

Z dziejów pocztówki

Pocztówka!

Ktoby pomyślał przed laty, że ta mała karteczka, która jak motyl barwny przysiadła wśród bibelotów na stylowym sekretarzyku wielkiej damy, i wśród książek na poważnym biurku uczonego, i wśród gałganików na poddaszu biednej szwaczki, i wśród rondli na stole kuchennym, i w koszarach żołnierskich, i w chałupie chłopskiej, gdzie „ojce” czekają na wieść od syna z „Hameryki” — ktoby to niegdyś pomyślał, że pocztówka będzie przyjaciółką, pośredniczką, nieodłączną towarzyszką całej cywilizowanej ludzkości i że stanie się jedną z charakterystycznych i nieprzemijających cech kultury nowoczesnej?

Czemże jest właściwie ten motyl pocztowy?

Jest to najzwyklejszy sposób zastępowania listu banalną misywyą, w której tekście dominującą rolę odgrywa zazwyczaj obrazek. Obrazek ten zajął poważne miejsce w naszym życiu. Trudno się dzisiaj obyć bez pocztówki i trudno ją czemkolwiek zastąpić. Wielcy i mali, dzieci i starzy, artyści i profani wszystkie klasy i warstwy społeczne udają się pod jej protektorat. I pomimo swej wielkiej popularności, pomimo, iż jest jakby symbolem demokratyzacji sztuki, pocztówka jest jednak cennym obiektem dla kolekcjonera. Nic też lepiej jak ona nie przedstawia rozwoju sztuk graficznych od samego ich zarania.

Z biegiem lat pocztówka zatraciła swój pierwotny charakter korespondencji pocztowej. Jest to obecnie obrazek, mający długości czternaście, a szerokości dziewięć centymetrów, używany masowo jako środek korespondencji, a który służy także celom, nie mającym nic wspólnego z pocztą.

Pocztówkę wynaleźli Austriacy, a użyli jej po raz pierwszy w październiku 1869 roku. Rozpowszechniła się potem z niesłychaną szybkością. W r. 1870 znana już była w Niemczech, Szwajcarji, a następnie Belgji, Francji, Włoszech i w innych państwach Europy, niebawem zaś na całym świecie. Z błyskawiczną szybkością zdobyła kulę ziemską i niebawem z żółtawej kartki sztywnego papieru, zamieniła się w „malowaną”.

Trudno jest ustalić pochodzenie malo-

wanki. Zazwyczaj przypisuje się ją hotelarzom niemieckim, którzy ozdabiali pocztówki widokiem swego hotelu lub okolicy. W każdym razie „widokówka” taka istniała już w Niemczech przed 1880 rokiem. Widoczek zajmował na tych pierwszych kartkach zaledwie małą ich część.

Dopiero wystawa w Antwerpii 1894 r. zajęła się pocztówką w równej mierze, jak to uczyniła ze znaczkiem pocztowym. Było to zaranie afisza artystycznego i artystycznej reklamy. Kilku pierwszorzędnych artystów zdecydowało się narysować pro-



Pocztówka z cyklu „wystawowych”



Pocztówka z cyklu „wystawowych”

jekty na karty pocztowe. W krótkim czasie pocztówka weszła w modę, zrobiła się rzeczą *en vogue*. Rysowano w wielkiej ilości obrazki, przeznaczone na pocztówki, takich rozmiarów, iż wypełniały je w całości, nie pozostawiając miejsca na tekst. Wyszukiwano różne tematy, które wymieniano w czasopiśmie, przeznaczonych dla kolekcjonerów. Na początku tego stulecia nastąpił prawdziwy rozkwit sztuki pocztówkowej. Fabrykowano karty wszelakiego rodzaju, a nawet tak, jak to czyniono z pewnymi wydawnictwami, przeznaczonymi dla bibliofilów, odbijano wydania wytworne, w ogra-

niczanej liczbie numerowanych egzemplarzy, należące do rzadkości, za które trzeba było uiszczać przedpłatę, i które nie znajdowały się w handlu. I tak specjalnością Francji były serie polityczne, teatralne, pocztówki z modami i karykaturami, w Niemczech odbijano reprodukcje obrazów, a Austria rozsyłała po świecie piękne, ręcznie kolorowane fototypy.

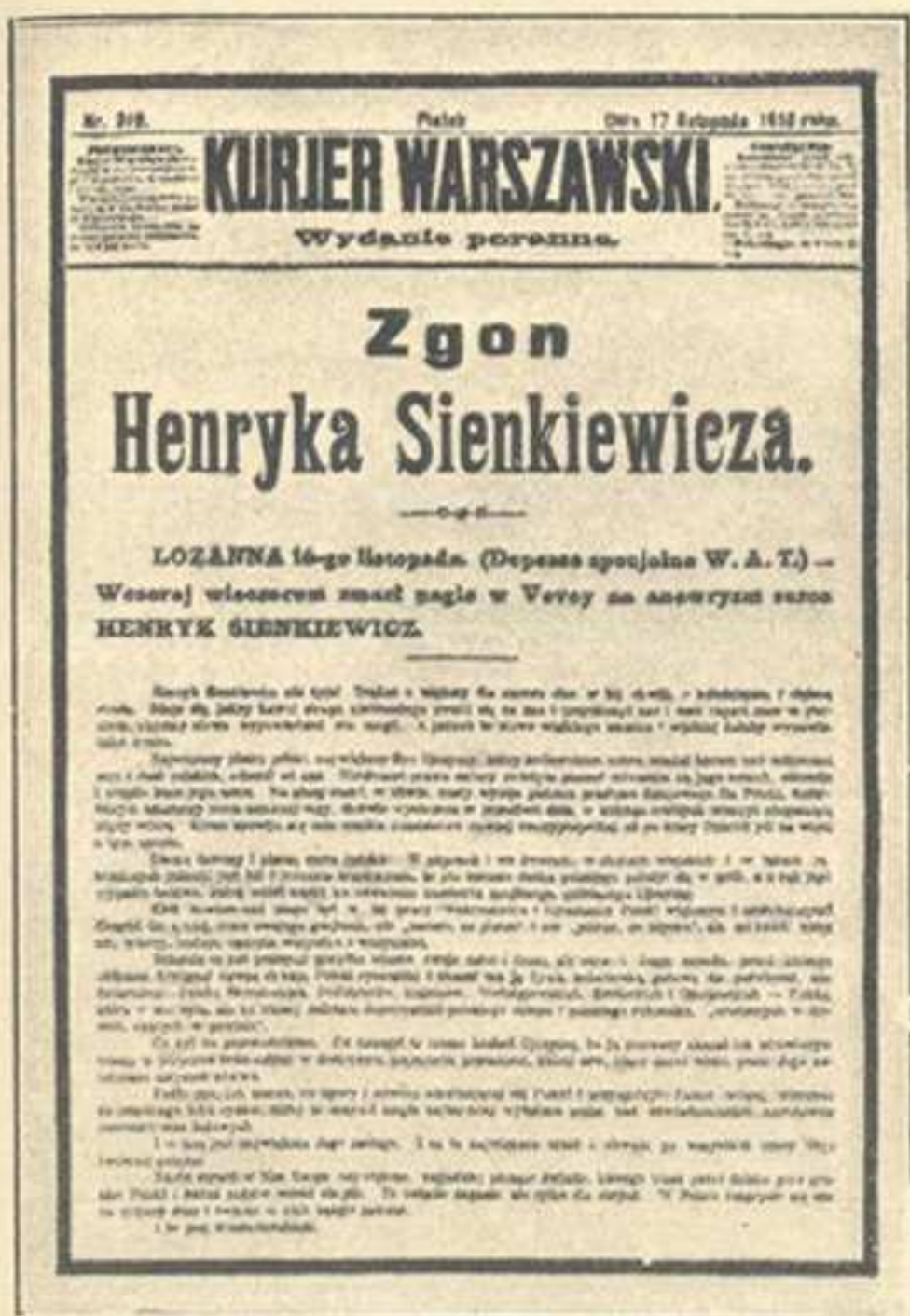
Wszędzie również przygotowywano jednocześnie specjalne serie dla kolekcjonerów. Było to w latach 1904 — 1908. Później karta pocztowa spopularyzowała się jeszcze bardziej, i wciskała się wszędzie. W teatrach podawano na niej np. programy, a na statkach menu obiadowe. Można ją było spotkać, pod najrozmaitszymi postaciami.

„Międzynarodowe Towarzystwo kart pocztowych ilustrowanych” rozsyłało na cztery strony świata swoich agentów którzy wysyłałi „widokówki” z wszystkich kątów ziemskiego globu do roznamienionych abonentów. Chodziło o to, by karta z widokiem np. Kairu miała stempel Kairu.

Po wybuchu wojny wszechświatowej, wbrew wszelkim oczekiwaniom, nastąpiło wprost niesłychane rozwielenienie się pocztówki. Jedynym darem żołnierza na froncie była przecież kolorowa karteczka z pozdrowieniem od bliskich. Pojawiły się karty propagandowe, karty dobroczynne, karty aktualne, jednym słowem specjalny rodzaj kart „wojennych”, pożytecznych dla kolekcjonerów.

Po wojnie nastała moda na karty angielskie, później na amerykańskie, odbijane na offsecie. W Niemczech rozpowszechnił się tak zw. *tiefdruck*, który nie zawsze dawał artystyczne wyniki. Znika karta z aktualnościami wojny i triumfuje na całej linii pocztówka artystyczna. Wprowadzili ją Włosi, rozmówcami w reprodukcjach dzieł sztuki. Malarz Mastroiani daje cykl „*Quo Vadis*”, tudzież ilustruje „*Boską komedję*”. Obie serie zyskują niebywały sukces.

Powodem powodzenia pocztówki jest nie tylko to, iż bywa ona odbiciem chwili. Odpowiada ona jeszcze innym wymaganiom epoki: oto tanim kosztem zaspakaja manję kolekcjonerstwa. Drogi jest sztych, piękna książka obraz, rzadki autograf. Pocztówkę można nabyć za kilkanaście centymów, lub groszy i to wszędzie.



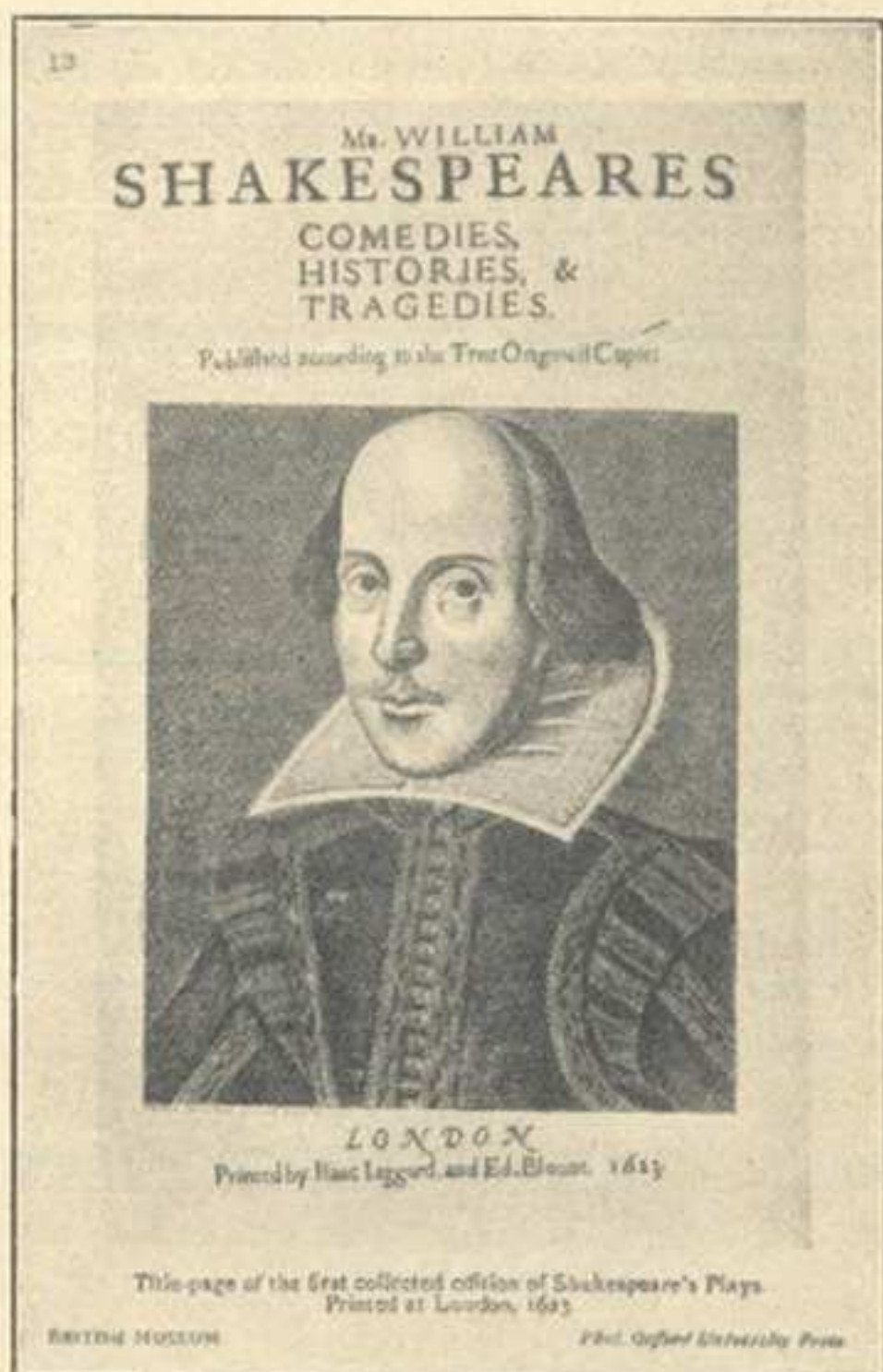
Pocztówka z cyklu „aktualności i dziennikarskich”

Według starej maksymy: „w duszy każdego człowieka drzemie kolekcjoner”. Zamiłowanie do obrazków, będące charakterystyką dzieciństwa, odzywa się i w wieku dojrzałym i każe nam podziwiać widoki natury, dzieła sztuki, i piękne portrety. Dziecko kocha bajki z kolorowymi obrazkami, później przychodzi kolej na znaczki pocztowe, które mają urok obrazków, a obok tego zaspakajają manję kolekcjonerstwa, wreszcie nastaje zamiłowanie do pięknych książek, sztychów, akwafort, które jednak nie każdy jest w stanie nabywać z powodu ich wysokiej nieraz ceny. Zwrócono się tedy ku ilustrowanym afiszom, ku ex-librisom, a wreszcie ku pocztówkom. Zwyciężyła pocztówka na całej linii.

Fabrykanci pocztówek zrozumieli odrazu, ich znaczenie, i poznali wszelkie odcienia manji kolekcjonerskiej, którym postarali się uczynić zadość. W związku z tem rozpoczęło się na wielką skalę odbijanie, komponowanie, kolorowanie, fotografowanie obrazków na pocztówkach, wszelkimi sposobami, którymi rozporządza sztuka graficzna i kunszt drukarski.

W miarę rozwoju pocztówkowego kolekcjonerstwa rozpoczęła się jego specjalizacja. Najliczniejsi byli zbieracze kart z widokami, tak zwanych „widokówek” i przez pewien czas żądali nawet, aby znaczek nalepiany był po stronie obrazka. Liczni są również po dziś dzień zbieracze reprodukcji obrazów, reklam, kart napoleońskich. Nie brakło zbieraczy kart wojennych i politycznych, a liczni byli zbieracze nagości na pocztówkach, zarówno jak kart—pocałunkowych. Takie kolekcje rozpowszechnione są na całym świecie. Nie rzadko znajdują się karty, malujące jakiś słynny proces, lub moment historyczny o wartości dziennikarsko - sensacyjnej.

Podczas okresu reklamy ilustrowanej, to znaczy w ostatnich latach ubiegłego stulecia, cały szereg artystów zabrał się do rysowania pocztówek. Na wyróżnienie zasługują tu malarze belgijscy, w pierwszym rzędzie Cassiers, którego karty z widokami Holandji były długi czas w modzie, aż dopóki wiatraki i dziewczęta holenderskie



Pocztówka z cyklu „jubileuszowych”, odbita na pamiętkę rocznicy pierwszego wydania dzieł Szekspira

nie rozpowszechniły się zbyt i nie zaniebieszczły delftską ultramaryną całego ówczesnego pocztówkarstwa.

Po za Belgią dwóch artystów stworzyło nowoczesną pocztówkę, a mianowicie: Rafael Kirchner i Mucha. Karty „kirchnerowskie” z secesyjnymi, uśmiechniętymi słodko sylfidami, odbijano w Austrii, w Niemczech, a później we Francji, w Angli i Ameryce. Powodzenie kart Muchy nie było mniejsze. W tym samym czasie główki Asti’ego cieszyły się ogromnym powodzeniem na Zachodzie. Można je porównać u nas z powodzeniem główek Aksentowicza i ułanów Kosaka. Kilka również kobiet, jak Mela Koebler w Austrii, Agnes Richardson w Anglii, i Pearl Fiedler w Ameryce, zyskały dużą popularność swem pocztówkowym malarstwem.

Powoli można było w tej dziedzinie zauważyć duży wysiłek artystyczny, czego dowodem były akwaforty Deveine’a i Freda a przede wszystkim wspaniałe serje Orensa. Odbijano je drukiem trójbarwnym, na offsecie, lub też techniką, zastosowywaną przy fotografiach.

Wszechświatowe powodzenie pocztówek wytworzyło olbrzymią konkurencję wydawców i skłaniało ich nieraz do plagiatstwa. Każdy nowy pomysł na pocztówkę artystyczną zyskującą powodzenie, był natychmiast naśladowany i transponowany stosownie do upodobań i temperamentu narodów. I tak, gdy firma wydawnicza Goss w New-Yorku wydała serję „pocałunków”, niezwłocznie skopjowała je firma Muncka. „Dziecko modlące się” było odbijane wielokrotnie z kilkoma wariantami przez firmy niemieckie i francuskie. Podczas wojny podrabiano karty angielskie w Holandji, a niemieckie w Anglii. Jednym słowem każdy sposób okazywał się dobry dla rozpowszechniania pocztówek, tych barwnych świstków, unoszących daleko myśl i pamięć człowieka.

Zamiłowaniom kartofilów czyni zadość kilka specjalnie sprawom pocztówkowym poświęconych czasopism. I tak w roku 1904 w Paryżu wychodzi ich pięć, jako to: „L’annuaire Perry de la carte illustrée et du timbre”, „La revue cartophile internationale”, „Le philocartiset”, „Le cartophile internationale” oraz: „La revue française de la carte postale artistique”.

Karty pocztowe, jako materiał ekspor-

towy interesowały zawsze ekonomję różnych krajów. Najwięcej eksportowali ich Niemcy i trwało to aż do wojny. Toczem kartom niemieckim konkurencję zaczęły robić karty angielskie, następnie amerykańskie, a w końcu przemysł włoski zabił wszystkie inne, a to z powodu niskiego stanu swej waluty. Niektóre większe firmy wydawnicze drukują pocztówki potrosze wszędzie, stosując się do specjalności danego kraju. I tak, znaczną ilość kart Tucka i Muncka, odbijano chromolitografią w Niemczech, a także we Francji, na offsetach w Ameryce i pyrolitografią we Włoszech.

Urządzona w r. 1922 w brukselskim Muzeum Książki wystawa pocztówek ilustrowanych, pozwoliła zorientować się w bogatym materiale i poznać wszystkie pocztówkowe motywy. Według przyjętej przez organizatorów klasyfikacji, ilustracje pocztówek rozpadają się na 24 działy. I tak: 1) aktualności, to zn. reklamy i anonse, 2) pocztówki dobroczynne, 3) pamiątkowe, 4) kwiaty i owoce, 5) wojenne, 6) humorystyczne, 7) ilustracje książek i dzienników, 8) zdarzenia dnia, 9) sztuka (salony, muzea), 10) zalotne i romantyczne, 11) mody, 12) narodowe, t. zn. heraldyka, stroje ludowe, 13) oficjalne, t. zn. wydawane przez rząd, 14) polityczne, 15) portrety sławnych ludzi, 16) propagandowe, 17) rozmaite, 18) sportowe, 19) teatralne i muzyczne, 20) mundurowe, 21) z widokami, 22) pornograficzne, 23) ze zwierzętami.

Spróbujemy pokrótce omówić każdy z tych działów.

Najobszerniejszą jest dziedzina aktualności. Karty takie zastępują w zbiorach poniekąd pismo satyryczne ilustrowane i będą miały dla przyszłych pokoleń pierwszorzędne znaczenie historyczne. Karty-afisze zajmują drugie miejsce. Jako malarze celują tu: Cecil Aldin, Hassall, Grove, Hardy, Furness i Cassiers, którego obrazki, robione dla Tow. „Red Star Line” i „American Line”, są pierwowzorami tego typu. Afisze wystaw figurowały na pocztówkach począwszy od wystawy weneckiej w 1897 roku; jedną z piękniejszych jest pocztówka, ogłaszająca wystawę rzymską w 1911 roku. Po za tem drukowano nieraz na kartach pocztowych komunikaty wojenne, rozsyłane tendencyjnie do wrogich narodów, a także wezwania do składek na rzecz ofiar wojny, etc.



Pocztówka z cyklu „wojennych”

W serii pocztówek reklamowych wybitne miejsce zajmuje Liebig, fabrykant konserw mięsnych, który w setkach odmian sławił na pocztówkach dobroć swych produktów. Suchard, fabrykant czekolady, nie dał mu się w tem zdystansować. Pocztówki te charakteryzuje wybitny brak smaku, pochodzą one bowiem z tej epoki, gdy reklama z artystem nie miała nic wspólnego, i była trywialną w wyrazie i wykonaniu.

Po raz pierwszy wydawca włoski Chiatone w końcu ubiegłego stulecia wprowadził artystyczne pocztówki reklamowe, rysując ładne projekty towarzystw żeglugi morskiej, dla miejscowości kąpielowych, jak np. Monte Catini, lub dla Hotelu Plinius, oraz dla sztuk teatralnych. Były to dobre chromolitografie, przedstawiające jakiś widoczek w obramowaniu stylizowanych kwiatów, według mody ówczesnej.

Inni w tej dziedzinie, jak High Life Tailon i Ribby, oraz Moloch hołdowali modzie, lub szkicowali serie satyry politycznej,



Pocztówka z cyklu „propagandowych”, odbita podczas plebiscytu na Górnym Śląsku

Karta dobroczynna podczas wojny zyskuje dużą popularność. Nawołuje do składania ofiar na rannych, na wdowy i sieroty po poległych, a głównie rozśławia działalność Czerwonego Krzyża. W Niemczech, Austrii i Bawarii rząd sam wydaje tego rodzaju oficjalne komunikaty, podczas gdy np. w Rosji wyznaczono specjalny podatek od pocztówek na innych tematach opartych na korzyść wyżej wspomnianych. We Włoszech już w 1902 r. rząd wydał karty dobroczynne z napisem: „pro Calabria”.

Najstarszymi kartami pamiątkowymi są te, które zostały wydane z okazji wizyty monarchów rosyjskich w Tulonie w 1891 roku. Poszły za nimi w 1894 roku karty oficjalne z okazji inauguracji kolei żelaznej w Congo, oraz w 1895 podczas wyprawy Gerlacha do bieguna południowego. Od tego czasu każdy fakt dziejowy ma swoją pocztówkę, lub też całą ich serię. Znane są kolekcje pocztówek, z różnych krajów z dnia wypowiedzenia wojny, z komunikatem o mo-

bilizacji. Podobną popularnością cieszą serie z roku rocznicowego 1900, oraz karty religijne na cześć papieża Piusa X.

Istnieją również karty, których nie można zaliczyć do żadnego działu np. przedstawiające mapy,

plany miast, sieć kolei podziemnych. W Londynie pewna firma wydała pocztówki wskazujące wszystkie teatry, to znów kluby. Są również na kartach mapy nieba, lub miejscowości, gdzie toczyły się bitwy, są karty chyromantyczne, przedstawiające linje rąk, a także karty ujawniające klucz do stenografii, oraz dające reprodukcje rzadkich znaczków pocztowych, monet i wojennych bonów żywnościowych. Jak widzimy pole tu bardzo rozległe, i jeszcze nie wyzyskane.

W dziedzinie kart kwiatowych pierwsze miejsce zajmuje Japonia. Artysty japońscy malowali karty bądź dawali na nich subtelne drzeworyty. Karty japońskie wysokim poziomem artystycznym odbiegają od europejskich szablonów. W Europie najwięcej od r. 1905



ВЗЯТИЕ ЛЬВОВА. — ЗАЯЦІЕ ЛВОВА.

Pocztówka z cyklu „wojennych”

mają powodzenia pocztówki rysowane przez panią Klein, odbijane chromolitografią. Naśladują ją Buch i Meissner, malując kwiaty kolorami tak delikatnymi, że robią one wrażenie oryginalnych akwarelek. Prześliczne pastele kwiatów i owoców firmy medjolańskiej Traldi'ego, obiegają cały świat. Usiłowano odbijać kwiaty fotochromią, ale próby nie dały pomyślnych wyników.

Karta pocztowa wojenna stanowi cały świat odrębny i rozpada się na kilka działów jako to: karta aktualna, dobroczynna. O tych ostatnich mowa już była powyżej. Z pośród artystów wyróżnili się: włosch Sachetti, a we Francji: Vallet, Fraipont i Solomko. Pocztówki belgijskie Raemekersa oddały wielką usługę sprzymierzonym. Proklamacje wojenne i barbarzyńskie zdania okupantów, odbijane w celach propagandowych, obok prześlicznych reklam kolorowych Brangvyn'a stanowią cenne kolekcje „wojenne” aliantów. Drukowano w owym czasie karty



Pocztówka z cyklu Orensa „karykatur politycznych”



Pocztówka z cyklu „karykatur politycznych”

„za” i „przeciw” wojnie. Do pierwszych projekty kreślił Saneba, do drugich, Oorlograad. Niemcy najbardziej popierali wojenną kartę propagandową. Znane powszechnie są pocztówki z drukowanymi sentencjami Wilhelma, wypowiedzianymi podczas różnych okazji, a także podrabiane pocztówki z mapami „rozbioru kraju przez nieprzyjaciół”, drukowane rzekomo we Francji...

Nic tak dobrze nie charakteryzuje zwyczajów danego narodu, jak karykatura. Karty humorystyczne są zazwyczaj ordynarne i proste i jedynie w krajach rozumiejących czym jest „humor” zasługują na uwagę. W Niemczech istnieją serie artystycznych pocztówek, wydawane przez „Jugend”, „Simplicissimusa” i „Lustige Blätter”, a we Francji „Le rire” wydał tak zw. „Le musée des souvenirs”. Ilustracje naczelne pewnych pisemek jak, „Le diable au corps” reprodukowano na pocztówkach. W Anglii pocztówki powtarzały ilustracje Punch’a, a w Ameryce Puck’a. W wydaniach firmy Tuck wychodzą kolejno prawdziwie arty-

styczne serie takich humorystów jak: Phil May, Lance Thakeray, Cecil Adin, Lawson Wood, oraz słynne „after diner toasts” Sallera. Hiszpania posiada zabawne karykatury Ibaneza, a w Jugosławii wyróżnia się w tym dziale Tijardowic.

Pocztówki z reprodukcjami ilustracji z książek mają zazwyczaj duże powodzenie. I tak we Francji popularne są ilustracje do bajek Lafontaine’a, w Anglii postacie dickensowskie. W Polsce wydano serię typów z powieści Sienkiewicza. Od pewnego czasu ukazują się również na odkrytkach fragmenty scen z filmów, mających największe powodzenie. Czasopismo „Der Sturm” wydało kolekcję kart kubistycznych, ale bez intencji ośmieszania „nowej sztuki”.

Pocztówki, na których odbite są ważniejsze zdarzenia dnia, podane przez dzienniki, posiadają walor historyczny. I tak np. u nas jedna z firm wydawniczych



Pocztówka z cyklu „teatralnych”, przedstawiająca zespół znanego z przed lat kilkunastu kabaretu „Momus”



*Pocztówka z cyklu Orensa „karykatur teatralnych”
(Sara Bernhard)*

wydała serję pocztówek „Kurjera Warszawskiego” z komunikatami; o wypowiedzeniu wojny Francji przez Niemców, z „Odezwą do Polaków” wodza naczelnego Mikołaja, z telegramem o śmierci Henryka Sienkiewicza itp.

Jeden z najliczniejszych działów, to karta artystyczna. Znajdują się na niej reprodukcje dzieł sztuki, obrazów, rzeźb. Karty takie doskonale spełniają zadanie artystycznej propagandy, zapoznając ludzi ze znakomitemi dziełami sztuki i wzbudzając zamiłowanie do piękna. Karty z arcydziełami muzeów odbijane były zrazu nieszczególnie fototypją, poczem nastąpiła era kart kolorowanych trójbarwnym drukiem. W końcu ubiegłego stulecia ukazały się fototypje z rysunkami specjalnie przeznaczonemi na pocztówki roboty Caran d'Ache'a, Grasset'a, Leandre'a, Morin'a, Muchy, Sema, Steinleina, Willette'a i t. p. Wynalazek trójbarwnego druku przyspieszył rozkwit artystycznej karty pocztowej. Najpiękniejsze pocztówki tego rodzaju wydawała fir-

ma londyńska „Medici Society”, drukując reprodukcje obrazów, a także firma Sborgi we Florencji i „Photoglob” w Zürichu. Odznaczyła się w tym dziale Bułgarja, rozrzucając po całym świecie pocztówki trójbarwnym drukiem wykonywane w Sofji, a także firma Minerwa w Pradze. U nas wydawnictwa Salonu Malarzy Polskich w Krakowie zyskały powodzenie w pocztówkach z reprodukcjami obrazów: Kossaka, Malczewskiego, Axentowicza, Fałata, Siemiradzkiego, Żmurki, Rapackiego, i t. p. Cykl „Wojny” Grottgera zarówno jak „Królowej Niebios” Stachiewicza należy do najbardziej rozpowszechnionych i lubianych. Ilustrowane artystycznie pocztówki wydają firmy Wierzbickiego, Salon Kulikowskiego, „Świt”, „Gryf”, „Ruch” i t. p. Po wojnie zastosowano do pocztówek technikę fotolitograficzną. Tak wykonane odkrytki z reprodukcjami starych mistrzów, oraz o tematach religijnych dały doskonałe wyniki.

Najlepsze heliograviury pojawiły się w Austrii, Holandji i Niemczech. Niemieckie reprodukcje obrazów odznaczają się prawdziwym artyzmem. Należy również wyszczególnić serję muzeów florenckich Pampaloniego. We Włoszech rozpowszechniły się najbardziej fotokalkografje, zastosowane do odbitek tego rodzaju. Najwytworniejsze pocztówki robione są sposobem praktykowanym przy akwafortach i te osiągnęły najwyższe ceny. W pocztówkach artystycznych wszelakiego rodzaju celował malarz Brentano, cały swój talent oddając na usługi kolorowanej karteczki.

W reprodukcjach aktów wybitne miejsce zajmują Włosi i Francuzi, przewyższając artyzmem inne narodowości. Pocztówki te nie mają nic wspólnego z pornografią i reprodukują rzeźbę grecką, zarówno jak „nagości” paryskich salonów.

Wśród pocztówek zalotnych wyróżniają się reprodukcje starych sztychów, przedstawiających romantyczne sceny z średniowiecza i z epoki cesarstwa, a także motywy z „Vie parisienne”. „Pieroci” i „Siedem grzechów głównych” Kirchnera, rysowane z wdziękiem i finezją, osiągnęły niebywały sukces. Trudno wymienić w tym pobieżnym szkicu wszystkich malarzy, którzy upodobili sobie wdzięczny temat: kobieta i miłość. Jest ich legion.

Pierwsze pocztówki z dziedziny mody wykonywał Stevens w Belgji. Pochodzą one z XIX-o stulecia i noszą tytuł „La mode du temps” i „Le chic de Paris”. Dziś nie można na te pełne wdzięku anachronizmy patrzeć bez uśmiechu... W czasach obecnych produkuje ich najwięcej Francja i są najczęściej ręcznie kolorowane. W Niemczech wydali serję kart z modami Meissner i Buch, dając ich przegląd od 1830 do 1880 roku. Po za

tem ukazywały się od czasu do czasu karykatury mody oraz kopje starych sztychów z sylwetkami w kostiumach epoki. Z kostiumów teatralnych na pocztówkach rozpowszechnione są projekty kostiumów Baksta oraz kostiumy z „Błękitnego ptaka” z teatru Stanisławskiego w Moskwie.

Pocztówki narodowe, poszukiwane przez zbieraczy dają przegląd typów w strojach ludowych, a również motywy heraldyczne. Do najcharakterystyczniejszych zaliczyć się dadzą typy z Zelandji Cassiersa, węgierskie Gyori Aranka, oraz kroackie Orlica. U nas typy chłopskie reprodukowano z obrazów Stachewicza, Augustynowicza, Jarockiego i t. d.

Wspominaliśmy już powyżej o kartach oficjalnych, do których zaliczają się karty kolejowe, okrętowe i wystawowe wszelakiego rodzaju. Są one pożądane przez filatelistów dla swej rzadkości, nie zawsze bowiem można takie pocztówki nabyć w każdym składzie papieru. Najpoważniejszą jest serja pocztówek, wydawanych od r. 1910 przez rząd szwajcarski każdego 1-go Sierpnia, to zn. w dzień narodowego święta, z których dochód przeznaczony jest za każdym razem na inny cel. Pocztówki jubileuszowe wystawowe, propagandowe ukazują się w ogromnych

ilościach i zalewają rynki wszechświatowe. Z okazji pierwszej wszechświatowej wystawy pocztówek w Wenecji w r. 1894 wypuszczono ich kilkadziesiąt serji. Czerwony Krzyż nie żałuje nigdy nakładów, uważając nie bez racji, jak poważnym środkiem propagandy jest pocztówka, w milionach egzemplarzy rozchodząca się po świecie i docierająca nieraz do najbardziej zapadłych kątów.

Karta polityczna! Ileż tu materiału i ile

motywów szczególnie obecnie, gdy od dziecka do męża stanu politykują wszyscy! Pocztówki polityczne pojawiły się podczas wojny boerskiej i prowadziły energiczną kampanję anti-angielską. Serja pocztówek z procesu

Paroles de Jean CARWALD **LE TANGO DU RÊVE** Musique de E.-V. MALDEREN

Pocztówka z cyklu „muzycznych” z nutami i tekstem popularnego tanga

Dreyfusa jest tak obfita, iż sama w sobie stanowi kolekcję i niektórzy zbieracze ograniczyli się jedynie do ich kompletowania. Wydawano je we Francji, w Niemczech, w Belgji, Hiszpanji i we Włoszech, a każda z nich jest ciekawym dokumentem politycznym. Malarz Couturier dał tu ciekawy cykl pod tyt.: „Histoire d'un crime”, który z każdym rokiem wzrastał w cenie z powodu szczupłego nakładu.

Pocztówki polityczne ośmieszały np. zuchwalstwo Wilhelma, korpulencję Falières'a, fantazje Leopolda II; wychodziły nieraz w wydaniach wytwornych, na papierze chińskim, lub holenderskim, w ograniczonej liczbie egzemplarzy, np. po 250 sztuk dla amatorów. Mistrzem tego działu był bezsprzecznie Orens, którego satyra była nieraz ciętą, a zawsze dowcipną.

Portrety na pocztówkach miały najwięcej powodzenia w Niemczech. Wydawano tam portrety sławnych muzyków, członków rodziny panujących, mężów stanu a przede wszystkim... Napoleona. Kolekcjonerów

kart napoleońskich jest niezliczona ilość. i wśród wszechświatowego kolekcjonerstwa stanowią odrębną jakby rodzinę. Karty z portretami osobistości z epoki napoleońskiej, nabywane w Paryżu przez podróżujących Anglików odbijane były w firmie Novitas w Berlinie.. Karykatury tenorów należą do najbardziej rozpowszechnionych. Wydaje je we Włoszech Mariani.

Wśród kart propagandowych znajdują się np. serie pocztówek wydawanych przez ligę antialkoholyczną w Holandji, przez sionistów niemieckich, przez legjonistów z Fiume, podczas plebiscytu na Górnym Śląsku i t. p. Wydają ją wszędzie po trochu z okazji wojny i po wojnie i trudno wyszczególniać tu wszystkie typy i działy.

A teraz parę słów należy się pocztówkom nie należącym do żadnego działu, czyli takim, które są „par excellence” pocztówkami i do których malarze rysowali specjalne projekty. W powodzi szablonów, to znaczy pocztówek schlebiających upodobaniom tłumowi, znajdują się prawdziwie artystyczne. Wśród malarzy prym trzymają Asti i Kirchner, a po za tem Mucha i Souza. Tematów tu bez liku. Najczęściej dany naród powtarza jeden motyw do znudzenia. I tak np. w Danji popularne są karty, przedstawiające spokojne wnętrze domu, z kobietą siedzącą przy oknie. Dzieci, widoki, krajobrazy są zazwyczaj tematem tych pocztówek. Dużo popełniano tu plagiatów i gdy tylko jakiś nowy pomysł zyskiwał uznanie, podchwytywały go wszystkie firmy wydawnicze. W Wiedniu Munk wydaje prześlicznie kolorowane ręcznie fototypje, według wzorów XVIII w. W Anglii robiono wdzięczne akwarele z główkami kobiecemi z keepsake'ów, a wszędzie odbijano tysiące pocztówek uproszczonym systemem fotograficznym. Dziecko króluje w karcie pocztowej. Zapoczątkowała karty dziecięce Holandja rysunkami Casisersa, a w Anglii doprowadzono je do doskonałości ślicznymi ilustracjami do Piotrusia Pana, Ivy James'a i misternymi pocztówkami Agnieszki Richardson. We Francji znane wszystkim są gavrosze Poulbot'a, a w Holandji ilustracje p. Rie Cramer do piosenek dziecięcych. W dziale tych kart wymienić należy karty z wynalazkami i patentami.

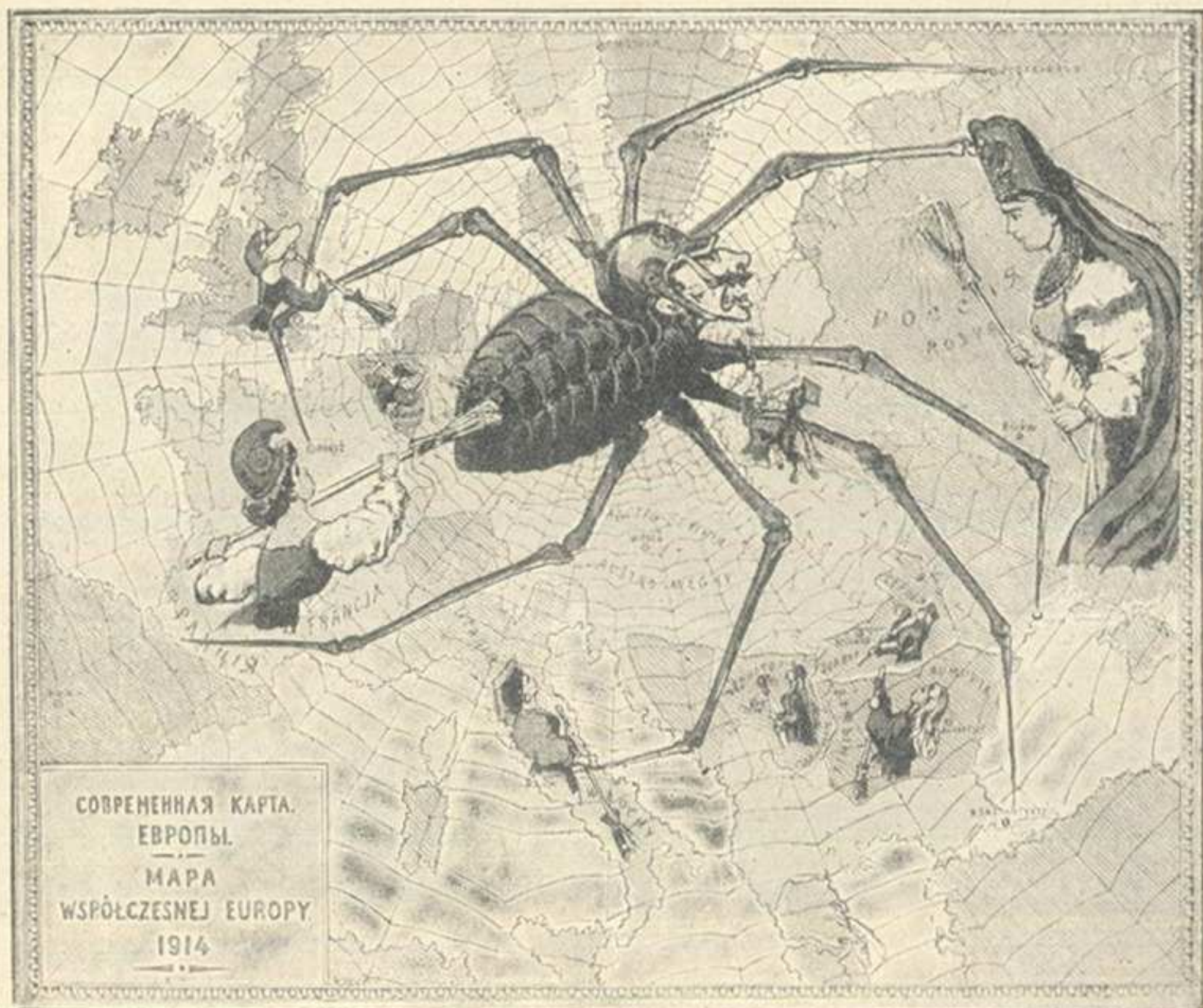
W dziale pocztówek sportowych wybitne miejsce zajmują konie wyścigowe i taniec.

Ten ostatni prawie zawsze przedstawiany jest karykaturalnie, zwłaszcza w tańcach nowoczesnych. Szwajcarskie karty ze sportami zimowemi zyskały popularność. Pierwsze samochody w karykaturze należałoby zaliczyć raczej do pocztówek humorystycznych.

Jako typy pocztówek teatralnych służyć mogą serie z Toski, Madame Butterfly i Cyganerii, wydawane przez firmę Riccordi w chromolitografji, oraz rysunki Caran d'Ache'a, ilustrujące sceny z oper i operetek. Kilka serji fototypji z Chanteclerc'a należy do prawdziwie artystycznych kart tego rodzaju, z pośród których na uwagę zasługuje serja karykatur Diefenthala. Między rokiem 1902 — 1906 pocztówka taka miała największe powodzenie. Sprzedawano w teatrach nietylko podobizny aktorów i dekoracje sceny, ale nawet programy, jak np. w paryskim Ambigu, Porte-Saint-Martin etc. W tym to czasie Orens robił wspaniałe karykatury słynnych aktorów akwatyntą, które należą do najcenniejszych pocztówek, gdyż liczba ich była niewielka. W Anglii rozdawano bezpłatnie przy kasie zamawiań w tej formie programy przedstawień. Jeden z paryskich wydawców wpadł na pomysł, aby popularne piosenki i nuty wydawać na odkrytkach, co umożliwiło nabywanie ich za minimalną sumę od 10 do 15 centymów. Inna firma wpadła na dowcipny pomysł wydawania maleńkich i cienkich płyt do fonografu, naklejonych na pocztówki, które doskonale oddawały nagrane na nie melodje.

Pocztówki z uniformami obejmują szeroki okres od doby napoleońskiej aż do naszych czasów.

Od karty z widokiem, czyli t. zw. „widokówki” zaczyna się okres pocztówki ilustrowanej. Nie ma już może dziś takiego kąta kuli ziemskiej, któryby nie posiadał własnych pocztówek. Są one zazwyczaj bardzo niegustowne, szczególnie pierwsze, które wydali Niemcy. Później widokówki, odbijane chromolitograficznie, doskonałą się, a druk trójbarwny, robiący wrażenie akwareli, uszlachetnia je. U nas do najlepszych należy serja „Warszawy” Cieślowskiego i Trzebińskiego, widoki Krakowa i Lwowa Tondosa, oraz przepyszne zdjęcia fotograficzne Bulhaka. W Holandji odbijają na pocztówkach piękne drzeworyty, ale te są mało rozpowszechnione. Efekty nocy księżycowych robione są sposobem fotokalkograficznym.



Pocztówka z cyklu „wojennych” (format oryginalny)

Karty pornograficzne rozwieliły się przeważnie w Niemczech i stanowią tam materiał spekulacyjny.

Wspominaliśmy już o kartach wystawowych z okazji różnych wystaw i jubileuszów. W Paryżu niemal wszystkie obrazy z Salonów odbijane są na pocztówkach. U nas znakomitsze dzieła sztuki, wystawiane w Zachęcie, spotkać można na pocztówkach.

Odkrytki ze zwierzętami mają znaczenie głównie dla dzieci. Jeżeli są na nich ujawnione zwyczaje i cechy szczególne zwierząt, są one pouczające dla wszystkich. Najwięcej takich kart „zwierzęcych”, wydaje Tuck. Są wśród nich cudne motyle Wheatley'a, i zwierzęta Drumond'a, Watson'a, Stretton'a. Do tego rodzaju kart zaliczyć można serię Le Deley'a „Ludzie jako zwierzęta”. Posiada takie karty jako środek reklamowy Ogród Zoologiczny w Bazylei. Są to ładne,

dekoracyjne obrazki, wykonane chromolitografią.

Na tem skończymy ten pobieżny szkic o pocztówkach. Można się było przekonać jaki to świat olbrzymi i odrębny i do jak rozmaitych celów da się zastosować ten wdzięczny, barwny motyl, znajdujący się niemal na każdym stole i w tylu wystawach sklepowych!

Nawiązując bliższe stosunki sympatji między ludźmi, sławiąc piękno sztuki, wytykając kłamliwość wrogich komunikatów wojennych, śpiewając znane piosenki, spełniając jednym słowem tysiące powierzonych jej zadań i obowiązków, mała pocztówka obiega świat, wciska się wszędzie, zyskuje uznanie i jest nieraz wymowniejsza od najbardziej jaskrawych plakatów i afiszów.

I w tem leży znaczenie tego kolorowego świstka.

Z. R.