

Grażyna Świętochowska

Uniwersytet Gdański

***Forget the film, watch the title credits!*¹. Wprowadzenie do czołówki filmowej**

Czołówka filmowa jest jak okno. Jest jak rama. Kino jawi się wówczas jako fantastyczny gabinet osobliwości albo witryna sklepowa. Czołówka jest jak drzwi, wejście. Angielskojęzyczne określenie pierwszych metrów filmu – *opening sequence* – jest miarą otwarcia się na inność, obcość. Widz ma wejść przez nie „na skróty” do świata o odrębnym statusie ontologicznym. Tropy stylistyczne można zresztą mnożyć: próg², drzwi, pas transmisyjny, interfejs, „okno i rama jako wzajemnie regulujące się metafory patrzenia na odseparowaną – dla naszego dobra – rzeczywistość” (Elsaesser, Hagener, 2015, s. 55). Ze względu na skrótowość, ale i efekt zagęszczenia, koncept i ciężar semantyczny czołówka korzysta przede wszystkim z synekdochy, metonimii, czasem elipsy. Ten skromny odcinek, którego długość konsekwentnie zmieniała się od lat trzydziestych do sześćdziesiątych, od statystycznej minuty do nawet sześciu (Horak, 2014, s. 75), stanowi matrycę wszystkich późniejszych przedstawień i sekwencji fabularnych. Co podsumował już Alexander Zons, czołówka „dokumentuje produkcję filmu, kieruje się do widza, wprowadza diegezę, tematyzuje samą sytuację projekcji, markuje początek, wprowadza w nastrój, udowadnia pracę, jest miejscem sygnatury, reklamą, filmem w filmie” (Zons, 2010, s. 221-221).

Co daje obserwacja narodowych praktyk nazewniczych tego wielofunkcyjnego komponentu? Język niemiecki przywołuje tymczasowość sytuacji projekcji w kinie i kładzie nacisk na przygotowanie widzów do seansu (*Vorspann*). Język francuski przywołuje sam proces tworzenia filmu (*Générique*). Język angielski, poza figurą już odnotowanego poznawczego otwarcia na to, co na zewnątrz i co wewnątrz, a więc i pewnej idei przestrzenności, kanału tranzytowego łączącego miejsca osob-

¹ Slogan biorący swój początek z nazwy jednej ze stron internetowych poświęconych czołówkom filmowym: *Forget the Film, Watch the Title*, <http://www.watchthetitles.com> (dostęp: 10.11. 2016).

² Próg (*seuil, vestibule*), czyli Genetowski paratekst, ma zawsze charakter graniczny. Por. Genette, G., *Seuils*, Paris 1987; Genette, G., *Paratexts. Thresholds of interpretation*, przeł. J.E. Lewin, Cambridge 1997.

ne, podkreśla też osiągnięcie niemożliwe bez współpracy całego zespołu, wszystkich osób zaangażowanych w realizację filmu (*opening credits*) (między innymi Dettke, 2015, s. 87-89). Ta ostatnia wykładnia najbliższa byłaby rozumieniu ekonomicznemu i prawnemu. W języku polskim – obok konotacji części wyposażenia przeznaczonego dla tych, którzy eksplorują różne warstwy rzeczywistości i którym czołówka oświetla drogę – równoległe jest myślenie o wytwórni filmowej o tej samej nazwie. Ta wytwórnia, ważna dla całego powojennego kina, swój „początek” wzięła z działalności kronikarskiej i dokumentalnej Jerzego Bossaka i Aleksandra Forda jeszcze w szeregach Wojska Polskiego na terenie Związku Radzieckiego. A może właśnie to konotacje militarne, odpór wroga, pierwsze zwanie w walce, asymilacja lub pozycja zwyciężonego dają jakieś nowe rozpoznanie?

Słynne ostrzeżenie umieszczone przez Saula Bassa na puszkach z taśmą filmową *Złotorękiego* (*The Man with the Golden Arm*) w reżyserii Otto Premingera z 1955 roku – „Projectionists, pull curtain before titles” (Horak, s. 80) – uznać można za symboliczny początek historii widzialności, „czytelności” i odrębności czołówki filmowej jako samodzielnego przedmiotu uwagi. To konkretne zalecenie techniczne już wkrótce miało przeorganizować praktyki widowni, złączyć czas poznawczej otwartości z pierwszymi minutami wyświetlanego filmu, jak i uruchomić długofalową refleksję różnych obiegu wiedzy. Awans i „promocja” sekwencji początkowej przekładały się bezpośrednio na oddolny ruch zdobywania miejsca (i prestiżu) przez anonimową jeszcze do niedawna grupę zawodową. Jednocześnie w perspektywie środowiska zmieniających się obiektów kultury wizualnej czołówka stała się ośrodkiem wypowiedzi artystycznej i protofilmowej i mogła być przedmiotem lektury *pars pro toto*. W analizie sekwencji początkowej filmu jako konkretnego aspektu kultury wizualnej zasadne wydaje się umieszczenie jej między przekazem ikonicznym, kulturą typografii, reklamą, opakowaniem, neonem, winietą i plakatem. Czołówka byłaby wówczas zagnieżdżona w różnych formach (i mediach) zarządzania środowiskiem życia człowieka, w tym konkretnym przypadku negocjowanego percepcyjną aktywnością widza, szerzej – odbiorcy o różnych kompetencjach kulturowych; i najszerzej – użytkownika systemu komunikacji wizualnej.

Off-screen studies

Z perspektywy czasu i ewolucji kolejnych nośników filmu i form recepcji czołówki filmowe wymieniane są w tym samym ciągu co plakaty, afisze, wydawnictwa DVD i Blu-ray „zaopatrzone” w kompletny system nawigacji po materiałach bonusowych, „kuchni filmowej”, wraz z innymi formami szerokiej oferty kolekcjonerskiej (takimi jak *booklet* czy *inlay*). To jednocześnie różne stadia inscenizowanego obiegu eksperckiego. Andrzej Gwóźdź w perspektywie tych właśnie artefaktów postuluje myślenie o medialnej historii filmu, „która byłaby w stanie objąć dzieje filmu w jego uwikłaniach multi- i intermedialnych, czyli [...] potraktować film jako organizm żyjący w różnych środowiskach, a nie wyłącznie jak tekst kina” (2008, s. 489-490). Jonathan Gray postuluje się z kolei kwalifika-

cją *off-screen studies*, studiów pozaekranowych (2010). Paradygmat opisu wypro-
wadzony z francuskiej teorii literatury, a właściwie jej konkretnej ścieżki sygno-
wanej nazwiskiem Gérarda Genette'a, zamiast koncentrować się na medialnym
fenomenie, dla którego ważne byłyby analogie z częściami składowymi książki
(przedmowy, motta, komentarze odautorskie, wywiady, informacje zamiesz-
czone na obwolutach) (1992), skierowany jest na otoczenie formalne (i sposoby)
występowania filmu. Choć lektura paraliteracka nadal może mieć swoje prze-
niesienie na rozmaite „maski” językowe – film można, jak książkę, „przelecieć
wzrokiem”, otworzyć na odpowiednim „rozdziale”, włożyć zakładkę, zajrzeć do
komentarza (Gwóźdź, 2008, s. 500) – to instrumentarium analityczne stanowią
tu wszelkiego rodzaju komentarze do tekstu głównego, którym ostatecznie za-
wsze pozostaje film. Poza już wymienionymi obok czołówki filmowej plakatami,
afiszami, edycjami DVD czy Blu-ray „paratekst” może dotyczyć tak rozmaitych
zakresów, jak reklama filmowa, *trailery*, *teasery*, nośniki outdoorowe (billboardy,
ekrany etc.), merchandisingowe gadżety, przejścia między kanałami w telewizji,
plansze z napisami, a nawet krytyka filmowa jako taka. Andrzej Gwóźdź status
tych wszystkich form komunikacyjnych przyległych do tekstu głównego, czyli
filmu, widzi w perspektywie mobilności, negocjacji i sprawczości: „(j)est [para-
tekt – dop. aut.] zatem peryferyjny, ale niekoniecznie marginalny, w tym sensie,
że jego obecność potrafi odmienić stosunek do centrum – nie naruszając jego
ontologicznej tożsamości, zmienić obraz całości – a jako taki wyposażony zostaje
w moc sprawczą o cechach performatywu” (2010, s. 38).

Teza książki Jonathana Graya, posiłkującego się Genettowskim terminem,
brzmi: parateksty nie są zwykłym dodatkiem czy „ścieżką” biegnącą równole-
gle do tekstu głównego. Parateksty tworzą teksty, zarządzają nimi i wypełniają
je znaczeniem, które z nimi nam się kojarzy. Przygotowują nas też na inne tek-
sty – funkcja dydaktyczna jest wyraźna właśnie w kontekście czołówki (Gray,
2010, s. 6, 25).

Czołówka i historia sztuki

Czołówkę filmową na mapie historii ewolucji mediów widziałabym przede
wszystkim w relacji do kolejnych stadiów rozwoju grafiki użytkowej. Akces
malarzy – czy to do obiegu wydawniczego książki ilustrowanej, czy prasy co-
dziennej w wieku XIX – to konieczne etapy włączania się artystów do świata
mediów masowych, motywowane przede wszystkim powodzeniem komercyj-
nym. Tworzenie wielkoformatowych afiszy teatralnych (litografie barwne Hen-
riego de Toulouse-Lautreca do spektakli kabaretowych z Jean Avril w Moulin
Rouge), reklam produktów konsumpcyjnych (zanurzone w duchu secesji i fin
de siècle'u mydła i perfumy w projektach Alfonsa Muchy), kart dań czy winiet
było praktyką „windującą” obiekty rekrutujące się z codziennego życia człowieka
w rejony sztuki. Zabiegi estetyzacyjne miały jednoznaczne przeznaczenie: sku-
pienie uwagi przyszłego konsumenta. Konkretnie elementy tego komercyjnego

zbioru edukowały też kolejne pokolenia twórców, niejednokrotnie pozbawionych już klasycznego przygotowania artystycznego.

Florian Krautkrämer zauważa, że w istocie od czasu narodzin kina zachodnie społeczeństwa żyły w otoczeniu nieustannie mnożących się informacji wszelkiego rodzaju (2010, s. 235). Ich nośnikami były już same nagłówki prasowe, layout prasowych szpalt z „wpuszczonymi” w układ tekstowy reklamami. Nowatorską kompozycję obrazu i tekstu obecną w samej reklamie, tej prasowej i tej wychodzącej w środowisko miejskie (czy wreszcie późniejszych neonów reklamowych [około 1910 roku]), łączyła funkcja informacyjna i dekoracyjna. Z jednej strony wskazywała przecież na produkty i usługi oraz pomagała w orientacji przestrzennej, z drugiej ożywiała i urozmaicała miasto. Wielu jest zdania, że to właśnie neony wprowadziły do przestrzeni publicznej miasta najwyższej jakości typografię. Jako formy unikatowe, projektowane specjalnie na potrzeby danej realizacji stawały się ważnymi punktami w krajobrazie i budowały charakter miejsca (Szydłowska, Misiak, 2015, s. 145-146). Pobudzanie konsumentów, pobudzanie widzów przy aktywowaniu funkcji estetycznej i poznawczej przekazu jest też domeną odcinka czołówki filmowej. To tu dokonuje się też transfer artystów w rejony użytkowe, jak i kwalifikowanie działań sygnowanych przez rzemieślników mianem wytworów artystycznych.

W historii sztuki miejscem, z którym czołówki mogłyby mieć szczególny związek, jest niemiecki projekt Bauhausu (1919-1933). Uczelnia założona przez architekta Waltera Gropiusa była nowoczesnym świadectwem prób godzenia sztuki z techniką i przemysłem. W trakcie swojej czternastoletniej egzystencji trzykrotnie zmieniająca lokalizację (Weimar-Dessau-Berlin) w systemie nauczania i kreowania nowych nawyków myślowych była stabilna: próbowała wprowadzić w życie idee przekształcenia otoczenia człowieka – od założeń urbanistyczno-architektonicznych po projektowanie wnętrz, wyposażenia mieszkań, przedmiotów codziennego użytku. W koncepcji Gropiusa i zatrudnianych przez niego wykładowców (wymieniając tylko Pieta Mondriana, Paula Klee czy László Moholy-Nagy’ego) ostatecznym celem nie miała być produkcja kolejnych unowocześnionych rekwizytów codzienności, ale sam człowiek; nie produkt, ale przeobrażenie upodobań i nawyków jego użytkowników (między innymi Hopfinger, 1993). W tej formie radykalnie oczyszczonej, „bauhausowskiej” stosunek powierzchni tekstu do ilustracji wyliczony był z matematyczną precyzją, a w liternictwie pociągał za sobą niechęć do czcionki szeryfowej (Naylor, 1988, s. 4). Nie oznacza to jednak, że w obrębie tego samego środowiska twórców nie powstawała charakterystyczna kombinacja typografii i fotografii, jak u László Moholy-Nagy’ego czy Jana Tschicholda (między innymi Krautkrämer, 2010, s. 235).

To lektura twórców Bauhasu uświadamia, że również w przypadku czołówek filmowych warto zwracać uwagę na krój i kolor liter, na sposób ich łączenia z rysunkiem, fotografią i fotomontażem. Nie tylko krój czcionki rozszerza skalę odbioru, ale każdy z uruchomionych środków plastycznych. Forma stanowi zawsze funkcję treści. To czołówki mogą pochwalić się kondensacją i natężeniem formy

graficzno-wizualnej. Stanowią dynamiczny układ znaków typograficznych. Są polem doświadczalnym dla form kontrastowych, szkołą bodźców wizualnych, stanowiącą o układzie całości.

Jan Horak, analizując prace Saula Bassa, niejednokrotnie przytacza artystów wywodzących się z Bauhausu. Jednak w tym konkretnym przypadku nie są to podobieństwa genetyczne, rozumiane jako kontynuacja schedy po znanym nauczycielu lub mistrzu. Zależności powstają raczej po stronie bliskości estetycznych rozwiązań, a więc są dowodem kapitału kulturowego odbiorcy, zdolności do projektowania pewnych rozwiązań z rozpoznanej już historii sztuki. I tak w przypadku czołówki *Słomianego wdowca* (*The Seven Year Itch*, 1955) w reżyserii Billy'ego Wildera kolorowe pudełka czy po prostu układ mniejszych i większych prostokątów, za którymi ukrywają się nazwiska kolejnych członków ekipy, mogą łądząco przypominać kolorystyczne studia Paula Klee – wielokrotnie powracające u tego twórcy kompozycje modyfikowanych płaszczyzn barwnych, będące efektem redukcji przedstawienia obiektów rzeczywistych do form najprostszych. Ale inspiracja personalna łatwo się zaciera. Zasadę analogii odkryjemy, zestawiając też wskazaną czołówkę z wybranymi pracami Theo van Doesburga czy Pieta Mondriana. W tym kontekście czołówka filmu Wildera byłaby pewnym ekstraktem, przechwyconym cytatem z Bauhausu i neoplastycyzmu. Jednak już przyrównanie tej zorganizowanej sekwencji barwnej do *Pomarańczowe, czerwone i żółte* Marka Rotchko, dziś jednego z najdroższych dzieł na rynku sztuki, obrazu datowanego sześć lat później od filmu Wildera, byłoby jedynie dowodem erudycji piszącego, który chciałby w ten sposób awansować działania samego Bassa (przy czym byłoby także błędem ahistoryzmu).

Za prężne ogniwo refleksji nad czołówkami filmowymi odpowiada również współczesny obieg sztuki i jej form użytkowych. Mam tu na myśli absolwentów akademii artystycznych, grafików, projektantów czcionek i liternictwa, pracowników agencji reklamowych i generowane przez nich środowisko wydawnicze: specjalistyczne portale internetowe³, blogi, vlogi, ale i publikacje książkowe, w tym przede wszystkim edycje albumowe. Kolejność repertuaru różnych form popularyzowania i upowszechniania przez obieg designu „sztuki czołówki filmowej” nie jest oczywiście przypadkowa: atrakcyjność wyводу on-line „podbijana” jest każdorazowo montażem klipów czy choćby sekwencją „print screenów”, zasadniczo mniej wymagających niż tradycyjny, długofalowy projekt wydawniczy. Zainteresowanie kolejnych pokoleń projektantów graficznych czołówkami filmowymi idzie najczęściej w kierunku rozpoznawania konkretnych krojów czcionek, identyfikowania autorskich projektów jako samo-

³ Oto kilka najważniejszych, choć lista ta nie jest wyczerpująca: <http://www.artofthetitle.com>, <http://www.watchthetitles.com>, <http://www.titledesignproject.com/>, https://www.typotheque.com/articles/taking_credit_film_title_sequences_1955-1965_2_introduction; <https://designschool.canva.com/blog/film-titles/> The Graphic Art Of Film Title Design Throughout Cinema History; <http://annayas.com/screenshots/>; pomniejsze blogi: <http://www.creativebloq.com/design/top-movie-title-sequences-10121014>; <https://filmmakeriq.com/courses/the-history-of-movie-title-sequences/>.

dzielnych partytur, „dzieł sztuki”, które stanowią przykład samowystarczalnej kreacji artystycznej, drugorzędnie tylko uwikłanej w relację z „duchem” filmu.

Krótki szkic historyczny

Napisy początkowe w rozumieniu surowej formy zapowiedzi „filmowego dania głównego” najsilniej przylegałyby do wczesnego kina niemego. System komunikacji tekstowej na tym etapie rozwoju kina nie kończył się na tablicy lub planszy wprowadzającej. Poza pozwalającymi widzowi rozpoznać się w kreowanej na ekranie akcji planszami z dialogami bądź skrótowymi opisami w podobny sposób komponowane były też etykiety regulujące sposoby zachowania się w kinie, na przykład naśladujący zatrzymany kadr zakaz głośnego mówienia i gwizdania⁴. Kluczowa i dla wielu późniejszych etapów rozwoju czołówki była czytelność. Korzystano z krojów bezszeryfowych, pozbawionych ozdobników, które były gwarantem natychmiastowego odebrania przekazu. Wtórne zdobnictwo rosło wraz z edukacją widza, który uczył się nie tylko języka obrazów, ale i sposobu ich opracowania w przejrzystej ramie. Ich stylizacja mogła, choć nie musiała, być wyrazem chęci zaanonsowania epoki i kostiumu świata przedstawionego filmu, do którego wprowadzały. To tu rację bytu miała sygnatura Art Nouveau, Art Deco czy ekspresjonizmu. Najszybciej krój liter użytych w tytule związał się z funkcją impresyjną – celem było wprowadzenie widza w określony nastrój. Taki był już sposób zapisu *Gabinetu doktora Caligari* (1919) Roberta Wiene czy złowrogość dystopijnego *Metropolis* (1926) Fritza Langa. Środki wyrazu przejęte ze sztuk plastycznych, scenografia anektująca krzywe ściany, zdeformowane czy wydłużone ramy, linia kręta lub nieoczekiwanie złamana ekwiwalent znalazły w ostrej i rozchwianej czcionce (*Caligari*). Pod charakterystyczną ekspresjonistyczną kreską filmów epoki wilhelmińskiej w pierwszym rządzie wymieniany jest nie tylko scenograf Walter Röhrig (1897-1945), ale i malarz, grafik, autor litografii, którego projekty stanowiły rozpoznawalną całość, Josef Fenneker (1895-1956). Nie tyle jednak należy go uznać za pierwszego projektanta czołówek filmowych, co artystę demokratycznie wypowiedającego się za pomocą plakatów kinowych, afiszy teatralnych czy szyldów dla berlińskiego lunaparku. Chociaż brak dowodów na współpracę Fennekera przy paratekstach *Caligari*⁵, trudno przy nich nie myśleć właśnie o transmedialnej kulturze spektaklu i atrakcji: już czcionka tytułu anonsuje wejście do jarmarcznego gabinetu osobliwości, może też symulować planszę wyskrobaną być może w śpiączce, być może pod wpływem hipnozy.

Zazwyczaj jednak napisy początkowe w kinie niemym charakteryzował taki układ typograficzny, w którym preferowano białe litery na czarnym tle obramowane stałe powtarzanym projektem logotypu wytwórni filmowej. W kolejnych

⁴ Do zobaczenia między innymi w zbiorach Biblioteki Kongresu: <https://www.loc.gov/exhibits/treasures/images/vc130.4e.jpg>. Podaję za Rebecca Gross, *The Graphic Art Of Film Title Design Throughout Cinema History*, <https://designschool.canva.com/blog/film-titles/>.

⁵ A istnieją takie, na przykład pod postacią plakatów do *Głowy Janusa* z Conradem Veidtem w reżyserii Roberta Wiene, filmu zaledwie rok późniejszego od *Caligari*, z 1920 roku.

latach pociągało to za sobą standaryzację filmowej typografii i budowę marki konkretnej wytwórni filmowej (Horak, 2014, s. 82, 85). Wstążki i kwiatowe ozdoby liter zapowiadały więc filmy romantyczne, rozpowszechniony za pomocą listów gończych zapis „most wanted” bardzo szybko przylgnął do westernów, czcionka przypominająca zapis pospieszny, gwałtowny i noszący w sobie jakiś ślad niepoprawności czy brak wprawy stała się znakiem rozpoznawczym komedii ślapstickowej. W filmach braci Marx w zapisie tytułów rzuca się w oczy niejednorodność, nieprzewidywalność. Trafnie nazwała tę cechę Rebecca Gross, pisząc o „filuternej niesubordynacji” (2015).

Ważną cechą początków kina, również w perspektywie załączka czołówki, był oczywiście brak dźwięku⁶, podczas gdy w następnych latach to właśnie ścieżka muzyczna, jak choćby słynne krzyczące skrzypce Bernarda Herrmanna z *Psychozy* (1960) Alfreda Hitchcocka, będzie nieodłącznym, koniecznym elementem ilustracji warstwy estetycznej – również na prawach dysonansu, braku komfortu.

W okresie kina klasycznego dział marketingu odpowiedzialny był zarówno za tworzenie plakatów, pressbooków, reklam prasowych i „outdoorowych”, jak i czołówki filmowej (Horak, 2014, s. 84). Postępującej specjalizacji tylko ostatniej z wymienionych aktywności w latach pięćdziesiątych nie można izolować od konieczności technologicznego zdystansowania się kina do estetyki i fenomenu popularności telewizji. Lata pięćdziesiąte I sześćdziesiąte to obszar wzajemnej rywalizacji, chęci zatrzymania przy sobie widzów za pomocą różnych technik i narzędzi. Obok eksperymentów z kolorem, formatem Cinemascope, VistaVision czy Cinerama, również graficy zaczęli być zatrudniani z nadzieją na osiągnięcie odrębności, wyjątkowości i niepowtarzalności samej czołówki filmowej (między innymi Matamala, Orero, 2011). Drugi czynnik związany był przede wszystkim z destabilizacją dotychczasowego monopolistycznego systemu funkcjonowania Hollywood – oznaczał większą swobodę reżyserską w stosunku do dotychczasowej tyranii producenckiej wielkich studiów.

Za przełomowy dla dzisiejszego rozumienia statusu czołówki filmowej jako autonomicznego paratektstu uznać można właściwie cały przedział lat 1955-1966 – i to na tym okresie chciałabym się skupić w analitycznej części niniejszego artykułu. To wówczas powstały warunki do współpracy artystów rekrutujących się z pola sztuki czy praktyki designu z reżyserami i jednocześnie studiami filmowymi, których ci ostatni w systemie hollywoodzkim nadal byli częścią. To też czas przejścia od kinetycznej typografii, która dominuje w skróconym opisie początków kina, w stronę montażu różnych części składowych: elementów graficznych (rysunku, krzywych, plam, obiektów, form przestrzennych, struktur, koloru), partii animowanych, fotosów etc. Nowo rozpoznani „autorzy”, obdarzeni zaufaniem i wolnością twórczą, przekształcili sekwencję początkową w pełnowartościowy parametr, niejednokrotnie decydujący o sukcesie całego filmu. Za postać założycielską nowego myślenia o tym, czym może być czołówka filmowa,

⁶ Umowny, wszak odgłosów w sali kinowej było wiele i pochodziły z różnych, pozaekranowych źródeł.

uznawany jest przywołany już z imienia i nazwiska amerykański grafik, twórca plakatów filmowych i logotypów, konsultant graficzny słynnych sekwencji filmowych, właściciel agencji reklamowej Saul Bass (1920-1996). Wymienione jednym tchem obszary aktywności Bassa są częścią nadrzędnego procesu zdobywania uwagi (i poszanowania) dla specjalistycznej renomy kolejnych zawodów kształtujących wielopoziomowy aspekt filmowej wizualności⁷. Bass równolegle pracował przy plakatach filmowych towarzyszących zaprojektowanym czołówkom, jak i przy projektach identyfikacji wizualnej strategicznych klientów branży komunikacyjnej (United Airlines, Frontier Airlines czy Warner Communication), telekomunikacyjnej (AT&T, US Postage) czy przemysłowej (General Foods, Minolta, Kleenex). Dla porządku: najpierw więc były logotypy, potem plakaty, czołówki i pojedyncze storyboardy, w kolejnych zaś latach te plany działalności przenikały się. Proces akceptacji i kanonizacji w przypadku Bassa można uznać za całkowity: ostatnim ogniwem poruszania się pomiędzy kolejnymi szczeblami hollywoodzkiej drabiny był Oscar w kategorii najlepszego krótkometrażowego filmu dokumentalnego za *Why Man Creates?* (1969). Złożony z fragmentów wywiadów, wykładów, partii animowanych i inscenizowanych film paradoksalnie stanowił autotematyczny punkt wyjścia do oceny zaplecza myślowego wszystkich innych projektów. Ostatni akord po stopniowym zanikaniu Bassa w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych stanowi ponowne odkrycie go dla „systemu” za sprawą Martina Scorsesego, tym razem dla nowego kina Hollywood. Nie byłoby więc może sekwencji początkowej *Taksówkarza* (1975) z niepokojącą jazdą kamery do dźwięków trąbki Herbego Hancocka (i ścieżki dźwiękowej filmu skomponowanej przez „Hitchcockowskiego kompozytora”, Bernarda Herrmanna), stanowiącą idiomatyczny trop cierpiącego na bezsenność i różne formy obsesji Trávisa Bickle’a, bez kinofilskiego zacięcia autora *Ulic nędzy* (1973), doskonale zawiadującego komplementarnym systemem komunikacji filmowej. O tym, że Bass nadal żyje i tworzy, Scorsese dowiedział się dopiero w latach dziewięćdziesiątych, kiedy wsparł się jego projektem do *Przylądku strachu* (1991), *Kasyna* (1995) i popularyzatorsko-edukacyjnego projektu, *Historii kina amerykańskiego* (1998), ponownie rozbudzając „modę na Bassa”. *Złap mnie, jeżeli potrafisz* (2002) Stevena Spielberga zapowiada czołówka stylizowana na Bassa, choć zrealizowana już bez jego udziału.

Charakterystyczne jest zresztą, że Bass, będąc w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych niekłamaną gwiazdą *opening sequence*, w pojedynczych przypadkach podejmował się rysowania storyboardów, z najsłynniejszą sekwencją prysznicową, zmieniającą rytm montażowy *Psychozy* na czele. Jan Horak, monografista twórczości Bassa twierdzi, że ten typ interwencji w Hollywoodzki system produkcji komplikuje monolit ostatecznej „instancji” odpowiedzialnej za filmowy tekst, kwestię autorstwa rozkłada na poszczególne elementy składo-

⁷ Emily King wspomina jednak o wiele bardziej prozaicznej przyczynie: pojawienie się Bassa w Hollywood i jego angaż do filmów Otto Premingera było związane z ich koligacjami rodzinnymi. Zob. https://www.typotheque.com/articles/taking_credit_film_title_sequences_1955-1965_4_abstracting_the_essence (dostęp: 21.11.2016).

we. W myśleniu producenckim takie podejście nie stanowi żadnego wyłomu, ale gdy weźmie się pod uwagę status Hitchcocka jako autora trudno nie myśleć właśnie o reżyserze *Marnie* (1964) jako twórcy z sukcesem anektującym do własnych projektów sprawdzone już odkrycia (Bass, zanim podejmie współpracę przy *Zawrocie głowy* [1958], *Północ – północny zachód* [1959] i *Psychozie*, od pięciu lat będzie już na rynku projektantów czołówek filmowych). Kluczowe jest zresztą w powyższym odwołaniu słowo „interwencja”, które najszerzej kwalifikuje wieloplanową funkcję i znaczenie wkładu Bassa: artysta rozwinął i rozbudował personę hollywoodzkiego projektanta, przetaił szlaki dla kolejnych designerów rekrutujących się zresztą w stopniu pełniejszym od niego samego z pola sztuki, a nie reklamy. Valentina Re rewolucyjność Bassa zmieniającą dotychczasowy sposób postrzegania czołówki filmowej wiąże z uczynieniem jej polem doświadczalnym dla zupełnie nowych poszukiwań stylistycznych i z nadaniem jej wartości metatekstowej (Re, 2016). Co jednak począć z wiedzą, że nawet autorstwo czołówek Bassa jest do podważenia, gdyż stoi za nimi w istocie biuro Saul Bass & Associates oraz najważniejszy i najdłużej pracujący dla tej agencji grafik Art Goodman (Horak, 2014, s. 5)⁸? Być może każda zmiana, a właściwie rozciągnięty w czasie proces, potrzebuje imienia w historii personalnej i hasła w historii długiego trwania.

***Something Saul Bass-y... something simple and strong with lots of room for review quotes*⁹**

Celem niniejszego artykułu jest jedynie wprowadzenie w zagadnienie czołówki filmowej. Trudno jednak to zrobić bez przytoczenia choćby kilku przykładów z epoki, kiedy czołówki zaczęły być wreszcie widzialne, czyli z lat 1955-1966. Dotyczy to również fenomenu czołówek samego Saula Bassa, który łącznie zrealizował ich ponad 50. Z tego bogactwa przykładów, które czasem krytykom kazały wyrokować na rzecz wyższości czołówki nad filmem („The best thing about the film is the Saul Bass credits” – przypadek *Walk on the Wild Side* Edwarda Dmytryka [1962] [między innymi Horak, 2014, s. 72]), wybieram dwa przykłady współpracy z konkretnymi reżyserami filmowymi: z Otto Premingerem, dzięki któremu Bass zaistniał w Hollywood, i Alfredem Hitchcockiem, który wkład Bassa we własne filmy w późniejszych latach starał się minimalizować (Bogdanovich, s. 493).

⁸ Analogiczna wydaje mi się tu pozycja Walta Disneya w relacji do Uba Iwerksa, świetnego menedżera i biznesmena, oraz jego rysownika, animatora i technika efektów specjalnych, rzeczywistego twórcy Myszki Miki.

⁹ Słowa wypowiedziane przez producenta Marka Urmana do Sidneya Lumeta, których efektem była czołówka zlecona agencji reklamowej Coldpen do filmu *Nim diabeł dowie się, że nie żyjesz* (*Before the Devil Knows You're Dead*, 2007). Podaję za Horak, 2014, s. 6.

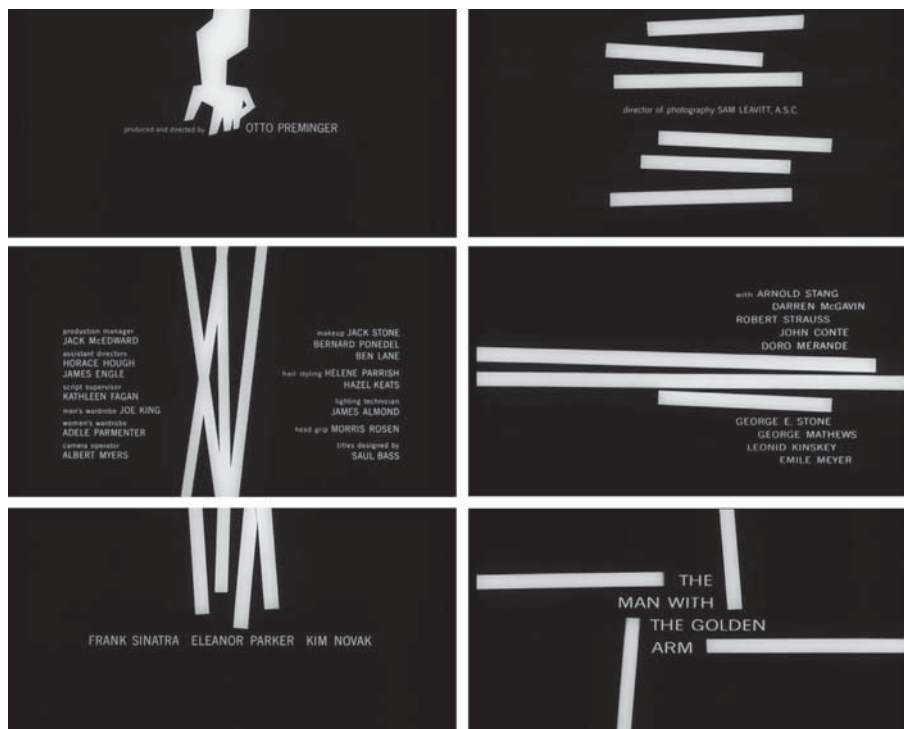
Bass i Preminger¹⁰: *Złotoręki* (1955) i *Anatomia morderstwa* (1959)

Pomysłowość czołówki *Złotoręki* wiąże się z wprowadzeniem układu horyzontalnych i wertykalnych białych pasków, może drążków, w miarę rozwoju sekwencji początkowej schodzących się i nakładających na siebie nawzajem. Ostatecznie biała grafika na czarnym tle eskaluje w wygiętą i jednocześnie przykurczoną rękę z rozczapierzonymi palcami. Paul Overy, referując po latach zasady kierunku sztuki De Stijl, tak opisującywał zasadę redukcjonizmu plastycznego, może najbardziej widoczną w Mondrianowskich cyklach drzew, katedr czy wydm: „była drogą prowadzącą do naturalistycznego przedstawiania pejzażu poprzez kolejne uproszczenia, kolejne uogólnienia, do układów czysto abstrakcyjnych, których ostatnim wyrazem były przecinające się pion i poziomy” (Overy, 1979). Czołówka Bassa, operując czernią i bielą (w rozumieniu Mondriana, nie kolorami), sięgała właśnie po taki obraz w stanie czystym. Pole do interpretacji białych pasków zawężone zostaje przez tytuł filmu: złotoręki w poetyckiej trawestacji ukrywa nałóg narkomana (ale może odnosić się też do zawodu Frankiego, grającego na perkusji). Kreski (być może kokainy) przechodzące w skurczoną rękę (być może po zastrzyku z narkotykiem) materializują nałóg, który w filmie ani razu nie zostaje pokazany. Bohater (w tej roli Frank Sinatra) cierpi fizycznie i psychicznie, ale temat wizualizacji przyczyny nadal jest tabuizowany. Saul Bass, wspominając okoliczności realizacji tego konkretnego zlecenia, podkreślał, że celem było osiągnięcie przekonującego, ale surowego skrótu, formy poszarpanej, chaotycznej i oderwanej, mającej oddawać percepcję bohatera, człowieka uzależnionego od hazardu i narkotyków¹¹. Rytm pojawiających się krzywych podporządkowany był równolegle powstającej jazzowej kompozycji Elmera Bernsteina. Ostatecznie logika obrazu w ciągu minuty i trzydziestu sekund biegłaby od redukcji do figuracji, od abstrakcyjnego wzoru do symbolicznego przedstawienia.

Czarno-biały dramat sądowy *Anatomia morderstwa* z Jamesem Stewartem w roli adwokata mężczyzny oskarżonego o morderstwo rozpoczyna ikonograficzna metonimia: przestępstwo identyczne jest tutaj ze skutkiem działania, figuratywnym skrótem ciała ofiary, pokawałkowaną bryłą powstałą w miejscu oznaczenia przez ekipę dochodzeniową; miejscu dokonania zbrodni czy też miejscu, w którym znalezione zostało ciało denata. Prawniczy termin *corpus delicti*, oznaczający przedmiot, dowód rzeczowy czy po prostu ślad przestępstwa, tu przyjmuje postać rozczłonkowanego korpusu. Jego poszczególne części i kończyny stają się „ekranami projekcyjnymi” dla kolejnych nazwisk członków ekipy. Ta decyzja zdaje się uruchamiać bezpośrednie powiązanie z zadaniowością rozpisaną w diegezie filmu: „głową” próbującą rozwikłać przebieg zdarzenia jest aktor wcielający się w postać

¹⁰ Współpracowali również przy *Witaj smutku* (*Bonjour Tristesse*, 1958) i późniejszym *Czynnikiem ludzkim* (*The Human Factor*, 1979). Bass, zanim zaczął realizować czołówki dla Premingera, zajmował się promocją i reklamą jego wcześniejszych filmów. Pokawałkowany korpus z projektu Bassa został „splagiatowany”, a może po prostu powtórzony przez Arta Simsa w hołdzie dla żyjącego jeszcze wówczas Bassa w czołówce filmowej i plakacie do *Ślepego zautka* (*Clockers*, reż. Spike Lee, 1995).

¹¹ Podaję za Pat Kirkham, *Saul Bass. A life in film design*, <http://www.artofthetitle.com/title/the-man-with-the-golden-arm/> (dostęp: 02.11.2016).



Czołówka Saula Bassa do filmu Złotoreki, reż. Otto Preminger

prawnika (Stewart). Kolejne wiązania między wykonawcą roli i wyborem odpowiedniej kończyny, na której „wyświetlają” się nazwiska pozostałych aktorów, ale i autora zdjęć (Sam Leavitt) czy kompozytora muzyki (Duke Ellington), nie są już tak konsekwentne. Bo i następane stadium zaintrygowania odbiorcy tym, co zaraz zobaczy, tkwi już w innym komponencie: w postępującej dezintegracji graficznego zarysu ciała ofiary. Nie wystarcza już dekapitacja i amputacja. Kolejny etap to wyzyskiwanie efektu wycinanki, szatkowanie, cięcie. Powstaje obraz, który już nie chce złożyć się w całość. Z figuratywności przechodzimy w abstrakcję. Z niej jednak wychodzą w stronę widza nieudolnie wyciągnięte i coraz bardziej przybliżające się ręce. Sięgają też po nas. A może właśnie są niemym wołaniem o pomoc? Zbrodnię poprzedzał gwałt i to gwałt był bezpośrednią przyczyną wymierzonej kary/zbrodni (postępowanie przed sądem ma dowieść, czy sprawca znajdował się w stanie czasowej niepoczytalności, działał w afekcie czy z premedytacją) Nie ma więc jednej ofiary. Nic nie jest czarno-białe. Ofiarę gwałtu, młodą, atrakcyjną kobietę, żonę oskarżonego o zbrodnię amerykańskiego żołnierza w stopniu porucznika, trudno odbierać przez pryzmat cierpienia, bólu i upokorzenia. Podejrzewa się ją raczej o flirtowanie, zachęcanie, ułatwianie. Dopiero uczestnictwo w procesie sądowym i kolejne próby upokorzenia, tym razem z ramienia prokuratora, pokazują jej bezradność, dopuszczalną wiktymizację w ramach społeczeństwa patriarchalnego. Ręce wyciągające się w stronę widza mogą należeć do niej. Gest może



Czołówka Saula Bassa do filmu Anatomia morderstwa, reż. Otto Preminger

powtarzać też przemoc, której padła ofiarą. Jeżeli celem było wywołanie uczucia zagrożenia, to jednocześnie wzięte zostaje ono w nawias dzięki ramie dziecięcej zabawy, wycinanki. Tytułowa anatomia (z gr. *anatomē* – sekcja (zwłok), krajanie) jest tropem językowym zamykającym w jednym hasle procedurę rozczłonkowania przestępstwa na części pierwsze. To też punkt wyjścia do ciała ofiary-układanki. Poprzedzające puzzle, znajdujące się nie na swoim miejscu, zostają tymczasowo odłożone niczym na margines notatnika. W oczekiwaniu, że wreszcie dadzą odpowiedź. Same ułożą się w rozwiązanie intrygi.

Bass i Hitch: *Zawrót głowy* (1958), *Północ, północny zachód* (1959) i *Psychoza* (1960)

Współpraca reformatora czołówek filmowej i konsekrowanego przez francuską *nouvelle vague* autora z Hollywood (choć przecież jednocześnie i z Wielkiej Brytanii), Bassa i Hitcha, obejmuje tylko trzy filmy. Trudno jednak wyobrazić

sobie je bez sygnatury tego konkretnego projektanta graficznego. Paradoksalnie w przypadku pierwszego z obrazów, rewolucyjnego pod wieloma względami *Zawrotu głowy*, udział ten jest najmniejszy, bo dzielony jeszcze z prekursorskim wkładem animacji Johna Whitneya¹², amerykańskiego animatora, kompozytora i wynalazcy uważanego za jednego z twórców animacji komputerowej. Bass na pewno odpowiadał za całościowy projekt sekwencji początkowej, w tym za wybór słynnych Hitchcockowskich oczu, które są stałym motywem też innych filmów mistrza suspensu. Czołówka zaczyna się mapowaniem kobiecej twarzy: obiekt jest nieruchomy, jak w potrzasku, nie jest w stanie się poruszyć. Jedynym żywym elementem tego haptycznego krajobrazu są wprawdzie lekko drżące usta, potem już tylko oczy, póki same nie staną się ekranem dla zjawiających się z wnętrza obrazu i oka krzywych geometrycznych. Napisy zaczynają pojawiać się w centrum twarzy Kim Novak, odtwórczyni roli Madeleine i Judy. Nad ustami, na czole, wreszcie w „ekranach duszy”. Za niepokojącą topografię kadru w największym stopniu odpowiada właśnie makrodetal czy też plan wielki kobiecego oka. Afekt sprowadzony zostaje do podstawowego odruchu szeroko otwartego, nieruchomego ośrodka percepcji. Widzenie, postrzeganie w stanie motorycznego zawieszenia odbija przecież i sytuację widza przed ekranem. Czołówka koncentruje się na tym aspekcie medium, który warunkuje istnienie kina.

Niepokojąca muzyka Bernarda Herrmanna podkreśla wysoki stopień odewniania, obcości obiektu twarzy i generowanych krzywych. Przywołuje na myśl awangardową poezję wizualną spod znaku Oskara Fischingera¹³. Ambitne wizualizacje Johna Whitneya w niczym jej nie ustępują. Ten ostatni całe życie łączył działania technologiczne z artystycznymi, przystosował na przykład wojenny radar na potrzeby „domowego” komputera analogowego. To ta maszyna dała podstawy do uzyskania eliptycznego i spiralnego rysunku krzywych. Efekt wydaje się mieć bezpośredni związek ze stanem katatonii i hipnozy. Wygenerowane komputerowo krzywe, które Bass w jednym z wywiadów precyzyjnie nazwał krzywymi Lissajousa, przyznając się do fascynacji tymi wytworami dziewiętnastowiecznej geometrii, mają więcej niż jednego autora. I to nawet wówczas, gdy Hitchcocka odsuniemy na chwilę w cień. Niektórym badaczom udaje się zejść z tego poziomu matematyczno-eksperymentalnego w „odmęty” konkretnych rozwiązań wizualnych „ze środka” filmu: w spiralny splot układa się też kok Charlotty i uczesanie siedzącej przed jej obrazem Madeleine/Judy, spirale wracają w strukturze schodów wieży, na której kończy się egzystencja Madeleine i która daje życie Judy (Horak, 2014, s. 182). Zdaniem innych kluczowy i tak jest ostatecznie niepokój, jaki wywołuje w widzu czołówka: strach przed niemożliwością zdekodowania zjawiających się obrazów (Horak, 2014, s. 184).

¹² <http://www.artofthetitle.com/title/vertigo/> Informacje o Johnie Withneju można znaleźć między innymi tu: https://creators.vice.com/en_us/article/jpd4ky/original-creators-visionary-computer-animator-john-whitney-sr (dostęp: 11.11.2016).

¹³ Na ten trop naprowadza między innymi Emily King. Sam Whitney jest autorem próby teoretycznego uchwycenia wizualnej muzyki. Zob: J. Whitney: *Digital Harmony: On the Complementarity of Music and Visual Art*, Peterborough: McGraw-Hill 1980.

Jest jeden zasadniczy powód, dla którego warto choćby tylko wspomnieć o filmie *Północ, północny zachód*: jego bohaterem jest nie kto inny jak grafik właśnie, Roger Thornhill. Nie widzimy go co prawda ani razu przy pracy, ale dowodzi swojego fachu i tożsamości, kilkakrotnie sięgając po rekwizyt zaprojektowanego przez siebie pudełka zapalek z charakterystycznym logotypem, a może nawet przykładem identyfikacji wizualnej. Jego profesja – wobec labiryntowego układu wydarzeń, w które zostaje wciągnięty – wydaje się ostatecznie drugorzędna. Francois Truffaut na potrzeby wywiadu rzeki z Hitchcockiem tak streścił główną oś fabuły: „amerykański kontrwywiad zmuszony jest wymyślić agenta, który nie istnieje. Ów agent ma [...] nazwisko – Kaplan – wynajęty apartament hotelowy, garnitury, ale fizycznie go nie ma. Kiedy więc – w wyniku nieporozumienia – pracownik reklamy Cary Grant zostaje wzięty przez grupę szpiegów za owego poszukiwanego Kaplana, nie jest w stanie udowodnić tej pomyłki ani im, ani policji” (Truffaut, Scott, 2005, s. 234). Czego wobec tego dowiadujemy się z samej czołówki? Ukośne, przecinające się linie powstają na oczach widza. Dynamiczna animacja, ponownie o quasi-awangardowym pozorze, zsynchronizowana jest ze ścieżką muzyczną. Napisy początkowe, wzorem powstałej siatki, też balansują w układzie diagonalnym. To rozwiązanie pozwala osadzić tytułowy kierunek geograficzny, którego podobno nie wskazuje kompas i dla którego Hitchcock w strukturze filmu znalazł namiastkę alibi na prawach krótkiego wizualnego sygnału: zadbał o to, by w jednej ze scen Thornhill ociągał się przy okienku linii lotniczych Northwest Airlines. Charakterystyczny zapis tytułu z wektorami osadzonymi w pierwszej i ostatniej literze frazy stwarza domniemanie zakresu „nigdzie” i „wszędzie”, wszak mamy do czynienia z dwoma wykluczającymi się ostatecznie kierunkami. Tłem dla kolejnych składowych napisów początkowych staje się fasada rzeczywiście „zdyktego” szklanego wieżowca. Przegląda się w niej życie metropolii. Przejście między siatką linii, ścianą okien a odbiciem spieszących się ludzi jest łagodne i naturalne. Grafika ustępuje miejsca ujęciu ustanawiającemu.

Patrick McGilligan w *Alfred Hitchcock. Życie w ciemności i w pełnym świetle* (2005, s. 720), denotując tytuł filmu, podrzuca jeszcze sugerowany przez reżysera *Ptaków* (1963) trop szekspirowski, cytując źródło:

Hamlet Akt II, scena 2

Hamlet: Mój stryj-ojciec i moja ciotka-matka zostali wywiedzeni w pole.

Guildestern: Czym, panie mój drogi?

Hamlet: Jestem opłakany jedynie z północnego zachodu, lecz gdy wieje wiatr południowy, odróżniam jastrzębia od gołębia. (w tłumaczeniu Macieja Słomczyńskiego)

lub

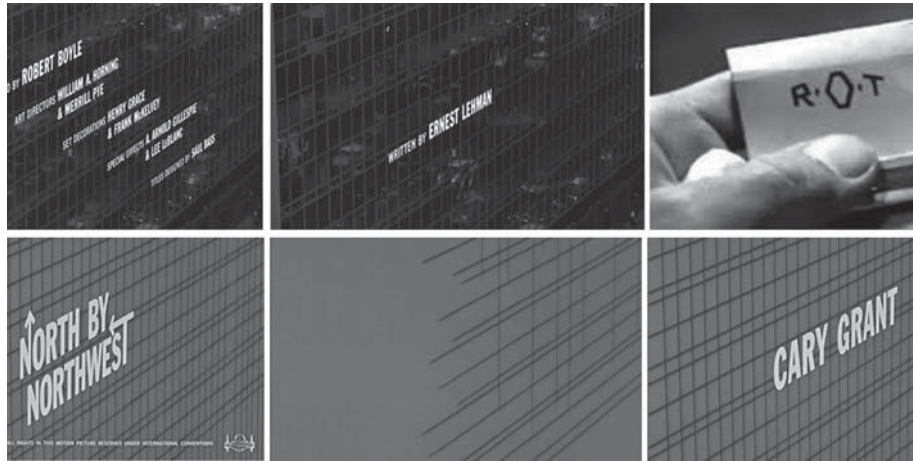
Obłąd dokucza mi jedynie przy wietrze północno-zachodnim. (w tłumaczeniu Stanisława Barańczaka)

Hamlet mimo werbalnego szaleństwa rzeczywistość wokół siebie próbuje reżyserować: zaprasza trupę aktorów z *Putapką na myszy*, sabotuje wymierzone przeciw sobie działania (Klaudiusza, Poloniusza i innych). Świat dla Thornhilla, od kiedy został wzięty za Kapłana, dryfuje w kierunku, którego nie zna. Na zmieniającą się błyskawicznie sytuację musi reagować niemal bez chwili zastanowienia, jak w najsłynniejszej scenie ucieczki przed atakującym go z powietrza samolotem. Czołówka w relacji do filmu też jedynie zarzuca sieć.

Ostatni przykład współpracy Bassa i Hitchcocka to *Psychoza*. Najprostsza i najbardziej ascetyczna z wszystkich trzech, we wspomnieniach współpracowników jest przede wszystkim dowodem pracy ręcznej: przechodzące przez ekran szare pasy przypominające rozstrojony odbiornik telewizyjny uzyskane zostały za pomocą sfilmowania pomalowanych na czarno aluminiowych drążków skrupulatnie i precyzyjnie przesuwanych na tle białej sklejki (Horak, 2014, s. 116). Efekt wizualizuje rozstrój nerwowy Normana Batesa, zakłócenia w percepcji, w przetwarzaniu sygnałów płynących z rzeczywistości. Biegun porządku i chaosu obejmuje też typografię, słowne struktury wizualne wypadają z formy. Chronologicznie ostatnią czołówką Bassa była ta do remake'u Gusa Van Santa pod tytułem *Psychol* (1998). Formalnie to ta sama czołówka, co opisana powyżej, w której wertykalne i ho-



Czołówka Saula Bassa do filmu *Vertigo*, reż. Alfred Hitchcock



Czołówka Saula Bassa do filmu *Północ, północny zachód*, reż. Alfred Hitchcock

ryzonalne pasy – zamiast szarych – przemianowane zostały na zielone. Warto dodać, że plakat wybrany przez Hitchcocka do promocji filmu był zaprzeczeniem owej strukturalnej ascezy, eksplorował roznegliżowane ciało Janet Leigh z początkowej sekwencji hotelowego spotkania z kochankiem. Negliż tożsamy był wówczas z bielizną, dość powiedzieć, że nadal konserwatywną, jak na czasy po *I bóg stworzył kobietę* Rogera Vadima (1956), ale nadal konotującą wyzwolenie w typie kina quasi-pornograficznego.

Antonioni patrzy na Bonda

W powszechnym odbiorze czołówki, które są pamiętane niemal przez każdego widza, to sekwencje początkowe filmowych przygód Jamesa Bonda. Ich pochodzenie zaczyna się w 1962 roku, wraz z pierwszą ekranizacją powieści Iana Fleminga, *Doktora No*, w reżyserii Terence'a Younga – i trwa do dzisiaj. Trzy pierwsze kolejne części „Bondów” wydają się najważniejsze w perspektywie tworzenia pewnego rozpoznawalnego wzoru, *brandu*. We wszystkich trzech w roli szpiega brytyjskiej królowej wystąpił Sean Connery. Autorem czołówki pierwszego z filmów był Maurice Binder, jak i zresztą 13 innych przygotowujących widzów na przygody najśłynniejszego szpiega monarchii brytyjskiej. Binder przejął nad nimi monopol do chwili swojej śmierci w 1991 roku. Jedynie *Pozdrowienia z Rosji* (1963) w reżyserii Terence'a Younga i *Goldfinger* (1962) w reżyserii Guya Hamiltona stanowiły wyjątki w tym monolocie. Za ich sekwencje początkowe odpowiadał inny amerykański grafik, Robert Brownjohn, absolwent chicagowskiego Institute of Design, który na początku lat sześćdziesiątych doskonale odnalazł się w środowisku Swingującego Londynu.

Binder stoi na pewno za, kontynuowaną również w czołówkach Brownjohna i wszystkich późniejszych, charakterystyczną „gun barrel sequence”, będącą syntetycznym efektem montażu elementów graficznych i mini etudy aktorskiej.

Przejsie z poziomu graficznej czarno-białej kompozycji kadru do rozpoznawalnej sygnatury strzelającego w kierunku widza mężczyzny jest płynne. Przesuwające się z lewej części kadru dwa okrągłe białe punkty, schodzące ostatecznie w jeden, okazują się otworem strzelby lub pistoletu, trzymającej na celowniku spokojnie idącego mężczyznę w garniturze i kapeluszu. We wszystkich trzech wskazanych tu częściach „Bonda” w rolę namierzonego szpiega nie wcielił się Connery, ale brytyjski kaskader Bob Simmons. Działa w tej sekwencji zasada szoku, na której zostało już oparte słynne rozwiązanie z *Napadu na ekspres* w reżyserii Edwina Portera (1903) (między innymi Chapman, 2000): mężczyzna nagle zatrzymuje się i strzela w naszym kierunku. Otoczenie otworu zalewa czerwona farba (czy też, jak chcieliby chyba twórcy: ekran spływa krwią). Ponownie, już tylko abstrakcyjna, biała, okrągła plama osuwa się w dół kadru. Klarowne określenie pozycji widza „wewnątrz lufy” zawieszają jednocześnie dekoracyjność tego rozwiązania: otoczenie otworu nie jest jednolite. Przypomina zwinięte i nie przystające do siebie pióra¹⁴ albo przetworzony i znany z kina niemego znak interpunkcyjny – przesłone obiektywu (*diafragma iris*) – co ostatecznie ma służyć plastycznemu przedstawieniu gwintowania wnętrza broni. Widz patrzy okiem domniemanego zabójcy. Zostaje wciągnięty do gry i już z tego powodu, że patrzy, nie jest niewinny.

Powtarzany następnie w kolejnych czołówkach koncept Bindera nie jest „streszczeniem” całej czołówki *Doktora No*. Jej anonsująca twórców zasadnicza część blińska jest zabawie formalnej. Składa się na nią stroboskopowa animacja abstrakcyjnych kolorowych figur: kótek, czworoboków z zaokrąglonymi kątami, wszystkich zasadniczo bliskich literze „O”, podwójnie obecnej w tytule filmu. Emily King przypomina, że pierwsze przygody Jamesa Bonda miały konkurować z programami telewizyjnymi, a do prostych animowanych elementów graficznych służących zapowiedzi i oznaczeniu poszczególnych programów telewizyjnych widz w tamtym czasie był przyzwyczajony. Nowością była jednak jakość, którą proponowali twórcy *Doktora No*, zarówno sygnał transmisji telewizyjnej, jak i format ekranu telewizyjnego pozostawiały bowiem jeszcze wiele do życzenia.

W *Pozdrowieniach z Rosji* Terence’a Younga z 1963 roku po powtórzonej za Binderem „sekwencji z wnętrza lufy pistoletu” pojawia się mniej więcej dwuipół-minutowa sekwencja przedwstępna: Bond jest śledzony w jakimś otoczeniu pałacowo-parkowym i ostatecznie zostaje pokonany (uduszony linką). Dopiero wtedy widz jest świadkiem ściągnięcia z twarzy denata maski i demaskacji nie tyle fałszerstwa, co prowadzonych przygotowań perfekcyjnego zabójstwa postaci ponownie odgrywanej przez Seana Connery’ego. Rozwiązanie, dzięki któremu Robert Brownjohn został zapamiętany, to następująca później projekcja raz białych, naprzemiennie kilkukolorowych napisów początkowych bezpośrednio na ciało tańczącej modelki. W *Sex and Typography*, artykule, który Brownjohn opublikował na łamach pisma „Typographica”, grafik wspominał, że przygotowując projekt do

¹⁴ W jednym z wywiadów Binder wskazał na naklejki z metkownicy – nad pomysłem pracował tuż przed spotkaniem z producentami filmu i do projektu wykorzystał to, co miał akurat pod ręką. Zob. J. Chapman, (2000). *Licence to Thrill: A Cultural History of the James Bond Films*, Columbia, s. 61.

Bonda mógł wybierać tylko między przemocą i seksem. I wybrał to drugie (King, 2004). Trafnie pónagie kobiece ciało wskazał jako najbardziej znaczący parametr serii filmów o Bondzie. Modelka, która stanowi bierny ekran projekcyjny, jest tą jedyną formą kobiecości akceptowalną w mizoginicznym świecie przedstawionym filmu. Trudno powiedzieć, żeby Brownjohn negocjował ten status quo. Uczynił z niego co najwyżej igrzysko zabawy konstruktywistycznej, w której bezpośrednio przeglądają się eksperymenty niemieckiego Bauhasu, na czele z fotogramami László Moholy-Nagy'ego¹⁵. Kobiece ciało jest kolonizowane przez napisy początkowe, sprawdzane pod kątem przydatności i czytelności. Najbardziej użyteczne są partie pleców, brzucha. Każda z decyzji kawałkuje ciało modelki, pozbawia tożsamości, uprzedmiotawia. Napisy ślizgają się po jej ciele, tak jak męskie spojrzenia – widać to zwłaszcza, gdy przesuwały się po wewnętrznej stronie ud. Kiedy ruchy modelki stają się gwałtowniejsze, kolejne nazwiska ekipy drżą razem z jej ciałem, a roszczenie czytelności przestaje obowiązywać. Bliskie gestowi artystycznemu pozostają jednak te fragmenty czołówki, które modelkę każą widzieć jako żywy obiekt sztuki, ze względu na permanentności siatki napisów przez chwilę jej performance ociera się o *body art*.

Kolejny obiekt męskiej fantazji ustaliła sekwencja początkowa do tylko rok późniejszego filmu *Goldfinger* Guya Hamiltona. Tryb pomysłu jest podobny. Tym razem, co znaczące w kontekście tytułu i jednego z wątków filmu, modelka, znana z imienia i nazwiska Margaret Nolan, wymalowana zostaje od stóp do głów na złoty kolor. Występuje ona zresztą w pomniejszej roli masażystki Bondy, niejakej Dink, i pojawia się dosłownie w kilku scenach. W geście zemsty za zbyt bliskie kontakty z Bondem i zdradę tytułowego czarnego charakteru ginie natomiast bohaterka o imieniu Jill: kochanek znajduje ją martwą w łóżku, wymalowaną złotą farbą, a domniemaną przyczyną śmierci jest uduszenie, wszak farba zatkała wszystkie pory skóry. Jest więc uzasadnienie diegetyczne dla skąpo ubranej Nolan z czołówki, której ciało tym razem staje się ekranem projekcyjnym już nie dla napisów, ale poszczególnych sekwencji filmowych. Efekt jest atrakcyjny nawet po latach – ciało kobiece występuje tu w funkcji krajobrazu, lokacji dla innych obrazów. Pierwszą twarzą wyświetloną na złotych dłoniach złożonych niczym do modlitwy jest tytułowy Goldfinger. Napięcie, jakie powstaje między płaszczyzną skóry dziewczyny i tym, co jest na nią projektowane, jak twarz Seana Connery'ego w pozycji *en face* na lewym profilu Nolan, nie ustępuje właściwie do końca trwania tego wizualnego konceptu. Ustawienie ciała dziewczyny chwilami łudząco przypomina jońskie kariatydy, ale i permanentnie balansuje między dziwnością, obcością i oswojeniem ujęcia tego, co męskie na kobiecym tle. Wyświetlane obrazy nie są nieruchome, często w ramach jednej pozycji ciała modelki wyświetlana jest fraza ujęcie–przeciwujęcie. Modelka siedzi, leży, z nogą podkurczoną, a kiedy indziej wyprostowaną. Jest zwrócona ku przodowi, odwrócona. Jej ruchy niczym właściwie nie różnią się

¹⁵ Brownjohn jako absolwent Institute of Design był w prostej linii uczniem bauhausowskiego projektu Gropiusa: szkoła amerykańska znana była też jako New Bauhaus (1937). Nauczycielem Bj, jak go w skrócie nazywano, był właśnie László Moholy-Nagy. Zobacz między innymi świetnie zarchiwizowaną stronę Brownjohna: <http://robertbrownjohn.com/> (dostęp: 20.11.2016).

od pozowania w pracowni plastycznej. Przekracza to podobieństwo tylko jedna sekwencja. Na prawach metafory patrzemy na wybuchy cierpliwie znoszone przez nieruchome plecy dziewczyny czy płomień rejestrowane jazdą kamery na jej leżącym ciele. Obecna w jednej ze „śródsekwencji” dwójka mężczyzn – poruszających się przecież niezależnie od kobiecego ciała – wygląda tak, jak gdyby się po nim wspięła. Kiedy jednak na twarzy Nolan wyświetlona zostanie maska samochodu, a numer rejestracyjny idealnie przylgnie do jej ust, zacznie dominować warunek sadystyczny. Nie jest on obcy wszystkim filmowym przedstawieniom Bonda. Ta czołówka jednak go podkreśla i uwypukla: nieruchoma dziewczyna z przymkniętymi powiekami równie dobrze mogłaby być związana. Komentuje i osłabia ten wydźwięk stale rozbrzmiewająca piosenka wykonywana przez Shirley Bassey. Za próbą poczucia humoru trzeba uznać też mimo wszystko trajektorię ruchu piłeczki golfowej – ta wystrzelona „toczy się” po ciele dziewczyny, pokonując drogę od ramienia do jej piersi. „Strzał” następuje bezpośrednio po pojawieniu się nazwiska Brownjohna jako autora sekwencji początkowej.

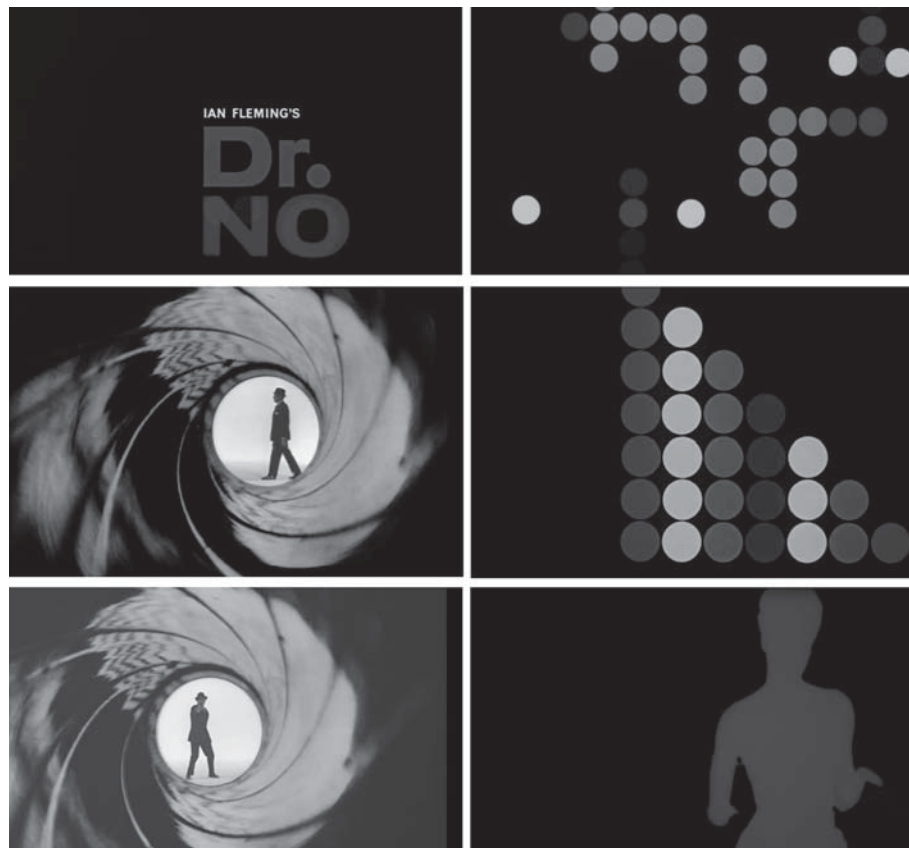
Co podkreśla Emily King, a co pokazuje pewne ograniczenie nowatorskich pomysłów Brownjohna, to fakt, że nie ma żadnego punktu wspólnego między nowoczesnością czołówek a stylem wizualnym filmów, które zapowiadają (King, 2004). Prace Bindera i Brownjohna stanowią właściwie samodzielne, niejako autotematyczne twory, w których głównym tematem pozostaje fantazja artystyczna projektanta, który za cel wziął sobie ożywienie „martwego” ciała filmu.

Postać Roberta Brownjohna stanowić może natomiast punkt wspólny z filmem spoza sagi o Bondzie, spoza kina szpiegowskiego czy sensacyjnego, a mianowicie z pierwszym angielskojęzycznym filmem Michelangelo Antonioniego, *Powiększeniem* (1966). Opowieść o 24 godzinach z życia londyńskiego fotografa mody (David Hemmings) w partiach, w których swobodnie adaptuje wątki *Babiego lata* Julio Cortazara, można nazwać rozszerzonym kinem kryminalnym, utkanym z pytań ontologicznych i epistemologicznych jednocześnie. Czołówka poprzedzająca sekwencję, w której po raz pierwszy widzimy grupę mimów, korzysta tylko z dwóch środków: ustanawiającego ujęcia zielonej połaci trawy i czcionki napisów początkowych, przez którą wyraźnie przebija inny świat. W „rozstrzelonych” literach uważny widz dojrzy prefigurację sesji, „chleb powszedni” zawodowej egzystencji Thomasa. W centrum widać modelkę na jakimś pomoście lub scenie, choć nie jest to z pewnością Veruschka, i fotografa odwróconego tyłem, z aparatem w dłoni, aktywnie zarządzającego wydarzeniem – niczym mistrz ceremonii. Jeżeli jest to sygnatura świata pozafilmowego, to w miejsce człowieka z aparatem filmowym można świadomie podstawić Brownjohna asystującego sesji do czołówek z dwóch filmów o Bondzie. Antonioniowski Thomas ma silne korzenie w rzeczywistości pozakinowej i najczęściej łączony jest z fotografikiem Davidem Baileyem. Jednak ikonograficznych czy też portretowych tropów jest tu więcej: bardziej niż do Baileya (do którego łudząco podobny wydaje się Terence Stamp z tamtego czasu, przez chwilę przewidywany do roli Bonda po Seanie Connerym) Hemmings podobny jest właśnie do Brownjohna z epoki Swingującego Londynu. Siatka powią-

zań bez wątplenia istnieje, chociaż Antonioniemu (i współscenarzyście Toninowi Guerze) baza rzeczywistości służyła jedynie za punkt wyjścia do przechwycenia parametrów kondycji człowieka ponowoczesnego. Idiomelem tego stadium cywilizacyjnego biegnącego od projektu jest Thomas na koncercie The Yardbirds rzucający się w tłum po gryf gitary i po chwili bez wahania pozbywający się na ulicy nie fetyszu, ale niepotrzebnego rekwizytu.

Czołówka jako dzieło w ruchu

Oddolne dążenia kina popularnego do emancypacji jego poszczególnych elementów składowych, które w drugiej połowie lat pięćdziesiątych i w latach sześćdziesiątych objęły również ewolucję czołówki filmowej, chcąc nie chcąc spotykały się na scenie kinematograficznej konfrontacji z przeżywającym swoje apogeum kinem autorskim. Wprowadzona przez artystów grafików autorska sygnatura sekwencji początkowych w filmach kryminalnych, sensacyjnych i szpiegowskich –



Czołówka Maurice'a Bindera do filmu Dr. No, reż. Terence Young

Forget the film, watch the title credits! Wprowadzenie do czołówki filmowej.



Czołówka Roberta Brownjohna do filmu *Pozdrowienia z Rosji*, reż. Terence Young

lub takich, które dzięki różnym pomysłom wizualnym i narracyjnym aspirowały do nowatorskiej formuły kina gatunkowego, jak miało to miejsce w przypadku wszystkich filmów Hitchcocka – jest odkrywana również w filmach eksplorujących doświadczenia biograficzne, formy refleksywne, nie stroniących od pułapu problemów natury egzystencjalnej i filozoficznej, które zwykle określać się mianem kina autorskiego. Te z kolei, nieustannie przesuwając granice i formy wypowiedzi artystycznej, również eksplorowały sekwencję początkową, niekiedy uzyskując efekt tak spektakularnej hermetyczności jak Bergman w *Personie* z 1966 roku (jeżeli oczywiście sekwencję przedwstępną, *cold open*, uznać w tym przypadku za część czołówki, a nie ekspozycję fabuły). Inne ciekawe stadium procesu radykalizacji środków, w którym czołówka jest widzialna i zyskuje niemal rangę broni politycznej, ma miejsce w *Wszystko w porządku* Jeana-Luca Godarda i Jeana-Pierre'a Gorina (1972). Poza tym, że w tle czarnych tablic z migającą biało-czerwono-niebieską czcionką¹⁶ tytułu i nazwiskami kolejnych członków ekipy słyszymy techniczne komendy z planu, kluczowa jest wizualizacja *billing sheets*: anonimo-

¹⁶ Składającej się na prosty typograficzny komunikat: „Wszystko w porządku, Francjo”. Za pomocą tej samej trójkolorowej czcionki zakreślony zostaje przedział czasowy od maja 1968 do maja 1972 roku.



Czołówka Roberta Brownjohna do filmu *Goldfinger*, reż. Guy Hamilton

wa dłoń podpisuje i odrywa kolejne strony książeczki czekowej rozpisanej według specyfikacji kosztów reżyserii, scenariusza, zdjęć, dźwięku, asystentury, produkcji, montażu, taśmy, oświetlenia, techników, dekoracji, kostiumów, wynajęcia atelier, laboratoriów, efektów specjalnych, muzyki, składek społecznych, kosztów różnych¹⁷. Rekwizyt zawiadujący rzeczywistymi nakładami finansowymi (blankiet czeku gotówkowego równy liście płac), co zrozumiałe, na plan pierwszy wysuwa aspekt ekonomiczny, w podwójnym znaczeniu, bo już hierarchia napisów stwarza symboliczny kapitał, który może zostać później przekuty w kapitał całkiem realny. Trudno nie zgodzić się z Alexandrem Zonsem, że już kolejność ukazywania się napisów jest równie ważna co wielkość czcionki (2010, s. 222). Demaskację aspektu ekonomicznego w przypadku *Wszystko w porządku* należy zaliczyć do tego samego zestawu narzędzi co zatrudnienie na jego planie „międzynarodowych gwiazd”, Jane Fondy i Ivesa Montanda. Taka czołówka dubluje samozwrotny zamysł całego filmu, który w większym stopniu niż ciekawą formą estetyczną jest ulotką, tablicą, obwieszczeniem. Bardziej współczesny i jednocześnie bardziej jednowymiarowy

¹⁷ Choć twórcy koncentrują uwagę widza na czołówce, to w kosztach filmu nie zostaje ona ostatecznie wyszczególniona. Jest w tym wykładnia „europejskiego” autorstwa filmu, w którym gest reżyserski jest totalny i „wchodzi” również na pierwsze i ostatnie sekundy filmu.



Czołówka do filmu Powiększenie reż. Michelangelo Antonioni

przykład podobnej gry z czołówką filmową to *Węgry 2011* (2012), zjadliwa etiuda György'a Pálfięgo. Ten krótkometrażowy film przypomina czołówkę wysokobudżetowej superprodukcji, spuentowaną informacją, że ze względu na brak dotacji reszta filmu nie powstała.

Czołówka to partia filmu ściśle związana z dopuszczeniem do głosu grupy profesjonalistów (poza Bassem, Binderem i Brownjohnem, podsumowując lata sześćdziesiąte, wymienić należałoby choćby jeszcze współpracującego z Kubrickiem Pablo Ferro¹⁸), ale i z postępowaniem technologicznym. Metody tworzenia sekwencji początkowych, nierzadko też końcowych, zmieniały się, na przestrzeni czasu anektując przykłady pomysłów manualnych (rysunków i innych technik graficznych), animacje poklatkowe i wręcz krótkie filmy animowane (*Różowa pantera*, 1963, reż. Blake Edwards), ujęcia realizowane bezpośrednio dla potrzeb czołówki, stopklatki, różne elementy projekcji z zarejestrowanego i zmontowanego już materiału filmo-

¹⁸ Mając świadomość, że nazwisk tych jest znacznie więcej. Valerntina Re wymienia ponadto Jeana Foucheta, Wayne'a Fitzgeralda czy Dana Perry'ego. Zob. <http://www.necsus-ejms.org/saul-bass-participatory-culture-opening-title-sequences-contemporary-tv-series/> (dostęp: 20.10.2016).

wego, deformacje obrazu uzyskane za pomocą nieostrzących obiektywów i różne inne efekty specjalne powstałe w procesie postprodukcji. Do tego dochodzi bogactwo zastosowań reguł typograficznych, nie tylko w odniesieniu do początków kina nadal pozwalające mówić o kinetycznej typografii (King, 2004, s. 20), modyfikowanie zasad kompozycji układu całości, używanie lub eliminowanie warstwy obrazów stanowiącej podkład dla użytej czcionki. Istotne zawsze są też „małe” pomysły narracyjne albo graficzne anomalie czy niekonsekwencje (między innymi Horak, 2014, s. 82). Silenie się na stworzenie rozłącznego podziału przy ofercie stosowanych środków wydaje się bezcelowe. Co w jakimś przynajmniej stopniu pokazały przywołane przykłady, nie działa też matryca gatunku.

Wydaje się, że różne sposoby kształtowania sekwencji początkowej w kinie mainstreamowym ulegają stopniowej redukcji począwszy od lat siedemdziesiątych. Ma to najpewniej związek z fenomenem Kina Nowej Przygody, dla którego znakiem rozpoznawczym na zawsze zostanie wielokrotnie cytowana czołówka *Gwiezdných wojen* (1977, reż. George Lucas). Konieczność dalszej walki na froncie kino–telewizja i wkraczający na scenę praktyk odbiorczych obieg wideo na powrót przyzwyczajają widza do myślenia o tej sekwencji filmu jako nieskomplikowanym wehikule dla różnych późniejszych działań merchandisingowych. Sytuacja ponownie ulega zmianie w latach dziewięćdziesiątych, za sprawą inspirujących pomysłów z filmów takich jak *Siedem* (1995, reż. David Fincher), dochodzących do głosu już w stylizowanym zapisie tytułu *Se7en*, autorstwa Kyle’a Coopera. W rękę projektantów pojawiają się znacznie skracające drogę od pomysłu do realizacji komputerowe programy do edytowania. Te mają się dobrze i w procesie projektowania sekwencji początkowych dzisiejszych telewizyjnych seriali 2.0.

Przedmiotem niniejszego artykułu jest krótki rys historyczny z naciskiem położonym na drugą połowę lat pięćdziesiątych i lata sześćdziesiąte, okres wyjątkowo intensywnego rezonowania kina klasycznego, artystycznego i gatunkowego. Dzisiejszego dynamicznego przyrostu zainteresowania początkowymi (i ostatnimi) metrami taśmy filmowej nadal oczywiście nie można izolować od wzajemnego warunkowania i rywalizacji na styku kina i –telewizji czy kina i magazynów ilustrowanych, prasy codziennej, Internetu. Ale też konwergencji tych wszystkich mediów uczących swoich odbiorców potrzeby ciągłej modyfikacji języka wizualnego. Współczesny kierunek partycypacji w różnych rejestrach wizualności sprzężony jest z powszechnością dostępu do filmów, nawet jeżeli są to tylko niedoskonałe kopie, „nędzne obrazy” (Steyerl, 2013). Te jednak wprowadzone w ponowny obieg niejednokrotnie skutkują szeroką ofertą krótkich form multi- i postmedialnych, a „wyjęta”, przechwycona i wyemancypowana czołówka staje się bliska praktykom kultury remiksu, z jej odbiorcą przygotowanym do „odczytu” i „zapisu” (Lessig, 2009). Nowojorski projektant czołówek Peter Himmelstein rekomenduje studiowanie filmowych czołówek Saula Bassa jako jedyną drogę edukowania się w historii tego medium (Horak, 2014, s. 6). Wariant edukacji, samodoskonalenia aktualny jest też w nurcie partycypacyjnego używania i tworzenia wiedzy w mediach społecznościowych,

w obiegu treści publikowanych przez youtuberów wyposażających swoich odbiorców w tutoriale, samouczki przygotowywania w programach graficznych atrakcyjnych sekwencji początkowych praktycznie przez każdego, w długofalowym planie kwalifikujące użytkowników do awansu, konsekracji, wyłączenia z obiegu nieprofesjonalnego i włączenia do obiegu specjalistycznego¹⁹. Trudno jednak nie zadać pytania, czy wszystkie opisane powyżej losy czołówki filmowej w prostej linii na pewno oznaczają, że każdy może być projektantem czołówki filmowej?

Bibliografia

- Bogdanowich, P. (1997). *Who the Devil Made it*. New York: Ballantines Books.
- Chapman, J. (2000). *Licence to Thrill: A Cultural History of the James Bond Films*. Columbia University Press.
- Dettko, J. (2015). *The Opening Credits as Schriftfilm*, [w:] P. Weibel et al. (red.), *Typemotion. Type as Image in Motion*. Ostfildern: Hatje Cantz Verlag.
- Elsaesser, T., Hagener, M. (2015). *Teoria filmu. Wprowadzenie przez zmysły* (tłum. K. Wojnowski). Kraków: Universitas.
- Horak, J. (2014). *Anatomy of film design*. University Press of Kentucky.
- Genette, G. (1992). *Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia* (tłum. A. Milecki), [w:] H. Markiewicz (red.), *Współczesna teoria badań literackich za granicą. Antologia*. Kraków: Wydawnictwo Literackie, s. 316-369.
- Gray, J. (2010). *Show Sold Separately. Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. Nowy York, London: University Press.
- Gross, R. (2015). *The Graphic Art Of Film Title Design Throughout Cinema History*, <https://designschool.canva.com/blog/film-titles/> (dostęp: 27.11.2016).
- Gwóźdź, A. (2008). *DVD jako paramedium kina, czyli historia kina po nowemu. Na przykładzie filmów Kazimierza Kutza*, [w:] E. Nurczyńska-Fidelska, K. Klejsa (red.), *Kino polskie: reinterpretacje. Historia – ideologia – polityka*. Kraków: Rabid, s. 489-510.
- Gwóźdź, A. (2010). *Obok filmu, między mediami*, [w:] A. Gwóźdź (red.), *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*. Kraków: Universitas.
- Hopfinger, M. (1993). *W laboratorium sztuki XX wieku. O roli słowa i obrazu*. Warszawa: PWN.
- King, E. (2004). *Taking Credit: Film Title Sequences, 1955-1065*.
https://www.typosetheque.com/articles/taking_credit_film_title_sequences_1955-1965_1_contents (dostęp: 20.06.2016).
- Krautkrämer, F. (2010). *Poszerzenie strefy granicznej – paratekst w filmie* (tłum. E. Fiuk), [w:] A. Gwóźdź (red.), *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*. Kraków: Universitas, s. 225-241.
- Lessig, L. (2009). *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce* (tłum. R. Próchniak). Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.
- Matamala, A., Orero, P. (2011). *Opening Credit Sequences: Audio Describing Films within Films*. "International Journal of Translation", vol. 23, no. 2.

¹⁹ Zob. między innymi *After effect journal*: <https://www.youtube.com/watch?v=jpmFiC5JtG8>; *5 Easy Tips For Creating an Awesome Title Sequence*: <https://www.premiumbeat.com/blog/5-easy-tips-for-creating-an-awesome-title-sequence/> (dostęp: 15.11.2016).

- McGilligan, P. (2005). *Alfred Hitchcock. Życie w ciemności i w pełnym świetle* (tłum. J. Matys, A. i A. Nermer, I. Stąpor). Warszawa: Twój Styl.
- Naylor, G. (1988). *Bauhaus* (tłum. E. Biegańska). Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe.
- Overy, P. (1979). *De stijl* (tłum. T. Lechowska), Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe.
- Re, V. (2016). *From Saul Bass to participatory culture: Opening title sequences in contemporary television series*. <http://www.necus-ejms.org/saul-bass-participatory-culture-opening-title-sequences-contemporary-tv-series/> (dostęp: 20.10.2016).
- Steyerl, H. (2013). *W obronie nędznego obrazu* (tłum. Ł. Zaremba). „Polska Sztuka Ludowa. Konteksty” nr 31.
- Szydłowska, A., Misiak, M. (2015). *Panewropa Kometa Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*. Kraków: Karakter.
- Truffaut, F., Scott, H. (2005). *Hitchcock Truffaut* (tłum. T. Lubelski). Izabelin: Świat Literacki.
- Zons, A. (2010). *Czas czołówki* (tłum. M. Saryusz-Wolska), [w:] A. Gwóźdź (red.), *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*. Kraków: Universitas, s. 209-224.

Forget the Film, Watch the Title Credits! **A Case Study from the History of Opening Title Sequence.**

I regard a warning put on the film cans with *The man with a golden arm* by Otto Premingera (1955), „Projectionists, pull curtain before titles” as a symbolic beginning of a visibility, legibility and individuation of a title sequence. This particular recommendation was to change the movie audience practice and combine cognitive openness with the first metres of a screening film. It set in motion a long-term reflection motivated by different circulations of knowledge and cognitive needs. The promotion of the title sequence translated directly into the bottom-up movement of obtaining a place (and prestige) by a previously anonymous occupational group. At the same time the opening sequence became a centre of an artistic and proto-film expression from a visual culture perspective. A title sequence can be located between iconic message, typography, advertising, packaging, neon sign, vignette and poster. An opening sequence would be then nested in various forms (and media) of the management of human surroundings, in this particular example negotiated thanks to the perceptual activity of the viewer, in the wider meaning – recipient based on different culture competences and in the widest meaning – user. The contemporary direction of participation in an audiovisual culture heritage and commonness of an access to the “primeval movie version” result in a diverse offer of short multi- and post-medial forms and let the intercepted and emancipated title sequence accommodate on a map of ahistorical practices belonging to the remix culture.