

Piotr Sitarski

Bolek i Lolek : od widowni dziecięcej do systemu rozrywkowego : rekonesans badawczy

Kultura Popularna nr 3 (57), 60-73

2018

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez **Muzeum Historii Polski** w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Piotr Sitarski

**Bolek
i Lolek
od wi-
downi dziecięcej
do systemu rozryw-
kowego. Rekone-
sans badawczy**

Film animowany rozpięty jest między dwoma ekstremami. Z jednej strony jest animacja artystyczna, obszar nieskrępowanej wolności twórczej i żmudnej, często indywidualnej pracy. Z drugiej – filmy dla dzieci, słodkie i rozczułające, dobrze wszystkim znane, ale jednak niepoważne, a w dodatku tworzone w warunkach rynkowych, dla zysku (dziecinność i komercja uzupełniają się w tym stereotypie myślenia). W odróżnieniu od filmu żywej akcji brakuje tu głównego nurtu, który czasem łączyłby poważną tematykę z nastawieniem merkantylnym, a osobisty głos artysty – z milionową widownią.

Ta dość oczywista właściwość ma jednak ciekawe skutki w refleksji teoretycznej, zarówno krytycznej, jak i naukowej. Jej efektem jest przede wszystkim znaczna dominacja tematyki animacji artystycznej; jest to wyraźnie widoczne szczególnie w literaturze polskiej, w której bardzo mało jest monografii, a nawet drobniejszych opracowań poświęconych temu, co przeciętnemu widzowi kojarzy się z filmem animowanym – czyli telewizyjnych seriali dla dzieci. *Polski film dla dzieci i młodzieży* Jerzego Armaty i Anny Wróblewskiej jest po części książką albumową, po części kolekcją wywiadów z twórcami, podtrzymującą dominację perspektywy artystycznej. Eseje analityczne są w niej natomiast z konieczności dość skrótoowe. W jeszcze większym stopniu dotyczy to opracowanego także przez Jerzego Armatę katalogu *65 lat polskiej animacji dla dzieci*, który – jak na katalog wystawy przystało – jest po prostu nostalgicznym albumem przywołującym na błyszczących kartach uroki dzieciństwa. Przeglądowy i syntetyczny charakter ma także poświęcony animacji dziecięcej artykuł Jerzego Armaty w książce *Polski film animowany* pod redakcją Marcina Giżyckiego i Bogusława Zmudzińskiego.

Jeszcze gorzej sytuacja ta wygląda w pracach opisujących całościową historię kina polskiego. Na przykład w tomie piątym *Historii filmu polskiego*, obejmującym lata 1962–1967, w ogóle nie pojawiają się powstające wówczas serie animowane dla dzieci; Władysław Nehrebecki jest tam wspomniany jako twórca filmu *Vendetta* (1966). (Kossakowski 1985: 159). Z kolei w tomie następnym, opisującym lata 1968–1972, seria o Bolku i Lolku występuje dwukrotnie: raz gdy chwali się płodność twórczą Zdzisława Kudły, który „niemal co roku tworzył nowy, ważki treściowo i artystycznie film, mimo iż równocześnie obligowany był przez wytwórnię do realizowania odcinków serialu o Bolku i Lolku”. (Kossakowski 1994: 290), drugi raz w zakończeniu rozdziału o animacji: „Poza tym kontynuowane były przygody Bolka i Lolka oraz *Zaczarowany ołówek*”. (Marszałek 1994: 294) Podobnie Tadeusz Lubelski zbywa Bolka i Lolka jednym zdaniem, odnoszącym się zresztą do montażowego filmu *Bolek i Lolek na Dzikim Zachodzie* (1986), ale stwierdzającym przynajmniej, że był to najpopularniejszy polski serial rysunkowy (Lubelski 2009: 494).

Zapewne można bronić obu autorów, zwracając uwagę, że serial o Bolku i Lolku należy raczej do historii telewizji niż kina. A jednak Lubelski nie wspomina o *Wielkiej podróży Bolka i Lolka* (1977), nie mówiąc już o tym, że odcinki serii wyświetlane były także w kinach, i to znacznie częściej niż dzieła klasyków polskiej szkoły animacji. Nieobecność serii na kartach tych książek wynika więc raczej z postawy, którą streszcza Marcin Giżycki w pierwszych zdaniach książki *Nie tylko Disney*: „Co to jest film animowany? Każdy wie. To Myszka Miki, Kaczor Donald, Bolek i Lolek, Jaskiniowcy i Bart Simpson. No, może jeszcze Wallace i Gromit. O tym, że jest także inny film animowany, zupełnie niepodobny do produkcji Disneya czy Hanny i Barbary, przypomina ta książka” (Giżycki, 2000: 5). W tym „każdy wie” zawiera się zasadnicze *désintéressement* wobec tego, co z jednej strony wszechdobylskie i oczywiste, z drugiej zaś – natchalnie nostalgiczne. Autor podąża tu zresztą tropem myślenia wyznaczonym

Piotr Sitariski – dr hab. prof. UŁ, pracuje w Katedrze Mediów i Kultury Audiowizualnej na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Zajmuje się badaniem kultury popularnej i historii mediów.

ćwierć wieku wcześniej przez Andrzeja Kossakowskiego w książce *Polski film animowany 1945–1974*, opartej na przekonaniu o pierwszorzędym znaczeniu siły talentu, którą w dół ściąga komercjalizacja i związana z nią serializacja filmu animowanego. W takim też kluczu wspomniany jest tam serial o *Bołku i Lolku*, wyraźnie pozostając w cieniu opisów dokonań jego twórców – w myśl zasady „nie ma dzieł, są tylko autorzy”.

Pierwszy powód milczenia to zatem modernistyczna wyniosłość klerka wobec banalności kultury popularnej – i nie ma się co nad nim rozwodzić. Można tylko zauważyć, że o ile w innych obszarach refleksji filmoznawczej taka postawa nigdy nie była szczególnie rozpowszechniona, bo mało kto miał odwagę tak ostentacyjnie ignorować magię kina, o tyle w odniesieniu do filmu animowanego jest ona dość silna.

Podział na animację artystyczną i komercyjną, dziecięcą, ma jednak istotne skutki. Wpisany zostaje bowiem w inne opozycje warunkujące nasze myślenie o kulturze, w tym kształtujące refleksję akademicką, ale także politykę czy gospodarkę. Animacja komercyjna zostaje zatem utożsamiona z Disneyem, a nieco szerzej, w perspektywie historycznej – z zachodnim (w sensie politycznym) przemysłem filmowym. Animacja artystyczna kwitnie tam na jego obrzeżach, gdy natomiast mowa o państwach komunistycznych – przesuwana się w obszar centralny. Ten punkt widzenia chętnie przyjmują też polscy autorzy, tak dawniejsi, jak współcześni, wpisując się on bowiem w opozycję „wschodniej metafizyki” i „zachodniej konsumpcyjności”, która jest pogrobowym echem dawnych podziałów politycznych. W rezultacie rodzima animacja artystyczna jest celebrowana, animacja komercyjna zaś spychana w bezpieczny, niepoddany refleksji obszar nostalgii.

Nie jest to jednak wyłącznie specyfika polska. W zbiorze *A Reader in Animation Studies* animacja wschodnioeuropejska obecna jest wyłącznie w perspektywie artystycznej: jeden z artykułów analizuje filmy Svankmajera, drugi, ogólniejszy, zatytułowany jest znacząco *Narrative strategies for resistance and protest in Eastern European animation*, przy czym tytułowe określenie „animacja Wschodniej Europy” dotyczy w tym artykule wyłącznie animacji artystycznej; w ogóle nie pojawia się tam sugestia o istnieniu innych rodzajów animacji (Pilling, 1997).

Nieobecność seriali dziecięcych w polskich badaniach filmoznawczych ma także drugi powód, którym jest wspomniana już nostalgia. Poświęcę mu kilka słów, ponieważ moja refleksja stara się być antynostalgiczna. Nostalgia jest tęsknotą, ruchem myśli ku temu, co utracone i minione. Ciążąc ku swemu przedmiotowi, wydobywając go z przeszłości, nostalgia unieruchamia go i odtwarza lub wręcz stwarza na nowo w emocjonalnym bólu: „Bezrefleksyjna nostalgia rodzi potwory”, jak stwierdza Svetlana Boym (Boym, 2001: xvi). Autorka rozwija potem tę myśl w pochwałę nostalgii refleksyjnej, która w odróżnieniu od pokrzepiającej (*restorative*) godzi się na utratę przeszłości i powraca do niej bez absolutyzowania jej prawdziwości. W odniesieniu do refleksji naukowej nawet taka postawa jest jednak niebezpieczna, zwłaszcza gdy jej przedmiotem są ukochane pamiątki dzieciństwa. W perspektywie nostalgii nie można do nich odnieść się inaczej niż emocjonalnie, choćby nawet traktując te emocje z dystansem. Jedynym właściwym podejściem jest pozbycie się emocji, a więc i odrzucenie jakiejkolwiek nostalgii.

Moim celem w tym artykule jest wykazanie, że Bolek i Lolek to nie tylko serial telewizyjny dla dzieci, lecz także skomplikowany system rozrywkowy o złożonych sposobach produkcji, dystrybucji i eksploatacji obrazów, docierający do odbiorców w różnym wieku i na różne sposoby na nich oddziałujący,

wreszcie – że posiadał aktywnych odbiorców, którzy sami przyczyniali się do jego funkcjonowania. Nie jest to oczywiście monografia tego systemu; ograniczam się zatem do podania przykładów ilustrujących moją argumentację. Z tego też powodu zajmuję się okresem rozwoju systemu, a więc nie wykraczam, poza jednym wyjątkiem, poza koniec lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku. Dalsze dzieje systemu, jego upadek i próby odrodzenia, są bardzo ciekawe, ale nie mają większego znaczenia dla moich rozważań.

Materiał badawczy stanowią filmy o Bolku i Lolku, zarówno krótko-, jak i pełnometrażowe, ale przede wszystkim inne teksty i przedmioty związane z tym systemem: od zestawów slajdów czy publikacji książkowych aż po obrazki, figurki, pierścionki czy breloczki z wizerunkiem bohaterów. Chcąc śledzić praktyki odbiorcze, zmuszony jestem sięgać po ich materialne ślady. Powtarzam zatem gest kolekcjonera i świadomie przesuwam je z marginesów w centrum uwagi. Są to jednak obiekty specyficzne, nie mają z reguły wartości ani materialnej, ani estetycznej, nie gromadzą ich archiwa ani muzea (z wyjątkiem Muzeum Dobranocek w Rzeszowie, które ma bogate zbiory). Są zatem słabo opisane, najczęściej trudno jest określić czas i miejsce ich pochodzenia, ich twórcy pozostają nieznani, rzadko tylko można określić kontekst ich wykorzystania. Zwłaszcza niepewne datowanie nastręcza kłopotów, bo utrudnia dokładniejsze odtworzenie procesów formowania się systemu. Zarazem jednak bez tych materiałów nie sposób zrozumieć funkcjonowania systemu rozrywkowego. Przy wszystkich niedostatkach muszę więc się na nich opierać. Oczywiście nie omawiam ich wszystkich, nie wspominam nawet o wszystkich grupach przedmiotów. Pomijam szybowce, kalkulatory, naklejki, plakaty, zegarki, tace, przybory szkolne, skarbonki, kalejdoskopy, świece, lampy i wiele innych. Wybieram tylko te, które są ważne ze względu na mój wywód.

Sukces Bolka i Lolka

Bolek i Lolek narodzili się jako bohaterowie serialu telewizyjnego, którego pierwszych trzynaście odcinków Telewizja Polska wyemitowała w latach 1963–1964. Autorem koncepcji był Władysław Nehrebecki, rysunki głównych postaci wykonał również on, wraz z Alfredem Ledwigiem i Leszkiem Lorkiem, co później stało się podstawą długiego procesu o prawa autorskie, toczonego najpierw pomiędzy artystami, a potem ich spadkobiercami. Serial powstał w Studiu Filmów Rysunkowych w Bielsku-Białej, które wcześniej realizowało raczej pojedyncze filmy krótkometrażowe, sporadycznie tylko łącząc je w krótkie cykle (jak *Przygody zajączka Tchórzaczka* – dwa odcinki, czy *Profesor Filutek* – cztery odcinki). Były one dystrybuowane w kinach jako dodatki do głównego seansu lub łączone w programy dla dzieci. Rozwój telewizji stworzył jednak zupełnie nowe warunki do dystrybucji takich filmów. Telewizyjna ramówka wymagała form niedługich, wyraźnie określonych pod względem zawartości i grupy odbiorczej. Szczególnie dotyczyło to utworów dla dzieci. 3 października 1962 roku telewizja rozpoczęła emisję *Dobranocki*, w której forma serialowa spełniała się idealnie. Mniej więcej w tym samym czasie rozpoczęły się prace nad *Bolkiem i Lolką*.

Sukces serialu był ogromny, tak więc w latach 1965–1966 wytwórnia zrealizowała kolejnych 13 odcinków. Rosnąca popularność w kraju i zainteresowanie zagraniczne spowodowały kolejne zamówienia dla studia. W roku 1971 Władysław Nehrebecki mówił: „My wszyscy jesteśmy po trosze, a ja na

pewno, niewolnikami tych chłopców. Dzieci domagają się dalszych odcinków, zagraniczni dystrybutorzy kupują filmy »na pniu« i siłą faktu tworzymy coraz nowe i dalsze przygody» (Malatyńska 1971: 10). Ogółem powstało dziesięć serii telewizyjnych cyklu, do których trzeba dodać film pełnometrażowy (*Wielka podróż Bolka i Lolka* z roku 1977) oraz kilka pojedynczych krótkometrażowych o charakterze edukacyjnym, związanych z bezpieczeństwem na drodze i z bezpieczeństwem pożarowym. Cykl zamknęła w roku 1986 (być może symbolicznie) pięcioodcinkowa seria *Bolek i Lolek w Europie*. W tym samym roku powstały dwa pełnometrażowe filmy montażowe złożone z wcześniejszych odcinków telewizyjnych: *Sposób na wakacje Bolka i Lolka* oraz *Bajki Bolka i Lolka*. Sumuje się to w 184 odcinki przygód Bolka i Lolka. Jest to zatem przedsięwzięcie porównywalne na przykład do *Flintstonów* Hanny-Barbery (163 odcinki, choć dłuższe niż w przypadku Bolka i Lolka i zrealizowane w dużo krótszym czasie), za to zdecydowanie większe niż *Pszczółka Maja* (Nippon Animation, 52 odcinki). Dla polskiego przemysłu filmowego było to ogromne przedsięwzięcie, zwłaszcza w zestawieniu z innymi seriami dla dzieci (*Mis Uszatek* – 104 odcinki, *Reksio* – 65 odcinków, *Zaczarowany ołówek* – 39 odcinków). Żaden inny jego produkt, wliczając w to także pełnometrażowe filmy żywego planu, nie odniósł jednak podobnego sukcesu komercyjnego. Sprzyjała temu z pewnością nowa sytuacja na rynku audiowizualnym lat 60., kiedy wskutek rozwoju telewizji gwałtownie wzrósł popyt na filmy krótkometrażowe. Jak podaje Edward Zajiček, polski eksport takich filmów wzrósł od 156 w roku 1961 do 821 w roku 1967. Przedsiębiorstwo eksportowe Film Polski i Studio Filmów Rysunkowych znakomicie wykorzystywały tę otwierającą się lukę. *Bolek i Lolek* nie tylko byli sprzedawani do wielu krajów świata (jak wspomina wcześniej Nehrebecki), lecz także niezwykle popularni. Maria Malatyńska zaczyna cytowany artykuł od słów „Podobno w godzinach, kiedy brytyjska telewizja emituje kolejne odcinki *Bolka i Lolka*, na ulicach Londynu nie można znaleźć ani jednego dziecka. Bolek i Lolek – dwaj mali chłopcy, przeżywający mnóstwo przygód, łobuzerscy i dzielni – mają już przyjaciół na całym świecie” (Malatyńska 1971: 10). Partykuła „podobno” nadaje co prawda temu stwierdzeniu charakter hiperboli, ale serial był rzeczywiście oglądany i popularny w bardzo wielu krajach świata. Podobnie było z eksportowanymi filmami pełnometrażowymi o Bolku i Lolku, a w niektórych krajach, szczególnie w Niemczech Wschodnich i Zachodnich, bohaterowie doczekali się także innych form eksploatacji, o czym będę jeszcze pisał. Ogółem, jak podaje „Filmowy Serwis Prasowy”, filmy z Bolkiem i Lolkiem zakupiło 80 krajów, w tym wszystkie kraje europejskie, po obu stronach żelaznej kurtyny, a także USA, Kanada, Australia, Meksyk, Japonia, Iran, Irak, Syria, Meksyk czy Wenezuela (Strzelecka-Polkowska 1986: 3).

Wskutek różnych czynników, zarówno związanych z ogólną sytuacją kinematografii polskiej na przełomie lat 80. i 90. ubiegłego wieku, jak i wspomnianym procesem sądowym o prawa autorskie, który z różnym natężeniem i w kolejnych odsłonach toczył się od roku 1975 do 2004 roku, system Bolka i Lolka stracił ciągłość w latach 90., a dziś jego kontynuacją są wyłącznie produkty okołoserialowe jak figurki czy gry. Nie zmienia to jednak faktu, że światowy sukces popularności serialu przeczy milcząco przyjmowanemu założeniu, że polski przemysł filmowy mógł produkować co najwyżej wybitne filmy artystyczne, ale poważniejszy sukces komercyjny był całkowicie poza jego zasięgiem. Być może jest to prawda w odniesieniu do filmu żywego planu, ale w dziedzinie animacji z pewnością nie.

Bolek i Lolek jako system rozrywkowy

Moim głównym zamierzeniem w tym artykule nie jest jednak analiza ilościowa sukcesu Bolka i Lolka, lecz opisanie kulturowej dynamiki, która na ten sukces pozwoliła. W tym celu posłużę się pochodzącym z lat 90. pojęciem supersystemu rozrywkowego zaproponowanym przez Marshę Kinder. Według autorki supersystem to „sieć intertekstualna oparta o postać z kultury popularnej, fikcyjną (...) albo „rzeczywistą” (...) Aby stać się supersystemem, sieć taka musi wykorzystywać wiele trybów produkcji obrazów; musi przemawiać do różnych pokoleń, klas, subkultur etnicznych, i stosować wobec tych grup rozmaite strategie; musi zachęcać do kolekcjonowania poprzez mnożenie pokrewnych produktów; musi wreszcie przejść nagły wzrost konsumpcyjnego zainteresowania odbiorców, który to sukces staje się „wydarzeniem medialnym”, co z kolei wpływa decydująco na krzywą wzrostu powodzenia komercyjnego systemu (Kinder 1991: 122 – 123). Z punktu widzenia metodologicznego pojęcie supersystemu rozrywkowego (bądź w skrócie – systemu) jest w tym przypadku znaczenie wygodniejsze niż stosowane dziś częściej pojęcie franczyzy medialnej (*media franchise*). To drugie odnosi się bowiem głównie do relacji ekonomicznych i prawnych, podczas gdy Kinder zwraca uwagę przede wszystkim na aspekty tekstualne oraz relacje pomiędzy tekstami a ich odbiorcami, w szczególności dowartościowując działania fanów, które z punktu widzenia franczyzy powinny być minimalizowane, a w każdym razie kontrolowane. Muszę jednak zaznaczyć, że o ile definicję podaną przez Kinder uważam za użyteczną, z modyfikacjami w dalszej części tego tekstu, o tyle założenia metodologiczne jej pracy oraz analizy i wnioski są już dla mnie o wiele mniej istotne, przede wszystkim ze względu na zupełnie inny kontekst historyczny i kulturowy, który autorka opisuje. Jej koncepcja systemu rozrywkowego chwyta jednak bardzo istotny aspekt funkcjonowania kultury popularnej, umożliwia więc opis i zrozumienie zjawisk, które inaczej zupełnie umykają uwadze badaczy.

Główną właściwością systemów rozrywkowych jest uruchamianie wielu trybów produkcji obrazów, co skutkuje wielością i różnorodnością tekstów. Marsha Kinder zwraca tu uwagę na aspekt produkcji, ale istotny jest też wymiar eksploatacyjny, a więc to, w jaki sposób obrazy te docierają do odbiorcy; lepiej więc mówić o trybach obiegu obrazów, co zwraca uwagę raczej na doświadczenie odbiorcy niż mechanizm produkcji. Geneza Bolka i Lolka jest telewizyjna, ale odcinki serii prędko zaczęły pojawiać się w kinach jako część większych programów dla dzieci. Na przykład, jak podaje „Magazyn Filmowy” z 7 marca 1971 roku, marcowy program niedzielnych poranków dla dzieci zawierał dziewięć filmów, w tym dwa o Bolku i Lolku: *Grobowiec Faraona* i *Nad Orinoko*, oba ze zrealizowanej w latach 1968–1971 serii „Bolek i Lolek wyruszają w świat”. Powodem, dla którego projekcje w kinach można uznać za samodzielny tryb obiegu obrazów, jest nie tylko inne miejsce i kontekst odbioru (samodzielna emisja w ramach Dobranocki *versus* część programu kinowego złożonego z kilku filmów). Równie istotny jest fakt, że filmy prezentowane w kinie były barwne, podczas gdy telewizja nadawała obraz czarno-biały. Trzeba też pamiętać, że pod koniec lat 60. XX wieku zaledwie co dziesiąty Polak był abonentem telewizji, dla wielu widzów seans w kinie był więc jedyną formą kontaktu z serialem.

Te dwa podstawowe tryby obiegu obrazów, telewizyjny i kinowy podążają równolegle aż do lat osiemdziesiątych. Czasem też się przenikają – jak w przypadku filmów montażowych czy serii powstałej z pełnometrażowego filmu *Wielka podróż Boleka i Lolki*. Film ten jest zresztą punktem kulminacyjnym systemu, „wydarzeniem medialnym”, o którym pisze Kinder. Po nim bowiem Bolek i Lolek przestali być ciekawostką dla dzieci, a stali się szerokim systemem rozrywkowym.

Odpryskiem popularności telewizyjnej i kinowej jest jeszcze jedna forma obiegu, mianowicie taśmy 8-milimetrowe produkowane i sprzedawane, także detalicznie, przez Przedsiębiorstwo Reklamy Filmowej i Przezroczy. Część z tych taśm nawiązywała do doświadczenia kinowego i była barwna, część natomiast czarno-biała, co oprócz niższych kosztów odwoływało się też do doświadczenia telewizyjnego. Oczywiście obieg tych filmów nie był wielki.

Dużo popularniejsze były przezrocza wydawane przez przedsiębiorstwo Epoka Slajd. Ich nakłady były spore, wynosiły bowiem 5000 egzemplarzy. Do zestawu dziesięciu slajdów dołączane było mikroopowiadania lub dialogi. Ich autorem był scenarzysta filmów z Bolkiem i Lolkiem, Leszek Mech. Te drukowane opisy przeznaczone do czytania w trakcie pokazu, narratywizowały doświadczenie odbiorcze i zmieniały oglądanie przezroczy w doświadczenie parafilmowe bądź paratelewizyjne – w zależności od tego czy oglądano je za pomocą rzutnika, na ścianie, czy też na małej przeglądarce.

Slajdy nie były jednak wyłącznie formą prezentacji, ale raczej samodzielnym trybem obiegu. Wydano je w kilku cyklach: *Wielka podróż Boleka i Lolki*, *Bolek i Lolek jadą na olimpiadę w Moskwie*, *Bolek i Lolek uprawiają sport*, *Bolek i Lolek poznają piękno ojczystego kraju*, *Inne przygody Boleka i Lolki*. O ile największy z nich, liczący 120 slajdów *Wielka podróż Boleka i Lolki* jest po prostu adaptacją filmu, o tyle inne, mniejsze zestawy to utwory oryginalne. Czasem nawiązują one tytułami do odcinków serii telewizyjnej (na przykład *Bolek i Lolek w baśni „Złota Rybka”* albo *Bolek i Lolek trenują judo*), ale temat został potraktowany w nich odrębnie i oryginalnie. Niektóre zaś zestawy slajdów, na przykład seria podróży po Polsce, w ogóle nie ma odpowiednika telewizyjnego, a obejmuje nie tylko zwiedzanie Warszawy czy Gdańska, lecz także wizytę w Piotrkowie Trybunalskim z okazji Centralnych Dożynek, które odbyły się tam w roku 1979.

Na marginesie zauważyć można, że Marsha Kinder konstatuje dominację obrazów telewizyjnych w analizowanych przez nią systemach. Autorka stwierdza, że telewizja „wchłania, parodiuje i ostatecznie zastępuje” dyskurs kinowy, stając się dominującym trybem produkcji obrazów (Kinder 1991: 47). W tym kontekście szczególnie interesujący jest pewien typ artefaktów związanych z Bolkiem i Lolkiem, mianowicie telewizorki-zabawki (zwane też plastiskopami) wytwarzane przez prywatnych wytwórców w latach 70. i 80¹. Zawierały one różne bajki, ja jednak chciałbym omówić szerzej jeden z nich, wyprodukowany – jak informuje etykieta – przez prywatnego przedsiębiorcę Henryka E. Reya z Kobyłki. Telewizorek ma wymiary 12 × 25 × 35 mm i mieści w sobie slajd w kształcie koła podzielony na poszczególne kadry. Należy do najprostszego typu plastiskopów: poprzez obracanie wystającego brzegu koła można zmieniać kadr, przyglądając mu się przez niewielki otwór z soczewką. Kadry są czarno-białe i zawierają autorską wariację na temat pierwszego odcinka serii „Bolek i Lolek na Dzikim Zachodzie”. Pozwala to

1 Plastiskopy wywodzą się najprawdopodobniej z Niemiec, a w każdym razie stamtąd pochodzi ich nazwa, która jednocześnie jest marką handlową. Produkowane były od lat 50. xx wieku.

z dużym prawdopodobieństwem datować telewizorek na początek lat 1970. Część kadrów została przerysowana z filmu, część zaś dodana przez anonimowego autora, który dorysował też dialogi w formie komiksowych dymków. Kadry są czarno-białe, co mogło wynikać z technologii produkcji zabawki bądź oszczędności, ale mogło też nawiązywać do poetyki ówczesnego obrazu telewizyjnego. Zabawka przywraca zatem więź systemu rozrywkowego z telewizją nawet dla tych, którzy nie mieli wówczas prawdziwego telewizora. Zarazem jednak ustanawia tekst w perspektywie transmedialnej, łącząc przekaz przezroczy i komiksu.

Na przeciwnym biegunie zaawansowania technicznego wobec tej zabawki sytuują się wydane w połowie lat 70. XX wieku w Republice Federalnej Niemiec dwa filmy z pierwszej serii przygód Bolka i Lolka: *Poławiacze skarbów* i *Król puszczy*. Pojawiły się one na zupełnie wówczas nowym nośniku, płycie wizyjnej w formacie TeD opracowanej przez firmy Telefunken i Teldec. Na płytach tych obraz zapisywano mechanicznie, jak na płycie gramofonowej, tyle że z trzynastokrotnie większą gęstością rowków. Pozwalało to na zarejestrowanie około 10 minut materiału wideo, co wystarczyło akurat na jeden odcinek przygód Bolka i Lolka. Były to jedne z bardzo niewielu polskich filmów wydanych na jakimkolwiek nośniku wideo poprzedzającym VHS. Dla polskich widzów miały one niewielkie znaczenie, bo odtwarzaczy takich płyt raczej w Polsce nie było, w wymiarze międzynarodowym natomiast jest to warta odnotowania ciekawostka, zwłaszcza ze względu na popularność systemu w NRD i RFN.

System rozrywkowy Bolka i Lolka sięgał oczywiście także po słowo pisane, choć zawsze wsparte ilustracjami. Leszek Mech tak komentował to w roku 1976: „Bolek i Lolek nie są już wyłącznie bohaterami filmowymi, rozpoczynają życie literackie, myślimy o opowieściach, w których będą występować, dostaliśmy wiele propozycji od pism i wydawnictw (...) Wydaje mi się, że to typowy los popularnych bohaterów ekranowych – rozszerzają swoją obecność na inne dziedziny twórczości” (Nehrebecki, Lech 1976: 2). Książek w serii „Biblioteka przygód Bolka i Lolka” wydano w sumie dziewięć, a pierwsze z nich ukazały się w roku 1974. Publikowało je wydawnictwo „Śląsk” w dwóch wydaniach, w ogromnych, ponadstutysięcznych nakładach. Kilka lat później ich niemieckie tłumaczenia ukazały się w górnołużyckim wydawnictwie Domowina w Budziszynie, dyskontując ogromną popularność serii w krajach niemieckojęzycznych. Oprócz tej serii wydano też kilka pojedynczych książek dla dzieci, w tym opublikowaną przez Beskidzkie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne baśń *Królowa Zima*, autorstwa Renaty i Leszka Mechów, ilustrowaną przez Alfreda Ledwiga. Co ciekawe, jest to literacka wersja wydanej przez Polskie Nagrania „Muza” w 1976 roku płyty dźwiękowej zawierającej tę baśń. Bolek i Lolek w ilustracjach Alfreda Ledwiga pojawili się także w trzech częściach wydanego przez Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne poradnika wychowania fizycznego *Ćwicz razem z nami*.

Do tego krajobrazu medialnego dodać trzeba trzy opowieści komiksowe o Bolku i Lolku, które ukazały się w prasie, oraz ogromną liczbę samodzielnych figurek i obrazów, o których będę jeszcze pisał.

Grupy odbiorców Bolka i Lolka

O ile wielość trybów obiegu obrazów jest w przypadku Bolka i Lolka bezdyskusyjna, o tyle kolejny podany przez Kinder warunek, czyli różnorodność

grup odbiorczych, może budzić wątpliwości. Autorka wprost pisze o różnych „subkulturach etnicznych” i tego warunku oczywiście system Bolka i Lolka nie spełnia. Trudno jednak przenieść amerykański kontekst lat 90. nie tylko do starszej o ćwierćwiecze Polski, ale nawet Europy. Można więc ten wymóg złagodzić i zapytać, czy Bolek i Lolek adresowany był wyłącznie do dzieci. Z pozoru odpowiedź twierdząca wydaje się oczywista i gdyby tak było, system ten byłby bardzo ograniczony i właściwie nie różniłby się – co najwyżej ilościowo, popularnością – od takich cykli filmowych jak *Reksio* czy *Miś Uszatek*. Rzecz jest jednak bardziej skomplikowana.

Pierwszy i najbardziej oczywisty sposób dywersyfikacji grupy odbiorców systemu dotyczy dodania trzeciej postaci – Toli, która po raz pierwszy pojawiła się w odcinku tak właśnie zatytułowanym (*Tola*) w roku 1973. Była to odpowiedź na potrzeby identyfikacyjne dziewczęcej części widowni serialu.

Inne rozszerzenie grupy odbiorczej dotyczy sposobu adresowania. Wiąże się to z wykorzystaniem Bolka i Lolka w kampaniach promujących bezpieczeństwo dzieci. Film *Szerokiej drogi*, sfinansowany w ramach Funduszu Prewencyjnego PZU w roku 1976, był pierwszym wyraźnym wyjściem w stronę dydaktyki; prezentował zasady bezpiecznego zachowania się w ruchu drogowym, ale także w innych sytuacjach. Towarzyszyła temu zmiana stylistyki, do obrazu dodano mianowicie głos lektora, który pouczał i objaśniał widzom zasady bezpieczeństwa. Z tych samych środków, ale na zlecenie Komendy Głównej Straży Pożarnej, powstało w latach 1977–1978 siedem filmów poświęconych bezpieczeństwu pożarowemu. Były one znacznie ciekawsze artystycznie, a dydaktyczne przesłanie przybierało dużo mniej nachalną formę, sięgając po konwencje rodem na przykład z fantastyki naukowej (*Jutro będzie lepiej*, 1978) albo po elementy satyry obyczajowej (*Zabawa z zapalkami*, 1977). W roku 1980 w filmie *Na drodze* znów powrócił temat bezpieczeństwa drogowego. Skojarzenie bohaterów serii z zasadami ruchu drogowego było szczególnie silne, czemu sprzyjała kampania finansowana także z Funduszu Prewencyjnego PZU. Obejmowała one rozmaite działania. W jej ramach, w porozumieniu Zarząd Wojewódzkim Towarzystwa Przyjaciół Dzieci w Katowicach wydano na przykład plan lekcji ozdobiony postaciami Bolka i Lolka i zawierający informacje na temat bezpieczeństwa drogowego. Podobne plany lekcji wydał też katowicki Zarząd Okręgowy Polskiego Związku Motorowego, a Zarząd Okręgowy PZM w Krakowie – plakaty informacyjne ze znakami drogowymi, które prezentowane były przez postaci z kreskówek: Bolka i Lolka, ale także Myszkę Miki; Zarząd Okręgowy PZM we Wrocławiu wykorzystywał natomiast naklejki z wizerunkiem Bolka i Lolka i hasłami „Chodźmy prawidłowo” i „Do szkoły bezpiecznie”. Takich działań było więcej,

a ich znaczenie w moim wywodzie polega na tym, że postacie Bolka i Lolka przestają w nich funkcjonować wyłącznie jako postacie z bajki czy element rozrywki i przechodzą do przestrzeni życia codziennego, udzielając rad i pouczając.

Istotne i decydujące rozszerzenie grupy odbiorczej dokonało się jednak poprzez skojarzenie Bolka i Lolka ze sportem, turystyką, a potem także ogólniej z wypoczynkiem i rekreacją. Oczywiście wiele z zachowanych artefaktów tego typu ma jakiś związek z dziećmi, jak na przykład Order Bolka i Lolka za udział w konkursach wczasowych FWP w Łądku Zdroju (ryc. 1). W wielu jednak przypadkach chodziło po prostu o sport lub wypoczynek i grupa docelowa była wówczas bardzo szeroka. Na przykład proporzycy Okręgowego



Związku Zapaśniczego w Dębicy po jednej stronie prezentuje godło Polski (orzeł nosi koronę, jest to więc zapewne artefakt z początku lat 90.), po drugiej zaś – siłujących się Bolka i Lolka. Z kolei proporzcyk PZPN zrealizowany przy okazji meczu Polska–RFN 2 września 1981 przedstawia logo PZPN oraz na rewersie Bolka i Lolka trzymających puchar świata (ryc. 2). Proporzcyki z Bolkiem i Lolkiem reklamowały też finał mistrzostw świata w piłce nożnej w roku 1978, wydany zaś na rok 1980 kalendarz – Olimpiadę w Moskwie.

Jeśli chodzi o turystykę i wypoczynek, to Bolek i Lolek pojawiają się na wielu materiałach reklamowych. Na przykład proporzcyk z miejscowości Pogorzelnica przedstawia na awersie atrakcyjną młodą kobietę w bikini na plaży, a na rewersie – Lolka bawiącego się piłką i Bolka pływającego żaglówką. Postacie te ozdabiały też pamiątki wakacyjne. Na przykład wypalany i malowany obrazek przedstawiający bohaterów w strojach marynarskich, wykonany przez rzemieślnika ze Słupska, Edwarda Strzeżewskiego, kupiony został, jak głosi inskrypcja na rewersie, w Łazach w roku 1977). Z kolei z okazji 35-lecia FWP Zarząd Okręgu w Bielsku-Białej wydał znaczek z podobizną Bolka i Lolka w góralskich kapeluszach (ryc. 3). Miał tu chyba miejsce proces kojarzenia bohaterów z miastem i regionem, w którym się narodzili, i ta identyfikacja była silniejsza niż adresowanie do konkretnej grupy odbiorczej. Bolek i Lolek reklamowali też juwenalia (znaczek z napisem „Juwenalia 1978. Bolek i Lolek w Gali-cji” – ze zbiorów Muzeum Dobranoczek w Rzeszowie) i inne imprezy nieskierowane do dzieci. Szczególnie interesujący, choć bardzo trudny do datowania, jest jeszcze jeden artefakt: zamykana turystyczna popielniczka ozdobiona wizerunkiem Bolka i Lolka (ryc. 4). Nie udało mi się ustalić jej pochodzenia, ale z pewnością nie jest to obiekt przeznaczony dla dzieci.

Do innej kategorii należy wykorzystanie przedmiotów z Bolkiem i Lolkiem w świeckich rytuałach. Służyły do tego na przykład wpinane znaczki z tymi postaciami informujące o Międzynarodowym Roku Dziecka (1979). Produkowała je Wytwórnia Znaczków z Bydgoszczy, a finansowały Zakłady Predom Romet i Klub Sportowy Start-Astoria – obie instytucje z Bydgoszczy. Co ciekawe, podobne znaczki reklamowały kilka lat później (1985) Światowy Rok Młodzieży, które z kolei firmował Zarząd Wojewódzki z SmP w Bielsku-Białej. Świadczą one wyraźnie o poszerzaniu grupy potencjalnych odbiorców systemu także o młodzież. Rytualny charakter posiadały też „Dyplomy ukończenia przedszkola” ozdobione podobiznami Bolka i Lolka. Wszystkie te obiekty miały podwójnego adresata: z jednej strony dzieci, z drugiej – dorosłych, którzy czuwal nad organizowaniem i przebiegiem rytuałów.

Poza odbiorcę dziecięcego wykracza też wykorzystanie tych postaci w materiałach reklamowych przemysłu filmowego. Korzystało z nich oczywiście przedsiębiorstwo eksportowe Film Polski, umieszczając Bolka i Lolka nie tylko – co oczywiste – na plakatach, lecz także na takich gadżetach





reklamowych, jak breloki do kluczy. Przy okazji można zauważyć, że Bolek i Lolka pojawiają się także na kalendarzykach reklamowych wydanych za granicą, na przykład na Węgrzech dla roku 1979 (ryc. 5) i w NRD dla roku 1990.

Wreszcie jeszcze jedna strategia adresowania odbiorców, tym razem o charakterze artystyczno-politycznym. Aresztowany w roku 1969 i skazany na siedem miesięcy więzienia za działalność antypaństwową rysownik Alfred Ledwig został zwolniony z pracy w Studiu Filmów Rysunkowych. Po odzyskaniu wolności założył prywatną pracownię plastyczną Atelier Bolka i Lolka, w której wykonywał rozmaite drobne prace ozdobione podobiznami tych bohaterów. Miały one charakter artystyczny i unikatowy, a Ledwig posługiwał się blankietami z nazwą Atelier także po wyemigrowaniu z Polski na początku lat 80. (ryc. 6).

Kolekcjonowanie i inne aktywności odbiorców

Kolekcjonowanie pełni ważną funkcję w przypadku systemów rozrywkowych działających w ramach gospodarki rynkowej, a więc tych, które opisuje Marsha Kinder. Mianowicie pozwala ograniczać podaż, by zwiększyć zyski, a zarazem zachęca odbiorców do zaangażowania skutkującego nie tylko samym zbieraniem, lecz także innymi działaniami typu fanowskiego, które chętnie opisują współcześni badacze zajmujący się tym zagadnieniem. W odniesieniu do współcześnie istniejących systemów rozrywkowych dominuje przekonanie, że „Polska przynależy do półperyferii, przeważa odbiór produkowanych w rdzeniu tekstów, a implementacja najnowszych trendów produkcyjnych to rzadkość” (Siuda 2012: 201). Rzutowanie takiego stanu rzeczy w przeszłość i traktowanie go jako „naturalnej” oczywistości może jednak prowadzić do opisanych na początku tego tekstu stereotypów, które w płaszczyźnie badawczej utrudniają zrozumienie takich właśnie zjawisk jak system Bolka i Lolka. W jego przypadku z pewnością nie byliśmy obszarem półperyferyjnym.

Trzeba przyznać, że w ramach tego systemu nie powstał żaden typowo kolekcjonerski produkt w rodzaju kart do zbierania czy skomplikowanej gry

karcianej. Zachętę do kolekcjonowania znaleźć można jednak w pewnych produktach systemu, na przykład różnokolorowych zawierających dwuobrazkowe historyjki opakowaniach gumy do żucia produkowanej przez Zakłady Przemysłu Cukierniczego „Odra” w Brzegu albo w zestawach dziecięcej zastawy stołowej opatrzonej różnymi rysunkami (produkowały je zakłady ceramiki stołowej w Łubianie). Charakter kolekcjonerski miały też omówione wcześniej zestawy przezroczy, a wreszcie – wydawane przez Krajową Agencję Wydawniczą karty pocztowe, niektóre z czarno-białymi kadrami z filmu, inne oryginalne, o charakterze okolicznościowym.

Ciekawsza jest jednak analiza takich obiektów i tekstów, które albo zachęcały konsumentów do działania, albo wręcz powstawały wskutek działań oddolnych. Istotnym czynnikiem nie jest przy tym – jak w przypadku późniejszych, wolnorynkowych systemów rozrywkowych – chęć kontrolowania konsumpcji i modyfikowania jej w kierunku prosumpcji. W przypadku Bolka i Lolki mamy raczej do czynienia ze schizofrenicznym rozdarciem pomiędzy budzeniem pragnień konsumpcyjnych i niemożnością ich zaspokojenia. Siła i bogactwo tego systemu nie wynikały – jak to ma miejsce dzisiaj – ze świadomej działalności firm posiadających prawa autorskie i starających się maksymalizować zyski na różnych polach eksploatacji. Potencjał kulturowy Bolka i Lolki przerósł możliwości organizacyjne socjalistycznego przemysłu filmowego, który nie potrafił w pełni zagospodarować kreatywności twórców i wysiłków Studia Filmów Rysunkowych. Inicjatywa przesunęła się zatem w dół, do drobnych przedsiębiorców i w ręce samych odbiorców. Takie jest źródło przebogatej oddolnej wytwórczości rzemieślniczej, której produkty stanowiły część systemu. Są to figurki z tworzywa sztucznego, breloki do kluczy, przywieszki z główkami bohaterów, meble ozdobione wizerunkami Bolka i Lolki, dziecięca biżuteria, drobne przedmioty domowe jak wieszaki, otwieracze do butelek czy termometry, ręcznie malowane talerze, obrazki do wieszania i wiele, wiele innych. Wchodzą one – wykorzystując brak lub nieskuteczność regulacji dotyczących praw autorskich – w te wszystkie obszary, których oficjalne kanały dystrybucyjne i eksploatacyjne systemu nie mogły zaspokoić. Z pewnością w sukurs przychodziła tu prostota i wyrazistość graficzna postaci, które dość łatwo można było odtworzyć, a także adaptować do rozmaitych celów, na przykład przebierając w odpowiednie kostiumy.

Ta szara strefa obejmuje nie tylko artykuły produkowane przez drobnych prywatnych przedsiębiorców, jak wspomniany wcześniej Henryk E. Rey. Także spółdzielnie dość swobodnie traktowały kwestie praw autorskich, jak można domyślać się na przykład po ozdobionym wizerunkami Bolka i Lolki (i innych bohaterów bajek) dwustronnym dominie produkowanym przez Spółdzielnię Rzemieślniczą Rzemiosł Różnych w Zgierzu albo po bilardzie „Bolek i Lolek” wytwarzanym w latach 80. przez Rzemieślniczą Spółdzielnię Wielobranżową w Będzinie (posiadam egzemplarz z roku 1981). Warto też wspomnieć o talii kart do gry w piotrusia sygnowanej przez firmę polonijną Polmark działającą w latach 80., głównie w branży fonograficznej (Bidziński 2016: 222). Współwydawcą talii jest Bielskie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne. Trudno już dziś stwierdzić, czy jest to pomyłka i chodzi o Beskidzie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne (które wydało baśń *Królowa Zima*), jakaś inna instytucja, czy też może zmiana nazwy wiąże się z prawami autorskimi. W każdym razie karty talii noszą wyraźny znak czasu: na wielu z nich chłopcy uprawiają różne sporty ubrani w stroje z wyraźnym emblematem i napisem „Adidas”. Rodzący się rynek – a wraz z nim reklamy – widać też na opakowaniu przegłdarki do przezroczy wyprodukowanej w roku 1985

przez Spółdzielnię Rzemieślniczą Wielobranżową „Domet” z Pruszkowa. Dwie ścianki pudełka zajmuje reklama wydawnictwa Epoka Slajd, a jedną ilustracja przedstawiająca Bolka i Lolka, bez żadnego podpisu. Intencja jest tu oczywista: ma to być przeglądarka do slajdów Epoki, szczególnie zaś – do opowieści z Bolkiem i Lolką. Mniej oczywista i chyba niemożliwa już do odtworzenia jest relacja pomiędzy Spółdzielnią, Epoką Slajd a Studiem Filmów Rysunkowych lub twórcami postaci. Można jednak podejrzewać, że wizerunek Bolka i Lolka został tu wykorzystany jako dobro publiczne.

Osobną sprawę stanowią modyfikacje wyglądu bohaterów, wynikające chyba jednak raczej z nieudolności niż chęci obejścia regulacji prawnych. Wspomniana wyżej przywieszka z główkami Bolka i Lolka niezwykle przypomina podobną, przedstawiającą postać chłopięcą i dziewczęcą (zapewne są to Jacek i Agatka, bohaterowie innej bajki dla dzieci). Żeby więc uniknąć wątpliwości, wytwórca dodał na przywieszce wyraźny napis „Bolek i Lolek”. Także niektóre figurki przypominają bohaterów kreskówki w tak niewielkim stopniu, że są raczej ich karykaturą.

Drobna wytwórczość przenika się z samodzielnymi, niekomercyjnymi działaniami odbiorców, tak że na poziomie materialnym trudno je odróżnić. Jeśli dany obiekt nie ma wyraźnej etykiety lub brakuje kontekstu historycznego, nie da się określić, czy był rzemieślniczo wyprodukowaną zabawką przeznaczoną na sprzedaż, czy też został wytworzony samodzielnie. Taki niepewny status mają rozmaite drewniane obrazki czy piórniki z wypalonym wizerunkiem Bolka i Lolka, ręcznie tkane makatki czy rysowane albo malowane obrazy przeznaczone do ozdabiania pokoió dzieciennych.

Fani otrzymywali też instruktaż. W wydanej w roku 1983 książce *100 zabawek na choinkę* wśród rozmaitych kształtów do samodzielnego wycięcia i ozdobienia są też postacie z bajek, w tym Bolek i Lolek (Kowalczyk 1983: 178–181). Choć idea samodzielnego wykonywania zabawek nie jest wyjątkowa, trudno nie dopatrzeć się tu związków z głębokim kryzysem ekonomicznym, który spycha całe obszary wytwórczości w sferę prywatną.

Na koniec wreszcie trzeba przypomnieć, że miłośnicy Bolka i Lolka mieli także swoje konwenty w postaci Festiwalu filmów o Bolku i Lolku w Gostyniu, który odbywał się corocznie od 1971 roku. Organizatorami festiwalu byli Zakładowy Dom Kultury „Hutnik” oraz Gostyńska Spółdzielnia Mieszkaniowa, a jako zaproszeni goście pojawiali się twórcy kreskówki.

Widać zatem, że system Bolka i Lolka w dużym stopniu wykorzystywał aktywność odbiorców. Zarazem jednak jego specyfikę stanowi intensywna działalność mniejszych przedsiębiorców, korzystających komercyjnie z popularności systemu, ale poruszających się na jego obrzeżach i nie respektujących praw autorskich, a co za tym idzie – rozbudowujących system anarchicznie, w różnych kierunkach.

Zakończenie

Starałem się wykazać, że Bolek i Lolek to nie tylko sympatyczne wspomnienie, które nostalgia spycha w bezpieczne rejony dzieciństwa, lecz także skomplikowany system rozrywkowy o międzynarodowym zasięgu, wielkim wpływie kulturowym i sporym znaczeniu ekonomicznym. Takie potraktowanie Bolka i Lolka przesuwają co prawda uwagę z samych filmów na inne teksty, które znacznie trudniej gromadzić i badać, ale jednocześnie pozwala zrozumieć rzeczywiste kulturowe oddziaływanie systemu. Mam nadzieję, że lepiej też oddaje mu sprawiedliwość.

BIBLIOGRAFIA

- Armata Jerzy. *Animacja dziecięca: nie tylko Bolek i Lolek*. Giżycki Marcin, Zmudzinski Bogusław (red.). *Polski film animowany*. Warszawa, 2008.
- Armata Jerzy. *65 lat polskiej animacji dla dzieci*. Łódź, 2012.
- Armata Jerzy, Wróblewska Anna. *Polski film dla dzieci i młodzieży*. Warszawa, 2014.
- Bidziński Krzysztof. *Polskie firmy fonograficzne*. Elbląg, 2016.
- Boym Svetlana. *The Future of Nostalgia*. New York, 2001.
- Giżycki Marcin. *Nie tylko Disney: Rzecz o filmie animowanym*. Warszawa, 2000.
- Kinder Marsha. *Playing with Power in Movies, Television and Video Games*. Berkeley, Los Angeles, London, 1991.
- Kossakowski Andrzej. *Polski film animowany 1945–1974*. Wrocław, 1977.
- Kossakowski Andrzej. *Film animowany*. Red. Marszałek Rafał. *Historia filmu polskiego*. Tom 5. Warszawa, 1985.
- Kossakowski Andrzej. *Film animowany*. Red. Marszałek Rafał. *Historia filmu polskiego*. Tom 6. Warszawa, 1994.
- Kowalczyk Halina (1983), *100 zabawek na choinkę*. Bydgoszcz.
- Malatyńska Maria, Władysław Nehrebecki, „Magazyn Filmowy” nr 8 (167), 1971.
- Nehrebecki Władysław, Mech Leszek. *Wielka podróż*, „Film” nr 28 (180), 1976.
- Pilling Jayne, red. *A Reader in Animation Studies*, London, 1997.
- Siuda Piotr. *Kultury prosumpcji*. Warszawa, 2012.
- Strzelecka-Polkowska Barbara (bs). *Bolek i Lolek na Dzikim Zachodzie*. „Filmowy Serwis Prasowy” xxxii nr 610, 1986.