

ANNALES
UNIVERSITATIS MARIAE CURIE-SKŁODOWSKA
LUBLIN – POLONIA

VOL. VI

SECTIO L

2008

Instytut Muzyki UMCS

MACIEJ BIAŁAS

Muzyka poważna w telewizji. Problemy i nadzieje

Classical Music on Television. Problems and Hopes

Mit. Chyba tylko tak określić można, narosły wokół muzyki poważnej w ostatnich dekadach XX wieku, kompleks wyobrażeń, skutecznie zresztą petyfikowany nazbyt często ferowanymi opiniami, jakoby była to dziedzina sztuki wyjątkowo oporna wobec cywilizacyjnych przemian typowych dla epoki późnej nowoczesności¹. Ta oporność manifestuje się ponoć najpełniej w nieadekwatności muzyki poważnej w stosunku do współczesnych zjawisk masowej komunikacji, w jej medialnej nieatrakcyjności, nieprzystawalności do narzucanych przez media formatów. Muzyka poważna, jako ambitna dziedzina sztuki, rzeczywiście – jak sugeruje Maryla Hopfinger – nie jest już rudymenem współczesnej sceny komunikacyjnej, ale jednocześnie pozostaje ważnym elementem jej funkcjonowania². Być może więc czasy, kiedy muzyka poważna inspirowała wynalazców do podejmowania prac nad urządzeniami do rejestrowania i transmitowania dźwięku, i kiedy to na jej przykładzie demonstrowano możliwości wielu kolejnych innowacji technicznych należą już do przeszłości, ale fakty takie jak ten, że internetowy sklep z nagraniami muzycznymi firmy Apple – *iTunes* – w ciągu

¹ Por. A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość*, Warszawa 2007, s. 8.

² M. Hopfinger, *Wprowadzenie*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 15-16.

pierwszych trzech lat istnienia sprzedał miliard nagrań, z czego 12% stanowiły nagrania z muzyką poważną³, świadczą o ugruntowanej obecności muzyki poważnej w świecie nowych mediów, świecie coraz zachłanniej zawłaszczanym przez Internet, ale wciąż jeszcze zdominowanym przez owego opisywanego przez Marshalla McLuhana „nieśmiałego olbrzyma”⁴, tj. telewizję.

Telewizja od początku swego istnienia była zainteresowana muzyką poważną. Kiedy w latach trzydziestych XX wieku zdołano rozwiązać większość problemów technicznych związanych z regularnym nadawaniem programów telewizyjnych⁵, muzyka poważna niemal natychmiast zagościła na „szklanym ekranie”. Najwięcej zasług, jeśli chodzi o prezentowanie muzyki poważnej w telewizji, przypisuje się brytyjskiej *BBC*, która przez większą część XX wieku dyktowała kulturalne trendy w Europie i wprowadzała wiele pionierskich rozwiązań w dziedzinie telewizyjnych transmisji widowisk muzycznych⁶. Ale i w Nowym Świecie muzyka poważna – przynajmniej do lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku – gościła regularnie w telewizji. Pewne spektakularne telewizyjne przedsięwzięcia muzyczne zapisały się już złotymi zgłoskami w historii muzyki i w historii telewizji. Wystarczy tu wspomnieć chociażby transmitowaną w 1936 roku przez *BBC* z *Covent Garden* operę *Mr Pickwick* Alberta Coatesa⁷; telewizyjne transmisje koncertów symfonicznych przeprowadzone 21 marca 1948 roku w amerykańskich stacjach telewizyjnych *CBS* (transmisja koncertu filadelfijskich filharmoników pod batutą Eugene’a Ormandy’ego dla nowojorczyków) i *NBC* (transmisja koncertu nowojorskich filharmoników pod batutą Arturo Toscaniniego dla filadelfijczyków)⁸; skomponowaną przez Gian Carlo Menottiego na zamówienie *NBC* operę telewizyjną *Amahl and the Night Visitors* [wystawioną w telewizji 25 grudnia 1952 roku, a popularną w Stanach Zjednoczonych po dziś dzień]⁹; zapoczątkowany w 1958 roku cykl telewizyjnych programów muzycznych Leonarda Bernsteina *Young People’s Concerts*¹⁰; skomponowaną przez Igora Strawieńskie-

³ A. Kozinn, *Check the Numbers: Rumors of Classical Music’s Demise Are Dead Wrong*, „The New York Times”, 28 maja 2006 [archiwum internetowe, 11 grudnia 2008].

⁴ M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, Warszawa 2004, rozdz. 31 *Nieśmiały olbrzym*.

⁵ T. Goban-Klas, *Powstanie i rozwój mediów. Od malowideł naskalnych do multimedii*, Kraków 2001, s. 43.

⁶ J. Borwick, *Broadcasting*, [w:] *The Oxford Companion to Music*, red. A. Latham, Oxford, New York 2002, s. 172.

⁷ *Ibid.*

⁸ D. Gwizdalanka, *Wielka muzyka na małym ekranie*, „Ruch Muzyczny” 2000, nr 23, s. 8.

⁹ Z. Skowron, *Nowa muzyka amerykańska*, Kraków 1995, s. 231-232.

¹⁰ A. Tommasini, *A Patience to Listen, Alive and Well*, „The New York Times”, 30 grudnia 2007 [archiwum internetowe, 11 grudnia 2008].

go na zamówienie CBS sztukę muzyczną *The Flood* [wystawioną w telewizji 14 lipca 1962 roku]¹¹; telewizyjne rejestracje klasycznego repertuaru symfonicznego Herberta von Karajana, współpracującego od 1965 roku z francuskim reżyserem Henri-Georgesem Clouzotem¹²; transmitowany na cały świat latem 1990 roku koncert Trzech Tenorów [José Carrerasa, Plácido Domingo i Luciano Pavarottiego] w Termach Caracalli¹³; wykonanie *Mszy koronacyjnej C-dur* KV 317 Wolfganga Amadeusza Mozarta pod batutą Herberta von Karajana 29 czerwca 1985 roku w Bazylice św. Piotra w Rzymie, podczas celebrowanej przez papieża Jan Pawła II – na oczach międzynarodowej rzeszy widzów – uroczystości *Świętych Apostołów Piotra i Pawła*; transmitowaną z Rzymu do dziewięćdziesięciu siedmiu krajów latem 1992 roku operę *Tosca* Gioacchino Pucciniego, zainscenizowaną w naturalnych plenerach Wiecznego Miasta i z zachowaniem – zgodnych z librettem – pół dnia i nocy¹⁴; czy transmitowane corocznie od 1959 roku przez wiele stacji telewizyjnych na całym świecie koncerty noworoczne filharmoników wiedeńskich.

Mimo to, jeśli chodzi o prezentowanie muzyki poważnej, telewizja nie odegrała w XX wieku równie znaczącej roli, co fonografia czy radio. Wynika to zasadniczo z dwojakiego rodzaju problemów, jakie wiążą się w prezentowaniem muzyki poważnej w telewizji.

Problemy techniczno-estetyczne

Specyfika telewizji każe wielu purystom postrzegać ją jako medium estetycznie wątpliwe. Telewizję – ze względu na jej możliwości techniczne – kojarzy się bowiem z odsądzaną od czci i wiary kulturą masową. Według wielu badaczy tejże kultury, stanowi ona wręcz jej apoteozę. „Gadające pudełko i szklany osobnik”, jak powiada Michał Bristiger, reprezentują świat fantomów, świat masowej publiczności¹⁵. W latach pięćdziesiątych XX wieku, amerykański pisarz i dziennikarz Dwight Macdonald, nawiązując do poglądów Karla Mannheim’a, zarzucał kulturze masowej homogenizację, tj. mieszanie i równomierne rozprowadzanie w serwowanej, zwłaszcza przez telewizję, kulturalnej „strawie” wszelakiego ro-

¹¹ A. Tommasini, *When Network Television Was Willing to Educate*, „The New York Times”, 18 listopada 2004 [archiwum internetowe, 11 grudnia 2008].

¹² *Encyklopedia muzyki*, red. A. Chodkowski, Warszawa 1995, s. 430.

¹³ N. Lebrecht, *Who Killed Classical Music?*, Secaucus 1997, s. 19.

¹⁴ Goban-Klas, *Powstanie i rozwój mediów...*, s. 6.

¹⁵ M. Bristiger, *Komentarz do artykułu Glenna Goulda*, „Res Facta. Teksty o muzyce współczesnej” 1969, nr 3, s. 124.

dzaju treści¹⁶. Antonina Kłoskowska z kolei zdecydowanie broniła homogenizacji. Abstrahując od rozpatrywania jej w trudnym do rzetelnego zbadania aspekcie subiektywnym, związanym z uwzględnianiem reakcji odbiorców na homogenizowane treści, obiektywnie wyróżniła trzy jej typy. Homogenizacja mechaniczna oznacza wprawdzie „wciśnięcie” monumentalnego dzieła muzycznego w znakomitym wykonaniu pomiędzy, dajmy na to, *sitcom* a *quiz*, ale jednocześnie jest wyrazem „demokratyzacji wartości artystycznych i umysłowych uznawanych za najcenniejsze w danym społeczeństwie”¹⁷. Rzeczywisty problem nie dotyczy tu więc estetyki, lecz ilości wielkiej muzyki w ofercie programowej stacji telewizyjnej i dokonywanych przez telewidzów wyborów telewizyjnych treści. Homogenizacja upraszczająca (wulgaryzująca) sprowadza się do owej irytującej Rafała Augustyna „klasyki ułatwionej”, owych „aranży, montażu i persyflaży”¹⁸. Tymczasem, jak sugeruje A. Kłoskowska, traktować ją należy raczej jako formę popularyzacji wielkiej muzyki, jako sposób na dotarcie z nią „pod strzechy”, a nawet jako narzędzie artystycznej rekrutacji. Homogenizacja immanentna natomiast zawiera się w konstrukcji samego dzieła muzycznego, które choć wartościowe artystycznie, cieszy się dużą popularnością. *Bolero* M. Ravela, *Carmen* G. Bizeta czy *Błękitna rapsodia* G. Gershwina są więc utworami muzycznymi będącymi raczej wyrazem szczególnego talentu ich twórców, wyrafinowanymi *evergreenami* sprawdzającymi się w każdym środowisku, również telewizyjnym¹⁹. W obliczu tych argumentów, zarzut – typowej dla telewizji – homogenizacji, traci na znaczeniu.

Obecność muzyki poważnej w telewizji – jak dowodzi oferta programowa popularnych ostatnio kanałów tematycznych poświęconych kulturze i sztuce, a więc i muzyce poważnej – nie sprowadza się jedynie do transmisji i retransmisji koncertów (z różnych miejsc plenerowych, z różnych sal koncertowych, z różnych studiów telewizyjnych; koncertów zwykłych i okolicznościowych; wokalnych, symfonicznych, kameralnych i solowych; koncertów muzyki dawnej i współczesnej; „cięższej” i „lżejszej”) oraz spektakli operowych, operetkowych i baletowych (w wersji scenicznej, telewizyjnej i filmowej; w scenografii tradycyjnej i nowoczesnej). Muzyka poważna w telewizji to również relacje z wszelakiego rodzaju imprez muzycznych (konkursów, festiwali itp.); filmy dokumentalne i reportaże o wybitnych twórcach i wykonawcach, o specyficie różnych

¹⁶ D. Macdonald, *Teoria kultury masowej*, [w:] *Kultura masowa*, red. C. Miłosz, Kraków 2002, s. 19-20.

¹⁷ A. Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980, s. 346.

¹⁸ R. Augustyn, *Muzyka, szkoła i „antropolodzy”*, „Ruch Muzyczny” 2002, nr 8, s. 22.

¹⁹ Kłoskowska, *Kultura masowa...*, s. 320-358; *eadem*, *Socjologia kultury*, Warszawa 1983, s. 349-354.

okresów w historii muzyki, o sztuce wykonawczej; filmy fabularne „o muzyce i muzykach”; animacje osnute na kanwie miniatur muzycznych; programy publicystyczne poświęcone kulturze muzycznej; wywiady z osobistościami świata muzyki; pogawędki i dyskusje o muzyce poważnej; „monograficzne” dni poświęcone wybitnym twórcom i wykonawcom; celebracje ważnych rocznic z muzycznego kalendarium²⁰.

Obfitość telewizyjnych formatów z muzyką poważną nie godzi jednak w dogmatyczność widowiska muzycznego jak formy obcowania z muzyką poważną *par excellence*. Widowisko muzyczne „na żywo” rozgrywa się jednak w przestrzeni trójwymiarowej i towarzyszy mu szczególnie klimat estetyczny, niemal niemożliwy do oddania za pośrednictwem telewizji. Szczególnie wymownym przykładem jest tu opera. Telewizyjne widowisko operowe nie jest w stanie odtworzyć trójwymiarowości widowiska operowego „na żywo”, podczas którego śpiewacy poruszają się w realnej przestrzeni, nasycając ją, niejako przy okazji, ulotnymi, ale wyczuwalnymi molekułami estetycznej substancji. Operofile nie są w związku z tym skłonni uznać telewizyjnego widowiska operowego za w pełni odpowiadający im substytut widowiska operowego „na żywo”. Anthony Tommasini sugeruje jednak, że widowisko operowe w ogóle – z elementami dramatycznymi, postaciami, kostiumami i całym swoim teatralnym splendorem, jest dla odbiorcy doświadczeniem totalnym, „immersyjnym”, i to przesądza o niejkiej atrakcyjności nawet jego telewizyjnego *pendant*²¹. Danuta Gwizdalanka z kolei uważa wręcz, że „operę w TV można z powodzeniem filmować, mając do dyspozycji środki techniczne pod wieloma względami doskonalsze niż w realnym teatrze. Przerwa w transmisji pozwala dopełnić relację ze spektaklu wywiadem z realizatorami i wykonawcami, komentarzem, migawkami z prób. Setki wideo utrwalających rozmaite inscenizacje pozwalają nie martwić się o przyszłość tego gatunku na domowym ekranie”²². Absencja właściwych operze elementów w koncertach muzyki poważnej sprawia natomiast, że te ostatnie postrzega się nazbyt często jako wręcz nienadające się do transmitowania za pośrednictwem telewizji.

Telewizja operuje bowiem nie tylko dźwiękiem, ale przede wszystkim obrazem; przekaz telewizyjny jest audiowizualny. Nieprzystawalność muzyki poważnej – sztuki audialnej – do telewizji w następujący sposób tłumaczy Jorge Velazco: „Muzyka jest sztuką, ze swej natury, pozbawioną wymiaru przestrzennego. Nikt nie jest w stanie określić optycznych parametrów muzyki w przestrzeni. Nie ulega wątpliwości, że drgania powietrza, będące rudymenarną, bezpośred-

²⁰ Por. M. Białas, *Sto lat niech żyje nam... Drugie urodziny TVP Kultura*, „Akcent” 2007, nr 3, s. 150-158.

²¹ Tommasini, *A Patience to Listen...*

²² D. Gwizdalanka, *Stulecie mediów*, „Wychowanie Muzyczne w Szkole” 2007, nr 1, s. 10.

nią manifestacją muzyki, wypełniają określoną przestrzeń, ale dla ludzkiego oka zjawisko to jest zbyt subtelne i całkowicie nieuchwytnie. Poza tym, co najistotniejsze, muzyka jest sztuką, która łączy myśli poprzez system wcześniej ustalonych relacji. Połączenia te są dla ludzkiego oka niedostępne. [...] Jako jedno z najbardziej efektywnych mediów masowej komunikacji, muzyka nie nadaje się do transmisji za pośrednictwem telewizji, która zasadniczo jest medium wizualnym; medium, którego efektywność wynika z możliwości transmitowania obrazów, i którego możliwości określają parametry przestrzenne²³. Ludwik Erhardt z kolei utrzymuje, że istnieje „sprzeczność między naturą telewizji odwołującej się do zmysłu wzroku, a naturą muzyki apelującej do zmysłu słuchu”; że monotonny i nieatrakcyjny w gruncie rzeczy telewizyjny obraz koncertu „skutecznie odwraca uwagę widza od czynności, którą wtedy właśnie powinien by on wykonywać z maksymalnym skupieniem, to jest od słuchania muzyki”²⁴.

Wątek monotonii i nieatrakcyjności telewizyjnego obrazu koncertu podejmuje również cytowany uprzednio J. Velazco: „Muzyka jest zazwyczaj produkowana przez siedzącego wykonawcę, i ruchy niezbędne do jej produkowania – jeśli rozpatrywać je w kategoriach fizycznego spektaklu – są nadzwyczaj delikatne i subtelne. Mięśniowe wyczyny wiolonczelisty lub pianisty mają bardzo ograniczony wymiar przestrzenny. Najdelikatniejsze i najbardziej złożone problemy, z którymi zmagają się trębacz lub waltornista, są właściwie niedostrzegalne. Najbardziej niezwykły waltornista, jakiego widział świat, jest – z perspektywy podglądającej ruch telewizji – niewymownie nudny, nieinteresujący, bezbarwny. A wszystko dlatego, że to, co on, lub jakikolwiek inny muzyk, produkuje, jest myślą manifestującą się za pośrednictwem dźwięku, który okupuje czas, a nie przestrzeń. Bohaterem koncertów jest myśl. Muzyka żyje i obiektywizuje się w czasie, podczas gdy telewizja żyje i obiektywizuje się w dynamice ruchu, w obrazie, w stosunku do którego dźwięk pełni zaledwie funkcje pomocnicze. [...] Symultaniczne transmitowanie obrazów, które korespondują z wykonywaną muzyką jest próbą pozorowania zbyt łatwo akceptowanej podniosłości. Pokazywanie na ekranie rozmaitych ujęć publiczności, siedzącej, słuchającej w skupieniu koncertu, stanowi apoteozę nudy. Burze, które muzyka wywołuje, przechodzą przez głowy słuchaczy. Nie licząc wyjątkowych przypadków, nie wywołują one na ogół widocznych, zewnętrznych reakcji”²⁵.

Piętnowanie przez J. Velazco i L. Erhardta telewizyjnego obrazu koncertu za jego stronę wizualną jest jednak co najmniej wątpliwe. Gdyby bowiem było do-

²³ J. Velazco, *Television Music*, „Excelsior”, luty 1977, [w:] *The Attentive Listener. Three Centuries of Music Criticism*, red. H. Haskell, Princeton 1996, s. 373.

²⁴ L. Erhardt, *Sztuka dźwięku*, Warszawa 1980, s. 288-289.

²⁵ Velazco, *op. cit.*, s. 374-375.

kładnie tak, jak twierdzi J. Velazco czy L. Erhardt, za idealny uznawany byłby odbiór muzyki w domowym zaciszu, na doskonałym sprzęcie hi-fi (doskonale wykonane, nagrane i „zmontowane” dzieło muzyczne, komfortowe warunki odbioru itd.), a nie w sali koncertowej. Obraz towarzyszy percepcji muzyki od najdawniejszych czasów, co zresztą, zdaniem niektórych kulturoznawców, dowodzi względnej autonomiczności wszelkich zjawisk kulturowych²⁶. O tym, jak bardzo muzyka związana jest z wizualnością, świadczy chociażby przypomniany przez Zygmunta Kałużyńskiego fenomen polegający na skłonności wielu słuchaczy nagrań do wyobrażania sobie grających instrumentów. Wielu kompozytorom, którzy w nagraniach wykorzystali rozmaite nietypowe brzmienia, udało się przyciągnąć na koncerty rzesze zaciekawionych słuchaczy, którzy znając te nagrania, przychodzili, by dowiedzieć się, co jest źródłem tych brzmień²⁷. Problemy z prezentowaniem muzyki w telewizji są więc raczej natury technicznej.

Z akustycznego punktu widzenia, muzykę w sali koncertowej najlepiej odbierać z miejsca w którymś z dalszych rzędów. W kontekście odbioru telewizyjnego oznacza to statyczne, szerokokątne ujęcie orkiestry. Takie ujęcie nie może być satysfakcjonujące, mając na uwadze stosunkowo mały ekran telewizora, który uniemożliwia widzowi koncentrowanie uwagi na rozmaitych sekcjach orkiestry (kiedy sekcje te „się o to proszą”, grając na przykład melodię, temat, ważny motyw)²⁸, jak to ma miejsce podczas koncertu. Pewnym rozwiązaniem tego problemu wizualnego przykuwania uwagi jest technika polegająca na cięciu i zestawianiu ujęć z różnych kamer. Robi się więc zbliżenia pojedynczych instrumentów lub sekcji instrumentów dokładnie w tych momentach, w których wykonują one ważniejsze partie muzyczne. Zbliżenia te przeplata się z całościowymi ujęciami orkiestry z oddali, obrazami dyrygenta itp.

Praktyka ta jest daleka od doskonałości. Wrażenia wzrokowe i słuchowe – i tu bezwzględnie należy zgodzić się z L. Erhardtem – bywają bowiem często w konflikcie. Postrzegany przez widza dystans dzielący instrumenty nieustannie się zmienia, podobnie zresztą jak kąt rozmaitych ujęć; niezmienna natomiast pozostaje perspektywa dźwiękowa. Ewa Kofin przypomina, że „gdy równowaga dynamiki utworu jest zachowana, w wypadku najazdów i odjazdów muzyka popada w sprzeczność z wizją. Ale jeśli się ją pod tym względem do wizji dostosuje – reprodukcja muzyczna popada w sprzeczność ze swoim oryginałem”²⁹. Alterowanie muzycznego brzmienia pod kątem jego spójności z rozmaitymi ujęciami

²⁶ E. Kofin, *Muzyka telewizyjna*, Warszawa 1980, s. 51.

²⁷ Z. Kałużyński, *Komentarz do artykułu Glenna Goulda*, „Res Facta. Teksty o muzyce współczesnej” 1969, nr 3, s. 111-112.

²⁸ Kofin, *op. cit.*, s. 141-142.

²⁹ *Ibid.*, s. 153.

kamery nie jest zatem praktykowane. Telewizyjni reżyserzy dźwięku czują się natomiast niejako zobligowani do „podbijania” brzmienia wszystkich instrumentów. Muzyka w telewizji może więc odbiegać od muzyki idealnie nagranej³⁰. Zbliżeniom fletu, trójkąta czy jakiegokolwiek innego instrumentu powinien jednak towarzyszyć wyraźnie słyszalny dźwięk tegoż fletu, trójkąta czy jakiegokolwiek innego instrumentu. Fakt, iż „oko percypuje szybciej niż ucho”³¹ sprawia, że większość widzów akceptuje tę technikę³².

Prawdą więc jest, że telewizyjny obraz może odwracać uwagę od muzyki; jednocześnie jednak może czynić przekaz, jako całość, „bardziej realistycznym, klarownym i emocjonującym, a więc bardziej wiarygodnym i silniej angażującym widza”³³. Marshall McLuhan, powołując się na opinię amerykańskiego reżysera Otto Premingera, powiada, że telewizja „sprzyja głębokim strukturom zarówno w sztuce, jak i w rozrywce, a także wywołuje u widzów chęć angażowania się dogłębnie w odbiór danego przekazu”³⁴. Być może więc – jak sugeruje J. Velazco – „obfitość kamer, rzeczywiście swobodny ich ruch, ruchome platformy służące do robienia szczególnie interesujących ujęć, kamery wysokiej rozdzielczości pozwalające unikać nieszczęsnych świateł reflektorów, obiektywy pozwalające na dokonywanie zbliżeń bez umieszczania kamer przy nosach muzyków, mądrze i odpowiednio rozmieszczone ultra-wrażliwe mikrofony, doradztwo ekspertów muzycznych, możliwości edytowania i »wygładzania« [transmisji] pozwolą na produkowanie audycji, które nawet muzyczni *aficionados* uznają za wielce obiecujące. Sam jednak problem transmitowania fizycznie statycznych sytuacji, które docenić może jedynie specjalista, i które – z uzasadnionego braku komentatora, który wyjaśniałby co ciekawsze pojęcia i zaspokajał określone potrzeby – nie cieszą się powszechnym zainteresowaniem, istnieje”³⁵.

Współcześnie doniosła rola w przygotowywaniu telewizyjnych transmisji koncertów przypada muzycznemu reżyserowi obrazu. „Specjalizuje się on wyłącznie w reżyserowaniu programów muzycznych. Po pierwsze, musi być wykształconym muzykiem, *ergo* świetnie znać nuty. Musi umieć czytać i rozumieć partytury oraz wszelki »podtekst« tekstu muzycznego. Do tego dochodzi [...] technologia

³⁰ Według Ewy Kofin, zabiegi „podbijania” brzmienia powodują deforlmacje dynamiczno-kolorystyczne, na których muzyka zawsze w jakimś stopniu „cierpi”. (Kofin, *op. cit.*, s. 67-78.)

³¹ J. Płażewski, *Język filmu*, Warszawa 1982, s. 183.

³² J. Borwick, *Broadcasting of Music*, [w:] *The New Oxford Companion to Music*, red. D. Arnold, Volume 1·A-J, Oxford 1983, s. 274.

³³ M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 362.

³⁴ McLuhan, *op. cit.*, s. 403.

³⁵ Velazco, *op. cit.*, s. 375.

przygotowania wszelkich transmisji”³⁶. Reguły montażu we wszelkiej twórczości filmowej uznawane są za *pendant* reguł syntaktycznych. Dobry muzyczny reżyser obrazu potrafi zadbać o to, by „składnia” obrazu zawsze korespondowała ze „składnią” muzyki³⁷; by synchronizacja strukturalna obrazu i muzyki, polegająca na dostosowaniu jednostek strukturalnych obrazu (ujęć) do jednostek strukturalnych muzyki („motywów, fraz, zdań, okresów, a ponadto tematów i ich przetworzeń, snucia motywicznego itd.”) była optymalna³⁸. Analizując na przykład fragment³⁹, pochodzącej z 1974 roku, telewizyjnej rejestracji wykonania *VI Symfonii h-moll „Patetycznej”* op. 74 Piotra Czajkowskiego przez filharmoników berlińskich pod batutą Herberta von Karajana – właśnie pod kątem kongruencji syntaktyki obrazu telewizyjnego⁴⁰ z syntaktyką muzyki⁴¹ – można dojść do następujących wniosków:

1. Telewizyjna rejestracja wykonania *VI Symfonii h-moll „Patetycznej”* op. 74 Piotra Czajkowskiego przez filharmoników berlińskich pod batutą Herberta von Karajana jest nie tylko przygotowana zgodnie z regułami sztuki filmowej; oddaje bowiem również w dużej mierze to wszystko, co logicznie wypływa z samej tylko muzycznej narracji. Obraz służy komentowaniu muzyki. Prezentowaniu ważniejszych – ze względu na architekturę formy muzycznej – odcinków (wstępne *Adagio*, *Allegro non troppo* wprowadzające temat I, ewolucja tematu I, *Andante* wprowadzające temat II, powrót tematu II) odpowiadają dłuższe ujęcia Herberta von Karajana dyrygującego w otoczeniu części muzyków orkiestry (półzbliżenia, plany średnie). Stanowią one tzw. *master shots*, czyli ujęcia pod-

³⁶ P. Szalsza, *Wielka muzyka w telewizji*, „Ruch Muzyczny” 2001, nr 5, s. 10.

³⁷ Por. J. Gajda, *Telewizja w kształceniu kultury literackiej uczniów*, Warszawa 1979, rozdz. *Specyfika i język telewizji*; B. Reeves, C. Nass, *Media i ludzie*, Warszawa 2000, ss. 69-71, 269-284. Obecność w słowniku języka filmowego takich pojęć jak „rytm filmowy”, „faza montażowa”, „montaż polifoniczny”, „orkiestracja rzeczywistości” itp., świadczy o pokrewieństwie „składni” filmowej i muzycznej.

³⁸ Kofin, *op. cit.*, s. 133.

³⁹ Część I *Allegro non troppo* poprzedzone wstępnym *Adagio*; ekspozycja.

⁴⁰ Por. Płażewski, *op. cit.*; D. Arijon, *Gramatyka języka filmowego*, przeł. A. Forbert, Warszawa 1985; S. D. Katz, *Reżyseria filmowa. Ujęcie po ujęciu*, przeł. F. Pastusiak, M. Szczerbic, Warszawa 2007; J. V. Mascelli, *Pięć tajemnic warsztatu filmowego*, przeł. T. Szafranski, Warszawa 2007.

⁴¹ Por. T. Zieliński, *Ostatnie Symfonie Czajkowskiego*, Kraków 1955; M. Łuczak, *Realizacja ekspresji muzycznej w VI Symfonii h-moll „Patetycznej” op. 74 Piotra Czajkowskiego*, niepublikowana praca magisterska. Katedra Historii i Teorii Muzyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1980; L. Kasza-Skrzyniarz, *Symfonie Piotra Czajkowskiego*, niepublikowana praca magisterska. Katedra Historii i Teorii Muzyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1980; P. I. Tschairowsky, *Symphonie VI h-moll/B minor/Si mineur Pathétique*, Revision 1960, Philharmonia Partituren in der Universal Edition, Wien – London, Editio Musica Budapest.

stawowe, w które wmontowane są krótkie przebitki i przerywniki pokazujące instrumentalistów wprowadzających tematy lub charakterystyczne motywy. Tzw. rytm wizualny rejestracji nakłada się w związku z tym na właściwą formie muzycznej fluktuację napięć i odprężeń.

2. Wspomniane *master shots* oraz przebitki i przerywniki uwypuklają ważniejsze elementy narracji muzycznej. Koncentrując tym samym na nich uwagę widzów-słuchaczy, czynią dzieło P. Czajkowskiego czytelniejszym, bardziej zrozumiałym pod względem formalnym. Ma to olbrzymie znaczenie. „Forma w muzyce poważnej bowiem – jak konstatuje Anthony Tommasini – jest elementem najłatwiejszym do opisanego i najtrudniejszym do dostrzeżenia”⁴².
3. Telewizyjna rejestracja wykonania *VI Symfonii* wyróżnia się atrakcyjnością wizualną, co również w subtelny sposób determinuje odbiór dzieła muzycznego. Atrakcyjność wizualna jest natomiast efektem – dość wyrafinowanych jak na owe czasy – reżyserskich zabiegów. Dwa rodzaje kątów widzenia kamery, tj. obiektywny kąt widzenia i przedstawiający punkt widzenia (*POV*), gwarantują obiektywizm w przedstawieniu wydarzenia⁴³, a jednocześnie dają widzom-słuchaczom możliwość przesiąknięcia jego atmosferą, umożliwiając im nawet niejaką identyfikację z muzykami. Zmiany wielkości planu – od planu ogólnego do dużego zbliżenia – podnoszą poziom uwagi, angażują intelektualnie, wyostwiają percepcję elementów muzycznej „składni”. Zmiany ustawień kamery wzmacniają symbolikę motywów muzycznych symboliką ujęć (ujęcia ze strony lewej lub prawej, z perspektywy ptasiej lub żabiej, ujęcia przez ramię (*OTS; over the shoulder*), ujęcia trzy czwarte (*en trois quart*), w podwójnym kącie). Same ujęcia wyróżniają się interesującą kompozycją kadrów, która wynika z włączenia widzów-słuchaczy w obszar przestrzeni ekranowej (kadrowanie otwarte przeważa nad kadrowaniem zamkniętym), odpowiedniego usytuowania w kadrach filmowanych obiektów (np. Herbert von Karajan na pierwszym planie, usytuowany zwykle blisko lewej lub prawej granicy kadru, silnie przyciąga uwagę i zdaje się górować nad muzykami orkiestry; kadrowanie ciasne przeważa nad kadrowaniem luźnym), subtelnego ruchu tychże obiektów, operowania ostrością (kompozycja głębinowa, zdjęcia o dużej głębi ostrości) i perspektywą (perspektywa jednopunktowa). Ogólną wymowę rejestracji potęguje przede wszystkim ruch obrazów, najczęściej statycznych, osiągnięty montażem linearnym o zmiennym rytmie podporządkowanym konkretyzowanej w czasie – a więc niejako *in statu*

⁴² Tommasini, *A Patience to Listen...*

⁴³ Zachowaniu obiektywizmu w przedstawieniu wydarzenia sprzyja też kadrowanie Herberta von Karajana zawsze w pozycji neutralnej (z boku).

nascendi – formie muzycznej. Ruch kamerą ogranicza się tu do realizowanych za pomocą transfokatora – ze względu na fizyczne ograniczenia sztywnej scenografii – odjazdów i najazdów, które mają znaczenie dramatyzujące i koncentrujące. Kontrastowy sposób opowiadania gwarantuje wizualną różnorodność. Swoistą relację przestrzenną pomiędzy dyrygującym Herbertem von Karajanem a muzykami orkiestry ustanawia filmowanie ich naprzemiennie w kontrplanach. Jako że scena Filharmonii Berlińskiej stanowi przestrzeń wypełnioną pokazną grupą ludzi, a filmowane osoby nie zmieniają swoich miejsc, kontrplany zewnętrzne przeciwstawiane są kontrplanom wewnętrznym, co daje efekt kontrastu liczebności (Herbert von Karajan, sam jeden, panujący nad całą orkiestrą).

4. Wszystkie te zabiegi reżyserskie mają określone znaczenie. Poprzez intensyfikowanie reakcji psychologicznych widzów-słuchaczy, wpisywanie się w „rytm falowania” ich uwagi, wzbudzanie u nich reakcji emocjonalnych, potęgują ich zaangażowanie w odbiór dzieła P. Czajkowskiego, zmniejszają ich dystans estetyczny do tegoż dzieła. Na ekranie zawsze pojawia się to, co powinno najbardziej zainteresować odbiorcę (arbitralnie dokonanych wyborów motywów muzycznych, wyeksponowanych poprzez wzmocnienie ich obrazem prezentujących je instrumentalistów, podobnie jak związanych z tymi wyborami kompromisów, nie sposób było uniknąć). Wielkości planów i ustawienia kamer zostały dobrane odpowiednio do celu każdego ujęcia i efektu, jaki ma wywierać na widzach-słuchaczach, skutkiem czego ci ostatni mają większą szansę znaleźć się pod urokiem motywów i tematów *VI Symfonii*, ulec jej wyrafinowanemu brzmieniu, zainspirować się jej przesłaniem. Kamery są używane tak, aby wręcz dodatkowo dramatyzować muzykę. Duże wrażenie robią – silnie rozbudzające wyobraźnię – motywy, które słychać, choć kamera nie pokazuje prezentujących je instrumentalistów. Motywy te na ogół powtarzają się i wówczas już towarzyszy im obraz prezentujących je instrumentalistów, co stwarza efekt niespodzianki, miłego zaskoczenia. Opisywane zabiegi reżyserskie są jednocześnie jednak na tyle subtelne, że nie odwracają uwagi od muzycznej fabuły, która jest najważniejsza. W telewizyjnej rejestracji wykonania *VI Symfonii* brakuje – być może atrakcyjnych, ale niewiele wnoszących do pogłębionego odbioru muzyki – ujęć publiczności, którą jedynie od czasu do czasu widać gdzieś w tle; brakuje subiektywnych kątów widzenia kamery, które mogą „przekierowywać” uwagę z muzyki na postaci muzyków (chociażby na charyzmatycznego Herberta von Karajana). Lekkie wrażenie odhumanizowania obrazu rejestracji wynika jednak z powierzenia głównej roli muzyce.
5. Mimo to, dopatrzeć się również można w rejestracji dość silnie wyczuwalnej tendencji do ugruntowania gwiazdorskiej pozycji w świecie sztuki *maestro*

Herberta von Karajana i filharmoników berlińskich (element promocyjny). Muzycy przedstawieni są jak najbardziej korzystnie. Uosabiają, pełną dostojności i elegancji, muzyczną elitę. Sam zaś Herbert von Karajan przewodzi swoimi „zastępami” autokratycznie, ale i hieratycznie, robiąc wrażenie postaci iście nie z tego świata.

Komentując obecność muzyki poważnej w telewizji, warto jeszcze wspomnieć o formatach, które, zdaniem niektórych purystów, pod względem estetycznym, wyłamują się zasadnie głajchszaltowanym schematom jej prezentowania na „szklanym ekranie”, jawnie godząc w „kulturalną poprawność” (*cultural correctness*). Mowa tu chociażby o wideoklipie (teledysku). Matką wideoklipu jest reklama⁴⁴. Wideoklip bowiem – jak powiada Maciej Mrozowski – „miał być reklamą utworu muzycznego, wykonawcy i całej płyty z tym nagraniem, ale szybko nabrał samostnego znaczenia, przyczyniając się do powstania wyspecjalizowanych kanałów muzycznych w telewizji”⁴⁵. Antenatami teledysków były popularne w latach czterdziestych w Stanach Zjednoczonych tzw. *soundies*, czyli krótkie filmy muzyczne odtwarzane w tzw. *panorams*, czyli „szafach kinowych”⁴⁶. W istocie jednak, to dopiero telewizja rzeczywiście połączyła muzykę z obrazem, dając początek wideoklipowi – „nowemu gatunkowi kreacji artystycznej”⁴⁷.

Wielu purystów kontestuje tworzenie wideoklipów do muzyki poważnej. Ich zdaniem, nie sprawdzają się one w przypadku dłuższych utworów muzycznych. Ponadto, ich porywająca i często wartościowa pod względem artystycznym strona wizualna⁴⁸ „zazwyczaj nadmiernie odciąga uwagę od samej muzyki, redukując ją do roli tła”⁴⁹. A przecież warunki panujące w sali koncertowej sprzyjać mają koncentracji na muzyce (na przykład jednolite, monochromatyczne stroje muzyków są pomyślane tak, aby nie przykuwać uwagi odbiorców)⁵⁰. Trzeba przyznać, że argumentacja purystów nie jest pozbawiona racji.

Z drugiej jednak strony – jak zauważa D. Gwizdalanka – wszelkie wątpliwości, jakie rodzi prezentowanie muzyki poważnej za pośrednictwem rozmaitych

⁴⁴ K. Wilkoszewska, *Czym jest postmodernizm?*, Kraków 1997, s. 42.

⁴⁵ Mrozowski, *op. cit.*, s. 186.

⁴⁶ Gwizdalanka, *Stulecie...*, s. 11; *The Harvard Dictionary of Music*, red. D. Michael Randel, Cambridge, Massachusetts, London 2003, s. 544.

⁴⁷ M. Bombol, A. Dąbrowska, *Czas wolny. Konsument rynek marketing*, Warszawa 2003, s. 165.

⁴⁸ Por. M. Nalikowski, *Estetyka wideoklipu*, „Akcent” 1991, nr 1; U. Jarecka, *Świat i człowiek w wideoklipowej przestrzeni mitycznej*, „Kultura i społeczeństwo” 1997, nr 3; A. Zwoliński, *Dźwięk w relacjach społecznych*, Kraków 2004, rozdz. *Teledyski*.

⁴⁹ Gwizdalanka, *Stulecie...*, s. 11.

⁵⁰ Muzycy wszakże – a zwłaszcza soliści i dyrygenci – i tak przykuwają uwagę, choć raczej wyglądem i zachowaniem niż strojem.

mediów wynikają z faktu, że „nie istnieje wzorzec »repcji doskonałej« dla dzieł sztuki, niezależnej od czasu, miejsca i wrażliwości odbiorcy. Zawsze znajdą się tacy, dla których nawet najwspanialsza realizacja *Don Giovanniego* będzie zbędnym dodatkiem do genialnej muzyki Mozarta, toteż najbardziej usatysfakcjonuje ich »zaledwie« nagranie płytowe pozwalające rozkoszować się muzyką bez rozpraszającej uwagę akcji scenicznej. Kiedy indziej zachwycać może teledysk prezentujący udaną symbiozę muzyki z obrazem (podobnie jak świetna choreografia dokomponowana do utworu »muzyki absolutnej«) i to nawet wbrew intencji kompozytora, podczas gdy »wierne historycznie« wykonanie imitujące przeszłość porazi artystyczną nieudolnością»⁵¹.

Muzyka bywała często „spektaklem równocześnie dla uszu i oczu”⁵², inicjując niejako zjawisko synestezji, polegające na występowaniu połączonych wrażeń zmysłowych⁵³. Abstrahując w tym momencie od kwestii języka ciała wykonawców muzyki poważnej czy – właściwej wielu odbiorcom – *voyeurystycznej* niemal potrzeby podglądania muzyków „przy pracy”, wypada przypomnieć, że muzykę można postrzegać w sposób obrazowy. Niektóre brzmienia lub fragmenty muzyczne przywołują w umyśle określone obrazy. Mogą to być ilustracje lub scenerie znane ze sztuki lub z życia; wspomnienia, skojarzenia, wizje lub barwne amalgamaty⁵⁴. Wynika to ze zdolności muzyki do ewokowania rozmaitych wyobrażeń. Zdolność ta pozwoliła na przykład widowisku baletowemu wywalczyć sobie trwałe miejsce w kulturze muzycznej. W drugiej połowie XX wieku rozmaici awangardziści muzyczni eksperymentowali z wizją. Po dziś dzień tworzy się muzykę audiowizualną, której niezbywalnym elementem jest obraz. To wszystko niewątpliwie przydaje zasadności tworzeniu teledysków do muzyki poważnej. A teledyski takie od dawna już się tworzy. Na przykład w amerykańskiej stacji *Classic Arts Showcase* co tydzień przygotowywanych jest osiem godzin teledysków do muzyki poważnej (są to na ogół obrazy do miniatur muzycznych), i są one nadawane trzy razy dziennie. Znanym natomiast w Polsce twórcą animacji do miniatur muzycznych – które okazjonalnie pojawiają się na antenie kanału *TVP Kultura* – jest Zbigniew Rybczyński.

Argumentem na rzecz tworzenia wideoklipów do muzyki poważnej może być też fakt, że telekracja narzuciła współczesnemu człowiekowi nowe sposoby obcowania z kulturą. W kontekście muzyki poważnej oznacza to, że w pewnych okolicznościach, koncert – zarówno „na żywo”, jak i nadawany w telewizji – nie musi być wcale najlepszym sposobem jej prezentowania (np. młodemu pokoleniu). Mniej więcej w połowie XX wieku zdali sobie z tego sprawę producenci

⁵¹ Gwizdalanka, *Stulecie...*, s. 4-5.

⁵² *Ibid.*, s. 9.

⁵³ McLuhan, *op. cit.*, s. 406.

⁵⁴ M. Kłosiński, *Człowiek w sytuacji kontaktu z muzyką*, Warszawa 1995, s. 94.

amerykańskich *cartoonów* (kreskówek), którym rzesze Amerykanów zawdzięczają swój pierwszy świadomy kontakt z klasycznym repertuarem. Na przykład Timothy i Kevine Burke, w swojej książce *Saturday Morning Fever: Growing Up with Cartoon Culture*, poświęconej dorastaniu w kulturze *cartoonów*, piszą: „Nie ulega wątpliwości, że nasz pierwszy kontakt z operą – a w szczególności *Cyrulikiem sewilskim* – zawdzięczamy Królikowi Bugsowi. Z całą pewnością *cartoony* są edukacyjne”⁵⁵.

Tym, czym *cartoony* bywają dla widzów najmłodszych, tym, dla nieco starszych, bywają – prezentowane również w telewizji – filmy „o muzyce i muzykach”. Zdaniem Davida Pogue’a i Scotta Specka, filmy tego rodzaju są przesadnie udramatyzowane, a przedstawiane w nich fakty mają zazwyczaj więcej wspólnego z fikcją, niż z rzeczywistością. Mimo to, na ogół udaje im się uchwycić muzycznego ducha danej epoki, oddać osobowość danego kompozytora i – co najważniejsze – olśnić odbiorców rozbrzmiewającą w nich muzyką poważną⁵⁶.

Niezależnie od problemu różnorodności telewizyjnych formatów posiłkujących się wielką muzyką, problemem estetycznym może być również sama sytuacja słuchania muzyki za pośrednictwem telewizji. Wydawać się może, że słuchanie muzyki za pośrednictwem telewizji wyjątkowo sprzyja intymnemu przeżywaniu muzyki. W istocie jednak, domowe rozluźnienie bywa asumptem do łączenia słuchania muzyki z rozmaitymi czynnościami domowymi (typu rozmawianie, jedzenie itp.), które na ogół wywołują dystrakcję⁵⁷. Takie zaś nieuważne, często fragmentaryczne słuchanie muzyki prowadzi – zdaniem M. Drobnera – do „spłycenia przeżycia [muzycznego]”. W tym kontekście więc sala koncertowa, ze swoimi wszystkimi rygorami, wydaje się gwarantem rzeczywistego przeżycia muzycznego⁵⁸. Nie sposób jednak zapomnieć, że w ostatecznej instancji, wiąże się ono przecież z pewnym prymarnym w stosunku do kontekstu zewnętrznego aktem woli.

Problemy społeczno-ekonomiczne

Audytoryum telewizyjnych widowisk muzycznych jest szczególnego rodzaju. W przeciwieństwie do audytoryum widowiska muzycznego „na żywo”, nie jest bowiem skupione w czasie i przestrzeni; nie jest niewielkie i aktywnie reagujące na jego przebieg. Jest natomiast dość liczne i zatowizowane. Za jego ante-

⁵⁵ Cyt. za D. Goldmark, *Tunes for 'Toons*, Berkeley, Los Angeles, California 2005, s. 107.

⁵⁶ D. Pogue, S. Speck, *Classical Music for Dummies*, Foster City 2001, s. 316-317.

⁵⁷ Kofin, *op. cit.*, s. 129, 212.

⁵⁸ M. Drobner, *Komentarz do artykułu Glenna Goulda*, „Res Facta. Teksty o muzyce współczesnej” 1969, nr 3, s. 103.

nata można uznać „publiczność czytelnicza”⁵⁹. Publiczność muzyki w telewizji „występuje w stanie »dysseminacji«, jej grupowy charakter ginie, pozostaje ona jako potencjalna możliwość tysięcy pojedynczych rozproszonych odbiorców, pozbawionych jakiegokolwiek więzi grupowej”⁶⁰. Telewizyjne widowisko muzyczne wiąże się zatem już nie z odbiorem zbiorowym, a z odbiorem prywatnym i indywidualnym⁶¹. Traci w związku z tym – jak powiada Jacques Attali – „swój odświętny i religijny charakter, typowy dla symulakrum uświęconego rytuału. Przestaje być jedynym w swoim rodzaju, wyjątkowym wydarzeniem, w którym kiedyś uczestniczyła mniejszość. Uświęcona relacja staje się zindywidualizowana, ludzie zaś płacą za zindywidualizowane uczestnictwo w porządku, będącym osobistym symulakrum uświęconego rytuału”⁶². Dlatego też współcześnie audytorium telewizyjnych widowisk muzycznych traktuje się coraz częściej jako agregat indywidualnych konsumentów o określonym profilu społeczno-ekonomicznym⁶³. Ma to doniosłe konsekwencje. Dyktat w kwestiach programowych przypada bowiem w udziale większości domagającej się niewyszukanych treści.

Pozostaje więc faktem, że próżno poszukiwać muzyki poważnej w ofercie niekomercyjnych stacji telewizyjnych realizujących statutowe cele organizacji (społecznych, religijnych, politycznych), którym podlegają. Nie inaczej jest z komercyjnymi stacjami telewizyjnymi, których zyski pochodzą ze sprzedaży czasu lub powierzchni reklamowej. Reklamodawcy kupują czas lub powierzchnię reklamową, płacąc odpowiednio do rozmiarów medialnej publiczności (oszacowanie rozmiaru medialnej publiczności umożliwia tzw. *rating*). W efekcie w ofercie komercyjnych stacji telewizyjnych znajduje się przede wszystkim rozrywka przyciągająca szerokie rzesze odbiorców i gwarantująca wyżej wspomniane zyski. Komerccjalizm bowiem – co podkreśla Tomasz Goban-Klas – prowadzi do „zaniedbania oczekiwań mniejszości”⁶⁴.

Finansowane przez państwo publiczne stacje telewizyjne z kolei powołane zostały – zgodnie z treścią obowiązujących w większości krajów europejskich⁶⁵

⁵⁹ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa-Kraków 1999, s. 207-209.

⁶⁰ Z. Lissa, *Komentarz do artykułu Glenna Goulda*, „Res Facta. Teksty o muzyce współczesnej” 1969, nr 3, s. 120-122.

⁶¹ Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe...*, s. 145.

⁶² J. Attali, *Noise: The Political Economy of Music*, Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, 1985, s. 100.

⁶³ Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe...*, s. 214.

⁶⁴ *Ibid.*, s. 172-173.

⁶⁵ W Europie, gdzie wygrywa – odmienny od amerykańskiego – dualny system medialny afirmujący media publiczne, stacje telewizyjne uznaje się bardziej za organizacje polityczne i kulturalne niż rynkowe. (Mrozowski, *op. cit.*, s. 157.)

rozmaitych ustaw o radiofonii i telewizji⁶⁶ – do pełnienia misji publicznej polegającej na „wspieraniu rozwoju tożsamości narodowej, narodowej kultury i edukacji społeczeństwa”⁶⁷, co wynika z uznania kultury (sztuki) za dobro publiczne. Obecność muzyki poważnej w ofercie publicznych stacji telewizyjnych jest więc w pewnym sensie zagwarantowana ustawowo. W praktyce nie wywiązują się one jednak ze swoich kulturalnych powinności, wykazując tendencje do marginalizowania muzyki poważnej⁶⁸. Na przykład zarządzający publicznymi stacjami telewizyjnymi zdają sobie sprawę z tego, że w czasach współczesnych publiczne stacje telewizyjne nie powinny zajmować w stosunku do odbiorców stanowiska paternalistycznego polegającego na serwowaniu im w dużych ilościach ambitnych treści i ignorowaniu ich upodobań. Mogą bowiem w ten sposób narazić się na utratę sporej części swojej publiczności. Publiczne stacje telewizyjne wciągają się więc raczej w rywalizację o odbiorców z komercyjnymi stacjami telewizyjnymi („konkurencja intermedialna”⁶⁹). Rywalizacja ta rodzi zjawisko konwergencji kanałów, polegające na upodabnianiu się ofert programowych publicznych i komercyjnych stacji telewizyjnych. W efekcie oferta programowa komercyjnych stacji telewizyjnych zostaje nasycona programami informacyjnymi, zaś oferta programowa publicznych stacji telewizyjnych – programami rozrywkowymi. O morfologii zjawiska konwergencji kanałów decydują względy ekonomiczne. Komercyjne stacje telewizyjne nie upodabniają swojej oferty programowej do oferty programowej publicznych stacji telewizyjnych, serwując odbiorcom koncerty muzyki poważnej i programy jej poświęcone, gdyż odbiorcy ci nie są bynajmniej „łakomym kąskiem” dla producentów medialnych. Po pierwsze, jest ich tak mało, że tworzą – używając terminologii marketingowej – zaledwie niszę. Po drugie, w przeciwieństwie do grupy tzw. *heavy viewers*, tj. podatnych na działanie reklamy masowej odbiorców oglądających telewizję często i długo, stanowią grupę tzw. *light viewers*, tj. odpornych zwykle na działanie reklamy masowej

⁶⁶ Por. Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, Dz. U. nr 7 z 1993 r., poz. 34.

⁶⁷ B. Ociepka, *Dla kogo telewizja? Model publiczny w postkomunistycznej Europie Środkowej*, Wrocław 2003, s. 158.

⁶⁸ Por. L. Jaworski, *Telewizja obywatelska*, „Wprost” 2005, nr 10; P. Bogdanowicz, *Skład chemiczny biustu czyli edukacja kulturalna młodzieży w mediach*, „Muzyka 21” 2000, nr 2.

⁶⁹ Według Tadeusza Kowalskiego i Bohdana Junga, „termin „konkurencja intermedialna” służy opisaniu stosunków i procesów rynkowych, jakie zachodzą w związku z realizowaniem przez różne media podobnych – w najszerszym rozumieniu – usług w dziedzinie informacji i rozrywki oraz ich rywalizację o czas i uwagę odbiorców (czytelników, słuchaczy, widzów). Chociaż każde medium ma swoje indywidualne cechy, zarówno pod względem treści, jak i formy, oraz działa na swoim specyficznym rynku, to podobieństwo sfery działania wszystkich mediów nieuchronnie wywołuje konkurencję między nimi o odbiorców podobnego typu usług”. (T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, Warszawa 2006, s. 86.)

odbiorców zasiadających przed telewizorami tylko z myślą o wybranych, szczególnie interesujących ich programach⁷⁰.

Wciąganie się publicznych stacji telewizyjnych w rywalizację o odbiorców z komercyjnymi stacjami telewizyjnymi nie do końca jednak jest zjawiskiem negatywnym. Publiczne stacje telewizyjne, które są atrakcyjne dla reklamodawców nie mniej niż komercyjne, sporo zarabiają. Ich wpływy pochodzą z opłat abonamentowych, subsydiów państwowych oraz reklamy. Posiadając ugruntowaną pozycję na rynku – markę, kapitał, infrastrukturę, archiwa itp. – mogą sobie pozwolić na rozszerzenie swojej działalności, dokonując tzw. dywersyfikacji kanałów, tj. tworząc nowe kanały tematyczne. Wielu nadawców publicznych w Europie zaczęło już w ostatniej dekadzie XX wieku tworzyć nowe kanały tematyczne, a wśród nich i kanały poświęcone kulturze i sztuce, a więc i muzyce poważnej⁷¹. Z prezentowaniem muzyki poważnej w telewizji wiązą się mimo to co najmniej trzy ważne problemy o charakterze społeczno-ekonomicznym.

Problem pierwszy dotyczy kwestii finansowania telewizyjnych widowisk muzycznych, które w gruncie rzeczy nie interesują zbyt wielu odbiorców. Publiczne stacje telewizyjne mogą sobie jeszcze pozwolić na finansowanie tego typu widowisk. Nie jest to jednak łatwe. Wyprodukowanie „wizualności” – co warto podkreślić – sporo kosztuje. Beata Ociepka przypomina, że koszty wyprodukowania telewizyjnego widowiska muzycznego są dużo wyższe od kosztów wyprodukowania telewizyjnego programu rozrywkowego. Dla przykładu, aby sześć minut reklamy pokryło koszty wyprodukowania wielkiego koncertu muzyki poważnej, musi go obejrzeć 0,45-2 mln widzów; dla porównania, w przypadku filmu telewizyjnego, jest to już tylko 0,5-1 mln⁷². Komercyjnych stacji telewizyjnych najczęściej nie stać na produkcję koncertów muzyki poważnej. Z drugiej jednak strony, jest to im „na rękę”. Rozwijające działalność kulturalną publiczne stacje telewizyjne wspólnie z cieszącymi się dużą popularnością technologicznymi nowościami (kasety wideo, CD-ROM’y)⁷³ uwalniają w pewien sposób komercyjne stacje telewizyjne od jakichkolwiek zobowiązań – względem odbiorców – związanych ze wzbogacaniem oferty programowej o telewizyjne widowiska muzyczne lub programy poświęcone muzyce poważnej. Rozwiązaniem dylema-

⁷⁰ J. Heilbrun, C. M. Grey, *The Economics of Art and Culture*, Cambridge 2001, s. 371.

⁷¹ K. Jakubowicz, *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007, s. 166-167.

⁷² Ociepka, *op. cit.*, s. 156.

⁷³ Warto podkreślić, że dostępne na kasetach wideo i CD-ROM’ach wizualne przedstawienia muzyki poważnej (opery, telewizyjne nagrania różnych koncertów) są bardzo drogie. W Niemczech na przykład kosztują około 35 euro (EMI lub *Deutsche Grammophon*). Nie każdego więc na nie stać.

tów dotyczących finansowania przedsięwzięć medialnych związanych z muzyką poważną, przed którymi stoją głównie publiczne stacje telewizyjne, zdają się być atrakcyjne programy muzyczne o charakterze popularyzatorskim, które mogą doskonale spełniać zadania misyjne, a jednocześnie nie odstraszać kierujących się ekonomicznymi imperatywami zarządzających tymi stacjami.

I tu pojawia się problem drugi. Dotyczy on bowiem muzycznego prozelityzmu, kształtowania predylekcji do muzyki poważnej, dążenia do rozszerzania wspólnoty muzycznego zamiłowania. Wyłącznie zaspokajanie potrzeb niezbyt licznej grupy miłośników muzyki, hermetyzuje i elitaryzuje tę grupę. W upowszechnianiu muzyki poważnej nie chodzi natomiast o to, by wskrzeszać podziały umacniające i legitymizujące nierówności społeczne. Istnieją bowiem ludzie, którzy miłośnikami muzyki nie są, ale mogliby być. W czym zatem tkwi problem? Telewizja dysponuje niewątpliwie olbrzymim potencjałem, jeśli chodzi o kształtowanie zamiłowania do muzyki poważnej⁷⁴. Potencjał ten pozostaje jednak niewykorzystany. Muzyka poważna i poświęcone jej programy nieczęsto goszczą w telewizji, a jeśli już goszczą, to pozostają w dużej mierze nieprzystępne dla laików. Ludzie zajmujący się upowszechnianiem kultury i sztuki zdają się nie rozumieć, że dzieła artystyczne mogą z powodzeniem krążyć nie tylko w obiegu wysokim. Krążenie dzieł artystycznych w obiegu niskim wcale zaś nie oznacza ich deprecjacji. Oznacza ich upowszechnianie. Aby jednak dzieła muzyki poważnej mogły z powodzeniem krążyć w obiegu niskim, trzeba stworzyć ku temu odpowiednie warunki, których na ogół brakuje.

Historia brytyjskiej *BBC* dowodzi, że serwowanie odbiorcom muzyki poważnej w dużych ilościach, w pewnym momencie, przestało się sprawdzać jako sposób jej upowszechniania. Muzyka poważna – w przeciwieństwie do rozrywkowej – pozostaje dziś bowiem osamotniona „na placu boju” o odbiorcę. Nie wspiera jej doskonale funkcjonująca powszechna edukacja muzyczna ani szerząca się moda na korzystanie z usług organizacji muzycznych. Musi w związku z tym sama zatroszczyć się o swych odbiorców. Według Jorge Velazco, „w obliczu faktu, że misja mass mediów, w jej zrębie, sprowadza się do akulturacji i edukacji ludzi, którzy nie mają styczności z wydarzeniami kulturalnymi, specjalistyczna publiczność stanowi najmniej ważny i najmniej interesujący segment publiczności telewizyjnej. Przy obecnym stanie społeczeństwa satysfakcjonowanie muzycznych *aficionados* jest dużo mniej pożyteczne i interesujące niż pozyskiwanie nowej publiczności”⁷⁵.

⁷⁴ P. A. Russell, *Musical Tastes and Society*, [w:] *The Social Psychology of Music*, red. D. J. Hargreaves, A. C. North, New York, 1997, s. 153.

⁷⁵ Velazco, *op. cit.*, s. 374.

Rzecz sprowadza się więc do ignorowania raczej niż faworyzowania kompetencji nielicznej przecież grupy wytrawnych melomanów, i do przyciągania do muzyki poważnej owych „niewtajemniczonych” odbiorców. Posługując się przykładem, prezentowanie relacji z *Warszawskiej Jesieni* w porze najwyższej oglądalności – jak sugeruje Nina Terentiew, była dyrektor znanej ongiś z „niezwykłej umiejętności łączenia edukacji kulturalnej z wysoką oglądalnością w jednej ramówce i przenoszenia dóbr kultury z najwyższych półek na trochę niższe”⁷⁶ popularnej telewizyjnej „Dwójki” – powinno więc raczej być zastąpione emisją *Bolero* Ravela z komentarzem⁷⁷. Ma to zresztą swoje naukowe uzasadnienie. Teoretycy wychowania muzycznego postulują przecież, by laików wprowadzać w świat wielkiej muzyki, prezentując im – z niezbędnym komentarzem – początkowo dzieła najłatwiejsze w odbiorze, zaś później – coraz trudniejsze. Polski kompozytor Andrzej Hundziak w swoim wydanym w 1964 roku studium poświęconym formom popularyzacji muzyki zaleca, by nieobznajomionym z muzyką poważną słuchaczom prezentować najpierw przedstawienia operetkowe, następnie niektóre opery (takie przede wszystkim jak: *Carmen* Georges’a Bizeta, *Napój miłosny* Gaetano Donizettiego, *Wesele Figara* Wolfganga Amadeusza Mozarta czy *Cyrukil sewilski* Gioacchino Rossiniego, a nie takie jak opery Ryszarda Wagnera czy Georga Friedricha Haendla), i dopiero wówczas dzieła symfoniczne⁷⁸. Amerykanie David Pogue i Scott Speck, w swoim wydanym w 2001 roku *vademecum* melomana, przedstawiają pięć zestawów dzieł muzyki poważnej. Pierwszy obejmuje dzieła najłatwiejsze w odbiorze; ostatni – najtrudniejsze. W pierwszym można odnaleźć między innymi *Bolero* Maurice’a Ravela, *V Koncert Brandenburski* Jana Sebastiana Bacha, obie *Suity* z *Carmen* Georges’a Bizeta, *Błękitną rapsodię* George’a Gershwina, *Koncert fortepianowy C-dur nr 21 K467* Wolfganga Amadeusza Mozarta, *Concierto de Aranjuez* Joaquína Rodriga i uverturę do *Wilhelma Tella* Gioacchino Rossiniego. D. Pogue i S. Speck zalecają, by zaznajamianie się z muzyką poważną rozpocząć od wysłuchania tych właśnie dzieł⁷⁹.

Z muzycznym prozelityzmem związana jest kwestia poświęconego muzyce poważnej słowa, które również w telewizji służy tłumaczeniu, wyjaśnianiu, komentowaniu i interpretowaniu muzyki. Telewizyjnym bastionem słowa mówionego poświęconego muzyce poważnej jest dyskusja (debata, pogawędka), zwykle „na żywo”. Dyskusje poświęcone muzyce poważnej można, rzecz jasna, odnaleźć wyłącznie w ofercie owych tematycznych kanałów poświęconych kulturze i sztuce. W związku z tym jednak, że prowadzący tego rodzaju programy redaktorzy

⁷⁶ W. Kot, S. Żołnacz, *Dwójka na piątkę*, „Wprost” 2000, nr 52/53 [archiwum internetowe, 18 czerwca 2007].

⁷⁷ *Ibid.*

⁷⁸ A. Hundziak, *Formy popularyzacji muzyki*, Łódź 1964, s. 9-11.

⁷⁹ Pogue, Speck, *op. cit.*, s. 321-325.

są specjalistami w dziedzinie muzyki, że goście zapraszani do dyskusji w studio są zwykle wybitnymi artystami-muzykami, muzykologami, krytykami muzycznymi, dominuje w tychże dyskusjach pewien szczególny rodzaj dyskursu, który ludzi potencjalnie zainteresowanych muzyką poważną może odstraszać niejako już „na wejściu”⁸⁰. Dyskurs, jak powiada M. Mrozowski, jest „sposobem posługiwania się językiem na poziomie powyżej zdania lub jego obrazowego równoważnika i obejmuje zarówno środki werbalne, jak i niewerbalne. Dyskurs powstaje i rozwija się w toku praktyki komunikacyjnej określonej części społeczeństwa, która za pomocą swoistych konstrukcji językowych oraz form reprezentacji rzeczywistości wyraża i przekazuje spójny zestaw znaczeń dotyczących ważnego dla niej obszaru spraw. Owe znaczenia służą interesom tej części społeczeństwa, która stworzyła dyskurs i wykorzystuje go do naturalizacji tych znaczeń, tzn. przekształcenia ich w »oczywistość« na poziomie świadomości potocznej”⁸¹.

Dominacja specjalistycznego dyskursu: artystycznego (dyskurs artystów-muzyków), naukowego (dyskurs muzykologów), dziennikarskiego (dyskurs krytyków i publicystów muzycznych), niewątpliwie sprzyja cementowaniu środowiska muzycznego, gwarantuje mu określone miejsce w strukturze społecznej; wywołuje jednak impotencję komunikacyjną polegającą na niemożności nawiązania kontaktu z „przeciętnymi” odbiorcami. Artyści-muzycy posiadają wprawdzie rozległą wiedzę z gatunku *know how*; rzadko kiedy jednak bywają wirtuozami słowa. „Naukowcy nie potrafią o kulturze mówić krótko i dowcipnie”⁸². Krytycy natomiast często narażają widzów na „ogólnikowe głędzenie”⁸³. Efektem – „pre-intelektualizowana paplanina dla znawców”⁸⁴. Rozmijający się całkowicie z dyskursem potocznym, specjalistyczny dyskurs artystyczny, naukowy i dziennikarski, pomijając jego nieatrakcyjność, pozostaje dla nieobznajomionych z muzyką odbiorców całkowicie obcy. Wywołuje wręcz ich receptywną quasi-afazję⁸⁵.

Pewne wyobrażenie o hermetyczności tegoż specjalistycznego dyskursu muzycznego daje kilka fragmentów wypowiedzi uczestników jednej z kilkudziesięciu dyskusji poświęconych muzyce poważnej, jakie odbyły się na antenie *TVP Kultura* w okresie dwóch pierwszych lat istnienia stacji. Tym razem, była to poprowadzona przez redaktora Adama Rozlacha dyskusja poświęcona Glennowi

⁸⁰ Mrozowski, *op. cit.*, s. 21-24.

⁸¹ *Ibid.*, s. 22-23.

⁸² K. Śmiałkowski, Ł. Radwan, *Bulion kulturalny*, „Wprost” 2005, nr 3 [archiwum internetowe, 18 czerwca 2007].

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ M. Sawicka, *TV Kulturatura*, „Wprost” 2005, nr 17 [archiwum internetowe, 18 czerwca 2007].

⁸⁵ Afazja receptywna polega na zakłóceniu funkcji dekodowania przy wymianie językowej. (R. Jakobson, *W poszukiwaniu istoty języka 1. Wybór pism*, red. M. R. Mayenowa, Warszawa 1989, s. 157.)

Gouldowi, jego filozofii wykonawczej⁸⁶. W dyskusji wzięli udział wybitni polscy pianiści: prof. Lidia Kozubek, prof. Grzegorz Kurzyński, prof. Jerzy Sterczyński, muzykolog i krytyk muzyczny Stanisław Dybowski oraz dzwoniący do studia telewizywnie, którzy na temat G. Goulda wypowiedzieli się m.in. tak:

„Gould zajął w procesie tworzenia interpretacji muzycznej wyjątkową pozycję. Nie można powiedzieć, że stworzył szkołę; również nie można powiedzieć, że był wynikiem działania jakiejś szkoły. Jedynym wzorem, jaki naśladował, to był wzór Schnabla, Arthura Schnabla, wielkiego pianisty, który – według słów Goulda – uważał się za pianistę wyjątkowego, jakkolwiek nie zdającego sobie sprawy, cytuję tu Goulda, ze swoich możliwości technicznych. Tak samo Glenn Gould nie chciał pokazywać swoich możliwości technicznych, które miał wyjątkowe po prostu”. (prof. Grzegorz Kurzyński)

„No, jeśli chodzi o tę planetę [Glenna Goulda – przyp. M.B.], o której tutaj mówiliśmy, to jest to planeta, owszem, częściowo zagospodarowana, ale nie do końca. Co się tyczy pewnych oryginalnych podejść samego Glenna Goulda do Bacha, to ona jest rzeczywiście zagospodarowana. Jeśli chodzi o innych kompozytorów, do których też przymierzał się Glenn Gould, to ta część planety jest niezagospodarowana, i o ile jego wynalazki pianistyczne, bo od tego chciałbym wyjść, pasują w pewnym sensie do Bacha, to te same środki pianistyczne nie pasują do innych kompozytorów, jak na przykład do Brahmsa, znamy sprawy z Brahmssem, jak na przykład do Chopina czy też do innych kompozytorów, szczególnie romantycznych. W związku z tym, co Glenn Gould powiedział, że jest na bezludnej wyspie, i tu widzi człowieka, który mu uniemożliwia pełną realizację idei na tej bezludnej wyspie, no to właśnie tymi ludźmi, którzy mu przeszkadzili w realizacji, można by ich wymienić, to byłby Liszt, to byłby Chopin, to byłby właśnie Brahms i kompozytorzy z tego kręgu”. (Stanisław Dybowski)

„Ale ja bym powiedział tak, tekst bachowski jest tekstem otwartym. Praktycznie nie mamy określeń żadnych, które nam tak naprawdę pomagają tę muzykę zrozumieć. Utrwali się pewna tradycja wykonawcza, powiedziałbym to ogólnie, Muggelini, który nam mówi, ludziom, którzy zaczęli grać Bacha na początku, nie wiem, zeszłego wieku, bo Bach był w ogóle kompozytorem, że tak powiem, nieestradowym, »Ja cię poprowadzę w ten sposób, to ma sens«. Utrwaliła się pewna tradycja wykonawcza, natomiast cały czas twierdzą, że Bach jest na tyle tekstem otwartym, że można poszukiwać pewnej prawdy nawet bez zgłębienia, że tak powiem, barokowej

⁸⁶ *Studio Kultura – rozmowy*, dyskusja poświęcona Glennowi Gouldowi, *TVP Kultura*, 9 lutego 2006, godz. 20²⁰.

retoryki, która już troszeczkę nie pasuje do tego, co my dzisiaj robimy. I tutaj ja odbieram wizję Goulda jako wizję pewnego abstraktu. On nawet nie jest dla mnie związany, żeby to pociągnąć dalej, nie jest nawet związany z fortepianem, tak szczerze mówiąc. To jest dźwięk wyabstrahowany, kompozycja pozostaje jakby zupełnie czysta, a kategoria dźwięku pięknego to jest wymysł, że tak powiem, okresu romantyzmu. Zresztą ta tradycja romantyczna bardzo często, w moim przekonaniu, szkodzi wykonaniom Bacha, bo stosujemy, grając Bacha, środki, które zupełnie do niego nie przystają”. (prof. Jerzy Sterczyński)

„Muzykę się słyszy wewnątrz siebie. Każdy muzyk, jak ma tekst, on słyszy tę muzykę, on słyszy niemalże nie tylko charakter tego utworu, on słyszy również przebieg, jeżeli jest muzykalny, i jeżeli ma dostateczną wiedzę, która go prowadzi we właściwych stosunkach między dźwiękami, w ukształtowaniu frazy itd. I on to słyszy. On nie może, nie może temu zaprzeczyć, jeżeli w ogóle jest muzykiem. Ja przypominam sobie taką rzecz, jak będąc w Paryżu obserwowałam wszystkie klasy, jakie tam były, i w Konserwatorium, i w różnych szkołach pianistycznych, i poszłam również na lekcje Pani Nadii Boulanger. Ona zaczynała każdą lekcję od śpiewania na głosy *fug* Bacha. I wtedy to były naprawdę piękne utwory, śpiewne, bo muzyka pochodzi od śpiewu, i co tu dużo mówić. A ja, przyznam się, jeszcze jedno chciałam powiedzieć. Słyszałam niedawno *preludia i fugi* w wykonaniu Glenna Goulda. Muszę Państwu powiedzieć, że ja nie poznałam tych utworów, ja nie poznałam. To były zupełnie inne kompozycje. Przecież tam nie było Bacha, tam nie było tego, co tam jest. On dlatego sobie podśpiewuje, bo mu brakuje tego, czego on nie daje palcem. Jego dźwięk jest po prostu drewniany; jak kołkiem gra na tym fortepianie. To jest straszne. Ja przepraszam”. (prof. Lidia Kozubek)

Z przedstawionych fragmentów wynika, że tego rodzaju dyskusja nie jest w stanie zainteresować odbiorcy nieobebranego z muzyką poważną. Rozprawiając o sztuce wykonawczej Goulda, uczestnicy dyskusji posługują się metafizyką; interpretują muzyczne sensy za pomocą gamy specjalistycznych określeń, pojęć, terminów. Posługują się przy tym szczególnym kodem językowym, który – ponad wszelką wątpliwość – jest niezrozumiały dla odbiorców nieobznajomionych z muzyką poważną. Jest to więc typowa polemika specjalistów, dysputa profesorska. Ten muzyczno-intelektualny Parnas jest nieosiągalny dla kogoś, kto nie pokonał określonego stopnia wtajemniczenia (*gradus ad Parnassum*). Wszyscy dzwoniący do studia telewizywni przedstawiają się jako melomani lub wykształceni muzycy. Jedynie jeden z nich decyduje się na wyznanie, w którym zawiera się w gruncie rzeczy *clou* zarysowanego problemu, a mianowicie:

„Ja dzwonię z pozycji zupełnego amatora, chciałbym zaznaczyć, bo jestem, owszem, wielbicielem Glenna Goulda, natomiast nie mam wykształcenia muzycznego, i czasami trudno mi zrozumieć, o czym Państwo mówicie”. (Telewidz #3)

Rozwiązaniem problemu specjalistycznego dyskursu zdaje się być jego częściowe przynajmniej porzucenie na rzecz dyskursu potocznego i związana z tym deprofesjonalizacja oraz atrakcyjne programy rozwijające kompetencję komunikacyjną potencjalnych odbiorców⁸⁷.

Problem trzeci dotyczy relacji pomiędzy muzyką „na żywo” a muzyką w telewizji. Jako niejaki ekwiwalent muzyki „na żywo”, muzyka w telewizji jawi się bowiem jako pewnego rodzaju konkurencja dla muzyki „na żywo”. Trywializując nieco, bezspornym atutem telewizyjnego widowiska muzycznego jest przecież to, że można obejrzeć go w domowym zaciszu, ciesząc się komfortem oraz oszczędzając czas i pieniądze. Czy zatem muzyka w telewizji może zniechęcać słuchaczy do uczestnictwa w widowiskach muzycznych „na żywo”, czy też wprost przeciwnie – zachęcać?

Zdaniem wielu badaczy, telewizja doprowadziła do atrofii aktywności kulturalnej *sensu stricto*. Ryszard Filas uważa na przykład, że „wielu Polaków nie ma [dziś] poczucia dyskomfortu z powodu niechodzenia do kina, teatru, filharmonii, nieczytania książek etc.; uznają za satysfakcjonujące ich i już nie wstydliwie ukrywane takie zachowania, które kontakt z kulturą ograniczają do oglądania programów telewizji”⁸⁸. Wiesław Łagodźński podaje z kolei, że w 1990 roku statystyczny Polak raz na 12-13 lat oglądał spektakl operetkowy, raz na 26 lat był w operze, raz na 22 lata słuchał koncertu w filharmonii. W tym samym czasie oglądalność telewizji wynosiła 98.7% badanych. 37.3% ankietowanych była przekonana, że telewizja może zastąpić koncert muzyki poważnej⁸⁹.

Muzyka w telewizji wyrosła zatem na rzeczywistego rywala muzyki „na żywo”. Czy jednak obecność muzyki poważnej w telewizji stymuluje popyt na

⁸⁷ Telewizja Polska może się w tym względzie poszczycić pewnymi osiągnięciami, choć należą już one do zamierzchłej przeszłości. Transmitowane przez *TVPI* w latach siedemdziesiątych – i bardzo atrakcyjne, jak na owe czasy – telewizyjne gawędy o muzyce poważnej Henryka Czyża (*Nie taki diabeł straszny*) i Janusza Cegiełły (*Przeboje mistrzów*) doczekały się nawet wydań książkowych. (Por. H. Czyż, *Nie taki diabeł straszny*, Łódź 1979; J. Cegiełła, *Przeboje mistrzów*, Warszawa 1987)

⁸⁸ R. Filas, *Aktywność kulturalna i medialna Polaków (1978-1995)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1996, nr 3/4, s. 37.

⁸⁹ W. Łagodźński, *Szanse i zagrożenia uczestnictwa w kulturze w latach 1990-2003 w świetle wyników badań Głównego Urzędu Statystycznego*, Warszawa 2004, s. 11-12.

widowiska muzyczne „na żywo” i prowadzi do podniesienia poziomu uczestnictwa w tychże widowiskach czy też zaspokaja na nie popyt i prowadzi do obniżenia poziomu uczestnictwa w tychże widowiskach? Charles M. Grey, analizując wyniki – przeprowadzonych w roku 1992 przez *National Endowment for the Arts* [w Stanach Zjednoczonych] – badań uczestnictwa w życiu artystycznym stwierdził, że oglądanie koncertów muzyki poważnej w telewizji prowadzi do obniżenia poziomu uczestnictwa w koncertach muzyki poważnej „na żywo”. Muzyka w telewizji – podobnie jak fonogramy, a przeciwnie niż radio – jest więc substytutem muzyki „na żywo”⁹⁰.

Są jednak przypadki, kiedy telewizja zdecydowanie zachęca do uczestnictwa w koncertach muzyki poważnej „na żywo”. Chodzi tu o jej wykorzystywanie przez niektóre organizacje muzyczne lub niektórych wykonawców muzyki poważnej jako oręża marketingowego. Organizacje muzyczne różnią się tym od innych organizacji, że wypuszczają na rynek coraz to inne „produkty” (inni twórcy, inne dzieła, inni wykonawcy itd.). W związku z tym, muszą nieustannie podejmować działania mające na celu przyciąganie uwagi odbiorców, wzbudzanie ich zainteresowania, stymulowanie sprzedaży biletów. W tego zaś typu działaniach wykorzystuje się marketing. Współczesny marketing nie jest w stanie obejść się bez mediów, a więc i telewizji. Obszarem, w którym media wykorzystuje się w największym stopniu, jest promocja. Bazująca na komunikacji promocja sprowadza się do informowania, perswadowania i edukowania docelowych segmentów publiczności⁹¹. Niektóre organizacje muzyczne skutecznie informują, perswadują i edukują odbiorców za pośrednictwem telewizji. Telewizja (lokalna telewizja kablowa, publiczna telewizja) bywa więc dla kompozytorów i orkiestr forum wymiany informacji, opinii i poglądów z odbiorcami. Interaktywna telewizja natomiast stanowi technologię, która – ze względu na swoje niskie koszty – wykorzystywana jest do komunikowania się z odbiorcami, dając im możliwość interaktywnego uczenia się.

„Promocja – jak powiada William J. Byrnes – obejmuje zwykle szereg działań z zakresu reklamy (czasopisma, magazyny, stacje radiowe, stacje telewizyjne, poczta bezpośrednia, *e-mail*e, strony internetowe, loterie) i *public relations* (np. zaproszenie – występującej gościnnie – sopranistki do *talk show* w lokalnej stacji

⁹⁰ Heilbrun, Grey, *op. cit.*, s. 51-53.

⁹¹ Por. P. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong, *Marketing. Podręcznik europejski*, Warszawa 2002, rozdz. 19 *Masowa komunikacja marketingowa. Reklama, promocja sprzedaży i public relations*; S. Black, *Public relations*, przeł. I. Chlewińska, Kraków 2005, rozdz. 4 *Komunikowanie się z odbiorcami przekazów public relations*; B. Pilarczyk, *Promocja i reklama*, [w:] H. Mruk, B. Pilarczyk, B. Sojkin, H. Szulce, *Podstawy marketingu*, red. H. Mruk, Poznań 1999, ss. 219, 224.

telewizyjnej lub radiowej)⁹². W promocji telewizja odgrywa doniosłą rolę. Jako nośnik reklamy, telewizja odznacza się sporym potencjałem, choć nie jest pozbawiona również pewnych wad, co ilustruje zamieszczona poniżej tabela.

MOCNE I SŁABE STRONY TELEWIZJI JAKO MEDIUM REKLAMOWEGO	
MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none"> • duży wpływ • wybrana publiczność • możliwość zaplanowania emisji <i>spotów</i> • szybkie docieranie do świadomości • możliwość pozyskania sponsorów • możliwość handlowania 	<ul style="list-style-type: none"> • wysokie koszty produkcji • nierówne dostarczanie przez rynek • wymagane wcześniejsze zobowiązania

Źródło: P. Kotler, J. Scheff, *Standing room only. Strategies for Marketing the Performing Arts*, Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, 1997, s. 330; M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 188; T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, Warszawa 2006, s. 86-87.

Public relations z kolei obejmuje szereg programów mających na celu poprawianie, utrzymywanie i zabezpieczanie *image'u* organizacji i jej produktów. W świecie sztuk performatywnych, od *image'u* organizacji i jej produktów zależy bardzo wiele, dlatego też podejmowanie przez organizacje muzyczne działań z zakresu *public relations* jest niezwykle ważne. *Public relations* może mieć istotny wpływ na świadomość społeczną. Specjalistom do spraw *public relations* zależy bowiem na *publicity*. „Kontrolowany” rozgłos (*publicity*) rodzi powszechne zainteresowanie organizacją muzyczną i jej ofertą. Na przykład działania z zakresu tzw. rutynowego PR (*routine PR*, *ad hoc PR*) dotyczą bezpośrednio promocji pojedynczych widowisk muzycznych, koncertów, wykonawców. Jednym z typowych działań tego rodzaju jest organizowanie *eventów*. *Eventy* wywołują zainteresowanie telewizji. Część jej antenowego czasu przeznaczona na ogłoszenia publiczne może stanowić dla organizacji muzycznej doskonałą okazję do zaprezentowania się.

Warto w tym miejscu zauważyć, że organizacja muzyczna, która pojawia się w telewizji, daje sygnał odbiorcom, że odniosła sukces, że organizowane przez nią widowiska muzyczne są na najwyższym poziomie. W ten sposób przyciąga również nowych odbiorców oraz – co nie jest bez znaczenia dla jej funkcjonowania – sponsorów. Wsparcie ze strony sponsorów jest potrzebne wielu organizacjom muzycznym do prowadzenia działalności promocyjnej, która prowadzi do przyciągania odbiorców i większych wpływów ze sprzedaży biletów; w dalszej

⁹² W. J. Byrnes, *Management and the Arts*, Focal Press, 2003, s. 260-261.

perspektywie zaś – do wzrostu popytu na muzykę poważną. Adam M. Grzegorzczak podkreśla, że dzięki sponsoringowi duże grupy odbiorców mają często szansę obcować ze sztuką najwyższej jakości, „co bez wspierających takie przedsięwzięcia środków finansowych pochodzących od firm nie byłoby możliwe”⁹³.

Również obecność wykonawcy muzyki poważnej w telewizji – podnosząca jego „widoczność” (*visibility*), kreująca jego markę, *image*, „wielkie nazwisko” – przekłada się w dłuższej perspektywie na większą publiczność koncertów z jego udziałem, większą ilość sprzedanych biletów na te koncerty, większy popyt na jego sztukę wykonawczą.

Wielu purystów zżyma się jednak na wykorzystywanie praktyk marketingowych w świecie sztuki, gdyż uderza to ich zdaniem w artystyczną moralność i wypacza istotę sztuki.

*

Dwojakiego rodzaju problemy, jakie wiążą się z prezentowaniem muzyki poważnej w telewizji, zostały tu naszkicowane grubą kreską. W gruncie rzeczy bowiem, każdy z nich mógłby z powodzeniem stanowić temat osobnego studium. Tu jednak chodziło nie tyle o ich szczegółowe przybliżenie, ile o kompleksowe uzasadnienie, dlaczego być może najpotężniejsze medium wszech czasów nie przysłużyło się jak do tej pory w należytej mierze wielkiej muzyce. Z owego uzasadnienia płynie wszakże pewna nauka. Telewizja, z całym swoim inwentarzem, nie jest dla muzyki poważnej aż tak wielkim przekleństwem; (1) dzięki dostępnym jej środkom technicznym, niektóre widowiska muzyczne można prezentować w sposób bardzo atrakcyjny; (2) odwołując się do zasad sztuki filmowej, można wręcz czynić niektóre dzieła muzyczne czytelniejszymi, *ergo* przystępniejszymi dla odbiorców; (3) nawet wątpliwe estetycznie formaty telewizyjne mogą być znakomitymi nośnikami ambitnych treści muzycznych; (4) swoje, zdawać by się mogło, utracone już miejsce w telewizji, muzyka poważna odzyskuje dziś w ofertach tematycznych kanałów poświęconych kulturze i sztuce; (5) telewizja bywa znakomitym narzędziem melioracyjnej polityki kulturalnej, muzycznego prozelityzmu, sposobem na sprowadzanie wielkiej muzyki „pod strzechy”, a nawet na przyciąganie odbiorców do organizacji muzycznych. Problemy z prezentowaniem muzyki poważnej w telewizji naturalnie istnieją, ale można i należy je rozwiązywać. Jeśli kiedyś uda się je ostatecznie rozwiązać, przekleństwo ma szansę stać się błogosławieństwem.

⁹³ A. M. Grzegorzczak, *Sponsoring kultury*, Warszawa 2003, s. 59.

SUMMARY

In view of the fact that classical music has been present on television almost from its inception, it seems surprising that very few studies have been devoted to this problem, the more so that it is difficult to accuse it of the poverty of substance. Showing classical music on television seems to bring the audience closer to the natural conditions of reception; on the other hand, television audiovisuality clashes somehow with musical audiality, which produces numerous controversies. On top of that is everything that, in the context of classical music on television – a prominent example of ambitious art, fascinates and sets sociologists, economists and media experts against one another rather than aestheticians, music theorists and television directors.

Aware of these contentious issues the author distinguishes two kinds of problems associated with the presentation of classical music on television, i.e. technical-esthetic and socio-economic ones. The technical-esthetic problems include the issues connected first of all with the position of classical music in the homogenized television world, with the defects and virtues of musical shows on television, with their technical aspect, their impact on the audience, and with esthetically dubious classical music television formats. When discussing socio-economic problems, he tackles the issues of the special character of reception of televised classical music, the presence of classical music in the programs of TV stations, the funding of musical television shows, developing a passion for classical music by television, commenting on classical music on television, competition between classical music on TV and classical music „live”, the use of television by musical organizations and performers of classical music as a marketing weapon. The author concludes his discussion with analyses of the content (analysis of the TV recording of classical music concerts, or analysis of discussion devoted to music.)

Despite the above-mentioned problems the author sees a considerable potential in television with regard to the presentation of classical music and believes that if the problems are finally overcome, television can render a service to great music.