

mgr Gabriel Kurczewski

### Streszczenie rozprawy doktorskiej

„Winiarnia Fukierowska 1786-1939. Od handlu winem do miejsca pamięci”  
napisanej pod kierunkiem dr hab. Jarosława Dumanowskiego i dr Doroty Dias-  
Lewandowskiej

W rozprawie podjęto badania nad rozwojem kulturowych funkcji związanych z miejscem sprzedaży i konsumpcji wina węgierskiego działającego od drugiej połowy lat 80-tych XVIII wieku w Warszawie, znanego jako winiarnia fukierowska. Główną tezę rozprawy jest twierdzenie, że w drugiej połowie XIX wieku winiarnia Fukierów zaczęła funkcjonować jako miejsce pamięci, co w XX wieku stało się jej główną rolą. Materiał źródłowy będący podstawą dla uzasadnienia tezy pracy obejmuje niewykorzystywane dotąd źródła rękopiśmienne i publikacje, ikonografię, nagrania audiowizualne, relacje ustne, przedmioty kultury materialnej, dzieła sztuk plastycznych i architektury.

W rozdziale pierwszym przybliżono współczesne badania historyczne nad konsumpcją trunków, przedstawiono stan badań nad Fukierami, ich firmą i kamienicą oraz założenia metodologiczne rozprawy.

W rozdziale drugim „Fukierowie w Warszawie – kupcy i obywatele” przedstawiono okoliczności powstania firmy Fukierów oraz główne obszary działalności publicznej Fukierów, istotne dla konstruowania publicznego wizerunku ich rodziny i firmy. Florian Fukier (1772-1837) ugruntował ekonomiczne podstawy rodzinnego przedsiębiorstwa, był szanowanym kupcem i obywatelem. Zdobyty przez jego syna Teofila (1816-1891) prestiż, jego publiczna aktywność na wielu polach i kontakty z inteligencją przyczyniały się do skupienia uwagi na jego firmie i rodzinie, które za jego czasów stały się przedmiotami wielowątkowego publicznego dyskursu. Ostatni przedstawiciel męskiej linii Fukierów Henryk Maria (1886-1959), oddany sztuce i historii Warszawy, stracił firmę w latach 20-tych XX wieku ale działalnością na polu kultury zbudował i utrwalił swoją osobistą pozycję jako symbolu rdzennego warszawskiego mieszczaństwa. Jego działalność można interpretować jako konwersję kapitału ekonomicznego na kulturowy.

W rozdziale trzecim „Wino – towar i dziedzictwo” scharakteryzowano asortyment win i działalność Fukierów jako winiarzy, jako czynniki tworzenia wizerunku ich firmy. Asortyment koncentrował się na winie węgierskim postrzeganym w XIX wieku coraz częściej jako staroświeckie. Stopniowo rozwijała się oferta win wyższej jakości, zwłaszcza starych win węgierskich. Przedstawiono okoliczności powstania w 1853 roku słynnego zbioru najstarszych win, tzw. piwnicy hetmańskiej. Pełnił on funkcję kapitału i nośnika promocji firmy. Otwierane od drugiej połowy XIX wieku przed gośćmi piwnice tworzyły obraz wzorowego gospodarstwa winiarskiego o charakterze rzemieślniczym, trzymającego się tradycyjnych metod, pielęgnującego naturalne wina w wieloletnim procesie.

W rozdziale czwartym „Winiarnia Fukierów” zrekonstruowano topografię winiarni, opisano jej pomieszczenia oraz ich funkcje. Wystrój sal nie zmieniał się zasadniczo w okresie objętym badaniami, czyli od lat 80-tych XVIII wieku do wybuchu II wojny światowej. Miał charakter skromny i funkcjonalny. Intencjonalnie archaizujące zmiany wprowadzał w winiarni i kamienicy Henryk Maria

Fukier w drugiej dekadzie XX wieku. Badając przekrój społeczny klienteli ustalono, że w okresie 1786-1855 wzrastał udział przedstawicieli warstw średniej i wyższej, urzędników, w tym wyższego szczebla, dostojników kościelnych, wysokich rangą oficerów oraz od lat 40-tych arystokratów. Wśród klientów pojawiały się osoby będące później bohaterami opowieści związanych z winiarnią: staromiejscy rzemieślnicy, przedstawiciele dawnej polskiej elity państwowej, żołnierze wojsk napoleońskich a później inteligencja. Wina fukierowskie towarzyszyły uroczystościom rodzinnym. Ich sprzedaż wyraźnie wzrastała w okresie Wielkanocy i Bożego Narodzenia. Trafiały też do renomowanych restauracji.

Rozdział piaty „Miejsce pamięci” charakteryzuje kulturowe funkcje winiarni i kamienicy Fukierowskiej. Podstawowym nośnikiem pamięci obecnym w kamienicy Fukierowskiej aktywowanym w latach 50-tych XIX wieku były tak zwane wina hetmańskie. Wiązane z nimi wyobrażenia z czasem złączono w licznych publikacjach z wyobrażeniami dotyczącymi firmy i rodziny Fukierów. Tworzono opowieść, w której wydłużano okres działalności winiarni i okres zajmowania się przez Fukierów winiarstwem. W rozdziale przedstawiono główne motywy pamięci związanej z winami fukierowskimi. W XIX wieku były to wina dawnej polskiej elity, pamiątki świetności dawnej Rzeczypospolitej oraz wina ludzi przywiązanych do tradycji, nieufnych wobec zachodzącej modernizacji. Na początku XX wieku wino fukierowskie stało się winem polskich patriotów i żołnierzy. W okresie dwudziestolecia międzywojennego stało się winem reprezentacyjnym, m.in. używanym przez polską dyplomację a winiarnia odnosiła do kultury sarmackiej.

Przełomowa dla wizerunku winiarni była działalność Henryka Marii Fukiera po roku 1908. Świadomie i celowo kreował on przestrzeń kamienicy, w tym winiarni tak aby stała się ona miejscem odsyłającym do przeszłości – intencjonalnym miejscem pamięci. W przeprowadzonych analizach scharakteryzowano funkcjonowanie winiarni i kamienicy w czasach H.M. Fukiera jako obiektu turystycznego, miejsca edukacji historycznej, zabytku reprezentacyjnego, miejsca oficjalnych spotkań i uroczystości. W okresie działalności Henryka M. Fukiera funkcje miejsca pamięci zaczęły pełnić także inne poza winiarnią pomieszczenia kamienicy, którą postrzegano jako rezydencję warszawskich patrycjuszów. W niniejszym rozdziale prześledzono także rozwój narracji na temat rodu Fukierów. Według autora rozprawy brak jest podstaw do uznania Fukierów za potomków rodu Fuggerów.

Pamięć wiązana z winami i winiarnią Fukierów budowana w XIX wieku oddolnie i mająca charakter kontestacji sytuacji politycznej, po odzyskaniu niepodległości stała się elementem legitymującym, podtrzymywanym przez instytucje państwowe.

W Zakończeniu oprócz podsumowania wyników badań zwrócono uwagę na niepodjęte w rozprawie problemy badawcze związane z działalnością Fukierów w Warszawie. Trwający wiele dziesięcioleci rozwój dyskursu na temat winiarni i jej win, stopniowa transformacja winiarni z miejsca codziennej konsumpcji w miejsce reprezentujące dziedzictwo, uzyskanie przez winiarnię i kamienicę rangi reprezentacyjnego zabytku Warszawy w dwudziestolecium międzywojennym wskazują na głębokie zakorzenienie wina węgierskiego w polskiej kulturze.

Grzegorz Furcudziński

09.10.2023r.

Gabriel Kurczewski, M.A

Summary of doctoral dissertation

"The Fukier Wine Bar & Cellars 1786-1939. From the Wine Trading Post to the Site of Memory"

written under the supervision of

dr hab. Jarosław Dumanowski and dr. Dorota Dias-Lewandowska

The dissertation undertakes research on the development of cultural functions related to the place of sale and consumption of Hungarian wine operating in the 18th-20th centuries in Warsaw, known as the Fukier wine bar. The main thesis of the dissertation is that in the second half of the 19th century, the Fukier wine bar began to function as a site of memory, which became its main role in the 20th century. The source material constituting the basis for justifying the thesis includes previously unused handwritten sources and publications, iconography, audiovisual recordings, oral accounts, objects of material culture, works of fine art and architecture.

The first chapter outlines contemporary historical research on the consumption of alcoholic beverages, presents the state of research on the Fukier family, their company, the family owned town house, and the methodological assumptions of the dissertation.

The second chapter, "The Fukiers in Warsaw - merchants and citizens", presents the circumstances of the establishment of the Fukiers' company and the main areas of the Fukiers' public activities, important for constructing the public image of their family and company. Florian Fukier (1772-1837) consolidated the economic foundations of the family business and became a respected merchant and citizen. The prestige gained by his son Teofil (1816-1891), his numerous public activities and contacts with the intelligentsia contributed to focusing attention on his company and family, which during his times became the subjects of a multi-threaded public discourse. The last representative of the family, Henryk Maria (1886-1959), devoted to the art and history of Warsaw, lost his company in the 1920s, but through his activities in the field of culture, he had built and consolidated his personal position as a symbol of the indigenous Warsaw bourgeoisie. His activities can be interpreted as the conversion of economic capital into cultural capital.

The third chapter, "Wine - merchandise and heritage", characterizes both the assortment of wines as well as the wide range of the Fukiers' activities in the field of winemaking, as the significant factors in the building of the image of the company. The assortment focused on Hungarian wine, increasingly perceived as old-fashioned in the 19th century. The offer of higher quality wines gradually developed, especially of old Hungarian wines. The circumstances of the creation of the famous collection of the oldest wines in 1853, the so-called hetman's cellar, have been established. Hetman's cellar served as a form of capital and a vehicle for promoting the company. The cellars, opened to public since the second half of the 19th century, created the image of an exemplary craft wine farm, adhering to traditional methods and cultivating natural wines in a long-term process.

In the fourth chapter, "Fukiers' Wine Bar", the topography of the wine bar and cellars is reconstructed: its rooms and their functions are described. The decor of the rooms did not change

significantly during the period covered by the research, i.e. from the 1780s to the outbreak of World War II. It was modest and functional. Henryk Maria Fukier introduced intentionally archaic changes to the wine bar and the town house in the second decade of the 20th century. It was established that in the period 1786-1855 the share of visitors who included representatives of the middle and upper classes, officials, including higher-ranking officials, church dignitaries, high-ranking officers and, from the 1840s, aristocrats and high-ranking Russians, increased. The customers included people who became later heroes of stories related to the winery: old town craftsmen, representatives of the former Polish state elite, soldiers of Napoleon's troops and the intelligentsia. Fukier wines accompanied family celebrations. Their sales increased significantly during Easter and Christmas. They also found their way to renowned restaurants.

Chapter five, "Site of Memory," characterizes the cultural functions of the wine bar and the Fukiers' town house. The primary medium of memory present in the Fukiers' house, activated in the 1850s, were the so-called Hetman's wines. Over time, the ideas associated with them were combined in numerous publications with the ideas about the company and the Fukier family. A narrative was created in which the period of operation of the winery and the period of the Fukier family's involvement in winemaking were extended. There were many motifs of memory associated with Fukier wines. In the 19th century, they were the luxury of the former Polish elite, reminders of the glory of the former Polish-Lithuanian Commonwealth, the wines of people attached to tradition and distrustful of the ongoing modernization. At the beginning of the 20th century, Fukiers' wine became the wine of Polish patriots and soldiers. In the interwar period, it became a representative wine, for example used by Polish diplomacy and the Fukier wine bar referred to the period of Sarmatian culture.

After 1908 Henryk Maria Fukier consciously and deliberately created the space of the town house, including the wine bar, so that it became a place referring to the past - an intentional site of memory. The carried out analyses described the functioning of the wine bar and the town house in the times of H.M. Fukier as a tourist facility, a place of historical education, a representative monument, a place of official meetings and celebrations. During H.M. Fukier's activity his house was also perceived as an old residence of Warsaw patricians. This chapter traces the development of the narrative about the Fukier family. According to the author of the dissertation, there are no grounds to recognize the Fukier family as descendants of the Fugger family.

The memory associated with the Fukier wines and wine bar, built from the bottom up in the 19th century and intended as the contestation of the political situation, after regaining independence became a legitimating element, maintained by state institutions.

In the Conclusion, in addition to the summary of the research results, attention was also paid to the research problems related to the activities of the Fukiers in Warsaw that were not addressed in the thesis. The decades-long development of the discourse on the wine bar and its wines, the gradual transformation of the winery from a place of everyday consumption into a place representing heritage, and the fact that the wine bar and the town house became a representative monument of Warsaw in the interwar period indicate the deep roots of Hungarian wine in Polish culture.

Grzegorz Kuczyński

09.10.2023.