

Pocztówka masowa i fotografia uczuć

Małgorzata Baranowska

Dzisiaj, pod koniec wieku, ludzkość zdobywa przygnębiającą świadomość niebezpieczeństw masowości. Jednak na początku wieku kwitła niewinna radość powielania. Pocztówka stanowiła wspaniały jego przykład. W sprawozdaniu z kongresu towarzystw naukowych w roku 1901, w czasie którego zwiedzano w Nancy zakłady produkujące pocztówki, możemy przeczytać: „Warsztaty zajmują co najmniej tysiąc metrów kwadratowych i było cudownie widzieć osiemnaście maszyn wyrzysujących z całą mocą elektryczności setki pocztówek, aby ostatnio dojść do 100 000 dziennie.”¹

W okresie rozwoju i ekspansji, czyli przed rokiem 1920 (data ta bywa przesuwana do 1925 lub 1939 roku) pocztówka miała pretensje do opisanego świata. Jaki to miał być świat? Przede wszystkim universum stereotypu. Pocztówka jako narzędzie porozumienia, jako świadectwo uczuć, znak dawany jednemu człowiekowi przez drugiego miała dostarczać sztampy uczuć gotowych. Faktycznie uwalniała korespondenta od rzeczywistego kontaktu przewidując za niego szereg sytuacji, w których społeczna konwencja skłaniała go do wyrażania uczuć w formie korespondencji.

Po bliższym przyjrzeniu okazuje się, że nie jest to wcale

długi katalog: podróż, zaloty, zaręczyny, ślub, narodziny dziecka, święta religijne i świeckie, pobyt w wojsku, może jeszcze parę okazji. A jednak producenci pocztówek wykazywali nieprawdopodobną pomysłowość w wyszukiwaniu niuansów każdej sytuacji. Podsuwali też swym klientom nowe możliwości: dowcipy, ciekawostki, katastrofy.

Presja świata pocztówkowego, jego wzorów, na potencjalnych nabywców tych kartoników była olbrzymia, ponieważ masowość pocztówki nie da się właściwie z niczym porównać.² Odkrywając metodę łatwej moltiplicacji dziewiętnasty wiek pozwolił pocztówce dokonać, niewyobrażalnej dziś, ekspansji i ustalić jej obecność w życiu codziennym wieku dwudziestego.

Producenci pocztówek wymyślali nie tylko nowe okazje do wysyłania pocztówek, nowe tematy czy całe ich serie, ale prześcigali się w użyciu jak najciekawszych materiałów: jedwabiu, włosów, skóry, futra, metalu, piór, słomki. Robiono na nich hafty, koronki, doprawiano twarzom ruszające się oczy, wasy, paltom kołnierze, kotom ogony i nie sposób wyliczyć co jeszcze. W tym zestereopizowanym świecie panowało jednak wielkie bogactwo środków.

Powielanie w nieskończoność i zarazem różnorodność,



*Dnia 12 elaja r. 6, wyprużaj na Gról. Klocu
Wroindaj z anet-śca do fotografa nadwornego,
prapinc upgę parow, cudoj, jak, pniejmaśm
Pniej, kaje. Wain, Niedonogla Jadowa, te po-
dobnie, bardo prona. Wabes. Hiedjo obreclatwa
w Wainnari - notekaj mje Klocu ni to braci - Jucel*





Il. 3. Kabiny na plaży w Ostendzie, il. 4. Podróż Zeppelinem pierwszej niemieckiej linii lotniczej



katalog uczuć w wydaniu popularnym i pomysłowość, niespodziewane zestawienia i wytarty do niemożliwości banał i to wszystko jeszcze w obrazkach! Czy surrealiści, wielbiciel kiczu i niespodzianki mogli przejść obok pocztówek obojętnie? Oni je naprawdę pierwsi docenili i zużyli do własnych celów. Nie można powiedzieć, że pocztówka z początku wieku nie była doceniona. Surrealizm jednak rozpoczął teoretyczne o niej rozmyślanie, wprowadzając ją jednocześnie jako przedmiot artystyczny, inspirację, źródło surrealistycznej cudowności do swego własnego universum wyobraźni.

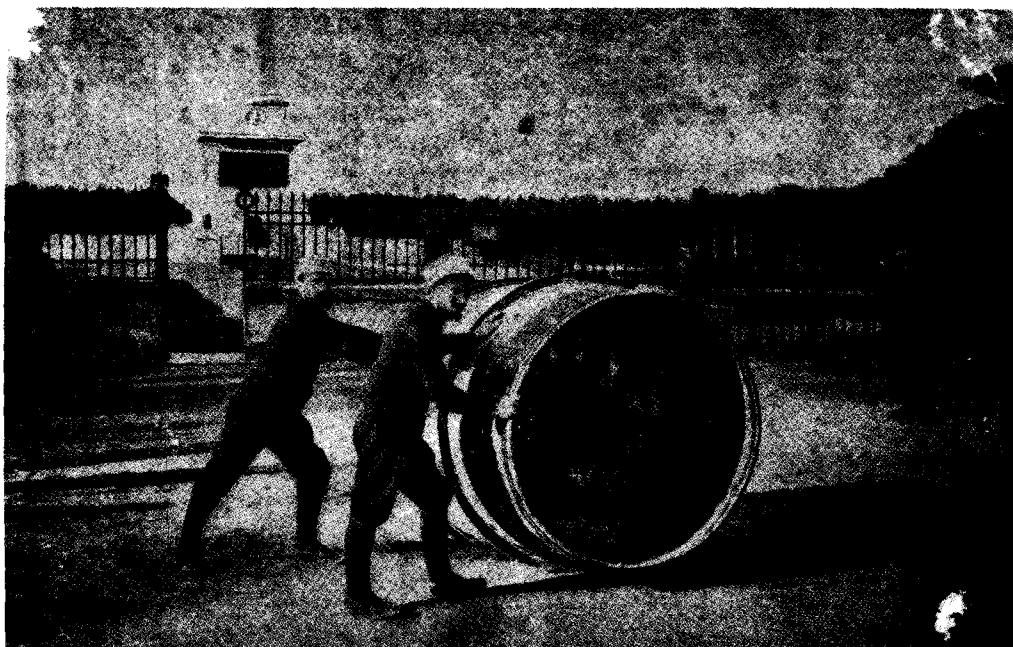
Paul Eluard, który w czasopiśmie surrealistycznym „Minotaure” w roku 1933 opublikował artykuł pt. *Najpiękniejsze pocztówki*, sam je także zbierał i segregował w albumach według bardzo skomplikowanego i poetyckiego zarazem systemu. W układzie tym pojedyncza pocztówka nic nie

znaczyła, ale wpływała na sąsiednie i wchodziła z nimi w poetyckie związki.³

Album z pocztówkami to przebój początku wieku, a Eluard podniósł go jedynie do wyżyn sztuki. Nie można jednak nie wspomnieć, że album był rodzajem salonu pocztówki i spotykało się go bardzo często, zarówno jako zbiór dość przypadkowy, jak i w formie przemyślanego muzeum domowego.

Eluard oceniał, że w Europie w latach 1891—1914 musiały kursować miliardy pocztówek, skoro same Niemcy produkowały według niego 9 milionów miesięcznie. Wśród nich tylko nieliczne mogły zwrócić uwagę.⁴

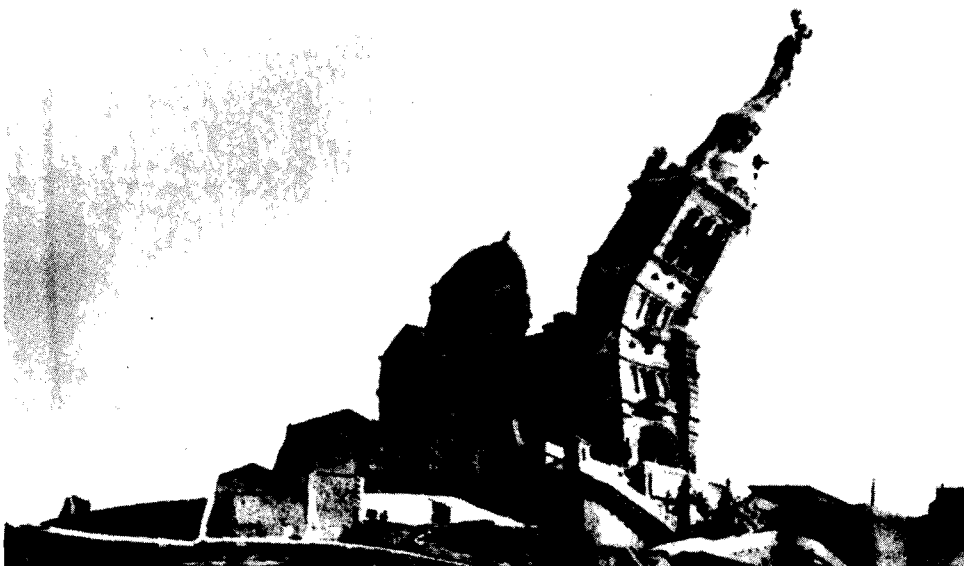
Dlaczego przywołuję te liczby? By jak najlepiej uświadomić masowość zjawiska. Ale oto druga jego strona — wybór. Czy się jest Eluardem, czy nie, żeby pocztówkę kupować, wysyłać albo zbierać trzeba dokonać prywatnego



5

Il. 5. „Zanardi Attilio i Vianello Eugeniusz, królowie beczki i drogi bitej, są w podróży do Wenecji, począwszy od 20 czerwca 1909 r. Objazd z beczką (...) na około świata potrwa lat 12.”; il. 6. Mistral – katastrofa w Marsylii. Zdjęcie trickowe

Effet du Mistral a Marseille.



6

wyboru! Czasami dochodzi do tego, że klient, zazwyczaj kupujący gotowe wzory, postanawia złamać dyktat producenta i sam zrobić pocztówkę — swoją własną i przede wszystkim różną od tamtych miliardów. Często fotograf robiąc odbitkę od razu wykonuje ją jako pocztówkę, uwzględniając format, miejsce na adres i znaczek, zaznaczając je odpowiednimi liniami.

Są dwie skrajne możliwości: pocztówka masowa i prywatna (najczęściej wykonana w jednym tylko egzemplarzu). Ta niepozorna, prywatna pocztówka — pod warunkiem, że naprawdę została wysłana pocztą — dała początek sztuce poczty, *mail art*, gałęzi sztuki porozumiewania się i sztuki *tout court*. Ilustrowana karta pocztowa ma jednak pewną przewagę nad przedmiotem sztuki poczty. Oczywiście datowanie według stempla albo oryginalna korespondencja

może podnieść jej wartość, ale jej istnienie ani uroda nie zależą bezwarunkowo od medium poczty. Nie zapisana i nie wysłana pocztówka pozostaje sobą niezależnie od pierwotnego przeznaczenia.

Metody związane z rozwojem fotografii pozwalały reprodukcować i mnożyć w nieskończoność dowolne dzieła sztuki, które zostały wchłaniane w popularny obieg pocztowy i reprezentowały nieograniczony skarbiec tematów. Zwłaszcza malarstwo tzw. pompierskie było ukochanym przedmiotem reprodukcji. Ale pocztówka fotograficzna miała większe ambicje. Fotografowie chcieli kreować świat zupełnie własny, od początku do końca zaprojektowany w atelier albo uchwycony jako rodzaj reportażu poza pracownią.

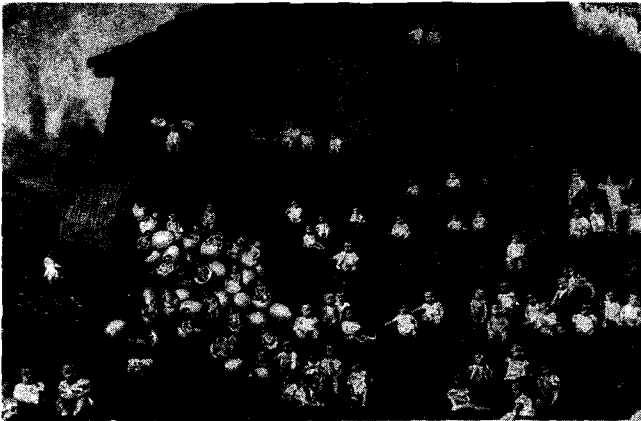
Używano przy tym wszelkich możliwych wówczas do



7



8



9



10

СЕРИЯ СКАЗКА О НЕМЦЕ, КАЗАКЕ И РУССКОМЪ СКИПИДАРЪ. (№ 1)



Вотъ идешь на базаръ разный военный товаръ. Достанешь его козакъ — Что извѣтра, плетешься ты! — Товари! непа невало, потъ кобылка и усталъ!

11

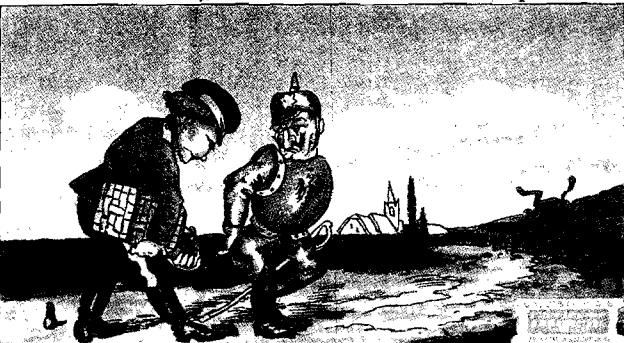
СЕРИЯ СКАЗКА О НЕМЦЕ, КАЗАКЕ И РУССКОМЪ СКИПИДАРЪ. (№ 2)



«Что-жъ, говорить казакъ, лохотъ тебѣ?» — «А кака!» — «Самосбъ очень проесть отведи! кобылка хлѣсть, а и ужалу, русскаго скипидаровъ смажу!»

12

СЕРИЯ СКАЗКА О НЕМЦЕ, КАЗАКЕ И РУССКОМЪ СКИПИДАРЪ. (№ 4)



Казакъ говоритъ: «Шура тутъ не хитрал! Пу-ка, хочешь, и тебѣ ужалу, скипидаромъ намазеть помажу!» Немецъ говоритъ: «Гутъ!» Сталъ казакъ намазть тутъ.

13

СЕРИЯ СКАЗКА О НЕМЦЕ, КАЗАКЕ И РУССКОМЪ СКИПИДАРЪ. (№ 3)



Какъ пошла кобылка чесать, нѣмцу ее и не догнать! Вынулъ глазъ, не поворачивъ ни аза! Сталъ казакъ просить: «Какъ-же ниѣ тебѣ бытъ!»

14

II. 11–14. Bajka o Niemcu, Kazachu i rosyjskiej terpentynie



wykonania tricków, collage'y, retuszu, a rozrzut tematów był olbrzymi. Wymieńmy główne wśród nich⁵, uwzględniając to, że chodzi o pocztówki, których producenci świadomie projektowali je jako fotografie.

1. Krajobraz, także wszystkie tzw. z niemiecka „gruss”, czyli „pozdrawienia”.

2. Dziwa natury nieożywione tzn. góry o kształcie przypominającym twarze ludzkie, wybuchy wulkanów, gejzery i dziwa natury — ludzie, olbrzymy, karły.

3. Zdobywcze techniki, a więc przede wszystkim kolej, w każdym możliwym ujęciu wraz z dworcem i szynami, tramwaj, zeppelin, aeroplan.

4. Katastrofy, a więc znowu kolej i np. powodzie.

5. Typy regionalne i różne grupy zawodowe.

6. Gwiazdy teatru i filmu.

7. Polityka, w tym np. propaganda Wielkiej Wojny 1914 roku.

8. Historia, w tym pocztówki patriotyczne np. z historii Legionów, ale i takie, jak aranżowane z udziałem aktorów sceny z życia Napoleona, fotografowane specjalnie dla zreprodukowania na pocztówce.

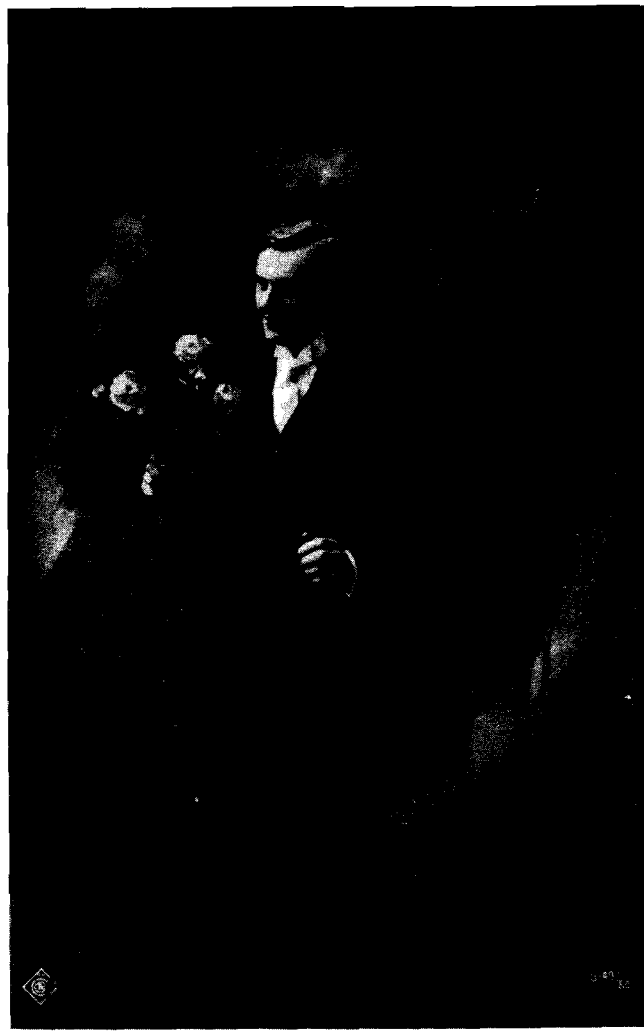
9. Erotyka.

10. Święta kościelne i świeckie, z nieograniczoną gamą tematów.

11. Religia, np. aranżowane i fotografowane sceny z życia Chrystusa.

12. Pocztówki fantastyczne, łączące często fotografie z innymi technikami, np. do sfotografowanego krajobrazu gór domalowywano twarze.

W Polsce, z przyczyn, których nie trzeba wyjaśniać, szczególne miejsce zajmuje pocztówka patriotyczna. Wśród patriotycznych wielki osobny dział to pocztówka



grottgerowska. Co więcej Grottgera można nazwać ojcem patriotycznej pocztówki polskiej, jeśli nie w ogóle polskiej pocztówki ilustrowanej. Idzie nie tylko o liczbę pocztówkowych reprodukcji jego dzieł, ale przede wszystkim o to, że on bardzo wcześnie zrozumiał siłę moltiplicacji.

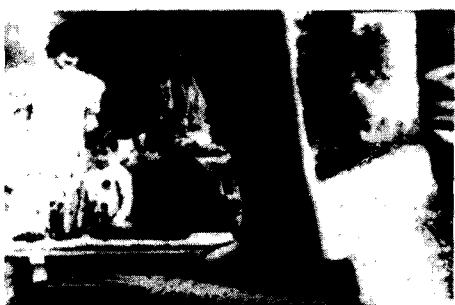
Jeszcze przed wystawieniem (1863) Grottger zreprodukował kartony z cyklu *Polonia*, zagwarantowawszy sobie tym samym dochody z praw do reprodukcji. Mieczysław Porębski zwraca uwagę, że Grottger stał się w ten sposób „prekursorem współczesnych nam praktyk moltiplicacyjnych”, sugeruje też, iż technika rysunkowych kartonów została specjalnie wybrana z myślą o reprodukcji.⁶

W końcu lat sześćdziesiątych ubiegłego wieku poczta, przede wszystkim niemiecka, zaczęła się zastanawiać nad dopuszczeniem do obiegu karty pocztowej, która jak podnosili jej przeciwnicy, nie gwarantowała tajemnicy korespondencji. Jak często bywa ze świeżymi wynalazkami to wojna (1870 roku) przyspieszyła faktyczne wprowadzenie karty pocztowej w Niemczech i Francji, inne kraje bardzo szybko dołączyły.

Wyścig między producentami zaczął się od razu, bo przecież ten świat wyobrażeń popularnych istniał, fotografię wynaleziono już jakiś czas temu, rysowników i pomysłów nie brakowało. Rozporządzenie pocztowe otwierało nieprawdopodobne możliwości.

Fotografowie pracujący dla producentów pocztówek od pierwszej chwili objawiali ambicję wykonywania reportaży z miejsc i wydarzeń ciekawych, rodzaju kroniki filmowej — od zdjęć gdzieś z końca świata i wielkiej powodzi w Paryżu (1910) do wydarzeń drobnych i groteskowych.

Oto przykład wydarzenia pocztowego: na awersie widzimy dwóch panów z bródkami ubranych w strój sportowy,





18

II. 17, 18. Seria z Napoleonem

pchających wielką beczkę, w której chyba toczy się ich dobytek. Przygląda się im dwóch innych panów. Wszystko na tle jakiegoś ogrodzenia parkowego. Na rewersie drukowany napis, zajmujący całą część przeznaczoną do korespondencji, w trzech językach, rosyjskim, polskim i francuskim: „Podróż na około świata. Zanardi Attilo i Vianello Eugenio, królowie beczki i drogi bitej, są w podróży z Wenecji, poczynając od 20 Czerwca 1909. Objazd z beczką własnej budowy pieszo na około świata potrwa lat 12. Dotąd odbyli 8390 km. drogi w 13 miesiącach, zwiedziwszy Północne Włochy, Szwajcaryę, Francję, Anglię, Belgię, Holandię i kraje niemieckie.”⁷

Przywołajmy inną pocztówkę, bardziej dramatyczny obraz kroniki filmowej. Na awersie drukowany napis oznajmia: „WARSZAWA, ulica Miodowa po wybuchu bomby, d. 19 Maja 1905 r.”. Widać na niej dom Miodowa 4, cukiernię Trojanowskiego, nieco zdewastowaną altankę, przechodniów stojących naokoło i przyglądających się zza ustawionych barier, kilku stójkowych i zapewne oficera policji. Na rewersie miejsce wyłącznie na adres, napisy objaśniające, że to pocztówka, stempel firmy „HIGH-LIFE” Nowy Świat 33 i napis odręczny czarnym atramentem: „Nabyta w dzień po wybuchu”⁸. Nie ma powodu nie wierzyć tym słowom.

Jest to pamiątka niedosłęgo zamachu na generała-gubernatora. Zamachowiec widząc, że agenci policji zamierzają go aresztować z całej siły rzucił paczką z bombą o ziemię, zabijając siebie, agentów i niszcząc częściowo lokal.

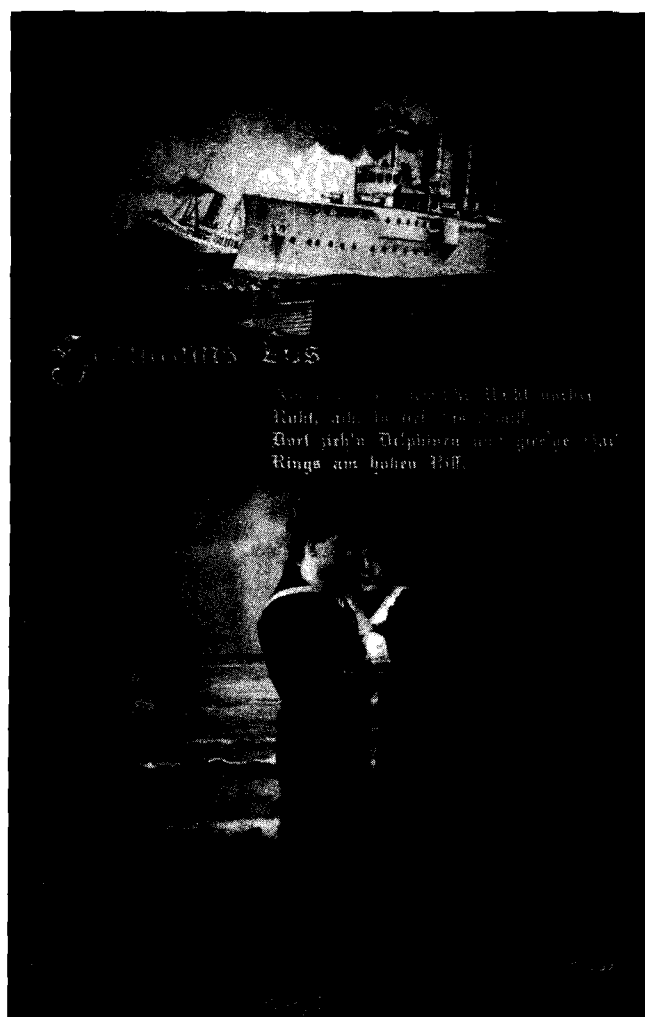
Ta pocztówka nosi zarówno charakter produkcji „publicznej”, masowej, jak i ślad kroniki prywatnej. Może nabywca znajdował się wśród oglądających wyrażone

przez wybuch spustoszenia. Dla moich rozważań istotne wydaje się „uprywatnienie” odbitej w wielu egzemplarzach „publicznej” fotografii. Nie została nigdy wysłana. Zresztą już po tym zapisie nie mogła zostać wysłana, bo w owym czasie rewers był zarezerwowany wyłącznie dla adresu.

Tego rodzaju pocztówki-pamiątki jakiejś szczególnej podróży czy wydarzenia, podobnie jak albumy przekazywane rodzinie stawały się przekazem prywatnym. Z przedmiotu masowej produkcji zmieniały się w, o wiele silniej oddziałujący na wyobraźnię, przedmiot niepowtarzalny.

Pocztówka wytworzyła język uczuć gotowych,⁹ który miał za zadanie udawać właśnie uczucia niepowtarzalne. Zdarzało się jednak przekraczanie granic konwencji przez poszczególne realizacje prywatne. Oto jedna z nich: owalna na białym tle fotografia mężczyzny w słomkowym kapeluszu z ciemną wstążką i ciemnej marynarce na tle malowanego pejzażu atelier fotograficznego. Na białym tle pod zdjęciem (awers) następujący tekst atramentem: „Dnia 12 Maja r.b., wyruszając na Grób Hoene Wronskiego zaszedłem do fotografii nadwornej, pragnąc ująć pewną emocję, jaką przeżywałem. Przesyłając Wam, Niedościąg Jadwigo, te podobiznę bardzo proszę o Waszą. Kiedyś obiecałście w Warszawie — niechaj więc stanie się to teraz — Janek”¹⁰. Pocztówka ta niestety nie jest opatrzona żadnym stemplem ani datą roczną. Rewers pozostał czysty.

Można tylko sądzić, że owe emocje miały miejsce mniej więcej po roku 1907, bo wcześniej poczta nie akceptowała korespondencji na rewersie, a tutaj takie miejsce po lewej stronie jest przygotowane. Nie wiadomo czy ta fotografia



II. 20. Z serii „Dola marynarza”



21

została przesłana przez kogoś, czy w kopercie na co mogłyby wskazywać zgięcia, które jednak równie dobrze mogły powstać od zbyt szczupłej ramki, lub od noszenia w portfelu. Zapewne ów młodzieniec z pocztówki nie znał osobiście Hoene-Wrońskiego, który umarł w roku 1853 (został pochowany w Neuilly pod Paryżem). Prawdopodobnie był jednym z jego wielbicieli, jakich na początku wieku nie brakowało.

Ta pocztówka jest świadectwem szczerej wiary mężczyzny w słomkowym kapeluszu w prawdę fotografii, w możliwość oddania stanu uczuć na pocztówce, w porozumienie poprzez fotograficzną pocztówkę. Fakt ten nas, których już dawno zepsuło nowoczesne kino z jego wyolbrzymionym krajobrazem ludzkiej twarzy, może przyprawić o zdumienie. W końcu, jeśli się z dzisiejszego punktu widzenia przyjrzymy tej fotografii, widzimy mdłego młodzieńca ubranego jak na ważną wizytę, z lekkim wytrzeszczem spowodowanym dłuższym pozowaniem, w ciągu którego usiłował utrzymać stosowny wyraz twarzy.

Człowiek ten jednak nie tylko był mieszkańcem masowej wyobraźni, podpowiadającej mu, że obraz uczuć można z całą pewnością uchwycić na znormalizowanym kartoniku, ale i sam pragnął taki obraz tworzyć. Nie on jeden. Takie produkcje prywatne łatwo wśród tłumu pocztówkowego spotkać. Czasami są to ofdfotografowane własne rysunki, rysunki z wierszami albo po prostu kupione „publiczne” pocztówki, w których coś zostało zmienione, dorysowane, dolepione. Właśnie collage był i jest domeną pocztówek prywatnych.

Do tej grupy należy zaliczyć pewną specjalność sztuki jarmarcznej, mianowicie pocztówki robione z fotografii przy, lub raczej w planszy, bo się tam wsadza głowę, by się ukazać na tle niebotycznych gór, lecącego samolotu czy

w paszczy rekina. Jest to bodaj ostatnia dziedziina pocztówkowa, gdzie bezpośrednio objawiają się uczucia — robawienia dorosłych i powagi dzieci. Nie wchodźmy zresztą w głębszą analizę tych uczuć. Mimo trwającej już epoki zapisu video nagle powaga ogarniająca człowieka wobec obiektywu nie minęła i z ostatnich już może jarmarcznych plansz wyglądają często twarze bardzo poważne.

Nieprawdopodobna masowość pocztówki ustępuje dziś przed obrazem nadawanym z satelity wprost do domów na całej prawie planecie. Czy to pocztówkę wyeliminowało? Skądże. Teraz krążą ich biliony. Zmienił się jednak i stał jej sens, styl, który usiłowała narzucać. Już niezmiennie dawno, bo w latach trzydziestych popadła w rutynę. Dziś mimo możliwości znalezienia pocztówki na mnóstwo tematów nie ma mowy o żadnym w miarę spójnym współczesnym nam języku pocztówkowym czy tym bardziej jakimś mitycznym universum. Sprawę ratują święta i podróże, ale i tu mało kto się zastanawia, co wysyła. Wytarła się sama idea pocztówki, chyba że potraktujemy ją jako maszynę do oszczędzania czasu, do korespondencji skrótowej.

Wśród powodów produkcji dzisiejszej zanikła indywidualność jaką prezentowała pocztówka z początku wieku ze swym repertuarem uczuć i jednocześnie reporterskim spojrzeniem, z dyktatem pewnego stylu, niezależnie od tego czy nazwiemy go kiczem, czy nie. Wydaje się, że — wśród pocztówek obojętnych, nic nie znaczących i rozmnażających się pocztówek reklamowych — jedynie prywatna, pocztówka sensu i uczucia, ratuje samą ideę ilustrowanej karty pocztowej z jej najlepszego okresu.

LA GRANDE CRUCIFIEE!!!

(5)

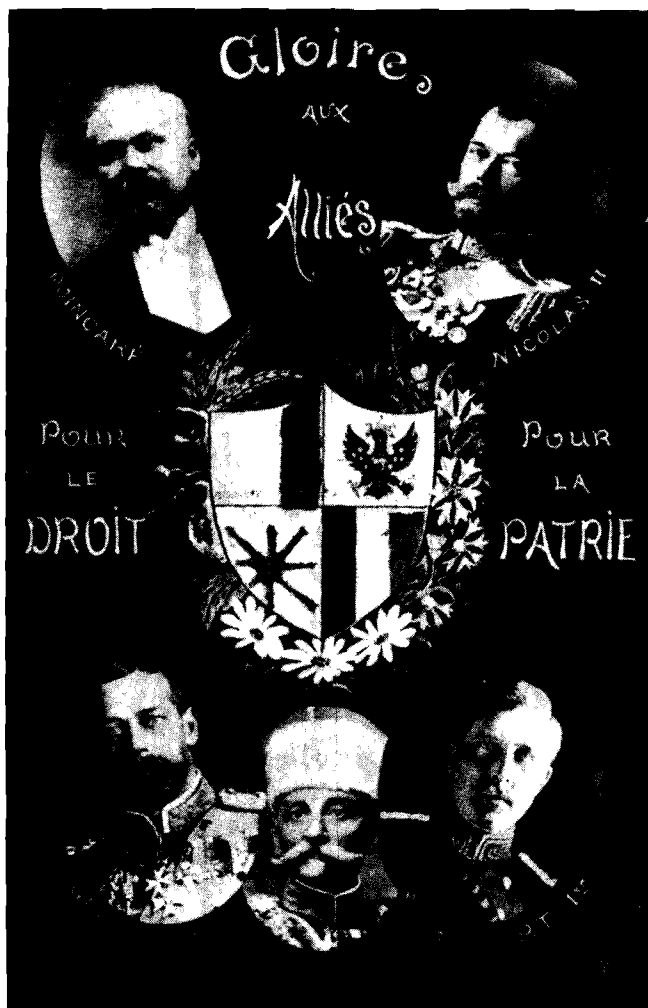


„SOYEZ TOUS FRERES!”

MARÉE ET LA GARDE NATIONALE - MARS 1871

22

37



23



25



24

PRZYPISY

¹ A. Ripert, C. Frère, *La carte postale, son histoire, sa fonction sociale*, Lyon 1983, s. 34—35

² A. Kyrrou, (w:) *L'âge d'or de la carte postale*, Paris 1966, s. 11, podaje, że produkcja pocztówek w roku 1899 wyraziła się w następujących liczbach:

Niemcy	— 50 mln mieszkańców:	88 mln kart pocztowych
Anglia	— 38,5 mln	„ : 14 mln „ „
Belgia	— 6,2 mln	„ : 12 mln „ „
Francja	— 38 mln	„ : 8 mln „ „

Już w roku 1910 we Francji, która szybko wyprzedziła Niemcy, wydrukowano 123 miliony pocztówek.

³ Por. A. Ripert, C. Frère, op. cit., rozdz. *La carte postale prétexte: La collection Paul Eluard*.

⁴ Por. P. Éluar, *Les plus belles cartes postales*, „Minotaure” 1933, nr 3—4; przedr. tegoż *Oeuvres complètes*, t. 2, Paris 1968, s. 837

⁵ Por. M. Baranowska, *Pocztówka jako wyraz wyobraźni masowej* (w:) *Problemy wiedzy o kulturze*. Prace dedykowane Stefanowi Żółkiewskiemu, pod red. A. Brodzkiej, M. Hopfinger i J. Lalewicz, Wrocław 1986. Znajduje się tu klasyfikacja mniej szczegółowa i nie uwzględniająca zależności od techniki wykonania pocztówki.

⁶ Por. M. Porębski, *Styl wieku XIX* (w:) tegoż, *Interregnum. Studia z historii sztuki polskiej XIX i XX w.*, Warszawa 1975

⁷ Pocztówka w posiadaniu autorki.

⁸ Pocztówka w posiadaniu autorki.

⁹ Por. M. Baranowska, *Wyobraźnia pocztówki*, „Wiedza i Życie” 1977, nr 12

¹⁰ Pocztówka w posiadaniu autorki.