

appendix

Културна баштина, креативност и визије у мултикултурној Европи – керамика и њени модалитети

Вилхелм Зимен

Пројекат *Керамика и њене димензије* има за циљ да обухвати појавне облике керамике у Европи у прошлости, садашњости и будућности, и да их у том јединству смести у одрживе вредносне оквири, чвршће и изразитије него до сада. Реализује се кроз сарадњу институција из једанаест европских земаља, а финансира се у оквиру културног програма Европске уније *Креативна Европа*.

Допринос овог пројекта огледа се у документацији о културној традицији керамике заснованој на историји њене употребе у различитим европским културама, у истраживањима која се односе на промене у начину њеног коришћења све до данас, као и у указивању на будуће изазове и могућности које стоје пред производима од керамике.

Главни циљ пројекта и свих његових модула јесте промоција креативности и дефинисање визије керамике у европском контексту, који обухвата сложене културе и народе. Очекивани резултати су различити и значајни.

Путујућа изложба са експонатима из прошлих времена, коју су заједничким снагама организовале све државе које учествују у пројекту, отвара питање знања о заједничкој европској традицији керамике од барока до данас.

Кроз научна истраживања историје европске архитектонске керамике учинићемо иницијалне напоре у правцу отклањања велике празнине у овој области. Заједничко културно наслеђе треба представити посредством базе података, каталога и других заједничких изложби које ће се организовати након окончања овог пројекта. Све ће то послужити као извор идеја за нове производе у области уметности, занатства и дизајна.

Различитим каналима комуникације промовисаће се значења керамике у читавој Европи у прошлости, садашњости и будућности, а корисне последице такве стратегије осетиће сви, а не само музеји, универзитети и индустрија.

Кроз анализу филмова, слика и нових медија истраживаће се друштвене промене, а тиме и промене стандарда исхране и живљења у Европи XX и XXI века. Како би се код потрошача развио однос према вредностима и разноврсности стандарда, резултати ће бити представљени посредством базе података и мултимедијалних изложби. На тај начин, нови извори информација биће доступни креативним делатностима. Кроз сарадњу универзитета, научно-истраживачких института и музеја, нови изазови и могућности постају видљиви кроз нове моделе

плодне сарадње. У европском јединству свих актера културног живота и стваралаштва, међународна размена инспирације и креативности одвија се на мултидисциплинарним радионицама, семинарима и симпозијумима намењеним студентима дизајна. Резултати ће бити представљени на путујућој изложби иновација и о њима ће се расправљати у оквиру регионалних радионица. Тако ће се подстаћи промишљање и иновације, како код самих дизајнера тако и у оквиру индустрије керамике.

Значење керамике у савременом животу истражићемо кроз разговор са грађанима из целе Европе. Питаћемо их шта керамика значи за њих и шта од ње очекују. Тако ћемо добити импресиван преглед ставова становника мултикултурне Европе о улози керамике у њиховом животу, у садашњости и будућности.

Такмичење *Светлост будућности* намењено је младим талентима који се баве керамиком у контексту историје уметности и етнологије, као и ствараоцима који ће на радионицама пружити подршку и уметницима-почетницима. Они ће своје радове приказати на конференцијама Европског друштва за керамику и Међународне федерације за керамику, као и на Британском бијеналу керамике. Тако ће се кроз сарадњу хуманиста, уметника, занатлија и дизајнера, засветлети *Светлост будућности*.

Покренућемо сајт под називом *Кућа керамике*, који ће посетиоцима омогућити да историју употребе и обликовања предмета од керамике у Европи доживе у различитим виртуелним собама. У „биоскопу” ће посетиоци имати прилику да кроз забаву проучавају секвенце играних филмова у којима керамика има важну улогу. Биће простора за базу, са свим корисним, пословним и контакт подацима који се односе на керамику. Поред тога, посетиоци ће моћи да провире преко рамена европских уметника и дизајнера, и да доживе њихове стваралачке поступке.

Кроз свеобухватан програм музејске едукације, усмерен и на проблеме инклузије, који ће се реализовати у свим музејима који учествују у пројекту и пренети у друге музеје, керамика ће се дугорочно позиционирати као важан сегмент нашег заједничког европског наслеђа. Тако ће се развити и веће поштовање према керамички код садашњих и будућих генерација.

Сви модули се преклапају, међусобно надограђују, заједно се развијају у истом правцу, сједињавају се. Тим који чини више од двадесет партнера из једанаест земаља, вођен свешћу о мултикултурној Европи која се мења, има за циљ да из заједничког културног наслеђа створи ново.

Пројекат *Керамика и њене димензије* носи дух новине и повезује све димензије појавних об-

лика керамике, под чијим окриљем уједињује Европу, повезује музеје, универзитете и научно-истраживачке институте у јединствену целину коју чине прошлост, садашњост и будућност керамике. Коначно, кроз симбиозу унутрашње и спољне комуникације на свим нивоима, он води ка успону керамике: европске керамике – материјала са традицијом за свет сутрашњице.

За све нас је то велики изазов: учесници у пројекту ће уложити велики ентузијазам и напор да савладају посао који их очекује, у свој његовој сложености. Због заједничког пројекта, друге активности ставиће у други план.

Поред конкретних и одрживих резултата остварених током пројекта, оно што је суштински важно остаће и након његовог окончања. То су богатство личног и интеркултурног искуства и умреженост традиције и иновације у области керамике у Европи.

Европски културни стил у керамичи

Клаудија Казали

Европски пројекти драгоцени су догађаји којима се негују размена и поређење знања различитих култура. Изложба *Кермика у култури* живљења Европе од барока до данас карактеристична је по томе што обједињује неколико музеја заједничком темом и подстицањем дијалога по питању мноштва култура и традиција у керамичи. Сваки од ових музеја проценио је и анализирао улогу керамике у животу своје земље током векова њене широке употребе, од 1600-их година до данашњег дана. Свака земља поседује јединствене карактеристике, укусе и уметничке склоности, који се континуирано формирају под утицајем иновација и захтева сваког периода. Керамика даје веран одраз једног друштва и као таква веродостојна је представа начина живота сваке земље.

Експонати су бирани не само захваљујући својој суштинској заступљености у историји керамике већ и као индикатори друштвено-антрополошких одлика сваког века. Испитивање производа – у смислу форми, декорације и функционалности – даје кључне трагове за сазнања о напретку, усавршавању и развоју једног народа.

У Италији је барок био период континуиране трансформације, и најбоље га представља *bianchi di Faenza* са својим новим формама и сведенијим украсима. Током истог периода, због интензивног истраживања на пољу глазури, Италија је постала јединствена и важна референтна тачка за читаву Европу. Керамика је радо преузела форме у којима су традиционално доминирали метали: белина керамике заме-

нила је сребрни сјај. Значај који је имао *bianchi* исправно је описати као револуционаран, јер су се такви производи брзо из Италије раширили широм Европе. Стоне украсе одликовала је изузетна раскош, а сервиси су прављени у складу са најновијим правилима употребе, при чему су неки коришћени искључиво у декоративне сврхе. Уведена су нова стилска правила у опремању простора, у организацији банкета и свечаности које су одсликавале помпезност и велелепност. Осликавање плочица преовладало је у барокној Шпанији. Иако су биле широко распрострањене током средњег века, Валенсија је сада постала важно чвориште њихове дистрибуције и иновација, и неминовно је утицала на традиционалне области керамичке производње у Италији (посебно Лигурији). Међутим, за Шпанију је и пре барокног периода била карактеристична производња која је била под утицајем Новог света (Америке), а још више Северне Африке, у виду утицаја исламске културе. Шпанија успешно асимилује ове различите културне утицаје и шири их Европом. У XVIII веку пажња је усмерена према Немачкој. Револуција која је цветала у овом периоду била је усредсређена на европско разоткривање тајне тврдог порцелана, захваљујући алхемичару Јохану Фридриху Бетгеру из Мајсена, 1708. године. Убрзо су основани центри за производњу порцелана, углавном током XIX века (Север, Лимож, Беч, Венеција, Доча, Каподимонте, Чешка, итд.), и у њима је прихваћен низ иновација везаних за чистоћу порцелана, његову прозирност, елеганцију облика, чак и када је реч о фигуринама – дошло је до истинске револуције у производњи предмета који се користе у свакодневном животу. Појава егзотичних пића и хране из неевропских земаља и колонија подстакла је израду широке палете новог прибора и посуђа: чај, чоколада и кафа постали су нови статусни симболи у свакодневном животу друштвене елите.

Деветнаести век одликују не само носталгија за историјским и оријенталним темама него и пораст популарности сликања на порцелану, посебно портрета као претходнице савремене употребе фотографије. Предмети у кинеском стилу први пут су у Европи произведени у XVII веку. Потражња за производима у јапанском стилу развија се у Европи током друге половине XIX века. Јапан од 1862. године доследно учествује на значајним међународним изложбама. Јапанска култура у Европи још више се учврстила када су у доба просвећеног Мејџи периода (1868–1912) отворене границе Јапана према свету. Стилски инспирисани неоренесансом такође су били распрострањени, посебно у Италији, а у Енглеској су били и веома популарни. Неорококо је снажно утицао на чешку произ-

водњу керамике, у којој су се могли уочити и јасни француски утицаји. Широка лепеза нових материјала уведена је у производњу прибора и посуђа, какав је био фајанс из Велике Британије, и убрзо се проширила по целој Европи и била популарна у производњи стоних украса.

Од раног XX века, међународне изложбе убрзале су ширење „универзално” признатих стилова попут ар нувоа (који је у земљама западне Европе имао више варијанти: југенстил у Немачкој, сецесија у Аустрији, либерти у Италији, модерни стил у Великој Британији, Хорта стил у Белгији, модернизам у Шпанији), чије је обиље цветних и женствених облика присутно у свим уметностима (моди, сликарству, скулптури, архитектури и декоративним уметностима), док је ар деко постао владајући стил после Париске изложбе 1925. године.

Керамика масовно почиње да се користи у опремању простора, за облагање спољних и унутрашњих зидова, чак и у раскошним палатама (сл. 1). Током 1930-их, употреба керамике у скулптури процветала је под утицајем значајних уметника, као и са развојем првих примера „дизајна” који је негован у школама примењене уметности (као што су Баухаус и естонска Државна школа за уметност и занате) и у индустријским постројењима. У Италији, архитекта Ђо Понти одиграо је важну улогу у раду мануфактуре *Рихард-Ђинори*, а утицао је и формирање укуса преко часописа за архитектуру какав је био *Домус*. Током послератних година, слични примери могу се видети у Немачкој, са *Розенталом*, који је за дизајнирање сервиса и посуђа окупио уметнике, дизајнере и архитекте из читавог света, и стварио најновије производе за модеран дом. Појам савременог стола за ручавање усредсређен је на сам његов изглед у погледу функционалности, уметничког израза и употребе у савременом обедувању и угошћавању.

У Европи је током педесетих година прошлог века дошло до значајног пораста у коришћењу индустријских плочица за кућну хигијену у кухињи и купатилу. То је била права револуција која је за последицу имала приметно здравије услове у новим модерним стамбеним зградама и кућама које су освануле широм италијанских градова у фази реконструкције после бомбардовања претрпљеног током Другог светског рата. Керамика је у модерну свакодневицу ушла у виду мноштва облика (и са уметничким претензијама), намена и кроз процесе истраживања. Захваљујући биомедицинским проучавањима, присутна је и у медицини, али има и бројне примене у електротехници и механици. Ова задивљујућа разноврсност употребе и примене јасно показује огроман распон потенцијала керамике, која се вековима користи у свакоднев-

ном животу човека, а одликује је невероватна способност да се прилагоди захтевима и укуси-ма које диктира начин живота.

Циљ овог кратког прегледа је да укаже на најзначајније аспекте ове комплексне изложбе, изложбе која је осмишљена и остварена захваљујући професионализму и сарадњи многих колега. Желела бих да захвалим свима који су допринели остварењу овог пројекта, који ће гостовати у шест изложбених простора. Посебно своју захвалност изражавам Моника Гори и Јани Гобел на њиховој драгоцености сарадњи. Без њих, ова изложба и каталог никада не би заживели.

Керамика и њене димензије: преглед италијанског посуђа од барока до савременог доба

Валентина Маџоти

Током друге половине XVI века, Фаенца је постала центар стилске и технолошке револуције која је наставила да утиче како на италијанску тако и на европску производњу мајолике током века који је уследио. Умешни фаентински мајоличари извештили су се у изради фино украшеног и богато обликованог посуђа превученог дебелом белом слојем глазури, због чега су били познати под именом *bianchi di Faenza*. Такво посуђе често карактерише сажети стил украшавања „компендиарио”, који одликује шкрта употреба боје и једноставан стил. Трезвена елеганција овог посуђа представља јасан раскид са претераном употребом украса и боја, што је била одлика производње мајолике све до средине XVI века, нарочито у изради декоративних предмета. Посуђе *bianchi di Faenza* постало је толико популарно и у Италији и у иностранству, да је убрзо почело да бива препознавано под посебно скованим неологизмом „фајанс” и проширило се на Француску, а потом све више широм Европе почетком XVII века.

У периоду ренесансе и барока, који је уследио, црквени великодостојници, принчеви и племићи из целе Европе украшавају своје домове прекрасним сервисима од мајолике (*credenze* – стоне гарнитуре), који су често добијали предност у односу на много вредније златно и сребрно посуђе. Занимљиво је поменути мишљење Вузепеа Кампорија у спису *Историјске и уметничке вести о мајолици и порцелану из Фераре у XV и XVI веку (Notizie storiche e artistiche della maiolica e della porcellana di Ferrara nei secoli XV e XVI)*, у коме он говори о тањирима из Урбина и Фаенце: „[...] уметност и укус надокнађују ману суштинске вредности, заједно са још једном познатом предношћу, коју је описао Улисе Алдрованди: далеко је бољи укус хране из керамичких

XVIII века и инспирисала је производњу верних копија кинеских и јапанских оригинала, као и појаву мотива надахнутих Далеким истоком. Тако су различите европске интерпретације „егзотике” постале популарне у италијанској производњи мајолике: XVIII био је прожет одушевљењем приказима кинеских и индијских цветова, пагода, фелука, као и фигуринама у оријенталном стилу. Током истог периода, производња мајолике прихватила је и друге европске декоративне стилове и мотиве, а можда су најбољи примери за то популарне представе инспирисане розетама са Стразбуршке катедрале, које су обједињавале приказе цветних круница, инсеката и лептира.

Ипак, неоспорно звање „краљице века”, како је то дефинисао Роберто Лонги, имао је порцелан. Мајолика је покушала да одржи корак с временом преносећи своје декоративне технике и распон боја са посуђа на порцелан, уводећи печење боја на ниским температурама, као и треће печење, посебно гримизне боје. Многи крајеви централне и северне Италије бриљирали су у овој техници (Милано, Лоди, Фаенца, Болоња, Пезаро), али су на крају ипак посустали у покушајима да се супротставе надмоћи порцелана.

Европска производња порцелана почела је у раном XVIII веку у Мајсену у Саксонији и била је усредсређена углавном на кинеске стилове, са примесам утицаја са запада. Бројне радионице отворене у Европи и Италији фокусирали су се на овај хибридни стил (укључујући *Виново* у Торину, *Коци* и *Веци* у Венецији, *Бинори* у Дочи, *Каподимонте* и *Реал Фабрика Фердинанда* у Напуљу).

Производњи мајолике додатни ударац нанео је изузетни успех „енглеског” фајанса у другој половини XVIII века. Јефтинија од порцелана, а финија од мајолике, топла белина фајанса показала се као идеалан материјал за изражавања неокласицистичке чисте елеганције (сл. 3). У периоду од краја XVIII до почетка XIX века, грнчарија се афирмисала у разним местима широм Италије, као што су Савона, Милано, Торина, Венеција, Тревизо, Басано, Есте, Фаенца, Пезаро и Напуљ. Током XIX века, велики сервиси за кафу и ручавање, ћупови, вазе за цвеће, мастионице, скулпторалне групе, па чак и кућни аксесоар (полике, огледала, сточићи), израђивани су од керамике, али и од мајолике. То указује на широку примену керамике у свакодневном животу, како у практичне тако и у декоративне сврхе.

Појава еkleктицизма у другој половини века распирила је интересовање за пређашње стилове, посебно за ренесансу, чије су изражајне, морфолошке и техничке карактеристике оживели до те мере да се дошло до руба фалсификовања. *Бинори* и *Кантагали* у Фиренци, *Моларони* у Пезару, *Карочи* и *Спиначи* у Губију, *Пио Фабри* у

него из сребрних тањира”. Стога су сервиси за ручавање, најтипичнији представници финог посуђа током XVI и XVII века, били коришћени приликом важних банкета, наглашавајући богатство и моћ домаћина, а посебно тако што су били осликани историјским сценама и хералдичким представама племићке породице. Такве сервисе чинило је више стотина делова и често је то било различито посуђе: тањери (дубоки тањери и *тондини* – тањери још дубљег облика, *таљери* – скоро потпуно равни овали), чаше, кутлаче, путири са перфорираном декорацијом (*crispine*), украсни бокали за воду, разни крчази, посуде за хлађење, чиније за воће, сланици, али и декоративни предмети за средину трпезе, чија је једина сврха била да банкету учине још раскошнијим и спектакуларнијим (сл. 1). Раскош таквих банкета (далеко скромнији комади коришћени су у свакодневном животу) педантно и вешто су организовали дворски управници, који би уметнички осмислили и аранжирани поставку свега осталог потребног за гозбу. За разлику од обедовања данас, када се појединачни тањери износе један за другим (обичај из деветнаестог века), у време ренесансе, и још у већој мери барока, на банкетима су служена различита јела („француски стил” служења хране), од којих је свако било обилно сервирано, и која су истовремено изношена на сто у складу са строгим протоколарно-естетским правилима тог времена.

Међутим, машта мајоличара XVIII века није се зауставила на стоним посуђу: она се изражавала и у низу других керамичких предмета које одликују оригинални облици и скулпторалне карактеристике, међу којима су мастионице, лампе, фонтане, чак и једноставне посуде за медицинске производе и религиозни предмети (базенчићи са светом водом, фигурине и спомен-плоче).

Од XVII века производња посуђа одговорила је на пораст конзумирања „егзотичних” пића. У XVI и XVII веку кафа, чај и чоколада увозе се са истока и из Мексика, и постају изузетно популарни. Пораст потрошње тих пића подстакао је стварање одговарајућих предмета који остају углавном непромењени кроз векове: чајници су били ниски и лоптасти, посуде за кафу виткије, а посуде за топлу чоколаду имале су дршку која је била под правим углом у односу на пипак. Посуде за кафу обично су биле мање од чајника, док су посуде за топлу чоколаду имале две дршке и поклопац (сл. 2).

Током XVII века страст за егзотиком и оснивање националних трговинских компанија (попут Источноиндијске компаније) које су пословале дуж далекоисточних поморских рута, условили су увоз великих количина квалитетног кинеског порцелана, посебно оног у „бело-плавом” стилу. Кинеска роба нарочито је ушла у моду током

Риму и *Моска* у Напуљу – сви они били су изванредни у овом оживљавању стилова претходних епоха, укључујући и оријенталну, а посебно исламску уметност.

У Италији XX век карактерише велики културни подстицај инициран везама са уметничким покретима либерти, ар деко, футуризам и модерна, који су се појавили током прве половине века. Керамика је развила сопствену критичку димензију, уздигла се од материјала који се користио за израду предмета за свакодневну употребу, до оног који сада у уметничке сврхе користе вајари и бројне занатске радионице. Појавио се низ нових облика и експеримената. Нова буржоазија све више цени керамику, захваљујући постепеном и интелигентном обликовању укуса које је на себе преузео архитекта Ђо Понти, првобитно у радионици *Рихард-Бинори*, а потом у престижном часопису *Домус*, као и на изложбама Тријенала у Милану. У периоду после Другог светског рата, започета је постепена обнова стамбених подручја и објеката у ратом опустошеној Италији. Током 1960-их година, посебно у већим градовима, она је прерасла у врло интензивне активности које су допринеле јачању италијанског квалитета у производњи индустријских плочица, са традицијом дугом преко тридесет година. Сасуоло и Фаенца били су најважнији производни центри у овом периоду. Увођење канализације за нове станове и стамбене зграде било је кључна карактеристика у обрадају начина живота Италијана, посебно на југу и у претежно руралним регионима. Дошло је до ближе и чешће сарадње дизајнера, архитеката, уметника и стилиста, што потврђују бројни сајмови, на којима су представљани и приказивани нови производни прототипи. Од 1960-их година посебан фокус је на индустријском производном дизајну. Масовно се производе нови производи у складу са савременим укусом, те постају нови статусни симболи, и често се сматрају уметничким делима. Дизајнерски предмети одлика су друге половине XX века, како у погледу форме тако и функционалности. Они и даље играју кључну улогу у савременом друштву, захваљујући бољим условима за специјализовано образовање.

Сл. 1 – Декоративни предмети са перфорираним украсима и осликаним грбовима породице Гисларди-Спада, Фаенца, око 1636, мајолика, Међународни музеј керамике, Фаенца, инв. бб. 1962, 1961, 10644.

Сл. 2 – Посуда за кафу са дуплим зидом и перфорираном декорацијом, Доча, радионица *Бинори*, око 1750, порцелан, Међународни музеј керамике, Фаенца, инв. бр. 1589.

Сл. 3 – Карафингл, Тревизо, фабрика *Фонтебасо*, XIX век, фајанс, Међународни музеј керамике, Фаенца, инв. бр. 5568.

Шпанија од барока до XIX века

Јауме Кољ Конеса

Отварање Шпаније према атлантском свету у XVI веку отворило је и нове видике о употреби керамике и њеном друштвеном значају. Шпанско друштво додало је дугој традицији техника, наслеђених са Средоземља, посебно од муслиманског света, нове поступке обреде, нове потребе и нова сазнања о древној улози овог материјала. Америчко мешање раса (*mestizaje*) донело је ново становништво, нове пољопривредне културе и обичаје који су обликовали нову ситуацију која је обележила велики глобални свет. Традиционалне технике и њихове форме изражавања наслеђене из средњовековног периода бивају исцрпљене. Обнова стиже са Средоземља у виду естетике ренесансе, као и са директних атлантских путева до Кине и контакта са тим територијама и америчким народима. У Валенсији, престиж листер керамике створио је затворени свет, заробљен у естетским облицима и затвореном систему. Муслиманско становништво, силом преобращено у хришћанство и спутано племићким правима и интересима, није могло да изврши обнову због настојања да одржи своју пређашњу репутацију. Међутим, кругови блиски двору прихватили су полихромност ренесансне моде и ширење интересовања за кинески порцелан, који је претходно био доспупан искључиво највишим слојевима друштва као производ луксуза. Талавера дела Реина, смештена око 70 км јужно од новог мадридског двора, који је основао Филип II, уноси имитације кинеског порцелана у дизајн своје производње и цени квалитет италијанске мајолике, белину њене глазури и богатство боје. Технике развијене у овом центру, међутим, већ су биле присутне у Севиљи, где су претходних векова италијански мајстори, попут Никулоса Франциска из Пизе, затим и мајстора из Ђенове и Тоскане, донели Талавери надмоћ у развоју хемије. Севиља је била главни град Америке у Европи, главна капија према Новом свету, због чега је постала средиште технолошке и естетске обнове керамике и уметности уопште. У њену луку сливали су се товари сребра, злата и порцелана који су стизали са путева широм света, од тренутка када је 1565. године испловила флота манилских галија. Она је једном годишње испловљавала са Филипина (од 1571. из Маниле) и пловила до Акапулка, преко Мексика и поново у Веракруз, да испоручи зачине и благо на Карибе, да би потом завршила путовање у Кадизу или Севиљи. У међувремену, најквалитетнија грнчарија у Шпанији носи име *Талавера*, а њени најраскошнији и најскупљи комади, разнобојни или украшени плавом бојом на белој подлози, назвају се

„талаверас”. Како је порцелан и даље био веома скуп – колико и сребро – *Талавера* керамика га копира и омогућава веома широком тржишту да уведе оријентални укус у свакодневни живот. Штавише, због политичких и верских кодекса и идеје да се под јединственом и чврстом контролом одржи све више етнички разнолико и разноврсно становништво на једној великој територији, приступило се интеграцији придоданих становника, што је учинио и Фра Бартоломе де лас Касас у корист америчких Индијанаца, ауторитетом се супротстављајући тензијама и различитостима. Групе попут Мавара, старих муслимана покрштених почетком XVI века, претрпеле су прогон и коначно протеривање 1609, што је довело и до слабљења производње керамике у областима у којима су многи од њих живели од средњег века.

У Манисесу је ова промена уништила већ постојеће традиције и довела је до естетске обнове спорне вредности, засноване на заступљености поменуте листер керамике. Међутим, центри који су наставили са „талаверским иновацијама” доживели су изузетну експанзију. Шпанско друштво практиковало је ритуале који су подразумевали коришћење керамичког посуђа и изненађивали су странце у посети нашој земљи. Један од тих обичаја носио је назив *comer búcaro*, и био је својеврсна мода андалузијских дама које су јеле мале залогаје из црвене чаша заобљеног тела. Чак и једна од личности на Веласкезовој слици *Младе племкиње (Las Meninas)* у руци држи црвени чашу. У Шпанији је постало модерно увозити и сакупљати бројне чаше из Тоналае (Мексико) због њиховог екзотизма. Саставни део друштвеног престижа била је мода организовања гозби на којима се конзумирала чоколада. Астеци су пили веома зачињену чоколаду, док су Шпанци почели да је пију врућу, са шећером и водом, у шољама за чоколаду које су звали *jícaras*. По једној легенди, краљев намесник у Перуу, Маркиз де Мансера, осмислио је посуду-држач за чаше, те је она по њему названа *мансерина*.

Мансерина је најтипичнија за шпанску керамику XVIII, јер је управо тада чоколада изашла из аристократских салона и постала широко распрострањена међу припадницима имућне класе. Њен облик није својствен само шпанској керамици, већ су га копирале и кинеске радионице за израду порцеланског посуђа од којих су Шпанци наручивали робу. Испиијање чоколаде било је приказивано и на осликаним плочицама, и то посебно оним које су прављене за облагање кухињских зидова. Плочице као архитектонске облоге имале су дугу средњовековну традицију у Шпанији, али су у архитектуру уведене тек са доласком ренесансе, а нарочито маниризма крајем XVI века, и приказима при-

роде кроз керамички *trompel'oeil*. Ентеријери грађевина били су преплављени обојеним плочицама, попут зидова са рељефним медаљонима у Санта Паули у Севиљи, дело Никулоса из 1504. године, или приказа лажних врата, ниша и олтара у броду базилике Богородице дел Прадо у Талавери. Хагиографски наративи религиозног сликарства почели су да се представљају на плочицама које су постајале све отпорније и лакше за одржавање. Пионири су поново били градови Севиља и Талавера. Убрзо им се придружују Каталонија и Валенсија, обе са профанијом оријентацијом. Захваљујући свеобухватном и специфичном приступу у Валенсији, у реформисање јавних или приватних грађевина у XVIII веку укључене су, насупрот ранијој пракси, све уметности. Тако су зидно сликарство, украшавање плафона и подова планирани почевши од првих замисли о подизању грађевине, што видимо у Златној галерији Кнежеве палате у Гандији. Сокле и подови прављени су за одређену просторију и чинили су део украса те целине, са плочицама као најпогоднијим материјалом за подове којим ће се представити централне теме које се односе на славу, уметност или породице власника. У ентеријерима доба рококоа, чија је главна одлика строгост у организовању просторија, кухиња постаје једна врста амблематског простора у односу на употребу плочица. Кухиње из Валенсије имале су зидове обложене керамичким панелима који су, у природној размери, приказивали сцене из свакодневног живота, припрему банкета или служење безалкохолних напитака, чоколаде и нугата на забавама и угледним пријемима. Како су се потребе за простором мењале, кухињски панони су се смањивали, да би у XIX веку дошли на димензију плочица са приказима кухињске опреме, оставе или стола. У међувремену, на барокном кухињском посуђу коришћене су гравуре Темпеста, Калоа и Тенијерса, али у полихромнији, као и „плаво на белом”. Ипак, посуђе је, под утицајем керамике барокне Лигурије, најчешће израђивано у Каталонији и Арагонији, областима у којима су се бројни ђенољански грнчари настанили у XVII веку. Док су у масовној производњи превладале фигуративне или симболичке сцене, у дворској керамици XVIII века појавили су се узорци из Фонтенблоа, што се може видети на плочицама из *Краљевске фабрике у Алкори*, коју је 1727. године основао гроф од Аранде. Ово је била прва шпанска производња у складу са идеалима просветитељства и она је преобразила претходну традицију школовања занатлија, рада радионица, као и деловања у оквиру система еснафа.

Фабрике у Алкори су софистицираном техником почеле да користе посебне глине за меки

порцелан и фајанс, калупе и украсе који су се преносили и копирали широм земље. Такође, појавио се и пигмент за пуну полихромiju. Њихови производи, које су обликовале специјализоване занатлије, представљали су обнову керамичке декорације у Каталонији, Талавери и Севиљи. У Валенсији су, такође, довели до појаве јарко обојеног стоног посуђа које се масовно производило у Онди, Рибесалбесу и Биару. Манисес, најпознатији центар још од средњег века, унапредио је технологију и производњу народне грнчарије спонтаног цртежа и јаког колорита. Већина поризвођача, међутим, бавила се производњом плочица, развијајући на тај начин економску снагу и иновативну способност шпанске керамичке индустрије тог доба.

Утицај друштвених и културних промена на начин живота и дизајн порцелана од XVIII века до данас
Томас Милчус

Сакупљање порцелана из Азије представља неизоставни део аристократског начина живота, а у Европи XVIII века племство је била носилац карактера друштва. Порцелан, који се у почетку посматрао као необична реткост, од средине XVII века прераста у цењено и вредно луксузно добро, а његово поседовање постаје помодна навика. Овај нови обичај, који је потекло из Француске и који се у почетку сматрао тек изразом отмености, развио се у аристократску потребу за репрезентацијом, па се те нове збирке смештају у посебне просторије – кабинете порцелана. Август Јаки је у Дрездену сакупио једну од најзначајнијих и највећих збирки порцелана ради које је намеравао да поново сагради читаву палату. У жељи да сачува огромне суме новца које је гутала његова колекционарска страст, али и да ангажује друштвену заједницу како би увећао своју збирку, покренуо је сопствену производњу ових луксузних добара. Од самог почетка, скидање вела тајне са производње порцелана имало је за циљ обогачивање сопствене збирке сопственим производима. То значи да је репрезентативни карактер порцелана био важан далеко пре него што је његова практична употреба добила на значају. Са политичким, друштвеним, техничким и културним развојем и менама, током XVIII века мењао се начин сакупљања, али и сами колекционари. До тада су збирке порцелана представљале тек једно отмено задовољство, да би у том периоду њихов број међу припадницима средњег слоја и нижег племства, који су стицали све већу економску и политику моћ, знатно порастао, што је довело до дефинисања нових

и посебних аспеката таквих колекција (сл. 1). Па ипак, пресудан значај у тријумфалном успону европског порцелана у XVIII веку имала је његова многострука употреба – фактор који и данас има највећу тежину.

Захваљујући чињеници да се може обликовати на много различитих начина и да се декоративни елементи могу прилагодити савременом укусу, као и његовој естетској вредности и ексклузивности, порцелан је постао неизоставни део отмене културе обедовања. Велики део сложеног прибора израђеног од порцелана настао је због етикеције и обичаја обедовања који су постојали међу вишим друштвеним слојевима. Скулптори, моделари и сликари осмислили су различите стилове прилагођене материјалу и духу времена, што је подстакло развој нових врста посуђа – у погледу облика и украса, сваки елемент изгледао је као део исте целине.

Жеља да се порцелан поседује и користи, потекла са мањих и већих европских дворова, током XVIII века проширила се и међу нижим слојевима. Поред сервиса за ручавање, израђивале су се и различите врсте посуђа за интимнију и свакодневну употребу, али и за људе склоне отменом начину живота, на пример, тањира за доручак, кутије, чиније, бочице за козметичке препарате, посуде које су се користиле у ритуалима испијања кафе, чаја или топле чоколаде, чија је популарност нарочито расла током XVIII века. Ова егзотична пића, која су се у почетку конзумирала из здравствених разлога, ушла су у моду и добила су ноту престижа.

Процес либерализације потрошње порцелана наставио се и у XIX веку. Иако је аристократија и даље постављала правила и дефинисала културна и естетска питања, ојачани средњи слој све више је подизао своје стандарде. У исто време, различити друштвени слојеви теже све већој диференцијацији кроз нове и различите стилове живота. Скуповени и китњасте аранжмани (сл. 2) нису били једини начин да се то постигне. Културу обедовања карактерисало је увођење све већег броја елемената прибора са посебном наменом, поред тога што је чин обедовања постао сложенији, па је изискивао и више труда. Продајни каталози фабрика порцелана у XIX веку показују да су се у то време нудиле различите врсте посуда са јасно дефинисаним функцијама.

Захваљујући технолошком усавршавању – тј. механизацији процеса производње, доступности сировина, железничком саобраћају – произвођачи порцелана могли су да ојачају производне капацитете и смање цене производа. Све више људи, захваљујући већој куповној моћи, могло је да приушти производе од порцелана. Основан је велики број фабрика порцелана које

су примењивале индустријске методе. На немачком говорном подручју – у Тирингији, Саксонији, Бохемији (Чешкој) и Горњој Франконији развили су се центри производње керамике као оштра конкуренција произвођачима који су се ослањали на традиционалне методе. Као одговор на све већу потражњу, током XIX века највећи број компанија своју понуду усмерио је ка једноставнијим и јефтинијим масовно произведеним предметима од порцелана. Поред домова припадника средње и ниже класе, важну улогу у томе имао је развој угоститељства и хотелијерства (сл. 3).

Такав развој догађаја није само у квалитативном смислу утицао на производе од порцелана, него је дошло и до великих промена на пољу форме. Облик предмета прилагођавао се механичком процесу производње. У зависности од типа купца коме је био намењен, декор предмета од порцелана могао је бити мање или више сложен у погледу формалне композиције и/или врсте декорације. Једна основна форма сервиса за ручавање могла је бити украшена и на двадесет различитих начина, а стилске креације нису имале граница. Због тога су произвођачи порцелана били изложени оштрој критици, што је за последицу имало настанак новог, савременог дизајна, али само зато што је за њега већ постојало тржиште.

Захваљујући све већој покретљивости, свет се чинио све мањим. Начин и стил живота некада удаљених друштава постали су нешто што се може досегнути, са чим се може упоредити, и нешто што се може применити. У том смислу, посебно су значајне Светске изложбе које се организују од средине XIX века. Велика изложба индустријских производа свих држава омогућила је предузимачима да пред светском јавношћу покажу шта могу, да се упознају са новим технологијама, да успоставе трговинску сарадњу и да стекну нова знања применљива у производњи. Ови зачеци глобализације имали су посебан значај за немачку и чешку индустрију порцелана, за које је извоз у Америку постао суштински важан сегмент пословања (сл. 4).

Пресудан значај на ток XX века имали су драматични историјски догађаји, све израженије раслојавање и индивидуализација начина живота и животних циљева, као и сложене последице глобализације. Произвођачи порцелана суочавали су се са великим изазовима у покушају да се са овим променама носе и да на њих реагују. После Првог светског рата, тежња ка луксузу, подстакнута помодном склоношћу ка прекомерној раскоши, ескалирала је током двадесетих година и у стилском погледу одразила се у идеологији ар декоа. Различити стилски елементи се мешају и тако настаје један хетеро-

ген уметнички правац у коме су присутни и предмети од порцелана са мушким и женским фигурама у каприциозним, елегантним позама (сл. 5).

Насупрот овим тенденцијама стоји функционалистички дизајн и та два правца паралелно трају све до четрдесетих година. Практичност и прочишћеност форме, као стилски елементи, последица су опште тежње ка функционалности и лако одржавању. Нове форме биле су израз духа времена у коме превагу односе наука, технологија, машине и темпо. Непосредно укључивање уметника у процесе индустријске производње имало је пресудну улогу у стварању елегантног и економичног дизајна, у коме важну улогу имају стандардизација и дефинисање типова (сл. 6).

Послератни период обележила је оскудица. У подељеној Немачкој, традиција Баухауса и *Немачког удружења уметника* и занатлија постају значајна етичка и морална потпора. Захваљујући заједничким естетским смерницама, током педесетих и шездесетих година, у Источној и Западној Немачкој дизајн се развијао готово напоредо. Израђивали су се производи функционалног дизајна прилагођеног употреби, који је истовремено задовољавао естетске критеријуме и имао ванвременски карактер. Заједно са брзим економским успоном током педесетих година, јачало је и самопоштовање становника западног дела Немачке. Са порастом куповне моћи порасла је и потражња за новим производима широке потрошње, као израз новог смисла живота и самопоуздања. Развијен је потпуно нов речник облика који одражавају ведрину духа и удаљавају се од строгости форме. Асиметрија и овал кључне су речи којима се описују нови облици (сл. 7).

Студентски покрет с краја шездесетих година покренуо је процес друштвених промена који и данас траје. Одбацивање традиционалних навика и обичаја за последицу има потпуно нови концепт живота. Младе генерације више не занима култура обедовања. Негирају се јасно дефинисане функције и конвенције. У студентским становима најчешће се може срести права папазјанија различитог порцеланског посуђа и украса.

Већина је, ипак, желела да се окружи лепим и ексклузивним предметима, па се фабрика порцелана *Розентал* из Зелба одважила да уметнички порцелан инкорпорира у свакодневни живот у форми уметничких дела или уметнички обликованих предмета за свакодневну употребу. Иако су у том домену владали мали произвођачи, њен пример следиле су и друге велике фабрике (сл. 8).

Након политичког преокрета у Немачкој 1989. године и друштвених промена које су уследиле,

индустрија порцелана суочава се са до сада невиђеним тешкоћама. Промена потрошачких навика, више слободног времена, економска криза, неограничена покретљивост и глобализација само су неки од разлога због којих је порцелан ниско пао на листи жеља. Поред пада потражње, узрок томе су и знатно јефтинији производи стране конкуренције. Немачки произвођачи се против тога боре јасним и функционалним стилским речником као окосницом обликовања, које карактерише и тежња ка економичности и мултифункционалности. Они израђују посуђе које се може користити у ресторанима, кафетеријама, код куће или на путовању, и које истовремено може да служи као позадина за уметнички аранжирана јела. На облик и структуру стоног посуђа утичу и глобалне прехранбене навике, јер када се елементи лако комбинују, није тешко направити занимљив и посебан аранжман за сто, шведски сто или кухињски шанк у приватној кући.

Иако су се током последњих триста година, обухваћених овим кратким прегледом, десиле велике промене, уведене су новине, дошло је до стилских мена под утицајем авангардних праваца и струјања, а током читавог тог периода, па и данас, постојала је једна константа – вредни порцелански сервиси резервисани за недељни ручак. Тај ће обичај сасвим сигурно још дуго опстати, макар и код само малог броја људи.

Неке се ствари никада не мењају!

Историјат чешког порцелана

Јиржи Фронек

Практично нигде у Европи у XVIII веку нису постојали тако повољни услови за производњу порцелана као у Чешкој (Бохемија), земљи са богатим наслагама висококвалитетног каолина близу извора воде, са обиљем огревног дрвета и одговарајуће радне снаге, као и са дугом традицијом занатске производње. Упркос томе, одржива производња порцелана у Чешкој уведена је тек почетком XIX века, а до тада су се водеће европске фабрике порцелана већ афирмисале.

Први званични извештаји који говоре о наслагама висококвалитетног каолина у области Карлових Вари појавили су се пре средине XVIII века. Међутим, када су купиле фабрику порцелана у Бечу 1744. године, власти на царском двору настојале су да што дуже одрже сопствени монопол унутар монархије те да сузбију чешку конкуренцију. Тек се крајем XVIII и почетком XIX века, великом брзином, једна за другом, на чешкој територији појављују прве три фабрике: у Шлагенвалду (Slavkov), Кле-

стерлеу (Klášterec) и Пиркенхамеру (Březová). У почетку је њихова производња била под утицајем порцелана из Тирингије, који одликују рустични, стилизовани кинески мотиви (*chinoiserie décor*). Око 1800. године, Шлагенвалд и Клестерле уводе једноставне, цилиндричне облике у ампир стилу, инспирисане бечким порцеланом, и побољшавају квалитет глинене масе.

Између 1815. и 1848. године производња порцелана у Чешкој достиже један од својих историјских врхунаца. Технички стандарди, обликовање, а посебно осликавање, били су врхунског квалитета, који је био у рангу са производима истакнутих европских радионица. Водећу улогу имала је фабрика порцелана у Шлагенвалду, позната по врхунском сликарству, а за њом и оне у Клестерлеу и Пиркенхамеру. Године 1803. на сцену ступа Кисибл, а 1815. фабрика у Елбогену (Loket), која је своје активности започела производњом неукрашених полупроизвода за бечку фабрику. Током позних двадесетих и раних тридесетих година, рад чешких фабрика порцелана почео је да бива препознат на индустријским изложбама. Елбоген избија у први план одличним квалитетом печења предмета и глазура, Пиркенхамер постаје познат по обликовању и инвентивним облицима, док Шлагенвалду одају признање за естетску вредност бојене декорације.

Од 1830-их наовамо, декоративно сликарство је под утицајем стила неорококоа, који се ослања на француску уметност прве половине XVIII века. Без обзира на непостојање домаће традиције у производњи рококо порцелана, чешке фабрике одговориле су на овај тренд значајним дOMETИМА, и то финим скулпторски моделованим формама предмета и ширим типолошким асортиманом производа. Најрепрезентативнији сервиси у стилу неорококоа који су направљени у Клестерлеу били су сервис за ручавање за цара Фердинанда V, из 1851, и такозвани „тунски сервис”, изведен 1856. за власника фабрике порцелана грофа Јозефа Освалда Туна.

Фабрика у Даловицама почиње да ради 1830, а године 1835. Чодау (Dolní Chodov) добија провинцијску повељу за производњу порцелана, и у почетку израђује фајанс као и остали произвођачи у Чешкој.

Порцеланска скулптура такође је у то време била актуелна тема за чешке произвођаче. Међутим, начелно узев, њен естетски квалитет није премашивао квалитет просечних украсних предмета. На ову сферу повољно је утицала фабрика порцелана у Прагу (основана давне 1793. за производњу фајанса), у којој је радио Ернст Поп (1803–1883), вајар и вешти моделар. Поп је створио многобројне вредне моделе – почев од

низа биста историјских личности и савремених јавних личности, преко разних серија фигурина, до мањих украсних предмета. Такође је, током педесетих година, моделима снабдевао и друге фирме (нпр. Клестерле).

У последњој трећини XIX века, у производњи чешког порцелана доминира препород историјских стилова и производња све више добија индустријски карактер. Напредна механизација индустријске производње постепено замењује ручни рад, уводећи масовну производњу технички супериорнијег квалитета. Штампани мотиви, који су коришћени у Чешкој од двадесетих година, постали су уобичајени за јефтину декорацију порцелана, док ручно осликавање краси скупље и технички захтевније производе. Порцеланска индустрија, концентрисана у западној Чешкој, добија статус водећег произвођача порцелана европског угледа.

Крај XIX века карактерише серијска производња под утицајем комерцијалног фактора. Чешка порцеланска индустрија је на самом почетку, благо оклевајући, одговорила на долазак нових естетских принципа у стилу ар нувоа. Стоно посуђе задржава класичне форме, а сликана и штампана орнаментика ар нувоа прихвата је са резервом. Радови у стилу ар нувоа, вредни помена, произведени су у Пиркенхамеру и Клостерлеу, а нарочито у Фишерну (Rybáře), у фабрици *Карл Кнол-Карлсбад* и новооснованој фабрици порцелана *Пулс Фајфер и Левенштајн* у Шлакенверту (Ostrov nad Ohří). Ова фирма била је надалеко позната по раскошној палети производа у стилу ар нувоа, а сарађивала је и са дизајнерима и произвођачима из круга Бечке радионице. Јединствени сервис за ручавање направљени у фабрици Карл Кнол-Карлсбад у Фишерну су међу визуелно најупечатљивијим примерима биоморфне ар нуво стилизације чешког порцелана, коју одликује динамично обликовање форме, сликана флорална декорација и коришћење иризираних глазура. Под утицајем бечке сецесије, биле су присутне и супротне тенденције које су тежиле поједностављењу облика и примени стилизованих геометријских мотива. Јединствени дизајн чешких кубиста, предвођених архитеком Павлом Јанаком, у порцелану је само ретко реализован, као на пример у Јанаковом сервису за кафу са геометријским орнаментима, које је производила фабрика *Шнабел и син* из Десендорфа (Desná).

Традиционални смисао за орнаменту омогућио је чешким произвођачима порцелана да лако прихвате међународни стил ар деко, као и да касније успешно учествују на изложби декоративне уметности у Паризу 1925. године. На изложби у Паризу, фабрика *Пиркенхамер* пред-

ставила је колекцију малих скулпторалних предмета, као и сервис за чај и кафу, за чију је декорацију ангажован прослављени париски дизајнер Пол Поаре. Фабрика порцелана *Пулс Фајфер и Левенштајн* на изложби се представила изванредном колекцијом луксузних сервиса за ручавање и једном монументалном вазом.

Естетски квалитети на икључиво функционалних форми, лишених декорације, у чешком међуратном порцелану углавном су присутни на сервисима за ручавање које је дизајнирао Ладислав Сутнар (1897–1976), а производила их је фабрика порцелана Елбоген.

Године 1922. основана је прва техничка школа специјализована за производну технологију, као и за технике обликовања и украшавање порцелана. Ова институција била је позната по порцеланским фигуринама које су међу најбољим остварењима ар декоа у Чешкој.

Међуратни период представљао је врхунац индустријске производње чешког порцелана. Двадесетих година Чешка је могла да се похвали највећим бројем пословних јединица у својој историји (више од 70 фабрика порцелана), највећом производњом и високим процентом извоза на важна тржишта у Европи, Азији и прекоморским земљама. Бројне традиционалне фабрике реструктуриране су у водеће деоничарске компаније, на челу са ЕПИИАГ концерном и подружничким фабрикама у Пиркенхамеру, Елбогену, Алтхрлауу (Stará Role), Даловицама (Dalovice), Ајху (Doubí) и другде.

Чешки порцелан од 1945. до 2015. године

Сложени послератни развој у Чехословачкој утицао је и на производњу и дизајн порцелана и керамике. Становништво немачког порекла протерано је из земље и читава индустријска сфера бива национализована и удружена у велике индустријске комплексе. Комунистички режим накнадно је осетио потребу да се нађе на међународној сцени, због чега је Влада почела да подржава учешће земље на међународним изложбама (изванредне презентације чехословачких уметности и заната на Експо '58 у Бриселу и на Тријеналу у Милану 1960, које су земљи донеле бројне награде). Међународна изложба керамике у организацији Међународне академије за керамику (AIC), одржана 1962. године у Прагу, била је значајан догађај за европску керамику и порцелан. Порцелан је постао један од чехословачких стратешких извозних артикала. Сервиси за ручавање и пиће дизајнирани су у крајње иновативним облицима. Њихове украсне шеме базиране су на савременим визу-

елним трендовима такозваног бриселског стила. Међутим, процес од стварања дизајна до његовог увођења у производни процес предуго је трајао због нефлексибилних ограничења социјалистичког економског модела. Свега неколико прототипа је заправо и произведено. Масовном индустријском производњом стога су доминирали еклектички сервиси стоног посуђа.

Године 1959. основан је специјализовани центар за дизајн (Институт унутрашњег и модног дизајна у Прагу – ÚBOK), који је сарађивао са фабриком у Карловим Варима (Karlovarský porcelán) и другим предузећима. ÚBOK је имао кључну улогу у прихватању иновативног дизајна у изради стоног посуђа. Поклон предмети и фигуре од порцелана такође су били популарни производи. Студио *Лесов*, који је радио уз фабрику порцелана *Тун* у Клаштерецу (Kláštevec nad Ohří) убрзо је постао значајан центар за дизајн. Упркос свим социолошким истраживањима по питању појаве монтажних стамбених објеката и одговарајућих интегрално дизајнираних ентеријера, индустријска сфера је само на теоријском нивоу успела да одговори на промене у традиционалној функцији породице и њеног уобичајеног начина функционисања, као и на нове појаве у личној и јавној сфери обедовања.

Након револуционарне 1989. године, порцеланска индустрија запада у озбиљне економске потешкоће, а производња и дизајн стагнирају. Без обзира на овакво чињенично стање, нове генерације свршених полазника студија, које предводе Вацлав Шерак на Академији уметности, архитектуре и дизајна у Прагу (AAAD) и Павел Јарковски на Универзитету Јан Евангелиста Пуркиње у Усти над Лабем чине све да процене ситуацију, оснују нове студије и започну малосеријску производњу. Некадашњи студенти ове две институције успели су да одговоре на потражњу за препознатљивим и разноврсним порцеланским посуђем. Они прате савремене трендове у дизајну под утицајем гастрономије других култура, гашења традиционалне породице и делимичног губитка важности стандардизованог посуђа. Услови су од 2004. године побољшани и захваљујући Студију керамике на Универзитету у западној Бохемији, при Факултету за дизајн и уметности у Пльзену. Дипломци индустријског дизајна такође ступају на сцену. У Чешкој је установљена подстицајница средина за дизајн, који предводи средња и млађа генерација дизајнера, који прате промене у друштву и производе изванредне, иновативне предмете од порцелана који ни по чему не заостају за светским достигнућима у тој области. Активности чешких дизајнера порцелана у иностранству представљају поглавље за себе.

**Трговина увек жива и свуда присутна:
развој керамике у Стафордширу од XVII
века до данас**

Миранда Гудби

Индустрија керамике у Британији концентрирана је у Мидлендсу, на северу округа Стафордшир. Благословен богатим налазима глине и угља, северни Стафордшир центар је производње керамике још од средњег века, а до почетка XVIII века округ је већ постао познат и као грнчарски.

Индустрија керамике обликовала је развој тог подручја. Шест градова (Танстал, Бурслем, Хенли, Стоук на Тренту, Фентон и Лонгтон) који чине грнчарску област Потериз, развили су се тамо где је било најлакше vadити руду угља. Испрва су користили мрежу путева, а од 1771. и канал Трент–Мерси, који је повезивао округ са главним лукама: са Ливерпулом на западној и Халом на источној обали (сл. 1). Карактеристичне фабричке пећи у облику боца доминирале су хоризонтом ових градова, а њихов дим испуњавао је атмосферу све док шездесетих година прошлог века није спроведен Указ о чистом ваздуху.

До XVIII века локални грнчари били су задовољни коришћењем црвене глине и њеном традиционалном обрадом у изради грнчарије. Њихове посуде углавном су биле функционалне – употребљавале су се за припрему и чување хране и млека. Друге посуде, са више украса, произвођене су за пиће, сервирање хране, као и за украс. Ову робу користио је средњи слој; добро се продавала и била је дистрибуирана широм Британије, а извозила се и у британске колоније.

Ипак, аристократија и племство XVII века никако нису желели да користе стафордширску керамику на својој трпези: уместо тога, њима је храна сервирана у металном посуђу од сребра или калаја. Такође су користили и посуђе од каменине увезено из Немачке, бојено метализирано посуђе, или чак кинески порцелан. Стафордширско посуђе било је корисно, приступачно, украсно и популарно, али није било престижно.

Све се то променило крајем XVII века. Године 1672. лондонски грнчар Џон Двајт добио је краљевски монопол да прави каменину у немачком стилу. Иако је покушао да тужи оне који су злоупотребили његов патент, у наредних двадесет година технике су се прошириле широм земље, и грнчари у Нотингему, Стафордширу и Лондону производили су каменину са соном глазуrom.

У истом периоду, енглеска Источноиндијска компанија увозила је у земљу велике количине кинеског и јапанског порцелана. Ове деликат-

не, сјајне посуде биле су и скупе и тражене. Иако су тајну прављења порцелана енглески грнчари открили тек током 1740-их, већ су 1720. стафордширски грнчари правили квалитетно бело керамичко посуђе за чај и ручавање, које је било приступачније од увозног порцелана и које се користило у кућама средњег слоја, али и у домаћинствима властеле.

Документи и археолошки докази показују да су између 1720. и 1740. стафордширски грнчари направили велике промене у својим производима, али и у технологији коју су користили.

Да би произвели белу керамику, морали су да донесу глину специјалног састава из југозападне Енглеске у Мидлендс. Они су, такође, морали да увозе кремен са југоистока, који би калцинирали а затим, пре обликовања и печења, мешали са поменутом врстом глине. Увођење „великог точка”, који је окретао грнчарев шегрт (сл. 2), довело је до повећања производње. Увођење употребе гипса за калупе значило је да су детаљно обликоване посуде могле да се направе брзо и лако – и више пута – омогућивши тако да се направе слични комади у већим количинама. Побољшања у технологији печења, глазирања и украшавања такође су допринела томе да се произведе грнчарија високог квалитета за тржиште средње класе, која је расла великом брзином, како у Енглеској тако и у иностранству.

Распрострањено усвајање навике испијања чаја и кафе средином 1740-их значило је да су потрошачима сада, осим посуда за пијење пунча и кригли за пиво, биле потребне посуде за чај и кафу, док је употреба калупа значила да грнчари могу произвести велике комплете одговарајућих посуда за ручавање, које су користили исти отмени купци. Многи комади су прављени на основу металних прототипа, али жеља потрошача за новинама водила је ка све већој понуди различитих облика и украса.

Две главне врсте керамике која се производила у XVIII веку биле су бела каменина глазирана сољу и земљана грнчарија крем боје, која је глазирана оловом. Танка глазура од соли није у потпуности прикривала обликоване украсе, али како је тражња за барокним украсима опадала, тако је опадала и популарност глазуре од соли. Грнчарија крем боје била је прилагодљивија: површина се могла бојити испод или преко глазуре, а и сама глазура се могла бојити како би се произвели различити ефекти.

За разлику од многих европских произвођача грнчарије, стафордширска индустрија није имала мецене међу аристократијом или краљевском породицом. Фабрике су биле трговинска предузећа која су морала да успеју, или би пропала, у зависности од сопствених способности. Постојала је и јака конкуренција од

преко стотину фабрика које су пословале у Стафордширу крајем XVIII века, а било их је скоро две стотине до краја XIX века (сл. 3). Многе су биле прилично мале и запошљавале су мање од педесет људи; остале су запошљавале преко хиљаду радника. Већина није тежила томе да диктира моду, већ да је прати и да је демократизује, реагујући на захтеве потрошача. Све веће фирме су запошљавале „путнике” који су посећивали њихове малопродајне купце у Британији како би измамили наруџбине и показали узорке робе, или су имали „агенте” који су радили у иностранству и који су имали исту улогу. Резултат тога био је да је производња била усклађена са жељама купаца, без обзира на то да ли су они били из Британије, Европе, Америке или Британског царства.

До друге половине XVIII века, Стафордшир је производио огромне количине атрактивне, приступачне домаће керамике. Штампани каталози који илуструју доступне облике, праћени текстом на шест језика, слани су широм Европе. Европско тржиште било је толико важно да се није смело дозволити да га рат угрози. Блокаде током Наполеонових ратова заобилажене су тако што се роба увозила преко неутралних земаља, као што је била Холандија, и коришћењем предности сваке, макар и краткотрајне амнестије или мира.

Француски геолог Сен Фон је 1797. у свом путопису *Путовање у Енглеску*¹ писао о енглеској керамици крем боје: „[...] њена одлична израда, њена трајност, предност коју поседује да издржи дејство ватре, њена глазура кроз коју киселине не могу да продру, њена лепота, практичност и разноликост облика, заједно са њеном умереном ценом, створили су тако активну и тако свеприсутну трговину да вас на путовању од Париза до Санкт Петербурга, од Амстердама до Шведске, од Данкерка до Француске, у свакој крчми служе из енглеске грнчарије. Исти фини комади красе столове Шпаније, Португала и Италије, а чине и терет бродова који плове ка Источноиндијским острвима, Западноиндијским острвима и Америци.”

Како се број и величина фабрика повећавао, развијали су се и нови облици, методе и стилови украшавања. Џосаја Веџвуд је побољшао постојећу црну каменину, црни базалт, након чега је уследио и његов изум из 1770-их – јаспис каменина са својим белим украсима на обојеној подлози. Веџвуд није патентирао ову технику и ускоро су је копирале бројне фабрике, правећи скупу и украсну робу. Око 1800. године Веџвудов савременик, Џосаја Споуд II, размислио је један други препознатљиво британски керамички производ – коштани порцелан. Ни он није патентирао своју технику, тако да је производњу овом техником брзо

усвојила већина британских фабрика порцелана до 1815. године. Још један типично британски производ (препознатљив скоро колико и коштани порцелан) била је керамика штампана плавим испод глазури. Овај метод украшавања омогућио је брзу репродукцију раскошних површинских шара, чиме је фино украшена керамика била доступна многим који нису били у стању да себи приуште сличне осликане производе. Иако је мотив *врба* вероватно најпознатији штампани мотив, многи од тих првих орнаментата били су много сложенији и сматрани су начином да уметност постане доступнија ширим масама.

Током XIX века, муштерије из средње класе, као и аристократија, тражили су фину керамику за све већи број специјализованих намена. Керамика за ручак, за вечеру и за чај производила се упоредо са керамиком за тоалетне стоциће за даме и радне столове за господу. Величина чајних сервиса и сервиса за ручавање, скупоба украса и њихов стил, све су то били начини да се прикаже богатство наручиоца и његов добар укус. Велике стафордширске фабрике унајмљивале су најбоље француске, немачке и италијанске уметнике, моделаре и техничаре, формирајући мале колоније исељеника у Стоуку на Тренту. Истовремено, већина мањих фабрика бавила се производњом јефтине грнчарије у ограниченом опсегу облика и украса за светско тржиште, коју је Луелен Џуит 1878. године описао као „уобичајену класу корисне грнчарије”⁷².

У XX веку, промене у друштвеним и економским условима значиле су да су се и захтеви купаца брзо мењали. Пораст стандарда за многе, и пад броја послуге за неке, значио је да су се стафордширске фабрике, чак и више него пре, концентрисале на средишњи слој тржишта. Дизајнери попут Сузи Купер, која је основала своју фабрику 1929. године како би могла да контролише све елементе дизајна и производње, и која је иновирала употребу висококвалитетне штампе за декорацију, производили су добро дизајнирану, функционалну керамику, осмишљену да буде и атрактивна и приступачна.

Иако су Други светски рат и контрола индустрије керамике британске Владе над тим шта сме да се производи и продаје довели до тога да се десет година производи обична бела, неукрашена керамика – послератни период представља препород производње. Повећана куповна моћ потрошача значила је да се куповина керамике сматрала пре модним избором него дугорочним улагањем. Необични дизајн, инспириран популарном културом, и футуристичке форме долазили су и пролазили, а чак и популарни мотиви производили су се само

неколико година, а не деценијама, као што је то било раније.

Крај XX века такође бележи и успон независних произвођача: не више „студијски” или „уметнички” грнчар, који производи функционалне посуде, него уметник који користи глину као своје средство изражавања, често са политичком поруком. Док су стафордширске фабрике увек запошљавале уметнике, како сликаре тако и вајаре, да раде са њима, они су обично деловали у оквирима фабричког система, дајући дизајн који би се потом масовно, фабрички производио. У последњих неколико година, међутим, у фабрикама керамике успостављен је концепт „гостујућег уметника”, и уметници, као што је Шарлот Хоудс, остварују сопствене нацрте, иако само осликавајући већ готове производе фабрике Споуд, прилагођавајући и подривајући традиционалне штампане мотиве те фабрике.

Крајем XX века на стафордширску индустрију неповољно је утицало пресељење производње на Далеки исток. Међутим, у последње време фирме почињу да враћају производњу у Стоук на Тренту, признајући да имају већу контролу над квалитетом производње и могућност да брже реагују на промене укуса и захтеве потрошача. Британски бијенале керамике, први пут одржан у Стоуку на Тренту 2009. године, блиско сарађује са универзитетима, укључујући и Стафордширски универзитет, као и са индустријом керамике, с циљем да прикаже не само традиционалне предности индустрије већ и иновације нових технологија, дизајнера и произвођача, како би се изградила стабилна будућност за ову област.

Керамика и животни стилови у Србији од XVI до XXI века

Биљана Црвенковић, Бојана Поповић, Биљана Вукотић

Производња и употреба керамике током XVI и XVII века на територији данашње Србије била је под директним утицајем османске културе, као продукт источњачког, медитеранског и балканског наслеђа. О тој мешавини утицаја у грнчарском занату, који се на овим просторима развио још у средњем веку, речито говоре археолошки налази и сачувани примерци употребне керамике попут различитих типова тестија, бокала, пехара. Главни део керамичке производње тога времена чинила је грнчарска производња једноставних облика и декорације, погодна за свакодневни живот најширих слојева становништва. Из те врсте керамике касније ће се развити народна или традиционална керамика, која опстаје до данас. Истовремено, комфорнији на-

чин живота припадника виших слојева османског друштва подразумевао је употребу луксузних предмета од керамике, фајанса и мајолике, који су стизали са Медитерана и из анадолјских радионица (Кутахије и Изника).

Осамнаести век обележили су вишедеценијски аустријско-турски ратови, где османску владавину *периодично* замењује владавина Хабзбуршке монархије, а нове историјске околности промениле су културу живљења великог дела српског становништва. Тежња ка трансформацији и формирању новог идентитета становништва заснивала се на прихватању западноевропских вредности, кроз усаглашавање са традицијом. У тим околностима може се посматрати и континуитет употребе традиционалне керамике, заступљене у најширем слоју друштва. Уплив средњоевропске хабанске керамике, присутне међу еснафима у милитаризованој зони Хабзбуршке монархије, утицаће на декорацију, али и на обликовање предмета насталих у овом појасу.

Истовремено, прихватање западноевропских културних модела утицало је на промену животног стила новоформираног грађанско-официрског слоја становништва на простору северно од Саве и Дунава. Док је употреба порцелана из бечких радионица била опште прихваћена у култури обедовања грађанског дома, порцелан из Мајсена припадао је домену луксуза и посматран је као део породичних драгоцености. Први помен о употреби луксузног бечког порцелана забележен је у инвентару Београдске метрополије из 1733. године.

Током XIX века одвија се процес ослобађања од турске власти и интензивно изграђивање националног идентитета српског народа и државе, по узору на европски културолошки модел. Од 1830, када Србија постаје аутономна кнежевина, започиње ново поглавље историје у изградњи другачијег, европског начина живота, те се онај оријентални убрзано потискује. Европски утицаји најпре захватају градове, док малобројни новоформирано грађански слој, углавном школован у европским центрима, постаје носилац културолошких промена. Међутим, доминантно обликовање укуса и прихватање западноевропских културолошких модела диктирали су, пре свега, кнежевски двор и уски круг људи блиских њему. Кнез Милош, као и други припадници династије Обреновића, настојао је да своју дворску културу развија у складу са традицијом европских дворова. Репрезентативност двора и нови европски стил живљења најпре се огледао у опремању простора, набавкама порцеланског посуђа и украсних предмета. Увоз порцелана из Беча, Трста и Пеште био је веома значајан и за двор и за имућније грађанство, а од половине XIX века примат пре-

узима увоз из Аустроугарске, пре свега Бохемије.

Од тридесетих година XIX века потреба за изградњом јавних и приватних здања од печене цигле условила је масовну производњу тог материјала. Тако је крајем осамдесетих година XIX века у Србији било 148 мајстора грнчарије, а готово десет пута више мајстора за производњу керамичког грађевинског материјала. Током друге половине XIX века, модернизацијски токови у Србији утицали су на развој индустрије, па самим тим и на почетак индустријализације керамичке производње. Занатске радионице, уз помоћ државних кредита, претваране су у фабрике у којима су се осим грађевинског материјала производили и декоративни архитектонски елементи од керамике, као и посуђе (Фабрика порцеланског посуђа Јулија Бозитовца у Нишу 1895, Фабрика керамичарских производа Задруге за индустрију у Аранђеловцу 1898, Фабрика *порцелана* др Јована Ђурића у Београду и др.).

У првој деценији XX века, Задруга за подизање домаће индустрије остварила је сарадњу са Драгутином Инкиостријем Медењаком (1866–1942), уметником који је страствено био посвећен стварању националног стила, заснованог на сецесионистичкој модернизацији визуелног и симболичког језика словенског фолклора. По његовим нацртима изведено је више керамичких пећи, међу којима су и оне у кући славног географа Јована Цвијића, чији је ентеријер и намештај Инкиостри израдио 1907–1908. године. После Првог светског рата на просторима данашње Србије не постоји индустрија керамике/порцелана, а тек од тридесетих година јављају се ствараоци, образовани у европским центрима, који су заинтересовани за рад с керамиком. Увођењем курса керамике у програм београдске Средње школе за примењену уметност (1939) стварају се бољи услови за њен развој. Ратне године које су уследиле довеле су до појаве већег броја радионица у којима су израђивани употребни предмети од теракоте и мајолике, неопходни за свакодневни живот људи који су остали без имовине.

Током прве половине XX века масовно се увозе предмети од порцелана. Најугледније београдске стакларско-порцеланске трговине набављале су робу најчешће у Чешкој/Чехословачкој, а од краја двадесетих година и у Немачкој. Тада су сервиси марке *Росентал* постали „предмет жеље” добростојећег грађанства. Чланови владарске куће Карађорђевић често су се снабдевали у Паризу, где је 1935. набављен и *ексклузивни* сервис грофа од Артоа, израђен 1779–1782. у *Краљевској мануфактури порцелана* у Севру.

У периоду после Другог светског рата, а посебно почетком педесетих година XX века, индустријски дизајн имао је вишеструки значај и непосредну улогу у послератној обнови и индустријализацији земље, у повећању материјалне производње и развоју југословенске привреде, промоцији модерничких идеја и креирању нове, масовне културе југословенског друштва. У овом периоду запажа се и модернизацијски замах на пољу образовања и културе. Институционализација појма примењене уметности уочава се оснивањем Академије за примењену уметност у Београду (1948) и Загребу (1948–1954), затим, почетком педесетих година, оснивањем републичких и савезних удружења ликовних уметника примењених уметности. Фасцинација савременим индустријским производима, порцеланским употребним и декоративним предметима, карактеристична за педесете и прву половину шездесетих година XX века у социјалистичкој Југославији, кретала се на нивоу повезивања уметности и индустрије. Функционалност, економичност и техничка усавршеност требало је да прате сваки производ и да уз одговарајући ликовни квалитет чине јединство материјала и функције. Обликовање индустријских производа израђених од порцелана и керамике јавља се у нашој средини као потреба и захтев за интеграцију естетског фактора у предмете свакодневице, јер је било потребно да се код конзумента систематски и масовно одгаја и развија смисао за естетске феномене.

Педесетих година XX века, мануфактурну производњу керамике на простору Југославије замењује изградња индустријских погона који ће започети убрзани развој у индустријској производњи. За развој индустрије порцелана важно је истаћи оснивање *Југокерамике* (Фабрика порцеланских и керамичких производа у Запредишту, Хрватска), *Југопорцелана* (Фабрика порцеланског посуђа и зидних плочица у Титовом Велесу, Македонија), затим Фабрике порцелана *Порцелан* у Зајечару, Фабрике санитарне керамике, канализационих цеви и подних плочица *Керамика* у Младеновцу, и нешто касније, *Предузећа* за обраду неметала *Каолин* у Братунцу (Босна и Херцеговина) и Фабрике електропорцелана у Аранђеловцу, док је керамичка индустрија *Либоје*, у Словенији, основана још 1870. године. Производи ових фабрика великим делом подмирују захтеве домаћег тржишта. У овом периоду керамички асортиман мањим делом се и даље увозио из Немачке, Италије, Мађарске и Чехословачке. Били су то производи чипкастог порцелана, кутије за накит осликане жанр-сценама, људске и животињске фигуре. Увоз ових утилитарних и декоративних предмета утицао је и на формирање нове, неретко кич естетике, али и на развој новог потрошачког животног стила широких маса становништва.

Било је то време убрзаног раста потрошачког друштва и популарне културе, али и време пораста стандарда у тадашњој Југославији, и Србији. Привредни раст и пораст друштвеног производа утицали су на приватни живот и снабдевеност потрошним добрима. Повећавала се производња порцеланских декоративних и утилитарних производа, као и све масовнија свакодневна употреба домаће продукције. У новим условима политичког, привредног и економског развоја, како Србије тако и целе социјалистичке Југославије, запажене су промене у креативном изразу у развоју обликовања керамичких и других индустријских производа, који се лако уклапају у савремене ентеријере, док њихова мултифункционалност утиче на промену стила живљења.

Упркос растућој тражњи савремено обликованих продуката дизајна, које је прихватила нарастајућа социјалистичка средња класа, индустријски дизајн је споро и тешко продирао у сферу непосредне серијске производње. У производним погонима све до седамдесетих година XX века постојали су снажни отпори укључивању дизајнера у процес производње, а о структурним променама у погледу формирања посебних служби за дизајн, или о конституисању политике дизајна, скоро да није могло ни да се говори. Остварења првих генерација школованих дизајнера, Драгице Перхач (*Југокерамика*, Запредишту) Зорана Првановића, Љубинка Јовановића (*РИН Зајечар*) и Боривоја Дедића (*Каолин*, Братунца), посебно она изведена у мањим серијама, била су радо употребљавана у опреми приватних и јавних ентеријера током касних седамдесетих и осамдесетих година XX века. Утилитарни функционални предмети поменутих дизајнера из колекције индустријског дизајна Музеја примењене уметности у Београду, у којима функција одређује претежно геометријску форму предмета, сведоче о значају развоја индустријског дизајна порцелана у Србији и целој социјалистичкој Југославији у другој половини XX века.

Било је то време убрзаног раста потрошачког друштва и популарне културе, али и време пораста стандарда у тадашњој Југославији, и Србији. Привредни раст и пораст друштвеног производа утицали су на приватни живот и снабдевеност потрошним добрима. Повећавала се производња порцеланских декоративних и утилитарних производа, као и све масовнија свакодневна употреба домаће продукције. У новим условима политичког, привредног и економског развоја, како Србије тако и целе социјалистичке Југославије, запажене су промене у креативном изразу у развоју обликовања керамичких и других индустријских производа, који се лако уклапају у савремене ентеријере, док њихова мултифункционалност утиче на промену стила живљења.

Упркос растућој тражњи савремено обликованих продуката дизајна, које је прихватила нарастајућа социјалистичка средња класа, индустријски дизајн је споро и тешко продирао у сферу непосредне серијске производње. У производним погонима све до седамдесетих година XX века постојали су снажни отпори укључивању дизајнера у процес производње, а о структурним променама у погледу формирања посебних служби за дизајн, или о конституисању политике дизајна, скоро да није могло ни да се говори. Остварења првих генерација школованих дизајнера, Драгице Перхач (*Југокерамика*, Запредишту) Зорана Првановића, Љубинка Јовановића (*РИН Зајечар*) и Боривоја Дедића (*Каолин*, Братунца), посебно она изведена у мањим серијама, била су радо употребљавана у опреми приватних и јавних ентеријера током касних седамдесетих и осамдесетих година XX века. Утилитарни функционални предмети поменутих дизајнера из колекције индустријског дизајна Музеја примењене уметности у Београду, у којима функција одређује претежно геометријску форму предмета, сведоче о значају развоја индустријског дизајна порцелана у Србији и целој социјалистичкој Југославији у другој половини XX века.

Керамика у Словенији

Матеја Кос Забел

Постоји један занимљив парадокс у вези са производњом керамике у Словенији: све фабрике керамике, изузев једне, производиле су само крем обојени фајанс. Чињеница је и да се у словеначким фабрикама није производио порцелан, осим у Камнику, током врло кратког периода, крајем XX века.

У средњем веку, на територији данашње Словеније, на производњу керамике највише су утицала два извора. Први су мајолика и фајанс из

северне Италије и њихове декоративне структуре. Други извор, једнако значајан, везан је за алпске крајеве, а нарочито за јужну Немачку и Аустрију.

Крајем XVIII века превагу односе нове тенденције, па се у словеначкој керамици запажа и непосредан утицај једноставнијих форми карактеристичних за *Царску фабрику порцелана* у Бечу. Посебно је занимљив утицај енглеског крем обојеног фајанса. Овај тип керамике увео је Зигисмунд Цојс, истакнути предузетник који се бавио и научним истраживањима. Један од његових пројеката било је оснивање модерне фабрике керамике у Љубљани (Laibach), престоници аустријске провинције Крањске. Пре него што је преузео бригу о фабрици, проучавао је геолошка својства глине и друге хемијске и технолошке изворе. Занимљиво је да је, поред немачких и италијанских, проучавао и енглеске књиге. Његови изводи и белешке чувају се у Историјском архиву у Љубљани.

Цојс је имао сопствени рудник глине који је производио сировине високог квалитета за производњу керамике светложућкасте боје. Стоно посуђе за свакодневну употребу и финији производи за посебне прилике продавали су се и у италијанским и немачким покрајинама. Неки од њих били су обележени жигом на ком је писало *LAIBACH*. Писци онога времена називали су ове производе „љубљанским порцеланом”.

Браћа Алојз и Франц Васер отворили 1815. године су још једну фабрику крем обојеног фајанса у Љубљани. Фабрика се снабдевала глином из другог рудника. Ново налазиште глине било је ближе Љубљани и то је био главни разлог за отварање нове фабрике у нестабилним економским околностима. Ту се производило посуђе за свакодневну употребу, а фабрика је учествовала на регионалним сајмовима трговине и индустрије. Неки од предмета који су посебно израђени за такве прилике чувају се у збирци Народног музеја Словеније.

Исте године основана је прва у низу фабрика полупорцелана у околини Цеља, у Доњој Штајерској. Једна од тих фабрика опстала је све до почетка XXI века.

Највећи значај имала је фабрика керамике браће Арнолда и Лудвига Шица, чији се главни погон налазио у Бланском код Оломучана (Olomučany; у Моравској, данашња Чешка). Њена испостава у Либоју код Цеља основана је 1870. године. Током последње трећине XIX века то је била једна од најзначајнијих фабрика керамике у Аустроугарској. Фабрика је сарађивала са Аустријским музејом уметности и индустрије (МАК у Бечу), и то не само са професорима који су за потребе фабрике дизајнирали производе, него и са хемијском лабораторијом музеја. Фабрика је уживала посебне царске привилегије захваљујући

употреби чувених глазура израђиваним у поменутој лабораторији. Иновативан дизајн и сложена техника израде довели су и до једног дипломатског поклона – аустроугарски надвојвода Рајнер покљонио је малу збирку керамичких предмета произведених у Шицовој фабрици Музеју Јужног Кенсингтона (данашњем Музеју Викторије и Алберта).

Данас су најтраженији они Шицови производи који су обликовани у рељефним калупима са осликаним неоренесансним, необарокним и неорококо декоративним мотивима (или у мешавини ових стилова).

Још једна фабрика крем обојеног фајанса основана је педесетих година XIX века у Камнику, месту у близини рудника глине браће Васер. Фабрика је производила стоно посуђе по узору на поједностављене моделе који су у то време били у моди, али и необичне предмете оригиналних декоративних структура – рељефне мреже преплетених линија са бојеним акцентима. Почетком XX века, Блаж Шабл уводи мотиве из словеначког фолклора у производњу керамике. Ангажовао је познате сликаре да предмете (углавном декоративне тањире) украсе илустрацијама народних прича и пословица. Деведесет година касније, крајем XX века, управо се у овој фабрици први (и једини) пут у Словенији производио порцелан – додуше, не задуго.

Фабрика *Декор*, основана у Љубљани тридесетих година XX века, била је још једна фабрика керамике окренута иновацијама. Њен рад је тесно повезан са оснивањем Одељења за керамику у оквиру Државне техничке средње школе школске 1925/1926. године. Наставници и ученици ове школе учествовали су у обликовању и украшавању производа фабрике *Декор*. За разлику од фабрика које су се бавиле масовном производњом, главне карактеристике *Декора* биле су мале серије и мноштво појединачних ручно израђених предмета. Фабрика је и после Другог светског рата наставила да производи исте моделе, али у другим бојама: разнобојни предмети из предратног периода током педесетих и шездесетих претворили су се у смеђе и црне имитације бронзе.

Данас производња керамике углавном цвета у приватним радионицама. Велики број манифестација у вези са керамиком одржава се на различитим местима, у мањим и већим градовима. Најамбициознија манифестација је Међународно тријенале керамике UNICUM (у поднаслову Керамика данас – *Ceramics Today*), у организацији Народног музеја Словеније. За овогодишњу изложбу међународни жири је од три стотине и девет пријављених кандидата изабрао деведесет и три уметника.

Коришћено и за употребу: кратак увод у естонску керамику

Каи Лобјакас

Керамика је много векова чинила саставни део свакодневице у Естонији, мада у народној уметности и занатима у почетку није играла значајну улогу. Интересовање за учење о раду са керамиком и развојни пут од малих радионица до већих индустријских произвођача приметан је од краја XIX века па надаље.

Неки од озбиљнијих покушаја бављења производњом керамике за овдашње тржиште учињени су у другој половини XVIII века. Године 1772. немачки фармацеут Карл Кристијан Фик, који је живео у Талину, основао је фабрику фајанса под својим именом, и већину радника које је у њој запослио довео је из области Кил у Немачкој. Међу њиховим производима нашли су се комплети посуђа, шољице за ароматичне напитке, чиније за воће и фигурине. Ови предмети, прекривени белом калајном глазуrom, прављени су од мешавине локалне плаве и увозне беле глине, и били су украшени додавањем боје преко глазуре. Њихови облици и декорација били су под утицајем килских цветних мотива, штралсундског посуђа и ваза из шведске фабрике *Мариеберг*.¹ Од онога што се производило у Фиковој фабрици није много сачувано. Ипак, мали, али одличан избор узорака, налази се у збирци Талинског градског музеја.

После свега неколико година пословања, фабрика *Фик* затворена је 1782. Исте године, Јохан Волдемар фон Лаув, власник дворца Полтсама, отвара фабрику порцелана која је радила до 1800. И у њој су већину запослених, изузев три Естонца, чинили Немци, а производио се углавном плаво-бели порцелан, мада су нађени и разнобојни предмети са цветним орнаментима.

Од XVII до XIX века, у Талину је такође прављено више врста глазираних плочица за камине. Године 1886. мештанин Јосеп Тиман основао је керамичке производне погоне у Симусту, у округу Лигева. Испрва је коришћена локална глина, да би се касније доносила глина из Јосеуе у округу Виру. Прављени су углавном једноставнији судови и посуђе, а први узорци наручени су из фабрике порцелана *Кузњецов* у Русији. До почетка XX века, објекти погона у Симусту израсли су у значајну фабрику, која је 1913. стављена на списак великих индустријских компанија у Русији. Пошто је прошла кроз огромне тешкоће и разарајући пожар 1924. године, ова фабрика је постала темељ керамичке производње у земљи током совјетског периода.

Крајем XIX и почетком XX века постојало је много мањих радионица за израду керамике, које су се налазиле у селима округа Сету, у јужној Естонији, где су се производиле традиционалне посуде и друге ствари неопходне за по

1 Увод за изложбу Baltirokokoo: Läänemeremaade 18. sajandifajanss, Kadriorg Art Museum, 26. mai -15. august 2004.

2 Eesti kunsti ja arhitektuuri biograafiline leksikon, General editor M.-I. Eller. Tallinn: Eesti Entsüklopeediakirjastus, 1996, p. 68.

3 J. Matvei, Keraamika mu arm. Punktiirjoni ja visioone eesti keraamikast läbi 20. sajandi, Tallinn 2004, p. 84.

4 ERA, f 1108, n 6, s 255, p. 29.

5 J. Matvei, Keraamika, mu arm, p. 84.

Између Истока, Запада и себе: историја порцелана у Летонији

Илиана Веиберга и Марта Шусте

Музеј порцелана у Риги члан је Удружења културних институција градског већа Риге. Основан је 2001. године, на темељу колекције музеја Фабрике порцелана у Риги (основане 1974) и броји преко осам хиљада експоната од порцелана, фајанса и грнчарије, који су сведоци уметничких и занатских традиција, као и индустријске производње у области керамике на територији данашње Летоније, почев од њене најраније фазе, од средине XIX века па до савременог доба.

Почети

Прва фаза производње порцелана и фајанса у Руском царству одвијала се током XVII века, међутим, на територији данашње Летоније (део Руског царства до 1917) прве радионице за израду порцелана и фајанса појавиле су се средином и крајем XIX века. Њих су оснивали Руси и Немци. Чувена фабрика *Кузњецов* основана је 1812. у Русији, а њена друга фабрика – чије је циљно тржиште била Европа – отворена је 1841. у најзападнијем индустријском граду Русије – Риги, главном граду данашње Летоније. Убрзо потом породица Кузњецов оснива још пет фабрика, углавном куповином самосталних мањих мануфактура, и тако ствара прву приватну компанију која производи робу широке потрошње од порцелана у великој количини, како за локално тржиште тако и за извоз у Европу, Северну и Јужну Америку и Блиски исток. Производи су углавном прављени у складу са водећим трендовима европског порцелана; у неким случајевима копирани су најпопуларнији облици и декоративни мотиви (сл. 1); руска сликарска традиција и естетске склоности само су донекле били уношени у порцеланске и фајанс производе.

Балтички Немац Јаков Карл Јесен основао је 1886. године сопствену фабрику у Риги. Фабрика је првобитно била усредсређена на производњу предмета од порцелана и фајанса за техничку употребу, посебно за електротехничку индустрију, захваљујући успостављеним везама са немачком фабриком *АЕГ*, за коју су радили по наруџбини. С временом, фабрика порцелана *Ј. К. Јесен* почиње да производи робу од порцелана и фајанса за општу употребу, и да снабдева домаће и стране трговинске радње. Квалитет производа био је висок, те су локални трговци имали обичај да на робу фабрике *Јесен* стављају ознаке било којег произвођача или трговца. Сама фабрика *Јесен* потписивала је само своје изложбене експонате. Поред ова два велика предузећа, било је неколико мањих радионица и специјализованих продавница, пре свега *Јакш и компанија*, која је дистрибуирала порцеланску робу увезену из Европе, али и увозила бели порцелан, и пре продаје локалној клијентели, украшавала га у свој радионици.

Бурни век: 1900–2000.

Двадести век био је најбурнији период, са одјеком промена у политичкој историји у том добу. Сваки од потпериода: почетак века, до 1915. године, потом период између два светска рата, као време совјетске окупације, односно друге половина XX века – има своје специфичности у погледу производње, естетике и дизајна производа од порцелана, и његовог статуса у ширем друштву.

Производња порцелана током прве деценије XX века у основи наставља традицију с краја XIX века: облици и, у неким случајевима, декорација позајмљују се од водећих европских фабрика порцелана, посебно немачких, попут фабрике *Розентал*. Стручњаци из Немачке и Русије посећивали су фабрике у Риги да би подучили локално становништво техникама украшавања. Најпопуларнији стил у овом периоду био је ар нуво, и делом историцизам са својим верзијама неостилова; они су били важни у производњи порцелана и фајанса, посебно у оном сегменту који је био везан за архитектуру. Зачети летонске националне уметности инспирисани су народном керамиком, као и идејама националног романтизма. Године 1915. престају све произвођачке активности због евакуације индустрије са линије фронта у унутрашњост Русије.

Период између два светска рата карактерише поновно сељење индустрије (1921–1928). Обе фабрике, и *Ј. К. Јесен* и *М. С. Кузњецов*, враћене су у Летонију и поново почињу да раде. Штавише, летонски огранак фабрике Кузњецов је, на *пример*, наставио да производи порцелан

под породичним презименом и током 1920-их и 1930-их година, док су све остале *Кузњецов* фабрике на простору Совјетске Русије, убрзо после 1917. године, национализоване и наставиле су да раде под новим називима и са новим комунистички оријентисаним циљевима. Фабрике *Кузњецов* и *Јесен* производиле су порцелан, керамику и фајанс у мањем обиму него раније и створиле су уметнички јединствене мале серије према укусу локалне клијентеле. Обе фабрике позивале су познате летонске уметнике да раде код њих и креирају облике и декорацију за нове производе.

Двадесете и тридесете године прошлог века сведоче о успону локалних летонских малих мануфактура и радионица, као што су *Балтарс*, *Л-Рипорс*, *Буртниекс*. У њима се највише пажње придавало украшавању. Летонски модернистички сликари, попут Романса Суте, Александре Белцове, Никласа Стрункеа, Сигисмундса Видбергса, Ерастса ШВЕИЦСА, Вилиса Васаринша и других, изводили су композиције које су специјализоване занатлије-сликари преносили на порцелански асортиман. Предлози које су летонски уметници имали за декорацију порцелана изражавају напоре да се споји национални, полуетнографски стил са импулсима оновременог модернизма, посебно кубизма, конструктивизма, ар декоа (сл. 2). Крајем 1930-их година, када је демократски период окончан успостављањем ауторитарне владавине Карлиса Улманиса, национални романтизам, као и класицистички мотиви и теме, стичу највећи значај у ликовној и примењеној уметности, укључујући порцелан и керамику.

Другу половину XX века обележава чињеница да је Летонија постала Совјетска Социјалистичка Република. И овај период може се поделити на неколико краћих, сваки са својим методама рада и специфичном производњом.

Први период се односи на време владавине Јосифа Стаљина (1945–1953). Фабрике су национализоване и преименоване. Махом производе технички порцелан и фајанс у циљу „ослобађања од последица рата и поновног успостављања националне економије”. Предмети од порцелана нетехничке природе производе се у мањој мери: једна линија производње за фокус је имала предмете који су служили у идеолошке сврхе, попут комеморативних ваза, плакета и поклона намењених политичкој елити, а друга је производила предмете широке потрошње. Први су раскошни, ручно осликавани уникатни комади; други су лошијег производног и естетског квалитета, израђени углавном коришћењем предратних облика и декорације. Ипак, и једне и друге одликовали су социјалистички реализам и специфична црта „совјетске националне” иконографије унутар њега (сл. 3).

Други период се односи на доба лидера Комунистичке партије Никите Хрушчова, познат је као период „отопљавања” (од средине 1950-их до раних 1960-их година). Одликује га процес „модернизације”, чији је циљ био да се побољша животни стандард обичних људи и да се производи широке потрошње учине лепим и приступачним. То је тражило повећање обима и брзине производње, са што мањим трошковима. Оснивање уметничких лабораторија и запошљавање тек дипломираних уметника (Зина Улсте, Беатрисе Карклина, Таисија Полукевич, Левонс Агаџањанс, Валдис де Бурс, Ерик Елерс и други) резултирало је првим озбиљнијим количинама потпуно нових порцеланских облика и декоративних мотива – сервиса за чај, кафу и ручавање, али и декоративних фигурина. Увођење полуаутоматских машина, првих сито-штампаних мустри, фото-керамике, подглазурних декоративних мотива, паста за глазирање итд. били су такође део плана и програма модернизације. Што се тиче стила, он је данас познат као „совјетска модерна” – индустријски, минималистички облици са одговарајућом изразито графички решеном декорацијом (сл. 4).

Брежњевљева ера (крај 1960-их и 1970-е године) може се окарактерисати као период мегаломанске индустријализације: првобитни план да се сваком „градитељу комунизма” обезбеде услови живота у рангу са његовим капиталистичким савремеником прерастао је у стратегију да се надмаше сви, на глобалном нивоу. Производња је морала да одражава пожељну економску статистику, па су уметничка индивидуалност и естетски ниво пали у други план, и самим тим изгубили на квалитету. Иако је изглед предмета од порцелана био спутан веома детаљним и строгим државним стандардима, уметничке лабораторије, које су се током година развиле, ипак су успеваале да предложе израду нових производа неспуганих нормама. Таква случај био је са такозваним „порцеланом танких зидова” (зидова максималне дебљине 2 мм), који је постао изузетно популаран широм Совјетског Савеза и који је урезао име фабрике порцелана из Риге у свест совјетског народа. Осамдесете године прошлог века су период стагнације. Порцелан се и даље производи масовно, фабрички. Када је реч о облицима производа, прати се устаљена пракса серијске производње. Новина је увођење естетике неостилова – овај процес одвија се паралелно са сличним тенденцијама у осталим сферама индустријског дизајна и архитектуре (сл. 5). Оно што се производило од порцелана, знатно се разликовало од нацрта за предмете чију су израду предлагале нове генерације уметника, а одбијали фабрички уметнички савети. Овакав

приступ имао је за последицу то да су многи керамичари и дизајнери у потпуности заобилазили рад у фабрици и покушавали да се остваре као самостални уметници или „јединствени дизајнери”, како су их у то време звали (сл. 6).

Од деведесетих година XX века до данас

Последња деценија XX века више личи на наступајући XXI век, него на претходне епохе. Након што је последњи лидер Совјетског Савеза, Михаил Горбачов, увео перестројку и гласност како би спасио замрлу економију, дошло је до распада Совјетског Савеза, и 1990. године поново се успоставља независна држава Летонија. Деведесете године у Летонији карактеристичне агонија индустријске производње порцелана великих размера, која је резултат промена у законима о имовинским односима. Локални уметници одлазе на различите симпозијуме, гостовања и уметничке скупове у земљи и иностранству; многи од њих исељавају се у земље Европе, у Америку и Русију, где су услови за креативни рад били далеко бољи. У овом периоду можемо говорити о необузданој индивидуалној креативности, подстакнутој неограниченим приступом различитим изворима инспирације, о низу извесних околности изазваних економском нестабилношћу деведесетих година, као и осећајем припадности уметничкој заједници изграђеним захваљујући међународним радионицама организованим у Креативном уметничком дому у Џинтари, у граду Јурмали, и симпозијумима у дворцу Звартава. У већини случајева уметници су радили на осликавању порцелана. Дизајн оригиналних форми био је мање популаран због високих трошкова и немогућности продаје. Ипак, он није у потпуности запостављен – музејске и приватне колекције, због њиховог облика и због начина осликавања, показују страст за сакупљањем оваквих предмета.

Тенденција индивидуалног рада и стварања уникатних предмета, како по форми тако и по украсима, траје до данашњих дана (сл. 7). Порцеланска и керамичка уметност и даље се ствара у радионицама, на симпозијумима у земљи и иностранству, као и по посебним наруџбинама за галерије и колекционаре. Међутим, почевши од 2000. године, уочавају се прва пословна интересовања за ове креативне активности. Наиме, током прошле деценије све већа популарност креативних индустрија изродила је извесне повољне услове за појаву мноштва брендова које покрећу уметници. Они се крећу од уметничких студија којима руководи један човек до пословних подухвата са индустријским амбицијама, као што је фабрика порцелана *Лиебалга*, која се налази у региону Видземе у Летонији. Све у свему, све то указује на

чињеницу да је порцелан и даље присутан у савременој Летонији и да су људи заинтересовани и за израду и за поседовање порцелана, иако се интересовање пребацило са приступачних индустријских артикала на сферу уметности или луксузну робу врхунског квалитета.