

MAŁGORZATA SŁAWEK-CZOCHRA*

Lubelski afisz i plakat filmowy w zbiorach Archiwum Państwowego w Lublinie i Muzeum Lubelskiego z okresu międzywojennego

Mieszkańcy Koziego Grodu obejrzeli pierwszy w historii miasta pokaz filmowy w styczniu 1899 roku w gmachu Teatru Wielkiego przy ul. Namieśnikowskiej (w sali dzisiejszego Teatru im. Juliusza Osterwy przy ul. Narutowicza)¹. Pierwszy w Lublinie, a także jeden z pierwszych w Królestwie Kongresowym stały bioskop czyli kinematograf został uruchomiony w budynku dawnego Teatru Zimowego (dziś zwanego Starym) przy ul. Jezuickiej. Odbyło się to w 1908 roku, a założycielem tego iluzjonu był Romuald Makowski². W początkach funkcjonowania kino-teatry nie potrzebowały reklamy. Ruchome obrazy były czymś tak niezwykłym, że każdy chciał je zobaczyć. Do roku 1939 w Lublinie funkcjonowało ponad 30 kin. Niektóre z nich działały przez kilka lat, inne przetrwały zaledwie kilka miesięcy. Zmieniały właścicieli i nazwy. Aby się utrzymać i zainteresować widownię konieczna stała się reklama.

Celem niniejszego artykułu jest szczegółowa analiza zawartości materiałów wizualnych (afiszy i plakatów) pochodzących z okresu międzywojennego, które ocalały w zbiorach Archiwum Państwowego w Lublinie i Muzeum Lubelskiego. Pierwsza część artykułu dotyczyć będzie pierwotnych założeń plakatu filmowego na ziemiach polskich. W kolejnych częściach przedstawione będą wyniki analizy dominanty i estetyki poszczególnych elementów.

* MAŁGORZATA SŁAWEK-CZOCHRA – Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, e-mail: malgorzataczochra@o2.pl

¹ M. Derecki, *Sinematograf w Lublinie, czyli felieton jubileuszowy*, „Kamena” 1986, nr 26, s.15.

² Zob.: M. Wyszowski, *Kadr. Kina w Lublinie*, „ZOOM Lubelski Informator Kulturalny” 2005, nr 3; A. Staniak, *Kina w Lublinie w latach 1908-1939*, „Folia Bibliologica” LII/LIII, 2004/2005 s. 8.

Plakat filmowy w okresie międzywojennym – zarys historyczny

Pierwsze krajowe, drukowane formy reklamowe powstały w Polsce już w XVI-XVII wieku. Były to tzw. listy kupieckie. Młody polski plakat ma z początku charakter głównie imprezowy – informuje o targach, wystawach sztuki i balach. Jest to zatem plakat agitacyjny, turystyczny i społeczny.

W dwudziestolecie międzywojennym wśród plakatów imprezowych nowość stanowi plakat filmowy, który z racji swych amerykańskich konotacji nie wykazuje się zbytnią pomysłowością, opiera się na realistycznym sportretowaniu głównych bohaterów, niekiedy na cytacie wybranych klatek.

Najstarsze zachowane druki uznane za plakaty filmowe to w zasadzie afisze z dorysowanymi obrazami, które miały zwiększyć atrakcyjność przekazu³. Obok rysunków i karykatur z czasem pojawiły się również w Polsce plakaty oparte na technice fotomontażu. Do rzadkości należały plakaty filmowe, w których posługiwano się świadomie nastrojem lub metaforą, próbowano przemycić treści niedosłownie lub w zabawny sposób. Już w 1915 roku na ulicach Polskich miast można też było zaobserwować plakaty zamawiane przez producentów i rozprowadzane razem z filmami⁴. Plakaty takie projektowano jako druki „uniwersalne”, bez napisów, po to aby można było w specjalnie wydzielonym miejscu dokleić lub nakleić informacje o miejscu i godzinie seansu. Były to tak zwane druki „czyste” lub „puste”, często pozbawione także tytułu filmu⁵. Właściciel kino-teatru dodrukowywał niezbędne informacje w języku polskim i umieszczał plakat w gablocie.

Według Szymona Bojko plakaty te „bardzo kolorowe, świetnie nieraz wydrukowane, kolportowane masowo – można było je znaleźć w miejscowościach zabitych deskami, na każdym dworcu, w każdym urzędzie pocztowym. Kiczowate, banalne, ckliwe, nie schodząc z pola widzenia składały się na koloryt ulicy, były zmorą dla wrażliwego oka”⁶.

Artystyczny plakat filmowy rozwija się jednak głównie w ośrodkach lwowskim, krakowskim (gdzie rozpoczyna się historia tzw. szkoły plakatu polskiego), a w późniejszym okresie również warszawskim. Dodać trzeba, iż plakat filmowy budził przed wojną kontrowersje w swej dziedzinie. Graficzny, na najwyższym poziomie plakat handlowy, sygnowany największymi nazwiskami „nie znośił” opartego na fotosach zamerykanizowanego, tandetnego stylu filmowego. W Europie Zachodniej i w Ameryce królował plakat fotograficzny w stylu hollywoodzkim promujący przede wszystkim twarze aktorów, ściśle ilustracyjny i opi-

³ M. Kurpik, *Polski plakat filmowy*, Lublin 2010, s. 165.

⁴ D. Folga-Januszewska, *Ah! Film Posters In Poland*, Olszanica 2015, p.8.

⁵ Tamże, s.166.

⁶ S. Bojko, *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971, s. 104.

sowy. Artyści w tych krajach mogli się zajmować własną twórczością i nie wchodzili w związki ze sztuką użytkową. Plakaty zlecano agencjom reklamowym⁷.

W Polsce artyści odpowiedzieli na zapotrzebowanie społeczeństwa, które po latach rozbiorów i wojennych zmagani odbudowywało swoją państwowość.

Jan Lenica pisał: „Forma nowego polskiego plakatu filmowego odbiega znacznie od komercyjnego afisza, który niewybrednymi środkami apelował do tanich i niskich gustów. Zerwała ona całkowicie ze stylem «sentymentalnym» i «rewolwerowym», stwarzając od razu w pierwszych próbach nowy polski styl nową poetykę plakatu filmowego”⁸.

Międzynarodowe uznanie dla polskich plakacistów sprawiło, że Art-Deco stał się językiem w kręgach elity artystycznej oraz szlachetną modą, oficjalną tendencją artystyczną i oryginalnym kierunkiem projektowania. Już w latach 20. XX w. pojawiła się Polska Szkoła Plakatu. Ten styl historycy sztuki nazywają Stylem 1925 albo Stylem II Republiki. Do czołówki Polskich plakacistów tego okresu należeli Zofia Stryjeńska, Tadeusz Gronowski, Ludwik Gardowski, Karol Stryjeński, Edmund Bartłomiejczyk, Karol Frycz, Teodor Axentowicz, Jan Bukowski, Edmund John, Felicjan Szczyński-Kowarski, Antoni Procajłowicz, Edward Trojanowski, Henryk Uziembło.

Zadaniem tych wczesnych plakatów było często zwrócenie uwagi na samo kino i jego lokalizację w przestrzeni miasta. Repertuar kina dodrukowywano niejako na wolnej przestrzeni jeśli takowa pozostała.

Ilustracja 1. Plakat reklamujący Kino „Casino”. Marian Walentynowicz, 1927



Źródło: Muzeum Plakatu w Wilanowie

⁷ *Konfrontace : československý a polský filmový plakát*, red. Rajčan, Pavel, Praha 2010, s. 26.

⁸ *Polski Plakat Filmowy*, red. T. Kowalski, Warszawa 1957, s. 3.

Ilustracja 2. Plakat projektu Jerzego Hryniewieckiego, Stefana Osieckiego do filmu „Królowa Krystyna” (1934).



Źródło: Muzeum plakatu w Wilanowie za culture.pl

Brakowało też miejsc, w których można by było afisze i plakaty umieszczać. „Jeżeli afisz w Polsce nie odgrywa tej roli, co w Stanach Zjednoczonych, czy na Zachodzie Europy, to głównie z powodu braku odpowiednich miejsc do rozmieszczenia wielkich afiszów.(...) Jeżeli porównamy Polskę ze Stanami Zjednoczonymi, to główną różnicę znajdziemy raczej w wielkości miejsc do plakatowania niż w ich ilości. Mała powierzchnia tych miejsc w Polsce zmusza do ograniczenia rozmiarów afisza. Najbardziej rozpowszechnionym rozmiarem u nas jest afisz 63 cm na 95 cm podczas, gdy w Stanach Zjednoczonych normalny afisz ma rozmiary 290 cm na 640 cm. W porównaniu z afiszem polskim jest więc 25 razy większy! Afisz taki zwraca uwagę nawet w najbardziej ożywionych arteriach ruchu”⁹.

Według Mariusza Guzka to właśnie „bajeczne kolory i sensacyjność wielkich rozmiarów plakatów skłoniły Zarząd Miasta Warszawy do wprowadzenia opłaty 30 rubli rocznie i ograniczenia rozmiarów reklam do 1 m² pod pretekstem utrudnień dla pieszych już w 1916 roku¹⁰. Na formę reklamy ulicznej zwracała uwagę również milicja miejska, ponieważ często blokowała i zasłaniała ona szlaki komunikacyjne. Umieszczana była w bardzo nietypowych miejscach, co mogło zagrażać życiu i skutkować wypadkiem.

⁹ Poradnik stosowania reklamy, red. S. Zakrzewski, Warszawa 1937, s. 145.

¹⁰ M. Guzek, *Kino polskie wczoraj i dziś. Co wspólnego z wojną ma kinematograf. Kultura filmowa na ziemiach polskich w latach 1914-1918*, Bydgoszcz 2014, s. 116-117.

Tego rodzaju ograniczenia wprowadzane w miastach tuż przed odzyskaniem niepodległości mogły mieć wpływ na zahamowanie rozwoju reklam wielkopowierzchniowych na terenie Polski w okresie międzywojennym. Afisze i plakaty, umieszczano zatem głównie przed wejściem do kina w specjalnych gablotach.

Interesujące wydaje się zatem jak wyglądały afisze i plakaty kinowe w latach 1918-1939 i jakie materiały wizualne zachowały się w lubelskich archiwach pomimo wojny i zmian ustrojowych po upływie 100 lat od odzyskania przez Polskę niepodległości. Analizie zawartości poddano 22 afisze i wczesne plakaty kinowe lubelskich kino-teatrów z okresu międzywojennego znajdujące się w zbiorach Muzeum Miasta Lublina i Archiwum Państwowego w Lublinie.

Dominanta w warstwie informacyjnej

W druku reklamowym, jakim jest afisz i plakat filmowy, jednym z najważniejszych elementów jest dominanta mająca za zadanie przyciągnąć uwagę przechodnia, który mija słup ogłoszeniowy lub gablotę wystawową. W okresie międzywojennym uwagę lublinian próbowano zwrócić przede wszystkim ciekawym tytułem, atrakcyjnością treści i nazwiskami gwiazd. Stąd też w warstwie wizualnej afiszy kinowych dominowała typografia o charakterze głównie użytkowym – informacyjna.

Znajdujące się w pobliżu ulicy Szpitalnej kino Kultura w 1919 i 1920 roku zachęcało widzów do obejrzenia tytułów: „Cygańska dusza” z Ellen Richter, „Przygody Fantomasa”, „Złote bagno” (1918) według głośnej sztuki „Jastrzab”, „100.000 franków, czyli Tajemnicza Mufka” (1919), „Studenci” (1916) z Kazimierzem Junoszą Sępowskim, Władysławem Grabowskim, Lyą Marą (Aleksandrą Gudowiczówną), Polą Negri, Rafaelą Bończą, Józefem Węgrzynem i Haliną Bruczowną. Pokazano również film „Colomba czyli zemsta Cowbojów” (1915) oraz „Awanturę” (1919) ze słynną polską gwiazdą kinematograficzną Polą Negri w roli głównej.

W kinie Wiedza przy ulicy Jezuickiej 20, późniejszym Rialto, wyświetlano „Rositę, śpiewaczkę ulicy” (1923) z Mary Pickford.

W eleganckim kinie Apollo¹¹ między rokiem 1930, a 1939 lublinianie mogli obejrzeć między innymi francuski film „Tajemnice morza czerwonego” (1937) z Harrym Baurem w roli głównej, „Tajemnicę przystanku

¹¹ Sala przy ulicy Szpitalnej 6 wyposażona była w uchylane, miękkie fotele, kotary i, podobnie jak „Corso”, posiadała balkon. Ponadto u wejścia do „Apollo” znajdował się migający neon, a w czasie przerw obsługa rozpylała na widowni wodę kolońską. Zarówno „Corso”, jak i „Apollo”, miały w swoim repertuarze filmy ambitniejsze, jako jedyne stale reklamowały swoje seanse w „Ekspresie Lubelskim” i „Głosie”. M. Wyszkowski, *Kadr. Kina w Lublinie*, „ZOOM Lubelski Informator Kul-

tramwajowego”(1922) z Jadwigą Samosarską, Józefem Węgrzynem i Junoszą Stępowskim, „Spowiedź uczciwej kobiety”(1927) z Polą Negri a właściwie Apolonią Chałupiec i Einarem Hansonem, oraz film „Upadły anioł”(1928) z Nancy Carroll i Garym Cooperem.

Do drugiego zasługującego na miano eleganckiego kina Corso przy ulicy Radziwiłłowskiej 2 pomiędzy 1927 a 1939 rokiem zapraszano za pośrednictwem afiszy i plakatów na francuski film „Cienie Paryża”(1924) z Adolfem Wohlbruckiem, Ruth Chatterton i Rene Ray; „Mały motyl”(1927) z norweską łyżwiarką Sonią Henie oraz na ekranizację „Dwaj mężowie pani Vicky”(1937) z Lorette Young i Tyrone Power. Wiosną 1930 roku choć kino było już udźwiękowione proponowało swoim widzom filmy „Pokój nad Europą”(1929) i „Tajemnice dziewiczej puszczy” jako niemy pakiet filmowy oraz „Zdeptany kwiat (czarna róża)”(1928) z węgierską aktorką kina niemego Lyą de Putti w roli głównej.

W krótko istniejącym kinie Italia mieszczącym się w kamienicy przy ulicy Krakowskie Przedmieście 48¹² wyświetlano „Annę Kareninę”(1927) z Gretą Garbo i Johnem Gilbertem.

W staromiejskim kinie Rialto przy ulicy Jezuickiej 20¹³ można było zobaczyć polski niemy film fabularny z 1928 r. w reż. Leonarda Buczkowskiego w nowej wersji dźwiękowej, który w 1934 roku ponownie wszedł na ekrany z okazji 20 rocznicy wymarszu Pierwszej Kompanii Kadrowej Legionów Polskich. Od 30 maja do 4 czerwca 1939 roku proponowano filmy z francuską aktorką Danielle Yvonne Marie Antoinette Darrieux znaną z takich obrazów jak „Kocham wszystkie kobiety”(1933) gdzie pojawiła się u boku Jana Kiepury z 1933, „La Crise est finie”(1934), „Mademoiselle Mozart”(1935) czy „Mayerlingu”(1936). Aktorka ta stała się szybko wzorem do naśladowania dla przedwojennych nastolatek. Wiosną 1939 roku wyświetlano też polską komedię „Będzie Lepiej”(1936) ze Szczepiem (Kazimierz Wajda) i Tońkiem (Henryk Vogelfanger) w rolach głównych. Kino Rialto wyświetlało też filmy ukazujące kulturę żydowską np. „Dybuk”(1937) na podstawie dramatu Szymona An-skiego. Był to pierwszy w Polsce pełnometrażowy film nagrany całkowicie w języku jidysz. Do dziś uznawany jest za najwybitniejszy film żydowski wyprodukowany w Polsce. Co ciekawe, afisz reklamujący projekcję sformułowany został w języku polskim, co może wskazywać na zainteresowanie polskiej widowni kinematografią żydowską.

turalny”2005, nr 3 (brak numeracji stron); M. Wyszkowski, *Kadr. Kina w Lublinie cz. II*, „ZOOM Lubelski Informator Kulturalny” 2005, nr 5.

¹² Przy ul. Krakowskie Przedmieście 48 jako pierwsze mieściło się kino-teatr Louvre, a następnie Świtez, Czary, Wir, Italia i Stylowy. Tamże.

¹³ Pod tym adresem od 1908 roku funkcjonowało wiele kin: Theatre Optique Parisien, Bioskop Lubelski, Panteon, Nowa Gwiazda, Wiedza, Adria, Rialto. Tamże.

Chętnie podkreślano wybitność samego dzieła filmowego określając go na afiszu lub plakacie jako *arcydzieło, wielki i piękny o niebywałym napięciu film świata, epepeja miłości i obowiązku, arcyfilm z życia rosyjskiego, rewolucyjny film produkcji francuskiej, nowy, wielki sukces kinematografii francuskiej*, itp. Akcentowano przy tym kraj pochodzenia lub nowum np. *uroczysta premiera pierwszego kina dźwiękowego monumentalnym arcyfilmem najnowszej sztuki kinematograficznej „Upadły anioł”*.

Lublinianie chodzili zatem do kina na konkretne tytuły lub zobaczyć na ekranie gwiazdy, których wielkość również akcentowano za pomocą epitetów: *urocza....., słynna polska gwiazda kinematograficzna..., królowa ekranu polskiego..., najwybitniejsze siły sceny i ekranu polskiego..., gwiazda baletu i ekranu..., boska.. i piękny..., dawno nie widziana..., ulubienica wszystkich.., dwóch prześlanych batiarów..., przy luksusowym współudziale..., itp.*

Z rzadka jako zachęta do odwiedzenia kina pojawiały się na afiszach i plakatach nazwiska reżyserów. Takie wyjątki w materiale badawczym stanowi: Edmund Goulding (reż. „Anna Karenina”), James Jung (reż. „Zdeptany kwiat”) i Ernest Lubicz (reż. „Rosita, śpiewaczka ulicy”). Tu także podkreślona została ich znakomita realizacja.

Częstszą praktyką jest natomiast wypunktowanie na druku poszczególnych aktów filmu jako zachęta do bliższego zapoznania się z zawiłą fabułą. Przykładem takiego działania może być treść afisza kina Kultura reklamującego film p.t. „100.000 franków, czyli Tajemnicza Mufka”. Zachwała on przygody słynnego amerykańskiego detektywa Joe Deebsa jako nadzwyczaj ciekawy dramat detektyw w 5 aktach, przytaczając treść obrazu:

Akt I. Kradzież tysiąca franków w banku Handlowym

II. Znikłe klucze kasy

III. Śladowanie za Feresstem w Danji

Akt IV. Licytacja w lombardzie na mufkę w której te 1000 f. były zaszyte...

V. Samotność czyni człowieka rozmownym...

Podsluchanie Alarm...¹⁴

Analizując poszczególne tytuły można stwierdzić, że w latach 1919-1939 na ekranach lubelskich kin królowały dramaty w różnych odmianach od detektywistycznych po erotyczne. Filmy dla dorosłych oznaczano na plakatach informacją *Dla dzieci wstęp wzbroniony* lub *Dzieciom wzbronione*. Można też było zobaczyć filmy wojenne oraz komedie. Nie brakowało filmów amerykańskich, francuskich i rosyjskich.

Na drukach umieszczano także informacje o nadprogramie, który stanowił dodatkową zachętę dla widzów do wyjścia z domów. Pokazy filmowe uzupełniane były najczęściej aktualnościami z kraju i świata tzw. P.A.T,

¹⁴ Pisownia oryginalna

czyli kronikami Polskiej Agencji Teleinformatycznej¹⁵, występami lokalnych artystów, dziecięcych trio a nawet kreskówkami¹⁶. W niektórych, eleganckich kino-teatrach projekcjom filmów towarzyszyły rewie. W Corso po filmie można było zobaczyć np.: zespół artystów warszawskich scen rewiowych, a wśród nich Basię Halmirską i Zdzisława Kochańskiego, balet „Black and White”, czy Messaliniego reklamowanego jako zagadkę XX wieku. W Lublinie gościły takie sławy scen polskich jak Hanka Ordonówna czy Eugeniusz Bodo, na których występę zapraszał kino-teatr Apollo.

Ilustracja 3. Rewia w Apollo



Źródło: Archiwum Państwowe w Lublinie

Na afiszach i plakatach podawano godziny rozpoczęcia kolejnych seansów lub pierwszego i ostatniego z kilku. W latach dwudziestych większość lubelskich kin oferowała mieszkańcom Lublina do trzech seansów dziennie ponieważ popularne po 1908 roku filmy kilkuminutowe zastąpiły produkcje pełnometrażowe. Kino-teatr Corso otwierano o godzinie 15.30 a zamykano o 23.00. Apollo od 16.00 do 23.00. Kino Wiedza rozpoczynało swoją działalność zazwyczaj o godzinie 13.00 i było zamykane o 21;30 lub 23.00 w sobotę

¹⁵ Instytucja ta „utworzona dla obsługi prasy przy Prezydium Rady Ministrów”, podporządkowana mu 5 grudnia 1918 roku, zastąpić miała wszystkie działające podczas wojny polskie służby informacyjno-prasowe. Jej podstawowym zadaniem było „informować społeczeństwo polskie o wszelkich przejawach życia politycznego, społecznego, kulturalnego i gospodarczego zarówno w kraju, jak i zagranicą, oraz dostarczać zagranicy wiarygodnych wiadomości o całokształcie spraw polskich”. Obecnie Polska Agencja Prasowa PAP. <https://dzieje.pl/aktualnosci/95-lat-temu-pows-tala-polska-agencja-telegraficzna-jej-spadkobierczynia-jest-pap> (15.09.2018)

¹⁶ W lubelskich kinach organizowano także wiece polityczne, pokazy gimnastyczne a nawet turnieje zapaśnicze i walki bokserskie. M. Denys, *Lublin między wojnami. Opowieść o życiu miasta 1918-1939*, Łódź 2010, s.80-82.

od 11.00 do 16 a w niedzielę od 11.00 do 21.00. Wiele kin organizowało seanse zwane popołudniówkami. Najczęściej odbywały się one o godzinie 15 lub 16 i trwały około dwóch godzin. Wyświetlano (po cenach obniżonych) filmy, które właśnie schodziły z ekranu lub powtarzano nieco zapomniane już obrazy. Takie seanse organizowały kina Corso, Colosseum i Wir (ilustracja 8. „Tajemnica przystanku tramwajowego”). Jeden z afiszy znajdujących się w materiale badawczym zaprasza lublinian na poranki filmowe do kina Rialto. Reklamowany seans rozpoczął się o godzinie 12 w południe.

Wszystkie afisze i wczesne plakaty filmowe zawierają nazwę kino-teatru, w większości przypadków podają również jego adres.

Niektóre druki zawierają też ceny biletów. W eleganckich kinach były one średnio o połowę wyższe niż w pozostałych kinach. Corso w 1930 roku sprzedawało bilety na nowe filmy w cenie 1,20 zł, 1,50 zł, 1,80 zł i 2 zł. Apollo oferowało bilety po nieco wyższej cenie – 1,50 zł, 2 zł, 2,50 zł, 3 zł¹⁷. W tym samym czasie można było nabyć bilet do kina Wiedza w cenie 40 i 70 gr. Podobnie kształtowały się ceny filmów opatrzonych i odświeżonych w Corso (ilustracja 7. „Pokój nad Europą” i „Tajemnice dziewiczej puszczy”). Informowano także widzów o godzinach pracy kasy. Najczęściej lubelskie kasy kinowe zamykano o godzinie 22.00.

Na premierowych pokazach nie honorowano biletów ulgowych, abonamentów oraz popularnych *passee* (darmowych wejściówek), co wyraźnie zaznaczano na afiszach i plakatach. W okresie letniego przestoju od końca maja oferowano tanie bilety, by zachęcić lublinian do wizyty w kino-teatrach (ilustracja 7. „Zdeptany kwiat”). Niemym seansom i przedstawieniom często towarzyszyła muzyka kwartetowa lub cała orkiestra (ilustracja 9. „Anna Karenina”), co również zaznaczano na afiszu lub plakacie.

Estetyka warstwy wizualnej

W warstwie wizualnej dominuje liternictwo i typografia. Większość elementów ma swoje stałe miejsce na afiszu i plakacie. Nazwa kino-teatru i jego adres podawane są u góry druku. Nieco niżej znajduje się tytuł obrazu. Poniżej podawana jest obsada lub kolejne akty. Stopka zawiera informacje o nadprogramie, cenie biletów, godzinie funkcjonowania kasy oraz nazwę drukarni, w której afisz lub plakat wykonano.

W prawie wszystkich analizowanych drukach największym a zatem najbardziej wyróżniającym się elementem jest tytuł. Stosowano w większości czcionki

¹⁷ A. Staniak, *Kina w Lublinie w latach 1908-1939*, „Folia Bibliologica” LII/LIII, 2004/2005 s. 10.

proste, bez tzw. szeryfów. Był to największy element druku, pisany zazwyczaj wielkimi literami z zastosowaniem wytłuszczenia.

W afiszach wielu ówczesnych kin np. kina Kultura na jednym druku stosowano do pięciu różnych krojów pisma i wiele różnych wielkości czcionki i liter. Afisz stawał się w ten sposób ciekawszy wizualnie, ale również mniej czytelny.

Niewiele zmienia się wygląd afiszu, a nawet sposób stosowania krojów czcionki. Afisz opracowany przez kino Apollo wygląda zupełnie jak afisz kina Corso z tego samego okresu.

Ilustracja 4. Afisz kinowy kina Apollo.



Źródło: Muzeum Historii Miasta Lublina (oddział Muzeum Lubelskiego)

Ilustracja 5. Afisze kina Corso.



Źródło: Muzeum Historii Miasta Lublina

Nieco inne pod względem stylistyki są afisze kina Rialto, które nie było tak eleganckie jak kina Apollo i Corso. Choć układ tekstu pozostaje bez zmian to grubsza czcionka i linie graniczne sprawiają, że druk wydaje się cięższy.

Ilustracja 6. Afisze filmowe kina Rialto



Źródło: Muzeum Historii Miasta Lublina

Wiele z tych druków posiada prostą, ale wciąż wyraźną ornamentykę. Najczęściej stosowanym ozdobnikiem jest ramka. Do lat 30. XX w. wyraźnie dominują w niej liniowe lub roślinne zdobienia. W kolejnych latach ich miejsce zajmują geometryczne wzory – trójwymiarowe kubiki, koła i prostokąty. Druki te choć ulotne dobrze oddają odejście od estetyki neorealizmu w kierunku tych samych przeobrażeń, jakie zrewolucjonizowały parę lat wcześniej malarstwo i inne dziedziny sztuki francuskiej, niemieckiej, włoskiej i rosyjskiej.

Część ze zgromadzonych w archiwum plakatów z lat 30. XX w. nieśmiało naśladuje rozwijające się w głównych ośrodkach trendy wyznaczone przez takie osobowości jak m.in. Jan Tschichold, Henryk Berlewi, Władysław Strzemiński idące w kierunku ograniczenia ornamentyki na rzecz nowej uwolnionej od linearności typografii. Przykładem mogą być afisze i plakaty kin Corso i Wir, w których pojawiają się napisy idące po skosach lub w pionie.

Złożone z wielu różnych krojów pisma afisze stopniowo się uspokajają ujednolicając czcionkę i rezygnując z pisma szeryfowego, stają się czystsze i czytelniejsze. W tym samym czasie pojawiają się też pierwsze różnicujące rozwiązania graficzne nazw kino-teatrów, które dziś nazywamy logo. Dotyczy to dwóch najbardziej eleganckich lubelskich kin Corso i Apollo. Nazwę kino-teatru Corso przełamano w połowie pochylając litery do środka, tak jakby

chciano wpisać ją w kształt litery A. Nazwę kino-teatru Apollo zamknięto w geometrycznym kształcie przypominającym cukierka.

Ilustracja 7. Plakat kino-teatru Corso z 1930 roku.



Źródło: Archiwum Państwowe w Lublinie

Większość to czarne wydruki na białym lub kolorowym papierze, ale są też wyjątki. Akcent kolorystyczny w postaci zielonej ramki z geometrycznymi ornamentami umieszczono na przykład na czarno białym plakacie kina WIR.

Jednym z najciekawszych zachowanych wczesnych plakatów filmowych jest druk dotyczący „Tancerki bogów” (1927). Zamiast wypunktowania kolejnych aktów wkomponowano w niego 13 stopklatek z filmu, które stały się w naturalny sposób dominantą. Wmontowane w plakat klatki stanowią ciekawą mieszaninę miejsc, czasu i bohaterów charakterystyczną dla poczynań Awangardy. Zaskakują widza i skłaniają do głębszej analizy obrazu oraz podsuwają skojarzenia. W centralnym punkcie plakatu umieszczono portret aktorki oraz rysunek tancerki z kwiatem lotosu w dłoni akcentując wschodni charakter przekazu, oraz samą gwiazdę Gildę Gray (Marja czy też Marianna Michalska), która zdobyła sławę w Stanach Zjednoczonych dzięki popularyzacji tańca zwanego „shimmy”.

Zauważyć należy również, że ranga wydarzenia, która zazwyczaj miała wpływ na ceny biletów nie miała większego wpływu na wygląd afiszy, czy też plakatów.

Ilustracja 8. Plakaty kino-teatru Apollo z 1930 roku.



Źródło: Archiwum Państwowe w Lublinie

Pierwszy z powyższych zapowiada projekcję filmu schodzącego z ekranu, a drugi premierę pierwszego w Lublinie filmu dźwiękowego¹⁸. Afisze powstawały na miejscu w Lublinie w drukarni „Praca” mającej siedzibę przy ulicy Królewskiej 3 lub w pobliskiej Białej Podlaskiej przy ulicy Janowskiej 5, gdzie urzędował drukarz M. Fryszytka. Są przykładem artystycznego rzemiosła i różnią się bardzo od tych powstających na Zachodzie Europy i w wiodących ośrodkach Polskiej Szkoły Plakatu.

Ilustracja 9. Plakaty kin przy Krakowskim Przedmieściu 48.



¹⁸ Zauważyć należy, że lublinianie nie czekali na kino dźwiękowe długo, bo projekcja filmu „Upadły anioł” w reż. Richarda Wallace Frank’a odbyła się 21 lutego 1930 roku, a światowa premiera pierwszego filmu dźwiękowego „Śpiewak z jazzbandu” miała miejsce 6 października 1927 roku. J. Płażewski, *Historia filmu*, Wrocław, Warszawa, Kraków 1995, s.75.

Ilustracja 10. Zachodnie odpowiedniki plakatów.



Źródło: baza filmweb.pl

W podobnej oszczędnej stylistyce utrzymują się także plakaty z ul. Jezuickiej 20, gdzie od 1908 roku funkcjonowało wiele kin: Theatre Optique Parisien, Bioskop Lubelski, Panteon, Nowa Gwiazda, Wiedza, Adria, Rialto.

Ilustracja 11. Plakaty do filmu „Rosita śpiewaczka ulicy” z Mary Pickford (1923)



Źródło: Archiwum Państwowe w Lublinie, baza Filmweb.pl

Pod względem rozmiarów afisze i wczesne plakaty lubelskich kin z lat 1919-1939 nie odbiegają zasadniczo od rozmiarów wspomnianych w poradniku stosowania reklamy polskiego żeglarza, dziennikarza i przedsiębiorcy Stanisława Zakrzewskiego z 1937 roku. W materiałach udostępnionych przez Muzeum Historii Miasta Lublin pochodzących z lat 1937- 1939 największy z afiszy ma rozmiary standardowe 63 x 95 cm, a najmniejszy 95 x 24,5 cm. Rozmiar ten ułatwiał umieszczenie w gablocie lub na słupie wielu różnych druków w tym samym czasie bez konieczności uiszczania dodatkowych opłat.

Podsumowanie i wnioski

Zaprezentowane rozważania dotyczące lubelskich afiszy i plakatów kinowych zachowanych w zbiorach Muzeum Historii Miasta Lublin (oddział Muzeum Lubelskiego) i Archiwum Państwowego w Lublinie miały za główny cel szczegółową analizę zawartości pod kątem dominanty i estetyki poszczególnych elementów. Niewątpliwie przeprowadzone interpretacje odtworzyły pewien fragment wiedzy o charakterze faktograficznym, który może być przyczynkiem do dalszych badań w obszernym temacie budowy i funkcjonowania plakatów filmowych w przestrzeni publicznej. Przeprowadzone analizy materiałów wizualnych pozwalają na sformułowanie kilku wniosków.

Po pierwsze jedynie kina w dużych miastach mogły sobie pozwolić na zamówienie projektu u grafika i wydruk w dużym nakładzie wielkoformatowym, litograficznego i barwnego plakatu, będącego nadal obiektem „sztuki komercyjnej”. Właściciele lubelskich kin zamawiali w lokalnych drukarniach niewielkie ilości afiszy literniczych w małych formatach, prezentujących tygodniowy lub kilkudniowy repertuar. Niejednokrotnie łączyły one informacje o pokazach kinowych z anonsami o występach trup aktorskich lub koncertach. Stosowano przesadnie pozytywnie wartościującą leksykę, starając się zainteresować widza tytułem, nazwiskami gwiazd, nowinkami technicznymi. Według dzisiejszych standardów są zbytnio przepełnione tekstem - działają głównie słowem a nie obrazem.

Po drugie, choć do opracowywania plakatów reklamowych lubelscy przedsiębiorcy, angażowali nieraz miejscowych artystów takich jak Edward Hartwig czy Aleksandra Wachniewska, to właściciele kin korzystali głównie z gotowych klisz estetycznych. Choć klisze te są raczej proste, to dobrze oddają zmiany zachodzące w estetyce epoki. Zdradzają zainteresowanie rzemieślników plakatem typograficznym, stylem Art. Deco.

Po trzecie przed drugą wojną światową afisze i plakaty filmowe były, jak wszystkie druki ulotne, obiektem „jednorazowego użytku”, stąd zapewne ich charakterystyczna forma. Pozostało ich już stosunkowo mało, więc są cenne jako dokumenty epoki świadczące o historii i życiu społecznym Lublina.

Po czwarte, lubelskie plakaty podobnie jak plakaty z głównych ośrodków najczęściej zawierały nazwy i adresy ówczesnych kino-teatrów utrwalając w pamięci widzów ich położenie w obrębie miasta.

Po piąte większość afiszy i plakatów to czarne wydruki na białym lub kolorowym papierze, które mogły z łatwością stanowić uzupełnienie tzw. plakatów „uniwersalnych”.

Po szóste rzadko pojawiały się plakaty, których stylistyka nawiązywała do zachodnich rozwiązań opartych na fotomontażu i kardach z filmu.

Bibliografia:

- Bojko S., *Polska sztuka plakatu. Początki i rozwój do 1939 roku*, Warszawa 1971.
- Denys M., *Lublin między wojnami. Opowieść o życiu miasta 1918-1939*, Łódź 2010.
- Derecki M., *Sinematograf w Lublinie, czyli felieton jubileuszowy*, „Kamena” 1986, nr 26, s.15-15.
- Folga-Januszewska D., *Ah! Film Posters In Poland*, Olszanica 2015.
- Guzek M., *Kino polskie wczoraj i dziś. Co wspólnego z wojną ma kinematograf? Kultura filmowa na ziemiach polskich w latach 1914-1918*, Bydgoszcz 2014.
- <https://dzieje.pl/aktualnosci/95-lat-temu-powstala-polska-agencja-telegraficzna-jej-spadkobierczynia-jest-pap> (15.09.2018)
- Konfrontace : československý a polský filmový plakát, red. Rajčan, Pavel, Praha 2010.
- Kurpik M., *Polski plakat filmowy*, Lublin 2010.
- Płażewski J., *Historia filmu*, Wrocław, Warszawa, Kraków 1995.
- Polski Plakat Filmowy*, red. T. Kowalski, Warszawa 1957.
- Poradnik stosowania reklamy*, red. Zakrzewski S., Warszawa 1937.
- Staniak A., *Kina w Lublinie w latach 1908-1939*, „Folia Bibliologica” LII/LIII, 2004/2005 s. 7-17.
- Wyszkowski M., *Kadr. Kina w Lublinie*, „ZOOM Lubelski Informator Kulturalny” 2005, nr 3; Wyszkowski M., *Kadr. Kina w Lublinie cz. II*, „ZOOM Lubelski Informator Kulturalny” 2005, nr 5.

Materiał źródłowy:

Afisy i plakaty lubelskich kino-teatrów przekazane przez Muzeum Historii Miasta Lublina (oddział Muzeum Lubelskiego) i Archiwum Państwowe w Lublinie.

Streszczenie

Lublinianie pierwsze ruchome obrazy obejrzeli w 1899 roku, a więc już cztery lata po pokazie braci Lumiere. Stałe kino otwarte zostało w 1908 roku i od tego momentu kina zajęły należne im miejsce w panoramie i życiu społecznym Lublina. O ich repertuarze i sposobie funkcjonowania w okresie międzywojennym świadczą dziś między innymi materiały wizualne: afisy i plakaty filmowe. W pierwszej części zarysowane zostały początki rozwoju plakatu filmowego w Polsce. W kolejnych częściach analizie poddane zostały materiały wizualne – plakaty kinowe. Były one mniejsze niż na Zachodzie, ponieważ umieszczano je głównie przed wejściem do kina w specjalnych gablotach. W plakatach, które były drukowane na miejscu do lat 40. XX wieku w warstwie wizualnej zdecydowanie góruje liternictwo, często uzupełniane prostą, ale wciąż wyraźną ornamentyką. Część nieśmiało naśladuje rozwijające się w głównych ośrodkach lwowskim, krakowskim i warszawskim trendy wyznaczone przez takie osobowości jak m.in. Jan Tschichold, Henryk Berlewi, Władysław Strzemiński. Są cenne jako dokumenty, świadczące o historii i życiu społecznym Lublina. W artykule wykorzystano analizę krytyczną źródeł oraz analizę zawartości. Uzyskane wyniki analiz szczegółowych mają charakter faktograficzny i są przyczynkiem do dalszych badań w obszernym temacie kształtowania się kultury filmowej i kinowej w Polsce w dwudziestolecu międzywojennym.

Słowa kluczowe: Lublin, okres międzywojenny, kino, repertuar, afisz filmowy, plakat filmowy.

Lublin film visuals in the collection of The State Archive in Lublin and The Lublin Museum from the interwar period

Summary

Citizens of Lublin watched the first movies in 1899, that is only four years after the Lumiere brothers' first paid public screening in Paris. The first cinema was opened in 1908 and from that moment cinemas have been important in the panorama and the social life of Lublin. Currently, only archival media materials, like film posters, present their repertoire and the ways of functioning in the interwar period. The first part of the article gives general summary of film posters development in Poland. In the next sections of the article, visual materials (cinema posters) are analyzed. They were smaller than in the West, because they were placed in special display cases, usually next to the entry to the cinema. In the posters which were printed in Lublin until the 1940s the lettering, often supplemented with simple but still distinct ornamentation, is dominant in the visual layer. Some posters timidly imitate new trends in the arts developing in the main centres (Lvov, Cracow and Warsaw), set by such personalities as: Jan Tschichold, Henryk Berlewi, Władysław Strzemiński. These posters are valuable as documents, attesting to history and the social life of Lublin. The means of a critical analysis of sources and an analysis of the content are c in the article. The results of the detailed analyses have a factual character and represent a contribution to further research on the extensive subject of film and cinema culture development in Poland in the interwar period.

Keywords: Lublin, interwar period, cinema, repertoire, cinema announcement, film poster.
