoka jakość tego sprzętu nie polegała rzecz jasna jedynie na warstwie estetycznej, ale dotyczyła jego walorów użytkowych – mógł współpracować z gramofonem, magnetofonem, odbierał programy stereofoniczne nadawane na falach UKF i monofoniczne na falach długich.

Fot. 1. Radioodbiornik *Radmor OR-5100*, 1977, proj. Grzegorz Strzelewicz, Maciej Sokólski, prod. Zakłady Radiowe Radmor w Gdyni, fot. Anna Maga

W różnych przykładach twórczości Strzelewicza widać rozmaite trendy charakterystyczne dla sprzętów elektronicznych lat 70. Wyraźna była swego rodzaju moda środowiskowa na projektowanie modułowe. U podstaw tej koncepcji leży założenie ewentualnego wymieniania poszczególnych elementów na nowocześniejsze, lepsze modele. W praktyce najczęściej nie ma użytkowego sensu – pozostała jako pewien mit, projektowa ambicja, ale w systemie „Mini" Strzelewicza jest uzasadniona nie tylko z powodów formalnych (estetycznych), ale także użytkowych, bo system ten składa się z wielu urządzeń, które można było elastycznie dobierać, wariantować zestawy[8].

[8] Rozmowa z Grzegorzem Strzelewiczem.

Fot. 2. Projekt radioodbiornika *Bosman*, 1977,
proj. Grzegorz Strzelewicz, fot. Anna Maga

W połowie lat 70. kolejnym wyraźnym trendem w projektowaniu tego typu urządzeń okazał się *military look*. Widać to w projektach radioodbiorników dla bydgoskiej „Eltry": w „Bosmanie" Grzegorza Strzelewicza i „Majorze" Bolesława Sroczyńskiego. Natomiast w końcu dekady przyszła moda na *profi look* – urządzenia estetycznie nawiązujące do stylu czysto technicznego – profesjonalnego. Podobały się rozwiązania promujące ujawnianie elementów konstrukcyjnych: panele z uchwytami przykręcane śrubami do standardowych 19-calowych stojaków. Projektanci mieli ambicję doprowadzenia tej czysto technicznej maniery do pewnego wyrafinowania, co miało swój urok i było kwintesencją totalnego zaprzeczenia wczesnej, „meblowej" filozofii projektowania. Tak radykalne koncepcje nie weszły do seryjnej produkcji, ale moda ta objawiła się w postaci urządzeń o prostopadłościennych bryłach, których płyty czołowe wytwarzano z profili aluminiowych o przekroju w kształcie litery „C".

Łagodniejszą stylistyką charakteryzuje się legendarne radio „Julia" (stereo) autorstwa Grzegorza Strzelewicza i Zakładów „Eltra" w Bydgoszczy, które powstało w 1978 r. i było produkowane z sukcesem do późnych lat 80., cenione za dobry odbiór fal długich, średnich i UKF, a zwłaszcza za 7 pasm fal krótkich, tak potrzebnych do zdobycia informacji niezależnych od źródeł oficjalnych. Do dziś w swojej kategorii jest chwalone za wyjątkowo dobrą

jakość dźwięku. Projektanci znali wartość swoich prac, ale jednocześnie mieli świadomość, pomimo propagandy sukcesu, że polskie produkty „nie miały najmniejszych szans, żeby konkurować z produkcją jakiegokolwiek kraju na Zachodzie, nie mówiąc o Japonii czy całym Dalekim Wschodzie. Sprzedawaliśmy głównie do Niemiec, gdzie nasze produkty były oferowane w supermarketach w cenach znacznie niższych niż ceny ekwiwalentnych produktów niemieckich. Taki eksport był raczej sposobem na zdobycie dewiz niż realnym handlem”[9].

W Polsce niedoborów produkty licencyjne były ważnym elementem propagandy sukcesu, dawały ułudę dobrobytu. Poza nimi pozostawało wiele sfer projektowo-produkcyjnych, gdzie rodzimi designerzy mogli rozwinąć skrzydła, ale tylko do pewnego stopnia, bo projektowali w obszarze ograniczeń realnego zaplecza produkcyjnego – technologicznych, materiałowych i absurdu centralnie planowanej gospodarki nakazowo-rozdzielczej. Polscy decydenci nie potrafili wykorzystać potencjału polskich konstruktorów – wynalazców takich, jak np. Jacek Karpiński. Nie jest mitem, że minikomputer K-202 jego autorstwa, który powstał w latach 1970–1973, wyprzedzał konstrukcje zagraniczne, więc ten polski autorski produkt mógł być ofertą licencyjną do sprzedaży, ale tak się nie stało. Wręcz przeciwnie – robiono wszystko, by zniszczyć autora i jego projekt:

> Mieliśmy w niektórych dziedzinach wielkie osiągnięcia – wspaniałe konstrukcje, ale nie wykorzystano ich, bo ówczesne zarządzanie, cały ustrój gospodarczy, cała tkanka tego systemu nie była przystosowana, by przyjąć pomysły Stefana Kudelskiego czy Jacka Karpińskiego. To było niemożliwe z tysiąca względów, które sprowadzają się do jednego powodu: te rewolucyjne pomysły obalały do tej pory istniejące rozwiązania. Minister Kopeć[10] krytykował komputer Karpińskiego, bo on podważał zasadność działania podległych mu instytucji, fabryk. Doszło do tego, że ówczesne biuro prasowe przy KC dało zakaz polskiej prasie pisania o komputerze K-202. Nie można było wymieniać tej nazwy[11].

Niewystarczające zaplecze produkcyjne i brak funduszy, a najprawdopodobniej również często brak dobrej woli decydentów uniemożliwiły realizację polskich ambicji motoryzacyjnych. Trzeba wspomnieć kilku autorów, którzy intensywnie działali w tej dziedzinie. Janusz Zygadlewicz pozostawił po sobie szereg wizji karoserii samochodów, których (oprócz

[9] Ibidem.

[10] Aleksander Kopeć w latach 1970–1975 był podsekretarzem stanu w Ministerstwie Przemysłu Maszynowego, w następnym pięcioleciu ministrem tego resortu, w latach 1980–1981 pełnił funkcję wicepremiera.

[11] Rozmowa przeprowadzona przez autorkę z Andrzejem Boberem 3 marca 2016 r.

„Smyka" z 1957 r.) nie udało mu się zrealizować. Syrena sport Cezarego Nawrota (1960) była ręcznie wykonanym prototypem z nadwoziem wymodelowanym z tworzywa sztucznego. Beskid 106 Krzysztofa Meisnera, dla Fabryki Samochodów Małolitrażowych w Bielsku-Białej, został wyprodukowany w postaci 10 prototypów, z których pierwszy powstał w 1983 r. Natomiast samochód syrena, z nadwoziem opracowanym przez Stanisława Panczakiewicza i całą mechaniką przygotowaną przez zespół konstruktorów FSO na Żeraniu, wszedł do produkcji w 1958 r. i był to projekt na miarę możliwości rodzimej wytwórni – w seryjnej produkcji do początku lat 80. Na bazie syreny Wojciech Wybieralski z Cezarym Nawrotem opracowali projekt samochodu rolniczo-dostawczego znanego najpierw pod nazwą syrena R20, która była pierwszy raz zaprezentowana na ogólnopolskich dożynkach w Myślęcinku koło Bydgoszczy w 1972 r. W tym czasie zakończono wytwarzanie syren osobowych i produkcja została przeniesiona z FSO na Żeraniu do Fabryki Samochodów Małolitrażowych w Bielsku-Białej. Nazwa tego samochodu rolniczo-dostawczego – syrena 104 Bosto i syrena 105 Bosto – pochodzi od kolejnych modeli syreny (pierwszy miał w nazwie 101) i od skrótu „bielski osobowo-towarowy". Znawcy motoryzacji wytykają syrenom szereg wad, które zresztą były w czasie wieloletniej produkcji w miarę możliwości usuwane. Trzeba przyznać, że choć „Bostonka" nie należy do szczytowych osiągnięć motoryzacji, to w swojej kategorii jest to produkt przyzwoity – trafiony, bo wpisujący się w możliwości producenta, a od strony estetycznej dobry, bo z charakterem – wyrazisty w swojej siermiężnej elegancji.

> Dzisiaj niezmiernie rzadko możemy spotkać na naszych drogach „rolnicze" wersje Syrenki – zarówno Bosto, jak i R20. Największą krzywdę wyrządził im bowiem nie czas, ale akcja promocyjna Fiata z lat 90. Kto oddał swój samochód na złom i mógł wylegitymować się kwitkiem, dostawał ogromną zniżkę na nowego Fiata. Zniżka była tak duża, że na złomowiska szły hurtowo różne starsze samochody, w tym również Syreny, niekiedy nawet z zerowym przebiegiem. W ten sposób zutylizowano znaczącą liczbę praktycznie jedynego seryjnego osobowego samochodu będącego polską konstrukcją. Do zniknięcia poczciwych Syren z dróg przyczyniło się także prawodawstwo, któremu przeszkadzał niebieskawy dymek wydobywający się z pyrkocącego dwusuwowego silnika[12].

Wojciech Wybieralski, współautor syreny Bosto, ma na swoim koncie także współautorstwo z Bogdanem Ufnalewskim i Zbigniewem Orlińskim

[12] Z. Lipka, *Polski dostawczak. Syrena 105 Bosto. Auta PRL-u – złota kolekcja*, De Agostini, Warszawa 2015, s. 5.

systemu powiększalników Krokus dla Polskich Zakładów Optycznych. Rodzina Krokusów powstała w 1976 r. i była dobrym produktem eksportowym – głównie z powodu atrakcyjnej strony wizualnej, hołdującej obowiązującej wówczas estetyce *profi look* o surowych technicznych kształtach, wynikających z gięcia blachy i zastosowania odlewów ciśnieniowych.

Fot. 3. Powiększalnik *Krokus-Mini*, 1976,
proj. Wojciech Wybieralski, Zbigniew Orliński, Bogdan Ufnalewski,
prod. Polskie Zakłady Optyczne, fot. Michał Korta

Różne były schematy współpracy projektantów z przemysłem. Część artystów związanych z uczelniami artystycznymi i zaangażowanych w rozwój projektowania przemysłowego już od końca lat 50. proponowała swoje usługi fabrykom i tym trybem z biegiem lat udawało się im coraz bardziej zacieśniać kontakty z przemysłem i zdobywać od tej branży zlecenia. Związany z warszawską ASP Andrzej Jan Wróblewski był jednym z głównych organizatorów Wydziału Wzornictwa Przemysłowego – w 1977 r. został jego pierwszym dziekanem. Wraz z Andrzejem Latosem zaprojektowali w latach 1976–1977 modularny system karoserii koparek hydraulicznych dla Zakładów Maszyn Budowlanych „Waryński" w Warszawie i choć nie wszystkie pomysły autorów zostały zrealizowane, to za sukces trzeba uznać seryjną produkcję tych maszyn. Ten tandem autorski wykorzystał

też możliwość projektowania w ramach Ośrodka Badawczo-Rozwojowego „Predom" i przygotował w 1975 r. kilka modeli żelazek, które pozostały niezrealizowanymi w seryjnej produkcji propozycjami. Pod nazwą „Predom" kryło się Zjednoczenie Przemysłu Zmechanizowanego Sprzętu Domowego funkcjonujące w latach 1974–1989 i skupiające zakłady produkujące młynki do kawy, zegary, pralki, rowery czy maszyny do szycia.

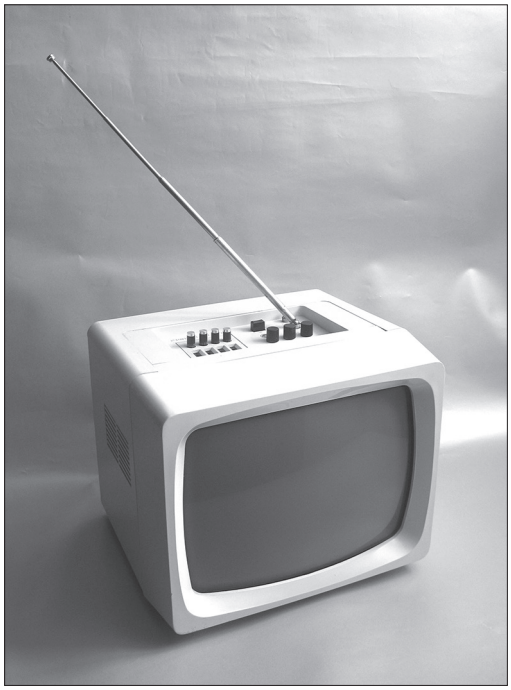
Z „Predomem" związany był w końcu lat 70. Ryszard Bojar, wcześniej działający w Radzie Wzornictwa, a najbardziej znany jako współautor (ze Stefanem Solikiem i Jerzym Słowikowskim) znaku CPN, którego pomysł pochodzi jeszcze z 1964 r., ale dopiero w latach 70. wdrożono całą identyfikację wizualną dla CPN. Dla ikonosfery lat 70. charakterystyczny jest też modularny system wiat przystanków autobusowych dla Warszawy autorstwa Bojara.

Fot. 4. Wiata przystankowa dla Warszawy,
proj. Ryszard Bojar, 1974 (pierwotnie dla Trasy Łazienkowskiej)

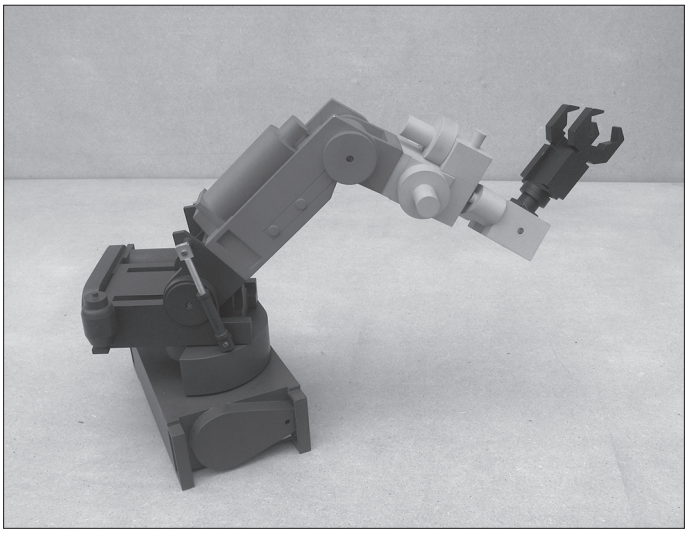
Inną drogę projektową podejmowali artyści, którzy wiązali się z ośrodkami wzornictwa w konkretnych zakładach produkcyjnych i w efekcie ich działań powstawały udane produkty, także eksportowe. Włodzimierz Panków przez wiele lat projektował maszyny, głównie obrabiarki i roboty przemysłowe w CBKO – Centrum Badawczo-Konstrukcyjnym Obrabiarek w Pruszkowie. Projektant – artysta wykształcony na ASP w Warszawie – wszedł do zespołu tworzącego te skomplikowane narzędzia pracy jeszcze w latach 60. i szybko zrozumiał priorytet integralności procesu projektowego. Jego udział musiał mieć wpływ na jakość produktów pruszkowskiego

CBKO i fakt, że w latach 70. Polska zajmowała jedenaste miejsce na świecie pod względem eksportu obrabiarek.

Olgierd Rutkowski zorganizował w 1966 r. i wiele lat prowadził Ośrodek Wzornictwa w Warszawskich Zakładach Telewizyjnych (WZT) w Warszawie, który prężnie działał, bo projektant przyszedł z bagażem doświadczeń z biur konstrukcyjno-technologicznych maszyn i urządzeń budowlanych i dobrze rozumiał konieczność pracy zespołowej oraz podstawowe uwarunkowanie – możliwości produkcyjne zakładu. Chcąc produkować towary zbliżone do poziomu światowego, trzeba było sprowadzać wiele podzespołów i materiałów wykończeniowych – folie, lakiery, tworzywa sztuczne. Często projektanci zdawali sobie sprawę z niedoskonałości produktu finalnego, ale znając realia fabryki, musieli się godzić na rozwiązania kompromisowe. Przy tych ograniczeniach zespołowi WZT udało się stworzyć produkt, który zrobił karierę eksportową i był rozchwytywany na rynku krajowym – „Vela 202", czyli przenośny tranzystorowy odbiornik telewizji czarno-białej w kolorowych obudowach z tworzywa.



Fot. 5. Odbiornik TV *Vela 202*, 1976,
proj. Włodzimierz Pańków, we współpracy z Olgierdem Rutkowskim,
prod. Warszawskie Zakłady Telewizyjne, fot. Anna Maga



Fot. 6. Model robota przemysłowego RPA 80,
proj. Włodzimierz Pańków, 1980, fot. Anna Maga

Meble zawsze były tymi elementami wyposażenia wnętrza, które najbardziej wyraziście wyznaczały styl epoki. Szukając cech charakterystycznych lat 70., znajdujemy kilka rozmaitych tendencji. W stosunku do lat 60. w kolejnej dekadzie meble stały się bardziej rozłożyste, siedziska szersze, bardziej komfortowe, pojawiła się moda retro – delikatne nawiązania do stylów historycznych, realizowane w różny sposób w zależności od środowiska: swarzędzki regał z bogactwem drewnianych elementów toczonych niczym w szafie gdańskiej albo delikatny barokizujący profil komody projektu Ireny Żmudzińskiej z Ładu. Innym wyraźnym wtedy trendem był styl rustykalny albo klimaty skandynawskie, kontynuowane od lat 60. Równocześnie trwała stylistyka nowoczesności, ale w konwencji mniej lub bardziej surowej – prostolinijnego postbauhausowskiego minimalizmu. Wielość równolegle lub w bliskich sobie czasach istniejących tendencji nie tłumaczy się żadną wydumaną filozofią czy starciami artystycznych środowisk. Po prostu producenci starali się realizować oczekiwania klientów. I nie wynikało to z badania opinii społecznej. Klientów było dwóch – krajowy i zagraniczny. W czasach powszechnych niedoborów polski rynek przyjmował wszystko, więc dla producenta nie miało znaczenia, jakie są upodobania poszczególnych odbiorców. W związku z sytuacją gospodarki niezaspokojonego popytu w sferze produkcji na kraj trudno było oczekiwać tendencji do szukania wyższej jakości. Dlatego często nawet dobre czy poprawne

projekty w realizacji upraszczane, modyfikowane do wersji oszczędnych, wykonane z tworzyw zastępczych, stanowią świadectwo niskiej wartości dużej części produkcji meblarskiej lat 70. Natomiast dużo większą troską, zarówno od strony projektowej, jak i realizacyjnej, otoczone były zamówienia zagraniczne. Ważną cechą ekonomii tamtej epoki była priorytetowa ranga produkcji eksportowej ze względu na konieczność zdobywania dewiz. Dochodziło nawet do „błędnego koła" dopłat do produkcji eksportowej, bo właśnie towary eksportowe potrzebowały wsadu dewizowego. W meblarstwie znane są przykłady sytuacji, kiedy koszty produkcji dwukrotnie przekraczały zysk ze sprzedaży. Zamówienia, które kontrahenci zagraniczni składali polskim fabrykom, były ważnym elementem stymulującym. Wobec priorytetu eksportu projektanci starali się dopasowywać do oczekiwań zleceniodawców albo fabryki wręcz realizowały obce wzory, które zresztą były też rozchwytywane przez polskich klientów, jeśli czasem jakieś nadwyżki czy odrzuty trafiały na polski rynek. Przedstawianie czysto stylistycznej charakterystyki mebli tych czasów nie wydaje się tak istotne jak pokazanie przykładów, które ilustrują pewne postawy projektanckie wynikające z ambicji artystycznych, ze schematów organizacyjno-gospodarczych, uwarunkowań technologicznych czy polityki producenta.

Warto zauważyć różne podejście projektantów do ich misji, wynikające z konkretnych dróg życiowych. Ci związani z uczelniami artystycznymi, zaangażowani w pracę dydaktyczną często mieli bardzo owocne kontakty z przemysłem, ale częściej zdarzało się, że ich praktyka zawodowa bardziej dotyczyła twórczego rozwoju własnego i swoich studentów niż realizacji produktów seryjnych dla przemysłu. Prace tych projektantów pojawiały się na targach i wystawach i wzbogacały dorobek artystyczny autorów. Artyści tacy jak Jan Kurzątkowski czy jego uczennica Teresa Kruszewska dążyli do doskonałości formy w sposób bezkompromisowy, co oddalało ich od rzeczywistości, od dyktatu ograniczeń wytwórcy. Nie można winić autora za ambicję przygotowania zaawansowanego projektu, jakim jest system uzupełniających się form o rozbudowanym programie funkcjonalnym i w dodatku form pięknych, bo to właśnie można powiedzieć o zestawie mebli Teresy Kruszewskiej, składającym się z fotela o nazwie Tulipan i towarzyszących mu barku, stoliku, pufie. Jednak strategia autorki zawierała błąd taktyczny czy logiczny. Nawet jeśli uznamy projekt za dostosowany do możliwości producenta, bo prototypy zrealizowane w Fabryce Mebli Giętych w Radomsku były dopracowane technologicznie i teoretycznie gotowe do wdrożenia, to jego wadę stanowiły duże koszty przygotowania oprzyrządowania do produkcji seryjnej i pracochłonność wykończenia tapicerskiego, co zniechęciło

fabrykę do wytwarzania tych mebli. Tego typu efektowne projekty stały się pseudoikonami – formalnymi znakami swoich czasów, ale mianowanymi *post factum*. Nie weszły do użytku, nie stały się przebojem choćby jednego sezonu, ulubionym, rozchwytywanym produktem. Osiągnęły pewną „ikoniczność" ze względu na swoją urodę czy inne istotne cechy, ale tylko dlatego, że zostały docenione przez kuratorów kolejnych wystaw, na których je prezentowano. Nie były wybrane przez odbiorców, tylko mianowane przez krytyków, wpisały się w styl epoki – pasują do niej, tak jak Tulipan świetnie oddaje ducha czasów „dzieci kwiatów", ale hipisi nie znali tego fotela.

Fot. 7. Fotel *Tulipan*, 1973, proj. Teresa Kruszewska,
prod. Fabryka Mebli Giętych w Radomsku, fot. Piotr Ligier

Projektanci pracujący w fabrykach musieli działać dużo bardziej elastycznie – ich własne ambicje twórcze były podporządkowane interesowi producenta. Ciekawa jest relacja Eugeniusza Skorupy, absolwenta Wydziału Architektury Wnętrz uczelni gdańskiej, projektanta związanego ponad dwadzieścia lat z przemysłem meblarskim – w latach 1972–1978 pracował w dziale technologiczno-konstrukcyjnym w fabryce w Białej Podlaskiej, a potem kilkanaście lat na stanowisku głównego specjalisty do spraw wzornictwa w Białostockich Fabrykach Mebli. Twierdzi on, że w Polsce w branży meblowej często bywało tak, że projektantów zatrudniano w sytuacjach, w których bano się ich nie zatrudniać. Dyrektywy ze Zjednoczenia Przemysłu

Meblarskiego były wyraźnie określone – dobre wzornictwo i innowacyjność, mocno lansowane, musiały być respektowane przez zakłady produkcyjne, bo to właśnie Zjednoczenie decydowało o przyznawaniu funduszy, surowców, nowego oprzyrządowania i tzw. odpisów dewizowych. Fabryki były kontrolowane, czy realizują nowe wdrożenia, ale ten cel można było wypełniać bez projektantów. Jakikolwiek pracownik techniczny mógł zgłosić pomysł racjonalizatorski i dostać za to wynagrodzenie. W ten sposób wprowadzanie nowego wzornictwa była realizowano w teorii, a w praktyce chodziło o jak najłatwiejsze zaspokojenie rynku wewnętrznego i przede wszystkim dotrzymanie zobowiązań umów eksportowych – tzn. wyprodukowanie towaru, który będzie odpowiadał wymaganiom kontrahenta zagranicznego. Jeśli projektant chciał, by jego praca była przyjęta, musiał z powodu priorytetu eksportu wyczuwać trendy panujące na rynku importera. To niekiedy było odbierane jako „ściąganie" wzorów zachodnich, ale w istocie było koniecznym zabiegiem marketingowym. Zdarzało się, że projektanci zatrudnieni w fabryce dysponowali prenumerowanymi specjalnie dla nich zachodnimi pismami meblarskimi, które były swoistym oknem na świat. Ponadto dyrektorzy wracali z podróży zagranicznych z katalogami i sugestią dla projektanta: „zaprojektuj mi coś podobnego". Polacy sprzedawali meble głównie do Niemiec i do krajów skandynawskich. Często klienci zagraniczni przywozili gotowe wzory, które chcieli produkować w Polsce, i inwencja fabryki oraz zatrudnionego w niej projektanta musiała się ograniczyć do zorganizowania tej produkcji tak, by użyć jak najwięcej polskich materiałów, bo sprowadzanie ich z zagranicy bardzo podwyższało koszty wytwarzania. Zgodnie z obowiązującym wówczas prawem o wynalazczości projektant, którego wzór zakładał oszczędności surowców dewizowych, mógł liczyć na dodatkowe wynagrodzenie (do 300%). Eugeniusz Skorupa zaproponował zastosowanie wypełnień tapicerskich z włóknin polskiej produkcji zamiast importowanych pianek z tworzyw sztucznych. Jednak oczekiwanego wynagrodzenia doczekał się po trzyletnim procesie sądowym.

Ważnym partnerem polskiego przemysłu meblowego stała się w latach 70. IKEA. Współpraca rozpoczęła się już w latach 60. od zamówienia w radomskiej fabryce pierwszej partii giętych bukowych krzeseł – zgrabnej trawestacji słynnej thonetowskiej „14". W Polsce działało w tamtym czasie ok. 50 fabryk mebli[13]. Wiele z nich produkowało na zlecenie IKEI.

[13] Mowa tu o dużych przedsiębiorstwach, określanych mianem przemysłu kluczowego, oprócz których były mniejsze wytwórnie, zrzeszone w Centralnym Związku Spółdzielczości Pracy.

Towary te – wybrakowane bądź pod pretekstem wybrakowania – trafiały na polski rynek na długo przed otwarciem pierwszego w Polsce sklepu IKEA na warszawskim Ursynowie w 1991 r. Producent miał prawo sprzedawać towary zamówione przez klienta zagranicznego na własną rękę, o ile zostały one zakwalifikowane jako „niepełnowartościowe", poza kontrolą jakości, pod zmienioną nazwą, bez metki importera. Na przykład fotel „Kontiki", projektu Gillisa Lundgrena z 1974 r., choć na rynku polskim obecny dość „nieformalnie", jednak był na tyle pożądany i rozchwytywany, że pod koniec lat 70. już rozpoznawany – stał się popularny, wszedł do kanonu nowoczesnego „młodzieżowego" wnętrza, stał się znakiem czasu i ważnym elementem kształtowania gustu. O ile producenci z zasady byli czuli na tendencje narzucane przez potencjalnych zagranicznych klientów, to poszukiwane „odrzuty z eksportu" zmieniały zapatrywania i rozbudzały apetyty polskich odbiorców. Samych projektantów nie trzeba było specjalnie namawiać na skandynawską estetykę. Podobne tradycje – zamiłowania do prostych stolarskich rozwiązań, szacunku dla drewnianego tworzywa – były bliskie Polakom już w okresie międzywojennym, rozwijały się równolegle w Spółdzielni Artystów „Ład", a designerzy działający w latach 60. i 70. skrzętnie korzystali z nielicznych, ale jednak zdarzających się możliwości wizyt studyjnych, staży i warsztatów zagranicznych. I tak: Teresa Kruszewska odbyła w 1964 r. dwutygodniową praktykę w pracowni Alvara Aalto w Helsinkach, co niewątpliwie pogłębiło jej zamiłowanie do rozwiązań konstrukcyjnych z giętej sklejki. Zenon Bączyk, związany przez wiele lat ze Swarzędzkimi Fabrykami Mebli, w 1964 r. pracował jako asystent w Instytucie Sztuk Przemysłowych w Helsinkach, a w latach 70. odbył studia uzupełniające w Królewskiej Akademii Sztuk Pięknych w Kopenhadze. Choć trudno przedstawić namacalne dowody wpływu, jakie te wizyty wywarły na twórczość polskich designerów, to niektóre przykłady ich prac, zwłaszcza z drugiej połowy lat 70., wykazują daleko idące pokrewieństwo z typowymi dla skandynawskich założeń prostymi stolarskimi konstrukcjami z jasnej sosny, faworyzującymi dekoracyjne walory usłojenia. Z liczby zachowanych do dziś w polskich mieszkaniach egzemplarzy mebli z systemu „Pinus" projektu Zenona Bączyka z roku 1978 można wnioskować, że ten komplet projektu Bączyka został wyprodukowany przez Swarzędzkie Fabryki Mebli w niebagatelnej ilości. Niestety, stan badań dziś nie pozwala ustalić, jaki był stosunek polskich autorskich projektów do wszystkich produkowanych wtedy w Polsce mebli albo do innych produktów eksportowych. Mimo niepełności tych danych warto przypomnieć te produkty, których autorstwo jest znane i które są warte przypomnienia. Zenon Bączyk oprócz prostego

w formie „Pinusa", adresowanego do młodego – szukającego nowoczesności odbiorcy – zaprojektował też dla Swarzędza komplety mebli „Rubens", z myślą o bardziej statecznym mieszczańskim kliencie, rozmiłowanym w barokizującej stylistyce i toczonych elementach dekoracyjnych. Ten sam autor zaprojektował w 1978 r. dla Gościcińskiej Fabryki Mebli w Gościcinie minimalistyczne w wyrazie krzesło „Wars" o prostym surowym kształcie, które było produkowane do początku lat 90. zarówno na rynek krajowy, jak i na eksport. Już w czasie swojej inauguracji „Wars" został doceniony na świecie – w kategorii krzeseł zdobył I miejsce w konkursie firmy Otto Gerdau na najlepsze projekty mebli w USA w 1978 r. Warto przypomnieć też niektóre meble autorstwa Aleksandra Kuczmy – projektanta, któremu niekiedy udawało się łączyć kilka sfer aktywności zawodowej: pracę dydaktyczną na uczelni poznańskiej, poszukiwania w OBROM-ie (Ośrodku Badawczo-Rozwojowym Meblarstwa) i projektowanie dla przemysłu. Produkowany od ok. 1975 r. przez ponad 10 lat w fabryce w Olszynie Lubańskiej, eksportowy zestaw „Björn", którego nazwa, a przede wszystkim stylistyka dowodziły, że skierowano go na rynek skandynawski, był ostatecznie sprzedawany głównie w Austrii. Zestaw „Gama", zaprojektowany wspólnie z Juliuszem Kowalskim w 1976 r., wyprodukowały Wyszkowskie Fabryki Mebli.

Fot. 8. Krzesło *Wars*, 1978/1979,
proj. Zenon Bączyk, Gościcińska Fabryka Mebli,
fot. Małgorzata Kwiatkowska

Fot. 9. Zestaw mebli *Gama*, 1976, proj. Aleksander Kuczma, prod. Wyszkowskie Fabryki Mebli, fot. Michał Korta

Ważnym uwarunkowaniem rozwoju polskiego meblarstwa w latach 70. była polityka gospodarcza Edwarda Gierka i jego Program Rządowy Nr 5, koordynowany przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego. Ambitne plany budownictwa mieszkaniowego w oparciu o wielką płytę sprowokowały opracowanie przez IWP dokładnych wytycznych projektowych dla przemysłu meblarskiego. Jednocześnie wiele polskich fabryk zostało wtedy mocno doinwestowanych. Duże przedsiębiorstwa meblowe w Wyszkowie, Białymstoku i Jarocinie rozbudowano o nowe zakłady. Zakupiono nowe linie technologiczne na licencji francuskiej, głównie nastawione na produkcję mebli skrzyniowych, czyli do przechowywania. Zwiększyły się możliwości realizacyjne i dostęp do nowych technologii wykończeniowych. Zjednoczenie Przemysłu Meblarskiego wraz ze Związkiem Polskich Artystów Plastyków w Poznaniu zorganizowało 1973 r. Ogólnopolski Konkurs Meble'73, który dotyczył mebli wypoczynkowych. Pozostaje pytanie: dlaczego przy tak sprzyjających okolicznościach ostatecznie niezbyt często dochodziło do dobrej współpracy projektantów z przemysłem? Wspomniany już Eugeniusz Skorupa – projektant mebli, ale równocześnie przedstawiciel dyrekcji fabryki – wskazuje, że w czasie dyskusji nad projektami oferowanymi do produkcji seryjnej było bardzo dużo propozycji nierealistycznych, niedostosowanych do możliwości wytwórni. Za mało było rozmów uzgadniających interesy obu stron. Twarda roszczeniowa postawa autora projektu przy jednoczesnej narzucanej przez Zjednoczenie wizji nadmiarowych planów produkcyjnych często zniechęcała zarówno

designera, jak i decydentów fabrycznych do rozmów, negocjacji, które mogły doprowadzić do zadawalających obie strony kompromisów, tak by na końcu powstał dobry produkt. Dyrekcja nie mogła przyjmować do realizacji ciekawych, nagrodzonych w konkursach projektów, jeśli miała narzucone z góry zadania produkcyjne, które już przekraczały jej możliwości wykonawcze. Wadliwie działająca socjalistyczna gospodarka planowa niechcący działała niszcząco na dobry design. Teoretycznie działały rozmaite mechanizmy promujące dobre wzornictwo – koordynacja aktywności różnych instancji prowadziła nawet do realizacji projektu, ale w jakiejś fazie realizacji dochodziło do odstępstw od pierwotnych postanowień. Gospodarkę socjalistyczną cechował brak skuteczności decyzyjnych na rzecz bieżących rozwiązań koniunkturalnych. Drobna niekonsekwencja, decyzja o zaoszczędzeniu materiału, będąc jedynie niewielką korektą projektu, mogła spowodować lawinowe zmiany, niszczące całość. To zjawisko było charakterystyczne dla całego okresu PRL. Natomiast kredyty, licencje i w konsekwencji priorytet eksportu sprawiły, że w latach 70., jeśli designer swoim dobrym projektem wstrzelił się w potrzebę kontrahenta eksportowego, to ten produkt zachował się w czystej postaci, bo musiał utrzymać swą wysoką jakość. Dlatego tak cenne i upragnione były owe „odrzuty z eksportu". Masowa produkcja na kraj miała priorytet ilości bez zbyt rygorystycznego pilnowania jakości.

Barbara Hoff, która projektowała dobrej jakości modne i cieszące się niesłychaną popularnością ubrania na rynek krajowy, miewała często kłopoty realizacyjne, zderzając się z priorytetem eksportu. Jeśli wytwórnia krawiecka, szyjąca coś dla Hoff na karnawał, dostała jakieś zlecenie eksportowe, to wszystkie inne odkładano na później i jej kolekcja karnawałowa mogła być gotowa na wiosnę. Barbara Hoff już w latach 60. rozpoczęła swoją walkę o dobrą, kolorową, modną i dostępną odzież i już wtedy produkty jej projektu były rozchwytywane, ale właśnie lata 70. przyniosły ugruntowanie się pozycji tej marki. Hoffland nazywany był tak dopiero ok. 1977 r., kiedy projektantka wprowadziła ten napis jako znak identyfikacyjny, ale i dekoracyjny na ubraniach i stoisku, które działało w warszawskim Domu Towarowym „Junior"[14]. Liczne bardzo dobre, trafione kolekcje, popularne wówczas, są też wspominane po latach, doceniane z perspektywy czasu. Było ich tak dużo, że dziś trudno wyróżnić te naj-

[14] Samo stoisko funkcjonowało w „Juniorze" już od przełomu 1969 i 1970 r. Natomiast pierwsze kolekcje Barbary Hoff powstały jeszcze wcześniej, ok. połowy lat 60. i były najpierw sprzedawane w CDT, późniejszym „Smyku".

ważniejsze. Sukienka w typie uwspółcześnionej chłopki, koszula dziadka w różnych edycjach, również przedłużona do sukienki, czy kolorowa kufajka są czasem przywoływane jako ikony PRL-u i rzeczywiście zaznaczyły się wyraziście w krajobrazie ulicy tamtych czasów, ale nic bardziej fałszywego niż mianowanie ich ikonami PRL-u, bo Barbara Hoff stworzyła je, właśnie pomijając panujący wtedy w Polsce system czy nawet wchodząc z systemem w otwartą walkę. Hoff, podsumowując swoją działalność i historię tych kilkudziesięciu lat jej aktywności zawodowej w PRL-u, nie widzi specjalnej różnicy między sytuacją w kolejnych dekadach. System społeczno-kulturalno-gospodarczo-polityczny w podobny sposób ciągle promował bylejakość:

> Fabryki były podporządkowane zjednoczeniom, których podstawowe narzędzie stanowiły rozdzielniki i przydziały materiałów. Jednocześnie w wytwórniach projektanci rysowali wzory ubrań. Nawet mieli zagraniczne żurnale – wiedzieli, co jest modne, ale nad wszystkim, co było realizowane, „wisiały" komisje dopuszczające asortyment do produkcji. W komisjach zasiadali fachowcy – doświadczeni projektanci, działający według starych zaśniedziałych schematów, które na przykład z oferty wytwórni dziewiarskiej z zasady eliminowały klasyczny czarny golf, bo wyobraźnia komisyjnych autorytetów akceptowała tylko wyroby „uszlachetnione" jakąś kieszonką, falbanką czy inną aplikacją. Często moją współpracę z fabryką rozpoczynałam od prośby: „Pokażcie mi, to, co zostało odrzucone przez komisję". Trudno zrozumieć, dlaczego to nie funkcjonowało dobrze. Szwankowały wszystkie elementy systemu. W sklepach były ubrania, tylko one się nie podobały[15].

Dlatego, decydując się na produkcję własnych kolekcji ubrań, Hoff wiedziała, że musi znaleźć swoją własną drogę – poza systemem. Może to zabrzmieć zbyt naiwnie lub górnolotnie, ale projektantka naprawdę traktowała swoją pracę jako jej indywidualny intelektualny wkład w walkę przeciw sowietyzacji życia w Polsce:

> Wierzyłam w etos inteligenta, który powinien zrobić coś dla kraju. Zaczynałam od pisania o modzie dla 'Przekroju'. Nie dawało mi spokoju poczucie nieosiągalności modnej konfekcji w Polsce. Zaczęłam zastanawiać się, jak to zrobić, żeby modny ciuch był dostępny. Nie byłam związana z żadną firmą, z żadną fabryką. Zdawałam sobie sprawę z tego, że jako historyk sztuki nie byłam przygotowana do pełnienia tej misji tak, jak osoby z wykształceniem artystycznym, zatrudnieni przez fabryki, czy projektanci z zespołu Instytutu Wzornictwa Przemysłowego. Moją mocną

[15] Rozmowa przeprowadzona przez autorkę z Barbarą Hoff 22.04.2016 r.

stroną była pasja i determinacja. Wiedziałam, co chcę osiągnąć, i naprawdę chciałam. W socjalizmie niewiele rzeczy materialnych miało szanse na realizację, dlatego wykonywanie pracy, którą się lubi i która ma wyższy sens, stanowiło wartość rekompensującą trudy zmagań i dawało siły do podejmowania niekonwencjonalnych kroków i działań pod prąd. Mój system polegał na prostej drodze nawiązania kontaktu ze sklepem, który sprzeda mój produkt i z wytwórnią, która go wyprodukuje. Doświadczenie dziennikarskie w pisaniu o modzie przysporzyło mi praktykę rysunkową, a część wzorów doczekała się wykonania prototypów – ktoś ze znajomych podjął się jednostkowej realizacji, bo tego oczekiwały czytelniczki – ilustracja w postaci zdjęcia sukienki uszytej z osiągalnego na polskim rynku materiału była także atrakcją oprócz zdjęć mody z Paryża. Pierwsza kolekcja sztruksowych sukienek mini powstała na przełomie 1965 i 1966 r. w wyniku mojej dość szalonej, żeby nie powiedzieć bezczelnej akcji. Na kartkach z bloku technicznego zrobiłam 11 rysunków – różnych wariantów sukienki mini i doprowadziłam do spotkania trójstronnego – Barbara Hoff, reprezentant Centralnego Domu Towarowego i dyrektor zakładów 'Cora'. Być może moja pozycja modowego guru z 'Przekroju' sprawiła, że panowie podjęli decyzję bez oglądania rysunków. Nikt nie był przygotowany na to spotkanie. Sytuacja rozwijała się spontanicznie. Zapytana, ile należy wyprodukować tych sukienek, strzeliłam, że po 1 tysiącu każdego wzoru i tak się stało. Dom towarowy do sprzedaży przeznaczył 1 piętro. Sukienki cieszyły się takim powodzeniem, że ekspedientki zrobiły mi awanturę i próbowały wymusić przysięgę, że już nigdy więcej nie przygotuję kolekcji. Nie obiecałam i przez wiele lat ciężko pracowałam, by zdobywać dobre tkaniny, nici, guziki i dopilnować wytwórnie krawieckie. Moje kolekcje sprzedawały się w całości. W polskiej rzeczywistości niedoborów walka o dobry gatunek tkaniny i dodatków nie była łatwym zajęciem, ale dzięki determinacji udawało się zdobywać odpowiednie materiały. Pilnowałam, żeby moje kolekcje odnosiły się do wiatru, który wiał na świecie. Dużo pracowałam nad koncepcją ogólną – by moje ubrania były dostosowane do polskiej figury, by odpowiadały naszemu stylowi życia, uwzględniały nasze potrzeby. Przede wszystkim miały dobrze leżeć. Te podstawowe cechy dobrego ubrania zauważyłam w konfekcji amerykańskiej – marynarka z ciuchów ze Stanów mogła być za duża, ale nawet ta za duża dobrze leżała. Właściwie nie robiłam typowych kolekcji wiosna – lato i jesień – zima. Nowe dostawy były przygotowywane przez cały rok, ale następujące po sobie zespoły ubrań miały ze sobą korespondować. Moja idea polegała na tym, by wraz ze zmianami w modzie nie wyrzucać radykalnie całej zawartości szafy, by nowo zakupiony modny ciuch mógł funkcjonować z ulubionym, nieco już starszym. Myślę, że wynikało to po prostu z mojego gustu – projektowane przeze mnie ubrania były naturalnie przefiltrowane przez moje minimalistyczne skłonności[16].

[16] Ibidem.

Działalność Barbary Hoff nie jest dobrym przykładem do zilustrowania sytuacji polskiego designu lat 70., bo to zjawisko całkowicie wyjątkowe. Jej poczucie misji „dobrze" rozpoznali zarządzający Domami Towarowymi Centrum, stwarzając atmosferę wręcz uczynności czy łaskawości firmowania sprzedaży ubrań jej projektu, która przecież sprawiała kłopoty w postaci tłumów szturmujących klientów, i nigdy nie zaproponowali autorce tych przebojowych kolekcji żadnej specjalnej funkcji, etatu czy choćby honorarium. Ponieważ Barbara Hoff nie skończyła ASP, formalnie nie była projektantem, nie mogła wstąpić do Związku Polskich Artystów Plastyków i domagać się wynagrodzenia za swoją pracę. Doświadczenia Hoff przynoszą kolejne potwierdzenie, że sam system z zasady nie działał dobrze, mimo teoretycznie przemyślanych schematów działania instytucji powołanych do czuwania nad rozwojem wzornictwa, nadzoru jakości produkcji itp. Olbrzymie wieloletnie zaangażowanie Barbary Hoff w realizację swoich zamierzeń projektowych jest zjawiskiem niespotykanym, nieznane są przypadki innych autorów, którzy by w podobny sposób realizowali swój plan twórczo-produkcyjny z tak gigantyczną determinacją i poświęceniem doprowadzonym do irracjonalnego samozaparcia.

Fot. 10. *Sukienka*, 1976, proj. Barbara Hoff, fot. Paulina Maga

Fot. 11. *Koszula dziadka*,1976, proj. Barbara Hoff, fot. Paulina Maga

Upór w dążeniu do celu projektowego i do realizacji produktu można przypisać jednak znacznie większej grupie polskich designerów. Twórcy, którzy trafili do fabryk na etat bądź w charakterze współpracowników działających z wolnej stopy, wybrali drogę działania w ramach systemu, ale i ona mogła być skuteczna przy odpowiednim zaangażowaniu i determinacji w dążeniu do celu. Konieczne było rozpoznanie realiów produkcji, systemu organizacji produkcji, w którym trzeba było funkcjonować. Projektant musiał z jednej strony wejść w system – podporządkować się jego prawom, a z drugiej trochę po partyzancku i z wyczuciem przełamywać skostniałe formuły. Potwierdzają to wcześniej przytoczone przykłady niektórych projektantów mebli czy np. sprzętu grającego. Podobnie w polskim szkle w latach 70. można znaleźć przypadki owocnej współpracy projektantów z przemysłem.

Artyści szkła – absolwenci wrocławskiej uczelni, którzy byli przygotowani do pracy w hucie i ok. 1960 r. trafili do polskich wytwórni – w latach 70. mieli już dość doświadczenia, by sprostać podwyższonym wyzwaniom eksportowym. Wszewłod Sarnecki po wielu latach pracy projektowej w Krośnieńskich Hutach Szkła od 1973 r. działał w Minexie i jako przedstawiciel

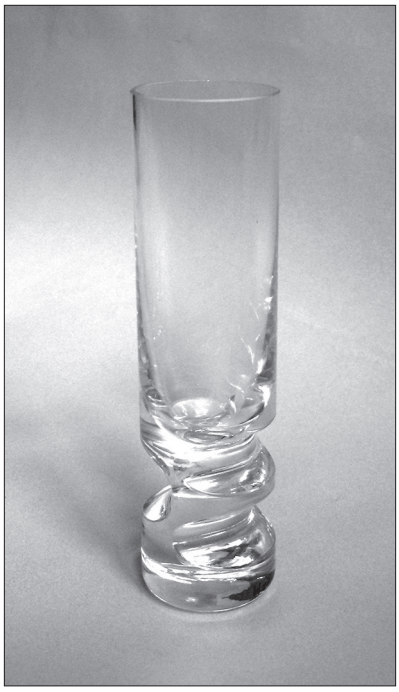
tej Centrali Handlu Zagranicznego towarzyszył biznesowym wyprawom klientów zagranicznych do polskich hut.

> Najczęściej kontrahent przyjeżdżał bez projektu. Na bazie tego, co zobaczył we wzorcowni, wybierał interesującą go linię projektową i formułował swoje zlecenie. Zgodnie z oczekiwaniami swoich partnerów handlowych mógł wprowadzać modyfikacje. W ten sposób autor robił nowy wzór na bazie swojego wcześniejszego projektu z wzorcowni. Czasem dochodziło do kolejnych modyfikacji w konsekwencji negocjacji cenowych. Ostatecznie powstawał szczegółowy projekt i jeśli klientowi zależało, by zobaczyć próbny produkt, projektant zlecał wzór do produkcji i na następny dzień klient mógł dostać do ręki gotowy produkt. Zaskoczeniem wszystkich naszych kontrahentów była możliwość błyskawicznej prezentacji próby realizacji zamówienia klienta. Można powiedzieć, że interpretowaliśmy na żywo sugestie klienta. Żadne huty na świecie tak nie pracowały. Np. w Skandynawii nie było innej możliwości niż zamówienie towaru według katalogu. W renomowanych hutach zamawiając nowy wzór, klient ponosił znaczne koszty i czekał na realizację wiele miesięcy. My byliśmy konkurencyjni – wygrywaliśmy czasem. Naszym wielkim atutem była sprawna, czyli szybka i dobrej jakości odpowiedź na konkretną potrzebę klienta. Skandynawowie słynęli z dobrego wzornictwa, ale również z dużych kosztów produkcji. Klient zagraniczny znajdował w naszych hutach tanią siłę roboczą, ale też dobrej jakości produkty. Polskie huty dbały o wysoki gatunek masy szklanej. Podziwiano przejrzystość naszego szkła sodowego, myląc go niekiedy z kryształem. My w Krośnie mieliśmy klienta amerykańskiego, miłośnika szkła skandynawskiego, człowieka pochodzącego z tamtej części Europy, który twierdził, że Szwedzi – znawcy szkła odwiedzający jego wzorcownię pod Nowym Jorkiem nie mogli odróżnić krośnieńskich szkieł sodowych od naczyń ze szkła ołowiowego, nie chcieli wierzyć, że wyroby z Krosna nie są kryształowe. Tą starannością produkcji Krośnieńskie Huty zdobyły znakomitą pozycję – zyskały wielu dobrych klientów i wielbicieli. Kiedy przygotowywałem prezentację promocyjną polskiego szkła w Moskwie, przegląd szkieł utrzymanych w stylu skandynawskim – grubościennych, grubodennych z pęcherzykami powietrza i z różnymi kierkami – kolekcję światowej klasy, rosyjscy znawcy szkła oniemieli i nie wierzyli, że mają do czynienia z polskimi wyrobami. Jak wezwana komisja ekspertów w końcu pogodziła się z faktem, że Polacy robią tak dobre szkła, to zaleciła zakupienie jak największej ilości tego towaru. Rosyjscy handlowcy chcieli zmówić kilka wagonów, co było nie do przyjęcia przez stronę polską z powodu konieczności wywiązania się z wcześniej podpisanych zobowiązań[17].

Każda huta miała swoją specyfikę, dlatego twórczość polskich projektantów szkła rozwijała się także w zależności od profilu i możliwości huty.

[17] Rozmowa przeprowadzona przez autorkę z Wszewłodem Sarneckim 22 lutego 2016 r.

Sarnecki projektował też szkła barwione w masie, ale najbardziej znane i cenione były jego naczynia bezbarwne, głównie z Krośnieńskich Hut Szkła. Zbigniew Horbowy, związany przez wiele lat z Hutą Sudety w Szczytnej Śląskiej, jest autorem udanych szkieł barwnych, które produkowane w dużych seriach trafiły do wielu polskich domów. Najbardziej znane są jego butle ze szkła spienionego, produkowane w różnych wersjach kolorystycznych. Mimo że Horbowy znany jest z wielu atrakcyjnych krótkoseryjnych paraunikatowych szkieł użytkowych, to trzeba uznać za duży jego sukces projektowy zestawy kieliszków o pięknej wyszukanej formie i niejednorodnym wybarwieniu, przeznaczone do wielkoseryjnej produkcji. Ogromną popularnością cieszyły się także barwne szkła autorstwa Jerzego Orkusza z Instytutu Szkła w Krakowie[18]. Warto choćby wspomnieć o kryształowych osiągnięciach Józefa Podlaska, działającego w hucie w Zawierciu czy Reginy i Aleksandra Puchałów, związanych z hutą „Julia" w Szklarskiej Porębie.



Fot. 12. Kieliszek *Ergonomiczny* (fragment zestawu), 1974, proj. Wszewłod Sarnecki, prod. Krośnieńskie Huty Szkła, fot. Anna Maga

[18] P. Banaś, *Polskie współczesne szkło artystyczne*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1982, ss. 157–164.

Fot. 13. Zestaw szkieł użytkowych *Iglo*, 1974,
proj. Eryka Trzewik-Drost, prod. HSG Ząbkowice,
fot. Michał Korta

Nie sposób wymienić wszystkich udanych przykładów dzieł polskich artystów-projektantów szkła lat 70., ale nie można pominąć dorobku małżeństwa Eryki i Jana Sylwestra Drostów, działających w Hucie Szkła Gospodarczego w Ząbkowicach, specjalizującego się w „prasówce". Szkło prasowane kojarzone jest zwykle z gorszym gatunkiem tego tworzywa – biedną, tandetną imitacją szkła kryształowego o pretensjonalnych pseudobarokowych lub w inny sposób przeładowanych zdobieniach. Zarówno Eryka Trzewik-Drost, jak i Jan Sylwester Drost potrafili zaprojektować nowoczesne wzory naczyń szklanych do produkcji wielkoseryjnej w technologii prasowania, czyli odciskania w formach metalowych. Oboje artyści mieli doskonałe wyczucie tej materii i techniki. Ich prace cieszyły się powodzeniem wśród krajowych i zagranicznych odbiorców, a także były docenione w międzynarodowych konkursach. Pozytywnie też wypada porównanie naczyń Drostów z pracami czołowych Skandynawów takich jak Tapio Wirkkala[19]. Nowoczesność tych szkieł ma neutralny ponadczasowy charakter, co sprawia, że jeszcze dziś bywają używane lub kolekcjonowane.

Można byłoby przywoływać jeszcze więcej ciekawych, dobrych przykładów polskiego designu, które pojawiły się na moment bądź trwały dłużej w latach 70. Ale i tak, nawet jeśli seryjnie produkowane, niektóre z nich rozpoznawalne i poszukiwane, to jednak stanowiły mniejszość – coś wyjątkowego na mapie powszechnego niedoboru i tandety. Polska rzeczywistość jak zwykle zadziwia rozmaitością zjawisk, ich rozwarstwieniem, skomplikowaniem, niejednoznacznością. Tak jak w epoce socrealizmu, gdy obok reżimowych miernot powstawały genialne prace w zaciszu pracowni czy na

[19] P. Banaś, *Współczesne polskie szkło i ceramika*, Arkady, Warszawa 1990, ss. 16–17.

wewnętrznej emigracji, podobnie w innych dekadach niezależni twórcy przeciskali się przez mroki systemowych absurdów, z różnym skutkiem. Takie paradoksy są jeszcze stosunkowo łatwe do zrozumienia. Sprawa jest bardziej skomplikowana, bo mamy do czynienia z zakłamaniem systemu, który wprowadza pozytywne schematy – instytucje i narzędzia: rady, komisje, ośrodki wzornictwa i wszystko zdaje się funkcjonować. Większość społeczeństwa wierzy, że to dzieje się naprawdę, bo są zapaleńcy czy wybitne jednostki uparte i potwierdzające, że można, że nie wszystkie trawniki są pomalowane na zielono, ale sukcesy okazują się złudne w systemie opartym na fałszywych założeniach o „wzajemnej pomocy gospodarczej" – machina designu ulega urokowi pozorów ruchu i się rozpędza, by gdzieś w polu nagle wyhamować z powodu niespodziewanie kończącej się autostrady.

Literatura

Banaś P., *Polskie współczesne szkło artystyczne*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1982.

Banaś P., *Współczesne polskie szkło i ceramika*, Arkady, Warszawa 1990.

Frejlich Cz., *Odbiornik radiowy Amator Stereo*, w: *Rzeczy pospolite. Polskie wyroby 1899–1999*, BOSZ, Olszanica 2001.

Lipka Z., *Polski dostawczak. Syrena 105 Bosto. Auta PRL-u – złota kolekcja*, De Agostini, Warszawa 2015.

Paczkowski A., *Pół wieku dziejów Polski*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005.