

Blått på hvitt

*Fleksible fortolkninger av blå-hvit
dekortradisjon i servisedesign ved
Porsgrunds Porselænsfabrik*

Peder Valle



Masteroppgave i kunsthistorie
Institutt for filosofi, idé- og kunsthistorie og klassiske språk
Humanistisk fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

Våren 2012

© Peder Valle 2012

Blått på hvitt – fleksible fortolkninger av blå-hvit dekortradisjon i servisedesign ved
Porsgrunds Porselænsfabrik

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Hva er ”blå-hvitt porselen”? Og hva kan produksjonen av blå-hvitt – blådekorert – porselen ved en *norsk* porselensfabrikk – Porsgrunds Porselænsfabrik – fortelle om det dynamiske forholdet mellom tradisjon og fortolkning som preger denne velkjente dekortypen?

Disse er blant spørsmålene jeg forsøker å besvare i min oppgave om fleksibel fortolkning av blå-hvit dekortradisjon i servisedesign for Porsgrunds Porselænsfabrik. Tradisjonen med å dekorere porselen i blått kan spores mange århundrer tilbake i kinesisk keramisk historie, og får for alvor sitt kulturelle fotfeste i Vesten gjennom importert og senere egenprodusert europeisk porselen. Det lett gjenkjennelige blå-hvite dekoruttrykket skaper en *type*, en kategori innen porselensdekor som blir fremtredende i kontinentale fabrikkers produksjon, og når Porsgrund som eneste norske porselensfabrikk begynner sin fremstilling i 1887, er blå-hvitt solid representert.

I fire kasusstudier ser jeg nærmere på et utvalg blå-hvite servisedekorer fra Porsgrund (PP) helt fra starten og frem til idag, for å undersøke hvordan idéen om det blå-hvite porselenet er blitt oppfattet, fortolket, tilpasset og anvendt i servisedesign ved en tradisjonell norsk kunstindustriell bedrift. Blå-hvit dekor er et bindeledd til kontinental porselenskultur og tradisjon, men eksemplene viser at dekoren også har potensial til å uttrykke noe nasjonalt og nordisk, noe essensialistisk rent og riktig, historisk og samtidig evig aktuelt – og populært. Jeg bruker begrepene *appropriering* og *fortolkningsmessig fleksibilitet* for å sette fingeren på hvordan det blå-hvites skikkelse og kjennemerker og kulturelle profil blir gjenstand for gjen tatt fortolkning, tillempelse og formidling, såvel i nye blådekorerte produkter som i fornyet oppfatning av gamle dekorer – PPs håndmalte *Strå*, i kontinuerlig produksjon siden starten, er et godt eksempel i denne sammenheng.

Samtidig har jeg ønsket å sette PP-dekorene i en bredere kontekst, og med bruk av kilder fra medienes, litteraturens og kulturhistoriens verden viser jeg at det blå-hvite porselenet i stor grad også er et *kulturelt* produkt, en idé, som servisedekorene står i et forhold til. Historien om blå-hvitt fra Porsgrund er en historie om et ofte oversett emne med interessante og uventede designhistoriske implikasjoner, et annerledes dypdykk i en velkjent gjenstandskategori og et stykke norsk (og samtidig internasjonal) kunstindustriell historie.

Til Bestemor

-

*som gav meg mitt første stykke Porsgrund-porselen,
en stråmønstret skål (uten kopp)*

-

her kan du se hva du satte igang

Forord – tanker og takksigelser

Når dette skrives, slutfører jeg et skrivearbeide som naturlig nok vil bære mitt navn, men som like fullt er et resultat av den veiledning og velvilje, hjelp og støtte, råd og vink, interesse og oppmuntring som er blitt meg til del underveis i mitt arbeide med oppgaven. Til flere ønsker jeg derfor å rette en stor og uforbeholden takk.

Først og fremst gjelder dette min veileder Kjetil Fallan. Kjetil, dine konstruktive kommentarer, din samvittighetsfulle oppfølging og verdifulle faglige innsikt har vært helt grunnleggende, og har betydd like mye for meg som din stoiske ro og oppriktige entusiasme for – og tro på – prosjektet mitt, hele veien. Hjertelig takk.

Derneft vil jeg takke teamet ved Porsgrunds Porselænsfabrik, og da spesielt designer Trond Hansen, for nyttige samtaler og hjelp med mange små og store detaljer og formaliteter. Denne oppgaven springer ut av en sterk interesse for PPs historie og betydning som norsk kunstindustribedrift, samt en visshet om dette feltets mange uutforskede emner og vinklinger som forhåpentlig vil bli behandlet i fremtiden. Her har vi en jobb å gjøre.

Videre har jeg hatt stor glede og nytte av kontakten med personer som ikke lenger er tilknyttet PP, men som har delt minner og tanker, inntrykk og erfaringer med meg og således muliggjort detaljerte innblikk i – og dermed en grundigere forståelse av – design, drift og daglig virke ved porselensfabrikken de siste femti år. Takk til Ragnhild Wik for spennende innblikk i designprosessen rundt *Maxi-/MiniStrå*; takk til Grete Rønning, som viet meg en dag med hyggelig samtale og studier av gjenstander og annet privat arkivmateriale; ikke minst en stor takk til tidl. markedssjef Kjell Egil Larsen, som tålmodig og med interesse har besvart alle mine spørsmål og hjulpet meg å få klarhet i forhold som kildene ikke dekker.

Denne oppgaven kunne ikke vært skrevet på en fullgod måte uten tilgang til det rike materialet i PP-samlingen og –arkivet som i fjor (2011) ble overtatt av Telemark Museum. Arkivar Kirsten Tangen og konservator Aasmund Beier-Fangen lot meg generøst få tilgang til den store mengden (ennå ukatalogisert) materiale og stilte sin tid, oppmerksomhet og kunnskap til disposisjon for meg i tre dager; for dette skylder jeg dere – og museet – en stor takk.

En sentral inspirasjon i arbeidet har vært gjenstandene selv, og deres tilstedeværelse i oppgaven er besørget gjennom billedvedleggets nær seksti figurer. Takk til Nasjonalmuseet for lån av bilder, og en spesiell takk til konservator Merle Strätling som hjalp meg med bildet av Henrik Bulls drageornament. Takk til Asker Museum v/ museumsbestyrer Fredrikke Hegnar von Ubisch, som gav meg tilgang til å studere Hulda og Arne Garborgs *Blaaveis*-service

og lot meg få fotografere dette uttalt *norske* mønstret i rammen av *Labråtens* rendyrket nasjonale interiører. Bilder har jeg også fått låne av Porsgrund, Meissen, Royal Copenhagen og Victoria & Albert Museum, dessuten har Telemark Museum generøst latt meg velge ut gjenstander for fotografering; en stor takk til alle. En varm takk til Susann Holmberg, som med sin tid og sine fotoferdigheter har hjulpet meg å skaffe til veie bilder jeg ellers hadde måttet klare meg uten – det flotte resultatet taler for seg selv.

Takk til Natalia Evseeva, som med masteroppgaven om Henrik Bull trygt i havn tok seg tid til å studere Bulls dragedekorer sammen med meg og bidrog med sin rike detaljkunnskap om Bulls ornamentikk og motivbruk i arbeider fra tiden før og rundt århundreskiftet. Bildene av Bulls arkitekttegninger er gjengitt med Natalias samtykke.

En stor takk til venner, familie og andre som har vist interesse for oppgaven og emnet: deres spørsmål og oppmerksomhet har betydd svært mye for min motivasjon i arbeidet og har gitt meg mange velkomne muligheter til å utbrodere oppgaverelaterte problemstillinger i hyggelig selskap – jeg frykter å tidvis ha drevet rovdrift på både deres oppriktige og deres høflige interesse. Takk til Lise; våre mange små kaffeavtaler og fagdiskusjoner har utvilsomt medvirket til å holde meg gående gjennom skriveprosessen og –arbeidet.

Sist, men ikke minst: en varm takk til mine foreldre, som har utvist stor tålmodighet og utholdenhet gjennom halvannet år med blått og hvitt og vidløftige teoretiske refleksjoner over frokostbordet, og som formodentlig gleder seg like mye til innlevering som jeg gjør selv; jeg kunne ikke gjort dette uten deres støtte og omtanke. Tusen takk.

Peder Valle

Mai 2012

Innholdsfortegnelse

Forord	V
Innholdsfortegnelse	VII
1. Innledning	1
1.1. Blått på <i>what?</i> Oppgavens tema og problemstilling.....	1
1.2. Hvorfor og hvordan? Tematikk, avgrensning og eksisterende forskning.....	2
1.3. Kildebruk: vurdering og kritikk.....	4
1.4. Teoretisk plattform og begrepsbruk.....	7
1.5. Oppgavens struktur.....	10
2. Fra Jingdezhen til Porsgrund: et porselenshistorisk riss	11
2.1. Porselen – en kinesisk ”oppfinnelse”.....	11
2.2. Meissen – Europas første virkelige porselen.....	13
2.3. Den Kgl. Porcelainsfabrik og ”københavnerporselenet”.....	15
2.4. Stråmønster, svibelmønster og arven fra Meissen og København.....	16
2.5. Porselensfabrikken i Porsgrunn.....	18
3. Konstruerte klassikere: <i>Strå</i> og <i>Svibel</i>	21
3.1. ”Meissener & Kjöbenhavns Mönster”.....	21
3.2. Strå-mönstret seiersgang – fra bruksporselen til designklassiker.....	25
3.3. ”Romantisk i rococco” – <i>Bogstad Strå</i> og nostalgis retorikk.....	29
3.4. Klassikerne – med historiens trumfkort i hånd.....	31
4. I nasjonens tjeneste: <i>Blaaveis</i> og <i>Drage</i>	33
4.1. Kunstindustri og kunstnerreform.....	33
4.2. ”Vore to Porcelænsfabrikker har aldrig offret det en Tanke”.....	34
4.3. Blå-hvite bevegelser, japonisme og ”chinamania”.....	39
4.4. Munthe, kunsten og hjemmet.....	40
4.5. Norsk mønster – en saga ”blått”.....	43
5. Blomstrende nyskapning: <i>Marguerite</i> og <i>Blå rose</i>	45
5.1. Ny tid – nye utfordringer.....	45
5.2. <i>Marguerite</i> – tekstilkunstnerens blomstrende blå.....	46
5.3. <i>Bogstad Blå rose</i> – en ny gammel kjenning.....	50
5.4. Noe gammelt, noe nytt, noe lånt, noe blått.....	54

6.	Ringen sluttet: <i>MaxiStrå</i> og <i>MiniStrå</i>.....	57
6.1.	Med Porsgrund inn i et nytt årtusen.....	57
6.2.	<i>MaxiStrå</i> og <i>MiniStrå</i> – med skråblikk på tradisjonen.....	57
6.3.	Designprosessen: hvordan skape en folkefavoritt.....	61
6.4.	Blue is the new black (eller var det motsatt?).....	62
6.5.	Sitatbruk i ny design – lånte fjær eller <i>blåkopi</i> ?.....	64
6.6.	Gamle strå – nye perspektiver.....	67
7.	Blått på hvitt: kulturell kode/kulturell kapital.....	69
7.1.	Tradisjon – assosiasjon – appropriasjon.....	69
7.2.	Blå-hvitt; bramfritt – porselensfarvens edle nødtørftighet.....	69
7.3.	Én gang blått, alltid blått.....	75
7.4.	Blått porselen – blått blod.....	77
7.5.	Konklusjon og avsluttende bemerkninger.....	82
	Litteraturliste.....	86
	Illustrasjonsliste.....	92
	Illustrasjoner.....	95

1. Innledning

1.1. Blått på *what*? Oppgavens tema og problemstilling

Blådekorert – blå-hvitt – porselen er ikke først og fremst et norsk fenomen. Likevel har blå-hvitt porselen vært fremstilt uten opphold i Norge like lenge som norsk porselensindustri har eksistert. Ei heller er blå-hvitt et opprinnelig europeisk eller for den saks skyld vestlig fenomen, selv om det blådekorerte porselenet har og har hatt en rolle i vestlig og europeisk kulturhistorie som knapt kan overvurderes. Helt siden blå-hvitt kinesisk porselen ble kjent i Europa på 1500- og 1600-tallet, har det lett gjenkjennelige uttrykket – blå dekor mot hvit bunn – øvet sterk innflydelse på Vestens keramiske kultur og tradisjon og har inntatt en solid posisjon i vestlig dekorativ estetikk som noe selvstendig og selvrefererende, på samme tid synonymt med porselenet selv og likevel i stand til å overskride denne materielle tilknytningen uten å miste sin mening. Den store mengden blå-hvit fajanse og proto-porselen¹ – og senere *ekte* porselen – som har vært fremstilt i Europa forteller om en opplevet forbindelse mellom blå dekor og porselenets egenart, samt et klart ønske om å knytte an til denne egenart for på denne måten å innpode et stykke av det kinesiske porselenets troverdighet i de europeiske varenes utseende. Blå-hvitt har helt siden 1700-tallet hatt en sterk og selvsagt stilling i europeisk porselens- og fajanseindustri, og er, som vi skal se, godt representert når Porsgrunds Porselænsfabrik (PP) starter sin virksomhet i 1887.

Gjennom Porsgrunds 125 år lange produksjonshistorie har blå-hvitt porselen vært kontinuerlig fremstilt. Bak denne sannheten skjuler det seg imidlertid en adskillig mindre statisk virkelighet: bestanden av blå-hvitt ved PP har i over hundre år vært gjenstand for stadig fornyelse og fortolkning i nye dekorer og uttrykk, samtidig som gamle salgssuksesser er blitt tilpasset nye former og stilimpulser og – som i tilfellet *Strå* – omprofilert og tilrettelagt for ny forståelse av en gammel dekor. Hensikten med denne oppgaven er derfor å undersøke hvordan den blå-hvite dekortradisjonen er blitt fortolket, tilegnet og anvendt i servisedesign ved Porsgrunds Porselænsfabrik, og dette er oppgavens overordnede problemstilling. Gjennom fire kasusstudier, som hver behandler to servisedekorer, ser jeg nærmere på et utvalg blå-hvite dekorer som illustrerer ulike tilnærminger til den høyt aktede blå-hvite porselenstradisjonen. Jeg vil vise at idéen om det blå-hvite porselenet har vært tillempet og anvendeliggjort i møte med nye situasjoner og markedsmessige behov, og følgelig er én delproblemstilling å under-

¹ Med 'proto-porselen' sikter jeg her til de keramiske resultatene av europeernes iherdige forsøk på å fremstille ekte høybrent porselen etter kinesisk mønster, typisk eksemplifisert med såkalt "bløtt porselen", se kapittel 2.1 og 2.2.

søke på hvilken måte den blå-hvite tradisjonen er søkt tilpasset nye sammenhenger for å gi mening; hvordan gjøres idéen om det blå-hvite forenlig med nytt tankegods?

Kasusstudiene synliggjør samtidig at idéen om det blå-hvite langt fra er entydig; tross dets lett gjenkjennelige skikkelse, vekker dette dekoruttrykket et svært sammensatt meningsinnhold som peker tilbake på ulike historiske, sosiokulturelle og økonomiske forhold knyttet til den blå porselensdekorens kulturelle status i Vesten og Europa generelt – og i Norden spesielt. Dette meningsinnholdet påvirker hvordan blå-hvitt blir oppfattet og vurdert, men blir i sin tur også formet og påvirket når det blå-hvite dekoruttrykket tilpasses ny bruk og nye sammenhenger. En delproblemstilling er derfor å se nærmere på hvilke kvaliteter som tilkjennes det blå-hvite porselenet, og hvordan dette videre har påvirket forståelsen av blå-hvitt. I oppgavens siste del drøfter jeg disse kvalitetene på tvers av og utover kasusstudiene og belyser funnene med relevante eksempler og kilder for å skissere betydningsbildet som er dekorenes kulturelle bakteppe. På denne måten forsøker jeg å sette de blå-hvite servisedekorene fra PP inn i en større kultur- og designhistorisk kontekst, og bygge en bedre forståelse av Porsgrunds plass i spenningsfeltet mellom kontinental porselenstradisjon og det norske hjemmemarked.

1.2. Hvorfor og hvordan? Tematikk, avgrensning og eksisterende forskning

Hvorfor er det interessant å studere blå-hvite servisedekorer fra Porsgrunds Porselænsfabrik? Den blå-hvite porselenstradisjonen er, som påpekt innledningsvis, et ingenlunde *norsk* fenomen. Like fullt fremgår det av den historiske fremstillingen at denne tradisjonen har stått sterkt i særlig tysk og dansk porselensproduksjon, størrelser som begge har vært førende i den porselenskulturen hvor Porsgrund ble etablert i 1880-årene – vi skal se eksempler på at den unge fabrikken bevisst markedsfører sin tilknytning til arven fra de tradisjonsrike kontinentale fabrikkene. *Blå-hvitt* porselen fra en *norsk* porselensfabrikk utgjør med andre ord et lite paradoks – en spenning – som treffende illustrerer hvilken rolle en tradisjonell kunstindustriell bedrift som Porsgrund innehar som såkalt ”provinsiell” aktør i et internasjonalt perspektiv. Konvensjonell historieskrivning har tendert mot å neglisjere disse aktørenes virksomhet og tildele dem en passiv og perifer rolle i en avantgardefiksert og – for å parafrasere Hazel Conway – *heroiserende* historiefremstilling.² Denne tendensen til *marginalisering* av andre land, kulturer og problemstillinger til fordel for de tradisjonelt sett mektigste vestlige industri- og kolonimaktene ble påpekt av Tony Fry i *Design Issues* i 1989, og har medført en økt bevissthet rundt globale og regionale spørsmål og kritikk av sentrum-periferi-modeller i design-

² Hazel Conway, ”Design History Basics”, i Hazel Conway (red.), *Design History: A Student’s Handbook* (London: Harper Collins, 1987), 9.

historieskrivningen.³ I Norge har imidlertid Porsgrund vært ”storebror” blant de relativt få norske produsentene, som foruten PP kun teller Egersunds Fayancefabrik, Figgjo Fajanse og Stavan-gerflint.⁴ Porsgrund har vært og er eneste norske produsent av høybrent feltspatporselen, og dette er vesentlig siden det er denne porselenskvaliteten som teknisk sett ligger den kinesiske nærmest og som var det egentlige siktemål for mange års keramiske eksperimenter i Europa. Produksjonen av blå-hvitt porselen ved PP gir derfor en spennende mulighet til å studere hvordan et talende stykke internasjonal porselenskultur i ”beste” kontinentale tradisjon er blitt forvaltet og formidlet av en norsk fabrikk, omsatt til norske forhold og kondisjonert for et norsk marked.

Innenfor rammen av ’blå-hvitt’ og ’Porsgrund’ har dermed oppgaven funnet sin primære avgrensning. Når jeg utover dette snevrer inn utvalget til fire dekorpar, skyldes dette først og fremst et ønske om å belyse problemstillingen med de mest hensiktsmessige og best egnede eksemplene, dernest at en fullstendig redegjørelse for samtlige blå-hvite dekorere fra PP ville bli unødig omfattende og detaljorientert for formålet. De utvalgte dekorene er hentet fra ulike perioder i PPs historie; dette er ikke motivert av noe forsøk på å lese noen slags ”utvikling” inn i dekortypen, men snarere demonstrere denne typens *stabilitet* overfor ulike designideologiske holdepunkter og strategier. Porsgrunds Porselænsfabriks historie strekker seg over drøyt 120 år og kasusstudiene gjenspeiler således også skiftende tendenser som har påvirket produksjonen – generelt og av blå-hvitt spesielt. Hva angår termen ’blå-hvit’, er den bevisst valgt for å betegne dualiteten i dekoruttrykket – *blå* dekor på *hvit* bunn – samt å skille det fra betegnelsen ’blåhvitt’ i betydningen blåaktig hvitt; i engelskspråklig litteratur brukes til sammenligning ofte ’blue-and-white’. Videre anser jeg betegnelsen ’blå-hvit’ å treffe fellesnevneren i de blå dekorene, enten de er malt, trykket eller sprøytet.

Kildesituasjonen preges av at litteraturen om Porsgrund er begrenset (skjønt det nok er skrevet mer om Porsgrund enn om de ovennevnte norske konkurrenter). Blant det som er skrevet, er det strengt tatt kun én bok som inntar et vitenskapelig og faglig analytisk perspektiv: Alf Bøes bedriftshistorie fra 1967, som jeg vil referere hyppig. Boken er grundig og samvittighetsfullt skrevet, men fremstår likevel noe tilårskommen 45 år senere; dette skyldes ikke minst dens sterke pro-modernistiske slagside, som må sees i lys av Bøes faglige ståsted og særlig hans direktørverv i Landsforbundet Norsk Brukskunst og Norsk Designcentrum i tiden rundt og etter at boken kom ut. Uansett danner boken et godt fundament for å forstå hovedut-

³ Tony Fry, ”A Geography of Power: Design History and Marginality”, i *Design Issues*, vol. 6 nr. 1 (1989): 15-30.

⁴ Dette forholdet bekreftes, bokstavelig talt, i kapitlet ”Rival og storebror” fra Ulf-E. Rosenberg og Mari Simonsen Espedal (red.), *Figgjo: formet av entusiasme gjennom 60 år. 1941-2001* (Figgjo: Figgjo AS, 2001), 103-7.

viklingen i PPs historie, og savner dessverre sin like for tiden etter 1967. Bøe reflekterer imidlertid ikke over PPs kontinuerlige produksjon av blå-hvitt; der blå-hvite servisedekorer faktisk nevnes, er det kun i forbifarten, rent overfladisk, som del av en bredere gjennomgang. Iøynefallende er det derfor når Bøe inkluderer et vesentlig stykke blå-hvit bakgrunnshistorie i sin beskrivelse av underglasurteknikken som lå til grunn for Kunstavdelings opprettelse i 1901:

En vesentlig årsak til den begeistring Københavnerporselenet vakte ved slutten av forrige hundreår, var at man nå følte det som om selve porselenets fineste egenskaper igjen var kommet til sin rett. Ganske sikkert var det ingen tilfeldighet at samlere på denne tid også fikk ny interesse for det blå og hvite kinesiske porselen [...] Skjønnånder som Oscar Wilde og James McNeill Whistler [sic] gikk i spissen, fascinert av den sobre enkelhet i den blå underglasurdekoren, som lot både skjerven og den klare glasur komme til sin fulle rett i samspill med dekoren.⁵

Kunstavdelingen ved PP, også kalt "Underglasuren", fremstilte utelukkende prydporselen etter dansk forbilde (se kapittel 2.3), og disse produktene faller derfor utenfor denne oppgavens tematiske ramme, til tross for at blått var en dominerende dekorfarve også der. At Bøe har latt være å trekke inn den fortsatte praksis med underglasurmalt blå servisedekor, finner jeg umotivert og underlig. Det er i det hele tatt påfallende at Bøe ikke setter de blå-hvite PP-dekorene i noen slags sammenheng. Den eneste som peker på en selvstendig tradisjon for blå-hvitt ved PP er Johanne Huitfeldt, men dette har like fullt en mindre rolle i hennes bok om keramisk blåmaleri, *Blått som havet*, utgitt i 1997 til Kunstindustrimuseets utstilling med samme navn.⁶ Det skulle således synes å være plass for en kritisk undersøkelse av PPs blå-hvite servisedekorer.

1.3. Kildebruk: vurdering og kritikk

Som allerede nevnt, er litteraturen om Porsgrund som helhet betraktet både begrenset og relativt unyansert. Denne oppgaven er derfor ment som et *bidrag* til PP-litteraturen snarere enn en kommentar til den, i den hensikt å utvide litteraturens spennvidde og nedslagsfelt og forhåpentlig også styrke dens faglige relevans. Følgelig har det vært nødvendig og viktig å forfølge original- og primærkilder der dette har vært mulig, og i dette arbeidet har PP-samlingen og bedriftsarkivet, som nylig (2011) ble overtatt av Telemark Museum, vært et svært viktig kildegrunnlag. Særlig har fabrikkens brosjyre- og katalogmateriell vært nyttig i hva det kan fortelle om Porsgrunds profilering av produktene gjennom ord og bilder; i tillegg bidrar omtaler fra aviser og ukepresse til å komplettere bildet og tar pulsen på hvordan de blå-hvite produktene er blitt fremstilt, vurdert og oppfattet. I kjølvannet av hva Grace Lees-Maffei har kalt

⁵ Alf Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965. Bedrift og produksjon gjennom åtti år* (Oslo: Johan Grundt Tanum, 1967), 137.

⁶ Johanne Huitfeldt, *Blått som havet. Keramisk blåmaleri fra Peking til Porsgrund* (Oslo: Huitfeldt, 1997), 110f.

”the consumption turn” i designhistoriefeltet i 1990-årene, er det i økende grad blitt viet større oppmerksomhet til forbrukersiden og dermed også til *medieringens* – formidlingens – rolle i å lade ting og produkter med betydning. ”To study mediation,” skriver hun,

is to study the phenomena that exist between production and consumption, as being fundamentally important in inscribing meanings for objects. [...] the mediation emphasis examines the extent to which mediating channels are themselves designed and therefore open to design historical analysis [...]⁷

Katalog-, brosjyre- og annonsemateriell er verdifulle bevis på aktiv bruk av mediering for å forme og konsolidere PP-produktenes budskap – eksempler finnes i samtlige kasusstudier.

En solid og viktig kilde til informasjon om fabrikkens eldste produksjon har vært PPs gamle priskuranter, som de finnes gjengitt i boken ”*Gammelt Porsgrund*” fra 1997 – en grundig bok som dog i hovedsak er rettet mot samlere.⁸ Videre har også direkte studier av gjenstandene i museums- og privatsamlinger gitt meg førstehånds erfaring med materialet, dekorernes beskaffenhet og estetiske virkning, og har kunnet kastet lys over konkrete problemer som teknikk og datering. Betydningen av å innlemme *ting* som kilder har vært kommentert av blant andre Steven Lubar og W. David Kingery, som minner om at motsetningen mellom skrevne og materielle kilder i stor grad er oppkonstruert og at gjenstander, som historisk materiale, kan gi argumentasjonen en særegen dybde som ikke uten videre er skrevne kilder forunt: ”Artifacts, especially when used in conjunction with the sorts of history gleaned from documentary sources, widen our view of history as they increase the evidence for historical interpretations.”⁹ Faren ved å overse gjenstandens materialitet og stole blindt på sekundærkilder har sjelden kommet tydeligere til uttrykk enn i Jeffrey Meikles overraskelse da han oppdaget at vekkerklokken han hadde beskrevet i sin bok *Twentieth Century Limited*, og som angivelig ble utformet med jerninnlegg i sokkelen for å svare til forbrukernes preferanse for en tyngre og stødigere vekkerklokke, faktisk var en anekdotisk bløff: klokken har intet jerninnlegg.¹⁰ Meikles opplevelse blir en brutal påminnelse om skriftlige og grafiske kilders utilstrekkelighet overfor gjenstandens materialitet, et poeng som understrekes av Beverly Lemire:

Students of material culture will encounter demands that push them beyond the written descriptions [...] In these cases, other skills must be acquired, demanding close observation and detailed comparisons of

⁷ Grace Lees-Maffei, ”The Production-Consumption-Mediation Paradigm”, i *Journal of Design History*, vol. 22 nr. 4 (2009), 365, 366.

⁸ Josef Halvorsen og Kjell Egil Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*” – *klenodier verdt å eie*, tilrettelagt av Harald Bache Bystrøm (Porsgrunn: Grenmar, 1997).

⁹ Steven Lubar og W. David Kingery, ”Introduction”, i Steven Lubar og W. David Kingery (red.), *History from Things. Essays on Material Culture* (Washington: Smithsonian Institution Press, 1993), ix.

¹⁰ Jeffrey L. Meikle, ”Material Virtues: on the Ideal and the Real in Design History”, i *Journal of Design History*, vol. 11 nr. 3 (1998).

like objects in order to understand the nature and characteristics of their topic [...] Reading cannot take the place of actual object study and digital equivalents do not suffice, however helpful.¹¹

Som kasusstudiene viser, har direkte gjenstandsundersøkelse flere steder kunnet styrke, supplere eller dementere skriftlige kilder; særlig har dette vært nyttig i forbindelse med den eldre produksjonen, hvor tilfanget av primærkilder ellers er begrenset.

Hva angår nyere tid og produksjon, har jeg kunnet trekke på verdifull kunnskap og opplysninger fra et knippe informanter som alle er eller har vært ansatt ved PP, og dette har vært et avgjørende verktøy der andre kilder kommer til kort. Bruk av muntlige kilder utgjør selvfølgelig en viss metodisk utfordring, siden informasjonen vanskelig kan etterprøves og ofte formes av selve intervjusituasjonen. Linda Sandino har bemerket at "...although memories are located in the individual's mind, particular circumstances are necessary in order for it, or them, to be revived. Remembering is active rather than passive".¹² Denne problematikken synliggjøres godt i Robert Proctors studie av to britiske arkitekters intervjusvar som kilde til kunnskap om opprinnelig arkitektonisk intensjon: foruten at de to opprinnelig samarbeidende arkitektene gjengav seg imellom motstridende beretninger, fant Proctor at arkitektenes svar i stor grad var formet av intervjusituasjonens tilbakeblikk, "...constructed within the culture of the architect's present".¹³ I denne sammenheng finner jeg det riktig å presisere at de muntlige kildene ikke utgjør mitt hovedmateriale. Opplysningene bygger på uformelle samtaler og er gjengitt med største overbevisning – eventuelle feil er naturligvis forfatterens egne.

Utover dette har jeg benyttet relevant faglitteratur, men også hentet nyttige bidrag utenfor faglitteraturens område; i jakten på det blå-hvite porselenets kulturelle status har skjønnlitteratur og andre tekster, som rådgivende husholdningslitteratur, vært aktuelle som *primærkilder*, simpelthen fordi de direkte eller indirekte setter ord på idéer, egenskaper og identitetsmerker som ellers ikke fanges opp fordi de befinner seg på et sosiokulturelt plan. Selv om avstanden mellom fag- og skjønnlitteratur kan synes stor (og farlig?), er det viktig å huske på at sannhetsgehalten til et gitt kulturelt fenomen ikke nødvendigvis svekkes av å bli brukt som litterært virkemiddel – snarere tvert imot. Historie er tross alt, i Hayden Whites ord, "...no less a form of fiction than the novel is a form of historical representation"¹⁴. Skjønnlit-

¹¹ Beverly Lemire, "Draping the body and dressing the home: the material culture of textiles and clothes in the Atlantic World, c. 1500-1800", i Karen Harvey (red.), *History and Material Culture: A student's guide to approaching alternative sources* (London: Routledge, 2009), 92.

¹² Linda Sandino, "Introduction. Oral Histories and Design: Objects and Subjects", i *Journal of Design History*, vol. 19 nr. 4 (2006), 278.

¹³ Robert Proctor, "The Architect's Intention: Interpreting Post-War Modernism through the Architect Interview", i *Journal of Design History*, vol. 19 nr. 4 (2006), 302.

¹⁴ Hayden White, "The Fictions of Factual Representation", i Angus Fletcher (red.), *The Literature of Fact* (New York: Columbia University Press, 1976), 23.

terære beskrivelser kan følgelig gi en god og langt på vei representativ pekepinn når det gjelder å ta pulsen på sosialt/kulturelt meningsinnhold, eksemplifisert med Johan Borgens selvbiografiske barndomsskildring (se kapittel 7.4). Likeledes gir rådgivende husholdningslitteratur (innredningsmanualer, husmorbøker og lignende) en verdifull og helt spesiell innsikt i hvilken smak som fremheves som forbilledlig – eller eventuelt det motsatte – samt hvilke argumenter som underbygger dette. Denne typen litteratur, skriver Grace Lees-Maffei, ”...is prepared by those in possession of a particular form of knowledge for those who consider themselves to be in need of it” og er derfor ”...a key tool for understanding recommended forms of design consumption”.¹⁵ Det retoriske bildet som preger disse bøkene er en viktig nøkkel til å nå de ideologiske motivene som ligger bak; dermed blir også konkrete referanser eller beskrivelser – for eksempel til/av blå-hvitt – talende kilder til forståelse av hvordan kulturelt idéinnhold domestiseres, eller ”hentes hjem”, og gjøres forenlig med bakenforliggende ideologi. På denne måten illustrerer eksemplet med denne litteraturen godt nytten av de to teoretiske begrepene *appropriering* og *fleksibel fortolkning*, som jeg vil forklare nærmere.

1.4. Teoretisk plattform og begrepsbruk

Ettersom hensikten med masteroppgaven er å drøfte blå-hvite servisedekorer fra Porsgrund som produkt av en mer eller mindre bevisst anknytning til eller bruk av den blå-hvite dekortradisjonen og den kulturelle myten omkring denne, er det fruktbart å ta utgangspunkt i begrepet *appropriering*. Grovt sett betegner dette prosessen hvori man aktivt tar til seg noe og gjør det til sitt eget, eller med andre ord at det tilpasses eksisterende strukturer for å gi mening. Forståelsen av begrepet bygger på Mikael Hårds og Andrew Jamisons karakteristik av prosessene hvori transformasjon og tilpasning muliggjør innlemmelsen av moderne teknologi og vitenskap i meningsbærende intellektuelle og kulturelle rammeverk; gjennom *appropriering* tilrettelegges for en meningsfylt forståelse av nytt idéinnhold.¹⁶ ”Cultural appropriation”, skriver forfatterne, ”is a process by which novelty is brought under human control; it is a matter of re-creating our societies and our selves so that new products and concepts make sense”.¹⁷ Betoningen av ’ny’ må imidlertid ikke fortolkes strengt og på denne måten begrense *approprierings*begrepets potensial, men snarere forstås i et relasjonelt perspektiv; i tilfellet blå-hvitt er det, som jeg vil vise, nettopp *tradisjonen* som danner grunnlaget for stadig ap-

¹⁵ Grace Lees-Maffei, ”From Service to Self-Service. Advice Literature as Design Discourse, 1920-1970”, i *Journal of Design History*, vol. 14 nr. 3 (2001), 189.

¹⁶ Se Mikael Hård og Andrew Jamison (red.), *The Intellectual Appropriation of Technology. Discourses on Modernity 1900-1939* (Cambridge: MIT Press, 1998) og Mikael Hård og Andrew Jamison (red.), *Hubris and Hybrids. A Cultural History of Technology and Science* (New York: Routledge, 2005).

¹⁷ Hård og Jamison, *Hubris and Hybrids*, 4.

propriering av blå-hvit dekor i nye uttrykk og sammenhenger. Møtet med blå-hvitt blir dermed ikke et møte med noe nytt i egentlig forstand, men med noe som har rot i en annen og historisk tid – hvilket gjenkaller David Lowenthals poeng i *The Past is a Foreign Country*: den implisitte distansen i vestlige samfunns moderne historiesyn har frembragt en idé om 'det historiske' som ikke er noen låst størrelse, men snarere et produkt av vår fortolkning og selektive bruk av fortidens kjennemerker. "The past thus conjured up is, to be sure, largely an artifact of the present," skriver Lowenthal, "[t]he past is a foreign country whose features is shaped by today's predilections [...]"¹⁸ Gjennom appropriering gis det blå-hvite dekoruttrykket fornyet mening og aktualitet, og dette gjelder såvel utviklingen av nye, blå-hvite dekorasjoner som det gjelder den endrede forståelsen av gamle bestående dekorasjoner som *Strå* (jfr. kapittel 3).

I tillegg demonstrerer de utvalgte dekorene den iøynefallende *bredden* i uttrykk og permutasjoner som positivt identifiseres som blå-hvite; hva skyldes det at dette enkle dekoruttrykket kan approprieres på så mange ulike måter og fremdeles gjenkjennes som blå-hvitt? Det er ikke tilstrekkelig å peke på at blått, som Michel Pastoureau skriver i boken *Blue: The History of a Color*, har vært Vestens ukronede favorittfarge fremfor noen siden 1700-tallet – selv om dette selvfølgelig i noen grad kan forklare blå-hvite dekorasjoners vedvarende popularitet.¹⁹ Anne Gerritsen mener at det blå-hvite kinesiske eksportporselenets utbredelse og popularitet skyldes dekoruttrykkets tilpasningsdyktighet og potensial for variasjon innenfor rammene av den blå-hvite "merkevarer".²⁰ Denne idéen aktualiserer bruken av begrepet *fortolkningsmessig fleksibilitet*, et nøkkelbegrep innenfor teorirammeverket SCOT (Social Construction of Technology), som med sin anti-deterministiske tilnærming har fått en sentral posisjon innen teknologihistorie. Trevor Pinch og Wiebe Bijker forklarer fortolkningsmessig fleksibilitet på følgende måte: "By this we mean not only that there is flexibility in how people think of or interpret artifacts but also that there is flexibility in how artifacts are *designed*."²¹ Forfatterens eksempler er hentet fra 1800-tallets sykkelteknologi, men begrepet har gyldighet langt utover teknologifeltet og kan i forbindelse med design tjene som motvekt til deterministiske oppfatninger av designprosessen som Louis Sullivans berømte dogme "form follows function". Kasusstudiene viser hvordan blå-hvitt approprieres og kontekstualiseres på stadig nye måter for å uttrykke så forskjellige kvaliteter som historisitet, tidløs materialekthet, nasjonal

¹⁸ David Lowenthal, *The Past is a Foreign Country* (Cambridge: Cambridge University Press, 1985), xvi, xvii.

¹⁹ Michel Pastoureau, *Blue: The History of a Color* (Princeton: Princeton University Press, 2001), 123f, 169f.

²⁰ Anne Gerritsen, "Global design in Jingdezhen. Local production and global connections", i Glenn Adamson, Giorgio Riello og Sarah Teasley (red.), *Global Design History* (London: Routledge, 2011), 31.

²¹ Trevor J. Pinch and Wiebe E. Bijker, "The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other", i Wiebe E. Bijker, Thomas P. Hughes og Trevor J. Pinch (red.), *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology* (Cambridge: MIT Press, 1993), 40.

egenart og kontinental håndverkstradisjon, og skulle således være talende eksponenter for verdien av begrepet fortolkningsmessig fleksibilitet i karakteristikken av design.

Pinch og Bijkers tekst blir videre en påminnelse om at historien slett ikke er så lineær som historieskrivningen ofte tenderer mot. Den manglende tiltro til historiens ”store” narrativer, eller *grands récits*, ble allerede i 1979 påpekt av den franske filosofen Jean-François Lyotard og identifisert som et postmoderne trekk. Kjetil Fallan beskriver dette som en postmoderne utfordring for historieskrivningen, en krise i narrativenes evne til å nå konsensus,²² og det er derfor interessant at Fran Hannah og Tim Putnam i 1980 etterlyste nettopp ”...multiple histories of design”.²³ Oppfordringen til en mer nyansert og pluralistisk designhistorie synes følgelig å innebære en revidert historieforståelse, basert på idéen om historien som bestående av flere overlappende og *sameksisterende* lag, i tråd med John Heskettts poeng: ”in everyday life [...] the new has never entirely replaced the old, but has instead been layered upon it.”²⁴ Dette synliggjøres sjeldent godt i den tradisjonelle kunstindustrielle bransjen som porselensfabrikkene tilhører, noe også Jonathan Woodham har bemerket: Woodham viser til den engelske Royal Albert-fabrikkens nostalgiske servise *Old Country Roses*, som har vært en uovertruffen bestselger siden dets markedsdebut i 1962.²⁵ Introduksjonsåret betraktet er det forbløffende å konstatere at dette serviset i sitt formspråk henspiller på forbilder som også dengang tilhørte en historisk og noe upresis viktoriansk fortid. I boken *Retro – The Culture of Revival* hevder Elizabeth E. Guffey at denne nostalgiske oppblomstringen av former og motiver fra det sene 1800-tallet markerer begynnelsen på en tendens som er unik for etterkrigstiden: en bred og folkelig appropriering av tidligere, men fremdeles *moderne* perioder.²⁶ Hun knytter retrobegrepet til en fremvoksende skepsis overfor modernismens optimisme, ambisjoner og målsetninger; retro, skriver Guffey, ”...allows us to come to terms with the modern past”²⁷.

Det blir likevel tydelig at den lett ironiske distansen Guffey leser inn i retrobegrepet blott gjør det til en avart, eller en slektning, av den vidtfavnende *nostalgien*. Samtidig er det et interessant fenomen i og med at det så eksplisitt bekrefter den ”lagvise” historiemodellen foreslått ovenfor. I tillegg illustrerer det på en svært treffende måte hvilken viktig plass ikke-modernistisk design har hatt, selv i modernismens glansdager; lite er skrevet om tradisjonell, konvensjonell og nostalgiinspirert design i modernismens tid, bemerker Kjetil Fallan, og lev-

²² Kjetil Fallan, ”Introduction”, i Kjetil Fallan (red.), *Scandinavian Design. Alternative Histories* (London: Berg, 2012), 5.

²³ Fran Hannah og Tim Putnam, ”Taking Stock in Design History”, i *Block*, nr. 3 (1980), 32.

²⁴ John Heskett, ”Some Lessons of Design History”, i Astrid Skjerven (red.), *Designkompetanse. Utvikling, forskning og undervisning* (Oslo: Kunsthøgskolen i Oslo, 2005), 13.

²⁵ Jonathan M. Woodham, *Twentieth-Century Design* (Oxford: Oxford University Press, 1997), 217 (billedtekst).

²⁶ Elizabeth E. Guffey, *Retro – The Culture of Revival* (London: Reaktion, 2006), 8, 12.

²⁷ Guffey, *Retro*, 9.

ner en uttalt oppfordring til å korrigere denne skjevheten.²⁸ Selv om det i seg selv ikke er hovedfokus for denne oppgaven, er det like fullt et håp at dette arbeidet kan være et beskjedent bidrag i den retning. Det er riktignok på sin plass å påpeke at nyansforskjellene i blå-hvit servisedesign og det blå-hvites bemerkelsesverdige stabilitet som type betraktet gjør at dette fenomenet ikke uten videre kan forklares med henvisning til tradisjon eller nostalgi alene; samtidig rommer kapitlene eksempler på at valget av blå-hvit dekor tidvis kan forklares med henvisning både til tradisjon, konvensjon og nostalgi. I det blå-hvites komplekse og til tider ambivalente forhold til modernismens nedslag og føringer gir kapitlene 3 og 5 særlig gode innblikk. Kasusstudiene spenner over 120 år med blå-hvit dekorhistorie ved Porsgrunds Porselænsfabrik, og viser hvordan denne sterke tradisjonen gjennom appropriering og tilpasning løper på tvers av generaliseringer om tid og smak, stil og ideologi, som en industriell merkevare med vesentlig egenverdi. Således er det forfatterens intensjon at historien om blå-hvitt fra Porsgrund kan bli, med Hannahs og Putnams oppfordring in mente, én blant ”multiple histories” om design, om norsk industridesign i industrialismens (og postindustrialismens) tid; et tilskudd til historieskrivningen om våre nøkkelbedrifter innenfor norsk kunstindustri og en pålitelig behandling av et – i faglig sammenheng – ofte oversett emne.

1.5. Oppgavens struktur

Ettersom kasusstudiene danner hovedstammen i min undersøkelse, vil oppgaven struktureres rundt disse. Inneværende kapittel følges av en historisk introduksjon (kapittel 2) hvor jeg redegjør kort for den blå porselensdekorens kinesiske opprinnelse og dens plass i kontinental europeisk porselensproduksjon for således å klargjøre hvilken tradisjon PP knytter seg til ved starten i 1887. Dette danner grunnlaget for å forstå de fire kasusstudiene, som hver behandles i ett av de følgende kapitler 3-6. I kapittel 7 hever jeg blikket utover kasusstudiene og diskuterer blå-hvitt i en bredere kulturhistorisk kontekst for å synliggjøre oppfatninger, egenskaper og betydninger som inngår i større kulturelle mønstre og som utgjør det blå-hvites immaterielle arv. Avslutningsvis samler jeg trådene og drøfter hvilke konklusjoner som kan trekkes på bakgrunn av funnene, og hvordan denne forståelsen i sin tur kan bidra til å gi et nyansert bilde av Porsgrunds virksomhet og produksjon i et større perspektiv.

²⁸ Kjetil Fallan, *Design History. Understanding Theory and Method* (Oxford: Berg, 2010), 19, 20 (billedtekst).

2. Fra Jingdezhen til Porsgrund: et porselenshistorisk riss

2.1. Porselen – en kinesisk ”oppfinnelse”

Porselenet generelt – og det blå-hvite spesielt – har sin hjemstavn i det gamle Kina. Som ledd i en flertusenårig keramisk tradisjon ble det første porselenet utviklet i Nord-Kina, like før eller i de første årene av Tang-dynastiet (618-907).¹ Det vi kaller porselen må bestå av både kaolin (porselensleire), feltspat og kvarts og brennes ved så høy temperatur at godset *sintr*es, det vil si at det brennes helt tett og porefritt og ikke absorberer vann. Porselenets karakteristiske gjennomskinnelighet er et resultat av sintringen og krever en brennetemperatur på drøyt 1300 °C (i europeisk porselensindustri er temperaturen normalt høyere, som regel 1400 °C). Som følge av at det sintres er porselenet sterkere enn noe annet keramisk materiale, og tåler å formes i løvtynne kar. Den italienske oppdagelsesreisende Marco Polo beskriver porselen i sine reisedagbøker rundt 1290, og man tror at han kan ha sett det såkalte *qingbai*-porselenet, en hvit og gjennomskinnelig vare med lett grønnskjær i glasuren, fremstilt under Song-dynastiet (960-1279).² Senere, under mongolstyret (Yuan-dynastiet, 1279-1368), ifølge forskere nærmere bestemt 1300-tallets annet kvartal, begynte kineserne å dekorere porselenet med kobolt importert fra Persia, der man hadde lang tradisjon med blå koboltdekor på leirgods.³ Kineserne dekorerte den tørkede porselensskjerven med pulverisert kobolt iblandet vann; den porøse skjerven sugde fuktigheten til seg og dekoren lot seg ikke viske ut. Så ble gjenstanden dyppet i glasur og brent, og glasuren dannet en beskyttende hinne over gods og dekor.

Her er det grunn til å kort stoppe opp og merke seg to faktorer som har medvirket til det blå-hvite porselenets popularitet og utbredelse: for det første ligger dekoren beskyttet under glasuren og er således svært slitesterk. Dernest, men kanskje viktigst, er gjenstanden ferdig dekorert allerede ved høybrenning, noe som gjør underglasurdekor svært økonomisk sammenlignet med vare dekorert *over* glasuren (som følgelig krever ytterligere en brenning for å feste dekoren). I Kina kunne altså blå-hvitt porselen fremstilles i én enkelt brenning, ettersom kineserne malte og glaserte en *ubrent*, tørket skjerve – først i Europa ble det vanlig med en første brenning på lavere temperatur, kalt *for*gløding, før glasering. Hva angår blåfar-

¹ Gordon Lang, ”The Discovery of Porcelain” i David Battie (red.), *Sotheby’s Concise Encyclopedia of Porcelain*, 2. utg. (London: Chancellor Press, 1998), 17-19; Anna Gremner og Björn Gremner, *Det blåvita gullet från Kina* (Göteborg: AntikWest, 2005), 24-26.

² John Carswell, *Blue & White – Chinese Porcelain Around the World* (London: British Museum Press, 2000), 18-19, 53f. Marco Polo skal forøvrig ha æren for ordet ‘porselen’; han fant en likhet mellom kinesernes fine glaserte, gjennomskinnelige keramikk og overflaten på små skjell, som på italiensk kaltes *porcellana*, eller ‘liten (hunn)gris’.

³ Carswell, *Blue & White*, 17; Margaret Medley, *The Chinese Potter*, 3. utg. (London: Phaidon, 1989), 176-7.

ven spesifikt, skal det nevnes at kobolten var forutsigbar og lettere å kontrollere enn jern og kobber, som forøvrig var de eneste andre stoffer som tålte den høye temperaturen.⁴

Under Ming-dynastiet (1368-1644) nådde porselenskvaliteten nye høyder, og de keiserlige ovnene i ”porselensbyen” Jingdezhen i det sydlige Kina leverte det fineste og teknisk mest fullkomne porselen til keiserhoffet. Samtidig var det i denne perioden at europeerne for alvor fattet interesse for det kinesiske porselenet; kineserne hadde allerede handlet med andre land i Asia og Midtøsten i århundrer. Portugiserne var først ute av europeerne, omkring 1500, og senere fulgte andre, med det hollandske ostindiske kompaniet og britenes East India Company i spissen.⁵ Til Norden kom porselenet med det danske og det svenske ostindiekompaniet. Eksportporselenet ble i all hovedsak produsert spesifikt for eksport, og holdt jevnt over et lavere kvalitetsnivå, et bevisst forretningsmessig trekk fra kinesernes side. Med tiden ble det også vanligere med europeiske bestillinger, og kinesiske produsenter spesialiserte seg på å kopiere skisser, forelegg og gjenstander fra europeerne. Selve porselenet var imidlertid ikke ostindiehandelens hovedsak: foruten krydder og silke var det *teen* som var den fremste eksportvaren. Siden teens innførelse i Europa rundt 1610 hadde denne drikken rukket å bli svært populær blant bedrestilte europeere. Teens utbredelse medførte samtidig – sammen med de andre varme motedrikkene kaffe og sjokolade – et behov for behørig *utstyr*, kopper, skåler, kanner og annet, som i sin tur skapte et betydelig marked for det importerte, såkalte ”ostindiske” porselenet. Den omfattende handelen og kontakten med Øst-Asia fostret en lidenskapelig fascinasjon for Østen i 1600- og 1700-tallets europeiske kulturliv som blant annet gav seg utslag i kineserier i samtidig kunst og arkitektur, og i dette bildet hadde porselenet en sentral plass.⁶ Rent praktisk må det også nevnes at porselenet var en tung og stabil last ombord i handelsskipene, en last som dessuten tålte fuktighet og dermed kunne lagres i bunnen.⁷

Svært mye av eksportporselenet var blå-hvitt. Geoffrey Godden skriver at det britiske kompaniets fartøy på hjemreisen i 1750 bragte med seg porselen av ”[... the] *useful* sorts – not above one-tenth of the coloured sort”⁸. Ved siden av det blå-hvite ”bruksporselenet” ble porselen med overglasurdekor i emaljefarver en populær eksportvare til Europa på 1700-tallet; dette ble fremstilt allerede under Ming, men nådde teknisk fullkommenhet først under Qing-dynastiet (1644-1911). Porselen produsert under Qing-keiserne Kangxi (1662-1722) og

⁴ Medley, *The Chinese Potter*, 177; Gremner og Gremner, *Det blåvita gullet från Kina*, 26f. Jern og kobber ble anvendt for å frembringe *rød* underglasurfarve, men dette bød på store tekniske vanskeligheter som først ble overkommet under Qing-dynastiet (1644-1911).

⁵ Gremner og Gremner, *Det blåvita gullet från Kina*, 80ff.

⁶ Huitfeldt, *Blått som havet*, 44-8.

⁷ Geoffrey Godden, ”Chinese Export Porcelain” i Battie, *Sotheby's Concise Encyclopedia of Porcelain*, 51.

⁸ Arkivmateriale fra East India Company sitert i Geoffrey A. Godden, *Oriental Export Market Porcelain and its Influence on European Wares* (London: Granada, 1979), 15 (min kursivering).

Qianlong (1735-95) holdt svært høy kvalitet og ble eksportert i store mengder til Europa, hvor de blant annet tjente som forbilder i europeisk porselensproduksjon (se nedenfor). Tross i fremveksten av en europeisk porselensindustri på 1700-tallet forble eksportporselenet – og særlig det blå-hvite – en viktig handelsartikkel som bruksvare for mange europeiske hjem; importert kinesisk porselen var fremdeles *billigere* for europeeren enn det hjemlig fremstilte, tross den lange veien.⁹ Ved 1700-tallets slutt var det, ifølge Godden, mer kinesisk porselen i Europa enn porselenet fra alle europeiske fabrikker samlet sett.¹⁰

Like fullt hadde mange i Europa lenge hatt et ønske om å fremstille eget porselen, og utviklingen innen europeisk keramisk industri på 1600- og 1700-tallet må ses opp mot disse ambisjonene. Hvitglasert fajanse ble bemalt med kineserier og motiver i koboltblått i etterligning av det kinesiske porselenet, og fajanseindustrien i den hollandske byen Delft gjorde seg særlig bemerket på dette området.¹¹ Også i Norden og Norge fikk vi avleggere av denne industrien: Herrebøe fajansefabrikk ved Halden, i drift 1759-72, fremstilte dekketøy formet i umiskjennelig rokokkostil, dekorert med blåmalte ornamenter og kineserier. Mange av de tidlige fajansefabrikkene var imidlertid kortlivede; noe viktigere var under oppseiling.

2.2. Meissen – Europas første virkelige porselen

Den europeiske porselensproduksjonens historie begynner for alvor i det tyske kurfyrstedømmet Sachsen i 1700-tallets tidligste år. Porselensfremstillingens gåte hadde opptatt europeiske kjemikere i lang tid, og hadde resultert i utallige keramiske produkter som dog *ikke* tilsvarte kinesernes harde, gjennomskinnelige porselen. Teknikerne som arbeidet med å ”knekke koden” ble kalt *alkymister* – gullmakere – og porselenet er i kulturhistorien blitt kjent som nettopp *det hvite gull*. Europas fyrster samlet kinesisk eksportporselen i store mengder og innredet egne porselenskabinett – *porzellanzimmer* – hvor kostbarhetene fylte både hyller, vegger og tak(!)¹² Idéen om en egen produksjon av denne edle varen, som var forbundet med prakt, luksus og høy grad av prestisje, må ha virket forlokkende på mange.

Europas første anerkjente porselen kjennes i en beskjeden produksjon fra Firenze i årene 1575-87, initiert av Francesco I av den innflydelsesrike Medici-familien. Dette såkalte Medici-porselenet, som for det meste var blådekorert under glasuren etter kinesiske forbilder, var like fullt kun et ”bløtt” porselen eller *frittporselen*, uten kaolin og med glass som bestand-

⁹ Godden, “Chinese Export Porcelain”, 54.

¹⁰ Godden, *Oriental Export Market Porcelain*, 15.

¹¹ Huitfeldt, *Blått som havet*, 68ff.

¹² I Satos-palasset i Lisboa er porselensrommets pyramideformede tak kledd med blå-hvitt porselen, jfr. Huitfeldt, *Blått som havet*, 64, 92.

del i massen.¹³ Det harde, ”ekte” porselenet så først dagens lys i Europa i 1708 med den unge kjemiker Johann Friedrich Böttgers (1682-1719) eksperimenter. Böttger satt i arrest på slottet Albrechtsburg ved Meissen og var beordret av kongen, Augustus II den Sterke av Sachsen og Polen, å finne frem til oppskriften på gull eller porselen. Porselensfabrikken ble opprettet ved kongelig befaling i Dresden i januar 1710 og flyttet til Meissen senere samme år. De første årenes produksjon var utelukkende praktstykker til kongens samlinger, men rundt 1730 begynte fremstillingen av større bordserviser til hoffet, og etter kongens død i 1733 ble Meissenfabrikkens omfangsrike dekketøysproduksjon også rettet mot det bemidlede borgerskapet i fyrstedømmets bysamfunn.¹⁴

Porselensdekoreringen i Meissen fulgte raskt opp tendensene fra det kinesiske (eksport)porselenet, med underglasurdekor eller polykrom overglasurdekor i emaljefarver. Allerede i 1710 hadde kong Augustus bestilt blå-hvitt porselen i kinesisk stil fra den ferske fabrikk. Böttger hadde imidlertid store tekniske problemer med å håndtere kobolten under de høye brenningstemperaturene, og først i 1720-årene klarte samarbeidspartneren David Köhler å utvikle en stabil blåfarve som ikke ble misfarvet i brenning. Som Robert Röntgen skriver, var mestring av blåfarvens teknikk en absolutt forutsetning for å kunne fremstille kopier av kinesisk og japansk porselen.¹⁵ Det blå underglasurmaleriet ble den dominerende dekorteknikk på bordserviser, og dekorene tok sitt utgangspunkt i importerte kinesiske forbilder.¹⁶ Dette var helt i tråd med tidens mote og begeistring for det eksotiske ”ostindiske”, og tok opp linjen som europeiske fajansefabrikker – med Delft i spissen – allerede hadde fulgt i et drøyt århundre. Blant de mest kjente blå-hvite dekorene finner vi *Fels-und-Vogel*, med de obligatoriske bestanddelene fugl, sten og blomstrende grener, samt de såkalte *Zwiebelmuster* (**fig. 2**) og *Strohblumenmuster* (**fig. 3**), som jeg om litt vil gå nærmere inn på.

Tross i anstrengelser for å beskytte porselenets hemmelighet i Meissen, varte det ikke lenge før porselensfabrikker ble etablert også utenfor Sachsens grenser, med Wien (1719), Fürstenberg (1747¹⁷) og Berlin (1751) blant de første. Med dette var også den århundrelange europeiske jakten på porselensfremstillingens hemmelighet fullendt, og selv om kinesisk eksportporselen fortsatte å importeres til Europa i store mengder i lange tider fremover, hadde nå europeiske fyrstehus mulighet til å bestille sitt eget, lokalt fremstilte ”kinaporselen”, bemalt

¹³ Anthony du Boulay, Tamara Prèaud og Lars Tharp, ”Early Continental Porcelain” i Battie, *Sotheby’s Concise Encyclopedia of Porcelain*, 86f.

¹⁴ Ulrich Pietsch, ”Porselen fra Meissen – 1730 til 1775”, i *Herrebøe fajanse og Meissner porselen. Borgarsyssel museum i Sarpsborg 26. aug.-30. sept. 1996. Utstillingskatalog*, overs. av Martina Kaufmann (Sarpsborg: Borgarsyssel, 1996), 30.

¹⁵ Robert E. Röntgen, *The Book of Meissen* (Exton: Schiffer, 1984), 200.

¹⁶ Pietsch, ”Porselen fra Meissen – 1730 til 1775”, 30.

¹⁷ Fürstenberg ble grunnlagt 1747, men begynte først produksjon av hardt porselen i 1753.

med kineserier, blomster og ranker, gjerne i blått på hvitt. Porselenet var blitt et også europeisk eie. En generasjon senere skulle porselenet finne veien videre til Norden.

2.3. Den Kgl. Porcelainsfabrik og ”københavnerporselenet”

Bedriften vi idag kjenner som *Royal Copenhagen* kan spore sin historie tilbake til 1775, da *Den Danske Porselins Fabrik* ble stiftet som et aksjeselskap med støtte av enkedronning Juliane Marie. Kong Christian VII var sterkt sinnslidende, og hans mor, enkedronningen, var i perioden Danmarks reelle makthaver. Den nye fabrikken møtte imidlertid økonomiske vanskeligheter, i likhet med flere av Europas tidlige porselensfabrikker, og bedriften ble trolig reddet fra konkurs da den i 1779 ble overtatt av kongehuset og skiftet navn til *Den Kongelige Danske Porcelains Fabrik*.¹⁸ Siden den gang har ”kongelig dansk porselen” vært et begrep.

Allerede fra starten var københavnerfabrikkens produktutvalg i all hovedsak dominert av blå-hvitt porselen. Produksjonen skulle konsentreres om ”...saadanne Sager, som ere hver Mands Brug”¹⁹ og fabrikkens direksjon gav instruks om ”...ei at male Porselinet med andre Farver end den blaa”²⁰. Riktignok sammenfalt fabrikkens grunnleggelse i tid med oppdagelsen av koboltforekomster og etableringen av Blaafarveværket på Modum i Norge, hvilket betød rikelig tilgang på den vesentlige råvaren innenfor tvillingriket. Samtidig er det viktig å huske på at det underglasurdekorerte (blå) porselenet allerede fremstod ferdig dekorert etter annen gangs brenning og således var rimeligere i produksjon enn det overglasurdekorerte, som krever ytterligere en dekorbrenning. Gjenstander bemalt med emaljefarver i overglasur var svært kostbare og eksklusive og var forbeholdt adelen og de kongelige. Denne vesentlige forskjellen ledet til et slags classeskille mellom det blådekorerte og det ”brogetmalede” porselenet som skulle bli hengende ved i lang tid og selv etter at billige trykkdekorteknikker gjorde sitt inntog i industrien – vi møter dette skillet igjen senere. Porselen var uansett en edel vare, og det blåmalte porselenet ble utvilsomt ikke ”hver Mands Brug”: Lauritz Dorenfeldt har gjennomgått salgsprotokoller fra fabrikkens utsalg åpnet dørene i 1780, og viser at kjøperne var kongelige, adelige, fra embedsstanden eller det bemidlede borgerskapet. Mye av det blåmalte københavnerporselenet fant også veien til Norge, hvor det såkalte ”hvermannsporselenet” vant innpass som finserviser i velstående hjem, og hvorav svært mye ennå er bevart.²¹

¹⁸ Lauritz G. Dorenfeldt, *Kongelig Dansk. Blåmalt porselen fra Den Kongelige Porcelainsfabrik 1775-ca. 1820* (Oslo: Huitfeldt, 1998), 9.

¹⁹ Sitat av grunnleggeren Frantz Heinrich Müller i sin ”invitasjonsplan” 1774, i Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 29.

²⁰ Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 17.

²¹ Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 53f.

Porselensfabrikken flyttet i 1884 til Frederiksberg i utkanten av København.²² Fremdeles produserte man de gamle blåmalte mønstrene *Musselmalet* (**fig. 5**) – den danske betegnelsen på stråmønstret – og *Blå blomst* (**fig. 7**) fra henholdsvis 1776 og -79, skjønt de da neppe ble oppfattet som moderne. Ansettelsen av norskåttede Arnold Krog (1856-1931) og hans virke som kunstnerisk leder ved fabrikken fra 1885 innledet en ny blomstringstid for underglasurmaleriet, som gjennom deltagelsen ved Københavnerutstillingen 1888 og verdensutstillingene i Paris 1889 og 1900 skulle komme til å gjøre porselensfabrikken verdenskjent. For det meste skyldtes dette det japanskinspirerte prydporselenet, men Krog tok også tidlig tak i de gamle, blåmalte servisene, omarbeidet og utvidet dem – dette kommer jeg tilbake til nedenfor. Den konkurrerende fabrikken Bing & Grøndahl, grunnlagt 1853, kunne på samme tid levere prydgjenstander og serviseporselen av den samme høye tekniske og estetiske kvalitet som den Kgl. Porcelainsfabrik. Den høye kvaliteten og de duse tonene i den malte eller sprøytede underglasurdekoren skapte ”københavnerporselenets” ry, og har siden den gang vært forbundet med porselen fra den danske hovedstaden.

2.4. Stråmønster, svibelmønster og arven fra Meissen og København

I 1730-årene skaptes det i Meissen to blå-hvite dekorasjoner hvis senere utbredelse i dekketøysindustrien sannsynligvis er uten sidestykke. Inspirasjonen er antagelig hentet fra det kinesiske Kangxi-porselenet, kjent for sine tiltalende og uttrykksfulle dekorasjoner med grener, blomster og fugler. Men om de kinesiske dekorenes tiltalende og markedsverdi kan ha fremstått klart for porselensmaleren i Meissen, er det tvilsomt om han forstod opprinnelsen til og betydningen av de stiliserte planter og figurer som prydet porselenet.²³ Resultatet ble en forenkling, fortolkning og tilpasning som gav oss de tidligste utgaver av mønstrene vi i Norge kjenner som *svibelmønster* og *stråmønster*. Stråmønstret (**fig. 3**) bygger på et hovedmotiv med en blomsterranke (sannsynligvis plommeblomst – *prunus mume*) i ellipseform, og feltene anbringes på porselensgjenstanden etter en streng, men tilpassningsdyktig ”grammatikk” – eksempelvis komponeres tallerkendekoren av fire felter omkring en sentral sirkel. Såvel komposisjonen som blomsterranken har påviselige forbilder i kinesisk porselensdekor, men det er i Meissen at mønstret får sin velkjente repetitive, ornamentale form. Stråmønstret blir svært raskt kopiert av andre tyske porselens- og fajansefabrikker, og later ikke til å ha vært noen varig suksess

²² Tomten i Frederiksberg tilhørte fajansefabrikken Alumnia, som kjøpte opp den nå privateidee (fra 1868) Kgl. Porcelainsfabrik i 1882. En ny fabrikk ble oppført på tomten for porselensfabrikken, som ble værende i de samme bygningene helt frem til 2004. Da flyttet den enda lengre ut av hovedstaden, til et nytt fabrikkareal i Glostrup. Samtidig innledet man en gradvis utflagging av deler av produksjonen.

²³ Röntgen, *The Book of Meissen*, 233ff.

ved Meissen-fabrikken. I København hører derimot stråmønstret – *det musselmalede* – til fabrikkens tidligste produksjon; det benevnes av fabrikken ”nr. 1” og har vært i kontinuerlig produksjon siden 1776.²⁴ Det vites ikke sikkert hvordan mønstret kom til København, men man vet at tysk stråmønstret vare var kjent gjennom import, og en teori går ut på at porselensarbeidere fra Meissen eller Fürstenberg kan ha bragt mønstret med seg i 1776.²⁵ Uansett viser salgsprotokollen at musselmønstret allerede i 1780-årene hadde etablert seg som en solid publikumsfavoritt, en posisjon det har beholdt helt til våre dager.²⁶

Mot slutten av 1800-tallet var imidlertid mønstret blitt forenklet i detaljer og utførelse, hva kunsthistoriker Bredo Grandjean har karakterisert som ”...noget blegt, tyndbenet jask”.²⁷ Den ovennevnte Arnold Krog ble ansatt ved fabrikken i 1884, og fattet raskt interesse for det blåmalte porselenet.²⁸ Med utgangspunkt i den til dels kraftige dekorasjonen på de tidlige musselmalte gjenstandene tok han til å videreutvikle mønstret i en ”luksusutgave”, raust prydet med kunstneriske blondkanter og perforeringer, kurvfletninger og masker – passende benevnt *helblonde* (**fig. 6**). Videre tonet han blondepreget ned og skapte det populære *halvblonde*, hvor likhetene til den tradisjonelle varianten er sterkere. I samtidens nips- og utstyrsglade ånd – av senere modernister gitt den nedsettende betegnelse *klunketiden* – tegnet Krog et vell av porselensgjenstander med den gjenkjennelige stråmønsterdekoren, fra sellerikrukker og kammerlysestaker til kaminur og parafinlamper (med stråmønsterbrodert skjerm!). Krog satt som kunstnerisk leder for fabrikken helt til 1916 og skal ha æren for flere nyskapninger knyttet til det underglasurdekorerte porselenet.

Svibelmønstret (**fig. 2**), det andre av de to kinesiskinspirerte Meissen-kreasjonene, har sitt navn fra tysk *Zwiebel* – ’løk’ – og beror på en misforståelse av de åtte fruktene – annenhver fersken og granateple – rundt tallerkenens fane som nettopp ”løk”. Som i så mange andre tilfeller ble her den kinesiske motivsymbolikken misforstått eller rett og slett ikke oppfattet, og mønstret fremstår som en parafrase over orientalske dekormotiver, vevet sammen i en europeisk komposisjon: et sentralt, medaljongformet motiv med bambus og krysantemum innpasses i tallerkenens speil og omslutes av et bånd med en løpende ranke, innrammet av de

²⁴ Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 22.

²⁵ Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 56. Dronning Juliane Marie hadde selv nær tilknytning til nettopp Fürstenberg, hvor porselensfabrikken ble grunnlagt i 1747 etter initiativ fra hennes far Carl I av Braunschweig. Fem år senere ble hun som 23-åring gift med Danmarks konge Frederik V, se Mogens Bencard, ”Det hvide guld. Porcelænets indførelse i Europa” i Bodil Busk Laursen og Steen Nottelmann (red.), *Dansk Porcelæn 1775-2000. Design i 225 år* (København: Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck, 2000), 38.

²⁶ Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 53.

²⁷ Bredo L. Grandjean, *Kongelig Dansk Porcelain 1884-1980* (København: Gyldendal, 1983), 16.

²⁸ Lauritz G. Dorenfeldt, *Kongelig Dansk 2. Blåmalt porselen fra Den Kongelige Porcelainsfabrik 1820-1923* (Oslo: Huitfeldt, 2000), 30ff.

åtte ”sviblener” som med grener, blader og små blomster befolker fanekanten.²⁹ Dog ikke like ”elastisk” som stråmønstret, har det flatedekkende svibelmønstret like fullt en spesiell evne til å tilpasses den enkelte del med et vellykket resultat, noe som kan skyldes at både dét (og stråmønstret) i sin todimensjonalitet gir avkall på den illusjonisme som preger mye øvrig porselensdekor, og således konsentrerer uttrykket om helhet og sammenheng i den dekorative flatedekningen. Som en speilvending av situasjonen med stråmønstret, beskrevet ovenfor, ble ikke svibelmønstret noe stort fenomen i København, men kun produsert i en kort periode opp til like etter 1800, i likhet med flere andre ”indianske” mønstre lånt fra Meissen.³⁰ Ved den saksiske moderfabrikken, derimot, var svibelmønstret blant de mest populære dekorene; dette skyldtes ikke minst de tidligere nevnte produksjonstekniske forhold som gjorde blåmalt underglasurdekor billigere å fremstille. Etter en periode med lav etterspørsel ble nye blåmalere ansatt i 1819, og populariteten blomstret voldsomt opp etter 1865 – parallellen til stråmønstrets utvikling i København synes klar. Også i Meissen kom en ”luksusutgave” til, hvor svibelmønstret er staffert med gull og aksentuert i overglasurrødt, nærmest som et nikk til det japanske imari-porselenet fabrikken hadde kopiert på 1700-tallet.³¹ Svibelmønstret er idag Meissen-fabrikkens sterkeste merkevare, og omfatter et rikt sortiment.

Som vi har sett, fikk det blå-hvite porselenet allerede i begynnelsen en sentral rolle i produksjonen ved Meissen og Kgl. Porcelainsfabrik i København. Foruten strå- og svibelmønster kjennes kineserier og noen andre dekorer i blått, men som ingenlunde tangerer disse to hva angår utbredelse og varig publikumsappell. Nevnes bør likevel den naturalistiske dekoren *Blå blomst*, hvis forbilder kjennes fra tysk produksjon (**fig. 4**) og som har vært malt kontinuerlig i København siden 1779.³² Denne dekoren vil jeg komme tilbake til i kapittel 5.3.

2.5. Porselensfabrikken i Porsgrunn

Da aksjeselskapet Porsgrunds Porselensfabrik ble konstituert 11. mai 1885, etablertes det i et markedsklima hvor innflydelsen fra kontinental tysk og dansk porselensproduksjon var sterk og ledende, såvel teknisk og historisk som estetisk. Grunnleggeren Johan Jeremiassen (1843-89) var oppvokst i Kviteseid i Telemark og hørte til tidens *selfmade men*. Han giftet seg i 1870 inn i den velstående porsgrunnsfamilien Knudsen og etablerte seg i svigerfamiliens bransje som skipsreder. Historien forteller at Jeremiassen fikk idéen om en norsk porselens-

²⁹ Huitfeldt, *Blått som havet*, 94; Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 28.

³⁰ Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 28f. I København ble svibelmønstret benevnt ”løgmonster”.

³¹ Röntgen, *The Book of Meissen*, 233f. ‘Imari’ betegner en spesiell type porselensdekor, opprinnelig fra Japan, men tidlig imitert av kineserne, hvor underglasurblått kombineres med rødt og gull over glasuren. Det bør også nevnes at en del blå-hvitt kinesisk eksportporselen ble påført gulldekor, eksempelvis kantborder, i Europa.

³² Se Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 19-29 og Röntgen, *The Book of Meissen*, 202.

fabrikk under et kurbadopphold i Tyskland i 1882; norske skip forsynte tyske porselensfabrikker med feltspat og kvarts fra Arendalsdistriktet og Bamble, og med lokal tilgang på to av porselensmassens tre hovedbestanddeler fremstod kystbyen Porsgrunn som et velegnet sted for å starte en porselensfabrikk. På reise i Tyskland – den europeiske porselenskunstens hjemland – stiftet Jeremiassen bekjentskap med keramiker Carl Maria Bauer, hvis far hadde vært overdreier ved Lorentz Hutschenreuthers fabrikk i Selb og også tilknyttet Carl Tielschs fabrikk i Altwasser. Unge Bauer hadde forestått oppbyggingen av en fabrikk i Russland og må i Jeremiassens øyne ha fremstått som rett mann for oppgaven: Bauer ble PPs første direktør, og selv om han forlot stillingen allerede i 1890, skal han utvilsomt ha æren for å ha lagt det tekniske grunnlaget for porselensproduksjonen i Porsgrunn. Ettersom den rette kompetansen ikke fantes i Norge, innkalte man fagkyndige porselensarbeidere fra Tyskland, Bøhmen og Danmark som gjennom ledende stillinger fikk overoppsynet med produksjonens forskjellige stadier. Mange slo seg ned i Porsgrunn med familie og ble værende ved fabrikkens.³³

Fabrikkens teglstensbygninger ble oppført på ”Vestsia” av Porsgrunnselven og står fremdeles idag. Den første porselensbrenning ble foretatt 10. februar 1887, og allerede i 1888 kom den første priskurant (katalog) som viser PPs produktutvalg. Både her og i priskuranten fra påfølgende år 1889, som egentlig er en ren fortsettelse av den første, viser bedriften et imponerende bredt sortiment etter kun ett års drift: både kaffe- og testell, store bordserviser, oppsatser, vaser og andre ”Luxusgjenstande”. Forsommeren 1888 deltok PP på Den nordiske industri-, landbruks- og kunstutstilling i København med en prangende utstilling av symmetrisk oppstilt serviseporselen, platter og prydvaser. Fabrikkens høstet rosende kritikker, såvel i norske som danske omtaler, og alle fremhevet den store variasjon og bredde i vareutvalget etter kun ett års produksjon.³⁴ Porselensmasse og glasur ble beskrevet som god, men produktens utforming og dekor lot ikke til å vekke den helt store begeistring, og ”...Paavirkning av [sic] de nyeste keramiske Rørelser spores der kun lidt af”³⁵. Hvis man bærer in mente at det var nettopp på denne utstillingen at Kgl. Porcelainsfabrik og Bing & Grøndahl presenterte sitt nye, underglasurdekorerte prydporselen i duse nyanser, er det kanskje ikke til å undres over at PPs produkter ble ansett å være svært konvensjonelle. Sannsynligvis kan de første årenes sortiment ses å gjenspeile direktør Bauers ambisjoner for den unge fabrikkens: godt bruksporselen og prydporselen hvor modeller og dekor var preget av historismens nystiler og eklektiske

³³ Chr. Abrahamsen (red.), *Porsgrunn Porselen gjennom 50 år 1887-1937* (Oslo, 1937); Bøe, *Porsgrund Porselensfabrik 1885-1965*, 13ff, 26-7; Halvorsen og Larsen, ”Gammelt Porsgrund”, 51.

³⁴ Randi Gaustad, ”Porsgrund Porselen på utstilling”, i *Porsgrund Porselen 100 år. Jubileumsutstillinger i Kunstindustrimuseet i Oslo og De Sandvigske samlinger, Maihaugen, Lillehammer*, utstillingskatalog (Oslo: Kunstindustrimuseet, 1985), 11.

³⁵ Dansk omtale fra Københavnerutstillingen 1888, sitert i Bøe, *Porsgrund Porselensfabrik 1885-1965*, 96.

uttrykk, som man kjente det fra kontinentale fabrikkers produksjon. Jevnt over vitner utvalget om noen grad av *tilbakeholdenhet*, skriver Alf Bøe, og mener at Bauer antagelig bevisst "...har unnlatt fra begynnelsen av å spenne buen for høyt"³⁶. Porselensmassens kvalitet var imidlertid svært høy, og kanskje stilte Bauer så høye krav til standarden at dette kan ha medvirket til hans tidlige avskjed i 1890: Bøe påpeker at Bauers ambisjoner om kvalitetsnivå og luksusproduksjon kan ha høynet både vrakprosenten og porselensarbeidernes timebruk og således gitt fabrikken en økonomisk belastning. Noe må iallfall ha ligget til grunn da Gunnar Knudsen, som var Johan Jeremiassens svoger og ble nyvalgt representantskapsformann etter grunnleggerens død 1889, i brev til aksjonærene gir uttrykk for at fabrikken skal innrettes mot en rimeligere og mer rasjonell drift med sikte på å fremstille "...kurante og simplere varer for det store forbrug".³⁷ Videre skulle deltagelsen på Københavnerutstillingen bli fabrikkens eneste utenfor Norge inntil Pariserutstillingen 1937, nesten femti år senere. Fabrikken var imidlertid representert på alle større innenriks mønstringer, og dette er ytterligere et tegn på en kursendring hvor oppmerksomheten rettes mot det hjemlige marked.³⁸

Jeg har gjennom dette kapitlet forsøkt å vise de viktigste tekniske og historiske forutsetningene for en forståelse av det blå-hvite porselenets kinesiske opphav, egenskaper og enorme eksport til et porselenshungrig Europa. Store porselenssamlinger og -imitasjoner med "kinesisk" dekor, for eksempel Delft-fajanse, vitner om den blå-hvite dekorens styrke som *merkevare*, og likeledes gjør det blå-hvites plass i den tidligste europeiske porselensproduksjon. Fra Meissens blå-hvite eksperimenter går en linje til andre fabrikkers produksjon, som i København, og allerede skimtes tegn på at den edle varen tilkjennes en nøktern og samtidig borgerlig karakter. I dette miljøet grunnlegges Porsgrund Porselænsfabrik: i utkanten av Europa, i et land uten erfaring eller tradisjon med porselensfremstilling, men med bånd til de store fabrikkene på kontinentet. Gjennom hele sin reise fra Jingdezhen til Porsgrund, via ostindiehandelen, Meissen og København, har utviklingen av det blå-hvite porselenet vært karakterisert av tilpasning; en sterk fleksibilitet i forholdet til nye meningsbærende strukturer. Som vi skal se i de følgende fire kapitler, blir det blå-hvite porselenets historie ved PP en videre historie om appropriering, om aktiv og selektiv anvendelse av denne arven og et vitnesbyrd om dens mange muligheter.

³⁶ Bøe, *Porsgrund Porselænsfabrik 1885-1965*, 86.

³⁷ Sitert i Bøe, *Porsgrund Porselænsfabrik 1885-1965*, 31.

³⁸ Gaustad, "Porsgrund Porselen på utstilling", 11f.

3. Konstruerte klassikere: *Strå* og *Svibel*

3.1. ”Meissener & Kjöbenhavns Mønster”

Med *Strå* og *Svibel* innledes det første – og grunnleggende – kapittel i fortellingen om blå-hvitt porselen fra Porsgrunds Porselænsfabrik, og dette er også begynnelsen på min undersøkelse. For mange er disse mønstrene ”klassisk PP”. Samtidig er det min påstand at tidligere historieskrivning ofte nøyer seg med å forklare strå- og svibelproduksjonen som ren kopiering av utenlandske forbilder i 1800-tallshistorismens klima, på lik linje med PPs øvrige 1800-tallsproduksjon. Jeg vil prøve å se om saken har flere nyanser.

Porsgrund lanserte strå- og svibelmønster (**fig. 8,9**) allerede det første produksjonsåret. Av priskuranten 1888 fremgår det at en overveldende del av varesortimentet tilbys i ett eller begge av disse blåmalte mønstrene, alt fra kanner, kopper og mugger til deler som idag fremstår mer kuriøse, som blomsterpotter, kammerlysestaker, ”Blækhus”, ”Toiletspand”, ”Tandbørstedaase” og ”Sennepstønde”.¹ Det er i det hele tatt påfallende hvor *bredt* strå- og svibelmønster er representert i det totale vareutvalget. Dette viser at den unge fabrikken lyktes svært raskt med å mestre den tradisjonelle underglasurteknikken og å håndtere kobolten, noe som i sin tur tyder på at kunnskapen om blåmaleriet nødvendigvis må ha kommet til Porsgrund med de utenlandske porselensarbeiderne som var fortrolige med teknikken. Det er i det hele tatt grunn til å spørre om det ellers ville vært *mulig* for fabrikken å tilby et så bredt utvalg blåmalte artikler etter kun ett års drift, tatt i betraktning at ”blåmalere” ved PP normalt hadde en læretid på fire år.² Det omfangsrike strå- og svibelsortimentet må dessuten sees å svare til en forventning om markedssuksess: vi vet jo at velstående nordmenn allerede hadde kjøpt dansk porselen i en hundre års tid, og således var godt kjent med både blå-hvitt porselen generelt og stråmønster spesielt.

I denne forbindelse er det interessant å se nærmere på forsiden av PPs første priskurant (**fig. 1**): foruten en fane med fabrikkens navn og en rondell med fabrikkmerket – det gjenkjennelige ankeret flankert av to P-er – ser vi en ”oppklebet plakat”, hvor medaljen fra Københavnerutstillingen kroner et avertissement for fabrikkens ”Specialiteter: Bord-, Kaffe-, The-, Dessert-, & Vaskeservicer *af ægte Porselæn i Meissener & Kjöbenhavns Mønster* og andre Decorationer, samt Isolatorer, Apothek- og Luxusartikler”.³ To ting er verd å merke

¹ Se trykt gjengivelse av 1888-kuranten i Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 151-82.

² Jens von der Lippe, *Stråmønsteret – det udødelige blåmalede* (Oslo: Huitfeldt, 1983), 77; Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 43f. Ifølge Bøe (ibid, 58, 64) tok de første norske læregutter svennebrev i 1891.

³ Jfr. Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 151 (min kursivering).

seg: for det første er det snakk om *ekte* porselen; blant mangfoldet av keramiske produkter kan det, enda i 1888, synes å være grunn til å vektlegge at det her avrettes for ekte, høybrent porselen, ”det hvite gull”. Egersunds Fayancefabrik, grunnlagt 1847, hadde i flere år fremstilt dekketøy for det norske marked, men det var stentøy etter engelsk mønster og ikke det høyere rangerte *porselenet*. For det andre fremhever forsideteksten porselen ”i Meissener og Kjöbenhavns Mönster”, og det er utvilsomt svibelmønster og stråmønster man her sikter til (til overmål skimtes en liten svibelmønstret terrin nede i høyre hjørne). Ordlyden illustrerer treffende hvor legitimt det enda var å kopiere andres produkter i 1880-årene; som tidligere nevnt, var både stråmønstret og svibelmønstret blitt vidt kopiert av europeiske, fortrinnsvis tyske porselensfabrikker allerede på 1700-tallet, og fra 1888 valgte Meissen å beskytte sine produkter ved å innlemme fabrikkmerket i selve svibeldekorasjonen.⁴ Da den Kgl. Porcelainsfabrik i 1907 stevnet en tysk fabrikk for deres kopier av Arnold Krogs kaffekanner, var dansk lov om opphavsrett enda ikke dekkende for denne typen bruksgjenstander, men da de igjen gikk til sak i 1926, denne gang mot en dansk importør, avgjorde dansk høyesterett at kopiering av Krogs modeller var et brudd på loven om kunstnerrett. Stråmønstret som sådan ble derimot erklært – ved høyesterettsdom! – å være et kulturelt felleseie.⁵

Rent bortsett fra at PP i 1888 velger å markedsføre *Strå* og *Svibel* på en måte som for oss idag oppleves å ligge farlig nær plagiat, er det påfallende at bedriften betegner de to underglasurmønstrene med klar og utilslørt henvisning til de to tradisjonsrike porselensfabrikkene på kontinentet. Dette underbygger selvfølgelig at forbrukerne i PPs kundekrets var forventet å være kjent med såvel strå- og svibelmønster som med de nevnte fabrikker.⁶ Videre kan det også leses som en antydning om at Porsgrunds produkter holder det samme kvalitetsnivå som de anerkjente fabrikkene i Meissen og København (en påstand som, med tanke på Bauers kvalitetsbevissthet og de tyske og danske porselensarbeidernes kunnskaper, kan sies å være berettiget). Samtidig er det på sin plass å spørre om ikke henvisningen til Meissen og København også kan ha vært et kvalitetsmerke i *dobbel* forstand, et uttrykk for et villet slektskap til de to prestisjetunge fabrikkene som utgjør kjernen i henholdsvis Europas og Nordens porse-

⁴ Röntgen, *The Book of Meissen*, 234f. Meissens to kryssede sverd males i en liten lomme i den sentrale bambusstengelens nederkant.

⁵ Se Stina Teilmann-Lock, ”’What’s Worth Copying Is Worth Protecting’: Applied Art and the Evolution of Danish Copyright Law”, i Fallan, *Scandinavian Design*, 35-37, 40f. og Dorenfeldt, *Kongelig Dansk* 2, 51f. Utfallet av 1907-rettsaken foranlediget en lovendring allerede i 1908 som muliggjorde opphavsrettslig beskyttelse av Krogs arbeider.

⁶ Dette bekreftes også av andre kilder: i en utstillingskatalog fra 1907 skriver Kunstindustrimuseets direktør Henrik Grosch at det ikke har vært mye eldre europeisk porselen i Norge, men spesifiserer samtidig at både Meissen og Kgl. Porcelainsfabrik synes å ”...ha havt gode Kunder blant vore Rigmænd.” Se Hans Dedekam, *Katalog over Udstilling af gammelt europæisk Porcelæn: Mars-April 1907. Med en historisk Oversigt* (Kristiania: Kunstindustrimuseet, 1907), forord (u. sidetall).

lenstradisjon. Sammen antyder de en rettlinjet porselenskunstens stamtavle, en kjede hvor Porsgrunds Porselænsfabrik blir det tredje ledd. Mot denne bakgrunnen blir den omfattende produksjonen av strå- og svibelmønster å regne som Porsgrunds ankerfeste i europeisk porselenstradisjon. Dette kunne synes å stemme godt med vårt bilde av direktør Bauers ambisjoner (se kapittel 2.5). Som tysk fagkyndig har han utvilsomt sett verdien av å knytte an til etablerte og velrenommerte fabrikker. Om initiativet til PPs strå- og svibelproduksjon lå hos Bauer, er umulig å vite sikkert, men tatt i betraktning de to mønstrenes utbredelse og posisjon i tysk produksjon er det rimelig å gå ut ifra at han har kjent til dem og trolig også deres popularitet.

La oss for et kort øyeblikk gå tilbake til Københavnerutstillingen, hvor PP deltok sommeren 1888 (se kapittel 2.5). Midt foran i den prangende monterer stod ustilt et stort middagsservise i svibelmønster, angivelig den mest eksklusive utgaven med ”Guld-Staffage”.⁷ Den første priskuranten viser nemlig at Porsgrund hadde lansert ”luksusutgaver” etter mønster av Meissen (se kapittel 2.4): både strå- og svibelmønster tilbys med ”Massiv-Guldrand”, og *Svibel* dessuten fullt staffert, konturert og aksentuert i gull (**fig. 9**).⁸ I et teoretisk perspektiv er det interessant å se hvordan de tradisjonelle blå-hvite mønstrene på denne måten blir ”oppgradert” og foredlet ved å påføre gullkonturer. Med sin prominente plassering i Københavnmonteren skulle dette prestisjeserviset formodentlig demonstrere at Porsgrunds produkter var på høyde med det man fant hos de store nordiske og kontinentale fabrikker. Kildene antyder at det samme svibelserviset også ble utstilt på Bergensutstillingen ti år senere, i 1898 – det kan nesten virke som om PP her gjorde gjenbruk av det meste fra Københavnerutstillingen.⁹ Industriutstillingene var tidens fremste arena for bransjer og produsenter å profilere sin virksomhet, og Bauer har utvilsomt sett potensialet i den unge fabrikkens deltagelse i København. Som fagmann og fabrikkdirektør må Bauer videre ha vært sentral i planlegging og utvelgelse av utstillingsobjekter. Ved siden av praktvaser og andre ”Luxusgjenstande” taler derfor valget av *Svibel* for en visshet eller forventning hos Bauer og PP-ledelsen om at dette blå-hvite serviset, i gullstaffert utgave, ville bli gjenkjent og ansett som det beste porselenshåndverk.

Samtidig som Porsgrunds Porselænsfabrik avretter for ”Kjöbenhavns Mönster”, blir publikum i den danske hovedstaden gjort kjent med resultatet av Arnold Krogs stråmønstrede porselenseksperimenter (se kapittel 2.4). Selv om det ikke er noen åpenbar forbindelse mel-

⁷ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 95, note 50 og fig. 18; Gaustad, ”Porsgrund Porselen på utstilling”, 11.

⁸ Se gjengitt tabell i Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 164. Også fra København kjennes stykker i *Musselmalet* og *Blå blomst* med gullrand, jfr. Dorenfeldt, *Kongelig Dansk* 2, 39 og illustrasjoner s. 26-7, 45, 49.

⁹ Johan Bøgh, *Beretning om Bergensudstillingen 1898: ved udstillingens general-sekretær* (Bergen: John Griegs Bogtrykkeri, 1908), 243. Den ordknappe omtalen nevner ingenting som ikke også kan ha vært utstilt i København 1888.

lom de to begivenhetene, er det verd å notere at PP lanserer sitt *Strå* (**fig. 8**) på samme tid som stråmønstret får en ansiktsløftning og relanseres i København. PPs mønster har derimot få likhetstrekk med Arnold Krogs bearbejdede stråmønsterfantasier (**fig. 6**), og fremstår både i strek og uttrykk enklere, renere og mykere enn sin danske slektning, faktisk ikke så altfor ulikt det ”bleke, tynnbente jasket” som ifølge Bredo Grandjean ble fremstilt i København før Krogs inntreden. Her bør riktignok nevnes at PP hadde én modell med riflet overflate og små skjellignende relieffornamenter som minner om Krogs karakteristiske blondkanter.¹⁰

Hvor dansk er da egentlig Porsgrunds ”Kjöbenhavns Mönster”? Dagens stråmalere ved Porsgrund sår tvil om mønstret virkelig er hentet fra København, og hevder det har vært fortalt på fabrikken at mønstret kom med de tyske porselensarbeiderne.¹¹ Stråmønstrets opphav og utbredelse i Tyskland betraktet (se kapittel 2.4), virker ikke en sådan forklaring usannsynlig. Ytterligere et argument for denne oppfatningen er benevnelsen ’stråmønster’, som PP er alene om i Norden og som later til å være direkte avledet fra det tyske *Strohblumenmuster* – København har som nevnt benyttet ordet ’musselmalt’.¹² Også svibelmønstret – i København direkte oversatt som ”løgmønstret” – fikk i Porsgrund beholde ordligheten med den tyske benevnelsen, i priskuranten av 1888 endog stavet ”Zwibel” (et lite paradoks er det da at den opprinnelige tyske misforståelsen ’zwiebel – løk’ går tapt i og med at det tyske ordet beholdes som egnavn). Heller ikke med hensyn til form følger Porsgrund den danske praksis: mens hel- og halvblondemodellene ble spesielt utviklet for musselmønstret, ble strå- og svibel-mønstret hos PP malt på en rekke historiserende og klassiserende former, såvel finere servise-porselen som kjøkkenredskaper.¹³ Av middagsserviser er det verdt å merke seg at ingen av mønstrene ble malt på den nøkterne formen *Glatte*, men snarere på den langt dyrere og prektige *Façon Meissen* (**fig. 8,9**).¹⁴ Formen ble av Ada Polak omtalt som ”PPs fineste gamle servise” og var kopiert fra Meissen-fabrikkens *Neuer Ausschnitt*-modell.¹⁵ Servisemodellen har i Meissen lenge vært benyttet til svibelmønster og var i så måte et naturlig valg, men i stråmønster mangler den klare forbilder; den kjennes heller ikke fra København.¹⁶ PPs bruk av

¹⁰ Te- og kaffeservise 901 kom antagelig i begynnelsen av 1890-årene, jfr. Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 87, ill. s. 216. Koppene 577/578 i priskurant 1889 er av lignende type.

¹¹ Anita Magnussen (stråmaler), pers. kommunikasjon, PP 30.3.2011.

¹² Også dette begrepet er av omstridt opphav. Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 65-7 diskuterer mulige forklaringer på ordet ”musselmalt” ut ifra mønstret, blåfarven eller godsets rifling.

¹³ Jfr. opptrykk av priskurant 1888 i Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 151-82.

¹⁴ Til sammenligning kostet terrinen i modell ”Glatte” mellom kr. 7,50 og 10,10, avhengig av dekor, mens modell ”Meissen” kostet mellom 12,- og 35,-.

¹⁵ Ada Polak, *Gammelt Porsgrund porselen*, i serien ”Vi ser på kunsthåndverk i Norge” (Oslo: Huitfeldt, 1980), 20 (billedtekst). *Neuer Ausschnitt* ble formgitt av J.J. Kändler i 1745. Formen er senere blitt vidt kopiert, blant annet av Hutschenreuther i 1926 under navnet *Maria Theresia*, som en av flere lånte serviseformer fra Meissen.

¹⁶ Kildene gir ingen hentydninger til at *Neuer Ausschnitt*-formen ble kopiert ved den Kgl. Porcelainsfabrik.

Façon Meissen til *Strå* blir dermed i seg selv en tillempelse, en fleksibel fortolkning av flere forskjellige inspirasjonskilder, med et helt særegent resultat.

I det hele tatt kan betegnelsen ”Kjöbenhavns Mönster” synes å være en merkelapp snarere enn en realitet. Strengt tatt er heller ikke spørsmålet om stråmønstrets danske farskap så vesentlig; kildene viser at Porsgrund raskt stablet på plass en omfattende produksjon av blått, underglasurdekorert porselen i to velkjente mønstre som har solid forankring – teknisk og historisk – i beste europeiske porselenstradisjon. Mønstrene tilbys på et flertall av modellene, som i seg består av et utvalg historiserende former, formodentlig tilpasset borgerskapets stil og smak. I et mulig forsøk på å vinne markedsandeler averteres mønstrene med henvisning til to ledende fabrikker hvorfra importert porselen er kjent og høyt verdsatt av velhavende norske forbrukere – PPs potensielle kundegruppe. Blå-hvitt er dessuten, som tidligere nevnt, økonomisk i produksjon og rimelig som håndmaling betraktet: ”Blåmaleriet”, som avdelingen ble kalt på PP, var adskilt fra ”muffelmaleriet” (overglasurmaleri i emaljefarver), og i begynnelsen arbeidet blåmalerne på ren akkord.¹⁷ I motsetning til det flerfarvede emaljemaleriet ble ikke blåmaleriet regnet som kunstnerisk krevende, men blott som ”simpelt håndverk”.¹⁸ Med det omfattende strå- og svibelsortimentet in mente kan det virke som om de to blå-hvite mønstrene simpelthen bød på den best egnede løsningen for den nystartede porsgrunnsfabrikken, både med hensyn til tilgjengelig kompetanse, teknologi, økonomi, kundegruppe og merkevarebygging. Vår undersøkelse stopper imidlertid ikke her; vi skal følge *Strå* og *Svibel* videre i PPs historie.

3.2. Strå-mønstret seiersgang – fra bruksporselen til designklassiker

Stråmønstret ble blant Porsgrunds aller mest populære servisedekorer. Man regner med at det er gått ut over 10 millioner stråmønstrede gjenstander fra fabrikken, fortrinnsvis til norske hjem og forbrukere, og mønstret er *det eneste* som har vært i kontinuerlig produksjon siden begynnelsen i 1887.¹⁹ Tilfellet *Strå* gir således en unik anledning til å følge én enkelt dekor gjennom over 120 års sammenhengende industriproduksjon, med stadig skiftende forhold både ved fabrikken og i markedet og samfunnet generelt.

Med sin lange fartstid er *Strå* et sjeldent godt eksempel på en praksis som har vært utbredt ved PP og i bransjen forøvrig: manglende ”trofasthet” mellom form og dekor. Med priskurantene 1900 og 1909 utvides modellutvalget betraktelig, og enda i 1931 viser priskuranten

¹⁷ Bøe, *Porsgrunds Porselensfabrik 1885-1965*, 43; von der Lippe, *Stråmønsteret*, 78.

¹⁸ von der Lippe, *Stråmønsteret*, 74.

¹⁹ Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 71.

et stort antall modeller med bred innbyrdes variasjon. Stråmønstret males på gamle og nye, riflede og glatte, moderne og historiserende former, både enkeltstående gjenstander og server. Dette står i kontrast til musselmønstret i København, som siden Arnold Krogs tid har vært uløselig knyttet til de tre variantene riflet, hel- og halvblonde. Selv i Nora Gulbrandsens (1894-1978) periode ved PP (1927-45) fortsetter produksjonen av *Strå* og *Svibel*, til tross for at de blåmalte mønstrene er helt fraværende ved samtlige av fabrikkens utstillinger på Landsutstillingen i Bergen 1928, Trondheimsutstillingen 1930 og endelig Pariserutstillingen 1937. På disse mønstringene var det Nora Gulbrandsens moderne, farvesterke og nyskapende produkter som var Porsgrunds ansikt utad, men bevart porselen viser at gamle former og dekorasjoner fremdeles må ha hatt et stort publikum.²⁰ ”Det er betegnende for Nora Gulbrandsens innstilling”, skriver Alf Bøe i sin bedriftshistorie, ”at hun søkte bort fra *den blå monotoni på hvitt porselen* som underglasurmaleriet representerte, henimot bløtere og mer varierte effekter.”²¹ Interessant nok finnes eksempler på at Gulbrandsens renskårne 1930-tallsmodeller har vært bemalt med – nettopp – *Strå* (**fig. 26**): på slette flater tiltenkt hennes klare farver, striper og bånd utfolder det blå mønstret seg tilsynelatende uproblematisk, og vitner om den ”blå monotoniens” fortsatte salgspotensial og kundetekke. Hva fru Gulbrandsen selv måtte ha ment om denne praksis, vites dog ikke.

Ved å sette *Strå* på nye former oppnår fabrikken på billig måte en moderat fornyelse eller ”oppfriskning” av en gammel, men fremdeles svært salgbar dekor, kanskje akkurat tilstrekkelig for å oppfattes som moderne eller tidsriktig. Uansett motivasjon er denne praksis – som *Strå* er et talende eksempel på – et skoleeksempel på appropriering i design: et kjent formelement (*Strå*) løftes ut av sin opprinnelige kontekst og innarbeides i en ny sammen med andre formelementer; samtidig er det en effektiv måte å utnytte det populære stråmønstret på. Kjetil Fallan beskriver i sin artikkel om endrede designstrategier ved Figgjo Fajanse i 1960-årene hvordan produksjonen enkelt kunne rasjonaliseres med et begrenset modellutvalg utstyrt med ulike dekorasjoner tilpasset forskjellige kundegrupper.²² Fallan viser hvordan modernistiske modeller ble ”myket opp” med tradisjonelle og folkløriske dekorasjoner for også å tekkes kunder som var begrenset begeistret for moderne design. På denne måten evner produksjonen å favne vidt med et minimum av merkostnader, men resultatet vil uunngåelig komme på kollisjonskurs med modernistiske grunnidéer. Alf Bøe skriver (med et lite hjertesukk):

²⁰ 1931-kuranten viser, som nevnt, stor variasjon i modellutvalget, hvor Nora Gulbrandsens moderne, geometriske former står side om side med nyrokkokkomodeller fra 1890-årene samt jugend- og klassiserende modeller fra århundreskiftet, jfr. opptrykk i Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 368-415.

²¹ Bøe, *Porsgrunds Porselønsfabrik 1885-1965*, 179 (min kursivering).

²² Kjetil Fallan, ”The Realpolitik of the Artificial: Strategic Design at Figgjo Fajanse Facing International Free Trade in the 1960’s”, i *Enterprise and Society*, vol. 10 nr. 3 (2009): 559-89.

[...] Ennå viktigere er det vel at et rikt utvalg dekorer på en billig måte skaper variasjon i fabrikkens kolleksjon, og gjør samme modeller salgbare for helt forskjellige grupper av forbrukere. Det kan være en smertefull opplevelse å bli konfrontert med et beundret produkt som er blitt ”popularisert” slik, og allikevel er de kommersielle argumenter som støtter fremgangsmåten så sterke, at man vanskelig kan se bort fra nødvendigheten av at denne praksis fortsetter.²³

Det overlates til fantasien å forestille seg hva Bøe syntes om modellmessig ajourføring av stråmønsterdekoren; ”moderniseringen” av det folkelige favorittmønstret går upåaktet hen i så godt som samtlige skriftlige kilder, og Bøe nøyer seg med, i en innskutt setning, å kommentere at stråmønstret fremdeles er i produksjon og sysselsetter tre stråmalere.²⁴ At en helstøpt og prisbelønnet modernistisk form som Eystein Sandnes’ *Jubileum* ble bemalt med tradisjonelt stråmønster (**fig. 27**), nevnes ikke; i Bøes bok presenteres *Jubileum* i sobert hvitt og dekorert med en diskret, nonfigurativ randdekor (*Risotto*), i selskap av andre ”gode” modernistiske former som *Contrast* (Sandnes), *Regent* og *Hankø* (begge Tias Eckhoff).²⁵ *Strå*, som PPs eneste dekor i kontinuerlig produksjon siden starten, er kun representert med *ett* bilde: i kapitlet om priskurantene ved århundreskiftet 1900.²⁶ Det er fristende å spekulere i om den blå-hvite dekorens tilpasningsevne og publikumstekke kan ha gitt historieskrivningen et problem med å forklare stråmønstrets overlevelsesdyktighet i et lineært modernistisk perspektiv; en løsning blir da å behandle det som et rent 1800-tallsprodukt og se bort fra dets appell hos samtidens publikum.

Ved fabrikken fortøner det seg anderledes: i første halvdel av 1960-årene ble *Strå* tilbudt i middags- og kaffeserviset *Jubileum* (som nevnt ovenfor), foruten et mindre utvalg enkeltstående deler. Anvendelsen av Sandnes’ moderne, renskårne form til den gamle, håndmalte dekoren later ikke til å ha skapt større forklaringsproblemer; i en katalogtekst datert mars 1964 (**fig. 28**) navigerer man elegant gjennom et mulig retorisk minefelt:

STRÅMØNSTER er en av de få dekorene som ennå håndmales. Stråmønsteret har, som porselenet selv, noe av østens eventyr og mystikk over seg. Det har nemlig sin opprinnelse i Kina, porselenets hjemland. At dekoren fremdeles er populær – mange århundrer etter at den først ble utviklet – beviser dens tidløse karakter.²⁷

Fremfor å tydeliggjøre forbindelsen til Meissen og kontinental europeisk porselenstradisjon, som man gjorde i 1880-årene, velger man her å vektlegge mønstrets opphav i Kina, og gjennom dette antyde et direkte slektskap mellom stråmønstret og *porselenet selv*. På denne måten

²³ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 246.

²⁴ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 251.

²⁵ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 238ff.

²⁶ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 97.

²⁷ Porsgrunds Porselænsfabrik ”Stråmønster”, katalogside (mars 1964), u. sidetall (PP-arkivet, Telemark Museum).

blir mønstrets ”tidløse karakter” nærmest essensialistisk begrunnet, og således gjort forenlig med modernistisk retorikk og idéer om ekthet. Det er forøvrig verd å merke seg hvordan katalogen i tekst og bilde fremhever *håndmalingen*, og med dette opphøyer den håndverksmessige fremstillingen til en iboende og integrert kvalitet ved det stråmønstrede produktet. Dette budskapet vil vi møte igjen senere.

Først skal vi se nærmere på en parallell, men ulik utvikling: hva hendte med *Svibel*? Mønstret som var stråmønstrets samtidige, skjønt kostbarere og ”finere”, var i sin gamle, håndmalte skikkelse i produksjon frem til 1930-årene.²⁸ Sammenlignet med *Strå* fikk ikke *Svibel* den samme utbredelse og ble tilsynelatende ikke malt på moderne modeller. Det kan også tenkes at *Svibel*, som håndmalt dekor, ble faset ut fordi den var mer tidkrevende og dermed dyrere enn *Strå* – av de to hadde nok *Strå* bedre levekår på markedet. I 1960-årene kommer imidlertid svibelmønstret tilbake som trykkdekor på storkjøkkenporselen, denne gang i en sterkt forenklet utgave uten borden og ringene som binder helheten sammen; mønstrets deler synes heller tilfeldig strødd utover tallerkenen. Dekoren er fremdeles avbildet i storkjøkkenkatalogen i slutten av 1980-årene (**fig. 29**), men har såvidt vites ikke vært i ordinært salg. At den skjematiske trykkdekoren kommer noe skjevt ut sammenlignet med sin håndmalte forgjenger, er neppe vanskelig å samtykke i, men det er uansett slående å se hvordan det opprinnelige produktet kan gjennomgå en så omfattende tilpasning, forenkling og overgang til mekanisk fremstilling uten å miste retten til ”familienavnet”; fremdeles er det *Svibel*. Mønstrets fortolkningsmessige fleksibilitet må følgelig trygt kunne sies å være betydelig.

Stråmønstret har kun forsøksvis vært produsert som trykkdekor ved PP,²⁹ selv om mange fabrikker verden over har fremstilt billige, trykte utgaver av det populære mønstret; for eksempel hadde Egersunds Fayancefabrik i mange år en forenklet stråmønsterutgave i sitt sortiment.³⁰ Porsgrunds vilje til å holde på den tradisjonelle, håndverksmessige fremstillingen må ses i sammenheng med den omfortolkning og nyprofilering av stråmønstret som fant sted i 1960-årene. Kort fortalt ble det litt gammelmodige og umoderne *Strå* gjenskapt som den tradisjonsrike designklassikeren *Strå*, og dette er nært forbundet med lanseringen av *Bogstad*-serviset, som jeg straks vil komme tilbake til. Vi har allerede sett hvordan katalogteksten fra 1964 fremhever *håndmalingen* som en betydelig kvalitetsfaktor, og når NRK Fjernsynet to år senere lager halvtimesdokumentaren ”Edel eleganse i stein og strå”, spiller stråmønstret ho-

²⁸ Anslaget er basert på hentydninger i litteraturen og på datering av bevart porselen. Det har ikke lyktes meg å fastslå nærmere når produksjonen av håndmalt *Svibel* opphørte.

²⁹ Kjell Egil Larsen, e-post 1.2.2012. Larsen forteller at Eystein Sandnes eksperimenterte med trykt stråmønster i blått og sågar i rødt. Dette ble aldri satt i serieproduksjon, men prøvene ble solgt billig i fabrikkens utsalg.

³⁰ Egersunds noe spinklere, trykte stråmønstervariant er svært lik tilsvarende mønster hos den tyske giganten Villeroy & Boch (som riktignok – med fare for å komplisere bildet ytterligere – var håndmalt!).

vedrollen. Programmet, som ble kringkastet i mars 1966, anvender *Strå* som gjennomgangsfigur fra første bilde, og Ingrid Espelids kommentarer følger porselensfremstillingen helt frem til direktør Møller sitter med en stråmønstret kopp i hendene.³¹ Til spinkle klavertoner av Mozart ser vi hvordan porselensmaler Thorleif Albretsen dekorerer kaffekoppen med stråmønstre. Det filmen *ikke* viser, er at PP på denne tiden praktiserte stempling av flere av mønstrets detaljer for å effektivisere den tidkrevende håndmalingen; denne praksis fant sted allerede i 1930-årene og vedvarte iallfall til midten av 1970-tallet.³² Stemplingen ble siden forlatt, og gjenstandene som idag signeres av stråmaleren er dekorert med pensel fra begynnelse til slutt. Dagens rendyrkede håndverksfremstilling er blitt en verdifull merkevare i seg selv, i en tid hvor trykkdekoring dominerer porselensindustrien og hvor høye lønnskostnader og økende finmekanisering har gjort tradisjonelt håndverk til en luksus. Når da stråmønstret presenteres i Porsgrund-katalogen med overskriften ”Strå – vår håndmalte stolthet”³³, manifesterer dette uttrykkelig den gamle dekorens nyvundne status som PPs designklassiker.

3.3. ”Romantisk i rococco” – *Bogstad Strå* og nostalgisens retorikk

I 1965 lanserte Porsgrund *Bogstad*-serviset.³⁴ Frem til 1960-tallet var PPs modellutvalg stadig blitt supplert med nye former og serviser; til å begynne med var de fleste innkjøpt eller kopiert fra utlandet, etterhvert ble nye modeller stort sett tegnet av PPs ansatte. Gamle modeller ble med tiden tatt ut og nye kom til, men de nye modellene var alltid *nye*. Når PP lanserer *Bogstad*-serviset, er det dermed første gang en gammel servisemodell brukes på ny: modellen var opprinnelig benevnt ”Bordservice riflet model 1111” og hadde vært i produksjon fra midten av 1890-årene til 1930-tallet.³⁵ Fabrikkens modellverksted hadde ennå de gamle støpekjernene lagret og kunne derfor enkelt sette serviset tilbake i produksjon.³⁶

³¹ *Edel eleganse i stein og strå*, dokumentar for NRK Fjernsynet (kringkastet 29.3.1966 kl. 20:30).

³² Forfatteren ble gjort oppmerksom på dette i pers. kommunikasjon med stråmaler Astrid Gundersen på PP 30.3.2011, og har undersøkt gjenstander som kan dateres til ulike perioder. Stemplet ble brukt til gresstrå, til selve stråblomsten og til den lille ”åttetallsblomsten” i toppen av ranken, og gav et jevnt, men noe kunstig regulært utseende – forskjellen mellom stemplet og malt fremtrer tydelig ved sammenligning. Stemplede gresstrå og ”åttetallsblomst” er påvist på porselen med grønt ankermerke og indikerer at denne praksisen allerede var etablert før 1937, og på stråmønstreartikler fra 1957 fremtrer stemplingen i sin fulle bredde. Dette fortsatte iallfall frem til midten av 1970-årene, trolig lenger. Stråmaleren forteller at de fikk beskjed om å slutte med stempling samtidig som den gjeldende praksis med initialsignatur ble innført – signert vare skulle være ”100% håndmalt”.

³³ *Porsgrunds Porselensfabrik. Produktkatalog 2005* (Porsgrunn: PP, 2005), 34.

³⁴ Dateringen bygger på den tidligste referansen forfatteren er kjent med: omtalen av *Bogstad* – ennå kun i kaffeservice – i glassmagasinet Landsverks helsidereklaime ”Landsverk julegavesider” i *A-magasinet*, ukesbilag til *Aftenposten*, 20.11. 1965, 2. Tidligste prisliste for det komplette serviset som forfatteren har lykkes oppspore er gjeldende fra 17.1.1966 (PP-arkivet, Telemark Museum).

³⁵ I Abrahamsen, *Porsgrunn Porselen gjennom 50 år 1887-1937* er modellen avbildet i hvitt på billedplansjen som er datert 1891-1911. Modellen opptrer første gang i priskuranten 1900 og er fremdeles med i 1931.

³⁶ Kjell Egil Larsen, pers. kommunikasjon 30.1.2012. Larsen forteller at modellverkstedet hadde kjerner til både modell 1111 og modell 1250 ”rococo”, og at det var uenighet om hvilken modell man skulle velge. Sjefsdesigner

Serviset ble lansert med flere forskjellige dekorasjoner, blant dem gamle blomstertrykk – og *Strå* (fig. 30). Den slanke nyrokokoformen slo raskt an og ble enormt populær, og ukepressen fulgte opp trenden. Under overskriften ”Romantisk i rococco” skriver *Gode hjem* i 1968:

For snart hundre år siden – i 1888 – ble det ved vår eneste porselensfabrikk laget et kaffeservise. [...] Serviset var romantisk, i fineste porselen. Stilen var ren rococco. Et kostbart servise var det, kun til ”søndags- og selskapsbruk”, får vi tro. Og kun forbeholdt ”de kondisjonerte”. [...] Det fint dekkede kaffebord med porselen og sølv er kommet tilbake. Hos unge mennesker er det nesten blitt mote å kunne dekke kaffebord i romantisk stil. Derfor var det ingen tilfeldighet at det ble det gamle rococco-serviset fra 1888 man satset på da noe ”nytt” skulle lanseres. [...] Serviset fra forrige århundre var navnløst, men nå ble det døpt. B o g s t a d ble navnet, *det bærer bud om fornemhet fra svunden tid*.³⁷

Omtalen viser hvordan det ”nye” gamle serviset ble innhyllet i en romantisk eventyrfortelling, godt hjulpet av det nye modellnavnet som knyttet an til den fornemme storgården ved Bogstadvannet utenfor Oslo. Navnevalget står imidlertid helt uten historisk belegg; ifølge Bogstad-stiftelsen har PP bekreftet at *Bogstad* ganske enkelt var et navn med gode assosiasjoner.³⁸

Siden omkring 1970 har *Bogstad*-formen vært alene om å bære *Strå*. Dette tilrettela for en helt ny forståelse av denne dekoren, idet den nå stod påført en ekte 1800-talls servisemodell som beviselig hadde vært malt i stråmønstre; i kraft av dekorens og formens ubestridelige forankring i Porsgrunds historie, kunne serviset *Bogstad Strå* med hell og stor overbevisning markedsføres som et virkelig *gammelt* servise og et troverdig tradisjonsrikt porselensprodukt. PPs annonsemal til forhandlerne anno 1970 lyder: ”Bogstad Stråmønster. Opprinnelig et kinesisk mønster som har vandret gjennom Europas porselenskunst i århundrer. Tidløst, elegant og like populært i dag som på 1800-tallet”³⁹. Igjen ser vi hvordan Kina fremheves som opphavssted i fortellingen om stråmønstret, men det mest påfallende er hvor *lineært* denne fortellingen fremstilles. Det føles nærmest ødeleggende å skulle påpeke at det riflede serviset faktisk var ute av produksjon i en 30 års tid, eller for den saks skyld at modell og dekor ikke har noen felles forhistorie *før* PP: som vi tidligere har sett, ble stråmønstret malt på ulike riflede eller glatte 1700-tallsformer, mens servisemodellen 1111 (*Bogstad*) er i nyrokoko og innkjøpt til PP i 1890-årene. Verdien av *kontinuitet* har vært sentral i markedsføringen av *Bogstad*, og ennå i slutten av 1990-årene lyder brosjyret teksten: ”Vårt eldste servise, skapt i 1888 og fremdeles et av våre mest populære serviser”⁴⁰.

Eystein Sandnes helte mot 1111, mens salgsvdelingen ville ha 1250; resultatet ble 1111. Med tilgang på støpekjerner kunne man enkelt å støpe nye gipsformer, for så å støpe porselenet i disse.

³⁷ ”Ruth: Romantisk i rococco”, i *Gode hjem*, nr. 14 (1968) (PP-arkivet, Telemark Museum) (min kursivering).

³⁸ Birgitte Espeland (daglig leder), e-post 24.8.2011. Til overmål ble et gammelt bilde av Bogstad gård anvendt som bakgrunn i de tidligste katalogbildene av *Bogstad Stemorsblomst*.

³⁹ *Deres 1970 annonser. Salgshjelp fra Porsgrund-Egersund* (1970) (PP-arkivet, Telemark Museum).

⁴⁰ *Bogstad*, brosjyre med oversikt over serviset deler (Porsgrunn: PP, [udatert, siste halvdel av 1990-årene]). Dateringen av *Bogstad* til 1888 er gjennomgående i alt reklamemateriell. Modell 1111 står imidlertid ikke opp-

Den nostalgipregede konseptualiseringen av *Bogstad*-serviset har utvilsomt innvirket på forståelsen av PPs stråmønster. Allerede i 1966, da *Bogstad* ble lansert som fullsortiments middagsservise, avbildet *Allers* et festdekket barnedåpsbord med *Bogstad Strå* som sitt bidrag til landbruksutstillingen på Sjølyst: ”Til en slik høytidelig familiebegivenhet passer det med hvit duk, vakkert porselen, fint krystall og gedigent sølv. Vi var så heldige å finne servise og sølvtøy med tradisjonspreget mønster.”⁴¹ Servisets historiske profil fremstår så sterk at det nesten blir vanskelig å oppfatte form og dekor som selvstendige bestanddeler. At stråmønstret i tillegg har en lang historie på andre modeller ved PP, har i beste fall vært underkommunisert. *Bogstad Strå* ble fotografert i romantiske oppdekninger med blomster, tekstiler og gamle møbler (**fig. 31**):

[...] Det tynne porselenet med de fint svungne linjene krever en nett oppdekning. Servisets form og dekor skriver seg fra slutten av forrige århundre. I likhet med andre særpregede ting vil man kunne finne plass for et slikt servise også i våre dager. Med en romantisk blomsteroppdekning – her små roser satt tett sammen på en gammeldags stettvase – understreker man servisets karakter.⁴²

Kildene tyder på at stråmønstret rett og slett har foretatt en klassereise: fra det enkle og forholdsvis rimelige blåmalte mønstret som direktør Bauer satte i produksjon i 1880-årene er Porsgrunds *Strå* blitt et prestisjeprodukt, et ”gammeldags og ærverdig” servise og PPs flaggskip. I en relativt ny Porsgrund-katalog (2005) beskrives mønstret: ”Porsgrund lanserte det håndmalte stråmønstret i 1887, det første produksjonsåret. [...] Det vakre blå mønsteret er tilpasset hver enkelt gjenstand etter et fastlagt mønster og har ikke vært forandret på 8-10 generasjoner.”⁴³ Som vi har sett, blir kontinuitet og ubrutt tradisjon helt sentrale kvalitetsmerker som former idéen om servisets identitet, og det faktum at det dreier seg om *håndverksproduksjon* underbygger servisets status som en eksklusiv merkevare.

3.4. Klassikerne – med historiens trumfkort i hånd

Historien om *Strå* og *Svibel* ved PP er historien om to svært overlevelsedyktige servisedekorer. I denne kasusstudien har jeg forsøkt å vise at dette imidlertid skyldes både forskjellige og foranderlige omstendigheter, og dermed blir approprieringsbegrepet særlig nyttig: elementer av tilegnelse, innlemmelse, tilpasning og nyttiggjøring er alle fremtredende i denne historien. Helt fra den nystartede porselensfabrikken tar opp to velkjente, blåmalte dekorer og gjør bruk av deres bakgrunn og betydning for å vinne innpass på markedet, har *Strå* og *Svibel* vært om-

ført i hverken 1888 eller 1889 års priskurant, og modellnummeret indikerer en datering til midten av 1890-årene.

⁴¹ ”Barnedåp”, i *Allers*, 2.3 (1966) (PP-arkivet, Telemark Museum) (min kursivering).

⁴² ”Servise: ’Bogstad’ stråmønster/Glass: ’503’ – likør”, katalogside (udatert, PP-arkivet, Telemark Museum).

⁴³ *Porsgrunds Porselensfabrik. Produktkatalog 2005*, 35.

definert, *appropriert* og anvendt i nye sammenhenger og på nye måter for å gi mening, som når *Strå* ”oppdateres” og aktualiseres ved å bli malt på moderne modeller.

Når *Strå* settes på *Bogstad*-formen, approprieres den gamle dekorens historie (og forhistorie!) og håndverkstradisjon for å skape *klassikeren Strå*, Porsgrunds håndmalte kulturskatt. Det er relevant å se til Elizabeth Guffeys nevnte bok *Retro – The Culture of Revival*, som utforsker tegn på det 20. århundrets selektive og tidvis forpliktelsesløse revurdering av fortiden: Guffey viser en interessant parallell når hun påpeker hvordan originale Tiffany-lamper i løpet av få år på 1950- og -60-tallet gikk fra å bli betraktet som skrapgods til å bli anerkjent som samleobjekter og *trendy*.⁴⁴ Nostalgien som gjorde seg gjeldende i 1960- og 70-årene var, i motsetning til 1800-tallshistorismen, konsentrert om en forholdsvis nær, *industriell* fortid fra de siste hundrede år, og var, ifølge Guffey, preget av et ambivalent forhold til modernitet og fremskritt.⁴⁵ Kanskje kan *Bogstad*-servisets suverene suksess forklares på denne måten; det sveifede rokokkoserviset har helt frem til idag vært en bærebjelke i PPs sortiment. Isåfall gir det også mening når stråmønstret, med sin historiske forankring og sitt lange liv på PP, blir opphøyet til Porsgrunds ”arvesølv”, tilsynelatende tidløst og uovervinnelig overlevelsedyktig. Og tross alt: av Porsgrunds 1960-tallsproduksjon er idag så godt som alt ute av produksjon – unntagen *Strå*.

⁴⁴ Guffey, *Retro*, 43-8.

⁴⁵ Guffey, *Retro*, 18, 13.

4. I nasjonens tjeneste: *Blaaveis* og *Drage*

4.1. Kunstindustri og kunstnerreform

I motsetning til min første kasestudie, som fulgte *Strå* og *Svibels* mange permutasjoner over lengre tid, vil dette kapitlet i hovedsak avgrenses til 1890-årene. Dette skyldes mest åpenbart at de aktuelle dekorene, *Blaaveis* og *Drage*, ikke fikk noe langt liv i Porsgrunds produksjon (i motsetning til *Strå*), men også at deres bakgrunn så kategorisk er knyttet til strømninger som gjorde seg gjeldende i 1890-årenes brytningstid. Samtidig er dette aspektet ved dekorene, særlig hva angår Munthes *Blaaveis*, utførlig behandlet i eksisterende litteratur; jeg vil forsøksvis gå videre i undersøkelsen av deres forhold til den blå-hvite dekortradisjonen.

Det sene 1800-tallet var preget av bestrebelse på å høyne industriproduktene estetiske og håndverksmessige verdi og samtidig øke publikums bevissthet, og dette betegnes ofte ”den kunstindustrielle bevegelse”. Ønsket om høynet kvalitet i produktene var motivert av en opplevet kvalitetsforringelse i samtidens ekspansive forbruksvareindustri, hvor nye tekniske fremstillingsmåter muliggjorde masseproduksjon av varer som tidligere hadde vært tidkrevende og følgelig kostbare å fremstille.¹ Av tidens store industriutstillinger sprang idéen om *kunstindustrimuseer* som forbilledlige og kvalitetssikrede eksempelsamlinger, og først ut var London med Museum of Manufactures – forløperen til dagens Victoria & Albert Museum – i kjølvannet av Verdensutstillingen 1851.² Kristiania Kunstindustrimuseum ble etablert allerede i 1876 som det første i Norden, og innen kort tid fulgte Vestlandske i Bergen (1887) og Nordenfjeldske i Trondheim (1893). Museenes samlinger var organisert etter materiale og teknikk som rene mønstersamlinger myntet på både håndverkere, industriens formgivere og det brede publikum. Kunstindustrimuseene var således ledd i en borgerlig estetisk folkeoppdragelse, hvor evnen til å skille godt fra dårlig, ’riktig’ fra ’galt’, ble satt i et større moralsk perspektiv.³ Det var fremfor alt det borgerlige hjem og dets gjenstandskultur som var den kunstindustrielle bevegelsens arena, og heri ligger bevegelsens demokratiske grunnlag: kun gjennom foredling av hjemmet med skjønne og ”gode” produkter kunne man lykkes foredle mennesket.⁴ Det var, vel å merke, utelukkende det *borgerlige* mennesket som her var snakk om.

¹ Ragnar Pedersen, ”De norske museene får sin form”, i Bjarne Rogan og Arne Bugge Amundsen (red.), *Samling og museum. Kapitler av museenes historie, praksis og ideologi* (Oslo: Novus, 2010), 49.

² Ingeborg Glambeke, *Kunsten, nytten og moralen. Kunst og husflid i Norge 1800-1900* (Oslo: Solum, 1988), 75ff.

³ Ingeborg Glambeke, ”Kunstindustrimuseer og den kunstindustrielle bevegelse”, i Rogan og Amundsen, *Samling og museum*, 104ff.

⁴ Fredrik Wildhagen, *Norge i form. Kunsthåndverk og design under industrikulturen* (Oslo: J.M. Stenersen, 1988), 22f.

Henimot 1890-årene begynte det imidlertid å bli tydelig at norsk kunstindustri tross alt var låst til historismens gitte repertoar av stilarter, og at selv det *nasjonale* aldri formådde å gi seg andre utslag enn stilmessig kopiering av det oldnorske.⁵ I spissen for kritikken stod kunsthistorikeren Andreas Aubert, som tok til orde for et samarbeide mellom ”den rene og den anvendte Kunst” og gav uttrykk for at produktenes kvalitet var avhengig av en styrende kunstnerisk intensjon.⁶ Idéen var at kunstnerens formsans og evner skulle garantere for høy kunstnerisk og estetisk verdi i utformingen av bruksgjenstander, og at det nasjonale kunne uttrykkes på andre måter enn den strengt stilkopierende.⁷ På denne måten søkte man nå å oppnå kunstindustribevegelsens målsetninger, men med nye og *kunstneriske* midler.

4.2. ”Vore to Porcelænsfabrikker har aldrig offret det en Tanke”

Som vi har sett i de to foregående kapitler, var de første årenes vareutvalg ved Porsgrunds Porcelænsfabrik i all hovedsak et produkt av kontinental og særlig tysk innflydelse. Dette var sannsynligvis et resultat av både praktiske og tekniske forutsetninger, direktør Bauers erfaring og ambisjoner og innhentet utenlandsk, fagkyndig arbeidskraft. Samtidig kunne det tyske porselenet ventes å svare til norske kunders forventninger og preferanser, ettersom Norge stod uten egen porselenstradisjon og alt porselen inntil da hadde vært importert.

Mot denne bakgrunnen blir det ekstra interessant når fabrikken i 1892-93 setter i produksjon et nytt, blå-hvitt servise (**fig. 10**) med dekor tegnet av Gerhard Munthe (1849-1929). Billedkunstneren som ble den såkalte Lysakerkretsens midtpunkt, var med sin nasjonalt betonte kunst og sitt engasjement en tydelig stemme i 1890-årenes reformdebatt og en markert forkjemper for kunstnerens engasjement i industrien. I desember 1891 skrev Munthe til sin venn, den ovennevnte Andreas Aubert:

I fjor Vinter under en længere Reconvalescens gav jeg mig i Kast med Ornamentik. Tanken paa Opfindsomhed [...] bragte mig til at tænke paa Industrien, og at der faktisk ikke i Mands Minde er tænkt en norsk Tanke i et Tæppe, aldrig i et Tapet, *at vore to Porcelænsfabrikker aldrig har offret det en Tanke*, at det kunde have noget for sig, men kaver sig Fallitt i Verdenskonkurrance [...].⁸

Det er verdt å merke seg at både Porsgrund og Egersund får passet påskrevet. Tidligere samme år hadde Munthe deltatt på Landsutstillingen i Skien med tegninger og tapetmønstre, og

⁵ Wildhagen, *Norge i form*, 35.

⁶ Tone Skedsmo, ”Kunst for alle. Kunst i alt”, i Tone Skedsmo (red.), *Tradisjon og fornyelse: Norge rundt århundreskiftet*, utstillingskatalog (Oslo: Nasjonalgalleriet, 1994), 7-9.

⁷ Skedsmo, ”Kunst for alle. Kunst i alt”, 7; Wildhagen, *Norge i form*, 47.

⁸ Munthes brev sitert i Widar Halén, ”Gerhard Munthe og ’den bevegelse som går fra Japan over Europa nu’”, i Skedsmo, *Tradisjon og fornyelse*, 81 (min kursivering). Jeg bemerker at sitatet er gjengitt noe ulikt hos Ivar Stranger i samme bok, og min gjengivelse er en avveining mellom de to; i hovedsak ligger forskjellene i rettskrivningen. Merk forøvrig at Munthe unnlater å skille mellom porselens- og fajansefabrikk.

ved denne utstillingen var også PP representert, formodentlig med mye av det samme som ble utstilt i København tre år tidligere. Kanskje knyttet Munthe allerede på Skiensutstillingen kontakter til fabrikken; av Erik Werenskiolds brev fra april 1892 går det iallfall frem at mønstret var tegnet: ”Du ved kanskje ikke at han har tegnet mønster til Porsgrund porcellain-fabrik. Blåveismotiv, to blå farver [...] Jeg synes det var pent; dr. Rustad fant det samme. Hvordan disse Porsgrundsfolkene optager det, vites endnu ikke.”⁹ Werenskiold antyder her med langt på vei at initiativet ikke lå hos fabrikken. ”Porsgrundsfolkene” valgte imidlertid å satse på Munthes mønster, og Aftenpostens omtale i februar 1893 (se nedenfor) gir inntrykk av at serviset er i produksjon. Her bekreftes dessuten mønstrets navn – *Blaaveis*.

Munthes *Blaaveis* har flere likhetstrekk med strå- og svibelmønstret (**fig. 8,9**). Først og fremst er det en dekorativ og flatedekkende komposisjon sammensatt av stiliserte blåveis. Tallerkenens speil rammes inn av en bred bord eller frise med stiliserte blåveisblader, og kanten markeres av kraftige istapper. Mønstrets konsentriske tredeling, som følger tallerkenformen, er påfallende lik svibelmønstrets; dessuten kan stråmønstrets karakteristiske ”gresstrå” ses parafrasert langs tallerkenfanens innerkant. Blåveismønstrets skjematiske oppbygning skaper en nærmest sektorisert firedeling av tallerkenen – og tilsvarende tredeling av asjetten – som minner påtagelig om stråmønstrets struktur (jfr. kapittel 2.4). Den ovenfor nevnte avisomtale, en notis med tittelen ”Norsk Mønster” i Aftenpostens aftennummer 10. februar 1893, indikerer at slektskapet til strå- og svibelmønstret var tydelig også i samtidens bevissthet:

Porsgrunds Porcelænsfabrik har i disse Dage været saa heldig at faa skaffet sig et udmerket smukt, nationalt Mønster for sine Servicer. Før havde man, som bekjendt, i *blaat Porcelæn* kun det sachsiske, saakaldte Zwiebel-mønster og det danske Roccocomønster, men nu har Maleren Gerh. Munthe komponeret et norsk Mønster, der sikkerlig vil gjøre stor Lykke. Det er ”Blaaveis”. [...] ¹⁰

Avisnotisen gir nærmest inntrykk av at av at man her har fått et nytt medlem i den blå-hvite porselensfamilien. Men om mønstrene forenes i sin bruk av den tradisjonelle underglasurteknikken i blått – dette kommer jeg tilbake til senere – er det åpenbart et vesentlig forhold som skiller dem: Munthes *Blaaveis* fremheves som et ”udmerket smukt” nasjonalt, *norsk* mønster, i klar kontrast til de to importerte mønstrene (merk forøvrig at stråmønstret her eksplisitt identifiseres som *dansk*, jfr. diskusjonen i kapittel 3.1). I mønstrets bestanddeler er ferskenes, granateple og plommegren erstattet av den norske blåveisen, og i istappene er den lange, kalde norske vinteren tilstede, om enn på retrett. Ivar Stranger mener at samtidens intellektuelle og nasjonalt bevisste så Munthes *Blaaveis* som ”...et vårtegn for norsk kunstindustri”, og med

⁹ Werenskiold sitert i Ivar Stranger, *Norsk verkstedkeramikk. En studie i århundreskiftets keramiske gjenstandskultur*, magistergradsavhandling i kunsthistorie (Universitetet i Oslo, 1981), 13.

¹⁰ ”Norsk Mønster”, notis i *Aftenposten*, aftennummer 10.2, 34. årg. (1893) (min kursivering).

tanke på at blåveismønstret regnes blant de første – kanskje *det første* – vellykkede kunstindustrielle kunstneroppdrag i Norge i 1890-årene, er det vanskelig å ikke være enig.¹¹

Kanskje er det takket være pionérprosjektet *Blaaveis* at Porsgrund noen år senere fikk tegnet to dekorasjoner i ”oldnordisk” stil, eller dragestil, som den gjerne kalles. Dekorene kjennes kun gjennom to bevarte prøvetallerkener i Telemark Museums samling (**fig. 12,13**), og det er usikkert hvorvidt de ble satt i produksjon – dette kommer jeg nærmere inn på. Dekorene har tilnærmet lik fanekant, hvor et felt med gripedyrlignende slyngornamentikk gjentas tre ganger rundt, vekslende med åpne felter hvor karakteristiske istapper, tilsynelatende lånt fra Munthes *Blaaveis*, bryter den løpende kantlinjen. Motivene i tallerkenens speil er til gjengjeld grunnleggende forskjellige: på den ene (**fig. 12**) et sentralt plassert gripedyr i en slyng- og knutepreget ornamentikk; på den andre (**fig. 13**) et sirkulært, hjullignende motiv med en ornamental dyrefrise ytterst. Alf Bøe tilskriver de to tallerkendekorene arkitekt Henrik Bull (1864-1953), fortrinnsvis på rent stilistisk grunnlag, men også på bakgrunn av en omtale i *Kunst og Kultur* i 1912 hvor det fortelles at Bull har arbeidet for PP. Bøe konkluderer med at tallerkenene ”...er prøver etter Bulls utkast, som aldri er satt i produksjon. Som eksempler på dragestil bør de antagelig dateres til årene like etter 1900”.¹² Bøes resonnement virker sannsynlig, men mangler holdepunkter. Er det mulig å bestemme dragestildekorenes opphav noe nærmere?

Det første jeg finner grunn til å imøtegå, er Bøes datering til ”like etter 1900”. En undersøkelse i priskuranten for 1900 viser at servicet *Façon Meissen* står oppført med en dekorprisklasse benevnt nettopp ”Dragemønster”, ved siden av ”Straa”, ”Zwiebel” og ”Blaaveis”, og selv om mønstret ikke fremkommer på noe bilde (det gjør forresten heller ikke blåveismønstret), er det rimelig grunn til å anta at det her nødvendigvis må dreie seg om en av våre to dragestildekorasjoner.¹³ *Drage* er ifølge priskuranten den dyreste av dekorene, med den store terrinen prissatt til kr. 18,-, hele 1,50 kr. dyrere enn tilsvarende i det forholdsvis kostbare svi-
belmønstret – håndmaleriet tatt i betraktning synes dragedekorenes detaljrikdom å stemme godt overens med den høye prisen. Hvis dette er riktig, og *Drage* var tilgjengelig allerede i priskurant 1900, må man gå ut ifra at dragedekorene har vært tegnet senest 1898-99 – om ikke annet av hensyn til formgivningsprosessens tidsaspekt. Det faktum at *Drage* finnes i priskurant synes videre å utfordre Bøes påstand om at Bulls dekorasjoner aldri ble satt i produksjon. Dragemønstret figurerer ennå i priskuranten 1905 for modell Meissen.¹⁴ Når dekoren står oppført i priskurant – til overmål to ganger, med fem års mellomrom – gir dette ifølge Halvard Sælid

¹¹ Stranger, *Norsk verkstedkeramikk*, 15.

¹² Bøe, *Porsgrund's Porselønsfabrik 1885-1965*, 129f.

¹³ Se trykt gjengivelse av priskurant i Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 243.

¹⁴ Jfr. Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 259.

ved PP en klar indikasjon på at serviset *er* satt i produksjon; priskuranten ble sendt ut til forhandlere og grossister og måtte således forventes å gi en garanti for varens tilgjengelighet.¹⁵ De bevarte tallerkenenes status som prøver er sannsynlig, men det betyr ikke dermed at mønstret ikke ble satt i produksjon.¹⁶ Uten å ha funnet bevarte eksemplarer fra en sådan produksjon blir det imidlertid vanskelig å konkludere sikkert på dette punkt.¹⁷

Men hva med Bull-tilskrivelsen? 1912-omtalen som Alf Bøe baserer sitt resonnement på, nevner ikke *hva* Bull har tegnet for Porsgrund, men Ivar Stranger har funnet ut at kroningsplatten fra 1906 med rette kan tilskrives arkitekten, og det kan således være denne platten omtalen sikter til.¹⁸ Henrik Bull etablerte seg i 1890-årene blant hovedstadens ledende arkitekter, og tiåret kulminerte i hans tre hovedverk Nationaltheatret, Historisk Museum og Regjeringsbygningen – hver vitner de om Bulls evner og kapasitet som formgiver og ornamenttegner, helt ned i minste detalj. I tegningene til Historisk Museum (1897-1902, **fig. 14**) og Regjeringsbygningen (1898-1906, **fig. 18**) viser Bulls ornamenter en linjeføring og tillempelse av gripedyrmotivet som gir sterk gjenklang i de to dragedekorene for PP. Også i detaljskissene til Bulls utvidelse av Villa Sundt i 1900 (**fig. 15**) og hans tegninger til Norgesportal for Pariserutstillingen samme år (**fig. 16,17**) gjenkjennes flere enkeltelementer fra tallerkendekorene.¹⁹ Her finnes blant annet figurer lignende den som pryder midten av den ene tallerkenen (**fig. 12**), og som trolig er basert på Urnesdyret. Dyrets hode bøyes bak benet og rekker ut en tunge med knute, svært lik dragehodet på Bulls sølvjardinière, tegnet for gullsmedfirmaet David-Andersen til Pariserutstillingen (**fig. 19**). Her er det imidlertid viktig å huske på at også andre i Bulls samtid arbeidet med lignende ornamentikk, for eksempel arkitekten Johan Osness. Noen tegning eller skisse av tallerkendekorene har ikke latt seg oppspore blant Bulls etterlatte materiale, men det skal nevnes at Bulls arkiv ble ødelagt i brann 1898 og at eventuelle dekortegninger da kan ha gått tapt – forutsatt at dekorene var tegnet før den tid. I den sammenheng er det interessant å se nærmere på et spisestuemøblement i dragestil som Bull tegnet allerede i 1896, på oppdrag fra Kristiania Haandværks- og Industriforening. Møble-

¹⁵ Halvard Sælid (tidl. museumsansvarlig), pers. kommunikasjon, PP 30.3.2011.

¹⁶ Tallerkenenes status som prøver underbygges av at det ikke kjennes andre deler. Den ene (TGM-BM.1967-085) er utført i ensfarvet blå *overglasur*, hvilket antyder en maleprøve beregnet på utførelse i blå underglasur. En mulig forklaring på produksjonsspørsmålet kan være at serviset ble utarbeidet og prissatt, men aldri bestilt.

¹⁷ Her bør bemerkes at *begge* dragedekorene i nyere tid har vært fremstilt i trykt utgave ved PP, dog ikke for ordinært salg. I 1988 gav PP en tallerken med trykt dekor lik **fig. 12** til Victoria & Albert Museum; tallerkenen (C.127-1988) har mest sannsynlig vært nyprodusert som bidrag til museets utstilling om skandinavisk glass og keramikk i 1989, men i museets samlinger dateres den like fullt til 1900-05 på bakgrunn av dekorens design.

¹⁸ Stranger, "Norsk verkstedkeramikk", 6, note 8.

¹⁹ Av gjenkjennelige elementer kan nevnes vekslingen i dyreslyngens tykkelse og doble/enkle linjetegning, bruken av ringer, ovaler og knuter, samt linjeføringens skarpe vinkler, typisk i markering av ledd eller i dyrehoder. I motsetning til i stavkirkeornamentikken gjør Bull utstrakt bruk av *runde* dyreøyne; dette forekommer også i tallerkendekorene. Forfatteren i samtale med Natalia Evseeva, 25.1.2012.

mentet, med tilhørende brystningspanel og sofanisje, ble utstilt på Stockholmsutstillingen 1897, vant svært rosende omtale og senere gullmedalje på Pariserutstillingen 1900.²⁰ En undersøkelse av møblementets veggpanel, skåret av John Borgersen, avslører at Bull har benyttet et løpende ornament i panelets overkant (**fig. 22**) som er nær *identisk* med tidligere nevnte ”dyrefrise” på den ene tallerkenen (**fig. 13**); eneste forskjell er at dyrets klo er trukket inn i sentrum av tallerkenen. I mangel av signerte dekorutkast er dette trolig det nærmeste man kommer en sikker attribusjon av de to dragedekorene til Henrik Bull. Hans omfangsrike produksjon av stilornamentikk betraktet ville det ikke være unaturlig om Bull gjorde bruk av et allerede tegnet motiv – panelets – og tilpasset det tallerkenens form. Isåfall taler dette for en datering av dragedekorene til etter møblementet; jevnført med ovennevnte kilder får vi en sannsynlig datering til 1897-98.²¹

Denne noe langdryge argumentasjonen for Henrik Bull som dragedekorenes opphavsmann er berettiget hvis den dermed kan fastslå at Porsgrunds Porselænsfabrik i løpet av 1890-årene fikk tegnet blå-hvite servisedekorer av *to* velrenommerte og aktuelle stilskapere. Munthe og Bull; begge var de opptatt av å skape et *norsk* uttrykk i en tid som var preget av sterk nasjonal bevissthet, men hvor det store flertall av markedets produkter var kopiert, importert eller influert av kontinentale stil- og forbilder. Munthes anvendelse av blåveis og isotapper blir således like norsk i sin symbolikk som de dekorative dragefigurene, men Munthe unnlater å trekke på det oldnorske som var en så viktig inspirasjon for norske arkitekter og kunsthåndverkere i 1800-tallets siste del.²² Like fullt er det eiendommelig å konstatere at disse nye, norske dekorene i så stor grad gjør bruk av komposisjonsprinsipper hentet fra de importerte tyske strå- og svibelmønstre. Ei heller å forglemme den rent tekniske fellesnevner: det dreier seg om underglasurdekorer i *blått på hvitt*. Werenskiold skriver om blåveismønstret: ”...to blå farver – andre kan nemlig ikke brukes på grund af den stærke varmegrad ved brændingen”, uten at dette dermed begrunner mønstrets utførelse i underglasurteknikk.²³ Føringer fra PP-ledelsen er naturligvis en mulighet; samtidig vet vi av Werenskiolds brev at Munthes mønster enda ikke var antatt på tidspunktet. Så spørsmålet gjenstår: hvorfor velge blå-hvitt?

²⁰ Stephan Tschudi-Madsen, *Henrik Bull* (Oslo: Universitetsforlaget, 1983), 40f.

²¹ Spisestuemøblementet var utstilt i Bergen 1898, hvor også PP var representert. Bull hadde dessuten tegnet Kristiania kommunes paviljong og *kan* ved denne utstillingen ha kommet i kontakt med fabrikkens ledelse og gjort avtale om å tegne dekorutkast. Dette vil isåfall gi en mest sannsynlig datering av dragedekorene til 1898. Om Bulls møblement og paviljong, se Bøgh, *Beretning om Bergensudstillingen 1898*, 239f, 275.

²² Wildhagen, *Norge i form*, 37.

²³ Stranger, *Norsk verkstedkeramikk*, 13. Som nevnt i kapittel 2.1 ble det allerede i Kina malt med kobber og jern i underglasur. I København ble det i Arnold Krogs tid utviklet flere farver til bruk i underglasurdekorering, men det er mulig at disse ikke var kjent ved PP. I Kunstindustrimuseet finnes også en tallerken (sanns. prøve) med dekor som kan være tegnet av Munthe, en polykrom blomsterrand i *overglasur* (NMK.2005.0170).

4.3. Blå-hvite bevegelser, japonisme og ”chinamania”

I et forsøk på å besvare spørsmålet må vi sette *Blaaveis* og *Drage* inn i en større europeisk og historisk kontekst, som riktignok har sin opprinnelse utenfor Europa. I 1853 gjenopptok Japan handelsforbindelser med Vesten etter å ha vært lukket i over to hundrede år, siden 1640. En økende mengde japanske eksportvarer fant veien til Europa fra 1860-årene og fremover og vakte europeernes begeistring for alt japansk; særlig lakk- og metallarbeider, porselen og japanske vifter ble høyeste mote i borgerlige kretser, og lik Kinasvermeriet på 1700-tallet opplevet Europa nå en Japankult, som på fransk fikk navnet *japonisme*.

Møtet med den japanske kunsten og eksportvarene fikk stor betydning for den samtidige britiske kunstindustrielle reformbevegelsen kalt *The Aesthetic Movement*. Som vi også skal se i kapittel 7.2, fikk japanske gjenstander og effekter et særlig sterkt og tidlig nedslag hos den amerikanskfødte billedkunstneren James Abbott McNeill Whistler allerede i 1860-årene. Whistler var selv en ivrig samler av blå-hvitt porselen og delte sin lidenskap med kunstnerinnen Dante Gabriel Rossetti, som var sentral i kunstnergruppen preraphaelittene. Poetene og kunstnerne som tilhørte den estetiske bevegelsen dekket opp og dekorerte sine hjem med blå-hvitt kinesisk porselen, og skapte en samlerkultur som i samtiden ble skildret som ”chinamania”, typisk uttrykt i parodiske karikaturtegninger av George du Maurier.²⁴ Det blå-hvite porselenet fikk en integrert og fremtredende plass i bevegelsens kunstnerhjem, hvor den eklektiske sammenstillingen av antikviteter og eksotiske importerte gjenstander ble en markør for eierens gode smak.²⁵ Assimileringen av det blå-hvite porselenet i de eklektiske kunstnerinteriørene markerer dermed også en anerkjennelse av de *kunstneriske* kvalitetene ved det blå-hvite som står i motsetning til både høyborgerlige viktorianske og nyrike sympatier. Når den tyske arkitekten Hermann Muthesius i 1904 utgir sitt store verk *Das Englische Haus*, beskriver han samlemanien på følgende måte (gjengitt i engelsk oversettelse):

[...] at first Rossetti had been alone in collecting blue-and-white Chinese porcelain, now the whole world did so and no house was complete without its pieces on the green-painted mantelpiece or shelf above the green wooden panelling. Japan contributed largely to the decorative ideals of the time, Japanese fans, screens, utensils and curiosities of every sort were imported in quantity and, like Chinese objects a hundred years before, every art-lover wished to own them.²⁶

Munthesius, som ved århundreskiftet oppholdt seg i London som ansatt ved den tyske ambassaden, ønsket å utforske den kulturhistoriske bakgrunnen for privatboligens sterke posisjon i

²⁴ Charlotte Gere, *Artistic Circles: Design & Decoration in the Aesthetic Movement* (London: V&A, 2010), 51f, 63; Lionel Lambourne, *The Aesthetic Movement* (London: Phaidon, 1996), 35, 116f.

²⁵ Gere, *Artistic Circles*, 9.

²⁶ Hermann Muthesius, *The English House*, overs. av Janet Seligman og Stewart Spencer (London: Frances Lincoln, 2007), 83.

det engelske samfunnet, og gir i det omfattende trebindsverket en detaljert karakteristikk av det engelske hjemmets innredning:

The real centre of attraction and the largest piece of furniture in the English drawing-room is the china-cabinet. [...] As their name implies, these cabinets are filled with valuable porcelain; during the last decades in particular, the fashion for collecting blue-and-white Chinese porcelain and decorating the house with it has attracted whole ship-loads to England and filled every English drawing-room with this ware [...]²⁷

Munthesius' ord bekrefter nokså utvetydig hvilken almen utbredelse det blå-hvite porselenet hadde fått siden Whistler og Rossetti begynte å samle i 1860-årene. Denne domestiseringen av blå-hvitt ble allerede foregrepet av den amerikanske skribenten Clarence Cook i *The House Beautiful*; i denne innflydelsesrike innredningsveilederen, først utgitt 1877, uttrykker Cook polemisk hvorfor udekorert, hvitt porselen bør unngås i privathusholdningen:

It took the yellow out of the butter, made the milk look blue, cast suspicion on the tea, took all the sparkle out of the sugar, and, in short, made it impossible for the breakfast to do itself justice. At dinner it was the same, [...] but the way white china behaved at dessert was really shocking. Fruit does not know how to behave itself when it is put into white china dishes, and eaten off white china plates. [...] The most serviceable ware for every-day use is the blue India china. It is an article of regular manufacture, and that produced to-day does not, so far as I can see, differ in the least from that which was made fifty or a hundred years ago.²⁸

Til forskjell fra Muthesius beskriver Cook blå-hvitt som *bruksporselen* og ikke bare hyllepryd. I tillegg fremhever Cook det blå-hvites kontinuitet i produksjon, ”uforandret gjennom hundrede år”, og det frister å lese hans aksept av nyprodusert vare som indikasjon på at nytt blå-hvitt oppleves å legitimere seg selv gjennom å knytte an til den sterke tradisjonen. ”Gjenoppdagelsen” av det blå-hvite og konstruksjonen av dets historiske troverdighet la, som vi har sett, grunnlaget for å definere det som en antikvit, et *klenodium*, først i kunstnerkretser og senere av almenheten. Vi skal se om dette også har hatt betydning for norske forhold.

4.4. Munthe, kunsten og hjemmet

Gerhard Munthe var godt orientert om japansk kunst. Widar Halén viser til at japonismen gjorde sitt inntog i norsk kunst allerede under den såkalte Fleskum-sommeren 1886, og peker på betydningen av danske Karl Madsens bok *Japansk Malerkunst*, utgitt i København 1885 som den første skandinaviske bok om emnet.²⁹ Julen 1890 fikk Munthe en bok om japansk kunst, og det kan ha vært denne; Madsens bok øvet uansett stor innflydelse på tidens estetise-

²⁷ Muthesius, *The English House*, 200.

²⁸ Clarence Cook, *The House Beautiful*, først utgitt 1877, denne utg. 1881 (New York: Dover, 1995), 236, 242. Betegnelsen ‘India china’ er sannsynligvis en levning fra den tidlige ostindiehandelens upresise begrepsbruk.

²⁹ Halén, ”Gerhard Munthe og ’den bevegelse som går fra Japan over Europa nu’”, 77ff.

rende gjenstandskultur. ”Den bevegelse som fra Japan går over Europa nu, kommer fordi den dekorative kunsten har lagt [sic] nede”, skriver Munthe i sin notatbok, og japonismen er tydelig i hans dekorative arbeider fra første halvdel av 1890-årene. Halén hevder endog at blåveismønstrrets istapper peker tilbake på abstraherte skyformasjoner i japansk kunst, og argumenterer med at Munthe innlemmet istappene på et senere tidspunkt, etter hans Paris-reise i 1892.³⁰

Munthe manifesterte seg allerede tidlig i 1890-årene som leder for tidens estetiserende bevegelse i Norge.³¹ Han innredet sitt hjem *Leveld* på Lysaker med friske farver, gamle møbler og antikviteter, og skapte således en norsk parallell til de engelske kunstnerhjemmene. Gjennom hans egne tegninger og bilder kjenner vi hjemmets innredning, og det er slående, skjønt neppe overraskende, å se at Munthe hadde blå-hvitt porselen hengende i spisestuen på *Leveld* (fig. 20). Hjeminnredning var uten tvil kunstindustribevegelsens viktigste fanesak, og mangt var blitt skrevet om hjeminnredningens estetiske og ideologiske forutsetninger. Fremst blant forfatterne var kanskje den østerrikske teoretiker Jakob Falke (1825-97), hvis bok *Kunsten i Huset* ble oversatt til norsk i 1872. Falkes tekster ble flittig lest av samtidens intellektuelle: i 1885 kom Johan Bøghs oversettelse av *Den Moderne Smags Historie*, samme år som den danske industriteoretiker Camillus Nyrop oversatte *Kunstindustriens Grundsætninger* til dansk og gjorde ytterligere en av Falkes skrifter tilgjengelig for norske lesere. I *Kunsten i Huset* gir Falke en detaljert redegjørelse og argumentasjon for kravene til ”riktig” innbo, men nevner intet om blådekorert porselen. Om porselen generelt er Falke opptatt av at malt dekor må forholde seg til gjenstandens form og ikke gå på tvers av denne, og han finner naturalistisk avbildning støtende fordi virkelighet og etterligning blandes.³² Videre skriver han:

Meget mere må just Bunden af Tallerkener og Fade [...] forsynes med et let, betydningsløst Ornament, der ikke har nogen anden Hensigt end at ophæve det tomme og haarde i den store hvide Flade [...] Ved Tallerknerne er det saaledes fremfor alt den brede Rand, som skal modtage Hoveddekorationen. Dens Form fører det dog med sig at Forsiringen fortrindsvis maa være af rent ornamentalt Slags [...] Hertil kommer at Porcellænet er et elegant Stof med en glat og fin Overflade, hvoraf følger at Ornamentationen [...] kun [må] være henvendt paa det sirlige og fine. Men bliver dette Hensyn iagttaget, undgaar man tunge Farver i brede Masser og brede forgyldte Baand, er Tegningen skjønn eller ogsaa rig i sin Sirlighed, saa vil dette være fuldkommen tilstrækkeligt for at opfylde den almindelig dekorative Hensigt: Gjenstanden selv viser sig da passende og smagfuldt forsiret, udhæver sig fra den hvide Borddug og tjener som en farvet Prydelse til Udsmykning af hele Bordet.³³

³⁰ Halén, ”Gerhard Munthe og ’den bevegelse som går fra Japan over Europa nu’”, 84f. Halén skriver at også Karl Madsen var oppmerksom på dette motivet, som allerede i 1876 var benyttet i fransk servisedekor. Et tidlig utkast til *Blaaveis* inneholder rett nok *ikke* istappene. Imidlertid tyder Aftenpostens ovennevnte omtale på at motivet allerede den gang (1893) ble oppfattet som istapper.

³¹ Halén, ”Gerhard Munthe og ’den bevegelse som går fra Japan over Europa nu’”, 77.

³² Jakob Falke, *Kunsten i Huset. Studier over Vaaningens Dekoration og Udstyr*, overs. av Nicolay Nicolaysen (Kristiania: Cammermeyer, 1872), 116f.

³³ Falke, *Kunsten i Huset*, 117f.

Falke ser altså ut til å forfekte en rent ornamental dekketøysdekor som betoner tallerkenens rand, i en fin og sirlig tegning tilpasset porselenets stofflige karakter og i en farve som uten å virke tung og massiv fremhever seriset som en utsmykning av bordet. Tar vi en ny kikk på Munthes mønster (**fig. 10**), er det lett å se hvordan *Blaaveis* nærmest regelrett oppfyller kravene til sirlig ”prydelse” av bordet. Den ornamentale stilisering og dekorative anvendelse av naturmotiver skiller seg markant fra den naturalistiske illusjonisme som Falke fant så upassende som porselensdekor. I denne nedvurderingen av det naturalistiske ligger det også en moralsk fundert vektleggelse av de rent dekorative kvaliteter som i sin tur kan ha gjort den blå-hvite farvedrakten *særdeles* velegnet til formålet.

Blåfarvens velegnethet i porselensdekor underbygges også av Falke i *Kunstindustriens Grundsætninger*, hvor det gjentatte ganger fremheves at det kinesiske (og japanske) porselenet er, har vært og vil stå som forbilde for det europeiske i dets ”...i dekorativ Henseende saa taknemlige blaa og hvide Kar...”.³⁴ Falke avslutter sin diskusjon av porselenets form og dekor med å sondere ut tre ”stilarter” som ”...passer [...] til det givne Materiale. Den første er den kinesisk-japanesiske [sic!]”³⁵, og her fremheves også svibelmønstret. Selv uten å lese Falke mellom linjene blir det rimelig tydelig at de konvensjonelle dekorasjonsteknikker benyttet i kinesisk og japansk porselen består prøven simpelthen fordi de ses som så uløselig tilknyttet selve materialet. Blå porselensdekor blir dermed et naturlig og akseptert dekorvalg i og med at den blå underglasurfargen har fulgt porselenet helt fra dets opprinnelse i Kina. Munthe og hans likesinnede kan fint ha vært åpne for en sådan tilnærming: Munthe var selv overbevist om at det fantes særegne *norske* farver – få og kraftige – og skriver i sin bok *Minder og Meninger* (1919) at han tegnet vevmønstre ”...med de færreste og oprindeligste Farver, saaledes som [...] var brugeligt, før Forfald kom med Nuancer og Blodløshed i nyere Tid”.³⁶ Etersom Munthe selv hadde blå-hvitt porselen i sitt hjem på Lysaker, er det rimelig å anta at idéen om det blådekorerte porselenet var forenlig med de strenge kriteriene som ble lagt til grunn for den velfunderte innredningen av dette og andre kunstnerhjem, og som vi kjenner fra England (kapittel 4.3). De samme impulser hadde vært førende for utformingen av Carl og Karin Larssons hjem *Lilla Hyttånäs* i Sundborn i Dalarna, kunstnerhjemmet fremfor noe i skandinavisk sammenheng; det er derfor interessant å se at Larssons hadde et blå-hvitt svibelservice i sitt eie (**fig. 23**). Seriset er av tyske Villeroy & Boch og gjenkjennes på det bugnende julebordet i Carl Larssons akvarell *Julaften* fra 1904 (**fig. 21**).

³⁴ Jakob Falke, *Kunstindustriens Grundsætninger. En Haandbog for Hjemmet, Skolen og Værkstedet*, overs. av Camillus Nyrop (København: P.G. Philipsen, 1885), 159.

³⁵ Falke, *Kunstindustriens Grundsætninger*, 245.

³⁶ Gerhard Munthe, *Minder og Meninger – fra 1850-aarene til nu* (Kristiania: Cammermeyer, 1919), 59.

Et hjemlig norsk motstykke til Larssons farverike hjem – foruten Munthes *Leveld* – finner vi i Hulda og Arne Garborgs *Labråten* i Asker. Familien flyttet inn i 1897, og Hulda Garborg innredet hjemmet med sterke farver, gamle møbler og antikviteter. At *Labråten* også huser et større middagsservise i nettopp PPs *Blaaveis* (**fig. 24**), må dermed ses som en uttalt bekreftelse på at Munthe lyktes å appropriere den blå-hvite tradisjonen fra strå- og svibelmønstrene inn i en ny, nasjonal sammenheng. Kunstnerhjemmene er blitt et begrep, skriver Arne Lie Christensen, et sted hvor den nye nasjonale smaken kom til uttrykk, som kontrast til den overfylte viktorianske møbleringen i borgerlige hjem.³⁷ Mot denne bakgrunnen blir det blå porselenets assosiasjon til idéer om opprinnelighet og autentisitet en passende ramme for virkeliggjøring av Munthes og Bulls ”norske” mønstre, en ramme som uttrykte troskap til materialets iboende egenskaper.

4.5. Norsk mønster – en saga ”blått”

Gerhard Munthes *Blaaveis* ble dog ingen markedssuksess. Selv om porselensfabrikken antagelig ikke selv tok initiativet, valgte de like fullt å sette Munthes nye, nasjonale underglasurmønster i produksjon, og dét på Meissen-modellen, som fra før ble anvendt til *Strå* og *Svibel*. Stranger mener modellvalget gjenspeiler ledelsens høye forventninger til *Blaaveis* som nasjonalt prestisjemønster, men dette kan like gjerne forklares ut ifra praktiske produksjonshensyn; som vi har sett i priskurant 1900, var samtlige fire underglasurmønstre – *Drage* inkludert – samlet på modell Meissen.³⁸ Allikevel er det verdt å bemerke at det finnes bevart gullstafferte ”luksusutgaver” (jfr. kapittel 3.1) også av blåveismønstret (**fig. 11**), selv om disse ikke fremgår av noen priskurant. Gullstafferingen – som neppe ble initiert av Munthe – tyder på at PP-ledelsen siktet seg inn den samme borgerlige målgruppe som allerede kjøpte *Strå* og *Svibel*, og kanskje aner vi her årsaken til mønstrets manglende suksess; det var simpelthen ikke tilstrekkelig at kretsen av intellektuelle og nasjonalt bevisste kunder som Hulda Garborg verdsatte mønstret. I oktober 1893 rykket PP inn en stor og formodentlig kostbar annonse i *Aftenposten* for *Blaaveis* hvor Munthes navn er behørig fremhevet (**fig. 25**);³⁹ like fullt viser priskuranten 1900 at *Blaaveis* kun tilbys på en begrenset del av sortimentet, og det synes naturlig å se dette som et direkte utslag av fabrikkens forsiktighet som følge av begrenset etterspørsel.⁴⁰ Produksjonen ble trolig stoppet en gang etter 1911.⁴¹

³⁷ Arne Lie Christensen, *Kunsten å bevare. Om kulturminnevern og fortidsinteresse i Norge* (Oslo: Pax, 2011), 74.

³⁸ Stranger, *Norsk verkstedkeramikk*, 15; Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 243.

³⁹ ”*Blaaveis*”, annonse i *Aftenposten*, morgendnummer 18.10, 34. årgang (1893).

⁴⁰ Av modellene som likevel tilbys i *Strå* eller *Svibel*, tilbys i 1900 kun et titalls kopper, asjetter, mugger og and-

I min undersøkelse står *Blaaveis* og *Drage* som legemliggjøringen av 1890-årenes bestrebelse på kunstindustriell reform og søken etter nasjonal identitet. Munthes *Blaaveis* markerte, som Tone Skedsmo skriver, kunstnerens inntog på den kunstindustrielle arena,⁴² og Henrik Bulls dragedekorer må ses i forlengelse av dette; *Blaaveis* og *Drage* illustrerer to måter å uttrykke det norske på som begge var gyldige i 1890-årene, men som stod i kontrast til hverandre. Charlotte Ashby viser hvordan finsk folkekunst og -diktning og idéen om Karelenregionen som den nasjonale finske kulturens arnested ble appropriert på en lignende måte i finsk husflidbevegelse, som ledd i nasjonsbyggingens prosjekt.⁴³ Søken etter nasjonal 'stil' var i seg selv en internasjonal trend, skriver Ashby, en trend som fordret at designeren selv evnet å forme sitt prosjekt i relasjon til den internasjonale kontekst. Som vi har sett, står Munthes blåveismønster i et forhold til både japonismens impulser og den estetiserende bevegelsens tankegods, samtidig som den uttrykker noe *norsk* innenfor rammen av den etablerte blå-hvite porselenstradisjonen. En bedre opptakt til nittiårenes reformering av den estetiske gjenstandskulturen enn blåveisens suggestive symbolikk kunne knapt tenkes, skriver Stranger, og sikter til Munthes mønster som et vårtegn for norsk kunstindustri.⁴⁴ Også Bulls dekorer viser hvordan nasjonalt pregede ytringer gjør bruk av et etablert skjema fra stråmønstret og svibelmønstret, og gjennom formprinsipper som stilisering og komposisjon tilegner seg gjenkjennelig skikkelse.

Historien om *Blaaveis* og *Drage* er en historie om appropriering av nytt idéinnhold til gyldig form, og samtidig om appropriering av den blå-hvite porselenstradisjonens kjennemerker for å formidle et følt norsk budskap. Sammen vitner dekorene om det blå-hvites bemerkelsesverdige fortolkningsmessige fleksibilitet: hvor dekortradisjonen i andre sammenhenger symboliserer det eksotiske eller historisk autentiske, blir den gjennom Munthes og Bulls appropriering til effektive uttrykk for det nasjonale. *Blaaveis* og *Drage* blir stående som to seg imellom ulike innlegg i tidens debatt om nasjonal identitet – men uten å miste identiteten som *blå-hvitt*.

re småartikler med *Blaaveis*, av hele serviser kun middagsseriset *Façon Meissen*. I 1909 er mønstret kun tilgjengelig på denne og modell 1800, se Halvorsen og Larsen, "Gammelt Porsgrund", 205-55, 260-321.

⁴¹ Oluf Wold-Torne skriver i brev til Werenskiold at produksjonen har opphørt i 1907, jfr. Stranger, *Norsk verkstedkeramikk*, 15. Imidlertid finnes ennå *Blaaveis* i priskurant 1909 (Halvorsen og Larsen, "Gammelt Porsgrund", 283), og undersøkelser av bevart porselen har påvist mange stykker med grønt ankermerke (1911-37), hvilket indikerer at *Blaaveis* ble malt iallfall så sent som 1911.

⁴² Skedsmo, "Kunst for alle. Kunst i alt", 11.

⁴³ Charlotte Ashby, "Nation Building and Design: Finnish Textiles and the Work of the Friends of Finnish Handicrafts", i *Journal of Design History*, vol. 23 nr. 4 (2010): 351-65.

⁴⁴ Stranger, *Norsk verkstedkeramikk*, 15.

5. Blomstrende nyskapning: *Marguerite* og *Blå rose*

5.1. Ny tid – nye utfordringer

Med den tredje kasusstudien ønsker jeg å undersøke den blå-hvite dekortradisjonens rolle i Porsgrunds produksjon i tiårene etter den annen verdenskrig. Jeg har vært innom denne perioden i kapittel 3, hvor jeg drøftet hvordan *Strå* ble modernisert med nye modeller inntil den fra 1965 ble malt på *Bogstad*-serviset da denne gamle rokokkomodellen igjen ble satt i produksjon. Inneværende kasus tjener særlig godt til en videre kritisk undersøkelse av den blå-hvite tradisjonens fortolkningsmessige fleksibilitet: gjennom dekorene *Marguerite* og *Blå rose* følger vi blå-hvitt i en tid hvor modernismens estetikk og idealer er premissbestemmende.

Ved krigens slutt i 1945 stod Porsgrunds Porselænsfabrik overfor en rekke utfordringer. Krigstiden medførte ujevn tilgang på råstoffer, og særlig var mangelen på gips uheldig ettersom den la store begrensninger på muligheten til å lage nye porselensstøpeformer; lagret av støpeformer var dermed sterkt redusert. Videre led bedriften under mangel på kvalifisert arbeidskraft. Under Nora Gulbrandsens ledelse var det med de midler man hadde til rådighet i krigsårene blitt innledet produksjon av et grovt gods kalt ”keramikk”, men noen egentlig utvikling innen produktdesign hadde ikke funnet sted siden 1940. Da Gulbrandsen fratrådte i 1945, stod PP uten kunstnerisk leder i fire år, og Bøe skriver at direktør Jacob Aall Møller (ansatt 1946) valgte å begynne på ny, designmessig sett.¹ En kuriositet fra de første etterkrigsårene kan nevnes: varemangelen skapte en enorm etterspørsel som ble forsøkt dekket med alt fabrikkens maktet å produsere av hvitt porselen; for å bli holdt sysselsatt, fikk fabrikkens mallerstab istand en ordning med å randdekorere porselenet i *blått* før det ble utsendt.² I 1949 ble Andor Hubray Cedrian ansatt som sjefsdesigner. Cedrian hadde bakgrunn fra porselensfabrikken Herend i Ungarn, men ble ved PP i kun tre år før han overtok en tilsvarende stilling ved Vista Alegre-fabrikken i Portugal i 1952. Tias Eckhoff (f. 1926) rykket opp som sjefsdesigner; Eckhoff var blitt ansatt 1949 som nylig uteksaminert fra keramikklassen ved Statens Håndverks- og Kunstindustriskole (SHKS). Her gikk også Konrad Galaaen (f. 1923), Eystein Sandnes (1924-2006), Arne Lindaas (f. 1924) og Anne-Marie Jørgensen, senere gift Ødegaard (f. 1931), som alle ble knyttet til PPs designavdeling i denne perioden. Da Tias Eckhoff oppgav stillingen som sjefsdesigner i 1957, ble han etterfulgt av Sandnes, som hadde stillingen helt til 1987. Sammen utgjør disse menneskene det miljøet som, inkludert Leif Helge Enger (f. 1934,

¹ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 36-37, 209, 218.

² Trond Hansen, pers. kommunikasjon, PP 30.3.2011. Historien er anekdotisk gjengitt med tittelen ”Om ’Blå-dilla’” i internbladet *PP-sveier og sånne greier* (Porsgrunn: PP [udatert, sanns. 1960-årene]), s. 23-24.

fast ansatt fra 1965) og Grete Rønning (se nedenfor), skulle komme til å fornye og sette sitt preg på PPs produktbestand i etterkrigstiden og frem til og med 1980-årene.³

Gjenreisningstiden etter krigen var preget av rasjonering, av akutt mangel på boliger og på varer å fylle dem med, og som følge ble de første årenes bolig- og innredningsprogram innrettet mot knapphet og økonomisering for best å utnytte ressursene. Rundt 1950, godt hjulpet av Marshallhjelpen, begynte imidlertid gjenreisningsprogrammet å vise resultater, og årene som fulgte så en kursendring vekk fra det ”heroisk tarvelige”, i Fredrik Wildhagens ord, til en tydeligere orientering mot utenlandske impulser og en friere estetikk.⁴ 1950- og 60-årenes designkultur forbindes ofte med begrepet ’Scandinavian Design’, som knyttes til den store vandreutstillingen *Design in Scandinavia*, vist i USA og Canada 1954-57.⁵ Begrepet betegner en fellesnordisk kunstindustriell gjenstandskultur, tuftet på demokratiske idéer om material-ekthet og god form, og manifesterte seg i produkter av høy kvalitet og med et renodlet moderne tilsnitt. Bedrifter som Porsgrunds Porselænsfabrik og Hadelands Glassverk utvidet designstaben og fornyet vareutvalget i tråd med nye idealer og krav til bruksvarers kvalitet.

5.2. Marguerite – tekstilkunstnerens blomstrende blå

Grete Rønning (f. 1937) ble ansatt ved Porsgrunds designavdeling i november 1960. I likhet med Eckhoff, Galaaen, Ødegaard og de andre av den nye designergenerasjonen har Rønning sin utdanning fra Statens Håndverks- og Kunstindustriskole (SHKS). I tillegg har hun praksis fra keramikkverksted i København og arbeidet to år som tekstildesigner tilknyttet brukskunstorganisasjonen PLUS i Fredrikstad. De første årene ved PP fikk Rønning i oppgave å tegne dekorer til hotellporselen, men utførte også kunsthåndverksarbeider i chamottegods.⁶

Det første serviset fra Rønnings hånd var modellen nr. 2410 *Marguerite* i 1967, som samme år ble lansert i en kraftig blå blomsterdekor med samme navn (**fig. 32**). Formen er rettvinklet og utpreget horisontal, men er utstyrt med spisse lokk og en bratt, skrå kant på den faneløse tallerkenen (**fig. 34**). Servisets store, slette flater muliggjorde en tett, flatedekkende dekor, og den blå trykkdekoren *Marguerite* er et stilisert, todimensjonalt blomstermønster hvor en sentralt plassert klynge margeritter er omgitt av lett sammenfiltret bladverk. Dekoren fyller utsiden av de sylindriske koppene og kannene og dekker speilet i den faneløse tallerkenen, hvor kanten markeres med et blått bånd. Dekorens tetthet skaper en virkningsfull kontrast til de udekorerte, hvite flatene, som nærmest gis en passepartout-lignende funksjon mot det

³ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 222-26.

⁴ Wildhagen, *Norge i form*, 119-25, 129.

⁵ Wildhagen, *Norge i form*, 143-45.

⁶ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 224, 253.

løpende blomstermønstrer. Med sitt naturmotiv og sin organiske linjeføring fremstår dekoren som en karakteristisk representant for de folkelige og dekorative blomstermønstrene som dukket opp i dekketøysindustrien i brytningstiden mot 1970-årene; i tråd med en voksende skepsis mot følgene av den fremskredne etterkrigsmodernismens samfunnsutvikling i Vesten i 1960-årene merkes en sterk utbredelse av kraftige, ofte farveglade og naivistiske naturmotiver i dekor på husholdningsvarer. Figgjos *Clupea* (1965) og *Anne Marie* (1971) er illustrerende eksempler, dog med enda sterkere kontraster i farvebruken enn blå-hvite *Marguerite*.

Det er lett å se Rønnings bakgrunn som tekstildesigner i den tette, flatedekkende mønsterkomposisjonen.⁷ Før *Marguerite* tegnet hun en annen blå dekor til samme modell, *Grete*, hvor innflydelsen fra tekstilmønstre fremtrer enda tydeligere: mønstret er komponert av geometriske, sirkulære ornamenter satt tett sammen i parallelle bånd av varierende bredde. Begge dekorer ble markedsført, men *Marguerite* vant større popularitet og utbredelse og forble i produksjon i en tiårsperiode. Grete Rønning sier at hun ønsket å lage en dekor med et stort og kraftig uttrykk, og forteller at opprinnelsen til *Marguerite* var et stort fat, et unikat, som hun så ble bedt om å bruke som grunnlag for en servisedekor.⁸ *Marguerite* ble opprinnelig også avertert i to alternative farvevarianter, henholdsvis rødt og grønt silketrykk i kombinasjon med gull (**fig. 34**), men tidligere markedssjef Kjell Egil Larsen (f. 1941) bekrefter at den blå varianten gjorde størst lykke på markedet. Serviset ble oppfattet som modellmessig nytenkende, men var ifølge Larsen utsatt for brekkasje i koppenes tynne, utkravede drikkekanter, og ble derfor forholdsvis kostbart i produksjon. Salgsavdelingen var imidlertid opptatt av å beholde serviset, som forble i produksjon til siste halvdel av 1970-årene.⁹

Hvorfor et nytt, stilisert blomstermønster i blått? *Marguerite* er et blått i-glasurtrykk, det vil si en trykkdekor som overføres til det ferdige porselenet etter høybrenning og brennes ved høyere temperatur enn vanlig dekorbrenning, så dekoren synker ned i glasuren. I likhet med tradisjonelle buntrykk (flerfarvet overglasurdekor) krever dermed i-glasur en tredje brenning – som i og for seg er et fordyrende ledd – men til gjengjeld oppnår dekoren svært høy slitestyrke som følge av at den ligger beskyttet under en hinne av glasur. I så måte ligner teknikken det tradisjonelle underglasurmaleriet, og de har også en viss uttrykksmessig likhet. Ytterligere en likhet med underglasurteknikken er i-glasurbrenningens høye temperatur (over 1250 °C), som i noen grad begrenser farvespektret; også her faller kobolt heldig ut i sin forut-

⁷ Grete Rønning fremhever selv sin erfaring fra tekstildesign, pers. kommunikasjon, 2.11.2011.

⁸ Grete Rønning, pers. kommunikasjon, 2.11.2011.

⁹ Kjell Egil Larsen, pers. kommunikasjon, 30.1.2012. De røde og grønne *Marguerite*-variantene er, på tross av navnet, ikke identisk med den blå utgaven. Foruten at selve tegningen er anderledes, er også dekoren anbragt forskjellig på tallerkenen: som *randdekor*. I PPs annonsemal til forhandlerne fra 1970 er ikke lenger de røde/grønne variantene markedsført.

sigbarhet ved høye temperaturer (se kapittel 2.1). Alf Bøe antyder at i-glasurteknikken var ny ved PP i 1950-årene, og den ble flittig anvendt av Anne-Marie Ødegaard og Arne Lindaas, blant annet i en rekke gave- og souvenirartikler.¹⁰ Grete Rønning bekrefter at blå i-glasurdekor var mye brukt på fabrikken, og fremhever fargens anvendelighet og dekorens slitestyrke som medvirkende årsaker til at *Marguerite* er utført i blått; også dekoren *Grete*, nevnt ovenfor, er et blått i-glasurtrykk.¹¹ Sammenlignet med andre dekorer har de blå i-glasurdekorene langt bedre slitestyrke i bruk og bedre tåleevne i maskinoppvask, en aktuell og oppseilende problemstilling for industrien i 1960- og 70-årene.

Utover rent praktiske og produksjonsmessige hensyn er det samtidig mulig å forestille seg andre årsaker til at valget av blått falt heldig ut: som vi har sett i foregående kapitler (2.2, 3.2, 4.4), har valget av blå dekor gjentatte ganger hentet sin berettigelse i forholdet til kinesisk porselensstradisjon, porselenets ”opprinnelse”, i sådan grad at blå dekor til tider har vært ansett som synonymt med porselenet selv. Det er mulig å peke på eksempler fra skandinavisk porselensindustri som underbygger at en sådan forståelse kan ha vunnet aksept også blant etterkrigstidens formgivere. Allerede i 1949 hadde designeren Hertha Bengtson ved den svenske porselensfabrikken Rörstrand tegnet serviset *Blå Eld* (i produksjon 1951-71), en sammenstilling av koboltblå og hvite servisedeler etter et fast mønster.¹² Et tett, dekkende relieff er eneste dekor på de organiske formene, og er samlet sett helt underlagt det dominerende blå og hvite uttrykket. På samme tid i Danmark arbeidet Gertrud Vasegaard for Bing & Grøndahl og senere Kgl. Porcelainsfabrik, og formgav produkter i stentøy og porselen med håndmalt blå-hvit dekor, tydelig inspirert av østasiatiske forbilder.¹³ Tilbake på Rörstrand i 1952 startet produksjonen av *Mon Amie*, serviset som ble fabrikkens store bestselger helt frem til 1980-årene (**fig. 35**). Serviset, som ble tegnet av den nyansatte og –utdannede Marianne Westman og var basert på hennes eksamensprosjekt, bærer en svært karakteristisk dekor tett sammensatt av blå stiliserte blomster som dekker gjenstandens korpus.¹⁴ Kontrasten til hvite hanker, tut og lokk gjenkaller spillet mellom hvite og dekorerte flater som vi kjenner det fra Grete Rønning's *Marguerite* femten år senere. Videre stilte Rörstrand i 1955 ut Hertha Bengtsons nye, ildfaste serie *Koka blå* på H55-utstillingen i Helsingborg, et tykt hverdagsservise hvor relieffdekoren var konsentrert i brede blå bånd. Approprieringen av blå-hvit dekor inn i 1950-årenes mon-

¹⁰ Bøe, *Porsgrunds Porselensfabrik 1885-1965*, 248ff.

¹¹ Grete Rønning, pers. kommunikasjon, 2.11.2011.

¹² Jan Brunius, ”Tingens och formgivarnas decennier. Fantasi och saklig brukskonst”, i Bengt Nyström og Jan Brunius, *Rörstrand 280 år. Med fajans, flintgods, porslin & stengods* (Västerås: ICA-förlaget, 2007), 113. Fargesammenstillingen i *Blå Eld* eksemplifiseres med hvite kopper på blå skåler.

¹³ David Revere McFadden, ”Dansk kunsthåndværk, kunst og design”, 19f; Jennifer Hawkins Opie, ”Danish Modern’ 1950-70”, 149-51, overs. av Vibeke Woldbye, i Laursen og Nottelmann, *Dansk Porcelæn 1775-2000*.

¹⁴ Brunius, ”Tingens och formgivarnas decennier”, 114, 116.

déne, myke og stiliserte modernistiske formverden viser på en spennende og kanskje overraskende måte hvordan den gamle og borgerlige (jfr. kapittel 2.3) dekortradisjonens fleksibilitet også åpner for å uttrykke det skandinaviske sosialdemokratiets verdier, typifisert i produkter for det svenske *folkhemmet*. Jan Brunius skriver at den funksjonsrettede sakligheten i gjenstandenes utforming ble oppfattet som et synlig uttrykk for det rettferdige samfunnet, og viser til Scandinavian Design-begrepets internasjonale gjennombrudd med ”Design in Scandinavia”-utstillingen, som på turné i USA og Canada tjente som portal og ”skrytealbum” for moderne skandinavisk bohème.¹⁵ Ingeborg Glambek har undersøkt utenlandske mediers omtaler av utstillingen, og flere steder går det igjen at sterke og klare farver ble oppfattet som typisk nordisk: ”Clear whites accented with clear yellows and blues are favorite color themes”¹⁶. Vi skal ikke se bort ifra at det enkle og upretensiøse i det blå-hvite dekoruttrykket passet som hånd i hanske til Scandinavian Design-konseptets idealer om renhet og materialekthet.

Også i Porsgrund vant det blå-hvite innpass i den nytegnede etterkrigsproduksjonen. Foruten gaveartiklene nevnt ovenfor, kjenner vi et par blå servisedekorer fra Anne-Marie Ødegaards hånd, i-glasurtrykket *Nellik* (1957) og den håndmalte underglasurdekoren *Blåme* (1955), som begge er bygget opp av gjentatte, stiliserte blomstermotiver.¹⁷ Særlig minner *Blåme* sterkt om Westmans *Mon Amie* i sin skjematisk, dekkende gjentakelse av den bredpenslede blomsterfiguren. Med *Mon Amie* overførte Westman de naturtro 1940-tallsblomstene til 50-årenes abstrakte formverden, skriver Jan Brunius,¹⁸ og i Ødegaards dekor tre år senere blir de blå blomstene enda djervere i sin håndmalte utførelse. Alf Bøe benytter anledningen til å beklage ”...at publikums interesse for spesialdekorene ikke er større: Selvsagt må håndmalt porselen bli dyrt, men det burde likevel være plass til en slik luksus på enkelte budsjetter hvor utgiftene til vakkert utstyr for et hjem ligger svært høyt”.¹⁹ Merk forøvrig hvordan hånddekoreringen allerede her identifiseres som en luksus (jfr. kapittel 3.2). Grete Rønning erindrer et røft dekorert, blåmalt fajansefat fra barndommen som med sin kraftige dekor gjorde inntrykk på henne og kan ha vært en bevisst eller ubevisst inspirasjonskilde i arbeidet med *Marguerite*. ”Man kommer jo alltid tilbake til blått”, sier Rønning,²⁰ og understreker med dette på en treffende måte det blå-hvites kameleonrolle i designhistorien: en egen evne til å innpasses i nye sammenhenger og til nye formål og fremdeles oppleves å ha en sterk integritet, tilstrekkelig

¹⁵ Brunius, ”Tingens och formgivarnas decennier”, 122.

¹⁶ *New York Herald Tribune* sitert i Ingeborg Glambek, *Det nordiske i arkitektur og design sett utenfra* (Oslo: Norsk Arkitekturforlag, 1997), 125 (min kursivering).

¹⁷ Bøe, *Porsgrunds Porselønsfabrik 1885-1965*, 249, 252, se også fig. 171, 187, 194.

¹⁸ Brunius, ”Tingens och formgivarnas decennier”, 114.

¹⁹ Bøe, *Porsgrunds Porselønsfabrik 1885-1965*, 252.

²⁰ Grete Rønning, pers. kommunikasjon, 2.11.2011. Rønning mener å huske fajansefatet fra en venninnes hjem.

som en referanseramme i seg selv. I det følgende skal vi se nærmere på en annen blomsterdekor, også i blått, men samtidig vesensforskjellig fra *Marguerite* i sin anvendelse av den blåhvite tradisjonens kjennemerker.

5.3. *Bogstad Blå rose – en ny gammel kjenning*

I 1982 ble det lansert en ny dekor på den førnevnte *Bogstad*-modellen (se kapittel 3.3). Denne trykkdekoren (også i-glasur) viser naturalistisk fremstilte blomsterbuketter i forskjellige størrelser, tilpasset servisetets forskjellige deler. Bukettene domineres av en fylt rose, alt i blått – dekorvarianten fikk navnet *Blå rose* (**fig. 33**). Den tidligste omtale av serviset jeg har funnet er en billedtekst i *Hjemmet*, nr. 21 1982: ”En god, gammel kjenning for de fleste er nok denne *Bogstad*-modellen i 1880-årenes rokokkostil. Her har vi det stadig like populære porselensserviset med en helt ny dekor. *Blå rose* heter 1982-varianten.”²¹ Det har ikke lyktes meg å finne dekoren i bevart katalogmateriell, og den var formodentlig kun i produksjon en svært kort periode. 1983-84 var *Blå rose* tilgjengelig på storkjøkkenporselen i modell *Victoria*, men heller ikke dette ser ut til å ha vært særlig langlivet.²²

I sitt uttrykk tilhører *Blå rose* en lang tradisjon for naturalistisk blomsterdekor med røtter i Meissens og Wienerfabrikkens tidligste produksjon, helt tilbake i 1730-årene.²³ Dekor-typen, som ved tyske fabrikker ble betegnet ”deutsche Blumen” (**fig. 4**), dukket opp ved fabrikkene i København allerede rundt 1780, interessant nok under navnet ”blaa danske Blomster”.²⁴ Dette mønstret, som i København er blitt kjent som *Blå blomst* (**fig. 7**, se kapittel 2.3 og 2.4), har i likhet med *Musselmalet* vært i kontinuerlig produksjon helt frem til idag, og de blå håndmalte blomstene er blitt et sterkt symbol på kvalitet og tradisjonelt porselenshåndverk både i og utenfor Danmark; bevart porselen tyder på at *Blå blomst* har stått høyt i kurs hos velhavende nordmenn helt siden 1700-tallet.²⁵ Som musselmønstret har også *Blå blomst* gjennomgått forandringer i sin lange levetid, og i samme ånd ble serviset i 1800-tallets siste halvdel forsøkt ”restituert” til sin opprinnelige 1700-tallsskikkelse og supplert med nye former av Arnold Krog.²⁶ Rundt århundreskiftet ble blomsterbuketten flyttet ut til siden og dannet en

²¹ (Omtale av *Blå rose* [uten tittel]) i *Hjemmet*, nr. 21 (1982) (PP-arkivet, Telemark Museum).

²² Kjell Egil Larsen, pers. kommunikasjon 7.10.2011. Dateringen av storkjøkkenporselenet beror på undersøkelser av bevarte stykker, ettersom storkjøkkenporselen i den aktuelle perioden ble stemplet med årstall. Larsen mener at dekoren ble lansert på ”prøve” og derfor antagelig aldri kom inn i katalogen. Han understreker at *Blå rose* ikke ble noen markedssuksess og raskt ble tatt ut av produksjon.

²³ du Boulay, Prèaud og Tharp, ”Early Continental Porcelain”, 90; Jan Diviš, *European Porcelain – an illustrated history*, overs. av Iris Urwin (London: Peerage, 1983), 158.

²⁴ Dorenfeldt, *Kongelig Dansk*, 24 (min kursivering).

²⁵ Huitfeldt, *Blått som havet*, 103.

²⁶ Dorenfeldt, *Kongelig Dansk* 2, 25-7, 56-60. Fra 1913 av ble *Blå blomst*, som det musselmalte, ”låst” til tre forskjellige utgaver; disse kaltes svejftet, flettet og kantet, og var alle i produksjon frem til 2001.

asymmetrisk mønsterkomposisjon tilsvarende den vi gjenfinner i Porsgrunds *Blå rose*. Opprinnelig hadde buketten vært plassert *midt på* tallerkenen, men fra 1868 ble *Blå blomst* igjen malt på den gamle rokokkomodellen ”sveffet”, og det kan tenkes at man i 1800-tallets stilbevisste ånd syntes den nye plasseringen på siden bedre reflekterte rokokkoens tendens til asymmetri.²⁷ For å sikre balanse i komposisjonen ble mindre buketter og blomster spredt ut over flaten, og dette er nok et trekk som går igjen i Porsgrunds dekor.

Alt tyder på at vi står overfor et resultat av den bedriftsøkonomisk gunstige oppskriften på produktvariasjon som Alf Bøe erkjente nødvendigheten av i et tidligere sitat (kapittel 3.2): ved å utstyre samme modell med forskjellige dekor, kan man enkelt skape variasjon og bredde i utvalget uten større inngripen i den kostbare produksjonsprosessen – det er utelukkende i dekoravdelingen at arbeidet differensieres. Valget av trykkdekorteknikk reduserer forskjellene ytterligere, og garanterer for en variert produksjon uten fordyrende mellomledd. *Bogstad*-serviset har gjennom årene vært utstyrt med gullkant, sølvkant, stråmønster, bonde-mønster, rose-maling, stemorsblomster, kornblomster, røsslyng og flere andre dekor av varierende opphav og håndverksmessig gehalt. At fabrikken valgte å lansere en tradisjonell blomsterdekor på denne modellen kan i så måte neppe beskrives som noen overraskelse. Overraskelsen ligger snarere i at man på denne måten skaper helt nye produkter som tilsynelatende er ”gamle”. Jeg vil tillate meg å gå litt nærmere inn på dette fenomenet.

Helt fra de første moderne former gjorde sitt inntog i PPs priskuranter har de overlappet med (et til tider solid utvalg) gamle og historiserende modeller. Endog den selvstendige fornyer Nora Gulbrandsen ble satt til å tegne rokokkomodeller.²⁸ Alf Bøe redegjør kort for eldre modellens levedyktighet under overskriften ”Trettiårenes sideordnede produksjon”, og innrømmer den å være ”...ikke uten interesse”, fortrinnsvis fordi “[d]en forteller litt om de begrensninger og de muligheter som bestemte fabrikkens produksjonspolitik”.²⁹ Allikevel er tradisjonelle dekor fraværende i hans gjennomgang av etterkrigstidens PP-porselen, der arbeidet med stiliserte og geometriske dekor beskrives å være motivert av ”...forsøket på å komme bort fra konvensjonelle blomstertrykk, som sjelden eller aldri rekker til å bli mer enn en forsimpling av eldre tiders håndmalte dekor”.³⁰ Bøe hevder videre at mye av det ikke omtalte materialet først og fremst er av rent kommersiell interesse, og impliserer med dette at disse gjenstandene ikke fortjener noen grundigere undersøkelse. I sin oppsummering bekjent-

²⁷ Dorenfeldt, *Kongelig Dansk* 2, 26.

²⁸ Bøe, *Porsgrunds Porselensfabrik 1885-1965*, 195f. Serviset, som fikk modellnr. 2235, kjennes i kaffeservice allerede fra priskurant 1931, jfr. Halvorsen og Larsen, ”*Gammelt Porsgrund*”, 407. Modellen ble svært populær og er bevart i flere varianter med forskjellige blomstertrykk og gull-/platinastaffasje.

²⁹ Bøe, *Porsgrunds Porselensfabrik 1885-1965*, 219f.

³⁰ Bøe, *Porsgrunds Porselensfabrik 1885-1965*, 248ff.

gjør han ”...den lille triumf at salget av konvensjonelle modeller viste nedgang i midten av 1950-årene, slik at de nye og selvstendige produkter ble av mer vesentlig betydning for bedriften”,³¹ og levner hermed ingen naturlig plass for historiserende publikumsfavoritter. Kjetil Fallan har påpekt hvordan tradisjoneliserende design ble vurdert å være et nødvendig – om enn fra designledelsens ståsted lite ønskelig – supplement til den ”riktige”, modernistiske produksjonen ved Figgjo AS i 1950-årene; for å sikre markedsandeler i et lite hjemmemarked måtte norske dekketøysprodusenter tilby ”noe for enhver smak”, og dette innebar i praksis å også formgi produkter som bevisst spiller på tradisjonell-assosiative strenger.³² Relanseringen av *Bogstad*-modellen på 1960-tallet (se kapittel 3.3) tyder på en bevisstgjøring i PPs ledelse om kundenes preferanser for historiserende og tradisjonell design, eller i det minste en anerkjennelse av disse produktenes salgspotensial.

Blå rose har sin plass i forlengelse av dette: som en tradisjonell blomsterdekor ble den forventet å appellere til den samme kundegruppe som *Bogstad* allerede var myntet på. I blått og i sin asymmetriske komposisjon trekker dekoren på mange av de samme egenskaper og verdier som forbindes med den håndmalte danske *Blå blomst*, på tross av at *Blå rose* er en moderne trykkdekor hvor blåfarven ikke først og fremst er teknisk begrunnet (hvilket jo var tilfelle i det gamle underglasurmaleriet). Allikevel vekker blåfarven assosiasjoner til tradisjonelt porselenshåndverk, og kanskje har dét vært det viktigste: Kjell Egil Larsen forteller at man ved fabrikken i 1970-årene ønsket å finne nye, populære dekorer til *Bogstad*-modellen for å imøtegå en nedgang i etterspørselen i årene etter relanseringen, og han antyder at *Blå rose* var et ledd i dette forsøket.³³ Selv om ikke *Blå rose* ble noen markedssuksess, fikk PP sin nye bestselger i den blåsprøytede dekoren *Maud* (**fig. 52**), som ble lansert i 1978 og forble i produksjon helt til 2006.³⁴ Larsen avkrefter at *Blå rose* var ment å ligne den danske, håndmalte *Blå blomst*, og forteller at blomsterdekoren var et tysk trykk innkjøpt av sjefsdesigner Eysteinn Sandnes.³⁵ Like fullt er det påfallende at *Blå rose* sammen med *Bogstad*-dekorene *Maud* og *Strå* synes å gi en sammenstilling til forveksling lik de tre danske porselensklassikerne *Musselmalet*, *Blå blomst* og *Måge*, Bing & Grøndahls blåsprøytede bestselger (**fig. 53**). Alle er de blå-hvite, tradisjonsrike, og vekker en sterk typegjenkjennelse i forbrukerens bevissthet.

³¹ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 257.

³² Kjetil Fallan, ”One Must Offer ”Something for Everyone””: Designing Crochery for Consumer Consent in 1950’s Norway”, i *Journal of Design History*, vol. 22 nr. 2 (2009): 133-49.

³³ Kjell Egil Larsen, pers. kommunikasjon 7.10.2011. Larsen mener at *Blå rose*-dekoren først ble satt på hvit samsortering (vare som ikke er sortert i første og annen kvalitets sortering) for billigsalg i fabrikkutsalget, pers. kommunikasjon 27.9.2011. Ifølge Larsen var det vanlig praksis å teste ut nye dekorer på denne måten.

³⁴ Dateringen av *Bogstad Maud* er basert på en avisannonse i *Aftenposten*, aftennummer 21.9, 119. årg. (1978), samt en helsidereklame i *Kvinner og Klær*, nr. 42 (1978). Om utviklingen av *Maud*-dekoren, se også kapittel 7.3.

³⁵ Kjell Egil Larsen, pers. kommunikasjon 7.10.2011.

Det er allikevel viktig å presisere at det ikke er min hensikt å avfeie *Bogstad Blå rose* som historiserende kopi: at *Blå rose* i form og utseende gir inntrykk av å være en ”gammel” dekor, når den *de facto* aldri tidligere har eksistert i Porsgrunds produksjon, er først og fremst et talende eksempel på en interessant designstrategi. I sin hentydning til eksisterende, gammel dekortradisjon og til en gjenkjennelig, etablert dekortype blir *Blå rose*-serviset et typisk eksempel på fenomenet Eric Hobsbawm har kalt ”invented tradition”. Dette betegner en grunnleggende kreativ praksis, som ”...normally attempt[s] to establish continuity with a suitable historic past”.³⁶ Som vi så i kapittel 3.3, kunne *Bogstad Strå* med en viss berettigelse fremstilles som et virkelig gammelt servise, og likeledes var den populære dekoren *Stemorsblomst* basert på et ståltrykk som virkelig hadde vært benyttet på modellen i 1890-årene; mot denne bakgrunnen forekommer de romantiske blå rokokkobukettene minst like troverdige på det riflede nyrokkoserviset. I en annonse for *Blå rose* i Stavanger Aftenblad i november 1982 (**fig. 38**) tar Porsgrund saken på kornet med overskriften ”Nyhet fra 1888”, og skriver:

Bogstad-serien har egentlig alltid vært en rose verd. [...] Og nå [...] skjenker vi dette vakre serviset en rose. Og den er blå. *Den blå rosen er heller ingen tilfeldighet*. Det er en klassisk rosedekor som er en naturlig, dekormessig videreutvikling av den tradisjonelle stilrene Bogstad-modellen. Er du glad i de fine, klassiske porselens-servisene, er du nødt til å stifte bekjentskap med Bogstad Blå rose.³⁷

Valget av blå rosedekor er åpenbart ikke tilfeldig, ei heller er formodentlig bruken av ord som ’klassisk’, ’tradisjonell’ og ’stilren’ for å tegne den rette konteksten. Så skal vi også være åpne for at det er nettopp dette som i mange tilfeller er kundens opplevelse: en nostalgisk dekor passende til et gammelt servise. Fallan advarer mot å oppfatte denne typen konstruksjon som uekte og som forfalskning, og minner om at den historiske allusjonen – uavhengig av autenticitetsbetraktninger – tross alt er virkelig og tjener som drivkraft bak forbrukerens oppfatning av egenopplevelsen som meningsfylt.³⁸ Omtalen av serviset i Norsk Ukeblad sommeren 1983 (**fig. 37**) bærer overskriften ”Gammelkoselig i pastellfarvet ramme”³⁹ og gir således en tydelig pekepinn på hvordan *Blå rose* ble oppfattet: et *gammeldags* servise med *gammeldags* dekor – helt i overensstemmelse. Så lenge tradisjonsrik selskapelighet holdes, vil også tradisjonsrike og assosiasjonsbærende former i glass og porselen foretrekkes, skriver Tore Jørgen Hanisch og Ingvild Pharo om Hadelands gamle stettglassmodeller, og gir i dét en treffende karakteristikk av det kanskje riktigste vurderingsgrunnlaget for produkter som *Bogstad Blå rose*.⁴⁰

³⁶ Eric Hobsbawm, ”Introduction: Inventing Traditions”, i Eric Hobsbawm og Terence Ranger (red.), *The Invention of Tradition* (Cambridge: Cambridge University Press, 1983), 1.

³⁷ ”Nyhet fra 1888”, annonse i *Stavanger Aftenblad*, 17.11, 90. årg. (1982) (min kursivering).

³⁸ Fallan, ””One Must Offer ”Something for Everyone””, 141. Fallan siterer designhistoriker Judy Attfield.

³⁹ ”Gammelkoselig i pastellfarvet ramme”, i *Norsk Ukeblad*, nr. 31 (1983) (PP-arkivet, Telemark Museum).

⁴⁰ Tore Jørgen Hanisch og Ingvild Elisabeth Pharo, ”Tre kriser og tre reaksjoner (1920-1940)”, i Rolv Petter

5.4. Noe gammelt, noe nytt, noe lånt, noe blått...

Vi har sett nærmere på to eksempler fra Porsgrunds produksjon i tiårene etter krigen, begge i-
glasurtrykk utført i blått på hvitt. Men her stopper også likhetene: mens *Marguerite* i sin myke
linjeføring og flatedekkende detaljrikdom gir et lettfattelig uttrykk av folkelig, nærmest rus-
tikk dekorglede, oppviser rokokkobukettene i *Blå rose* en nostalgisk fundert naturalisme som
best beskrives som konvensjonell og historiserende. Dette kan også fortolkes som to ulike
måter å forholde seg til modernismens føringer på; *Marguerite*-dekorens gjennomført dekora-
tive stilisering av motivet og nøye avpasning i formens slette flater, behørig avgrenset av kan-
ter og bånd, synes å svare godt til modernistiske premisser for dekorens natur og plassering.
Rønnings design formidler like fullt en mykere, mindre selvhøytidelig modernisme, som i så
måte tåler sammenligning med Turid Gramstad Olivers samtidige dekorer for Figgjo i en figu-
rativ, folkloristisk stil. Kjetil Fallan har påpekt at Gramstad Olivers dekorer ble Figgjos løs-
ning for kunder som ikke bifalt de mer asketiske, modernistiske produktene foretrukket av
samtidens designelite.⁴¹ Riktignok deler ikke Rønnings design den samme folkloristiske
strek,⁴² men det er ikke usannsynlig at *Marguerite* i sitt dekorative og uhøytidelige uttrykk
kan ha tjent den samme funksjon i Porsgrunds sortiment, godt plassert mellom tradisjonsrike
Bogstad og rendyrket modernistiske modeller som Sandnes' *Jubileum* og *Galaaens Spire*.

På den annen side står *Blå rose*, som i sin historiserende blomsterromantikk går på
tvers av modernismens progressive krav om tidsmessighet. Konsekvensen av å vurdere *Blå
rose*-serviset etter rent stilistiske og formale kriterier blir å erklære det en anakronisme, som
ikke har noen naturlig plass i modernismens lineære historieskrivning. Misnøyen med denne
”retningsløsheten” var høyst tilstede i samtiden, skal vi tro PPs internavis *Skjerven*, som som-
meren 1980 under overskriften ”Tilbake – men hvorfor??” innleder: ”Truet av redselen for
fremtiden, omringet av nåtidens bekymringer, retter mange blikket bakover i tiden og søker
trøst i nostalgien” og videre siteres fra et vesttysk bransjetidsskrift:

’Den som har problemer med å finne seg tilrette i vår tid, får hjelp og gehør i våre bransjegrupper [...] Glass-, porselens- og keramikbransjens [sic] messer presenterte denne våren, hva man har utpønsket for sine kunder ”som ser seg tilbake”, og det i et omfang som får forvirringen i denne trend-skifting til å virke heller mistenkelig. [...] S]nart er ingen dagligstue uten stoler fra før-jugend-epoken, intet soveværelse uten oldemors vaskevannsfat med mugge – i småblomstret dekor, så klart. Det er i det hele tatt umulig å ramse opp alt som hvirvles opp i kjølevannet av denne kvasi-hjemlengsel. *Mangt og meget av det som nå troskyldigst pines frem og tilbys forbrukerne, er mindre verdt enn trykksverten på prisliste-*

Amdam, Tore Jørgen Hanisch og Ingvild Elisabeth Pharo, *Vel blåst! Christiania Glasmagasinet og norsk glass-
industri 1739-1989* (Oslo: Gyldendal, 1989), 146.

⁴¹ Fallan, “The Realpolitik of the Artificial”, 578.

⁴² Grete Rønning gir uttrykk for at hun ikke identifiserer seg med Gramstad Olivers motiver og formspråk, pers.
kommunikasjon, 2.11.2011.

*ne. Men hver enkelt av disse pseudo-nostalgiske artikler forsterker trenden, er med på å suggerere forbrukeren til drømmer om i forgårs da verden "ennu var hel"[...]*⁴³

Det er vanskelig å ikke merke seg den lett paranoide mistenkeliggjøringen som foranlediger denne sterke fordømmelsen av nostalgisens markedspotensial. Så var det da også denne typen holdninger Gert Selle gikk til angrep på i sin polemiske tekst "There Is No Kitsch, There Is Only Design!" fra 1984:

It is a professional tradition to think that the proper use of things must never be left to the users. For more than 80 years, every designer with self-respect has considered himself a cultural guardian of any user whatsoever. He thinks that the users have to be led out of kitsch into the freedom of a rational use of goods specially designed for that purpose. [...] The fact is: the ordinary beautiful design of the world at large *is* design [...] The IDZ [Internationales Design Zentrum] exhibition showed nothing out of the ordinary, unless the intensity of wishing, the stubbornness, and the sense of beauty with which masses of ordinary users cling to their concepts and force designers to go along with them is considered extraordinary. [...] this, after all, is the original, the socially lived and vitalized, serious form of design.⁴⁴

Selle stiller seg sterkt kritisk til designelitens hegemoni og uttrykker vilje til å stikke hull på den store ballongen som er modernismens idé om "god form". Konvensjonelle og "gammelkoselige" produkter som *Bogstad Blå rose* representerer nettopp den type nyskapning som designeliten helst ikke ville vite av og som Selle forsvarer på demokratisk grunnlag. Kritikken mot modernismens ensrettede idealer og forsvaret av mangfoldighet plasserer Selles tekst med et bestemt grep innenfor postmoderne teori, men *Blå rose*-serviset er snarere *amoderne* enn postmoderne i sitt eksplisitt historiserende uttrykk; som nevnt ovenfor (5.3) har historiserende design lenge hatt en bred plass, hos PP og i porselensindustrien generelt. At *Blå rose* er valgt innkjøpt av en designer med så sterkt profilerte modernistiske sympatier som Sandnes, røper følgelig en bevisst og strategisk holdning til tradisjonelle produkters markedspotensial.

Tross de åpenbare forskjellene i uttrykk og i tilnærmingen til mer eller mindre dominerende modernistiske føringer, er det tankevekkende å konstatere at både *Marguerite* og *Blå rose* faktisk begge er blomstermotiver, trykt i blått. Idéen om "blå blomster" later med andre ord til å være gangbar uansett om hensikten er å skape et moderne og tidsmessig hverdagsservise eller et "gammeldags finservise". Rønnings *Marguerite* oppnådde Hannovermessens anerkjennelse for god industridesign 1971,⁴⁵ og da *Alle Kvinner* loddet ut morsdagsbord til sine lesere i februar året etter, var kaffebordet dekket med nettopp *Marguerite* (fig. 36):

Til ære for mor har vi dekket et virkelig fest-kaffebord. Riktig staselig er det med fint porselen [...] Kaffeserviset tilhører den flunkende nye "Marguerite"-serien som er laget av Grethe [sic] Rønning.

⁴³ Signaturen "-rr" fra det vesttyske bransjetidsskriftet *Schulade* siteres i HS, "Tilbake – men hvorfor??", i *Skjerven. Internt informasjonsorgan for Porsgrunds Porselensfabrik*, nr. 2 (1980), 22 (min kursivering).

⁴⁴ Gert Selle, "There Is No Kitsch, There Is Only Design!", i, *Design Issues*, vol. 1 nr. 1 (1989), 41ff.

⁴⁵ "Stipend til P.P. designer", i *Varden*, 22.5, 98. årg. (1971) (PP-arkivet, Telemark Museum).

Formen er stram og slank med et lett romantisk sprell over lokkene og fint avveiet spill mellom hvite og dekorerte flater. Dekoren ligger under glasuren og er dermed absolutt uslitelig og dertil oppvaskmaskinsikker. *Sammensetning blått/hvitt har vært like populær så lenge porselen har vært laget*, og lekker og kombinasjonsvennlig er den da også. Den passer overalt og tåler naboskapet med de fleste farver. Med sin karakterfulle dekor gjør ”Marguerite” seg best på en ensfarvet duk [...] servietter i gult, rosa, lindgrønt eller syren høres vel vilt, men er faktisk raft [sic] til blå/hvite ”Marguerite”.⁴⁶

Det kanskje mest oppsiktsvekkende i omtalen er hvor eksplisitt det ”flunkende nye” (i virkeligheten fem år gamle) *Marguerite* knyttes til den blå-hvite porselenstradisjonen og dens karakteristisk sterke kontinuitet. De tydelige forskjellene i uttrykk og konsept mellom servisene *Marguerite* og *Bogstad Blå rose* demonstrerer således den store spennvidden innen det typegalleri som kan legitimeres ved henvisning til den blå-hvite tradisjonen. Denne spennvidden understreker på forbløffende vis denne tradisjonens fortolkningsmessige fleksibilitet og dens ambivalente forhold til modernismens designretorikk: i serviser som *Marguerite* og *Mon Amie* approprieres den blå dekorfarven som noe rent og essensialistisk ”riktig” til porselenet, og gjøres på denne måten forenlig med uttalte Scandinavian Design-idealer. I *Blå rose* ser vi imidlertid hvordan den blå-hvite *håndverkstradisjonen* danner grunnlaget for en appropriering av de naturalistisk fremstilte blå blomster; blåmaleriet i Tyskland og særlig i København – i Norge kjent som selve innbegrepet på tradisjonelt porselenshåndverk – tilrettelegger for en typegjenkjennelse som ikke uten videre er andre produkter forunt. Med dette knyttes *Blå rose* til en rent håndverksmessig fremstilling som ikke stemmer med den benyttede trykketeknikken og til en fornemmelse av tradisjon som ikke direkte har hjemmel i Porsgrunds historie. Fabrikkens markedsføring av serviset har treffende nok bekreftet at ”Den blå rosen er [...] ingen tilfeldighet”,⁴⁷ og således kan referansen til den blå-hvite dekortradisjonen hevdes å være den faktoren som sikrer *Bogstad Blå rose* nødvendig troverdighet som produkt.

Marguerite og *Blå rose* utgjør sammen et talende eksempelpar på den blå-hvite tradisjonens fortsatte anvendelighet og potensial overfor en sammensatt kundemasse i en tid og et designmiljø hvor modernismens idealer stod sterkt; samtidig var det en tid hvor disse idealene også ble gjenstand for økende kritikk. Gjennom dette setter dekorparet i denne kasusstudien søkelyset på den grunnleggende konflikten mellom designens idealistiske og pragmatiske rolle, av Fallan karakterisert som ”redd verden” contra ”redd bedriften”.⁴⁸ Studien demonstrerer hvor effektivt det blå-hvite uttrykket kan tilpasses/tillempes i den ene eller annen retning og fremdeles gjenkjennes som *blå-hvitt*; nok et vitnesbyrd om tradisjonens nærmest elastiske tilpasningsevne og overlevelsesdyktighet.

⁴⁶ ”Farvefint og festlig til mor”, i *Alle Kvinner*, nr. 7 (1972) (PP-arkivet, Telemark Museum) (min kursivering).

⁴⁷ ”Nyhet fra 1888”.

⁴⁸ Fallan, ”The *Realpolitik* of the Artificial”, 582.

6. Ringen sluttet: *MaxiStrå* og *MiniStrå*

6.1. Med Porsgrund inn i et nytt årtusen

Min fjerde og siste kasusstudie trekker historien om blå-hvite Porsgrund-dekorer helt opp til vår egen samtid. Av ”de gamle mønstrene” er *Strå* fremdeles i produksjon, og i dette kapitlet undersøker jeg nettopp hvordan PPs ”håndmalte stolthet” blir lagt til grunn for direkte og samtidig kreativ appropriering i dekorene *MaxiStrå* og *MiniStrå*. Disse servisene kan i sin utilsørte *Strå*-referanse synes selvsagte som eksempler på appropriering av blå-hvit tradisjon, men i deres åpenbare og overraskende direkte uttrykk ligger en ny og ukonvensjonell tilnærming til tradisjonen og en annerledes forståelse av dens fortolkningsmessige fleksibilitet.

Porsgrunds bedriftshistorie fra 1970-årene og frem til idag har ennå ikke vært gjenstand for analytisk gjennomgang i samlet, skriftlig form. I grove trekk kan det likevel sies at økningen i lønns- og produksjonskostnader, som medførte store utfordringer for industrien i Vesten i siste del av det 20. århundret, fikk alvorlige konsekvenser for vesteuropeisk porselensindustri, og har ved PP vært forsøkt møtt med rasjonalisering og økte krav til lønnsomhet.¹ På produksiden har sortimentet vært dominert av stabilt populære modeller som *Bogstad*, *Victoria*, og *Saturn* i et bredt utvalg dekorer. Grete Rønnings prisbelønnede *Saturn* fra 1984 har blant annet vært brukt til PPs OL-servise i forbindelse med Lillehammer-OL’94 og til Ferdinand Finnes *Citron*-dekor fra midten av 1990-årene. De siste ti år har sett en forsterket tendens til begrensnig av større fullsortimentsserviser til fordel for en større vektleggelse av små serier, hverdagsserviser og produkter tilpasset nye mat- og drikkevaner, eksempelvis kaffekonseptet *Barista* fra 1999. Porsgrund har også lansert nye modeller i samarbeide med anerkjente designernavn som Norway Says (servisene *Nor* og *Link*, 2007) og Johan Verde (*Opera Verde* til Oslos nye operahus i Bjørvika, 2008). I 2009 besluttet bedriftsledelsen å flytte all industriproduksjon av porselen til Tyskland, og kun den mest håndverksintensive produksjonen – herunder fremstillingen av håndmalt *Strå* – er idag igjen på Vestia i Porsgrunn.

6.2. *MaxiStrå* og *MiniStrå* – med skråblikk på tradisjonen

I februar 2005 kom to nye blå-hvite serviser i salg fra Porsgrunds Porselensfabrik. De to ”søsterdekorene” *MaxiStrå* og *MiniStrå* (fig. 39,40) ble utarbeidet av Trond Hansen (f. 1959) og Ragnhild Wik (f. 1969) i Porsgrund Designteam. Navnenes ”Maxi” og ”Mini” peker hen på de henholdsvis store og små gjengivelsene av elementer fra PPs håndmalte *Strå*. I *Maxi*-

¹ Gösta Arvidsson gir et bilde av porselensbransjens vanskelige tid, sett med den svenske Gustavsbergfabrikens øyne, i kapittel 7 i boken *Gustavsberg. Porcelainet, fabriken, konstnärerna* (Stockholm: Norstedts, 2007).

Strå (**fig. 39**) er det den sentrale stråblomsten (egentlig en 'gressblomst', jfr. neste note) som er plukket ut, forstørret og påført de ulike delene, tilsynelatende tilfeldig, dog alltid beskåret av kanten på tallerkenen/koppen/bollen. Inntrykket når flere deler settes sammen blir at det hvite porselenet er bestrødd med generøse stråblomster som har landet "på snei", og gir ser- viset et lekent og uformelt preg. *MiniStrå* (**fig. 40**) er i større grad preget av orden, i at de ut- valgte elementene (stråblomst, gresstrå og kvist med to "bikkjer"²) er anbragt i kjede, nærmest som randdekor, eller strukturert av tynne, konsentriske sirkler på en måte som fremstår jevnt og uanstrengt. På grunn av de markante forskjellene i uttrykk, form og dekorens komposisjon fremstår servisene nærmest som hverandres antiteser; allikevel bindes de sammen av deres uttalte, felles referanse til stråmønstret. Denne sterke fellesnevner åpner for å blande deler på tvers av de to dekorene – et poeng som understrekes av katalogteksten, som oppfordrer til å kombinere *Maxi-* og *MiniStrå* i oppdekningen for å gi bordet et personlig preg.³

De to nye strådekorene fra PP må ses mot en bakgrunn av andre, "eksperimentelle" porselensdekorer i samtiden, som alle bygger på det samme grunnprinsipp: å ta utgangspunkt i et velkjent, gammelt servisemønster med betydelig kulturell tyngde og – noe uærbødig – isolere ulike utsnitt, perspektiver eller detaljer som forstørres, forvrenses og presenteres uten hensyn til den balanserte helhet som det opprinnelige mønstret er avhengig av. Disse virke- midlene avhenger samtidig av at mønstret er så kjent, så ikonisk, at utsnittet/detaljen er til- strekkelig til straks å fremkalle helheten for forbrukeren, og i sin tur verdien som assosiativt knyttes til originalproduktet. Den Londonbaserte kunsthåndverkeren Robert Dawson (f. 1953, New York) presenterte allerede i 1995 en serie tallerkendekorer hvor det utbredte *Willow-* mønstret ble gjengitt i utsnitt, forstørret og perspektivisk forvrent (**fig. 41,42**). *Willow pat- tern* betegner en blå-hvit trykkdekor som oppstod i England på slutten av 1700-tallet, med klare forbilder i håndmalte landskapsmotiver på kinesisk eksportporselen. Mønstret består i grove trekk av et sentralt landskap, omgitt av en dekorativ, "kinesisk" kantbord sammensatt av blomsterfigurer og geometrisk ornamentikk. Navnet "willow" skriver seg fra piletreet, som sammen med pagoden, broen og fugleparet er blant de obligatoriske bestanddelene i mønstrets landskapsmotiv, og som inngår i den tragiske kjærlighetshistorien som mønstrets kinesiske forbilder etter sigende kunne fortelle. Willowmønstret er, i likhet med strå- og svibelmønstret, *de facto* en europeisk kreasjon, men som i europeerens øyne like fullt har vært opplevet som "kinesisk" eller "orientalsk". *Willow* ble enormt populær på stentøy utover 1800-tallet – i

² "Bikkjer" er navnet på de små, palmettlignende viftene som pryder stråmønsterranken. Som i København ut- viklet man i Porsgrunn en egen – men ganske forskjellig! – stråmønsterterminologi som blåmalerne har benyttet helt frem til idag, jfr. von der Lippe, *Stråmønsteret*, 71.

³ *Porsgrunds Porselensfabrik. Produktkatalog 2005*, 15, 17.

1865 angivelig representert ved hele 200 ulike keramiske fabrikker!⁴ – og kjennes i mange utgaver helt frem til idag. Dawsons fragmentariske og forvrengte gjengivelse av det populære mønstret unnlater å ta hensyn til den strukturelle logikken som bestemmer samsvaret mellom mønstrets oppbygning og tallerkenens form. Han anvender mønstret som en overordnet referanseramme, men velger å se bort ifra dets konvensjonelle egenskaper som ”tallerkendekor” og gir uttrykk for en nesten antropologisk tilnærming til den blå skiven med stiliserte kineserier. I 2004 tok Dawsons kunsthåndverk, *After Willow*, steget over i industriproduksjonen, da den britiske porselensgiganten Wedgwood lanserte hans porselensdekorer for ordinært salg. I samme ånd utarbeidet Dawson en ny dekor for Wedgwood med utgangspunkt i rosa, monokrom landskapsdekor (**fig. 43**).⁵ Dawsons dekorer vakte stor oppmerksomhet, men må likevel ha gjort begrenset suksess som salgsvare, ettersom de ble tatt ut av produksjon allerede i 2008.

Det er ikke utenkelig at den unge danske designstudenten Karen Kjældgård-Larsen (f. 1974) hadde kjennskap til Robert Dawsons *After Willow* da hun i 1999 fullførte sine studier ved Glasgow School of Art. Uansett valgte hun til sitt eksamensprosjekt å tegne forskjellige variasjoner over det arketypiske danske musselmønstret, hvorav én tilnærming gikk ut på å forstørre opp utsnitt av tallerkendekoren. På oppfordring valgte hun å presentere arbeidet sitt for Royal Copenhagen, som fant idéen tilstrekkelig interessant til å lansere en prøveproduksjon på en serie med seks tallerkener i anledning av den tradisjonsrike bedriftens 225-årsjubileum i 2000.⁶ Navnet ble, naturlig nok, *Musselmalet Mega*, og servicet ble raskt etterspurt både i og utenfor Danmark. Ekstra oppmerksomhet fikk det også da det danske kronprinsparet til bryllupet i 2004 ønsket seg *Musselmalet Mega* som sitt private frokostservise, og således markerte en fortsettelse av kongehusets historiske tilknytning til den tradisjonsrike porselensfabrikken. Siden har bredden i Mega-sortimentet økt i takt med etterspørselen, og selv om servicets uformelle karakter er søkt understreket med deler som hankeløs termokopp og ildfaste fat, er formene i all hovedsak de gamle riflede, som den eldste varianten av det tradisjonelle musselmønstret fremdeles males på. I likhet med Dawsons *After Willow* består *Musselmalet Mega* av forskjellige forstørrede utsnitt av et kjent 1700-tallsmønster, og utsnittene er preget av en tilsynelatende tilfeldig avskjæring av musselmønstrets blomster og grener, som overlater til øyet å ”fullføre” mønstret utenfor tallerkenkanten (**fig. 45,46**). I det hele tatt fremstår mønstret nesten mekanisk *projisert* over tallerkenen, på en måte som ikke uten videre

⁴ Huitfeldt, *Blått som havet*, 118.

⁵ Marcus Fairs, *Twenty-first Century Design: New Design Icons from Mass Market to Avant-garde* (London: Carlton, 2009), 244.

⁶ Annette Suhr, ”Mega-mussel succes ved et tilfælde”, *Fri*, Berlingske Media, 15.3.2010, <http://www.fri.dk/bolig/mega-mussel-succes-ved-et-tilfaelde> (oppsøkt 11.9.2011).

tilkjennegir at det fremdeles dreier seg om ren håndverksdekorering. Dette skyldes først og fremst at den malte dekoren ikke lenger innordner seg formen, men går på tvers av denne – det er som om musselmønstret har ”vokst fra” serviseformen. Med dette forsakes også den strukturelle grammatikken som sikrer det opprinnelige mønstret å alltid ”smette på plass”, tre- eller firedelt, flattrøkt eller strukket, vertikalt som horisontalt. Samtidig skapes en ny fleksibilitet, hvor enhver del, ethvert tilsynelatende tilfeldig utsnitt av den flatedekkende dekoren er verdig fornyet – forstørret – oppmerksomhet.

I samme ånd skapte svenske Rörstrand noen år senere en ny variant av sitt servise *Ostindia*. Dette bestselgende mønstret, en blå blomsterdekor trykt på svakt gråblå grunn, ble skapt i 1932 etter inspirasjon fra blå-hvitt ’ostindisk’ eksportporselen fraktet til Sverige med ostindiekompaniets handelsskip *Göteborg*, og har vært i kontinuerlig produksjon siden. I anledning av publikumsfavoritten *Ostindias* 70-årsjubileum presenterte Rörstrand et utvalg deler hvor blomsterdekoren er forstørret og kantborden sløyfet, og gav den lille serien det beskrivende navnet *Ostindia+*. I motsetning til jubilaranten ble *Ostindia+* ingen varig publikumssuksess, og var ute av sortimentet i 2010.

Også porselensaristokraten Meissen har lansert en nyfortolkning av sin 270 år gamle blå-hvite klassiker, det håndmalte svibelmønstret, og med dette kan man på mange måter sies å være tilbake der det hele startet: i 2004 kom varianten *Zwiebelmuster Style* (**fig. 47**) i produksjon, og som sin danske slektning *Musselmalet Mega* har serien vist seg så populær at den er utvidet med flere deler, også fra andre servisemodeller som tradisjonelt ikke har båret svibelmønstret. I *Style*-serien er det svibelmønstrets ulike komponenter som er gjenstand for frimodig og frodig gjengivelse; lett maniert og overdrevet, tidvis forvrenget, med eller uten rand, alt i en overraskende, asymmetrisk sammenstilling av dekorerte og udekorerte flater. Det ser nærmest ut som om svibelmønstrets pent stiliserte vekster har forlatt sine sirlig ordnede posisjoner og nå ”vokser vilt” utover den hvite porselensflaten. I likhet med Royal Copenhagen har Meissen valgt å vektlegge sin stolte håndverkstradisjon ved at også det nye *Style*-mønstret håndmales i blått under glasuren; på denne måten demonstreres både kontinuiteten i porselenshåndverket og dets styrke som merkevareverdi.

Felles for både Rörstrand, Royal Copenhagen og Meissen er at de alle gjør bruk av sitt mest ikoniske produkt, et servisemønster med klassikerstatus og som har vært i kontinuerlig produksjon, og legger det til grunn for videre nyfortolkning. Det er derfor interessant å merke seg at samtlige av disse ”klassikerne” er nettopp *blå-hvite* serviser, som på en eller annen måte, direkte – som i *Ostindia* – eller indirekte – som i svibelmønstret – trekker på historien om det myteomspundne blå-hvite porselenet, bragt til Europa fra sitt opphavsland Kina. På

denne måten kan også de nye mønstrene ses å videreføre noe av porselenets ”eksotisme” gjennom sitt farvespråk alene: frisk fornyelse i gjenkjennelig blått på hvitt.

6.3. Designprosessen: hvordan skape en folkefavoritt

Hva skiller Porsgrunds nye strådekorer fra de andre samtidige nyfortolkningene? I likhet med de andre tar *MaxiStrå* og *MiniStrå* sitt utgangspunkt i fabrikkens tradisjonsrike klassiker, i Porsgrunds tilfelle det håndmalte *Strå*, som vi kjenner fra kapittel 3. Designerne Trond Hansen og Ragnhild Wik forteller at stråmaleren på tradisjonelt vis malte opp de enkelte stråblomster/grener/gresstrå som er dekorenes bestanddeler, og at disse så ble scannet og forstørret eller satt sammen til de to respektive dekorere. Det var vesentlig å ta vare på det ekte og ”uperfekte” i det håndmalte, sier Wik, og viser til andre trykte stråmønstervarianter som ofte gir et stivt og noe mekanisk gjengitt uttrykk.⁷ Det var avgjørende at de nye dekorene måtte fremstilles i silketrykk ettersom håndmaling ville bli uforholdsmessig fordyrende for produksjonen og den endelige utsalgsprisen. ”Vi ville skape en *folkeversjon*,” forklarer Ragnhild Wik, og påpeker at *Mussel Mega* nettopp er håndmalt og derfor dyrt som hverdagsporselen betraktet; prisleforskjellen (2012) mellom en dansk (DKK 599) og en norsk (NOK 199/179) middagstallerken bekrefter Wiks argument. At både *Mussel Mega* og *MaxiStrå/MiniStrå* tar utgangspunkt i stråmønstret gjør sammenligningen uunngåelig, men designerne er klare på at *MaxiStrå* og *MiniStrå* er tenkt ut ifra Porsgrunds eget *Strå* og således bygger på PPs egen tradisjon. Mønstrenes komposisjon og tilnærming til stråmønstret er dessuten grunnleggende forskjellig: istedenfor å forstørre opp utsnitt av mønstret, er *MaxiStrå* skapt av ett enkelt forstørret element, som så er anvendt på en ny måte, forteller Trond Hansen. Den store stråblomsten går på tvers av gjenstandens form og ”beskjæres” av kanten i den hensikt å skape et moderne uttrykk. Til forskjell er *MiniStrå* sammensatt av strå-elementer i en ny komposisjon, anbragt på gjenstanden på konvensjonelt vis, underordnet gjenstandens form; uttrykket blir tradisjonelt. Denne tydelige differensiering i en ”trendy” og en ”klassisk” variant var ifølge designerne et bevisst grep; foruten å fri til ulike kundegrupper og bruksområder åpner de innbyrdes kontrastene for ”... å kombinere det klassiske *MiniStrå* med det trendy *MaxiStrå*”, som det heter i servicets første katalogopptreden i 2005.⁸ Denne identitetsforskjellen gjenspeiles også i delutvalget, hvor ”trendy” *MaxiStrå* tilbys med rektangulære fat og faneløse tallerkener, mens ”klassiske” *MiniStrå* er utstyrt med konvensjonelle deler som sausenebbe,

⁷ Forfatteren er gjort kjent med detaljer og betraktninger fra designprosessen i samtaler med Trond Hansen, PP 30.3.2011 og Ragnhild Wik, 29.2.2012.

⁸ Porsgrunds Porselensfabrik. Produktkatalog 2005, 17.

ovalfat og kopp m. skål – på denne måten tilrettelegger designerne også for effektive kombinasjonsmuligheter. ”Strå til alle’ er mottoet vårt,” uttalte Ragnhild Wik til *Telemarksavisa* i forbindelse med den første presentasjonen av *Maxi-/MiniStrå* i november 2004; ”Vi har laget et hverdagsservise som skal være tilgjengelig for alle. Kjøpernes vaner har endret seg betraktelig [...] og mange ønsker å kjøpe enkeltdele. Det kan de med Mini-/Maxi-serviset”⁹. I kontrast og som supplement til ”finserviset” *Bogstad Strå* ser vi hvordan *Maxi-/MiniStrå* profileres som ”hverdagsserviser”; følgelig har ikke tradisjonelle serveringsdeler som for eksempel lokkefat og kaffekanne noen naturlig plass i delutvalget. Det er forøvrig verd å bemerke at *Maxi-/MiniStrå* blir omtalt som *ett* servise: et produkt med to ”ansikter”, hvor forbrukeren står fritt til å velge ’klassisk’, ’trendy’ eller en egenkomponert miks av de to, og hvor strådekoren garanterer sammenheng i det hele.

6.4. Blue is the new black (eller var det motsatt?)

Maxi-/MiniStrå er imidlertid ikke bare et nytt og kombinasjonsvennlig servise basert på nyfortolkning. Av åpenbare årsaker er de to strådekorene samtidig nye *blå-hvite* servisedekorer, og blir således et nytt ledd i den seiglivede tradisjonens lange kjede av tilpasninger og approprieringer. Når resultatet av Hansen/Wiks kreative stråmønsterekspesimenter er blå-hvite, skyldes dette naturligvis at den her refererte ”originalen”, *Bogstad Strå*, er malt i blått, men designerne er like fullt innforstått med de sterke assosiasjonene som knyttes til idéen om det blå-hvite porselenet som sådan. ”Blå-hvitt selger alltid; det er en tung merkevare”, sier Trond Hansen, og bekrefter at det håndmalte *Strå* fremdeles er blant Porsgrunds mest populære produkter, til tross for høy utsalgspris.¹⁰ Han forteller også at det tradisjonelle *MiniStrå* er blitt så populært som dekor på storkjøkkenporselen at det har utkonkurrert den tidligere storkjøkkenbestselgeren *Aks*, som forøvrig også hadde små blå stråmønstergrener langs fanekanten. ”Porselen forbindes med tradisjon og varige verdier,” sier Ragnhild Wik, og vektlegger at ”folk føler trygghet ved å velge et varig mønster”.¹¹ Hansen og Wik antyder dermed langt på vei at kvalitetene som oppleves å tilhøre originalproduktet *Strå* og den sterke blå-hvite porselens-tradisjonen i seg selv blir *overført* til også å gjelde de nye dekorene, *Maxi-/MiniStrå*, gjennom deres eksplisitte referanse til den blåmalte designklassikeren. Samtidig skapes også noe nytt av de løsevne stråmønsterelementene, som i sin tur har et eget uttrykk. *MaxiStrå* og *MiniStrå*

⁹ ”Made in Bangladesh’ – men det skriver ikke PP”, i *Telemarksavisa*, 17.11, 84. årg. (2004), <http://www.ta.no/pulsen/article1337709.ece> (oppsøkt 4.9.2011). Artikkelens tittel henspiller på PPs benporselensserviser (lansert 2002), som skapte overskrifter da det ble kjent at de ble fremstilt i Bangladesh. Feltpat-porselensservisene *Maxi-/MiniStrå* ble på dette tidspunktet produsert i Porsgrunn.

¹⁰ Trond Hansen, pers. kommunikasjon, 30.3.2011.

¹¹ Ragnhild Wik, pers. kommunikasjon, 29.2.2012.

blir således stående som vitnesbyrd om stråmønstrets potensial for nyskapning og ikke minst dets verdi som referanseramme – ”et magisk mønster,” i Wiks ord.¹²

Dette reiser imidlertid et viktig spørsmål: kan det tenkes at Maxi- og Miniservisenes suksess rett og slett skyldes deres utvetydige slektskap til det velkjente og folkekjære PP-produktet *Strå*, og at forbindelsen til historisk, blå-hvit porselenstradisjon i virkeligheten spiller en underordnet rolle i forbrukerens bevissthet – en rolle som først blir synlig når man forsøker å skrive *Maxi-/MiniStrå* i en større ”blå-hvit” fortelling? For å belyse dette er det relevant å se nærmere på serviset *MaxiSort* som Porsgrund lanserte i 2009,¹³ i praksis kun en sort variant av *MaxiStrå* – Royal Copenhagen hadde tre år tidligere lansert sitt *Mega Mussel Sort*, og vi må anta at idéen kom herfra. Stråmønstret og svibelmønstret har, i kraft av sine nærmest ikoniske uttrykk, ved flere anledninger vært fremstilt i andre farver, uten at disse har gitt de opprinnelige blå utførelsene nevneverdig konkurranse (se kapittel 7.2). Ifølge Trond Hansen ble også den sorte Maxi-utgaven godt mottatt da den var ny, men falt snart i etterspørsel sammenlignet med den stadig like populære *MaxiStrå*.¹⁴ Ettersom de to variantene ellers er helt identiske, er det fristende å spekulere i om ikke referansen til stråmønstret oppleves tydeligere når de forstørrede stråblomstene er *blå* som ”originalen”, eller i verste fall at hele grunntanken som designet er basert på mister sin berettigelse når ikke forbindelsen til det blåmalte porselenet lenger er umiddelbart synlig. *MaxiSort* blir i virkeligheten en appropriasjon av en appropriasjon, og kanskje kommer den dermed ett skritt for langt unna approprieringens utgangspunkt? Kuriøst nok blir også produktnavnet et varsel om at noe er gått tapt på veien: med ”*MaxiSort*” fordrives nettopp den halvdelen av navnet ”*MaxiStrå*” som forteller hva det er som her er lagt til grunn for nyfortolkning.

På denne måten synes eksemplet *MaxiSort* å underbygge den blå dekorfarvens symbolvirkning, samtidig som det retter søkelyset mot et interessant paradoks: forståelsen av *MaxiSort* forutsetter kjennskap til såvel designet *MaxiStrå* som til det faktum at *MaxiStrå* nettopp er en nyfortolkning av et *blått* mønster – *Strå*. Med andre ord: konseptet *MaxiSort* er ikke først og fremst sort, men ”ikke-blått”. Farvetrikset *MaxiSort* blir i seg selv en oppsiktsvekkende og uventet demonstrasjon av den blå-hvite tradisjonens fortolkningsmessige fleksibilitet: først når ”alle” vet at den siterte originalen er blådekorert, blir det et poeng, en *gimmick*, å endre dekorfarven. En interessant parallell finner vi i Royal Copenhagenes servise *Elements*, tegnet av den danske designeren Louise Campbell (f. 1970) og lansert i 2008 i far-

¹² Ragnhild Wik, pers. kommunikasjon, 29.2.2012.

¹³ Jfr. *MaxiSort*, *Porsgrunds Porselænsfabrik. Produktkatalog 2009* (Porsgrunn: PP, 2009), 12, angivelig kun publisert elektronisk, <http://www.porsgrund.com/images/stories/PPkat.pdf> (oppøst 17.10.2010).

¹⁴ Trond Hansen, pers. kommunikasjon, 30.3.2011.

vet og hvitt. I farvet variant er serviset bemalt med stråmønstervariasjoner i gult, rødt, turkis og andre farver i overglasur, men *ikke* i tradisjonell blå underglasur. Kanskje ble også tomrommet for tydelig: tre år senere, i 2011, lanserte Royal Copenhagen varianten *Blue Elements* i – nettopp – blå underglasur (**fig. 48**). I pressemeldingen fra august 2011 beskrives serviset som ”...a natural development of the coloured Elements service [...] designed to tie in perfectly with all Royal Copenhagen’s other blue dinner services”¹⁵. Tilfellene *MaxiSort* og *Elements* stiller således ikke spørsmålsteget ved det blå-hvite dekoruttrykkets referanseverdi, men reiser tvert imot spørsmålet om blåfarven i det hele tatt må være tilstede perseptuelt for allikevel å kunne erkjennes kulturelt.

6.5. Sitatbruk i ny design – lånte fjær eller *blåkopi*?

MaxiStrå og *MiniStrå*, *Mussel Mega* og *Elements*, *Ostindia+* og *Zwiebelmuster Style*; alle kan de sees å parafrasere, eller *sitere* et eldre og velkjent produkt, en ”original”. Fenomenet er ikke ukjent i designhistorien, men knytter seg til en bredere tendens som særlig har trådt tydelig frem i løpet av de siste 10-15 år og oppviser gyldighet langt utover kategorien dekketøy. Tre talende eksempler fra bilindustrien illustrerer på en treffende måte hvordan originalens merkevareverdi har skapt grunnlaget for ny suksess: i 1998 lanserte tyske Volkswagen den nye VW Boble, eller *New Beetle*, som en oppdatert utgave av fabrikkens verdensberømte folkebil fra 1938. Likeledes fulgte BMW og italienske Fiat opp med henholdsvis *New Mini* (2001) og *Fiat Nuova 500* (2007), begge nye versjoner av de klassiske småbilmodellene *Morris/Austin Mini* (1959) og *Fiat 500* (1957) som ble utviklet som egne typer av den praktiske, billige folkebilens gjort kjent av Volkswagen. Kjetil Fallan forklarer hvordan disse bilenes lange liv i fortsatt produksjon la forholdene til rette for en rekke populærkulturelle appropriasjoner av deres opprinnelig mer pragmatiske hensikt, med det resultat at de folkekjære bilmodellene etterhvert ble tillagt helt andre meninger og betydninger.¹⁶ Deler av denne immaterielle ”arven” fra de gamle bilenes kulturhistorie og ikonstatus ble så i neste omgang lagt til grunn for ny fortolkning da bilmodellene skulle gjenoppstå i ny, oppdatert utgave. Dette har medvirket til at de nye versjonene ofte har lite til felles med deres forbilder utover rent estetiske og stilistiske kjennetegn, idet de nye bilene i langt større grad søker å knytte an til de nedarvede *idéene* om originalmodellen fremfor å leve opp til dens tiltenkte folkelige funksjon. Resultatet blir ikke nye folkebiler, som Fallan påpeker, men fornyede *trendikoner*.

¹⁵ ”New service rejuvenates the Blue Fluted dinnerware”, pressemelding, Royal Copenhagen, 16.8.2011, <http://corporate.royalcopenhagen.com/royal-corporate-site/detailpress/3/214/3> (oppsøkt 31.10.2011).

¹⁶ Fallan, *Design History*, 94. I 2011 presenterte Volkswagen den nye 2012-modellen *Volkswagen Beetle*.

En tilsvarende lek med historiske former og referanser finner vi i Philippe Starcks berømte plaststol *Louis Ghost*, introdusert av Kartell i 2002. Stolen er utført i hardpresset polykarbonat, men vekker med sitt historiserende utseende – oval ryggstøtte, slanke, avsmalnende ben og buede armlener – sterke assosiasjoner til klassisistiske stoltyper. Stilmessig sett er imidlertid *Louis Ghost* langt fra entydig, til tross for at Kartell markedsfører den som ”Louis XV style”: Starck har selv uttalt at stolen er ”...the ghost of Louis 'I don't know what'”,¹⁷ og det historiske elementet fremstår mindre som fornyelse av konkrete forbilder og i større grad som et strategisk valgt skalkeskjul for å gi plaststolen ”gyldig” form. Susan Freinkel hevder at stolens suksess skyldes dens balansepunkt mellom ”cool and comfortable”, og at den i så måte eksemplifiserer hva stjernedesigner Raymond Loewy døpte MAYA-prinsippet: ”Most Advanced, Yet Acceptable”.¹⁸ I tilfellet *Louis Ghost* blir det åpenbart hvordan nettopp referansen til historien, gjennom appropriering og bruk av tradisjonelle gjenstandstyper og former, er det som gjør det nye og ”avanserte” produktet – plaststolen – ”akseptabelt” i Loewys forstand.

Felles for disse eksemplene ser ut til å være at de legger opp til å legitimeres ved en klar og villet henvisning til deres historiske forgjenger(e). ”I den postmoderne epoken har allusjon, sitat og referanse dukket opp innen alle kunstformer; og et innformert [sic] publikum gis gleden ved gjenkjennelse,” er ordene Alison Britton har brukt for å karakterisere dette fenomenet i sitt artikkelbidrag til utstillingen *Ting Tang Trash: Oppvinning i samtidskeramikken* i Permanenten ved Vestlandske Kunsthøgskolen i 2011.¹⁹ Utstillingen satte søkelyset på nettopp hvordan eksisterende konvensjoner, kategorier og materialer la grunnlaget for keramisk nyskapning, og Britton fortsetter: ”Et aspekt ved nye arbeider fra det siste tiåret er ”plyndringen” av former og konkrete objekter fra dagliglivet og populærkulturen [...]”.²⁰ Jorunn Veiteberg, redaktør for utstillingskatalogen, trekker opp en linje fra Marcel Duchamps begrep ’readymade’ og ser på bruken av såkalte ”fundne gjenstander”, eller *objets trouvés*, gjennom det 20. århundrets kunsthistorie frem til moderne kunsthåndverksarbeider i keramik. I introduksjonen beskriver hun hvordan fundne ting eller *readymades* i keramikkerens hender blir ”...å rekne for eit materiale på linje med andre materiale, men det er eit materiale som ber med seg minne og meiningar frå dei tidlegare samanhengane den har inngått i”.²¹ At velkjente og tradisjonelle blåmalte mønstre også kan sees som ”materiale” i denne sammen-

¹⁷ Susan Freinkel, *Plastic: A Toxic Love Story* (New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2011), 49.

¹⁸ Freinkel, *Plastic*, 50.

¹⁹ Alison Britton, ”Gamle ting/nytt liv/stilleben: forførende skrap”, i Jorunn Veiteberg (red.), *Ting Tang Trash*, utstillingskatalog, overs. av Frank Høifødt (Bergen: Kunsthøgskolen i Bergen, 2011), 33.

²⁰ Britton, ”Gamle ting/nytt liv/stilleben”, 33.

²¹ Jorunn Veiteberg, ”Funne og ferdiglaga ting. Oppvinning som kunstnarleg strategi”, i Veiteberg, *Ting Tang Trash*, 14.

hengen, understrekes av den danske kunstneren Susanne Hangaards bidrag til utstillingen: *Absentia*, en videoinstallasjon hvor Hangaards nakne kropp dekkes i stråmønstermaleri.²² Også den ovenfor nevnte Robert Dawson var representert på utstillingen med sine willow-eksperimenter, denne gang med en serie tallerkener hvor dekoren er gjengitt som i forskjellig hastighet roterende om sin egen akse, betegnende nok kalt *Spin*. Veiteberg tar pulsen både på Dawsons verk og generelt på styrken i det blå-hvites mentale skikkelse når hun skriver:

Kanskje gjengir han berre eit piletre eller eit fuglepar, eller lar berre litt av ei bord vera synleg medan resten av motivet tilsynelatande er tåkelagt. Likevel ”les” vi det som eit willow-mønster. *Vi ser mykje meir enn det som reint faktisk er avbilda, fordi minnet vårt fyller inn manglane.* Det same gjeld for serien *Spin* [...] Inntrykket som blir skapt er at tallerkenane er blitt dreia fortare og fortare og til slutt har det gått så fort at auga ikkje lenger kan skilja detaljane frå kvarandre. *Berre fargane blått og kvitt er moglege å sansa.*²³

Veiteberg bekrefter langt på vei at det blå-hvite dekoruttrykket er så sterkt forankret i folks bevissthet at vi automatisk oppfatter helheten i mønstret ut av den fragmentariske eller forvrengte gjengivelsen; kombinasjonen blått og hvitt er *i seg selv* tilstrekkelig for å fremkalle bildet for betrakteren. ”Fascinasjonen for [...] blått og hvitt som tegnsystem har lenge vært innvevd i Europas kulturelle psyke”, skriver kunsthåndverkeren Paul Scott i sin artikkel til *Ting Tang Trash*, og underbygger med disse ordene det blå-hvite dekoruttrykkets semiotiske egenskaper.²⁴ Scott har under merkelappen ”Cumbrian Blue(s)” utforsket mulighetene som ligger i den engelske blå-hvite trykkdekortradisjonens kanon av elementer, og har gjort det til sitt varemerke å manipulere eksisterende gjenstander og mønstre for å formidle noe nytt og ofte uventet innenfor rammen av det blå-hvite uttrykkets gjenkjennelige skikkelse. ”Til tross for, eller på grunn av, sjangerens knapt oppfattbare register, utgjør den en del av en kompleks kollasj av gjenstander og bilder som utgjør vårt sinns kulturelle bakteppe”, forklarer Scott, og hevder at ”...vår tids fortrolighet med denne typen masseprodusert kjøkkentøy resulterer i en slags synsmessig blindhet [sic] når vi betrakter blått-hvitt-preget porselen”.²⁵ Scott understreker dette poenget på en treffende måte når han dekorerer fat i blå-hvitt, som ved nærmere undersøkelse viser seg å forestille industrilandskap og kraftlinjer (**fig. 44**). Når kunstnere skaper ny mening ved å manipulere den blå-hvite dekortradisjonens uttrykk og kjennetegn, viser ikke dette bare hvor sterkt bildet av det blå-hvite står i vår bevissthet, men også hvor smidig dette bildet lar seg tilpasse forandring og ny motivbruk; like fullt gjenkjennes det som blå-hvitt.

²² Se Jorunn Veitebergs omtale av *Absentia* i ”Kunstnarprestasjoner”, i Veiteberg, *Ting Tang Trash*, 90.

²³ Veiteberg, ”Kunstnarprestasjoner”, 84 (min kursivering).

²⁴ Paul Scott, ”Willow, vindmøller og ville roser. Resirkulering og remediering”, i Veiteberg, *Ting Tang Trash*, 38.

²⁵ Scott, ”Willow, vindmøller og ville roser. Resirkulering og remediering”, 45.

Anvendelsen av eksisterende og etablerte typer og mønstre som grunnlag for sitat og referanse markerer dessuten et brudd med modernistiske premisser for verkets integritet og originalitet, i og med at verket – enten det dreier seg om industridesign eller kunsthåndverk – eksplisitt viser til noe utenfor seg selv. Hva angår dekketøy spesielt, åpner denne nye praksis i tillegg for at dekoren ikke lenger skal måtte underordnes gjenstandens form, men kan tvert imot gå ut over denne for å knytte an til et assosiativt og kulturelt betinget innhold som i seg selv heller ikke er fysisk gjengitt, men er tilgjengelig nettopp gjennom sitat og referanse. Sagt med andre ord er ikke dekorens hensikt lenger utelukkende å være *dekorativ*, den får snarere en medierende funksjon mellom det nye produktet og idéene som knytter seg til den siterte originalen, dens kulturelle ”bagasje”. Dette vil i sin tur nødvendigvis åpne for bruk av motiver og dekortyper som fra et modernistisk ståsted ikke har vært ansett som ”stuerene”, for eksempel forskjonnede blomsterbuketter eller illusjonistiske landskapsscener; det nye produktet stiller ikke spørsmålsteget ved originalens integritet, men utforsker snarere forholdet mellom originalens myter og forbrukerens forventning.

6.6. Gamle strå – nye perspektiver

I *MaxiStrå* og *MiniStrå* vekker stråmønsterelementene en fornemmelse av originalproduktets identitetsmerker – kvalitet, historie og håndverkstradisjon – uten å utgi seg for å være den håndmalte originalen, og således blir mønstrenes gjenbruk av *Strå* i mindre grad en *blåkopi* enn et tilfelle av ”lånte fjær”; gjennom de fritt anvendte stråblomster og grener skapes en forbindelse til et for mange kjært og gjenkjennelig produkt. ”Kan det være fremveksten av klisjéer og nostalgi vi er vitne til?” spør Alison Britton retorisk, ”[o]g er det i så fall et problem? I en digital verden, der hvert bilde og hvert faktum er så lett tilgjengelig og reproduserbart – er det da mer eller mindre sannsynlig at vi vil drøvtygge fortiden?”²⁶ Jeg leser Brittons spørsmål som en kritikk av det negativt ladede i ord som ’nostalgi’ og ’klisjé’ og samtidig en påminnelser om at forståelsen av sitatbruk og lignende kreativ praksis fordrer en ny begrepsbruk utenfor det konvensjonelle original/kopi-paradigmet.

Et interessant eksempel på hvordan denne teoretiske konflikten er håndtert finner vi i Royal Copenhagens egen beskrivelse av *Mussel Mega* og dens forhold til den danske porselestradisjonen; ettersom det gamle mønstret *Musselmalet* offensivt markedsføres som deres mest ikoniske produkt og selve symbolet på dansk porselenskultur, har den tradisjonsrike bedriften vært nøye med å også finne en plass til nyfortolkningen *Mega* i denne fortellingen:

²⁶ Britton, ”Gamle ting/nytt liv/stilleben”, 34 (min kursivering).

[...] Det musselmaledede porcelæn er et stykke håndmalet kulturhistorie, som har sin plads i mange danske og udenlandske hjem. Mønsteret har været i uafbrudt produktion siden 1775 [og] er kendt verden over som indbegrebet af dansk porcelæn. [...] Musselmalet Mega er en spændende fornyelse af en dansk klassiker og et forfriskende livtag med en håndmalet tradition. [...] ”Det blå musselmaledede mønster er let genkendeligt og for de fleste fremmaner det følelser af tryghed, sikkerhed, nostalgi, minder og romantik,” fortæller den unge designer [Karen Kjældgård-Larsen]: ”Musselmalet Mega er i virkeligheden en hyldest til det gamle. Det musselmaledede er en helt igennem genial dekoration, for dekorationen bevarer sin skønhed, selv når man forstørrer mønsteret så meget op”.²⁷

Beskrivelsen er en nærmest kunstferdig oppbygget blanding av påviselige fakta og generelle betraktninger som gir en påfallende harmonisk historie om musselmalt fornyelse; man sitter nesten igjen med følelsen av å bevitne et naturlig ”generasjonsskifte”. Minst like interessant er imidlertid den eksplisitte anerkjennelsen av den blå-hvite tradisjonens *emosjonelle* aspekt, med *Mussel Mega* trygt plassert som en hyldest til det gamle mønstret. Som vi har sett ovenfor (kapittel 6.3, 6.4) har også Porsgrunds designere vært innforstått med stråmønstrets solide appell og verdi i publikums oppfatning, og at denne sterke merkeververdien danner plattformen for *Maxi-* og *MiniStrå*s markedssuksess. ”Produkter skal vekke følelser,” poengterer Ragnhild Wik, ”og *hvilke følelser?*” Hun understreker at særlig *mønstret* – dekoren – har et betydelig potensial når det gjelder å vekke følelser og minner.²⁸ Med sin lekne og lettfattelige allusjon til *Strå*, Porsgrunds eneste mønster i kontinuerlig produksjon og som fremdeles håndmales, står *MaxiStrå* og *MiniStrå* som en uttalt bekreftelse på at disse idéene har manifestert seg i fysisk form.

I denne studien har jeg ønsket å vise hvordan det nye mønsterparet *Maxi-* og *MiniStrå* avspeiler en tydelig og fremtredende tendens i samtidens design og kunsthåndverk, hvor tradisjoner og former fra den populariserte gjenstandskulturen approprieres og danner grunnlag for frimodig og uhøytidelig fortolkning og sitatbruk. I likhet med tilsvarende nyfortolkninger som *Musselmalet Mega* og *After Willow*, spiller *Maxi-/MiniStrå* på publikums kjennskap til, fortrolighet med og eventuelle minner knyttet til ”klassikeren” *Strå*, for på denne måten å skape noe som på samme tid er nytt og trygt. Kanskje er det også nettopp dette trekket som sikrer mønstrene så bred appell; med ett ben i tradisjonen blir de ikke mer moderne enn det som er akseptabelt, for å følge Loewys prinsipp. Ironisk nok blir de samtidig en del av den samme blå-hvite dekortradisjonen de selv refererer, og følgelig står *Maxi-/MiniStrå* som slående klare eksempler på denne tradisjonens sterke fortolkningsmessige fleksibilitet. Med gamle strå i ny form kan vi på mange måter sies å være tilbake ved utgangspunktet, og ringen er sluttet.

²⁷ ”Royal Copenhagen”, omtale fra de Kgl. hoffleverandørers hjemmeside, <http://www.hoflev.dk/article.asp?id=215> (oppsøkt 21.6.2011).

²⁸ Ragnhild Wik, pers. kommunikasjon, 29.2.2012.

7. Blått på hvitt: kulturell kode/kulturell kapital

7.1. Tradisjon – assosiasjon – appropriasjon

I fire kasusstudier har vi sett hvordan blå-hvit dekortradisjon er blitt appropriert i servisedesign ved Porsgrunds Porselænsfabrik. Fra *Strå* og *Svibel* introduseres i det første produksjonsåret 1887 og frem til *MaxiStrå* og *MiniStrå* lanseres i 2005 har en sterk fortolkningsmessig fleksibilitet muliggjort en rekke forskjellige permutasjoner, som hver like fullt knytter an til det blå-hvites historiske arv, repertoar av gjenkjennelige skikkelse(r) og assosiativt betingede egenskaper. De utvalgte dekorene illustrerer hvordan idéen om det blå-hvite porselenets kvalitet og identitet kontinuerlig har vært redefinert og tilpasset nye sammenhenger, ny teknikk og nytt tankegodt; allikevel fremstår det klart gjenkjennelig som *blå-hvitt*. I dette siste kapitlet trekker jeg opp linjer på tvers av kasusstudiene og utforsker spektret av assosiasjoner og idéinnhold som utgjør den blå-hvite tradisjonens immaterielle – men avgjørende – bakteppe.

7.2. Blå-hvitt; bramfritt – porselensfarvens edle nødtørftighet

Den grunnleggende tendensen til å anerkjenne blå-hvitt porselen som en *type*, en selvstendig kategori, peker tilbake på det historiske skillet mellom blåmalt og flerfarvet porselensdekor og har sitt opphav i det kinesiske porselenets dekortekniske forskjell mellom under- og overglasurdekorert vare (jfr. kapittel 2.1). Kobolt var velegnet for den høye temperaturen som kreves for å fremstille porselen, og muliggjorde et ferdig dekorert produkt allerede ved høybrenning. Det blå-hvites dominans blant eksportporselenet bidrog til at blå dekor ble selve sinnbildet på den edle kinesiske varen i Europa, effektivt demonstrert av blådekorerte europeiske porselensimitasjoner, typisk i fajanse. Det kategoriske skillet mellom blåmalt og flerfarvet videreførtes i europeisk porselensproduksjon fra og med Meissen, og dette ledet, som vi har sett, til et tydelig ”klasseskille” mellom de to dekortypene; i porselensindustrien har dette manifestert seg organisatorisk gjennom opprettholdelsen av adskilte avdelinger for blå- og overglasurmaleri helt opp til våre dager. Fordi det blåmalte porselenet var enklere og rimeligere å fremstille, fikk det blå-hvite langt større utbredelse som *bruksporselen* sammenlignet med det kostbare overglasurdekorerte porselenet forbeholdt adel og kongelige; Grandjean gir en treffende karakteristikk når han skriver at hoffet i København i slutten av 1700-tallet krevet ”...store mængder service, baade kostbart til herskaberne og hoffet, og *beskedent blaamalet* til tjenerskabet”¹. Grandjeans beskrivelse er sterkt anekdotisk, men illustrerer godt hvordan

¹ Bredo Grandjean sitert i von der Lippe, *Stråmønsteret*, 73.

idéen om det blå-hvites *nøkternhet* må forstås som definert i forhold til det ”brogetmalte” porselenets prakt og prestisje. Symptomatisk nok ble overglasurmaleriet ved PP ledet av en høyt lønnet overmaler, mens blåmaleriet ble ledet av en ”alminnelig arbeidende formann”, all den tid sistnevnte kun ble ansett å være ”simpelt håndverk”.²

Visshet om denne nøkternheten kommer sjeldent tydelig til uttrykk i eksemplet med den svenske Gustavsbergfabrikkens servise *Liljeblå*, tegnet av Wilhelm Kåge til Svenska Slöjdföreningens Hemutställning 1917. Det røft blådekorerte serviset ble utarbeidet og kjent som ”arbeiderserviset” og var – som Hemutställningen forøvrig – ment å bidra til høynet kvalitet i arbeiderklassens hjeminnredning og bohøve, i tråd med Slöjdföreningens program. Tross i den demokratiske intensjonen vant ikke *Liljeblå* særlig anerkjennelse utenfor intellektuelle kretser, og Christina Zetterlund har vist hvordan serviset snarere gjenspeiler borgerlige forestillinger om ’arbeideren’ som ikke svarer til den virkelige materielle ærgjerrighet hos medlemmer av denne samfunnsklassen.³ Nøkternheten i de enkle formene og den grove dekorasjonen på det opake flintgodset ble, i Arvidssons ord, et uttrykk for fattigdom i arbeiderklassens øyne – dessuten var serviset dobbelt så dyrt som fabrikkens billigste trykkdekorer.⁴ Uansett viser *Liljeblå* utvetydig hvordan blå-hvitt approprieres som et effektivt uttrykk for idéer om en harmonisk tarvelig gjenstandskultur passende for en tenkt arbeider-forbruker, og således blir ”arbeiderserviset” nok en påminnelse om dekortradisjonens fortolkningsmessige fleksibilitet.

I kapittel 4 så vi hvordan blå-hvitt porselen vant innpass i Gerhard Munthes spisestue på Lysaker og ble lagt til grunn for hans nye, norske servisemønstre for PP, *Blaaveis*. I lys av Munthes reformsympatier og det blå-hvites innpass også i andre kunstnerhjem, taler dette for at blå dekor ble oppfattet som upretensiøs, troverdig og *riktig*: om blådekorert Delft-fajanse skriver Jakob Falke: ”Paa de finere Arbejder staar den hvide Glasur og den dybe blaa Farve med en udmærket blød Glans, saaledes som det er rigtigt i en dekorativ Kunststart; Tegningen er fordringsløs, skader ikke Formen og er [...] kun Blaat på Hvidt”⁵. Det er betegnende at Hulda og Arne Garborg hadde Munthes blåveisservise, men at *samlige* av servisene på *La-bråten* faktisk er blå-hvite, må kalles megetsigende, og bekrefter den spesielt sterke aksept *blått* har vunnet som porselensdekor.⁶ Arne Lie Christensen påpeker at kunstnerhjemmene rommet eldre møbler og gjenstander som i dette miljøet hadde fått status som *antikviteter*, og

² von der Lippe, *Stråmønsteret*, 74.

³ Christina Zetterlund, ”Just Decoration? Ideology and Design in Early-Twentieth-Century Sweden”, i Fallan, *Scandinavian Design*, 103-16.

⁴ Arvidsson, *Gustavsberg*, 157f, 197f.

⁵ Falke, *Kunstindustriens Grundsætninger*, 225.

⁶ Jfr. Berit Anderson, *Hulda og heimen. Heimstell og nasjonsbygging hos Hulda og Arne Garborg* (Oslo: Bonytt, 2001), 119: ”Det er flere serviser, både til middag, kaffe og te, men alt er i blått og hvitt”.

hvor verdien var av symbolsk karakter, knyttet til skjønnhet, alder eller sjeldenhet.⁷ Disse antikvitetene åpnet, ifølge Anne Anderson, for "[a] release from a degraded present into an idealized past, demonstrating a personal or subjective view of ancient times [...]"⁸ Følgende beskrivelse fra det norske kvinnebladet *Urd* i april 1906 underbygger at det nettopp er den historiske troverdigheten som sikrer blå-hvitt porselen en selvfølgelig plass i dette landskapet:

Kan du huske Kjøkkenet hos Onkel paa Hustad? Det store Rum med Skorstenen paa den ene Væggen, hvorfra Ilden lyste rødt udover og blinkede saa muntert i alt det pudsede Kobber og Messing, der hang rundt om paa Væggene, Rækkerne med *de gamle Tallerkener med det japanske Mønster i blaafarvet*, Skorstenskanten med Lysestagerne og Messingmorteren, Langbordet oppe ved Vinduet, – [...].⁹

Såvel *Strå* som *Svibel* kunne formodentlig ha vært plassert i det gamle kjøkkenet uten større forklaringsproblemer; den maleriske beskrivelsen gir dessuten en sterk fornemmelse av det idealiserte miljøet hvori Munthe søkte å plassere *Blaaveis* i en reformestetisk sammenheng.

Karakteristikken av de gamle tallerkenenes blå mønster som "japansk" gjenkaller japonismen, men tilkjennegir samtidig en kunstnerisk oppvurdering av 'det japanske' som røper arven fra miljøet omkring *The Aesthetic Movement*. Som beskrevet i kapittel 4.3, markerte assimileringen av det blå-hvite inn i de eklektiske kunstnerinteriørene en estetiserende distanse til porselenet som muliggjorde en omfortolkning fra nyttegenstand til kunstnerisk objekt. Dette dramatiske skiftet i betydning hadde, paradoksalt nok, sitt utspring i en sterk fascinasjon for hva Alf Bø beskrev som "den sobre enkelhet i den blå underglasurdekoren",¹⁰ en fascinasjon som fikk sitt kanskje mest ekstreme uttrykk i Oscar Wildes (1854-1900) ord: "I find it harder and harder every day to live up to my blue china!"¹¹ For kunstnere som Whistler ble blå-hvitt porselen, i likhet med japanske tresnitt, en markør som tjente til å skille kunstnerisk blick og bevissthet fra det almindelige, skriver Elizabeth Hope Chang.¹² Innlemmelsen av japanske effekter i Whistlers bilder er tydelig allerede i 1860-årene, spesielt i hans maleri fra Parisersalongen i 1865, *Rosa og sølv: prinsessen fra porselenslandet* (1863-65), som viser en kimonokledt kvinne med japansk vifte og skjerm Brett. Bildet ble kjøpt av den amerikanske samleren Frederick Leyland, som gav Whistler oppdraget å skape et interiør hvor bildet kunne monteres med Leylands samling av blå-hvitt porselen, så prinsessen virkelig kunne få sitt "porselensland" (fig. 56). Whistler gikk imidlertid langt utover sitt oppdrag og tok seg kostba-

⁷ Christensen, *Kunsten å bevare*, 74.

⁸ Anne Anderson, "The 'New Old School': Furnishing with Antiques in the Modern Interior – Frederic, Lord Leighton's Studio-House and Its Collections", i *Journal of Design History*, vol. 24 nr. 4 (2011), 316.

⁹ Signaturen "Aase", "Antik", i *Urd*, nr. 16, 10. årg. (1906), 188 (min kursivering).

¹⁰ Bø, *Porsgrunds Porselensfabrik 1885-1965*, 137.

¹¹ Lambourne, *The Aesthetic Movement*, 117.

¹² Elizabeth Hope Chang, *Britain's Chinese Eye. Literature, Empire and Aesthetics in Nineteenth-Century Britain* (California: Stanford University Press, 2010), 104.

re friheter som overhodet ikke falt i Leylands smak, og oppdraget fikk en dramatisk utgang. Allikevel: det såkalte *Påfuglrommet* (1876-77) ble allerede i samtiden betraktet som en kunstnerisk helhet, bemerker Chang, og blir av ettertiden husket som Whistlers verk, til tross for at det blå-hvite porselenet som dannet rammen om Whistlers maleri var Leylands samling.¹³ *Påfuglrommet* ble en eksponent for det blå-hvite porselenets nøkkelrolle i japonistisk inspirerte interiører, og følgende innredningsråd fra det amerikanske tidsskriftet *The Decorator and Furnisher* i mars 1897 tyder på at inspirasjonen også nådde ut til et bredere publikum:

[...] All sorts of shelves and compartments contain Japanese curiosities, porcelains and bronzes. A very unique Japanese room has the walls decorated with apple and cherry blossoms, with here and there flying birds. The window hangings and draperies are of blue and white Japanese stuffs. The small tables and other furniture noticed here are of bamboo. In one corner is a collection of blue and white porcelain. A small tea table holds a blue and white service of Japanese ware. The whole effect is most pleasing.¹⁴

Som *mote* kunne japonismen tydeligvis gi seg noe overveldende utslag. Samtidig understreker teksten hvilken sterk emblematiske verdi 'blå-hvitt' har, et trekk vi kjenner igjen fra kasusstudiene i så forskjellige tilfeller som de nasjonale dekorene, *Blaaveis* og *Drage*, og den historiserende nyskapningen *Blå rose*. Det blå-hvite uttrykket knytter dekorene til en anerkjent historisk håndverkstradisjon og utgjør den kulturelle koden som sikrer typologisk gjenkjennelse. I kapittel 6 drøftet jeg hvordan enkelte blå-hvite mønstre har oppnådd en så sterk posisjon i den almene bevissthet at de med hell lar seg gjengi i fragmentarisk form og fremdeles gjenkjennes, for eksempel stråmønstret i *Maxi-/MiniStrå*; i det følgende skal vi se enda to eksempler på det blå-hvite dekorbildets sterke mentale tilgjengelighet.

Rundt forrige århundreskifte utformet den skotske arkitekten Charles Rennie Mackintosh (1868-1928) interiørene i Kate Cranstons tesalonger i Glasgow i samarbeide med sin kone Margaret Macdonald (1865-1933). Mackintoshs og Macdonalds innredning omfattet alle detaljer og møbler og endog servitrisenes uniformer, men bordene ble dekket med willowmønstret servise, både i de likelydende *Willow Tearooms* (1903) og noen år tidligere i *Ingram Street* (1900).¹⁵ Et tilsvarende allkunstverk finner vi i *SAS-hotellet* i København, tegnet av Arne Jacobsen (1902-71) og ferdigstilt i 1960. Foruten møbler og annet inventar fikk Jacobsen spesialbestilt bestikk og glasstøy etter egne tegninger, men valgte å forsyne spisesalen med servise i *Musselmalet* fra Kgl. Porcelainsfabrik, riktignok utført i *grønt*.¹⁶ Mackintoshs og Jacobsens bruk av eksisterende tradisjonelle, blå-hvite servisemønstre i helstøpte *moderne*

¹³ Lambourne, *The Aesthetic Movement*, 48-65; Chang, *Britain's Chinese Eye*, 108.

¹⁴ Carrie May Ashton, "Picturesque Interiors", i *The Decorator and Furnisher*, vol. 29 nr. 6 (1897), 176.

¹⁵ Interiøret fra Ingram Street Tearooms er delvis rekonstruert på Glasgows Kelvingrove Museum.

¹⁶ Michael Sheridan, "The SAS House. Jacobsen's Lost Gesamtkunstwerk", i Michael Juul Holm, Kjeld Kjeldsen og Tine Vindfeld (red.), *Arne Jacobsen: absolutely modern* (Humblebæk: Louisiana, 2002), 47.

interiører hvor ellers alt er signert kunstneren, er et kraftig uttrykk for det blå-hvites bemerkelsesverdige sjabloneffekt i vestlig kulturhistorie. Grepet å fremstille et velkjent blått mønster i annen farvedrakt gjenkaller diskusjonen av PP-dekoren *MaxiSort* i kapittel 6.4: i kraft av at ”alle” kjenner mønstret som blått, blir gjengivelsen i andre farver snarere ”ikke-blå” og gir dermed – paradoksalt nok – likevel en fornemmelse av blått. Såvel Meissens svibelmønster som det danske musselmønstret har vært fremstilt i rødt og grønt (overglasur), det danske ifølge Grandjean endog i ”ret betydelige Mængder” fra 1887 og fremover.¹⁷ Også fra Porsgrund kjennes stykker med rødt *Strå*, uten at det fremkommer av noen priskurant.¹⁸

Om ikke annet tjener disse eksemplene til å understreke at blått er porselensdekorens farve fremfor enhver annen, i Jens von der Lippes ord.¹⁹ Undersøkelsene i kapitlene 3 og 4 viste at både Munthes og Bulls norske dekorer og Grete Rønnings *Marguerite* med en viss sannsynlighet har sitt valg av blått fra denne utbredte oppfatning om det velfungerende og naturlige ekteskapet mellom blåfarven og porselenet. Det har sågar oppnådd litterær betydning, som her, hos Anne Karin Elstad: ”...himmelen gjennomskinnelig blå som fint porselen”,²⁰ og når Randi Gaustad beskriver PP-serviset *Eystein* (Sandnes), griper hun til ordet ”porselensblått” for å beskrive ”...den utsøkte materialvirkningen” i den bredt malte stripedekoren.²¹ I denne forbindelse er det slående å oppdage hvordan Arnold Krog selv har beskrevet inspirasjonen for sitt arbeide med å fornye det gamle danske stråmønsterserviset: ”En af de første Dage fandt jeg en musselmalet Tallerken, én fra gamle Dage. Jeg saa paa dens skønne, blanke Overflade [...] og dens drømmende indigo blå Farve, der laa derinde smeltet sammen med Stenen. Dette var Porcelain – ægte, rent; ubesmittet af Menneskehaand...”²² Den poetiske tonen i Krogs stråmønstersvermeri skjuler likevel ikke at hans uttrykte begeistring for den gamle blåmalte tallerkenen bunner i rent essensialistiske sympatier; ettersom den blåmalte dekoren er lukket inn under glasuren, oppleves den å i større grad være en integrert del av porselensgjenstanden, og følgelig er det blå underglasurdekorerte porselenet ”rent” og ”ekte” simpelthen fordi det oppleves å være tro mot porselenets iboende egenskaper. Følgende sitat fra Alf Bøes bok bekrefter at denne idéen fremdeles var aktuell i Porsgrunds progressive designmiljø i etterkrigstiden:

¹⁷ Röntgen, *The Book of Meissen*, 234; Bredo L. Grandjean, *Det Musselmaalede Stel. Den Kongelige Porcelainsfabriks Skrifter: II* (København: Berlingske Bogtrykkeri, 1950), 28.

¹⁸ Halvorsen og Larsen, ”Gammelt Porsgrund”, 74.

¹⁹ von der Lippe, *Stråmønsteret*, 31.

²⁰ Anne Karin Elstad, *Julie* (Oslo: Aschehoug, 1993), 47.

²¹ Gaustad, ”Porsgrund Porselen på utstilling”, 26.

²² Artikkel (1931) av Krog fra *Nyt Tidsskrift for Kunstindustri*, sitert hos Dorenfeldt, *Kongelig Dansk* 2, 30.

[Konrad Galaaens modell *Spire*] gir forsåvidt uttrykk for den materialdyrkelse, som begge de unge formgivere [Eckhoff, Galaaen] gikk klart inn for: Det var porselensmassens egen karakter som skulle fremheves [...] skulle det først være dekor, foretrakk begge underglasurmaleriet, som ved brenningen smelter sammen med gods og glasur som en uløselig del av helheten.²³

Som hos Krog er det underglasurmaleriets sammensmeltning med massen som gjør det forenlig med betoningen av porselenets egen karakter, og av denne grunn *foretrakk* Eckhoff og Galaaen underglasurdekor. En sådan oppfatning er helt i tråd med modernistiske betraktninger om materialekthet, og dette styrker forbindelsen mellom modernistisk designretorikk og forekomsten av blå servisedekor som jeg drøftet i kapittel 5.2.

Eksempelene fra skandinavisk etterkrigsproduksjon, såvel Porsgrunds *Marguerite* som Rörstrands *Mon Amie*, indikerer hvordan blå-hvit dekor ble appropriert inn i en sammenheng hvor det tjente som uttrykk for det moderne, sosialdemokratiske (skandinaviske) samfunnet. Hvorvidt modernistene dermed bifalt gamle mønstre som *Strå* og *Svibel* er vanskelig å fastslå, men Arne Jacobsens nevnte omfavnelser av stråmønstret gir en pekepinn, og i etterkrigstidens norske "etikettebibel" *Skikk og bruk*, utgitt 1960, finner vi nok et spor: kapitlet om spisebordets utstyr og oppdekning etterfølges av åtte billedplansjer som viser forbilledlig borddekning, og blant hvitt, udekorert porselen, keramikk, håndvevede linduker og riktige vinglass finner vi et stort middagsbord dekket med – nettopp – *Strå* (**fig. 55**): "Her er dekket til festmiddag – i en stor spisestue. Det velkjente 'musselmalte' porselensservise i hvitt og blått danner hovedtyngden på bordet...".²⁴ Tradisjonsrike mønstre som *Strå* later altså til å ha sin funksjon, om ikke annet på et tradisjonelt festbord, og dette gjenkaller Hanisch og Pharos poeng om sammenhengen mellom tradisjonsrike selskapsformer og assosiasjonsbærende dekketøy (se kapittel 5.3). I den omfattende husmorboken *Hjemmet og vi*, utgitt fem år før *Skikk og bruk*, er etikette mindre vektlagt til fordel for praktisk hjemkunnskap, og vi finner ingen referanser til blå-hvitt (selv om dets "u-riktige" motstykke er behørig illustrert, til skrekk og advarsel: en kaffekuert i outrert nyrokokko med naturalistisk blomsterdekor og gullstaffasje).²⁵ En nevneverdig kuriositet finner vi imidlertid i kapitlet der samtidens celebriteter svarer på spørsmål om sine selskapsvaner: de *eneste* som avslører sitt valg av servise er skuespillerne Einar Sissener og Wenche Foss, som dekker med henholdsvis "...blått servise. 'Kongelig dansk københavnerporselen'" og "...noen vakre ostindiske blå tallerkener".²⁶ Med fare for å lese for mye inn i denne typen anekdotisk materiale er det allikevel fristende å påpeke at lese-

²³ Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 230.

²⁴ Waldemar Brøgger (red.), *Skikk og bruk* (Oslo: Cappelen, 1960), [unummert billedplansje motstående s. 265]. Merk forøvrig at serviset omtales som "musselmalte", en benevnelse normalt forbeholdt det danske stråmønstret.

²⁵ Se Anne-Lise Aas, "Keramikk og glass", i Ingeborg Dobloug Altern og Halvor Pedersen (red.), *Hjemmet og vi. En bok om liv og arbeid* (Oslo: Norsk Faglitteratur, 1955), 209.

²⁶ Veronica, "Vi inviterer og serverer. Enquete om selskapelighet", i Altern og Pedersen, *Hjemmet og vi*, 908-12.

ren her får det blå-hvite porselenets edle stamtavle grovt gjengitt – hvis den uerfarne og vitebegjærlige husmor tilfeldigvis skulle lure på hva som står på bordet i ”møblerte hjem”.

7.3. Én gang blått, alltid blått

Samlet sett tydeliggjør de ovenfor siterte kildene hvilken forbløffende gyldighet det blå-hvite porselenet synes å inneha overfor ulike forbrukergrupper, i ulike sammenhenger og i møte med ulike designpolitiske føringer. Dette er også den enkleste og mest umiddelbare slutning å trekke av kasusstudiene: *Blaaveis* og *Drage* viser det blå-hvite transformert til to seg imellom forskjellige, men like fullt virkningsfulle uttrykk for idéen om ”det norske”; *Blå rose* demonstrerer hvordan den blå-hvite tradisjonens typerepertoar gir nye ”gamle” dekorer historisk troverdighet; ikke minst vitner den gamle dekoren *Strås* svært lange liv i produksjon om det blå-hvites styrke som merkevare og som symbol for en fortsatt håndverkstradisjon. Blå-hvitt er ”alltid” akseptert og populært, men denne oppfatningen er slett ikke ny: som vi så i kapittel 4.3, bemerket Clarence Cook stabiliteten i produksjonen av blå-hvitt allerede i 1870-årene, og i 1917 skrev *The Art World* følgende om valg av glass og porselen til landstedet:

Blue Canton [...] has never been entirely out of fashion, although having periods of greater or lesser favor. Since the days of our earliest commercial intercourses with China [...] this blue and white ware has found its way to American cupboards and American tables. Early patterns have been steadily reproduced, and it is not always easy to tell the old from the new [...] The temptation is to be extremely Chinese on the porch and entirely Japanese in the dining-room. But when the wares of Denmark and England are encountered the decision is modified. A place must be made somewhere for a breakfast set of Copenhagen [...] Every article bearing the mark of the crown and the three wavy lines – symbolic of the three great waterways of Denmark, shows skill of the highest order [...] The standard blue and white table ware, said to be second in point of age to the venerable Chinese onion pattern, varies little from year to year.²⁷

Enten man vil være ”extremely Chinese” eller ”entirely Japanese” – eller for den saks skyld dansk til frokost – levner artikkelen liten tvil om at det blå-hvite porselenet oppleves å ha bevart sin appell og stabilitet, både i produksjon og kvalitet. Blå-hvite verdier er med andre ord *varige* verdier. Kasusstudiene har vist hvordan det blå dekoruttrykket konnoterer tradisjonelt porselenshåndverk gjennom den sterke forbindelsen til porselenets historie, og følgende omtale fra *Familien* i 1984 av et nytt, blådekorert Porsgrundsservise (Grete Rønnings *Parallell*) illustrerer tydelig hvilken selvsagt plass porselenshistorien har i den blå-hvite fortellingen: ”Blå dekor på hvit [sic] porselen *har mer enn tusenårig tradisjon* og er alltid like lekkert og anvendelig.”²⁸ Interessant nok er det strengt tatt ingenting ved servisetts moderne form og geometriske, trykte strekdekor som gjenkaller historiske forbilder – unntagen blåfarven.

²⁷ Virginia Robie, ”China and Glass for the Country House”, i *The Art World*, vol. 2 nr. 4 (1917), 391f.

²⁸ Hanna-Kirsti Koch, ”Kaffe i hagen på lekkert og lett porselen: Nå kan du vinne et av Familiens vakre servi-

Det er i det hele tatt påfallende å registrere hvor solid blå-hvitt er representert ved skandinaviske porselensfabrikker. Samtlige av de ”store” fabrikkene har blå-hvite servise-mønstre i sortimentet som alle har vært i kontinuerlig produksjon over et lengre tidsrom og som hver har oppnådd noen grad av klassikerstatus som bedriftens ”arvegods” og fremste merkevare: Porsgrund med sitt *Strå*; Kgl. Porcelainsfabrik med *Musselmalet* og *Blå blomst*; Bing & Grøndahl med *Mågestellet*, *Sommerfugl* og *Empire*; Rörstrand med *Ostindia* og *Mon Amie*; Gustavsberg med *Blå blom*.²⁹ De blådekorerte servisenes jevne dominans som stabile publikumsfavoritter hos de skandinaviske fabrikkene har naturlig nok medført at flere av servisene hver især er blitt anerkjent som nasjonale prestisjeprodukter og ”klenodier”, men reiser allikevel spørsmålet om det er noe ved det blå-hvite porselenet som *generelt* er blitt oppfattet som nordisk og/eller nasjonalt. Som jeg var inne på i kapittel 5.2, har approprieringen av blå servisedekor inn i Scandinavian Design-tradisjonens farveestetikk tilrettelagt for en forståelse av blåfarven som noe nordisk; nærheten til naturen, til himmel og hav, later til å plassere blåfarven i et fellesnasjonalt nordisk krysningspunkt, et sted mellom nordisk og nasjonalt, hvis vi skal tro Helle Stangerups maleriske beskrivelse av det danske stråmønsteret:

Musselmalet skulle blive mere dansk, end Müller [fabrikkens grunnlegger] eller nogen anden havde drømt om. *Nordisk renhed i det dyblå mod det hvide* ses allerede i fabrikkens merke [...] Havet har præget dette folk af sejlere og søfarere gennem tusind år, og med havets farver vandt Musselmalet danskenes hjerter fra begyndelsen af.³⁰

I sin bok om Bing & Grøndahl henter Erik Lassen like godt havets og himmelens farver hjem når han omtaler måkeserviset (**fig. 53**): ”Det er noget umådelig dansk i farve og motiv over *Mågestellet*. Mange har genkendt og elsket synet af de flyvende fugle, [som] dykkede og steg mellem himmel og hav.”³¹ I denne forbindelse er det relevant å minne om anvendelsen av blå underglasurfarve som ramme om det ”norske” i Gerhard Munthes og Henrik Bulls mønstre for PP i 1890-årene; hvorvidt blåfarven regnes som nordisk, nasjonal eller internasjonal, synes snarere å være avhengig av situasjon, intensjon og kontekst, og gir således ytterligere en dimensjon til det blå-hvites fortolkningsmessige fleksibilitet.

ser”, i *Familien*, nr. 17 (1984) (PP-arkivet, Telemark Museum) (min kursivering).

²⁹ Bing & Grøndahl fusjonerte med Kgl. Porcelainsfabrik i 1987, og idag er *Mågestellet* fra 1892 det eneste som ennå fremstilles. Porselensproduksjonen i Gustavsberg, som i 1987 hadde fusjonert med Rörstrand, ble nedlagt 1993, og fremstillingen av *Blå blom*, som hadde fortsatt uten opphold siden 1870-tallet, ble flyttet ut av Sverige mot store protester. Siden 1996 har Hushållsporslinsfabriken (HPF) i Gustavsberg, som drives av tidligere ansatte fra Gustavsberg, gjenopptatt flere av fabrikkens gamle mønstre i sin produksjon (dog ikke *Blå blom*). Arvidsson, *Gustavsberg*, 343-45, 361. Lisensproduksjonen av *Blå blom* opphørte i 2006.

³⁰ Helle Stangerup, *Tidens bord* (København: Høst & Søn, 2001), 104 (min kursivering).

³¹ Erik Lassen, *En københavnsk porcelænsfabriks historie. Bing & Grøndahl 1853-1978* (København: Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck, 1978), 31.

Det tydeligste tegn på denne fleksibiliteten forblir likevel dekorene selv, som vist gjennom fire kasusstudier. Dekoruttrykkets styrke som referanseramme er spesielt iøynefallende når de blå-hvite appropriasjonene selv blir gjenstand for appropriering, men i så måte er *Maxi-/MiniStrå* intet nybrottsarbeide: allerede i 1921 tegnet daværende kunstnerisk leder ved PP, danske Hans Flygenring (1881-1958) underglasurmønstret *Blåveis* (**fig. 49**), som både låner farven og de karakteristiske, stiliserte blåveisblader fra Munthes mønster. Sannsynligvis er også Flygenring opphavsmann for det som kjennes som *Porsgrund-mønstret* (**fig. 50**), en fri fortolkning basert på stråmønstret og gjengitt i nybarokkens frodige formspråk.³² Det populære stråmønstret inspirerte dessuten keramikker Jens von der Lippe (1911-90), som i 1983 skrev den hittil eneste norske bok om mønstret i forbindelse med stråmønsterutstillingen på Kunstindustrimuseet i Oslo. Fra hans hånd kjennes arbeider i Telemark Museums samling (**fig. 51**) hvor mønstrets sirkler, prikker og stråblomster er sammensatt i en komposisjon som minner sterkt om senere tallerkendekorer i *MiniStrå* (**fig. 58**).³³ Også den tidligere nevnte dekoren *Maud* er basert på historiske PP-forbilder; Eystein Sandnes ønsket å gjenskape Thorolf Holmboes (1866-1935) blåsprøytede underglasurdekor fra 1908 (**fig. 54**), men fant at de utsparte blomstene ble for krevende, og nøyet seg med en jevn blåsprøyting (i-glasur) som på *Bogstad*-formen fremhever godsets sveifede rifling (**fig. 52**).³⁴ Sprøyteteknikken ble gjort kjent med de danske, blå juleplattene som Bing & Grøndahl begynte med i 1895, men var allerede benyttet på måkeserviset fra 1892 (**fig. 53**). I sitt myke uttrykk knytter altså *Maud* fra 1978 an til en gammel dekorteknikk, men reklameteksten fra Adresseavisen i lanseringsåret røper at denne virkningen var tilsiktet: ”’Gammeldags’ men moderne! Det kan man trygt si om serviset ’Bogstad Maud’ – Nostalgien griper utvilsomt om seg, men er i dag høyeste mote.”³⁵ Igjen er vi tilbake ved historiens og tradisjonens retoriske nøkkelrolle i ordningen av blå-hvit(t) identitet og konsept; hvilke verdier ligger bak denne vektleggelsen av ’tradisjon’?

7.4. Blått porselen – blått blod

Det blå-hvite porselenets trumfkort har, som vi gjentatte ganger har sett i kasusstudiene, hele tiden vært dets ubestridelige forbindelse til porselenstradisjonens opprinnelse i Kina. Samtidig

³² Forfatteren ble gjort oppmerksom på *Porsgrund-mønstret* i samtale med Astrid Gundersen (stråmaler), pers. kommunikasjon, PP 30.3.2011. Grandjean avbilder flere variasjoner over stråmønstret, blant annet Bing & Grøndahls *Sommerfugl*, se Grandjean, *Det Musselmaledede Stel*.

³³ Jens von der Lippes arbeider ble laget på PP, men antagelig aldri for salg, jfr. Kjell Egil Larsen, pers. kommunikasjon 27.9.2011. På grunnlag av bokutgivelsen kan arbeidene anslås til ca. 1980-83.

³⁴ Kjell Egil Larsen, pers. kommunikasjon 7.10.2011. Larsen forteller at gjenstander med Holmboes dekor ble kjøpt på auksjon hos Eek i Skien på Sandnes’ oppfordring og benyttet som forelegg ved utarbeidelsen av *Maud*-dekoren. Disse gjenstandene befinner seg idag i Telemark Museums samling.

³⁵ ”’Gammeldags’ men moderne!”, annonse i *Adresseavisen*, 19.10, 212. årg. (1978).

har de europeiske fyrstenes porselenssvermeri medført at den europeiske porselenstradisjonen fikk sitt utspring i *kongelige* porselensfabrikker, opprettet i merkantilismens ånd som fyrstehusenes stolthet. Porselenet fra Meissen ble toneangivende for nye fabrikker, og som vi så i kapittel 3.1, valgte den nyetablerte Porsgrunds Porselænsfabrik – i mangel av fyrstehus eller adelssete – å eksplisitt knytte an til arven fra kongelig saksisk og dansk porselen (**fig. 1**). På denne måten fikk man, i Jens von der Lippes ord, med seg noe av glansen fra det europeiske porselenets fyrstelige arnested.³⁶ Clarence Cook mimrer: "[blue china is not] any longer what it once was, – an external sign that you belonged to the elect, and were of the *sangre azul*. But it can never go out of fashion entirely, for its pleasingness is something substantial, not a mere skin-deep good look; but good color, good form [...]"³⁷

Cooks lett nostalgiske tristesse knytter seg til borgerskapets fremvekst som den ledende forbrukergruppe i 1800-tallets moderne industrisamfunn; historismens arkitekturfilosofiske klima hadde gitt borgerskapet mulighet til å legitimere sin nyvundne maktposisjon ved å bruke historiske former og statussymboler for å bygge historisk troverdighet. Borgerskapet forsøkte å imitere adelens levesett, skriver Röntgen, og gamle Meissen-mønstre som *svibel* ble et ledd i dette.³⁸ På 1700-tallet hadde det komparativt sett rimelige blå-hvite porselenet vunnet innpass som bruksvare hos bemidlede europeiske borgere; i siste halvdel av 1800-tallet inn gikk det, som Röntgen påpeker, i den historiske gjenstandskulturen som borgerskapet approprierte som uttrykk for egen historisk forankring. Den økte etterspørselen etter strå- og svibelmønstre forklarer den fornyede oppmerksomhet Meissen- og Københavnfabrikken viet sine "gamle travere" (se kapittel 2.4). Det bemidlede borgerskapet la markedsgrunnlaget for gullstafferte luksusutgaver og Krogs blondkantede serviser, og bidrog til å bygge det blå-hvites identitet som *borgerlig*, "i ordets bedste betydning", skriver Grandjean.³⁹ Allikevel er det fremdeles noe "kongelig" over blå-hvitt porselen, skal vi tro signaturen "Frk. Schmidt", som skriver lett satirisk om "Kongeligt" i *Salomons Danske Almanak* for 1916:

Naar en danske Brud samler paa Udstyr, saa kan man være vis paa, at hendes højeste Ønske er et faa [sic] et Stel af det Kgl. Københavnske med de tre Bølgelinier nedenunder. Saa er det ægte. Kan hun faa sig et helt Stel, vil der være Misundelse over hele Linien. Et af de muselmalede. Ja, hvad det betyder, er der vist ingen der ved, men Folk, der har en lille Smule Dannelse og er vandt til at komme i fine Familier – de kender det. Og der, hvor det muselmalede er paa Bordet hver Dag, er man sikker paa, at der er solid Velstand. [...] Det "kgl." er fornemt og blankt – noget i Retning af uplettet Adesskjold [sic]. Selv

³⁶ von der Lippe, *Stråmønsteret*, 84.

³⁷ Cook, *The House Beautiful*, 243.

³⁸ Robert E. Röntgen, "Die Nachahmungen und Verfälschungen der Meissener Blaumalerei", i Klaus-Peter Arnold og Verena Diefenbach (red.), *Meissener Blaumalerei aus drei Jahrhunderten*, utstillingskatalog (Hamburg: Museum für Kunst und Gewerbe, 1989), 74.

³⁹ Bredo L. Grandjean, *Blaablomstrede Stel fra Den kongelige Porcelainsfabrik. Den Kongelige Porcelainsfabriks Skrifter: XI* (København: Berlingske Bogtrykkeri, 1968), 3 [unnummerert før s. 7].

om det bliver stødt paa Kanterne – og hvem kan ikke blive det, saadan som Tjenestepigerne er nu om Stunder – saa er det hvidt helt igennem. *Det er lige saa godt som blaat Blod hos Mennesker. Det kgl. Porcelæn har Historie. Det er ikke som fattig Per Eriksen, der ingen Forfædre har. Nej, det kongelige har Ahner. Det har kongelige altid. Porcelæn er i det hele taget noget meget fint og fornemt.*⁴⁰

Teksten tar pulsen på det blå-hvite porselenets blodsband og edle herkomst, og poengterer med all tydelighet hvilke verdier som oppleves å være innkodet i det ”kongelige” porselenet. Når så Jonas Lie i forbifarten nevner at familien på Gilje har ”blaa Kopper af det gamle Kjøbenhavnporcellæn, som Moder har de fire Par af staaende i Skabet fra Bedstemor”, blir det dermed ikke først og fremst en beskrivelse av den norske embedsmannsfamiliens husgeråd, men av deres sosiale tilhørighet og aspirasjoner.⁴¹ Likeledes plasserer Johan Borgen sin oppvekst med et fast grep i et borgerlig miljø når han selvbiografisk skildrer barndommens rike:

Jeg har aldri kjent bedre matlukt enn i mitt barndomshjem. Og aldri har jeg sett vakrere bord enn når skjæret fra kandelabrene – gud vet om det var sølv! – falt over den skinnende hvite damaskes duken med det blå porselen og hele skrårekken av glass i glitrende krystall foran hver kuvert.⁴²

Borgens barndomsminne gjenkaller billedplansjen fra *Skikk og bruk* (**fig. 55**), hvor det blå-hvite serviset – *Strå* – utgjorde ”hovedtyngden” på det festdekkede middagsbord. ”Dette tradisjonsrike mønstret blir fremdeles håndmalt, og er derfor et svært eksklusivt servise”, lyder PPs katalogtekst i 2001,⁴³ og eksemplifiserer hvordan historie, håndverksfremstilling og ubrutt tradisjon smeltes sammen i profileringen av Porsgrunds ærverdige klassiker (jfr. kapittel 3). I *The House Beautiful* tar Clarence Cook, som vi tidligere har sett, til orde for blå-hvitt i 1800-tallshusholdningen, og interessant nok gjengir bokens frontispisebilde, tegnet av den britiske kunstneren Walter Crane (1845-1915), et smakfullt innredet viktoriansk interiør hvor blå-hvitt porselen fyller skap og peishylle, symmetrisk arrangert med japanske vifter (**fig. 57**). Denne domestiseringen har gitt blå-hvitt porselen en selvsagt plass i det ”kanon” av gjenstander og innredningsskjemaer som markerer en borgerlig identitet, her treffende uttrykt i Knut Faldbakkens skjønnlitterære bilde: ”To glass hver aften, aldri mindre, sjelden mer, og bridge på torsdagskveldene [...] familiens porselen, riktignok litt arret her og der og mangelfullt i antall, men gammelt og med edelt, blått mønster; prismekronen og den ekte raderingen på veggen ved pianoet.”⁴⁴ Bridge, kunst, piano, prismekrone og et nytelsespreget alkoholforbruk, alle er de attributter som sammen med det blåmønstrede porselenet uttrykker en viss form for sosial tilhørighet – bruken av adjektivet ’edel’ i denne sammenhengen er neppe tilfeldig.

⁴⁰ Frk. Schmidt, ”Kongeligt”, i Michael Salomon (red.), *De Forenede Staters Danske Almanak, Haand- og Aar-bog for 1916* (Seattle, 1916), 125 (min kursivering).

⁴¹ Jonas Lie, *Familien paa Gilje. Et Interieur fra Firtiaarene* (København: Gyldendal, 1883), 78.

⁴² Johan Borgen, *Barndommens rike* (Oslo: Gyldendal, 1965), 103 (min kursivering).

⁴³ *Porsgrunds Porselænsfabrik. Produktkatalog 2001* (Porsgrunn: PP, 2001), 5.

⁴⁴ Knut Faldbakken, *Sin mors hus* (Oslo: Gyldendal, 1969), 17 (min kursivering).

Blådekorert – blå-hvitt – porselen synes å legemliggjøre hva den franske sosiologen Pierre Bourdieu (1930-2002) kalte 'kulturell kapital', og som knytter seg til sosiale og immaterielle ressurser, kunnskap og ferdigheter som sammen med den *økonomiske* kapitalen bestemmer personers plassering i det sosiale landskapet.⁴⁵ I kraft av sin sterke og påviselige forbindelse til porselenets historie, helt fra dets kinesiske opprinnelse til de fyrstelige europeiske fabrikker, blir den blå dekorfarven et symbol på hva Bourdieu kaller "privilegienes privilegium",⁴⁶ et ansiennitetsspørsmål hvor ervervelsen av kulturell kapital avhenger av arv og det som populært kalles "gammel rikdom". Det blå-hvite porselenet inntar på et vis rollen som en porselenskunstens aristokrat, hvor porselenets rent økonomiske verdi spiller en underordnet rolle: anerkjennelsen av det blå-hvite dekoruttrykket som *nøkternt*, sammen med dets appell i reformkretser og i modernistisk orienterte designmiljøer samt dets potensial som uttrykk for noe hjemlig, nasjonalt og demokratisk, taler for at det blå-hvite snarere knytter seg til *intellektuelle* verdier. Sammenlignet med "dårlige" nyrokokoimitasjoner med blomsterdekor og gullstaffasje – modernistenes skrekk – er det blå-hvites historiske troverdighet forankret i forhold som stikker dypere enn det eksplisitt historiserende. Anerkjennelsen av dette verdiinnholdet avhenger imidlertid av forbrukerens evne til å lese den kulturelle koden som det blå-hvite dekoruttrykket danner.

Betyr dette isåfall at erkjennelsen av det blå-hvites kulturelle kapital fordrer en rent *abstrakt* leseforståelse? Kildene tyder tvert imot på at blådekorert porselen også helt *konkret* oppfattes å formidle et sosiokulturelt budskap, som i dette utdraget fra forfatteren Jon Ewo:

Hun betraktet det runde trebordet med glassplaten og den vesle løperen som mormoren hadde heklet, sjenken med glassene og kaffeseriset med stråmønster til åtte [...] Alle var kjente og kjære ting hun hadde arvet. Det tilhørte en tidligere bit av henne selv, en rettskaffen og ordentlig person.⁴⁷

Det rettskafne, det trygge, det veletablerte, det nedarvede... kildene indikerer hvordan blå-hvitt porselen konnoterer en borgerlig *stabilitet* som har sitt utspring i det sene 1800-tallet. Designhistoriker Regina Lee Blaszczyk skriver at ervervelse av porselen, tidligere en luksusvare, var et forbrukerfenomen som mot slutten av 1800-tallet omfattet de fleste samfunnsklasser, og hevder at porselenets iboende kvaliteter innkodet det med en kulturell verdi (eller kulturell kapital) som gjennom bruk av porselenet – til nytte eller til pynt – markerte sosial posisjon og ambisjoner.⁴⁸ "Smak klassifiserer, og smak klassifiserer den som klassifiserer,"⁴⁹

⁴⁵ Jfr. Pierre Bourdieu, *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*, med innledning av Dag Østerberg, overs. av Annick Pieur (Oslo: Pax, 1995).

⁴⁶ Se Bourdieu, *Distinksjonen*, 82.

⁴⁷ Jon Ewo, *Torpedo: en kriminell roman* (Oslo: Aventura, 1996), 138.

⁴⁸ Regina Lee Blaszczyk, "The Aesthetic Moment: China Decorators, Consumer Demand, and Technological

skriver Bourdieu, men eksemplet *blå-hvitt* fremtvinger spørsmålet hvorvidt produkter med så bred appell kan ha en faktisk funksjon som sosial distinksjonsmarkør.

Kanskje ligger svaret nettopp i det blå-hvites flertydighet: mangfoldet blant produktene som likevel samles i betegnelsen 'blå-hvitt', indikerer at den blå dekorens historiske troverdighet blir et alment forståelig kvalitetsmerke som tjener til å bekrefte borgerskapets oppnådde posisjon og appropriering av adelens livsstil såvel som middelklasseforbrukerens aspirasjon til den borgerlige smakens ytre kjennetegn. Således kan det norske borgerskapet i tiden rundt PPs grunnleggelse tenkes å ha funnet det representative, håndmalte *Svibel* som et passende uttrykk for sin sosiale tilhørighet, likesom Lysakerkretsens intellektuelle og likesinnede identifiserte seg med Gerhard Munthes *Blaaveis* som en syntese av det beste fra en idealisert førindustriell gjenstandskultur og en offensiv, fremsynt holdning til norsk selvstendighet. Medlemmer av den modernistisk orienterte designeliten, den samme sosiale gruppe som i Stockholm i 1917 verdsatte *Liljeblå* for mondén nøkternhet i dets allusjon av historiske forbilder, kan femti år senere ha vurdert den historisk troverdige blåfarven som en tekkelig og materialmessig tilfredsstillende ramme om den flatedekkende blomsterdekoren i Porsgrunds *Marguerite*. Ikke minst trigger det historiserende designet i *Bogstad Blå rose* en typologisk gjenkjennelse av fornemt, blått porselen som svarer til den sosio-materielle ærgjerrighet hos dem som, ifølge reklamen, er ”glad i de fine, klassiske porselens-servisene”(fig. 38).⁵⁰ Det blå-hvite porselenets kulturelle kapital er følgelig tilgjengelig for – og anerkjennes av – en stor og sammensatt gruppe, men som like fullt leser den blå-hvite koden på forskjellige måter. Følgende tekst fra katalogen til Royal Copenhagens jubileumsutstilling *Strømninger, Stil og Stel* i 2000 blir en påminnelse om at vi lever i pluralismens og postmodernitetens tidsalder, men flørter samtidig med Bourdieus tankegods i betoningen av porselenets rolle som markør:

[...] Vi uttrykker vor selvidentitet igennem de ting, vi bevidst vælger at omgive os med. Vi vil markere, hvem og hvordan vi er. Gammelt og nyt, klassisk og moderne, dansk og internationalt bringes sammen til nye helheder. [...] Også porcelæn, glas og bestikk sættes sammen i borddækninger, der udtrykker vor individuelle historie [...] Menneskets nærvær i genstanden bliver mere væsentlig end før. På bordet her gennem håndens verk i ”Musselmalet”, håndmalet siden 1775. [...]⁵¹

Katalogen viser utstillingens dekkede bord som gjenspeiler forskjellige perioder, stilarter og tiår, men dette siste sideoppslaget viser en enkel kuvert med *Musselmalet riflet*, fabrikkens eldste utgave, og interessant nok er tidsangivelsen her satt til det fulle tidsrom, 1775-2000.

Challenge in the American Pottery Industry 1865-1900”, i *Winterthur Portfolio*, vol. 29 nr. 2/3 (1994), 126.

⁴⁹ Bourdieu, *Distinksjonen*, 52.

⁵⁰ “Nyhet fra 1888”.

⁵¹ *Strømninger, Stil og Stel. Royal Copenhagen 1775-2000*, utstillingskatalog (København: Royal Copenhagen, 2000), 25.

Foruten å signalisere at ”glansen” fra dette historiske produktet er like tilgjengelig for nåtidens mennesker, markerer bedriften på denne måten at det velkjente, blåmalte porselenet har beholdt sin aktualitet og gyldighet også for et nytt årtusen, og gir næring til den populære myten om det blå-hvite porselenets *tidløshet*. På mange måter er denne myten heller ikke så langt unna en designhistorisk virkelighet: eksemplene i denne oppgaven har vist hvordan den blå-hvite dekortradisjonen kontinuerlig er blitt appropriert, tilpasset og lagt til grunn for nye uttrykk og ny forståelse av tradisjonens betydning og meningsinnhold, samtidig som langlivede publikumsfavoritter som *Strå* har gjennomgått konseptuell fornyelse og utvikling. Det blå-hvite dekoruttrykkets *dynamikk*, sterke identitet og betydelige potensial for fornyelse har således skapt et kulturelt – og kunstindustrielt – produkt som karakteriseres nettopp av dets vedvarende aktualitet og bemerkelsesverdige overlevelsesdyktighet.

7.5. Konklusjon og avsluttende bemerkninger

Mine undersøkelser har tatt sitt utgangspunkt i servisedekorer fra Porsgrunds Porselænsfabrik. Samtidig har jeg forsøkt å vise hvordan disse produktene forholder seg til større strukturer utenfor Porsgrund og norsk produksjon, med hensikt å kaste lys over produktenes plass i en bredere europeisk og vestlig forståelse av det blå-hvite porselenets kulturelle betydning. Porsgrund har siden begynnelsen vært eneste norske produsent av ekte feltspatporselen, men har vært regnet som provinsiell i europeisk sammenheng, og historien om blå-hvitt fra PP har som regel vært redusert til en historie om *Strå* og *Svibel* som passiv etterligning av kontinentale forbilder.⁵² Jeg har ønsket å vise at denne oppfatningen er en skjev og forenklet fremstilling av faktiske forhold: kapittel 3 viste at den omfattende produksjonen av de to blåmalte mønstrene med stor sannsynlighet var en teknisk, kompetansemessig og markedsstrategisk fornuftig løpebane for den nystartede fabrikk. Suksessen med *Strå* og *Svibel* la samtidig grunnlaget for en selvstendig tradisjon for blå-hvitt ved PP, en tradisjon som senere er blitt ”gjenfunnet” som en viktig og virkningsfull merkevare – dette kommer typisk til uttrykk i reklame-tekster knyttet til *Strå*, Porsgrunds ”håndmalte stolthet”.⁵³

Fabrikkens etablerte blå-hvite mønstre ble allerede i 1890-årene gjenstand for appropriering og kreativ fortolkning, da Gerhard Munthe og Henrik Bull tegnet nye, ”nasjonale” dekorer i blått: *Blaaveis* og *Drage*. De nye dekorene deler imidlertid flere likhetstrekk med

⁵² Denne oppfatningen synes å være akseptert uten videre nyansering såvel hos Bøe, *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965*, 134 (billedtekst), 135, som hos Polak, *Gammelt Porsgrund porselen*, 34. Johanne Huitfeldt er den eneste som anfører at Porsgrunds stråmønstre har et selvstendig preg, og den hittil eneste som setter produksjonen av *Strå* og *Svibel* i sammenheng med en vedvarende tradisjon for blå-hvitt ved PP, jfr. Huitfeldt, *Blått som havet*, 110-11.

⁵³ *Porsgrunds Porselænsfabrik. Produktkatalog 2005*, 34

Strå og *Svibel* enn det rent dekortekniske: i kapittel 4 forklarte jeg hvordan komposisjon og stilisering og endog konkrete mønsterdetaljer i *Blaaveis* og *Drage* er ”lånt” fra de utbredte tyske mønstrene. Kildene har vist at komposisjon og stilisering riktignok svarte til reformestetiske premisser – som hos Falke – men det er et like fullt et tankekors at de nye og angivelig ”norske” mønstrene ligger så tett oppimot velkjente gamle, utenlandske mønstre.

Til tross for at det sjelden anerkjennes i litteraturen, har det med jevne mellomrom kommet til nye blå-hvite dekorer i PPs sortiment, og kapittel 5 omhandlet to nyere dekorer som seg imellom er svært forskjellige i uttrykk, men som begge er blå-hvite: *Marguerite* og *Blå rose*. Som stilmessige motpoler markerer de effektivt det blå-hvite dekoruttrykkets potensial for differensiert fornyelse, og tydeliggjør samtidig det blå-hvites ambivalente forhold til modernistisk designretorikk: mens *Marguerite* kan leses som en modernistisk domestisering av blå-hvit porselensdekor, gjør seriset *Bogstad Blå rose* i sitt historiserende design vold mot uttalte modernistiske premisser om tidsmessighet, funksjonell form, samsvar mellom form og dekor og dekorativ stilisering av naturmotiver. Allikevel har det nostalgiske seriset (naturligvis) sin målgruppe, som formodentlig bedømmer det historiserende produktdesignet etter helt andre kriterier – således blir *Blå rose* også en påminnelse om modernismens begrensninger som designideologi.

Kløften mellom de to dekorenes konsepter synliggjør med all tydelighet den blå-hvite dekortradisjonens bemerkelsesverdige fortolkningsmessige fleksibilitet. Dessuten markerer anvendelsen av blå trykkdekor et interessant paradoks: den prosessuelle kontinuiteten med blått underglasurmaleri – som historisk sett har ligget til grunn for det blå-hvites fortsatte eksistens – opphører så snart blå-hvitt begynner å fremstilles i trykkdekorteknikk. Det blå-hvites utbredelse og popularitet som trykkdekor blir dermed en tydelig bekræftelse på at dette dekoruttrykkets *raison d'être* er forskjøvet fra produksjonstekniske til rent markedsbevisste hensyn, knyttet til det blå-hvites merkevareverdi og vedvarende publikumsappell. En annerledes og noe overraskende demonstrasjon av den blå-hvite referansens nærmest elastiske tilpasnings-evne så vi i kapittel 6, hvor jeg drøftet de nye (2005) søsterdekorene *MaxiStrå* og *MiniStrå* i lys av tendensen mot sitat og kreativ gjenfortolkning som har vært fremtredende i design generelt og servisedekorer spesielt siden tusenårsskiftet. I sin direkte og eksplisitte referanse til *Strå* blir *Maxi-/MiniStrå* det mest åpenbare eksemplet på appropriering av blå-hvit dekortradisjon, men i dette markerer de samtidig også en helt ny tilnærming, hvor dekorens effekt avhenger av allusjonen og gleden ved gjenkjennelse. Dekorenes primære hensikt blir således ikke hva de faktisk og fysisk er, men snarere hva de konnoterer, og forutsetter således kjennskap til det siterte ”originalproduktet” og i noen grad dets kulturelle betydning og status.

Gjennom hele denne perioden har *Strå* vært i kontinuerlig produksjon. Når dette forholdet ikke er nærmere kommentert i kildelitteraturen, skyldes det antagelig at det ikke har vært ansett som relevant innenfor rammen av konvensjonell historieskrivning, hvor vektleggelsen av avantgardistisk nyvinning legger grunnlaget for en lineær historiefremstilling. *Strå* løper som en rød (blå) tråd gjennom Porsgrunds 125-årige produksjonshistorie, men som jeg argumenterte for i kapittel 3, er dagens produkt – den tradisjonsrike klassikeren *Bogstad Strå* – på mange måter en ganske annen *vare* enn den relativt enkle, blåmalte dekoren som i Bauers tid ble tilbudt på store deler av utvalget. Interessant nok har den konseptuelle foredlingen av *Strå* som designklassiker i sin tur muliggjort utviklingen av *MaxiStrå* og *MiniStrå* som nettopp ”folkeversjoner”, som uhøytidelige hverdagsutgaver av det som nå har status som et ærverdig gammelt finservise. Såvel *Strås* klassereise som dets gjenfortolkning i *Maxi-/MiniStrå* understreker nytten av begrepet *fortolkningsmessig fleksibilitet* for å sette ord på det blå-hvites karakteristiske overlevelsesdyktighet gjennom tilpasning, foredling, imitasjon og appropriasjon, stadig tilbakevendende i nye (og gamle!) former og uttrykk.

Like fullt fremstår det klart gjenkjennelig som ’blå-hvitt’, en kulturelt betinget identitet som i kraft av det blå-hvites selvsagte plass i porselenets historie knytter dette dekoruttrykket til et spektrum av identitetsmerker, egenskaper og fornemmelser. Som vist tidligere i kapitlet, har blå-hvitt vært forstått som *nøkternt* i kontrast til porselen med flerfarvet og ”prangende” dekor; som *ekte* grunnet dets materialhistoriske bånd til kinesisk porselen; som estetisk *riktig* i kraft av underglasurteknikkens fysiske sammensmeltning med godset; og ikke minst som *fornemt* gjennom porselenets tilknytning til Europas fyrstehus. Oppfatningen av blå-hvitt som borgerlig i betydningen *finkulturell* er et resultat av fremveksten av det moderne klassesamfunnet i siste halvdel av 1800-tallet, hvor blå-hvitt porselen, som beskrevet ovenfor, inngikk i det bemidlede borgerskapets historiske alibi. Denne tilhørigheten har hatt avgjørende innvirkning på det blå-hvite porselenets sosiokulturelle konnotasjoner, noe de ovenfor siterte kildene demonstrerer med all tydelighet. Blå-hvitt blir et sterkt symbol på kulturell kapital i Bourdieus forstand, selv om det ikke uten videre lar seg utpeke i Bourdieus aksesystem over det sosiale landskapet. Det blå-hvite dekoruttrykkets ”kameleonrolle” i designhistorien forteller om en flertydighet, for ikke å si almengyldighet, som illustreres av dets innpass i nye og ulike sammenhenger og miljøer. Forstått av mange, verdsatt av flere; fleksibiliteten i det blå-hvites betydningsskapende potensial gjør det til en mindre spesifikk sosial markør.

Den blå dekorens sterke identitet og mentale tilgjengelighet har omkring denne gjenkjennelige produkttypen skapt en kulturell legende som ikke bare overskrider sosiale skillelinjer: det blå-hvites bemerkelsesverdige sjabloneffekt har gitt utslag av litterær og annen

kunstnerisk art – for eksempel som kunsthåndverk (jfr. kapittel 6.2 og 6.5) – og har vunnet innpass i såvel rendyrkede kunstnerhjem som i helstøpte moderne, arkitekttegnede interiører. Blå-hvitt er blitt en del av vår kulturelle bagasje, det tilhører ”vår kollektive minnebank”, som kunsthåndverkeren Paul Scott uttrykker det.⁵⁴ I sitt verk *A Willow for Ai Weiwei* trekker Scott endog blå-hvitt inn på den politiske kunstens arena, idet han i et gammelt *Willow*-fat setter inn silhuetten til den kinesiske, regimekritiske kunstneren Ai Weiwei i de tre brofigurenes sted og på denne måten kommenterer hans fengsling og forsvinning.⁵⁵

Den blådekorerte flaten har også, som vi har sett, vært et lerret for *nasjonale* ytringer; tross opprinnelsen i Kina har det blå-hvite uttrykket vært tydet som både norsk og nordisk, skandinavisk og internasjonalt når situasjon og sammenheng har fordret det. Dette gjenkaller Anne Gerritsens refleksjoner når hun skriver om det blå-hvite kinesiske porselenets eksport-suksess: ”The key to understanding the popularity of the blue-and-white wares probably lies in the ease of their adaptability.”⁵⁶ Som min studie har vist i sin helhet, er tilpasningsdyktighet og fleksibilitet nøkkelbegreper for også å forstå produksjonen av blå-hvitt porselen ved Porsgrunds Porselænsfabrik, ikke minst med hensyn til hvordan tradisjonen er blitt løpende anvendt som idékatalog, forankring, legitimerende kraft og/eller merkevare i seg selv. Gerritsen fortsetter: ”Whether the designs contained Dutch tulips, inscriptions in Arabic, or Chinese symbols of long life, the overall ’brand’ of blue-and-white still remained clearly visible. Manufactured locally, blue-and-whites were and remain a design with global appeal.”⁵⁷ Historien om blå-hvite servisedekorer fra Porsgrund er en historie om lokal og *norsk* respons på det blådekorerte porselenets globale merkeverdi. Det er videre en fortelling om designstrategiske avveininger i forholdet til en produkttradisjon med sjeldent sterke kulturelle konnotasjoner. Ikke minst er det et vitnesbyrd om hvordan etablerte forestillinger om gjenstandstyper fortsetter å virke premissleverende for bedrifter som Porsgrund, samtidig som disse forestillingene levner et stort rom for kreativ fortolkning og aktiv anvendelse av tradisjon og nedarvede begreper. Enten det dreier seg om frisk nyskapning eller gamle klassikere; tradisjon og budskap fremtrer klart så lenge porselensdekoren står tydelig skrevet, blått på hvitt.

⁵⁴ Scotts ord gjengitt hos Veiteberg, ”Kunstnarprestasjoner”, 84.

⁵⁵ Jfr. Marianne Nordahl, ”Skjult budskap i blått og hvitt”, *forskning.no*, 11.3.2012, <http://www.forskning.no/artikler/2012/mars/315480> (oppsøkt 12.3.2012).

⁵⁶ Gerritsen, ”Global design in Jingdezhen”, 31.

⁵⁷ Gerritsen, ”Global design in Jingdezhen”, 31.

Litteraturliste

Bøker, tidsskriftsartikler og avhandlinger

- Abrahamsen, Chr. (red). *Porsgrunn Porselen gjennom 50 år 1887-1937*. Oslo, 1937.
- Altern, Ingeborg Dobloug og Halvor Pedersen (red.). *Hjemmet og vi. En bok om liv og arbeid*. Oslo: Norsk Faglitteratur, 1955.
- Anderson, Anne. "The 'New Old School': Furnishing with Antiques in the Modern Interior – Frederic, Lord Leighton's Studio-House and Its Collections". *Journal of Design History*, vol. 24 nr. 4 (2011): 315-38.
- Anderson, Berit. *Hulda og heimen. Heimstell og nasjonsbygging hos Hulda og Arne Garborg*. Oslo: Bonytt, 2001.
- Ashby, Charlotte. "Nation Building and Design: Finnish Textiles and the Work of the Friends of Finnish Handicrafts". *Journal of Design History*, vol. 23 nr. 4 (2010): 351-65.
- Ashton, Carrie May. "Picturesque Interiors". *The Decorator and Furnisher*, vol. 29 nr. 6 (1897): 176.
- Arvidsson, Gösta. *Gustavsberg. Porslinet, fabriken, konstnärerna*. Stockholm: Norstedts, 2007.
- Battie, David (red.). *Sotheby's Concise Encyclopaedia of Porcelain*. 2. utgave. London: Chancellor Press, 1998.
- Bencard, Mogens. "Det hvide guld. Porcelænets indførelse i Europa". I Laursen og Nottelmann, *Dansk Porcelæn 1775-2000*, 21-49.
- Blaszczyk, Regina Lee. "The Aesthetic Moment: China Decorators, Consumer Demand, and Technological Challenge in the American Pottery Industry 1865-1900". *Winterthur Portfolio*, vol. 29 nr. 2/3 (1994): 121-53.
- Borgen, Johan. *Barndommens rike*. Oslo: Gyldendal, 1965.
- du Boulay, Anthony, Tamara Prèaud og Lars Tharp. "Early Continental Porcelain". I Battie, *Sotheby's Concise Encyclopaedia of Porcelain*, 85-113.
- Bourdieu, Pierre. *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Med innledning av Dag Østerberg. Oversatt av Annick Prieur. Oslo: Pax, 1995.
- Britton, Alison. "Gamle ting/nytt liv/stilleben". I Veiteberg, *Ting Tang Trash*, 28-37.
- Brunius, Jan. "Tingens och formgivarnas decennier. Fantasi och saklig brukskonst". I Bengt Nyström og Jan Brunius. *Rörstrand 280 år. Med fajans, flintgods, porslin & stengods*, 113-35. Västerås: ICA-förlaget, 2007.
- Brøgger, Waldemar (red.). *Skikk og bruk*. Oslo: Cappelen, 1960.
- Bøe, Alf. *Porsgrunds Porselænsfabrik 1885-1965. Bedrift og produksjon gjennom åtti år*. Oslo: Johan Grundt Tanum, 1967.
- Bøgh, Johan. *Beretning om Bergensudstillingen 1898: ved udstillingens general-sekretær*. Bergen: John Griegs Bogtrykkeri, 1908.
- Carswell, John. *Blue & White – Chinese Porcelain Around the World*. London: British Museum Press, 2000.
- Chang, Elizabeth Hope. *Britain's Chinese Eye. Literature, Empire and Aesthetics in Nineteenth-Century Britain*. California: Stanford University Press, 2010.
- Christensen, Arne Lie. *Kunsten å bevare. Om kulturminnevern og fortidsinteresse i Norge*. Oslo: Pax, 2011.
- Conway, Hazel. "Design History Basics". I *Design History: A Student's Handbook*, redigert av Hazel Conway, 3-11. London: Harper Collins, 1987.
- Cook, Clarence. *The House Beautiful*. Først utgitt 1877, denne utgave 1881. New York: Dover, 1995.

- Dedekam, Hans. *Katalog over Udstilling af gammelt europæisk Porcelæn: Mars-April 1907. Med en historisk Oversigt*. Forord av Henrik Grosch. Kristiania: Kunstindustrimuseet, 1907.
- Diviš, Jan. *European Porcelain – an illustrated history*. Oversatt av Iris Urwin. London: Peerage, 1983.
- Dorenfeldt, Lauritz G. *Kongelig Dansk. Blåmalt porselen fra Den Kongelige Porcelainsfabrik 1775-ca. 1820*. Oslo: Huitfeldt, 1998.
- _____. *Kongelig Dansk 2. Blåmalt porselen fra Den Kongelige Porcelainsfabrik 1820-1923*. Oslo: Huitfeldt, 2000.
- Elstad, Anne Karin. *Julie*. Oslo: Aschehoug, 1993.
- Ewo, Jon. *Torpedo: en kriminell roman*. Oslo: Aventura, 1996.
- Fairs, Marcus. *Twenty-first Century Design: New Design Icons from Mass Market to Avant-garde*. London: Carlton, 2009.
- Faldbakken, Knut. *Sin mors hus*. Oslo: Gyldendal, 1969.
- Falke, Jakob. *Kunsten i Huset. Studier over Vaaningens Dekoration og Udstyr*. Oversatt av Nicolay Nicolaysen. Kristiania: Cammermeyer, 1872.
- _____. *Kunstindustriens Grundsætninger. En Haandbog for Hjemmet, Skolen og Værkstedet*. Oversatt av Camillus Nyrop. København: P.G. Philipsen, 1885.
- Fallan, Kjetil. *Design History. Understanding Theory and Method*. Oxford: Berg, 2010.
- _____. "Introduction". I Fallan, *Scandinavian Design*, 1-12.
- _____. "“One Must Offer “Something for Everyone””: Designing Crockery for Consumer Consent in 1950’s Norway”. *Journal of Design History*, vol. 22 nr. 2 (2009): 133-49.
- _____. (red.). *Scandinavian Design. Alternative Histories*. London: Berg, 2012.
- _____. "The Realpolitik of the Artificial: Strategic Design at Figgjo Fajanse Facing International Free Trade in the 1960’s”. *Enterprise and Society*, vol. 10 nr. 3 (2009): 559-89.
- Freinkel, Susan. *Plastic: A Toxic Love Story*. New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2011.
- Fry, Tony. "A Geography of Power: Design History and Marginality". *Design Issues*, vol. 6 nr. 1 (1989): 15-30.
- Gaustad, Randi. "Porsgrund Porselen på utstilling". I *Porsgrund porselen 100 år. Jubileumsutstillinger i Kunstindustrimuseet i Oslo og De Sandvigske samlinger, Maihaugen, Lillehammer*. Utstillingskatalog, 7-26. Oslo: Kunstindustrimuseet, 1985.
- Gere, Charlotte. *Artistic Circles: Design & Decoration in the Aesthetic Movement*. London: V&A, 2010.
- Gerritsen, Anne. "Global design in Jingdezhen. Local production and global connections". I *Global Design History*, redigert av Glenn Adamson, Giorgio Riello og Sarah Teasley, 25-33. London: Routledge, 2011.
- Glambek, Ingeborg. *Det nordiske i arkitektur og design sett utenfra*. Oslo: Norsk Arkitekturforlag, 1997.
- _____. *Kunsten, nytten og moralen. Kunst og husflid i Norge 1800-1900*. Oslo: Solum, 1988.
- _____. "Kunstindustrimuseer og den kunstindustrielle bevegelse". I Rogan og Amundsen, *Samling og museum*, 95-110.
- Godden, Geoffrey A. "Chinese Export Porcelain". I Battie, *Sotheby’s Concise Encyclopaedia of Porcelain*, 49-67.
- _____. *Oriental Export Market Porcelain and its Influence on European Wares*. London: Granada, 1979.

- Grandjean, Bredo L. *Blaablomstrede stel fra Den kongelige Porcelainsfabrik. Den Kongelige Porcelainsfabriks Skrifter: XI*. København: Berlingske Bogtrykkeri, 1968.
- _____. *Det Musselmaalede Stel. Den Kongelige Porcelainsfabriks Skrifter: II*. København: Berlingske Bogtrykkeri, 1950.
- _____. *Kongelig Dansk Porcelain 1884-1980*. København: Gyldendal, 1983.
- Gremner, Anna og Björn Gremner. *Det blåvita gullet från Kina*. Göteborg: AntikWest, 2005.
- Guffey, Elizabeth E. *Retro – The Culture of Revival*. London: Reaktion, 2006.
- Halén, Widar. "Gerhard Munthe og 'den bevegelse som går fra Japan over Europa nu'". I Skedsmo, *Tradisjon og fornyelse*, 77-91.
- Halvorsen, Josef og Kjell Egil Larsen. "*Gammelt Porsgrund*" – klenodier verdt å eie. Bearbeidet og tilrettelagt av Harald Bache Bystrøm. Porsgrunn: Grenmar, 1997.
- Hanisch, Tore Jørgen og Ingvild Elisabeth Pharo. "Tre kriser og tre reaksjoner (1920-1940)". I Rolv Petter Amdam, Tore Jørgen Hanisch og Ingvild Elisabeth Pharo. *Vel blåst! Christiania Glas-magasin og norsk glassindustri 1739-1989*, 132-57. Oslo: Gyldendal, 1989.
- Hannah, Fran og Tim Putnam. "Taking Stock in Design History". *Block*, nr. 3 (1980): 25-33.
- Heskett, John. "Some Lessons of Design History". I *Designkompetanse. Utvikling, forskning og undervisning*, redigert av Astrid Skjerven, 11-21. Oslo: Kunsthøgskolen i Oslo, 2005.
- Hobsbawm, Eric. "Introduction: Inventing Traditions". I *The Invention of Tradition*, redigert av Eric Hobsbawm og Terence Ranger, 1-14. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
- HS. "Tilbake – men hvorhen??". *Skjerven. Internt informasjonsorgan for Porsgrunds Porselænsfabrik*, nr. 2 (1980): 22.
- Huitfeldt, Johanne. *Blått som havet. Keramisk blåmaleri fra Peking til Porsgrund*. Oslo: Huitfeldt, 1997.
- Hård, Mikael og Andrew Jamison (red.). *Hubris and Hybrids. A Cultural History of Technology and Science*. New York: Routledge, 2005.
- _____(red.). *The Intellectual Appropriation of Technology. Discourses on Modernity 1900-1939*. Cambridge: MIT Press, 1998.
- Lambourne, Lionel. *The Aesthetic Movement*. London: Phaidon, 1996.
- Lang, Gordon. "The Discovery of Porcelain". I Battie, *Sotheby's Concise Encyclopaedia of Porcelain*, 15-39.
- Lassen, Erik. *En københavnsk porcelænsfabriks historie. Bing & Grøndahl 1853-1978*. København: Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck, 1978.
- Laursen, Bodil Busk og Steen Nottelmann (red.). *Dansk Porcelæn 1775-2000. Design i 225 år*. København: Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck, 2000.
- Lees-Maffei, Grace. "From Service to self-Service. Advice Literature as Design Discourse, 1920-1970". *Journal of Design History*, vol. 14 nr. 3 (2001): 187-206.
- _____. "The production-Consumption-Mediation Paradigm". *Journal of Design History*, vol. 22 nr. 4 (2009): 351-76.
- Lemire, Beverly. "Draping the body and dressing the home: the material culture of textiles and clothes in the Atlantic world, c. 1500-1800". I *History and Material Culture: A student's guide to approaching alternative sources*, redigert av Karen Harvey, 85-102. London: Routledge, 2009.
- Lie, Jonas. *Familien paa Gilje. Et Interieur fra Firtiaarene*. København: Gyldendal, 1883.
- von der Lippe, Jens. *Stråmønsteret – det udødelige blåmalede*. Oslo: Huitfeldt, 1983.
- Lowenthal, David. *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.

- Lubar, Steven og W. David Kingery. "Introduction". I *History from Things. Essays on Material Culture*, redigert av Steven Lubar og W. David Kingery, viii-xvii. Washington: Smithsonian Institution Press, 1993.
- McFadden, David Revere. "Dansk kunsthåndværk, kunst og design". Oversatt av Vibeke Woldbye. I Laursen og Nottelmann, *Dansk Porcelæn 1775-2000*, 11-20.
- Medley, Margaret. *The Chinese Potter*. 3. utgave. London: Phaidon, 1989.
- Meikle, Jeffrey L. "Material Virtues: on the Ideal and the Real in Design History". *Journal of Design History*, vol. 11 nr. 3 (1998): 191-99.
- Munthe, Gerhard. *Minder og Meninger – fra 1850-aarene til nu*. Kristiania: Cammermeyer, 1919.
- Muthesius, Hermann. *The English House*. Oversatt av Janet Seligman og Stewart Spencer. Bd 3. London: Frances Lincoln, 2007.
- Opie, Jennifer Hawkins. "'Danish Modern' 1950-70". Oversatt av Vibeke Woldbye. I Laursen og Nottelmann, *Dansk Porcelæn 1775-2000*, 143-57.
- Pastoureau, Michel. *Blue – The History of a Color*. Princeton: Princeton University Press, 2001.
- Pedersen, Ragnar. "De norske museene får sin form". I Rogan og Amundsen, *Samling og museum*, 41-60.
- Pietsch, Ulrich. "Porselen fra Meissen – 1730 til 1775". I *Herrebøe fajanse og Meissner porselen. Borgarsyssel museum i Sarpsborg 26. aug.-30. sept. 1996*. Utstillingskatalog, 30-31. Oversatt av Martina Kaufmann. Sarpsborg: Borgarsyssel, 1996.
- Pinch, Trevor J. og Wiebe E. Bijker. "The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other". I *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology*, redigert av Wiebe E. Bijker, Thomas P. Hughes og Trevor J. Pinch, 17-50. Cambridge: MIT Press, 1993.
- Polak, Ada. *Gammelt Porsgrund porselen*. I serien "Vi ser på kunsthåndverk i Norge". Oslo: Huitfeldt, 1980.
- Proctor, Robert. "The Architect's Intention: Interpreting Post-War Modernism through the Architect Interview". *Journal of Design History*, vol. 19 nr. 4 (2006): 295-307.
- Robie, Virginia. "China and Glass for the Country House". *The Art World*, vol. 2 nr. 4 (1917): 390-93.
- Rogan, Bjarne og Arne Bugge Amundsen (red.). *Samling og museum. Kapitler av museenes historie, praksis og ideologi*. Oslo: Novus, 2010.
- Rosenberg, Ulf-E. og Mari Simonsen Espedal (red.). *Figgjo: formet av entusiasme gjennom 60 år. 1941-2001*. Figgjo: Figgjo AS, 2001.
- Röntgen, Robert E. "Die Nachahmungen und Verfälschungen der Meissener Blaumalerei". I *Meissener Blaumalerei aus drei Jahrhunderten*. Utstillingskatalog, redigert av Klaus-Peter Arnold og Verena Diefenbach, 74-81. Hamburg: Museum für Kunst und Gewerbe, 1989.
- _____. *The Book of Meissen*. Exton: Schiffer, 1984.
- Sandino, Linda. "Introduction. Oral Histories and Design: Objects and Subjects". *Journal of Design History*, vol. 19 nr. 4 (2006): 275-82.
- Schmidt, Frk. "Kongeligt". I *De Forenede Staters Danske Almanak, Haand og Aarvog for 1916*, redigert av Michael Salomon, 125-27. Seattle, 1916.
- Scott, Paul. "Willow, vindmøller og ville roser. Resirkulering og remediering". I Veiteberg, *Ting Tang Trash*, 38-47.
- Selle, Gert. "There Is No Kitsch, There Is Only Design!". *Design Issues*, vol. 1 nr. 1 (1984): 41-52.
- Sheridan, Michael. "The SAS House. Jacobsen's Lost Gesamtkunstwerk". I *Arne Jacobsen: absolutely modern*, redigert av Michael Juul Holm, Kjeld Kjeldsen og Tine Vindfeld, 44-49. Humlebæk: Louisiana, 2002.

- Skedsmo, Tone. ”Kunst for alle. Kunst i alt”. I Skedsmo, *Tradisjon og fornyelse*, 7-25.
_____ (red.). *Tradisjon og fornyelse: Norge rundt århundreskiftet*. Utstillingskatalog. Oslo: Nasjonalgalleriet, 1994.
- Stangerup, Helle. *Tidens bord*. København: Høst & Søn, 2001.
- Stranger, Ivar. *Norsk verkstedkeramikk. En studie i århundreskiftets keramiske gjenstandskultur*. Magistergradsavhandling i kunsthistorie. Universitetet i Oslo, 1981.
- Strømninger, Stil og Stel. Royal Copenhagen 1775-2000*. Utstillingskatalog. København: Royal Copenhagen, 2000.
- Teilmann-Lock, Stina. “‘What’s Worth Copying Is Worth Protecting’: Applied Art and the Evolution of Danish Copyright Law”. I Fallan, *Scandinavian Design*, 35-47.
- Tschudi-Madsen, Stephan. *Henrik Bull*. Oslo: Universitetsforlaget, 1983.
- Veiteberg, Jorunn. “Funne og ferdiglaga ting. Oppvinning som kunstnarleg strategi”. I Veiteberg, *Ting Tang Trash*, 8-27.
_____. ”Kunstnarprestasjonar”. I Veiteberg, *Ting Tang Trash*, 73-129.
_____ (red.). *Ting Tang Trash*. Utstillingskatalog. Oversatt av Frank Høifødt. Bergen: Kunsthøgskolen i Bergen, 2011.
- Veronica. ”Vi inviterer og serverer. Enquete om selskapelighet”. I Altern og Pedersen, *Hjemmet og vi*, 908-12.
- White, Hayden. ”The Fictions of Factual Representation”. I *The Literature of Fact*, redigert av Angus Fletcher, 21-44. New York: Columbia University Press, 1976.
- Wildhagen, Fredrik. *Norge i form. Kunsthåndverk og design under industrikulturen*. Oslo: J.M. Stenersen, 1988.
- Woodham, Jonathan M. *Twentieth-Century Design*. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- Zetterlund, Christina. “Just Decoration? Ideology and Design in Early-Twentieth-Century Sweden”. I Fallan, *Scandinavian Design*, 103-16.
- Aas, Anne-Lise. “Keramikk og glass”. I Altern og Pedersen, *Hjemmet og vi*, 203-12.
- Aase. ”Antik”. *Urd*, nr. 16, 10. årgang (1906): 188-89.

Kilder fra aviser, ukepresse og nettsider

- ”Barnedåp”. *Allers*, 2.3 (1966). PP-arkivet, Telemark Museum.
- ”Blaaveis”. Annonse. *Aftenposten*, morgendnummer 18.10, 34. årgang (1893).
- ”Bogstad”. Hellsidesannonse. *Kvinner og Klær*, nr. 42 (1978).
- ”Bogstad Maud”. Annonse. *Aftenposten*, aftendnummer 21.9, 119. årgang (1978).
- ”Farvefint og festlig til mor”. *Alle Kvinner*, nr. 7 (1972). PP-arkivet, Telemark Museum.
- ”Gammeldags’ men moderne!”. Annonse. *Adresseavisen*, 19.10, 212. årgang (1978).
- ”Gammelkoselig i pastellfarvet ramme”. *Norsk Ukeblad*, nr. 31 (1983). PP-arkivet, Telemark Museum.
- Koch, Hanna-Kirsti. ”Kaffe i hagen på lekkert og lett porselen. Nå kan du vinne et av Familiens vakre serviser”. *Familien*, nr. 17 (1984). PP-arkivet, Telemark Museum.
- ”Landsverk julegavesider”. Hellsidereklame. *A-magasinet*, ukesbilag til *Aftenposten*, 20.11, 106. årg. (1965).
- ”Made in Bangladesh’ – men det skriver ikke PP”. *Telemarksavisa*, 17.11, 84. årgang (2004).
<http://www.ta.no/pulsen/article1337709.ece>. Oppsøkt 4.9.2011.

- ”New service rejuvenates the Blue Fluted dinnerware”. Pressemelding. Royal Copenhagen, 16.8.2010, <http://corporate.royalcopenhagen.com/royal-corporate-site/detailpress/3/214/3>. Oppsøkt 31.10.2011.
- Nordahl, Marianne. ”Skjult budskap i blått og hvitt”. *forskning.no*, 11.3.2012. <http://www.forskning.no/artikler/2012/mars/315480>. Oppsøkt 12.3.2012.
- ”Norsk Mønster”. Notis. *Aftenposten*, aftennummer 10.2, 34. årgang (1893).
- ”Nyhet fra 1888”. Annonse. *Stavanger Aftenblad*, 17.11, 90. årgang (1982). (Omtale av *Blå rose* [uten tittel]). *Hjemmet*, nr. 21 (1982). PP-arkivet, Telemark Museum.
- ”Royal Copenhagen”. Omtale fra de Kgl. hoffleverandørers hjemmeside, <http://www.hoflev.dk/article.asp?id=215>. Oppsøkt 21.6.2011.
- ”Ruth: Romantisk i rococco”. *Gode hjem*, nr. 14 (1968). PP-arkivet, Telemark Museum.
- ”Stipend til P.P. designer”. *Varden*, 22.5, 98. årgang (1971). PP-arkivet, Telemark Museum.
- Suhr, Annette. ”Mega-mussel succes ved et tilfælde”. *Fri*. Berlingske Media, 15.3.2010. <http://www.fri.dk/bolig/mega-mussel-succes-ved-et-tilfaelde>. Oppsøkt 11.9.2011.

Kataloger, brosjyrer og annet arkivmaterieell

- Bogstad*. Brosjyre med oversikt over servisets deler. Porsgrund: PP (udatert, siste halvdel av 1990-årene).
- Edel elegance i stein og strå*. Dokumentar for NRK Fjernsynet. Kringkastet 29.3.1966 kl. 20:30.
- Deres 1970 annonser. Salgshjelp fra Porsgrund-Egersund*, 1970. PP-arkivet, Telemark Museum.
- ”Om ’blådilla’”. I *PP-sveier og sånne greier*. Internblad. Porsgrunn: PP (udatert, sanns. 1960-årene), 23-4.
- Porsgrunds Porselænsfabrik. Produktkatalog 2001*. Porsgrunn: PP, 2001.
- Porsgrunds Porselænsfabrik. Produktkatalog 2005*. Porsgrunn: PP, 2005.
- Porsgrunds Porselænsfabrik. Produktkatalog 2009*. Porsgrunn: PP, 2009. <http://www.porsgrund.com/images/stories/PPkat.pdf>. Oppsøkt 17.10.2010.
- Porsgrunds Porselænsfabrik. Storkjøkkenkatalog*. Udatert, sanns. siste halvdel av 1980-årene. PP-arkivet, Telemark Museum.
- ”Porsgrunds Porselænsfabrik: Stråmønster”. Katalogside, mars 1964. Uten sidetall. PP-arkivet, Telemark Museum.
- ”Service: ’Bogstad’ Stråmønster/Glass: ’503’ – likør”. Udatert katalogside. PP-arkivet, Telemark Museum.
- ”Stråmønster”. Prisliste gjeldende fra 17.1.1966. PP-arkivet, Telemark Museum.

Informanter

- Gundersen, Astrid (f. 1950). Stråmaler ved PP, ansatt 1978.
- Hansen, Trond (f. 1959). Designer ved PP, ansatt 1948.
- Larsen, Kjell Egil (f. 1941). Tidl. markedssjef ved PP, ansatt 1964-96.
- Magnussen, Anita (f. 1957). Stråmaler ved PP, ansatt 1974.
- Rønning, Grete (f. 1937). Tidl. designer ved PP, ansatt 1960-2004.
- Sælid, Halvard (f. 1948). Tidl. museumsansvarlig ved PP, ansatt 1971.
- Wik, Ragnhild (f. 1969). Tidl. designsjef ved PP, ansatt 2000-06.

Illustrasjonsliste

- FIG. 1:** Priskurant 1888, forside. Porsgrunds Porselænsfabrik, 1888. Gjengitt i Halvorsen og Larsen, "Gammelt Porsgrund", 1997.
- FIG. 2:** Tallerken, *Zwiebelmuster* (*svibelmønster*). Modell *Neuer Ausschnitt*, Meissen, fra 1739. © Staatliche Porzellan-Manufaktur Meissen GmbH.
- FIG. 3:** Kopp og skål, *Strohblumenmuster* (*stråmønster*). Meissen, ca. 1760. © Victoria and Albert Museum, London (133&A-1872).
- FIG. 4:** Tallerken, *Deutsche Blumen*. Meissen, 1700-tallets siste halvdel. © Victoria and Albert Museum, London (C.302-1921).
- FIG. 5:** Tallerken, *Musselmalet riflet*. Kgl. Porcelainsfabrik, fra 1776. © Royal Copenhagen.
- FIG. 6:** Tekanne, *Musselmalet helblonde*. Arnold Krog, 1886, Kgl. Porcelainsfabrik, fra 1888. © Royal Copenhagen.
- FIG. 7:** Tallerken, *Blå blomst svejfet*. Kgl. Porcelainsfabrik, fra 1779. © Royal Copenhagen.
- FIG. 8:** Tallerken, *Strå*. Modell *Façon Meissen*, Porsgrunds Porselænsfabrik, fra 1887. Privat eie. Foto: Susann Elisabeth Holmberg.
- FIG. 9:** Tallerken, *Svibel m. gullstaffasje*. Modell *Façon Meissen*, Porsgrunds Porselænsfabrik, fra 1887. Foto: Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design (OK-11350).
- FIG. 10:** Tallerken, *Blaaveis*, Gerhard Munthe, 1892. Modell *Façon Meissen*, Porsgrunds Porselænsfabrik. Privat eie. Foto: Susann Elisabeth Holmberg.
- FIG. 11:** Tallerken, *Blaaveis m. gullstaffasje*, etter 1892. Modell *Façon Meissen*, Porsgrunds Porselænsfabrik. Foto: Telemark Museum (TGM-BM.1966-399).
- FIG. 12:** Tallerken, *Drage*, Henrik Bull, sanns. 1897-8. Porsgrunds Porselænsfabrik. Foto: Telemark Museum (TGM-BM.1967-084).
- FIG. 13:** Tallerken, *Drage*, Henrik Bull, sanns. 1897-8. Modell *Façon Meissen*, Porsgrunds Porselænsfabrik. Foto: Telemark Museum (TGM-BM.1967-085).
- FIG. 14, 15:** *Historisk Museum*, 1897-1902 og *Villa Sundt*, 1900, interiørdetaljer, Henrik Bull. Arkitekturmuseets arkiv. Foto: Natalia Evseeva.
- FIG. 16, 17:** *Portal til Norges paviljong på Pariserutstillingen 1900*, detaljer, Henrik Bull, 1900. Riksantikvarens arkiv. Foto Natalia Evseeva.
- FIG. 18:** Ornamenttegning, *Regjeringsbygningen*, Henrik Bull, 1898-1906. Arkitekturmuseets arkiv. Foto: Natalia Evseeva.
- FIG. 19:** Sølvdardinière, detalj, Henrik Bull, 1900. David-Andersen AS, Oslo. Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design.
- FIG. 20:** *Kommer han ikke snart?* Gerhard Munthe, 1917. © BONO.
- FIG. 21:** *Julaftonen*, Carl Larsson, 1904. Nationalmuseum, Stockholm. © BONO.
- FIG. 22:** Veggpanel til spisestuemøblement, detalj, Henrik Bull, 1896. Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design. Foto: Merle Strätling.
- FIG. 23:** Spisestuen, *Lilla Hyttäs*, Carl og Karin Larssons hjem, Sundborn i Dalarna. © Carl Larsson-gården.
- FIG. 24:** Middagsservise, *Blaaveis, Labråten*, Hulda og Arne Garborgs hjem, Hvalstad i Asker (Asker Museum). Foto: Peder Valle.
- FIG. 25:** "Blaaveis", faksimile fra *Aftenposten*, 34. årgang, morgenummer 18.10.1893.
- FIG. 26:** Lokkefat, *Strå*. Modell 1816, Porsgrunds Porselænsfabrik, ca. 1930. Privat eie. Foto: Susann Elisabeth Holmberg.

- FIG. 27:** Kaffekanne, *Strå*. Modell 2340 *Jubileum*, Porsgrunds Porselænsfabrik, fra 1959. Foto: Telemark Museum.
- FIG. 28:** Katalogside ”Stråmønster”, mars 1964. Porsgrunds Porselænsfabrik. PP-arkivet, Telemark Museum.
- FIG. 29:** ”Svibel”, (udatert storkjøkkenkatalog, slutten av 1980-årene), Porsgrunds Porselænsfabrik. PP-arkivet, Telemark Museum.
- FIG. 30:** Katalogside ”Stråmønster”, modell Bogstad (udatert), Porsgrunds Porselænsfabrik. PP-arkivet, Telemark Museum.
- FIG. 31:** Katalogside ”Service: ’Bogstad’ stråmønster/Glass: ’503’ – likør”, (udatert), Porsgrunds Porselænsfabrik. PP-arkivet, Telemark Museum.
- FIG. 32:** Tallerken, *Marguerite*, Grete Rønning, 1967. Modell 2410, Porsgrunds Porselænsfabrik. Foto: Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design (OK-1976-0064A).
- FIG. 33:** Asjett, *Blå rose*, 1982. Modell 1111 *Bogstad*, Porsgrunds Porselænsfabrik. Privat eie. Foto: Susann Elisabeth Holmberg.
- FIG. 34:** Katalogside ”Marguerite”, (udatert, sanns. 1967-69), Porsgrunds Porselænsfabrik. Grete Rønnings arkiv.
- FIG. 35:** Kaffekanne, *Mon Amie*, Marianne Westman. Rörstrands Porslinsfabrik, 1952-87. © Victoria and Albert Museum, London (C.51&A-1987).
- FIG. 36:** “Farvefint og festlig til mor”, faksimile fra *Alle Kvinner*, nr. 7 1972 (teksten er utelatt). PP-arkivet, Telemark Museum.
- FIG. 37:** “Gammelkoselig i pastellfarvet ramme”, faksimile fra *Norsk Ukeblad*, nr. 31 1983 (teksten er forstørret). PP-arkivet, Telemark Museum.
- FIG. 38:** “Nyhet fra 1888”, faksimile fra *Stavanger Aftenblad*, 90. årgang, 17.11.1982.
- FIG. 39:** Tallerken, *MaxiStrå*, Trond Hansen/Ragnhild Wik, 2004. © Porsgrunds Porselænsfabrik AS.
- FIG. 40:** Tallerken, *MiniStrå*, Trond Hansen/Ragnhild Wik, 2004. © Porsgrunds Porselænsfabrik AS.
- FIG. 41, 42:** Tallerkener, *After Willow: Border og Pagoda*, Robert Dawson, basert på kunsthåndverk fra 1995. Josiah Wedgwood & Sons, 2005-8. © Victoria and Albert Museum, London (C.302-2009/C.301-2009).
- FIG. 43:** Tallerken, *After Landscape: Shepherds*, Robert Dawson. Josiah Wedgwood & Sons, 2005-8. © Victoria and Albert Museum, London (C.294-2009).
- FIG. 44:** *Scott’s Cumbrian Blue(s) Sellafield No. 9*, Paul Scott, 2006. I-glasurdekal på Royal Worcester-fat. © Paul Scott/Cumbrian Blue(s).
- FIG. 45, 46:** Tallerken og tekanne, *Musselmalet Mega*, Karen Kjældgaard-Larsen, 2000. © Royal Copenhagen.
- FIG. 47:** Tallerken, *Zwiebelmuster Style*. Modell *Neuer Ausschnitt*, Meissen, fra 2004. © Staatliche Porzellan-Manufaktur Meissen GmbH.
- FIG. 48:** Tallerken, *Blue Elements*, Louise Campbell, 2011. © Royal Copenhagen.
- FIG. 49:** Lokkefat, *Blåveis*, Hans Flygenring, 1921. Modell 1820, Porsgrunds Porselænsfabrik. © Victoria and Albert Museum, London (C.130D&E-1988).
- FIG. 50:** Tallerken, *Porsgrund-mønster*, ant. Hans Flygenring, sanns. 1921-25. Modell *Façon Meissen*, Porsgrunds Porselænsfabrik. Foto: Telemark Museum (TGM-BM.1966-378).
- FIG. 51:** Skål/bolle, stråmønster-inspirert dekor, Jens von der Lippe, ca. 1980-83. Fremstilt ved Porsgrunds Porselænsfabrik. Foto: Telemark Museum.
- FIG. 52:** Tekanne, tekopp og asjett, *Maud*, Eystein Sandnes, 1978. Modell 1111 *Bogstad*, Porsgrunds Porselænsfabrik. Privat eie. Foto: Susann Elisabeth Holmberg.

- FIG. 53:** Tallerken, *Mågestellet*, Fanny Garde, 1892. Opprinnelig fremstilt av Bing & Grøndahl. © Royal Copenhagen.
- FIG. 54:** Tallerken, blåsprøytet jugendmønster, Thorolf Holmboe, ca. 1908. Porsgrunds Porselænsfabrik. © Victoria and Albert Museum, London (C.128B-1988).
- FIG. 55:** Billedplansje (unummerert, motstående s. 265), faksimile fra *Skikk og bruk*, Waldemar Brøgger (red.) © J.W. Cappelens forlag, 1960 (teksten er forstørret).
- FIG. 56:** *Påfuglrommet*, interiør med *Rosa og sølv: prinsessen fra porselenslandet* (1863-65), James Abbott McNeill Whistler, 1876-77. Freer Gallery of Art, Smithsonian Institution, Washington DC. © Bridgeman Art Library.
- FIG. 57:** *My Lady's Chamber*, fronispisebilde til Clarence Cooks *The House Beautiful* (1877), Walter Crane. Stapleton Collection, Wandsworth. © Bridgeman Art Library.
- FIG. 58:** Gourmettallerken, *MiniStrå*, Trond Hansen/Ragnhild Wik, 2004. © Porsgrunds Porselænsfabrik AS.