

Podano do stołu.
O porcelanie Noritake
– wzór „Modjeska”.



Zestaw do herbaty

Joanna Sokołowska-Gwizdka (*Austin, Teksas*)

W poł. XIX w. w Nowym Jorku działał Warehouse, założony w 1876 r. przez Japończyków – braci Morimura. Ich firma handlowa sprowadzała głównie porcelanę, ale też papierowe lampiony i różne upominki. Bracia mieli dobrze opanowany rynek. Pod koniec XIX w. stwierdzili, że mogliby sami produkować porcelanę, tym bardziej, że tam skąd pochodzili, w wiosce Noritake, niedaleko Nagoi, była glina – świetnie nadająca się do produkcji porcelany. W 1904 r. powstała tam fabryka. Bracia Morimura chcieli wejść na ekskluzywne stoły Ameryki, do drogich hoteli i bogatych domów, szukali więc nazwiska, które przyciągnęłoby uwagę bogatej klienteli. Helena Modrzejewska była wtedy sławna i znali ją dobrze ci, którzy mieli stać się klientami firmy Noritake. Dlatego to ją poproszono o użyczenie nazwiska dla jednej z pierwszych serii porcelany. Za reklamę nie dostawało się wówczas pieniędzy, ale Modrzejewska chętnie sygnowała swoim nazwiskiem różne produkty, bo uważała, że reklama działa w dwie strony.



NORITAKE

Jewel of the Orient



BOB PAGE
DALE FREDERIKSEN
DEAN SIX

WITH
PRICE GUIDE



Illustration 1.14

These are the Norlake dinnerware patterns marketed by Larkin Co.

- A. Azuleia (1915-1942) B. Barncliffe (1926-27)
C. Linden (1937-40) D. Modjeska (1930-37)
E. Raised Gold-42200 (1930-40) F. Savoy (1926)
G. Tree in the Meadow (Sonic) (1927-32)
H. Sheridan (1926-34)

Larkin Co. Sales at the most successful period

1917	\$21,701,500
1919	\$20,831,000
1920	\$22,000,000
1921	\$13,250,000
1922	\$14,304,000
1923	\$17,602,000
1927	\$14,980,000

John Larkin died in 1926 leaving an estate of \$5.7 million to his four children. Times changed, with automobiles and highways making mail order shopping less essential. The Larkin company reorganized in 1941 and ceased production of soap and most products. It continued to operate on a much smaller scale, selling the products of others into the 1960s.

For additional reading see *Larkin China* by Walter Ayers whose work was used in drafting this section.



Illustration 1.15

This page from a 1930s Larkin catalog is an example of the type of promotion the company consistently circulated. The lure to start a Larkin Club was the benefits to secretaries in products and premiums.



D - „Modjeska”

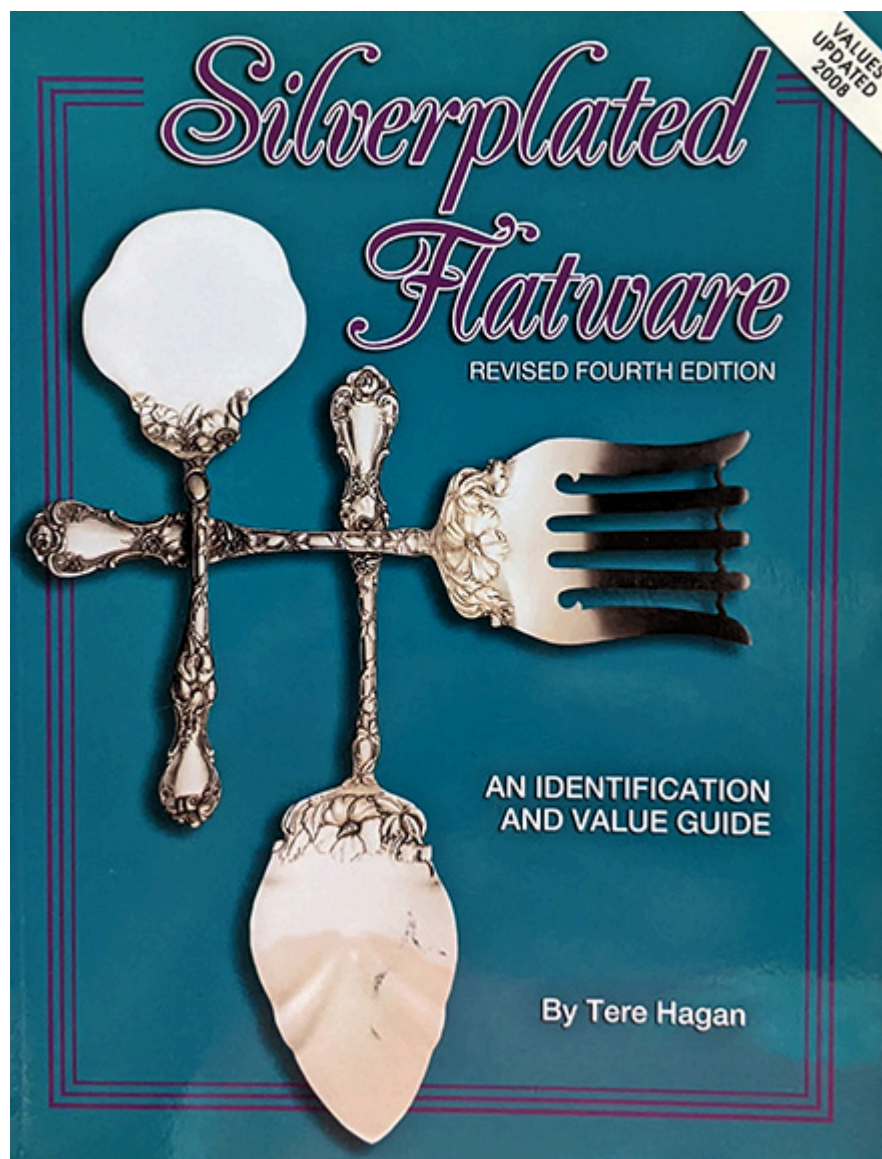
✱

Na początku porcelana była malowana ręcznie i zdobiona prawdziwym złotem. Tak jest też w przypadku wzoru „Modjeska”. Seria była limitowana. „Modjeska” produkowana była od 1904 r. do 1917. r.

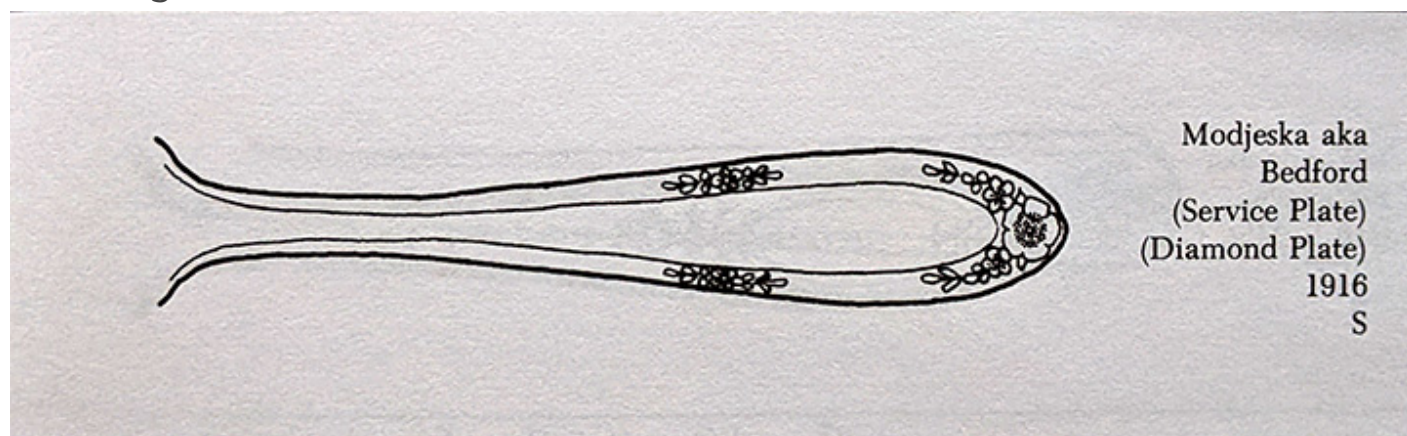


Firma Noritake, zdobywszy rynek USA, od początku lat 20. XX wieku zrestrukturyzowała swoją fabrykę i przeszła na masową produkcję porcelany dobrej jakości, ale dużo tańszej, która podbiła światowe rynki.

Wzór „Modjeska” jest więc reliktem, który zachował się w domach. W USA nie było wojen, tak jak w Europie, gdzie ludzie tracili wszystko, dlatego do dziś porcelana ta pojawia się na aukcjach i świadczy o tym, jak wysoką pozycję zajmowała aktorka w ówczesnej Ameryce.



Katalog sztućców



Wzór „Modjeska” w katalogu

Po wypuszczeniu na rynek serii „Modjeska” firma Oneida Community, stworzyła pasujący komplet srebrnych

sztuńców. Firma pochodziła z okolic Bostonu. Tam wówczas wydobywano srebro i powstawało wiele firm produkujących srebrne wyroby.

Inną wielką firmą, której nazwisko używała Helena Modrzejewska była firma Larkin z Buffalo. Założyciel firmy, John Durant Larkin zaczął od produkcji mydła w 1875 r. Potem jego firma rozwinęła się w jedną z najpotężniejszych firm wysyłkowych w USA. Dzięki wydawanym przez nią katalogom, klienci z najodleglejszych zakątków Ameryki mogli zamawiać towary korespondencyjnie. Larkin wysyłał prawie wszystko, od ciężkich mebli i dywanów, po delikatną ceramikę, ubrania i kosmetyki. W 1901 r. Larkin zbudował w Bufflo okazały budynek na Wystwę Światową, aby móc odpowiednio zaprezentować swoje towary. W 1903 roku Frank Lloyd Wright zaprojektował kolejny budynek dla firmy Larkin w Buffalo (Larkin Soap Company), który został oddany do użytku w 1906 r.

Firma stworzyła system premii, za każdy kupiony produkt otrzymywało się punkty, co zachęcało do dalszych zakupów. Larkin rozwijał się w wielkim tempie, w 1917 r. wydał 1.25 mln dolarów na reklamę, co było wówczas fortuną.

Helena Modrzejewska była twarzą firmy, reklamowała mydło, wiele kosmetyków oraz perfumy, jej wizerunek ozdabiał eleganckie pudełeczka i docierał do najdalszych zakątków

Ameryki.



1904 r.

W 1912 roku po raz pierwszy w katalogu firmy Larkin pojawiła się porcelana Noritake, wzór „Modjeska”. Seria ta pojawiała się też w kolejnych katalogach w latach 20. XX w., a na jesień/zimę 1929/1930 została opisana jako „czarujący wzór”. W 1933 r. „Modjeska” była najważniejszym produktem Noritake w katalogu Larkin.



Fotografia pochodzi z książki „Noritake. Jewel of the Orient”
 Z okazji Bożego Narodzenia 1935 r. firma Larkin wydała
 specjalny katalog, w którym oferowała do sprzedaży zarówno
 porcelanę, jak i całą serię kosmetyków „Modjeska”.

*

G a l e r i a

Porcelana Noritake i srebrne sztucze Oneida Community „Modjeska”

- zbiory własne



Waza do zupy



Waza do zupy z łyżką wazową



Sosjerka z łyżeczką do sosów



Zestaw obiadowy - talerz do zupy, talerz na drugie danie i talerzyk deserowy



Duży półmisek do podawania



Talerz z rączkami do podawania



Owalna misa z rączkami do podawania







Maselniczka z porcelanowa wkładką z dziurkami. Na dno wlewano zimną wodę.



Mała taca z nóżką na ciasteczka



Mały talerzyk z rączką na owoce





Zestaw obiadowy srebrnych sztućców Oneida Community
„Modjeska”



Zestaw srebrnych sztućców Oneida Community „Modjeska” do podawania









Zobacz też:

Porcelana Modjeska i inne reklamy

Porcelana Modjeska i inne reklamy

Joanna Sokołowska-Gwizdka (*Austin, Teksas*)

Film o Helenie Modrzejewskiej i mojej małej kolekcji przedmiotów, które reklamowała artystka

Zbliżają się Święta Bożego Narodzenia. Jest to czas, kiedy wyciągam 100-letnią porcelanę i równie historyczne srebrne sztucce firmowane przez Helenę Modrzejewską - szekspirowską gwiazdę, która podbiła serca Amerykanów i stała się XIX-wieczną celebrytką. Gdy się się mieszka na emigracji, daleko od rodziny, swoich korzeni i pamiątek rodzinnych, takie przedmioty, jak porcelana czy srebra Modjeska na świątecznym stole mają nie tylko wartość historyczną, ale i duże, sentymentalne znaczenie.

W II poł. XIX w. w Nowym Jorku działał Warehouse, założony w 1876 r. i prowadzony przez Japończyków - braci Morimura. Ich firma handlowa sprowadzała głównie porcelanę, ale też papierowe lampiony i różne upominki. Mieli dobrze opanowany rynek. Pod koniec XIX w. stwierdzili, że mogliby sami

produkować porcelanę, a nie ja tylko sprowadzać, tym bardziej, że tam skąd pochodzili, w wiosce Noritake, niedaleko Nagoi w Japonii, była glina, nadająca się do produkcji porcelany. W 1904 r. powstała więc tam fabryka. Bracia Morimura chcieli wejść na ekskluzywne stoły Ameryki, do drogich hoteli i bogatych domów.

Zanim zaczęli produkcję, szukali nazwiska, które przyciągnęłoby uwagę bogatej klienteli. Wtedy Modrzejewska była bardzo sławna i znali ją dobrze ci, którzy mieli stać się klientami firmy Noritake. Bracia Morimura zwrócili się do Modrzejewskiej z prośbą o użyczenie nazwiska. Ta powiedziała, zgoda, ale wzór musi mi się podobać. No i wianuszki z kwiatków ze złotą obwódką, jak widać zaakceptowała.

Wtedy za reklamę nie płacono. Ale Modrzejewska chętnie sygnowała nazwiskiem różne produkty (zgodne z jej gustem), bo uważała, że dla niej to też reklama.

Pierwsza seria Noritake sygnowana była nazwiskiem Modrzejewskiej. Nazwisko gwiazdy miało otworzyć firmie drzwi w Ameryce. Na początku porcelana była malowana ręcznie i zdobiona prawdziwym złotem. Tak jest w przypadku serii Modjeska. Seria była limitowana. Porcelana Modjeska produkowana od 1904 r. do 1917. r. (Modrzejewska zmarła w 1909 r.)

W 1917 roku firma Larkin, produkująca kosmetyki, również sygnowane nazwiskiem Modrzejewskiej, na Boże Narodzenie opublikowała katalog i zachęcała do kupowania – porcelany i kosmetyków razem. Firma Noritake, zdobywszy rynek USA, od początku lat 20. XX wieku zrestrukturyzowała swoją fabrykę i przeszła na masową produkcję porcelany dobrej jakości, ale dużo tańszej, która podbiła światowe rynki.

Porcelana Modjeska jest więc reliktem, który zachował się w domach. W USA nie było takich wojen, jak w Europie, gdzie ludzie tracili wszystko, dlatego do dziś pojawia się na aukcjach i świadczy o tym, jak wysoką pozycję zajmowała aktorka w ówczesnym społeczeństwie.

*



*

Książkę można kupić na Amazon:

<https://bit.ly/ModjeskaBook>

*

GALERIA



Kolekcja własna przedmiotów związanych z Heleną Modrzejewską, wieczór autorski w Galerii Ryszarda Drucha w Trenton, NJ, fot., Jacek Gwizdka



Kolekcja własna przedmiotów związanych z Heleną Modrzejewską, fot. Jacek Gwizdka



Kolekcja własna przedmiotów związanych z Heleną Modrzejewską, fot. Jacek Gwizdka



Porcelana Modjeska, kolekcja własna, fot. Jacek Gwizdka







MADE IN JAPAN

MODJESKA
U.S. DESIGN PAT.
APPLIED FOR



Talcums

Baby Talcum
LARKIN CO. INC. BUFFALO, U.S.A.

MODJESKA TALCUM
WEIGHT 3 OZ.
LARKIN CO. INC. BUFFALO, U.S.A.

LARKIN VIOLET TALCUM
WEIGHT 3 OZ.
LARKIN CO. INC. BUFFALO, U.S.A.

LARKIN ROSE TALCUM
WEIGHT 3 OZ.
LARKIN CO. INC. BUFFALO, U.S.A.

Larkin Orange Blossom Talcum
LARKIN CO. INC. BUFFALO, U.S.A.

3-oz. sifter-top can,
25c with PREMIUM
Mailing weight 5 oz.

Baby, Modjeska, Violet, Rose, Orange Blossom
Soft, velvety, and absorbent Larkin Talcum Powders bring comfort the year 'round. Cool and refreshing as body dusting powder. Compounded from the purest talcum and boric acid. Five odors to suit individual tastes.
Orange Blossom Talcum, perfumed with the fragrance of real Orange Blossoms, is especially recommended because of its exquisite odor. Larkin Baby Talcum is especially fine for babies' use. It has just a faint touch of delicate fragrance.

LARKIN PRODUCTS TOILET PREPARATIONS

M. 3C 1925 3

XIX wieczna reklama kosmetyków, kolekcja własna, fot. Jacek Gwizdka



Opakowania po kosmetykach Modjeska, kolekcja własna, fot. Jacek Gwizdka