

Beata Bochińska

ZACZNIJ KOCHAĆ DIZAJN

Jak kolekcjonować
polską sztukę użytkową





Kolekcjoner musi mieć uzbrojone oko, musi widzieć i umieć rozróżniać. Uzbroić oko można dość łatwo: można się tego nauczyć. Żeby zacząć, trzeba trochę zrozumieć. Pieniądze są mniej ważne. Przynajmniej na początku.

Rozdział I

Kolekcja, czyli pieniądze są mniej ważne

Wyglądało to niewinnie. Nie obraz, rzeźba czy rysunek, ale rama. W zasadzie ramka. Dostałam ją w prezencie od mojej starszej siostry Grażyny. I się zaczęło – a właściwie skończyło gruntownym remontem pokoju. Ten remont, nowa aranżacja mojego najbliższego otoczenia, była prezentem urodzinowym od rodziców. Dopasowałam wystrój wnętrza do... ramy. Wtedy zobaczyłam po raz pierwszy piękno przedmiotu użytkowego i na własnej skórze poznałam siłę jego oddziaływania. W miejskiej bibliotece przeglądałam wszystkie dostępne albumy i opracowania. O ramach. Popłynęłam. Wsiąklam. Miałam siedemnaście lat.

Dzisiaj jestem świadomą kolekcjonerką, dbającą o zwrot z inwestycji w długim czasie. Prawda jest jednak taka, że nawet mnie trudno się opanować i zdarza się, że kupuję coś pod wpływem impulsu, choć dla klientów korzystających z mojego fachowego doradztwa potrafię wybierać racjonalnie...

Uzbroiłam oko! Nauczyłam się widzieć, a nie tylko patrzeć. Ja zajęłam się dizajnem zawodowo.

Polski kolekcjoner dizajnu ma dzisiaj znacznie łatwiej niż kilkanaście lat temu, ale zanim zacznie, musi podjąć kluczową decyzję: czy chce być inwestorem, czy pozostać entuzjastą. I już. Proste.

Przecież nie ma obowiązku bycia wytrawnym kolekcjonerem! Można po prostu lubić stare, dobrze zaprojektowane przedmioty i kupować je od czasu do czasu, żeby potem je komuś ofiarować, i znowu kupić i ofiarować, i znowu...

Większość z nas na początku deklaruje, że to nic poważnego. Ot, przyjemność bez wielkich kosztów i zaangażowania. Zarzekamy się, że jesteśmy co najwyżej miłośnikami. Kupno wazonu, stolika czy kwietnika poprawia nam humor i jakość

←
Wnętrze wazonu „Okulus”,
lata 60. XX w., proj. Jan
Sylwester Drost, Huta
Szkła Gospodarczego
„Ząbkowice” w Dąbrowie
Górnicej, szkło sodowe,
prasowane, fot. Max
Zieliński, Eliza Dunajska

Polski kolekcjoner dizajnu ma dzisiaj znacznie łatwiej niż kilkanaście lat temu, ale zanim zacznie, musi podjąć kluczową decyzję: czy chce być inwestorem, czy pozostać entuzjastą.



domowego wystroju. Bywa jednak, że trwa to bardzo krótko. Część z nas szybko przechodzi na drugą stronę mocy i z niewinnego hobby stara się – mniej lub bardziej świadomie – zrobić dodatkowe lub główne źródło dochodu.

A zatem podjęliśmy pierwszą decyzję: chcemy inwestować w sztukę przedmiotu. I tu dobra wiadomość – ten wybór gwarantuje dzisiaj pewny zwrot z inwestycji!

Dizajn stał się pełnoprawnym elementem rynku sztuki. Jego kolekcje odnajdziemy w światowych i polskich muzeach: MoMA (Museum of Modern Art) i Cooper Hewitt w Nowym

Kolekcja obiektów autorki,
2016, fot. Max Zieliński,
Eliza Dunajska



Jorku, V&A w Londynie, Designmuseo w Helsinkach. W naszym Muzeum Narodowym w Warszawie niestety są tylko w magazynach, ale za to można je podziwiać w Poznaniu, Wrocławiu i mniejszych lokalnych ośrodkach, które cenią wartość przedmiotów codziennych: w Sosnowcu, Krośnie czy Płocku. Wielkie domy aukcyjne (Sotheby's, Christie's, Phillips, Rago i nasza DESA Unicum, Rempex czy Sopocki Dom Aukcyjny), znane galerie (Kreo w Paryżu, Demisch Danant i Moss w Nowym Jorku) i platformy internetowe (retrostart.com, patyna.pl, bbbespoke.co.uk) stworzyły cały system, który umożliwia profesjonalną wycenę, opracowanie dokumentacji katalogowej i sprzedaż. Za nie więcej niż milion dolarów można dzisiaj zgromadzić liczącą się kolekcję obiektów autorstwa znanych światowych projektantów. Wbrew pozorom to mało! Na liczącą się kolekcję malarstwa trzeba wydać kilkadziesiąt milionów. Dizajn staje się coraz bardziej zrozumiały i jest coraz chętniej kupowany, coraz więcej uwagi poświęcają mu więc poważni inwestorzy. Czas może zdziałać cuda.

Wystawa „Chcemy być nowocześni – polski design 1955–1968 z kolekcji Muzeum Narodowego w Warszawie”, fot. myfloor.pl



Za nie więcej niż milion dolarów można dzisiaj zgromadzić liczącą się kolekcję obiektów autorstwa znanych światowych projektantów. Wbrew pozorom to mało! Na liczącą się kolekcję malarstwa trzeba wydać kilkadziesiąt milionów.

Jeśli jednak chwilowo nie dysponujemy milionem dolarów, nie ma co rozpaczać. James Zemaitis, wiceprezes domu aukcyjnego Sotheby's, odpowiedzialny za kolekcję XX-wiecznego dizajnu, stwierdził w jednym z wywiadów, że najlepsze kolekcje na świecie to niekoniecznie te, w których znajdują się wyłącznie najdroższe i najbardziej znane obiekty. Zgadzam się z nim w pełni. Kolekcja tematyczna, której myślą przewodnią jest na przykład idea dizajnu demokratycznego w Polsce,

Magazyn Ośrodka Wzornictwa Nowoczesnego Muzeum Narodowego w Warszawie w pałacu w Otwocku Wielkim, 2015, fot. Wojciech Trzcionka dla magazynu DesignAlive



świetny zbiór, który ma obrazować wpływ natury na formę przedmiotu, czy wreszcie solidna kolekcja prac jednego, wyjątkowo utalentowanego projektanta może być – i najczęściej jest – warta bardzo dużo.

Georg Kravis II, jeden z amerykańskich kolekcjonerów odznaczony nagrodą Governor's Arts Award, przekazał Muzeum Philbrooka kolekcję dwustu pięćdziesięciu obiektów amerykańskiego dizajnu. Ten fantastyczny zbiór przedmiotów, datowanych od 1900 roku, ze szczególnym uwzględnieniem lat trzydziestych i czterdziestych XX wieku, nie tylko zachwyca, ale także pokazuje, jak ważną rolę odgrywają prywatni światami kolekcjonerzy w wypełnianiu białych plam w historii dizajnu i co znaczy dobrze pomyślana, konsekwentnie uzupełniana kolekcja, niekoniecznie składająca się z najbardziej znanych nazwisk. Wartość takiej kolekcji zdecydowanie przekracza sumę wartości poszczególnych obiektów. I ta myśl, że nazwisko fundatora zostanie wykute na nadprożu sali, w której ekspozycja będzie pokazywana kolejnym pokoleniom!

Część kolekcji Pracowni „Vitrarius”, wazony pochodzące z polskich hut szkła, m.in. z Huty „Zawiercie”, Huty „Sudety” oraz Huty „Ząbkowice”, lata 60.–80. XX w., proj. m. in. Eryki Trzewik-Drost, Jerzego Stuczana-Orkusza oraz Czesława Zubera, fot. Maria Słojewska, Jacek Frańczak / Pracownia Rewitalizacji Szkła „Vitrarius” Jacek Frańczak

Kolekcjonowanie zdemokratyzowało się na naszych oczach. Ten świat zmienił się nieodwracalnie. Jest więc łatwiej nie tylko sprzedającym, ale również kolekcjonerom.

Nowe czasy

Nadeszła zmiana. Właściwie tak zaskakująca, że aż oczywista. Wiadomo było, że dzięki internetowi szukanie, kupowanie i promowanie stanie się łatwiejsze, ale dopiero era social mediów, z Facebookiem na czele, spowodowała zmianę na całym rynku sztuki. Dizajnu też. Dla wytrawnych kolekcjonerów był to prawdziwy szok. Dotychczas ich hegemonia wydawała się absolutna i niepodzielna. Opierali się na niedostępnej dla innych wiedzy, relacjach zawodowych, kontaktach. Czas płynął wolniej, a dostęp do dzieł był ograniczony. Aż tu nagle... Najpierw pojawiły się w sieci wirtualne galerie, potem sklepy, a w końcu portale, na których wielu sprzedawców zaczęło handlować, kontaktować się ze sobą na co dzień i zbierać opinie klientów. To właśnie ta informacja zwrotna od kupujących, pozwalająca na modyfikowanie oferty, stała się kartą przetargową na nowym rynku kolekcjonerskim.

Kolekcjonowanie zdemokratyzowało się na naszych oczach. Ten świat zmienił się nieodwracalnie.

Jest więc łatwiej nie tylko sprzedającym, ale również kolekcjonerom. I to jest dobra wiadomość. Ale wciąż należy odpowiedzieć sobie na pytanie: czy i co kolekcjonujemy?

Spróbujmy to jakoś uporządkować. Zaczniemy od tego, czym jest kolekcjonowanie i czego od nas wymaga. I czy na pewno chcemy to robić... na poważnie.



Kupowanie przy okazji! Bo tanio, bo interesujące, bo sprzedam i zarobię, i będą środki na kupienie innych potrzebnych w mojej kolekcji obiektów! Największe przekleństwo kolekcjonera: brak wstrzemięźliwości i porzucenie celu.

Po co mi kolekcja?

Scenariusz numer jeden: Chcesz zgromadzić zbiór szkła polskiego, barwnego, ręcznie formowanego, zaprojektowanego przez polskich twórców. Twoim celem jest stworzenie, a w przyszłości sprzedanie pełnej kolekcji takiego szkła na aukcji, w całości, znanej instytucji lub fundacji, która inwestuje w sztukę. Zaczynasz kupować szklane wazon-y – wszystkie, które powstały metodą ręcznego formowania. Najlepiej ze szkła barwionego w masie i zaprojektowane przez polskich projektantów po 1945 roku. Taka kolekcja na oko może liczyć od stu pięćdziesięciu do trzystu ciekawych obiektów. Niezła kolekcja. Ile lat zajmie ci jej zgromadzenie? Zależy od determinacji, od tego, jakimi środkami dysponujesz i ile czasu poświęcisz na poszukiwania. Ale potrwa to od pięciu do piętnastu lat. Przede wszystkim zależy to jednak od tego, czy nie zaczniesz kupować innych, mało przydatnych w kolekcji przedmiotów! To niebezpieczeństwo czyha na każdego początkującego kolekcjonera. Kupowanie przy okazji! Bo tanio, bo interesujące, bo sprzedam i zarobię, i będą środki na kupienie innych potrzebnych w mojej kolekcji obiektów! Największe przekleństwo kolekcjonera: brak wstrzemięźliwości i porzucenie celu.

←

Wazony optyczne z kolekcji autorki, lata 60. XX w., proj. Jan Sylwester Drost, Huta Szkła Gospodarczego „Ząbkowice” w Dąbrowie Górniczej, szkło sodowe, prasowane, fot. Max Zieliński, Eliza Dunajska



Zapytacie więc: to tak nie można zbudować kolekcji? Można, ale to już zupełnie inna historia: taka, w której zajmujemy się tym procederem (czyli kupowaniem okazji!) na pełen etat. Czyli chcemy zostać handlarzami, a nie kolekcjonerami. Można i tak, ale bądźmy realistami i wróćmy do pierwotnego planu: kupuję tylko szkło, na nim się znam. Dublety, które uda mi się znaleźć, wymieniam lub sprzedaję, żeby mieć na kolejne skarby. W ten sposób osiągnę cel, którym jest... sprzedanie dobrej kolekcji szkła znanej instytucji.

Taki scenariusz i taki kolekcjoner to ideał. Tak konsekwentnych spotkałam może kilku. Jeden z nich po osiemnastu latach sprzedał swoją kolekcję lamp naftowych na aukcji w Europie i kupił za to duże mieszkanie w apartamentowcu na warszawskim Mokotowie. Na co dzień leczył ludziom zęby. Kolekcja była dodatkiem do zarobków wziętego dentysty, ale zakończenie – jakże było satysfakcjonujące!

Wazon „Chusta”, wyrób hutniczy, szkło sodowe, ręcznie formowane, fot. Daniel Stoiński dla Pikasy Sklep



Przechowywać czy używać?

Scenariusz numer dwa: Chcesz stworzyć kolekcję mebli zaprojektowanych przez jednego projektanta tworzącego w Polsce w latach 1950–1980. Jego projekty są rzadkie i doskonałe. Później ten zbiór zamierzasz sprzedać dużej fabryce mebli, jako kolekcję, którą ta przekaże w depozyt muzeum i będzie z tego czerpać korzyści promocyjne. Albo sama ją temu muzeum przekażesz. Aspekt komercyjny nie jest jeszcze rozstrzygnięty i nie jest tak ważny. Masz z czego żyć i masz cel! Obiektów nie będzie wiele, ale ich gabaryty są niczego sobie. Przechowywanie tego typu przedmiotów wymaga miejsca. Jakiego? To zależy. Jeśli przyjmiemy, że zgromadzimy około dwudziestu różnych mebli, to potrzebujemy od sześćdziesięciu do stu dwudziestu metrów kwadratowych. No tak... A jeśli nie jesteśmy samotnym białym żaglem albo nie planujemy nim być do końca życia, nasza rodzina również musi się gdzieś pomieścić. Robi nam się więc z tego jakieś sto siedemdziesiąt, dwieście metrów kwadratowych. Niezły apartament. Dlaczego założyłam, że kolekcję będziesz trzymać w domu? Ano dlatego, że większość kolekcjonerów tak zaczyna i myśli, że to się uda.

Pewna rodzinna legenda głosi, że ojciec, który miał trzy córki – kolekcjonerki in spe – postawił pod miastem poza niedużym domem jeszcze trzy garaże, a swój pierwszy sportowy samochód, który kupił w wieku dojrzałym, trzymał pod orzechem włoskim...

No więc jak te bezcenne skarby przechowywać? Wynajmujący za niemałe pieniądze małe mieszkania złośliwie się teraz uśmiechną i szepną pod nosem: żebym to ja miał tylko takie problemy. Ba! ŚmieJCie się, śmieJCie, kolekcjoner zniesie wiele, zwłaszcza że zdarza mu się mieszkać z siedmioma stolikami, trzema fotelami i czterema meblościankami w trzech

u góry:
Regał „Monti 300”
i krzesło przy stole,
proj. František Jirák oraz
komoda, Tatra Nábytok,
granatowy fotel polskiej
produkcji, zielony fotel
„Jitona”, lampa sufitowa,
proj. Josef Hurka, lata
60./70. XX w., fot. Straube
KH Photography dla
Wyrobki

na dole:
Regał „Monti 300”
i krzesło przy stole, proj.
František Jirák, krzesła
przy biurku i przy stole,
proj. Antonin Šuman, lam-
pa stojąca, proj. Stanislav
Indra, lata 60./70. XX w., fot.
Straube KH Photography
dla Wyrobki



pokojach... I tu dochodzimy do tajemnicy poliszynela: dowiadujemy się, dlaczego niewiele osób tworzy kolekcję mebli i dlaczego te kolekcje są nie tylko rzadkie, ale też drogie. No cóż... właśnie dlatego. Jakie mamy wyjście? Możemy na przykład oddać kolekcję w depozyt, zanim ją w całości zgromadzimy (muszą to być bardzo ciekawe obiekty, a muzeum musi mieć dużo miejsca w magazynach lub na ekspozycji), lub przechowywać w wynajętym, suchym i odpowiednio nawilżanym magazynie, wpadać do nich od czasu do czasu w odwiedziny...

Znam kolekcjonera mebli. Jest to człowiek co najmniej zamożny. Ma dom o powierzchni trzykrotnie przekraczającej potrzeby jego rodziny. W rzadziej używanych pokojach gościnnych stoją skarby – i wzbudzają zachwyt odwiedzających. Ile warta jest ta kolekcja? Minimum jej cena wywoławcza w dobrym domu aukcyjnym plus trzy czwarte wartości domu pod Warszawą... To znaczy kilkaset tysięcy złotych.

Przechowywanie kosztuje. Warto o tym pamiętać, zanim zdecydujemy, co zbierać.

Projekty wnętrz autorstwa Edwarda Nowaka, 1936, fot. Narodowe Archiwum Cyfrowe

Znam kolekcjonera mebli. Jest to człowiek co najmniej zamożny. Ma dom o powierzchni trzykrotnie przekraczającej potrzeby jego rodziny.

Po co katalogować?

Scenariusz numer trzy: Chcesz skompletować dobrze zaprojektowane wschodnioeuropejskie serwisy i ceramikę użytkową. Planujesz je rozdać swoim dzieciom – taki cenny prezent, który w razie czego można spieniężyć lub po prostu z niego korzystać. Dzieci masz czworo. Przedmioty te mają podstawową zaletę: nie są duże. Każdy z ceramicznych serwisów mieści się w pudle o wymiarach czterdzieści na czterdzieści na trzydzieści. Obiektów będzie około stu pięćdziesięciu (w tym dziewięćdziesiąt serwisów). Hm... powierzchnia docelowa to jakieś pięćdziesiąt metrów kwadratowych, o ile żadnego z serwisów nie będziecie chcieli wyeksponować na widocznym miejscu. A będziecie chcieli! Zatem około sześćdziesięciu metrów. Nie jest źle. Kolekcję będziesz tworzyć jakieś piętnaście lat, więc będziesz mieć czas na znajdowanie coraz większych magazynów, które będą rosły wraz z twoimi zbiorami. Problem rozwiązany.

Ta kolekcja ma jednak swoje wymagania: porcelana ma to do siebie, że łatwo się... tłucze. Jej zgromadzenie wymaga kupowania dubletów serwisów, tylko po to, żeby skompletować pełny zestaw. Gdzie zatem trzymać pozostałe, nadprogramowe części? Jak zapamiętać, których filiżanek było pięć, a których podstawków i w którym zestawie ledwie trzy, i ile trzeba dokupić? Jedynym wyjściem jest stworzenie katalogu. Oj, wiem, wiem, każdemu się zdaje, że pamięta, ile czego ma, bez przesady...

Katalogowanie to konkretna praca. Zabiera czas. A czas to pieniądz. Jeśli możemy w tym czasie wykonać konkretne zlecenie za konkretne pieniądze, to cena naszej kolekcji rośnie.

Mnie pamięci wystarczyło na dwa miesiące. A przecież zostało ich jeszcze sto siedemdziesiąt osiem – przy tylu elementach kolekcja nie powstanie, jak wspomniałam, wcześniej niż za piętnaście lat!

I tu zaczyna się zabawa: co pamiętać? Wymiary, materiał, nazwisko projektanta, technologię, dekorację? Robi się z tego niezła baza danych. Myślałby kto, że wystarczy ten mały czarny notes z gumką...

Katalogowanie to konkretna praca. Zabiera czas. A czas to pieniądz. Jeśli możemy w tym czasie wykonać konkretne zlecenie za konkretne pieniądze, to cena naszej kolekcji rośnie. Aha: mierzenie, fotografowanie, opisywanie – to tylko część pracy, czeka nas jeszcze... poszukiwanie informacji na temat obiektów.

Tak, tak, katalogowanie to koszt, który warto doliczyć, kiedy się wycenia kolekcję.

Pokazywać, eksponować, promować?

Scenariusz numer cztery: Twoja kolekcja ma być rzadka. Trudno ją skompletować, a przy okazji obiekty nie są dobrze opisane w literaturze, ale za to bardzo ciekawe! Oj, wietrzę tutaj spory potencjał. Masz szansę ją kiedyś sprzedać z dużym zyskiem. Będą to na przykład... dywany i tkaniny zaprojektowane przez doskonałych polskich artystów, któ-

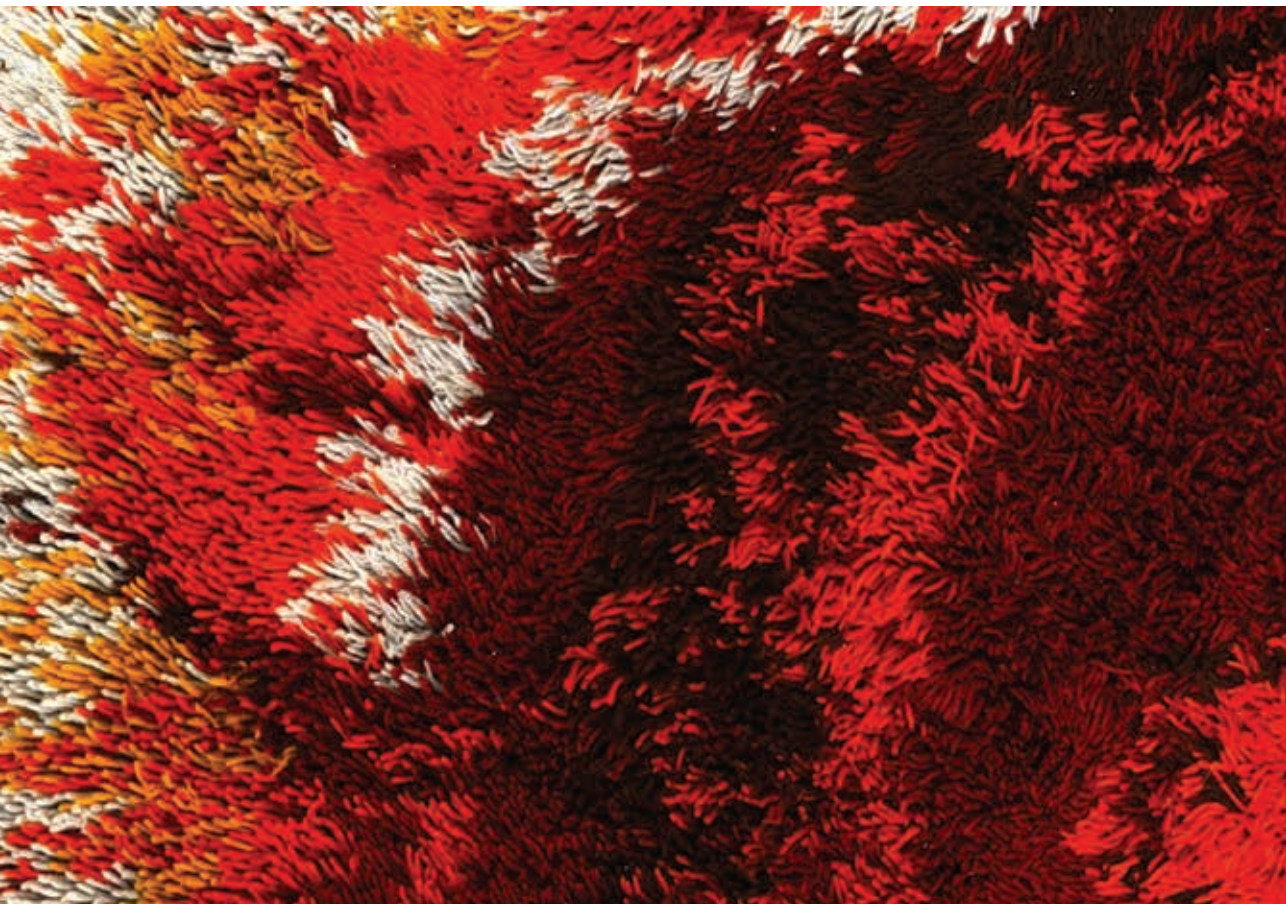


rzy zaczęli współpracować z przemysłem. Mówimy o wspólnych grafikach nadrukowanych na tkaninie i maszynowo wytwarzanych z wełny deseniach dywanów, które są niczym najlepsze gobeliny tkane ręcznie w dawnych czasach. Tę kolekcję na pewno sprzedasz każdemu muzeum włókiennictwa na świecie. Takie kolekcje dlatego są tak rzadkie, że dywany raczej się zużywają, nie stoją za szybko w segmencie...

Mamy zatem cel. Przechowywanie też będzie łatwe – dywany zwijamy w rulony i od czasu do czasu wietrzymy i odświeżamy. Jest niezłe. Łącznie zbierzemy pewnie ze czterdzieści, może sześćdziesiąt dobrych wzorów, co zajmie nam około dziesięciu lat. I teraz zaczyna się problem: kolekcja jest ciekawa, ale jej wyeksponowanie wymaga miejsca. Najlepiej ścian, czystych i wysokich...

Nikt się nie dowie o twoich zbiorach, a ich cena nie wzrośnie, jeśli nie ujrzą światła dziennego. No więc wypożyczać upolowane obiekty na wystawy czy nie wypożyczać? Promować

Katalog Huty Szkła „Hortensja” w Piotrkowie Trybunalskim z lat 30. XX w., z archiwum autorki, 2016, fot. Max Zieliński



Dywan „Płomienisty”
z kolekcji autorki,
lata 70. XX w., wełna
barwiona, fot. Max
Zieliński, Eliza Dunajska

kolekcję po kawałku czy nie? Każdy kolekcjoner jest zazdrośny. Każdy. Ten, który mówi, że nie jest, kłamie. Kolekcja jest jak własne dziecko, a wiadomo, że nasze jest najmądrzejsze, najpiękniejsze i najsympatyczniejsze... I oczywiście – po rodzicach! Więc pożyczać, żeby inni zbijali na naszej ciężkiej pracy (i wydanych pieniądzech) własny kapitał i promowali własne galerie?

Takie pytania zadawano sobie do początków XXI wieku. Dzisiaj – gdy media elektroniczne pozwalają na publikowanie zdjęć i filmów, a za chwilę wirtualna rzeczywistość w zgrabnych okularach zapuka do naszych drzwi – takie pytania nie

Każdy kolekcjoner jest zazdrośny. Każdy. Ten, który mówi, że nie jest, kłamie. Kolekcja jest jak własne dziecko, a wiadomo, że nasze jest najmądrzejsze, najpiękniejsze i najsympatyczniejsze...

mają sensu. Więc pożyczać i pokazywać w świecie offline, o ile ktoś zechce nam użyczyć kawałka prawdziwej twardej ściany lub podłogi. Oczywiście warto zadbać o to, żeby to była ściana w zacnym budynku i żeby promocja trafiła do właściwego odbiorcy i tak dalej, ale trzeba pokazywać i upowszechniać... wiedzę.

Z ludźmi jest tak, że jeśli rozumieją, łatwiej akceptują nowe zjawiska. Lubimy to, co znamy, i za to w przyszłości chętniej zapłacimy! Więc wypożyczać, wypożyczać, ale zawsze ubezpieczone!

Gdzie i od kogo kupować?

Scenariusz numer pięć: Chcesz zebrać kolekcję lamp, które zaprojektowali rodzimi projektanci we współpracy z inżynierami. Interesują cię lata siedemdziesiąte. Kolekcja może liczyć nawet czterdzieści lamp oraz ma się stać zaczątkiem świetnego sklepu z oświetleniem, w którym mają być dostępne współczesne lampy dobrych projektantów. Będziesz ją chciała wykorzystywać do promowania swojej nowoczesnej oferty. Cel jest jasny. Pełna kolekcja powstanie po około pięciu latach. Ekspozycja zostanie upubliczniona w internecie, a niektóre obiekty rotacyjnie będą wisiły lub stały w twojej galerii. Większość lamp zawisnie albo stanie w twoim domu – sufity są puste, a wnętrza mogą dzięki nim nabrać ciekawego

charakteru. Same zalety, prawda? Kłopot zaczyna się w chwili, kiedy chcemy zacząć kupować.

Na targach staroci można znaleźć sporo lamp, tyle że zazwyczaj starszych. Na nowszych jeszcze się nie poznano i wiele z nich trafiło na osiedlowe śmietniki. Cóż... zaglądamy zatem do antykwariatów, ale i tam kiepsko. Mało kto rozumie, jaką wartość mają te przedmioty (za mało dekoracyjne, zbyt techniczne). Jeden Philips wiedział, co bierze, kiedy kupował polskie fabryki z całymi wzorcownikami, w których co druga lampa to albo patent, albo zgłoszony projekt racjonalizatorski!

Co zostaje? Internet. I żadna niespodzianka: trzeba albo przeczesać aukcje Allegro, licząc na to, że sprzedający przedstawili rzetelne opisy, albo wystawić na próbę swoją cierpliwość i wzrok i szukać okazji na OLX, pamiętając, że tam czeka nas absolutna ruletka: albo trafiony, albo zatopiony! Najlepiej jednak kupować w wyspecjalizowanych portalach z dizajnem i to w tych, których ekspertyza gwarantuje pewną jakość.

Lampy z tamtego okresu najczęściej są wykonane z metalu chromowanego lub lakierowanego proszkowo. Czasami mają szklane elementy. Konia z rzędem temu, kto się nie naciął przy zakupie. Ja kilkakrotnie. Renowacja chromów czy lakierowanie proszkowe to tylko ułamek kosztów, jakie dodatkowo poniosłam po okazjnym zakupie.

Tak jak w innych przypadkach kluczem do sukcesu jest kupowanie z wiarygodnego źródła, bo gdy rozsądek śpi, budzą się... straty. Co to znaczy wiarygodne źródło w dzisiejszych czasach? Rekomendowane przez kupujących lub weryfikowane przez uznanych ekspertów. Jest kilku dostawców na portalu Patyna.pl, którzy dzwonią do mnie, kiedy coś kupię, żeby zapytać, czy na pewno to coś chcę, bo w opisie było, że ma skazę. Czasem chcę, a czasem nie doczytuję w opisie takich



u góry:
Lampka nocna, 1962,
proj. Apolinary Gątecki,
metal, ebonit, Stołeczne
Zakłady Metalowe nr 2
Przemysłu Terenowego
w Warszawie, fot. Tomasz
Tam dla Lata 60-te

na dole po lewej:
przegubowa lampa
biurowa typ st-16,
1969, Zakłady Sprzętu
Oświetleniowego
„Polam - Wilkasy”,
metal, chrom, fot. Kora
Kowalska dla od rzeczy
skład

na dole po prawej:
lampka, lata 60. XX w.,
Spółdzielnia Pracy
„Lumet” w Poznaniu,
metal, chrom, fot. Daniel
Stoiński dla Pikasy Sklep



szczegółów, zachwycona dekokrem i projektem. Ja, stary wróbel! Ci dostawcy są na samym szczycie mojej listy i chętnie zapłacę im trochę więcej za te same przedmioty albo wręcz kupię kolejne cudo, mimo że mam je już w kolekcji. Bo są wiarygodni! Sklepy i portale różnią się od siebie nie tylko ofertą, ale przede wszystkim właśnie wiarygodnością. To ważna składowa dobrej usługi elektronicznej i żadne superpromocje tego nie zastąpią. Chyba że zamiast oryginalnej lampy chcecie falsyfikat, ale za to z zabawnym opisem. Jeśli ktoś chce kupić lampę, która jest uszkodzona, i sam poddać ją renowacji, to świetnie, ale o tym, że jest uszkodzona, musi się dowiedzieć przed zakupem, nie po.

Znam kolekcjonera, który pół życia poświęcił na odnawianie lamp. Znajdował je w najbardziej nieprawdopodobnych miejscach. Jego wiedza jest powalająca. Nie ośmielam się kupić żadnej bez jego rekomendacji i ekspertyzy. Chyba że znowu ma trafić do piwnicy i ukryć się ze wstydem przed czujnym okiem mojego męża. Za te ekspertyzy płacę i nigdy jeszcze tego nie żałowałam. Ile? Płacę informacjami, na których zależy mojemu ekspertowi – bo kto powiedział, że wynagrodzenie nie może być barterowe? My, kolekcjonerzy, mamy czym handlować!

Tak, kolekcjonowanie to sport ekstremalny, sport dla długodystansowców. Wymaga od zawodnika stalowych nerwów i odporności. Rządzi się swoimi regułami. Od tej najważniejszej nie powinno być żadnych odstępstw: trzeba być konsekwentnym – zdecydować, co kolekcjonujemy, a czego nie! W przeciwnym razie skończy się na tym, że zostaniemy właścicielami bezwartościowego magazynu staroci, gabinetu osobliwości, którego ekspansja w naszym własnym domu może nas zepchnąć na drugi plan. •

Fragment kolekcji
porcelany autorki,
2016, fot. Max Zieliński,
Eliza Dunajska





#ludzieodrzeczy

bbo

Nocny koszmar kolekcjonera: brak miejsca!

Największe i zwykle niespełnione marzenie to profesjonalny magazyn! Taki z systemem katalogowania i regałami na korbki. Myślicie, że was to nie dotyczy? Że nie ta skala? Oj, ależ się mylicie...

Kiedy masa krytyczna przekroczy próg salonu, rodzina zaczyna się buntować. Dopóki kartony, pudła i skrzynki obsiadają wszelkie półki, pawlacze i regały piwniczne i stoją w stosach pod sufit w garażu, wszyscy znoszą to dzielnie i bez utyskiwania. Przekroczenie progu salonu kończy się jednak awanturą. Wbrew pozorom do tego kryzysu dochodzi dość szybko.

Wszystko zależy od metrażu mieszkania lub domu, ale moje doświadczenie mówi, że wystarczy kilka miesięcy kolekcjonowania i sytuacja staje się trudna, a po chwili się zaognia.

Na początku są prośby, potem groźby, a gdy nagle ktoś w domu odkryje, że taki sam wazon (serwis, świecznik, stolik, kilim, stare radio...) już macie – zaczyna się armagedon!

– Zaraz, zaraz – oponuje kolekcjoner. – Ale on jest w innym wybarwieniu, ma inne zdobienia i wykończenia. Ten jest zupełnie inny!

Dlaczego kolekcjoner gromadzi tyle wersji? Bo wierzy, że kiedyś gdzieś ktoś kupi jego kolekcję w całości!

Poradnik dla wszystkich miłośników dobrego dizajnu: dla tych, którzy polują na rynkach staroci, i dla tych, którzy planują kolekcjonowanie pięknych przedmiotów użytkowych, a także dla tych, którym czasem się marzy wypatrzeć jeśli nie kultowy, to na pewno piękny wazon czy krzesło. Moda na vintage nie przemija! Tylko rzetelna wiedza o przeszłości może pomóc zrozumieć wartość współczesnego dizajnu i nadchodzących trendów we wzornictwie.

Beata pisze o kolekcjonowaniu dizajnu tak, jak wytrawny detektyw opowiada o rozwikłaniu najbardziej skomplikowanej zagadki. Z każdym kolejnym zdaniem rosła moja ciekawość, jaki będzie następny krok w tej historii.

Iza Łopuch, szef produkcji HBO Polska

Polski dizajn lat 50. i 60. XX wieku czaruje mnie od dawna. Na tę książkę miałam przygotowane miejsce na półce!

Katarzyna Wrzalik, czytelniczka fan page'a Bochińska Design

Drogę do dobrego kolekcjonerstwa kreśli „systematyzacja materiału, rozpoznanie oryginalności oraz kontekstualizacja obiektów”. Jednym słowem: wreszcie wiemy, co mamy... i co z tym robić. *Zaczynij kochać dizajn to przewodnik par excellence!*

Paulina Kolczyńska, doradca, rzeczoznawca sztuki XX wieku, członek Związku Rzeczoznawców Amerykańskich

Patroni medialni:

DOM
& WNEŹRZE

Domo +

STGU

STOWARZYSZENIE
TWÓRCÓW
SZTUKI
UŻYTKOWEJ

Label Marginesy
L A B E L
BYTNA - WARSZAWA

USTA

Smak

ZWIĄZEK
LZ

WP

ROOM

Partnerzy publikacji:



PATYNA
www.patyna.pl

SWISS KRONO



cena 54,90 zł

www.marginesy.com.pl

