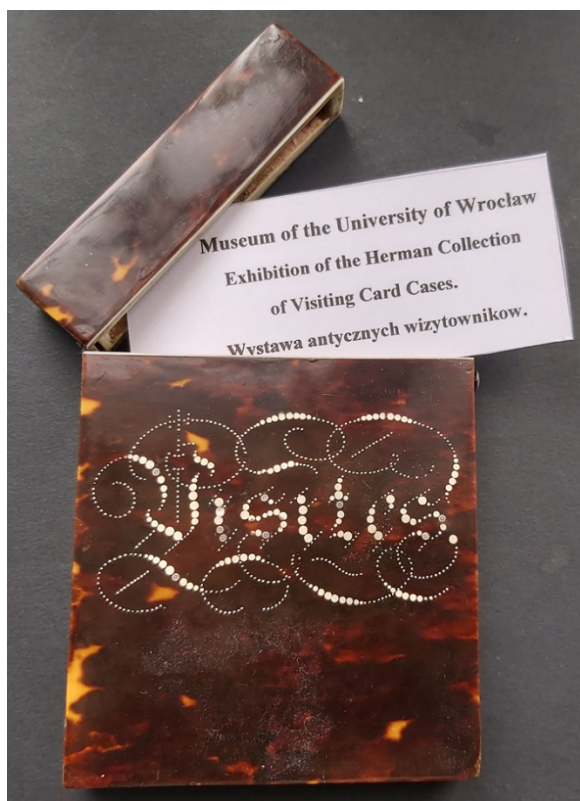


Włodzimierz (Wladimir) Herman

MAGICZNY ŚWIAT KLASYCZNEGO WIZYTOWNIKA
PRZYCZYNEK DO HISTORII RZEMIOSŁA ARTYSTYCZNEGO
BEATA & WŁODZIMIERZ HERMAN KOLEKCJA KLASYCZNYCH WIZYTOWNIKÓW



Już w starożytności odróżniano rzemieślnika tworzącego przedmioty ozdobne od rzemieślnika potrzeb codziennych, chociaż granica nigdy nie była precyzyjnie określona, bo ci mniej, i ci bardziej zaawansowani wytwarzali swoje produkty ręcznie. Ale co innego jest być murarzem, układającym cegły, a co innego inżynierem architektem, chociaż tutaj sprawa nie jest taka jasna; niektórzy architekci są prawdziwymi artystami, ich budynki są jednorazowe i niepowtarzalne.

Cieśla to rzemieślnik, ale już mistrz snycerki i intarsji, także rzemieślnicy, mogą tworzyć dzieła wysokiej jakości artystycznej.

Zawodowe malowanie ścian i sufitów na pewno jest rzemiosłem godnym szacunku, ale być sztukatorem to jednak co innego. To już jest rzemiosło artystyczne.

Rzemiosłem zaawansowanym było wykuć miecz, ale trzeba już było mieć talent, żeby rękojeść tego miecza ozdobić. Jest to rzemiosło artystyczne.

Pięknie wykonane, ozdobne szkło, porcelana lub biżuteria jest rzemiosłem artystycznym, ale ten co je projektował i malował na papierze często jest uważany za artystę.

Artystą sztuk pięknych był i jest ten kto maluje obrazy, szczególnie jeżeli robi to z talentem, ale czy jest nim też rytownik, który przenosi jego obraz na płytę metalową lub drewnianą, z której robi się odbitki w kilkunastu lub kilkudziesięciu egzemplarzach? Chyba nim nie jest. Malarz artysta tworzy dzieło jednorazowe, niepowtarzalne, rytownik powiela je, uprawia więc rzemiosło artystyczne.

W muzyce np. jest sprawa bardziej jasna. Zarówno kompozytor, dyrygent orkiestry który jego muzykę interpretuje i muzycy którzy utwór kompozytora pod batutą dyrygenta grają, wszyscy są oni bez wątplenia artystami Polihymnii. Dotyczy to również baletu i opery.

Rzemiosło artystyczne, sztuka użytkowa... Terminy te i podobne w różnych językach świata powstały i ugruntowały się dopiero w drugiej połowie XIX wieku, kiedy to jednak, paradoksalnie, zaczęto produkować wyroby rzemiosła artystycznego już nie tylko ręcznie w zaawansowanych, mniej lub bardziej ekskluzywnych warsztatach, ale również na większą skalę, masowo w większych manufakturach/fabrykach, między innymi jako podarunki, *suweniry*, dla coraz bardziej rozwijającej się turystyki. Nazywano je często wyrobami przemysłu artystycznego. Takie też określenie możemy stosować do dzisiejszego wzornictwa artystycznego lub dziwnie z angielszczyzny spolszczonego słowa *dizajnu* (design).

Tak, nie zaliczamy rzemiosła artystycznego do sztuk tak zwanych wyzwolonych, jak malarstwo artystyczne, rzeźba, muzyka, ale czy to oznacza, że świetne wykonane technicznie przedmioty rzemiosła artystycznego dostarczają nam

mniej przyjemności i satysfakcji estetycznej niż muzy wyższe? Czy możliwość posiadania i częstego obcowania z pięknymi przedmiotami, które ma się w swojej kolekcji daje mniejsze przeżycie estetyczne niż sporadyczna wizyta w muzeum sztuki? Przyjemność i wzbogacenie naszej wrażliwości jakie daje np. oglądanie na żywo w muzeum obrazu Breughla, Boscha, Goi, Picassa, Matisse'a, Malczewskiego, czy słuchania symfonii Beethovena, Mahlera czy Góreckiego jest oczywiście całkowicie innego kalibru niż obcowanie z pięknym i rzadkim przedmiotem w naszej kolekcji, ale często też w naszej egzaltacji nad wielkimi mistrzami jest nutka snobizmu, w odróżnieniu od przedmiotu w naszej kolekcji, gdzie nasze uczucia są bardziej szczerze. Oczywiście, że u kolekcjonerów zadowolenie z samego faktu posiadania przedmiotu przewyższa czasem obiektywną wartość estetyczną przedmiotu. Nie mówiąc już o merkantylnej kalkulacji, wartości rynkowej i inwestycji.

Co komuś się podoba, może innego razić, co kogoś bawi, może kogoś innego nudzić. Piękna biżuteria na rękach lub na szyi pięknych pań może nam sprawiać tak samo dużą przyjemność estetyczną jak i oglądanie dobrego obrazu czy słuchanie muzyki. Skojarzenia i myśli człowieka oglądającego piękny naszyjnik na kobiecej szyi, lub stojącego przed obrazem genialnego malarza przedstawiający kobietę z naszyjnikiem są nie do zgłębienia, okryte tajemnicą. I dobrze, że tak jest. Nierzadko też w historii i w dniu dzisiejszym wzory dla rzemiosła artystycznego wykonują zaawansowani artyści malarze i graficy. I produkuje się je w jednym, lub bardzo niewielu egzemplarzach.

Dość często oglądany obraz, rzeźba lub muzyka oddalają się za bardzo od naszych możliwości percepcyjnych, stają się eksperymentem, zaczynają być ekskluzywne, dostępne tylko dla garstki wybranych, lub artystów. Dla rozwoju sztuki jest to proces konieczny, niezbędny. Niezależnie czy nam się to podoba, czy nie. Takie eksperymenty nie często zdarzają się w rzemiośle artystycznym, ale w nowoczesnym designie znane są często takie przypadki. Może niektórzy z nas już próbowali posługiwać się pięknie uformowanymi, nowoczesnymi, płytkimi łyżkami o smukłych

liniach, po których zupa spływa, zanim trafia do naszych ust... Albo noże o fantazyjnych formach: przyjemnie na nie patrzeć, ale kroić nimi trudno...

Oczywiście czas i historia koryguje bardzo często nasz smak i wyobraźnię. Co się podobało, było dominujące czy modne wczoraj, niekoniecznie musi się podobać dzisiaj. Ale to co było modne przedwczoraj nagle przeżywa renesans dzisiaj... Tak było zawsze, tak jest i będzie w przyszłości, bo to leży w naszej naturze.

Z przedmiotami, które nazywamy kieszonkowymi wizytownikami bywało podobnie. Najbardziej praktyczne były te, które miały najmniej ornamentów. Trzymało się je lepiej w kieszeni czy kieszonce. Ale przyjemność oglądania i dotyku sprawiały przede wszystkim wizytowniki estetycznie formowane i dekorowane; to dotyczy różnych materiałów i nie tylko tych najrzadszych egzemplarzy produkowanych przez Japonię, Chiny, Anglię lub Rosję. Bo jednak co innego jest się delectować przedmiotami z np. kości słoniowej, szylkretu, srebra, laku, papier-mache, perły podczas ich codziennego używania, a co innego przedmioty z tych materiałów kolekcjonować. Wizytownik antyczny nie jest w tym względzie wyjątkiem.

Zanim skoncentrujemy naszą uwagę na tym przedmiocie, parę słów o bezpośredniej przyczynie ich powstania: potrzeby przechowania papierowej wizytówki.

WIZYTÓWKA

Wizytówki przechowuje się dzisiaj przeważnie w portfelach, w plastikowych kieszonkach, często razem z kartami kredytowymi.

Nie ma dzisiaj specjalnej etykiety związanej z przekazywaniem tych wizytówek drugiej osobie. Kiedyś jednak było całkiem inaczej. Nie więcej niż parę pokoleń temu ludzie mieli tylko dwie możliwości osobistej komunikacji: list pocztowy lub osobista wizyta. Odwiedzało się sąsiadów w nowym miejscu zamieszkania, składało się wizytę z okazji ślubu, wesela, imienin, urodzin, balu, pogrzebu ... Wręczało się wtedy gospodarzom lub ich służbie swoją wizytówkę, którą oni umieszczali na specjalnych, często pięknych i wyszukanych pojemnikach, talerzykach, wazach, które stały na stole lub wisiały na

ścianach. Anglicy nazywają je jeszcze dzisiaj *visiting card receiver*; tłumaczenie na polski brzmi trochę dziwnie: *odbiornik wizytówek*. Lepiej brzmi po polsku: *pojemnik na wizytówki*. Trochę to skomplikowane: wizytownik kieszonkowy jest przecież też swojego rodzaju *pojemnikiem* a ludzie powszechnie, szczególnie ci sprzedający, nazywają pojemniki stojące np. na stole również wizytownikami. Wróćmy jeszcze na krótko do samej wizytówki. Cały proces składania wizyt i przekazywania wizytówek był związany z dużą ilością przepisów, etykiety i rytuałów, których musiało się ściśle przestrzegać, jeżeli chciało się być zaakceptowanym w (nieco) wyższych sferach.



Popularne wiktoriańskie, damskie wizytówki dekoracyjne; Nazwisko schowane pod podnoszoną kompozycją dekoracyjną.

Wiek XIX był złotym okresem wizytówek. Duży wpływ na to miał pozytywny stosunek nadających wówczas ton w Europie dworów królewskich, przede wszystkim brytyjskiej królowej Wiktorii, ale też i niemieckiego cesarza Wilhelma II. Rozwój międzynarodowych kontaktów, handlu, gospodarki, komunikacji i turystyki w decydujący sposób wpłynął na popularyzację wizytówek, a zarazem demokratyzację, wyraźne uproszczenie albo zaniechanie etykiety.

Zarówno sama wizytówka jak i pojemniki na stołach i na ścianach są dzisiaj osobnymi obiektami kolekcjonowania i nie są tematem tego artykułu o obiekcie kolekcjonerskim zwanym klasycznym, antycznym wizytownikiem, po angielsku *visiting card case*, który Amerykanie nazywają *calling card case*, Niemcy *Visitenkartenetui*, Francuzi *etui à carte de visite* a w Polsce *wizytownik kieszonkowy klasyczny*, w opisie można jeszcze dodać *antyczny*, żeby nie było wątpliwości o co chodzi.

II. WIZYTOWNIK

Bardziej lub mniej wytworne panie i panowie nosili wizytówki przy sobie spędzając czas na wzajemnych wizytach, pogawędkach i innych towarzyskich przyjemnościach. Ale jak i w czym trzymano te kawałki często bardzo ozdobnego i czasem pachnącego perfumami papieru?

Panie mogły je nosić w torebkach lub portmonetkach, ale małe wizytówki nierzadko się w nich gubiły. I jaki wdzięk miał kawałek zmiętego papierka?

Panowie używali często kieszeni z jeszcze gorszym rezultatem, lub po prostu papierośnic. Ale któraż dama czy lady mogłaby być zachwycona otrzymując te wdzięczne dowody szacunku, przyjaźni, flirtu a czasem i miłości przesiąknięte często zapachem tytoniu? Chyba żadna wytworna starsza pani, ani młoda piękna dziewczyna!

Tak, jak obraz wymagał swojej często kunsztownej ramy, książka i album często bogatej oprawy, liściki i listy wkładano do pięknych, dekorowanych kopert, okulary wkładano do dekorowanych futerałów, tak i wizytówka zaczęła się prosić o odpowiednie jej znaczeniu pojemnik, specjalnie zarezerwowany dla niej.

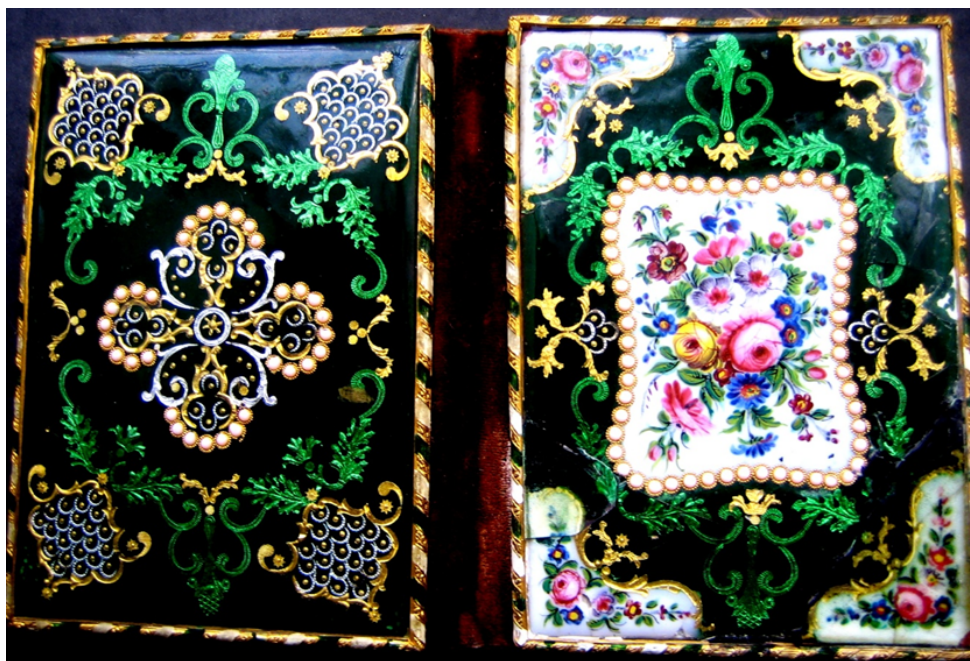
Początkowo niebyło specjalnych pojemników, lub etui, dla wizytówek. Jeżeli przyjrzymy się jednej z wielu pięknych litograficznych plansz ilustracyjnych Encyklopedii Diderota, druga połowa XVIII wieku, poświęconej warsztatowemu

wyrobowi różnego rodzaju małych pojemników i etui, to nie znajdziemy tam nic, co by przypominało pojemnik specjalnie produkowany dla wizytówek.

Panie zaczynały je nosić już nie tylko w swoich torebkach, ale w lepiej się prezentujących różnego rodzaju mniejszych etui, przeznaczonych do okularów, binokli, małych papierków, bilecików i karteczek dekoracyjnych, lub listów miłosnych.



Kalendarzyki, notesiki, zwane na świecie z francuska *aide-memoire*, oraz karneciki-bileciki balowe zwane po francusku, *carnet de bal*, miały już od dziesiątków lat swoje wyszukane, zastosowanie. Te wdzięczne przedmioty służyły paniom też do wizytówek, jeszcze długo po wejściu w użycie klasycznego wizytownika. Przędowała w tej produkcji Francja, szczególnie słynne z wyrobów z kości słoniowej miasteczko na północy Francji Dieppe, oraz paryska Palais Royal, dzielnica leżąca naprzeciwko Louvru. Tu produkowano piękne i drogie *carnet de bal*, *aide memoire*, ze wszystkich szlachetnych materiałów, do dzisiaj wysoko cenione i poszukiwane przez kolekcjonerów.



Porcelana, Francja

W Niemczech wslawił się z produkcji takich przedmiotów słynny warsztat snycerki z kości słoniowej w Erbach, Hessen. Jedno z takich bardzo rzadkich etui z kości słoniowej, mających funkcję wizytownika i swoistego portfela , i znajdujących się w mojej kolekcji, reprezentuje niezwykle wysoki kunszt artystycznego snycerstwa.



Wizytownik-portfel Warsztaty w Erbach, Niemcy

Tego rodzaju etui produkowano z różnorodnych materiałów, tak zresztą jak późniejsze wizytowniki. A więc skóra, w tym wężowa, masa perłowa, skorupa żółwiowa, zwana szylkretem, drzewo, kość słoniowa, srebro, złoto, mosiądz i inne metale. To dotyczy również popularnych później różnego rodzaju puderniczek, szczególnie tych nazywanych *compact*, i innych etui, zwanych do dzisiaj z angielska *vanity cases*, po polsku dosłownie *pudełka próżności*, chociaż osobiście wolę określenie *wdzięczne pudełko*. Do najbardziej malowniczych należą w tym względzie etui dla różnego rodzaju okularów, w których zresztą trzymano też chętnie wizytówki. Dlatego uzupełniłem moją kolekcję wizytowników kilkoma egzemplarzami tego rodzaju etui.

Te wszystkie rodzaje etui i futerałów, szczególnie te ze specjalnymi przegródkami (*departments*) dla wizytówek można włączyć do kolekcji wizytowników, mimo, że niektórzy kolekcjonerzy ograniczają się konsekwentnie do tak zwanego wizytownika klasycznego. Jest to sprawa indywidualnej decyzji.



Malownicze miniatury na etui/futerałach dla okularów. Lata 1840...

Panuje tu większa swoboda niż np. w tradycyjnym świecie kolekcjonerów znaczków pocztowych lub monet, pasji nieporównywalnie bardziej powszechnych niż kolekcjonowanie wizytowników. I o wiele lepiej zaopatrzonej w różnego rodzaju literaturę, m. innymi w nadających ton, kierunek i konkretyzujące wartość konkretnych znaczków czy monet.

Jak to często bywało w historii, a w szczególności w dziejach rękodzielnictwa i manufaktury, to właśnie praktyczni, a zarazem świadomi stylu Anglicy wprowadzili etui wyłącznie przeznaczone na wizytowniki i nazwali je *visiting card cases*, co można przetłumaczyć na polski jako pudełko/etui na wizytówki. Czasem domy aukcyjne i antykwariusze nazywają je *visiting card boxes*; *box* znaczy po angielsku dosłownie pudło lub pudełko, ale kolekcjonerzy konsekwentnie określają wizytowniki jako *visiting card cases*, Amerykanie *calling card cases*. Nieprzypadkowo kolekcjonowanie wizytowników jest specjalnością przede wszystkim Anglików, krajów anglosaskich, oraz niektórych krajów tak pełnej kiedyś chwały Wspólnoty Brytyjskiej, Commonwealth, a w szczególności Australii, Kanady i Nowej Zelandii. Do ugruntowania nazw i kolekcjonerskiej nomenklatury wizytowników przyczyniły się

zdecydowanie aukcje angielskie i amerykańskie, a szczególnie przewodzi tutaj amerykańska aukcja internetowa o światowym zasięgu eBay, która jest łatwo dostępnym i jest najlepszym źródłem do uzupełniania kolekcji w omawianej dziedzinie.

Kolekcjonowanie wizytowników i handel nimi są więc przede wszystkim skoncentrowane w krajach ich tradycyjnej produkcji. Wyjątkiem są tu tutaj kraje azjatyckie, szczególnie Japonia, Chiny i Indie, gdzie się wiele pięknych wizytowników kiedyś produkowało, ale się ich nie używało i też rzadko się dzisiaj kolekcjonuje. Były one produkowane prawie tylko dla europejskiego i amerykańskiego rynku. Ale o tym nieco potem; tymczasem wróćmy do historii.

Pierwsze wizytowniki zaczęto wyrabiać ze srebra w Wielkiej Brytanii około 1810 r. Produkcja rozwinęła się jednak na większą skalę dopiero po latach dwudziestych XIX wieku, przede wszystkim w Birmingham, które szybko stało się centrum europejskim produkcji tego typu przedmiotów. Miasto zostało nazwane "Toy Shop of Europe". Tłumaczenie dosłowne tego na polski jako "Europejski sklep zabawek" nie oddaje istoty rzeczy. Anglikom chodzi tutaj bardziej o centrum europejskiej produkcji przedmiotów pięknych osobistego użytku. W Birmingham produkowano najbardziej efektowne i popularne pudełka, etui, papierośnice, tabakiery, puderniczki, pojemniki, karnety balowe, biżuterie, często połączone ze sobą w całość ozdobnymi łańcuszkami, które są do dzisiaj nazywane z francuska chatelains.



Jeden z pierwszych wizytowników, c. 1820, Szkocja.

Wszystko to wykonywano zarówno w wydaniu bardziej popularnym, jako turystyczne pamiątki i jako bardziej ekskluzywne, wyrafinowane przedmioty, czasem w małych, patentowanych wydaniach lub na specjalne zamówienie.

Niezależnie jednak na jakie i czyje potrzeby były te przedmioty produkowane, reprezentowały one prawie zawsze wysoką jakość rękodzielniczą i artystyczną, szczególnie te wykonane do końca XIX wieku, od kiedy to zaczynała przeważać masowa produkcja na potrzeby turystyczne. Wizytowniki kieszonkowe były produkowane w różnych rozmiarach, w większości 7-12 cm wysokości, 5-8 cm szerokości i 0,5-1 cm grubości, i często, oprócz sposobu otwierania, ta płaskość odróżnia je od papierośnic. Składały się przeważnie z dwóch części, górnej i dolnej, całkiem rozdzielnych. Wtedy górna część nasuwała się na dolną. Albo te dwie części były połączone nitką, swego rodzaju osią, na której górna część się podnosi, opuszcza, otwiera lub zamyka, tworząc razem harmonijną całość.

Wizytowniki stawały się coraz bardziej popularne wśród warstw wyższych i mieszczaństwa, szczególnie te dekorowane topograficznymi motywami z Wielkiej Brytanii, potem też z USA. Specjalnym ich rodzajem, cenionym przez bardziej majątnych nabywców, były pudełka z cyzelowanymi lub wrytymi wizerunkami pałaców, zamków, pomników, kościołów, wyższych uczelni i innych obiektów topograficznych, szczególnie bliskich lokalnemu nabywcy. Jeżeli trudno znaleźć polską nazwę tego rodzaju wizytowników, to można pocieszyć się faktem, że ich angielska nazwa *castle-top cases*, używana do dzisiaj, a więc coś w rodzaju "pudełko z zamkiem na przodzie", też nie jest dokładna, bo zamki były nie jedynym, a nawet nie najbardziej typowym motywem na tych wizytownikach. Pudełka te były przeważnie dziełem mistrzów z różnych miast Wielkiej Brytanii, takich jak *Taylor and Perry, Joseph Wilmore, Yapp and Woodward, Hilliard and Thomason, Frederick Mason, George Unite* i *David Pettifer*. Przodują tu mistrzowie z Birmingham. Kilka wizytowników sygnowanych przez tych mistrzów znajduje się w mojej kolekcji.

Najbardziej znanym z nich był *Nathaniel Mills*, aktywny w latach 1833-63 w Birmingham i uznawany przez siebie współczesnych za mistrza nad mistrze. Jego sława wśród znawców angielskiego srebra trwa do dzisiaj i ich opinie podzielają kolekcjonerzy, nie tylko zresztą wizytowników, ale też papierośnic, oraz innych srebrnych wyrobów, szczególnie typu pudełek "próżności", lub, jak kto woli, "wdzięczności".

Wizytowniki ze srebra wykonywano w technice wytłaczanej lub grawerowanej.

Wytłaczanie, wyciskanie z cienkiej lub nieco grubszej płytki srebra od tylnej strony za pomocą precyzyjnych matrycy i narzędzi jest pracochłonne. Szczególnie jeżeli chodzi o taką precyzję, z jaką to robili angielscy mistrzowie, formując zamki, kościoły, pałace i inne znane lub mniej znane obiekty topograficzne i architektoniczne na swoich przedmiotach osobistego użytku, m. innymi na wizytownikach. Taka technika zwie się

z angielska *embossed*... Tego typu wizytowniki należą do najstarszych i są bardzo poszukiwane szczególnie przez angielskich kolekcjonerów.

Castle top wizytowniki



Nathaniel Mills Scott Memorial



Hilliard & Thomason Windsor Castle

To nie znaczy, że inna technika jest mniej ceniona.

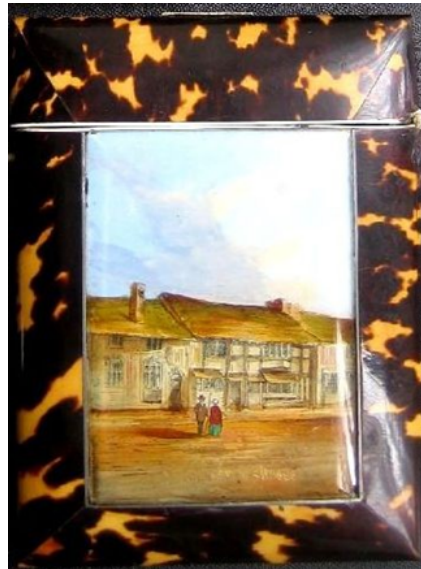
Grawerowana dekoracja to drugi typ dekoracji srebrnych *castle top* wizytowników. Były one wykonywane często na zamówienie u znanych mistrzów, po to żeby dekorować front pudełka. Większość z nich jest sygnowana, stemplowana przez m. innymi wymienionych powyżej mistrzów. I te przedmioty także zaskakują swoją techniczną precyzją. Ale są one podatne na różnego rodzaju uszkodzenia, np. na starcie, bo grawiura z natury rzeczy nie może być za głęboka, staje się wtedy bardziej reliefem, a to już jest inna technika.



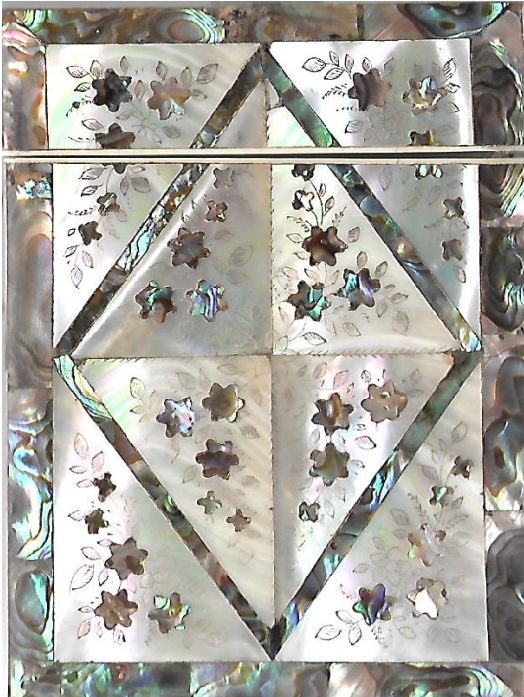
Grawerowany wizytownik jako chatelaine

Różnorodność i wielość scenerii wytłaczanej lub grawerowanej na wizytownikach i innych mniejszych przedmiotach jest zakasująca duża i świadczy o popycie na takie przedmioty, jako podarunki, suweniry i. t. p. w czasach rozwijającej się turystyki. Co do tego typu wizytowników to popyt jak do dzisiaj przez te prawie dwie setki lat się nie zmniejszył, wprost przeciwnie. Dotyczy to jednak tych najstarszych przedmiotów. Im bliżej do naszych czasów, tym technika wykonania staje się mniej precyzyjna, zapotrzebowanie jest większe, produkuje się więcej i to kosztem poziomemu. Ręczną pracę przy pomocy małych maszyn i narzędzi zastępują coraz częściej maszyny. Ale należy podkreślić, że produkcja np. wizytowników i to różnego rodzaju i z różnych materiałów prawie aż do drugiej wojny światowej broniła się skutecznie przed

banalizacją i obniżeniem ambicji artystycznego rzemiośle, spowodowaną masową konsumpcją i turystyką po drugiej wojnie światowej.



Szylkret angielski dekorowany w stylu Hinterglassmalerei (Inset game painting). Malowane na szkle od tylnej strony. Stratford, miejsce urodzenia Szekspira.



Masa perłowa, dekorowana perła Abalone ...



Masa perłowa o fantazyjnym kształcie, płaskorzeźba kobiety

Do spopularyzowania wizytowników przyczyniła się w dużym stopniu Światowa Wystawa w Londynie (*Great Exhibition*) w roku 1851 w nieistniejącym już dzisiaj imponującym, ogromnym szklanym pałacu (*Crystal Palace*). Prezentowane tam wizytowniki spotkały się z dużym zainteresowaniem u publiczności.



Szylkret angielski z portretem Lorda Byrona

Mistrzowie angielscy i amerykańscy stosunkowo szybko spotkali się z konkurencją z Azji, szczególnie z krajów wchodzących w skład brytyjskiej Wspólnoty, później nazywanej powszechnie Commonwealth, przede wszystkim Indie, z prowincjami Kaszmir, Bengal a szczególnie Wizagapatam, gdzie stacjonowały oddziały legionów angielskich. Oficerowie często zamawiali dla siebie lub swojej rodziny wizytowniki rzeźbione w kości słoniowej, czasami o wyraźnych, nawet niecenzuralnych akcentach erotycznych. Jeden z takich wizytowników posiadam w swojej kolekcji. A więc produkowano w Azji już od lat wczesnych XIX wieku m. innymi wizytowniki na eksport do Anglii i USA, potem do innych krajów Wspólnoty i do reszty Europy.



Anglo-Indyjskie srebro

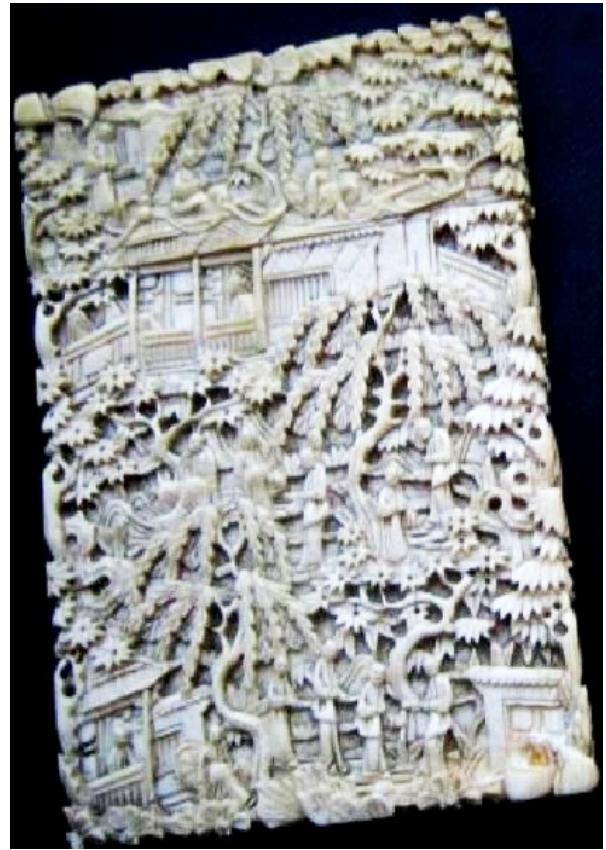


Indyjska malowana/lakierowana pap-mache

Wizytowniki z różnych materiałów, pięknie rzeźbione w drzewie, dekorowane imponującą mozaiką z różnorodnych kamieni, kości i masy perłowej. Oraz te dekoracyjne z srebra, przeważnie z motywami mitologicznymi i religijnymi, bogami i półbogami. Ogólnie nazywamy je dzisiaj *Anglo-Indian card cases*, *Anglo-Indyjskie wizytowniki*. Srebro tam produkowane nazywa się do dzisiaj srebrem azjatyckim, i jego wartość jako szlachetnego metalu jest mniejsza od normalnego, europejskiego, chińskiego lub japońskiego srebra.

Chiny i Japonia stały się już od połowy XIX wieku poważnym międzynarodowym konkurentem w produkcji szlachetnych, wyrafinowanych w materiałach i dekoracji wizytowników. Kraje te, o wielkiej i bogatej tradycji rękodzielnictwa artystycznego, zaczęły już w latach 40 tych XIX w. produkować na eksport najbardziej wysmakowane, imponujące egzemplarze wizytowników m.in. z kości słoniowej i z drzewa, które

dzisiaj robią na nas wrażenie oryginalnych, całościowych rzeźb lub głębokich płaskorzeźb. Do tych najciekawszych należą słynne wyroby z Kantonu (*Cantonese cases*).



Chińskie drzewo sandałowe oraz kość słoniowa (Kanton) o podobnym designie

Podczas gdy rzeźbione w reliefie i głęboko rzeźbione chińskie wizytowniki z rogu kości słoniowej są, mimo ich stosunkowo wysokich cen (chińscy kolekcjonerzy je masowo skupują), dość często spotykane na rynku, to niezwykle rzadkie są okazy produkowane z kła/zęba słonia. A to dlatego, że jest to materiał niezwykle delikatny i lekko się łamiący w produkcji cienkich płytek, które muszą być trzymane w solidnych, przeważnie srebrnych ramach/panelach i często zabezpieczone od środka jakimś cienkim materiałem, np. gazą, inaczej się po prostu kruszą... Nie mam pewności, ale jak wiele innych zaawansowanych wizytowników były one od razu obiektem kolekcjonerskim a nie użytkowym.



Unikalny wizytownik chiński ze słoniowego zęba, w imponująco rzeźbionej ramie (bocznych panelach, niewidocznych na zdjęciu) ze srebra.

Zupełnie unikalny jest poniższy wizytownik. Chińczycy produkowali



Unikalny, malowany i emaliowany wizytownik chiński

masowo porcelanę z podobnymi motywami, ale nieznane są inne wizytowniki poza tym prezentowanym.



Chińskie srebro i mosiądz z motywem smoka

O ile wysoko notowane chińskie wyroby ze srebra, łącznie z wizytownikami, są jednak do nabycia na rynkach kolekcjonerskim, o tyle nieznaną jest drugi wizytownik chiński z mosiądzu, obok powyższego, z motywem smoka. Między innymi dlatego, że wykonany w rzeźbie lub reliefie mały przedmiot z tego *nie do zdarca* metalu, który nieprzetopiony może przetrwać tysiąclecia, wymaga w produkcji stosunkowo więcej pracy niż srebro i złoto, które jednak są rynkowo nieporównanie droższymi metalami niż mosiądz, nie mówiąc już o wartości przedmiotów wyrabianych z tych szlachetnych materiałów.

Japońscy mistrzowie odpowiedzieli na wyzwanie chińskich konkurentów jeszcze piękniejszym i bardziej wyrafinowanym produktem opartym na technice i sztuce dekoracyjnej zwanej *shibayama* i *hiramakie*.

Sztuka, w której lakierowana inkrustacja jest wkładana w poprzednio wrytowane formy na głównym materiale nosi nazwę *Shibayama*. Nazwa pochodzi od okręgu Chiba, *Shiba*, w Japonii. Za wynalazcę uważa się nikajiego Onaki Senzo, który żył w drugiej połowie XVIII wieku. Jego dotychczas nieznaną sposobem dekorowania kości słoniowej miał od początku duży sukces. Formę nazwano od miejscowości *Shibayama*, i sam Senzo przyjął tą nazwę jako swoje nazwisko. Główny materiał z którego wykonany jest przedmiot jest przeważnie kość słoniowa, ale z czasem dekorowano tą techniką też przedmioty ze skóry żółwiowej, masy perłowej lub, bardzo rzadko, również z drzewa. Wszystkie przykłady tej techniki mam w swojej kolekcji.



Japonska shibayama

Shibayama to wysoko wykwalifikowana artystycznie technika dekoracyjna, którą Japończycy stosowali do różnych przedmiotów, między innymi do pięknych wizytowników. Różnorodne motywy ludzi, fauny i flory, wykonane w rytym reliefie i wkładane kwiatami, ptakami z masy perłowej, gałęziami drzew z szylkretu,

owocami rzeźbionymi z półszlachetnych kamieni. Czasami z gejszami, samurajami, aktorami teatru Kabuki, lub innymi wyrytymi osobami. Tak dekorowane przedmioty różnią się od innych technik dekoracyjnych właśnie tym, że te małe, często mikroskopijne elementy umieszczono w rytym reliefie, a nie jako przyklepiane i malowane dodatki. Co oczywiście jest pracą niezwykle pracochłonną. Za to przedmioty te są niepowtarzalnej piękności, również te należące do rzadkich, dekorowanych różnego rodzaju robakami i insektami, którymi może brzydzymy się w życiu codziennym, ale podziwiamy je w wydaniu mistrzów Shibayamy.



Shibayama z insektami



Rzeźbiona z insektami i gadami.

Przypominają one czasem jakieś skamienieliiny ze skał lub w bursztynie.

Technika *Hiramakie* to inna specjalność Japończyków. Mistrzowie *hiramakie* wypełniają reliefy przedmiotu dekorowanego, przeważnie z kości słoniowej lub szylkretu, złotem, srebrem i innymi efektownymi farbami przenoszonymi poprzednio ze

wzoru wykonanego na papierze; całość jest kilkakrotnie lakierowana z dokładnie przepisanyymi czasowymi odstępami.

Nie ma tu wprawdzie wtłaczanej inkrustracji, niemniej proces jest długotrwały, pracołłonny i wymagający długiej nauki u mistrza. Technika ta, a raczej wiele odmian tej techniki lakierowanej zwanej makie jest o wiele starsza od Shibayama, bo znana jest już w Japonii od prawie XII wieku.



Również te wizytowniki, dekorowane szlachetną i niedostępną dla niewtajemniczonych techniką, należą dzisiaj do rarytasów.

Rzadkie i poszukiwane też są japońskie wizytowniki rzeźbione z i w kości słoniowej, często lekko kolorowane/bajcowane.



Rzeźbione japonskie

wizytowniki z kości słoniowej, z motywem gejszy i samuraja

Poza tym Japończycy wyspecjalizowali się w sztuce dekoracyjnej zwanej *komai*. Produkowali piękne papierośnice i wizytowniki z żelaza, obrobione i szlifowane, czarne, odpowiedniki europejskiego *gun-metal*, pewnego rodzaju spiżu, brązu armatniego, w którym wyróżniali się też Niemcy nazywając tą technikę Berliner Guss. Japończycy dodatkowo cyzelowali żelazo, rzeźbili i inkrustowali cienkimi strumykami autentycznego złota. Udoskonalili też blisko-wschodnią technikę dekoracyjną zwaną damascene, spowinowaconą z *komai*, ale w damascene nie widać prawie prześwitu spiżu, tylko jest sama dekoracja ze złota. O ile papierośnice w tej technice są dość powszechne i dostępne na rynku kolekcjonerskim, o tyle wizytowniki tego rodzaju są bardzo rzadkie.



Japonia, Komai



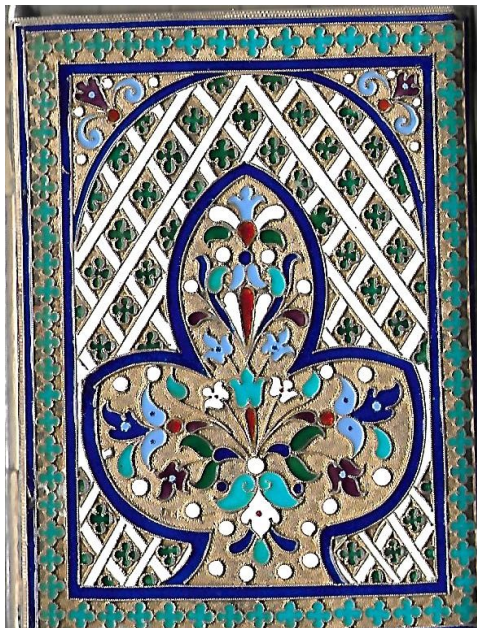
Japonia, Damascene

Wizytownik japoński to jeszcze jeden przykład subtelności i bezkonkurencyjnego poziomu japońskiej sztuki i rękodzielnictwa artystycznego.

Z dekoracyjnymi wyrobami z kości słoniowej z tych krajów próbowały dość bezskutecznie w Europie konkurować takie ośrodki jak francuski Dieppe i kilka specjalistycznych warsztatów niemieckich, jak wymienione wyżej Erbach, ale ani te kraje, ani inne kraje europejskie, mimo często przebogatej, wiekowej tradycji, np. w

Niemczech, nie odznaczały się, z nielicznymi wyjątkami, specjalnie w wyrobie klasycznych wizytowników, bo, po pierwsze: większy popyt był na papierośnice, a po drugie: praca mistrzów była już wtedy tańsza w Azji niż w Europie.

Dotyczy to również Rosji, która miała bogatą tradycję rzemiosła artystycznego, piękne wyroby ze srebra i szczególnie zaawansowaną technikę sztuki laku, ale niezwykle rzadko produkowano wizytowniki; masowe zapotrzebowanie było i tutaj na papierośnice i inne rodzaju etui. Największy, najbardziej znany z mistrzów i producentów rosyjskich, Fabergé, zatrudniający elitę najlepszych specjalistów, bardzo rzadko produkował wizytowniki, a jeżeli już, to pojedyncze, lub w paru egzemplarzach i to na konkretne zamówienie arystokracji, bogatszych kupców, lub nawet samego dworu cesarskiego, który jednak chętniej dawał w darze papierośnice. Nieliczne wizytowniki Fabergé są praktycznie niedostępne dzisiaj kolekcjonerom, chociażby ze względu na ich astronomiczne ceny. Inne rosyjskie wizytowniki, jak lakier z warsztatu Lukutina, są wprawdzie nieco bardziej dostępne, ale też niezwykle rzadkie.



Rosyjski cloisonné



Rosyjski lakier warsztatu mistrza Lukutina

Francuzi, i częściowo Niemcy, mieli prawie monopol na wszystkiego rodzaju małe etui, jak wspomniane już wyżej *carnet de bal*, *wallets*- portmonetki , *aide memoire*, niejednokrotnie bardzo dekoracyjnych, z rzadkich materiałów i o wysokiej jakości artystycznego rękodzielnictwa. Niemcy przodowali też w produkcji małych etui w technice haftowanej, zwanej nawet przez Anglików z niemiecka *Berliner Wool*, swoista odmiana dość rozpowszechnionej techniki *petite point*, haftowanie.

Holandia produkowała też wizytowniki, przeważnie ze srebra lub macy perłowej, dekorując je motywami z ludowego życia codziennego, które są znane przeważnie z holenderskiego fajansu. Skandynawskie kraje w ogóle nie wyrabiały takich etui, z paroma wyjątkami norweskiej snycerki drzewnej, i szwedzkimi wyrobami ze srebra, nielicznych duńskich ze srebra oraz, zupełnie wyjątkowo, specjalnej odmiany, matowej szwedzkiej emalii.



Unikalny wizytownik ze szwedzkiej emalii w stylu Fabergé, dekorowany złotem, wyprodukowany przez W. A. Bolina w Sztokholmie

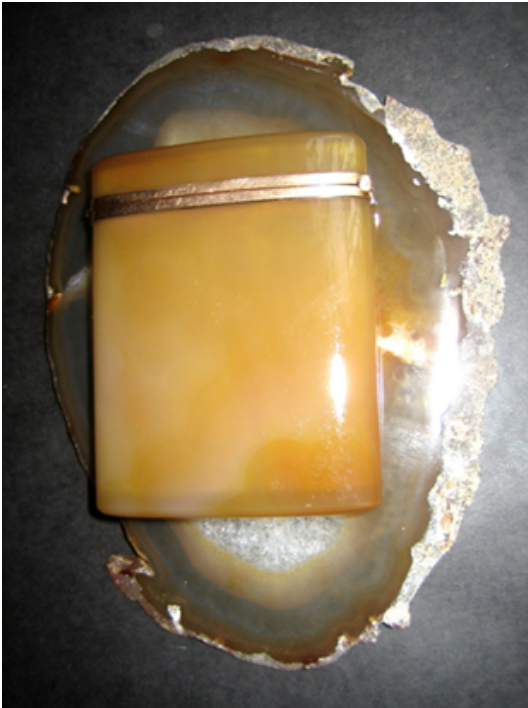
Portugalia i Malta były aktywne w produkcji wizytowników typu *filigree*, filigran.

A Malta zasłynęła dodatkowo z wizytowników filigranowych dekorowanych krzyżem maltańskim.



Maltański krzyż, filigran

Ale nawet kraje, które w zasadzie nie produkowały wizytowników nagle zaskakują jakimś niezwykle wizytownikiem z nieczęsto stosowanego materiału, jak np. agat. Taki dość rzadki egzemplarz, ozdobiony otoczką 14 karatowego złota, udało mi się przypadkowo znaleźć.



Wizytownik z agatu na tle kamienia agatu.

Wizytowniki były więc produkowane ze srebra, kości słoniowej, laki, skorupy żółwia, filigranu, innych metali, drzewa, kory, suszonych kwiatów, *papier-maché*, z muszelek, a nawet ze słomy i włosów, jak wzruszające w swojej *niewinności* wizytowniki ręcznie



Wizytownik produkowany przez amerykańskich Indian

wyrabiana i pięknie dekorowane przez *Native Indian*, Indian z północnej Ameryki, szczególnie z Kanady; dzisiaj, ze względu na swoją subtelną delikatność i kruchość niezwykle rzadkie i poszukiwane, m. innym przez wielu kolekcjonerów rękodzielnictwa ludowego Indian.

I chociaż skóra należy do najbardziej popularnych i u najtańszych materiałów z którego produkowano w dużej ilości portfeli i wizytowniki. Ale jeżeli są bogate dekorowane srebrem to ich atrakcyjność kolekcjonerska może być stosunkowo duża.



Angielskie wizytowniki ze skóry, dekorowane srebrem

Wizytowniki z *papier-maché* były przede wszystkim specjalnością Anglików. Produkowano je przeważnie w słynnym Birmingham. Ręcznie malowane, dekorowane fantazyjnymi bukietami kwiatów i ptaków, zwłaszcza pawie, a na koniec lakierowane, zachwycaly współczesnych im nabywców , jak i dzisiejszych kolekcjonerów.

Cieszyły się one sympatią samej królowej Wiktorii, której dwór nadawał wówczas ton, nie tylko estetyczny, całemu prawie światu.



Zaszczyciła ona nawet niektórych producentów tych wizytowników mianem *Box Makers To Her Majesty*, po polsku, trochę z przymrużeniem oka, i używając dużych liter: *Producenci Pudełek Dla Jej Królewskiej Mości...!* Wizytowniki z tego materiału dekorowano też innymi, może jeszcze bardziej atrakcyjnymi motywami z literatury oraz znanymi budynkami, w tym specjalne wizytowniki z uniwersytetami, *Oxford* lub *Cambridge Cases*. Dzisiaj tylko nieliczni prywatni kolekcjonerzy mają je w swoich kolekcjach, przeważnie można je podziwiać w angielskich muzeach, lub w muzeach poszczególnych uniwersytetów.



Wizytownik Oxford.

Wizytowniki są stosunkowo nowym obiektem kolekcjonerskim. Przedmioty stemplowane przez znanych mistrzów były oczywiście zawsze poszukiwane przez kolekcjonerów antycznego srebra, a funkcja jako wizytownika była dla nich mniej istotna. To samo dotyczy wyrobów z kości słoniowej, szylkretu



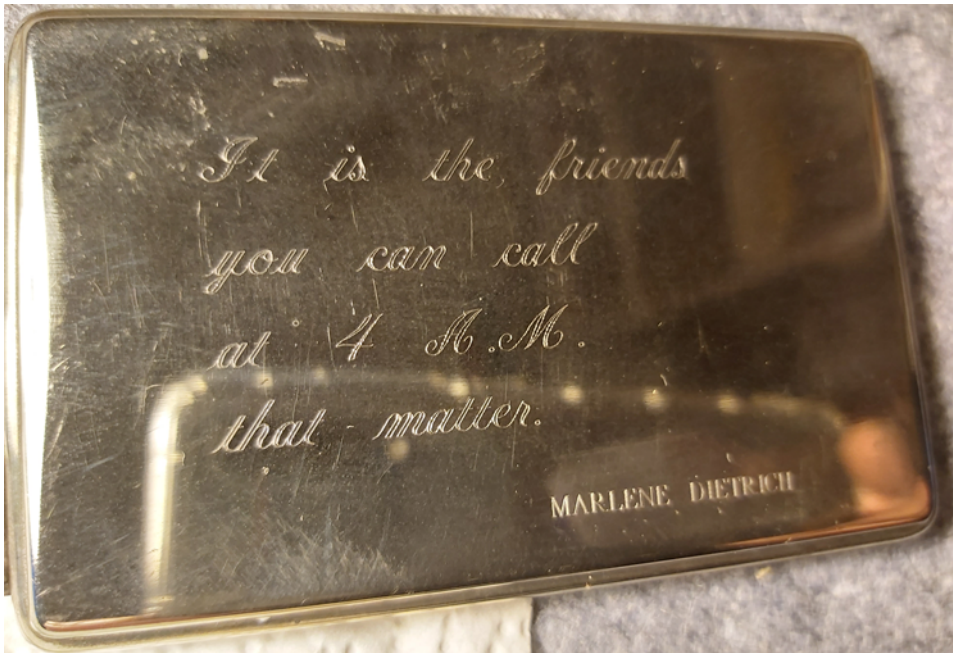
Szylkret Japoński dekorowany Hiramakie.

masy perłowej, emalii lub laku. Kolekcjonerzy sztuki japońskiej, chińskiej czy rosyjskiej są w zasadzie obojętni, jaki to przedmiot, musi on być tylko o odpowiedniej jakości wyrobu. Kilka ostatnich lat jest szczególnie trudno znaleźć na rynku wyroby z tych właśnie krajów, bo jest coraz więcej tam majątnych kolekcjonerów oraz inwestorów. To co kiedyś było produkowane na eksport do Europy i USA w Chinach, Japonii i Rosji, wraca w tej chwili z powrotem. A ceny aukcyjne na te przedmioty są obecnie niewiarygodnie wysokie, niedostępne dla większości kolekcjonerów. Znane są przypadki z aukcji angielskich gdzie angielskie *castle top* z ręki słynnych mistrzów i o specjalnych, rzadkich motywach osiągały zawrotne sumy kilkudziesięciu tysięcy złotych! Za radsze okazy chińskiej snycerki w kości słoniowej, lub japońską shibayama kolekcjonerzy, szczególnie chińscy, płacą kolosalne ceny... A przecież nie są to unikatki produkowane przez np. Fabergé dla cara, jego rodziny i dworu. Zresztą rosyjskie wyroby ze srebra i laki, lub techniką cloisonne, czyli komórkowa emalia, nie koniecznie Fabergé, jako wizytowniki są prawie nie do znalezienia. Ale istnieją.

Warto jeszcze dodać, że kolekcjonerzy Art Deco szukają również wizytowniki w tym stylu. Oto jeden z takich, który można nazwać zarówno eleganckim jak i nostalgicznym...



Art Deco z celuloиду



Ciekawostka też jest, że niektórzy właściciele wizytówek, niekoniecznie zresztą kolekcjonerzy, ozdabiali i grawerowali je swoimi monogramami, które czasem stanowiły piękne dekoracje kaligraficzne. Ale byli też tacy, którzy grawerowali sentencje. Oto jeden wizytownik z białego metalu na którym możemy odczytać sentencję przypisywaną Marlenie Dietrich. Tłumacząc z angielskiego i nieco parafrazując: *Tylko przyjaciele, do których możesz dzwonić o czwartej rano, są Twoimi prawdziwymi przyjaciółmi...*

A ktoś, kto lubił podróżować nabył sobie wizytownik w formie walizki i do tego ołówek



w formie parasola!

Ażeby się nie spóźnić na pociąg, statek lub samolot miał taki turysta może jeszcze zapasowy wizytownik ze skóry z dobrze funkcjonującym, nakręcanym zegarkiem



Jeżeli ktoś w swoich podróżach odwiedził Ziemię Świętą, Palestynę, to mógł przywieźć ze sobą skromnie dekorowany, poniższy wizytownik ze drzewa oliwkowego z łacińską i hebrajską nazwą wiecznego miasta.



Palestynski wizytownik z lat 1917-20.

A poniższe wizytowniki ze słomki, więc z podobnego materiału co omawiane już wizytowniki indiańskie? Czasem można się dziwić kto mógł nosić swoje wizytówki w takich lub podobnych delikatnych pojemnikach?



Wyrobiany był na pewno gdzieś na wsi, sprzedawany na targach miejskich z nadzieją zarobienia paru groszu. Nie wszyscy kolekcjonerzy są zainteresowani tymi lub podobnymi okazami, są one też tanie, ale paradoksalnie też bardzo rzadkie ze względu na kruchość i delikatność materiału. U mnie wzbudzają one *ciepłe* uczucia jako interesujące, niszowe wyroby artystycznego rękodzielnictwa ludowego.

.....

Antyczny wizytownik kieszonkowy jest stosunkowo młodym obiektem kolekcjonerskim. Filatelistów, miłośników starych monet, porcelany, srebra, kości słoniowej, lalek i. t. p. jest nieporównanie więcej na całym świecie. Są oni reprezentowani we wszystkich krajach i na wszystkich kontynentach, podczas gdy około 90% wszystkich kolekcjonerów wizytowników znajduje się w Anglii i w USA, gdzie domy aukcyjne, regularne i internetowe, sklepy antykwaryczne i targi antykwaryczne reprezentują ponad 90 % światowego handlu tymi antykami. Niemieckie aukcje prezentują też wizytowniki, ale robią to stosunkowo rzadko. Francuskie domy aukcyjne w dalszym ciągu mają prawie tylko karnety balowe i inne mniejsze etui i pudełka. Jak

już wyżej wspomniałem , angielska i amerykańska aukcja internetowa eBay jest najbardziej powszechnym źródłem zaopatrzenia w te obiekty. Niestety sprzedający te obiekty, zarówno prywatni jak i zawodowi antykwariusze, często żądają za te wizytowniki nie realne, horrendalne, ceny. Im mniej na tym się znają, tym większą mają nadzieję na zysk. Generalnie można zaryzykować twierdzenie, że długo jeszcze zanim wizytownik stanie się obiektem powszechniejszego kolekcjonowania, to stał się już, niestety, obiektem spekulacji.

Publikacji specjalistycznych na temat wizytowników i ich kolekcjonowania jest w dalszym ciągu stosunkowo niewiele, chociaż ilość ich wzrasta. Książek na temat wizytowników jest kilka, i tylko w języku angielskim. Pierwsze z nich prezentują nieatrakcyjne czarno-białe zdjęcia, ale z niezłym materiałem informacyjnym. Chyba najbardziej dzisiaj popularną wśród kolekcjonerów jest moja książka, bogato ilustrowana kolorowymi zdjęciami wizytowników, p.t. "Collecting Visiting Card Cases", którą opublikowałem z okazji wystawy mojej kolekcji w pod-kopenhaskim muzeum w Søllerød, obecnie Rudersdal w 2005 roku. Jest ona, jak wszystkie inne książki o wizytownikach, napisana po angielsku, i dalej dostępna w antykwariatach naukowych, książkowych portalach internetowych i na eBay-u. Powszechnie chwalone zdjęcia wykonał mój przyjaciel, znany w Danii i w Polsce fotograf Piotr Topperzer.



Wszystkie poważniejsze źródła informacji o kolekcjonowaniu wizytowników są po angielsku. Można śmiało zaryzykować twierdzenie, że bez przynajmniej dostatecznej znajomości angielskiego bardzo trudno być kolekcjonerem wizytowników.

Wystaw specjalistycznych wizytownika poza wystawą mojej kolekcji, o czym krótko poniżej, nie było. Wizytówki były czasem wystawiane, ale wizytowniki nie. Niektórzy znani mi osobiście kolekcjonerzy angielscy niechętnie odnoszą się do możliwości udostępnienia swoich często bogatych zbiorów dla publiczności z prostej obawy, że ich *darlings* mogą stać się ofiarami kradzieży lub zostać uszkodzone. Dla ich usprawiedliwienia trzeba dodać, że nie są znane mi takie firmy ubezpieczeniowe, które chciałyby ubezpieczać prywatnie takie przedmioty jak wizytowniki. Znaczki, monety - tak. Srebro, złoto, biżuterię- owszem. Ale nie wizytowniki. I te są jeszcze za młodym obiektem by muzea były zainteresowane budowaniem własnych kolekcji i ich wystawianiem.

W zasadzie tylko muzeum w Preston, w północnej Anglii, ma duży, подарowany przez prywatnych kolekcjonerów zbiór wizytowników, ale i to muzeum nie miało jakoś dotychczas chęci zorganizowania oficjalnej wystawy.

Pierwszą i dotychczas jedyną wystawą tematyczną wizytowników była prezentacja mojej kolekcji w pod-kopenhaskim *Sollørød Museum*, obecnie *Ruesdal Museum*, w 2005 roku. To pięknie położone w historycznym dworcu szlacheckim urocze muzeum wyspecjalizowało się w ekspozycji nietypowych, małych przedmiotów antycznych, i ma do tego zarówno ekspertyzę jak i świetne, obszerne możliwości wystawowe.

Wystawa cieszyła się dużym zainteresowaniem duńskiej publiczności, która po raz pierwszy zetknęła się z tym przedmiotem jako obiektem kolekcjonerskim. Było też stosunkowo wiele gości zagranicznych.



Wystawa mojej
kolekcji antycznych
wizytowników w
Muzeum w
Kopenhadze 2005.
Plakat.

Moja żona Beata przy plakacie wystawy przed budynkiem muzeum

Drugą z kolei, ale tylko częściową wystawą wizytowników była ekspozycja w Hong Kongu. Prezentacja wizytowników była jedną z czterech części na które składały się kolekcje 4 różnych obiektów kolekcjonerskich a więc nie była to typowa wystawa tematyczna. Kolekcja wizytowników zaprezentowana została przez mojego kolegę w kolekcjonerstwie z Hong Kongu, zapalonego miłośnika tych małych antyków. Była to wystawa tylko wyższej klasy wizytowniki, przede wszystkim azjatyckich, nie prezentując całej wszechstronności tego obiektu kolekcjonerskiego, jak to było w przypadku mojej ekspozycji w Muzeum w Danii. Poziom estetyczny wystawy w Hong

Kongu był jednak imponujący. Odwiedziliśmy z Beatą tą wystawę podczas naszej wycieczki do Chin w 2006 roku.

Gdzie może kolekcjoner "polować" na wizytowniki? Szukać można wszędzie, na wszystkich targach antyków, a nawet na pchlich targach. Ale prawdopodobieństwo znalezienia jakiegoś ciekawego egzemplarza jest minimalne. Jedyne realne możliwości w tym względzie ma kolekcjoner w Londynie. Najbardziej znany targ antyków na świecie, Portobello Road, otwarty w soboty, jest prawdziwym Eldorado w tym zakresie. Ale ceny są coraz wyższe, i znalezienie ciekawego wizytownika w dostępnej cenie jest coraz trudniejsze.

W krajach europejskich trudno jest znaleźć ciekawsze okazy kolekcjonerskie.

Jak już wyżej wspomniałem aukcja internetowa eBay jest najlepszym, praktycznym i dostępnym źródłem nabywania małych antyków, a w tym wizytowników. Tutaj to sprzedający ze wszystkich zakątków świata eksponują do sprzedaży swoje pojedyncze egzemplarze, lub mniejsze kolekcje, wizytowników. Na początku działalności eBay był aukcją pełną wdzięku, bo komunikowali tam ze sobą przede wszystkim prywatni kolekcjonerzy i drobni sprzedawcy, znajdujący te przedmioty w rodzinnych szufladach, strychach, piwnicach... Ale zapanował też tutaj, jak gdzie indziej, *business as usual*. Nie zmienia to jednak faktu, że eBay jest najważniejszym i wszechstronnym źródłem na bieżące uzupełnianie kolekcji wizytowników. Należy tylko uważać, bo sprzedający, szczególnie ci z poza Wielkiej Brytanii, wiedząc, że jest popyt na wizytowniki, próbuje wmówić kupującemu, że ich papierośnica to wizytownik! Żaden doświadczony kolekcjoner się na to nie nabierze. Tolerancja kolekcjonera wizytownika może być duża, ale nie zalicza on klasycznej papierośnicy do wizytowników.

Niektórzy kolekcjonerzy są bardzo uczuleni na stan wizytownika, czy, bron Boże, nie ma jakiejś małej skazy. Czynią to między innym dlatego, bo liczą się często z możliwością lub koniecznością późniejszej sprzedaży. Oczywiście, stan przedmiotu jest bardzo ważnym współczynnikiem. Ale nie zawsze musi mieć decydujące znaczenie.

Antyki są przedmiotami starymi, używanymi i patyna czasu nadaje im często dodatkowego wdzięku. Takie jest moje zdanie.

Kolekcjonowanie nie musi się zaczynać od szukania obiektów najdroższych. I to nie tylko ze względów na finanse, ale też na trudność znalezienia atrakcyjnych wizytowników, ich podaż na rynku jest bardzo ograniczona. Jak w wielu innych przypadkach ilość dostępnych egzemplarzy na rynku jest regulowana przez popyt wśród kolekcjonerów różnych materiałów. Np. kolekcjonerzy srebra angielskiego polują również na stemplowane wizytowniki angielskie, miłośnicy rzeźby drzewnej na rzeźbione wizytowniki, dotyczy to także kości słoniowej i. t. d. Kolekcjonerzy niezwykle atrakcyjnych wyrobów artystycznych Chin, Japonii czy carskiej Rosji szczególnie interesują się właśnie wizytownikami. I tak można bez końca, dodając jedynie, że jeżeli np. papierośnica i wizytownik, przedmioty często do siebie podobne, powiedzmy ze srebra, wykonane są również starannie i pięknie, to przy dzisiejszym trendzie na rynku wizytownik będzie prawdopodobnie kilkakrotnie droższy; bo też jest o wiele rzadszy.

Można jeszcze dzisiaj znaleźć ładne, stare, wdzięczne wizytowniki, za które nie musi się płacić krocie pieniędzy. Ich kolekcjonowanie może dostarczyć tak samo wiele przyjemności i estetycznego przeżycia. Zaangażowanie emocjonalne, namiętność, estetyczne zadowolenie są wartościami niewymierzalnymi, indywidualnymi, i jako takie rzadko są wymieralne w pieniądzu. Kolekcjonowanie to jakby podróż w czasie, po krajach i kontynentach. Goethe podobno powiedział, że kolekcjonerzy to szczęśliwi ludzie. Ktoś dodał, że lądują oni prosto w niebie. Można być sceptycznym co do celu lądowania, ale przyjemność podczas samej podróży jest nie do zakwestionowania.

Wizytownikami zainteresowałem się jakieś 17 lat temu, po latach kolekcjonowania przeróżnych wyrobów z papieru, wśród nich także wizytówek. Zaintrygował mnie sposób, w jaki dawniej przechowywano owe bileciki. W

Kopenhadze natrafiłem na dwa okazy wizytowników, zaraz potem kupiłem starą angielską książkę o ich kolekcjonowaniu. Od tego czasu mój zbiór urósł do około pięciuset egzemplarzy w tym zdecydowaną większość nazwałbym wystawowymi, nie niekoniecznie ze względu na ich cenę, ale również ze względu na rzadkość materiału z którego są produkowane oraz ze względu na dekorację, design.

W kolekcjonowaniu wizytowników problemem jest brak opracowań i literatury fachowej. Często zdarza się, że antykwariusze wystawiają przedmioty, które mimo zapewnień wizytownikami nie są. Ze względu na takie nieporozumienia, ale przede wszystkim z chęci usystematyzowania mojej wiedzy, w 2005 roku wydałem książkę „Collecting Visiting Card Cases”, która zdobyła dużą popularność wśród kolekcjonerów i antykwariuszy na całym świecie. Książka została wydana przez pod kopenhaskie muzeum w Søllerød, dziś Rudesdal Museum z okazji dużej wystawy mojej kolekcji wizytowników. Znajduje się ona w wielu podręcznych bibliotekach muzeów rękodzielnictwa artystycznego, m. innymi w Victoria & Albert w Londynie.

Jako ciekawostkę mogę tutaj dodać, że niestety nie było w książce żadnego polskiego wizytownika antycznego, bo takiego jak dotychczas nie udało mi się znaleźć.

Dla mnie kolekcjonerstwo to nie zbieractwo. To coś więcej niż gromadzenie przedmiotów. Kolekcjonera powinna też interesować historia rzemiosła artystycznego i historia sztuki. Szczególnie, jeżeli się chce odkryć pewnego rodzaju tajemnice związane z kolekcjonowaniem tych magicznych przedmiotów, zwanych *wizytownikami*.

Jako że nasz temat dotyczy specjalnego, stosunkowo mało znanego klasycznego kieszonkowego wizytownika, rzućmy skrótowo okiem na kilka najważniejszych stylów w historii kultury, które przeważnie są charakterystyczne zarówno dla sztuk pięknych, dla rzemiosła artystycznego i mody. A więc też dla mego eseju.

Żeby nie zaplątać się w dalekie rozważania historyczne, ograniczmy się do paru ostatnich stuleci, z zastrzeżeniem, że nic z niczego się nie rodzi, i każdy okres i styl jest jakby artystyczną interpretacją, kontynuacją poprzedniego, nawet jeżeli postuluje głośno jego zaprzeczenie... Nas interesuje okres ograniczony do mniej więcej trzystu lat wstecz, ale nie zapominajmy, że historia ludzkiej cywilizacji a w tym i historia sztuk pięknych i rzemiosła artystycznego trwa już lat tysiące. Poniżej wymienionych jest skrótowo kilka okresów stylistycznych w historii sztuki i rękodzielnictwa, które miały znaczenie dla dekoracji rozwijającej się w tych czasach produkcji kieszonkowych wizytowników.

Rokoko

Styl europejski, rozwinięty i kontynuujący styl barokowy, lata około 1720-1780. Dla naszego tematu interesujący jest przede wszystkim dlatego, że rozwinięto teraz snycerstwo i rytownictwo dekoracyjne, co miało duży wpływ na czasy późniejsze, m. innymi dla produkcji różnego rodzaju przedmiotów, etui, papierośnic i właśnie wizytowników. Teraz rozpoczyna się intensywniejsze zainteresowanie sztuką japońską (Japonizm) i chińską (Chinoiserie). W późniejszych, bliższych nam czasach drugiej połowy XIX odrodziło się rokoko jako neo-rokoko, nowe rokoko, w którym to stylu dekorowano też wiele kieszonkowych wizytowników. Na za przesadnie dekorowane rokoko nastąpił, jak często, bardziej zdyscyplinowany nurt sztuki, a mianowicie:

Klasycyzm

nurt występujący już od czasu późniejszego rokoka i stojący w kontraście do niego. Pod koniec XVIII wieku staje się nurtem dominującym. Wczesny klasycyzm nazywany jest we Francji stylem Ludwika XVI, w Anglii Georgian Style, w Polsce stylem Stanisława Augusta. Ale już od początku XIX wieku doskonalili się ten styl i nazywa się od tego czasu Empire, lub Regencji. Jest on wyraźnie inspirowany stylem klasycznym starożytnej Grecji, Rzymu i

Renesansu. Styl ten wpływa decydująco na formowanie przedmiotów rzemiosła artystycznego m. innymi wczesnych kieszonkowych wizytowników. Fryzy i tympanony tego stylu używają nie tylko architekci na swoich mniejszych lub większych budynkach i pałacach, ale również rzemieślnicy na bardziej skromnych przedmiotach użytkowych, m. innymi na kieszonkowych wizytownikach. Motywy architektoniczne starożytnej Grecji, malarstwo Rzymu, wkraczają teraz jako ozdoba na fronty wdzięcznych, eleganckich, małych przedmiotów

Historyzm

Neogotyck, eklektyzm.

Jako sposób patrzenia i formowania produktu artystycznego nazwy te można stosować do wielu przedmiotów w ciągu wszystkich okresów historii stylów. Style zapożyczały od siebie środki wyrazu, czasem dając zaskakująco świeże efekty artystyczne, ale przeważnie wykazujące brak oryginalności u twórcy-artysty, architekta, czy rękodzielnika. Chociaż rozwój tego stylu możemy datować na lata 1830-1850, to był on też często stosowany aż do późniejszych dekad XIX wieku. W stylu tym wyprodukowano bardzo dużo małych przedmiotów codziennego użytku, m. innymi kieszonkowych wizytowników.

Styl epoki romantyzmu

można w zasadzie zaliczać do historyzmu, ponieważ sięga wyraźnie do tradycji i historii, chociaż nie o racjonalizm i harmonię tutaj chodzi, ale o legendy, podania i mitologie. Ale nie ma w nim wiele oryginalności i nie jest stylem jednolitym, i dlatego w sumie można go zaliczyć do eklektycznych środków wyrazu. Wiele przedmiotów jest w tym stylu formowanych. W swojej gloryfikacji fantastyki i zjawisk racjonalnie nie wytłumaczalnych jest on zaprzeczeniem późniejszego stylu realizmu i naturalizmu. Chociaż występuje się on przede wszystkim w malarstwie i rzeźbie, to jednak pewnego rodzaju sielankowość i sentymentalizm tego stylu ma znaczny wpływ na formowanie wzorów rękodzielnictwa, między

innym i wizytownikow. Romantyzm jest prekursorem ważnych późniejszych stylów symbolizmu i surrealizmu.

Niemiecki biedermeier

lat 1820-1860 tych jest stylem w zasadzie nie podlegającym pojęciu historyzmu, bo jego romantyka i sentymentalizm dotyczy życia dnia codziennego zajęć i zabaw codziennych i świątecznych wszystkich warstw społecznych, szczególnie wzrastającego coraz bardziej w znaczeniu mieszczaństwa. Chociaż nie jest to styl stricte oryginalny, ani w sztuce ani w literaturze, raczej zaściankowy, to jego sentymentalizm, wrażliwość i swojego rodzaju kiczowate piękno ma duże znaczenie w historii również rzemiosła artystycznego, jak np. dekorowanej porcelany, wyrobów codziennego użytku, różnego rodzaju dekorowanych haftem etui, m. innymi raczej jeszcze rzadkich wówczas typowych wizytownikow kieszonkowych. W zasadzie wszystko co w sztuce i rzemiośle oddaje uroki i sielankowość życia codziennego, co oddaje mieszczańską atmosferę i uczucie o nazwie niemieckiej gemütlich (trudno chyba o lepsze tłumaczenie niż przytulny), nawet w bliższych nam czasach można za Niemcami nazywać biedermeierem... A więc domowa idylla.

Wiek XIX ze swoimi różnymi odmianami stylów historyzmu można nazwać złotym wiekiem sentymentalnych bibelotów, ale też wysokiej jakości artystycznej oryginalnych przedmiotów, w tym kieszonkowych wizytownikow, które są dość bogato reprezentowane w mojej kolekcji.

Nieco późniejsze, ważne style artystyczne, jak impresjonizm i jemu pochodne, oraz ich zaprzeczenie, styl ekspresjonizmu, dotyczą przede wszystkim malarstwa, rzeźby, muzyki i literatury i tylko w minimalnym stopniu rękodzielnictwa artystycznego. Wyjątkiem jest tutaj chyba sztuka abstrakcyjna, jak nieco późniejszy kubizm, bo znamy wiele przypadków formowania wyrobów

rzemiosła artystycznego oraz ich dekorowania abstrakcyjnymi formami geometrycznymi. Znajdziemy je również wśród wizytowników.

Szczególnie ważnymi stylami tego okresu dla rękodzielnictwa artystycznego są

Secesja i Art Deco

które jeszcze do dzisiaj cieszą się popularnością i są obiektem intensywnego kolekcjonerstwa we wszystkich dziedzinach: malarstwa, plakatu, grafiki, przedmiotów codziennego użytku, m. innymi właśnie kieszonkowych wizytowników. Wpływ sztuki japońskiej na sztukę europejską zaczyna się jak podkreśliłem już wyżej, już od późnego XVII wieku i uzewnętrznia się z czasem jako wspomniany japonizm. Wiele jest przykładów wyrobów europejskich rzemieślników, którzy ulegali wpływom rękodzielnictwa i zdobnictwa japońskiego, tworząc dzieła i przedmioty jakby skopiowane ze sztuki japońskiej. Jednak sama secesja końca XIX wieku i początków XX wieku sięgała po ważniejsze artystycznie źródła inspiracji, odrzucając sielankowe naśladownictwo, bo prosto do mistrzów japońskiej sztuki malarskiej i graficznej. Wystarczy porównać linie fal morskich genialnego japońskiego malarza Hokusai'a z przełomu XVIII i XIX wieku z liniami Muchy czy Klimta, by zauważyć wpływy sztuki japońskiej na oryginalną sztukę europejskiej secesji, czego ci wielcy artyści bynajmniej nie negowali. A jeżeli chodzi o przedmioty codziennego użytku to jednak prawdziwi koneserzy woleli oryginalne wyroby japońskie, które zaczęto w większej ilości importować do Europy. Przykładem są tutaj o niezrównanej piękności japońskie inro, specjalne małe etui, składające się z kilku segmentów dla różnego rodzaju podręcznych i codziennie potrzebnych małych rzeczy, jak medycyna, tytoń, atrament, fajka, monety... Wykonywane one były przez prawdziwych mistrzów japońskiego rękodzielnictwa artystycznego i od razu stały się cenionym i rzadkim obiektem kolekcjonerskim na całym świecie, tak jak trzymające je przy pasie małe, rzeźbione lub bogato

dekorowane figurki zwierząt lub ludzi, zwane netsuke. Mistrzowskie wykonanie tych przedmiotów było jakby wstępem do produkcji nieco później i na nieco większą skalę, bo liczących na szybko rozwijającą się turystykę, nie o wiele mniejszej piękności artystycznego rzemiosła, kieszonkowych wizytowników Królują tutaj style Shibayama i Hiramakie.

Chińskie wizytowniki nie ustępują szlachetnością rzemiosła i designu wiele japońskim, bo w technice rzeźbienia w kości, szylkrecie i drzewie nikt na świecie nie przewyższa chińskich mistrzów z Kantonu.

Wizytowniki chińskie i japońskie nie były w zasadzie używane przez mieszkańców tych krain. Były one wyrabiane dla gości z zagranicy wizytujących coraz częściej te strony, lub na większą skalę na eksport, w odróżnieniu od inro, które było używane tylko przez Japończyków, ale kolekcjonowane w Europie, USA, Australii, Kanadzie...

To samo dotyczy innego rodzaju popularnych dzisiaj wśród kolekcjonerów wizytowników produkowanych w krajach Azji, przede wszystkim w Indiach, gdzie zaspakajano zapotrzebowanie stacjonującego tam wojska angielskiego i jego oficerów. Styl tych wizytowników nazywany jest przez kolekcjonerów Anglo-Indian.

Do wymienionych wyżej styli należałoby w kontekście małych antyków dodać kilka nietypowych lub umownych, które też trudno zaszeregować czasowo.

Wymienię poniżej kilka, które mają znaczenie dla naszego tematu.

Sztuka ludowa Indian Ameryki Północnej, USA i Kanady

Wyroby Indian mają dzisiaj bardzo duży krąg kolekcjonerów, szczególnie w USA i Kanadzie, są piękne naiwnością ludowego zdobnictwa i wzruszające kruchością materiału. A już niezwykle rzadkie są tego rodzaju wizytowniki.

Sztuka wiktoriańska

Anglia jest miejscem powstania i głównym ośrodkiem produkcji wizytowników. Królowa Wiktoria żyła i panowała długo, a czas jej panowania nazywa się epoką

wiktoriańską, która obejmuje styl bycia prawie we wszystkich dziedzinach codziennego życia, między innymi sztuki i rzemiosła artystycznego. Sztuka i rzemiosło o tej nazwie mogą zahaczać o wiele stylów, zawsze prezentując specjalną atmosferę. Wczesny okres wiktoriański przypada mniej więcej na okres wczesnego biedermeieru, ale jako całość trwa o wiele dłużej, bo prawie do końca XIX wieku. Atrakcyjne przedmioty sztuki wiktoriańskiej są wysoko cenione ze względu na jakość angielskiego rzemiosła; i wyroby ze srebra z tego okresu najbardziej cenione są ze stemplem angielskiego mistrza. Dotyczy to również rozwijającej się wówczas na większą skalę produkcji wizytowników. A poza tym, jeżeli chodzi właśnie o te przedmioty to chapeau bas! przed Anglikami, bo to oni, jak już parę razy wspomniałem, wymyślili właśnie w tym okresie i rozpowszechnili klasyczny wizytownik kieszonkowy. Jak to się stało? Chyba nawet sam Sherlock Holmes nie zna dokładnej daty i zapewne nigdy nie próbował jej wysledzić... Pewnym jest tylko to, że zarówno ten inspektor, jak i jego nieśmiertelny autor Arthur Conan Doyle, nosili swoje wizytówki właśnie w wizytownikach.

Na tym nie koniec z Anglią... Mieszkańcy Albionu mają jeszcze jedną specjalność w zakresie stylu, która jest zbliżona bardzo do secesji, ale ją czasowo nieco wyprzedza, mianowicie

Arts and Crafts Movement,

ruch artystyczny w zakresie sztuki i rzemiosła, mający jako główny cel unowocześnienie piękna ręcznie wyrabianego rzemiosła. A co dla nas najważniejsze: w tym stylu produkowano też kieszonkowe wizytowniki.

Styl? Laka, emalia i srebro rosyjskie

Chociaż trudno zaliczyć przedmioty rosyjskie tego okresu do określonego stylu, to co techniki malowniczego laku, srebra i emalii, to również wielką tu rolę odgrywa Rosja carska, ze swoimi wysoko cenionymi mistrzami i manufakturami laku jak Lukutin i Wishnijakov, nie wymieniając już arcymistrzów z marką

warsztatu Fabergé! Co do naszego tematu jest tu jednak małe ale... Rosjanie niezwykle rzadko produkowali etui typu wizytowniki, wypieszczano tam przede wszystkim papierośnice, bo na to był większy rynek.

Art Deco i Funkis

To ostatnie interesujące nas style, bo w zasadzie kolekcja antycznych wizytowników powinna się na tym kończyć, chociaż na całe szczęście nie ma tutaj dogmatycznych zasad. Funkis jest jakby nawiązaniem, kontynuacją i rozwinięciem stylu Art Deco, który datuje się od lat około 1920 tych, a Funkis przedłuża ten okres na lata 1940, aż do lat 1950 tych, już jako swoista odmiana funkcjonalizmu.

Godne uwagi są tutaj często bardzo atrakcyjnie dekorowane w tych stylach produkty z bakelitu, między innymi właśnie wizytowniki.

Wartość, cena, spekulacja

Szukając, nabywając, kupując antyczne wizytowniki do mojej kolekcji nigdy nie traktowałem tego jako obiekt inwestycji z nadzieją na przyszłe zyski. Jak już kilkakrotnie tutaj nadmieniałem antyczne wizytowniki stały się niestety w ostatnich latach obiektem spekulacji. Wystarczy spojrzeć na strony internetowe Ebay-u by zauważyć, że ten portal, kiedyś rzeczywiście będąc portalem dla kolekcjonerów stał się miejscem, gdzie spekulanci śnią o gigantycznych wprost zyskach polując na naiwnych entuzjastów z większymi możliwościami finansowymi.

Międzynarodowy rynek antyków jest uzupełniony teraz stosunkowo świeżym, ale coraz bardziej atrakcyjnym obiektem kolekcjonerskim, wizytownikami.

Nie ulegnę tutaj pokusie zaszokowania czytelnika lub potencjonalnego kolekcjonera cytowaniem tutaj jakiegoś katalogu cen, który oficjalnie zresztą jeszcze nie istnieje. Wizytowniki to nie znaczki czy też monety. Ale

ciekawskiego czytelnika mogę odesłać do znanego powszechnie międzynarodowego dziennika angielskiego *Financial Times*, który ma status prawie wyroczni w świecie businessu. Otóż redakcja ich sekcji *How To Spend It* (*Jak wydać pieniądze*, tłum. moje) zwróciła się do paru znanych firm handlowych międzynarodowych aukcji jak np. *Sotheby*, oraz do kilku bardziej profilowanych kolekcjonerów, zaszczycając mnie też swoim zainteresowaniem. Chodziło jej przede wszystkim nie o pasje kolekcjonerskie ale o rynkową wartość przedmiotów. Niektórzy ulegli pokusie wymienienia cen swoich najlepszych okazów, niektórzy z nas jednak nie ulegli takiej pokusie i mówili tylko o wartościach kolekcjonerskich, a te mogą się bardzo różnić od wartości spekulacyjnych. Nie jest tutaj miejsce na referowanie pytań i naszych odpowiedzi, artykuł można ciągle znaleźć na Google. Ale cytowane przez niektórych ekspertów i kilku kolekcjonerów ceny posiadanych przez nich przedmiotów mogą się wydawać dość szokujące.

Wystawę w pięknych lokalach Muzeum Uniwersytetu Wrocławskiego można uznać za jedyną dotychczas poza Danią wystawę tematyczną poświęconą całkowicie antycznemu, klasycznemu wizytownikowi.

Włodzimierz Herman, Kopenhaga

