

Złota era teledysków

Bartosz Szurik

Przez 30 lat emisji muzycznych teledysków MTV zmieniło rynek telewizyjny, muzyczny i filmowy.

Jak przystało na rewolucję i ta, zapoczątkowana przez amerykańską telewizję 1 sierpnia 1981, zaczęła się od manifestu. Albo raczej czegoś na kształt manifestu, przybranego w nietypową formę. Jeszcze przed północą ostatniego dnia lipca na kanale, na którym niebawem zagościł regularny program MTV, puszczono kilkunastominutowy film z przygotowań do startu promu kosmicznego: baza w Houston pełna naziemnych techników, ostatnie testy, odliczanie,

Jeden ze skandalizujących teledysków Madonny – „Justify My Love”.



Michael Jackson w otoczeniu zombie, czyli „Thriller” – prawdopodobnie najsynniejszy teledysk świata.



Dawne logo MTV. W 2010 roku, po zmianach programowych, z logo i nazwy usunięto słowa „Music Television”.

w końcu start rakiety (przed chwilą była jeszcze promem kosmicznym, ale kto by sobie zawracał tym głowę). I już po północy – ujęcia kosmonauty stawiającego pierwsze kroki na Księżycu i pozującego do zdjęć obok wbitej w powierzchnię srebrnego globu flagi. Na niej, zamiast gwiazd i biało-czerwonych pasów, animowane, skrzące się kolorami logo MTV. Rozlega się rockowa muzyka, a głos zza kadru obwieszcza: „Ladies and gentlemen, rock and roll”!

Już ten klip mógłby wystarczyć za całe przesłanie twórców nowej stacji, ale to dopiero część pierwsza manifestu. Proste

wizualne skojarzenie premiery kanału z lądowaniem załogi Apollo 11 na Księżycu – jednym z najbardziej doniosłych momentów XX wieku i największym wydarzeniem oglądanym na milionach domowych telewizorów – to przejaw istnego geniuszu. Ale to jedynie preludium. Zaraz po nim ciąg dalszy przekazu: pierwszy na MTV teledysk, i to nie byle jaki! Bo czy można było wybrać coś bardziej stosownego niż piosenka „Video Killed the Radio Star” grupy The Buggles? Jej tekst odnosił się do kresu epoki zwanej „złotymi czasami radia” (vide nostalgicznie zabawny film Woody Allena pod takim właśnie tytułem), która przeminęła, gdy telewizja przejęła rolę głównego domowego medium. Ale piosenka ta u zarania MTV zapowiadała dopiero nadchodzące zmiany. Wkrótce radiostacje miały stracić monopol na lansowanie hitów, a wideoklip zastąpił radiowy singiel jako najlepszy środek popularyzowania wykonawców.

Zanim teledyski stały się częścią przemysłu fonograficznego, próby połączenia dźwięku z obrazem podjęli już awan-



gardziści początków XX wieku. Krótki film muzyczny był dla nich nowym narzędziem ekspresji, pozwalającym ukazać rozwój form plastycznych w czasie. Włoscy futuryści: Bruno Corra i Arnaldo Ginna oraz Niemcy: Walter Ruttmann, Hans Richter, Viking Eggeling i Oskar Fischinger to pierwsi z twórców eksperymentalnego kina, w którym można by się dopatrywać prapoczątków teledysku. Już same tytuły – „Barwny akord”, „Pieśń o wiośnie”, „Symfonia diagonalna”, „Film jest rytmem” – wyrażały przyswiewającą ich pracy ideę połączenia obrazu, filmu i muzyki. Najbardziej konsekwentnie zadanie to wypełniał Fischinger, którego prace to rodzaj choreograficznych przedstawień muzyki klasycznej i popularnej za pomocą ruchu abstrakcyjnych figur.

Kontynuacją tych wczesnych eksperymentów były bardziej komercyjne produkcje: cykl muzycznych etiud filmowych, jak „Spooney Tunes” Warner Brothers, animowane filmy Disneya ze słynną „Fantazją” na czele czy, w końcu, rozwój musicali. Już „Muzyk z jazz-bandu”, który przeszedł do historii jako pierwszy długometrażowy film zawierający sceny dźwiękowe, zapowiadał karierę mariażu muzyki i kina. W istocie, przeistacza się on z kina niemego w dźwiękowe właśnie w momentach występów scenicznych głównego bohatera. Dźwięk nie pojawia się więc, by urealnić dialogi, którym wciąż wystarczają czarne tablice z napisami, ale by wprowadzić na srebrny ekran znane melodie.

Hollywood zawsze potrafiło wyczuć koniunkturę, dlatego musical szybko stał się jednym ze znaków rozpoznawczych amerykańskiej kinematografii, a Fred Astaire w latach 1933-1957 pojawiał się w nowym filmie muzycznym częściej niż raz do roku.

W latach 50. i 60. muzyką zaczęła się interesować telewizja, a popularne programy, takie jak emitowany przez BBC „Top of the Pops”, pomogły wielu wykonawcom trafić pod strzechy. Nagrania z tamtych lat trudno chwalić za finezyjność (zwykle kręcono zespół w trakcie wykonywania piosenki w odpowiednio zaaranżowanym studiu), ale udział telewizji był nie do przecenienia w tworzeniu się globalnego rynku. Choćby kinowe i telewizyjne eksperymenty The Beatles ułatwiły eksport europejskiej muzyki za Atlantyk.

Coraz bardziej dopracowane filmy rockowe, dokumenty z festiwalu i koncertów, miniatury telewizyjne – to wszystko ist-

niało przed MTV, ale nie miało takiego zasięgu i takiej możliwości docierania do odbiorców. Dopiero w ostatnich dwóch dekadach XX wieku „wideo zabiło gwiazdy radia”. Tak jak wcześniej serial i film telewizyjny zabił słuchowiska radiowe,



Mały krok człowieka wielkim krokiem w historii telewizji – legendarna reklamówka MTV.



Oskar Fischinger – jeden z artystów, którzy jako pierwsi łączyli sztuki wizualne, film i muzykę.



Pierwsi VJ-e pierwszej telewizji muzycznej.

jak film dźwiękowy wyparł z kin film niemy, a kolorowy – czarno-biały. Ewolucja rynku przebiega w kierunku form bardziej złożonych. Bo jak w epoce wszechobecnego obrazu przekaz radiowy mógł konkurować z telewizyjnym? O ileż ciekawsza od piosenki idola okazała się jego muzyka wzbogacona o wygląd, ruchy, styl czy modę?

Wróćmy do początku MTV, do sierpniowej nocy 1981 roku i do audiowizualnego manifestu. Po teledysku Buggles stacja zaprezentowała trzecią część swojego przesłania. Spot, w którym narrator w trzech zdaniach prezentuje historię muzyki i zachwala nową jakość doznań, które zapewni widzowi połączenie przekazu telewizyjnego z dźwiękiem stereo, jest na tyle dosłowny, że wręcz nieciekawym. Chociaż jego forma – krótki humorystyczny film, składający się z dynamicznie zmontowanych fragmentów archiwalnych nagrań – stanie się jednym ze znaków rozpoznawczych stacji.

Następnie: kolejny teledysk i przedstawienie prezenterów, czyli VJ-ów. Precyzują oni manifest: MTV to połączenie najlepszych cech radia i telewizji; pierwsza stricte muzyczna stacja, nadająca przez 24 godziny na dobę teledyski i programy poświęcone muzyce rozrywkowej.

Wpadki techniczne, które przytrafiły się twórcom nowej stacji w ciągu kilku godzin nadawania, nie powstrzymały biegu dziejów. MTV ruszyła.

Z miejsca pojawiły się kojarzone z nią formy. Klipy reklamujące markę MTV, profilowane na młodzież reklamy, kilkudziesięciosekundowe filmy społeczno-edukacyjne, wreszcie – programy informacyjne poświęcone muzyce. Również pierwsze teledyski okazały się paradygmatyczne: „Video Killed...” przedstawia ekscentrycznie wyglądających muzyków w futurystycznie zaaranżowanym studiu, a nawet charakterystyczną dla późniejszych teledysków ikonografię, w skład której, prócz instrumentów, wchodziły telewizory wyświetlające... występujących muzyków.

Drugi teledysk, „You Better Run” Pat Benatar, to z jednej strony typowy schemat: „zespół rockowy gra piosenkę w interesująco wyglądającym miejscu”, z drugiej zaś – przykład wideoklipu z wokalistką kokietującą widza. Wśród kolejnych pozycji nie brak filmików zawierających proste fabuły (z biorącymi w nich udział muzykami), występów w studiu, stylizowanych na sceniczne, i fragmentów rzeczywistych koncertów.

Z czasem repertuar teledysków powiększył się o filmy montażowe (tj. stworzone z fragmentów materiałów nakręconych wcześniej – tą metodą posługiwał się choćby Queen), etiudy fabularne czy abstrakcyjne wizualizacje, czerpiące ze wspomnianych filmów awangardowych z początku wieku. Teledysk był idealnym polem eksperymentów filmowych i roz-

„Urodzeni mordercy” Olivera Stone’a to krytyka mass mediów podana w formie bliskiej teledyskom muzycznym.



Kadry z najdroższego teledysku świata – „Scream”.

wijania najróżniejszych technik, takich jak animacja komputerowa („Money For Nothing” Dire Straits) czy animacja za pomocą technik poklatkowych („Sledgehammer” Petera Gabriela). Stał się bardziej kunsztowny, a jego twórcy zaczęli odrzucać technikę wideo i powrócili do taśmy filmowej. Szybko wypracowali nowy język filmowania, kojarzony z dynamicznym montażem, podporządkowanym szybkiemu rytmowi muzyki, efektami wizualnymi i specjalnymi, nietypowymi ustawieniami kamery, przenikaniem planów, zwielokrotnieniem obrazu etc. Przedstawiane w audiowizualnych etiudach fabularne historie twórczo wykorzystywały konwencje różnych gatunków filmowych, odwoływały się



Kadr z jednego z klasycznych teledysków: „Money for Nothing” Dire Straits.

do wcześniejszych dzieł, cytowały stare utwory. Pojawili się twórcy, którzy teledyskom nadali autorski charakter.

Jedni z ciekawszych współczesnych reżyserów kinowych, jak David Fincher, Michel Gondry czy Spike Jonze zaczęli kariery i doskonalili rzemiosło w czasie pracy nad teledyskami. Portfolio pierwszego z nich zawiera wysmakowane plastycznie arcydzieła pokroju „Love Is Strong” Stonesów, „Who Is It” Jacksona czy „Freedom ’90” Georga Michaela. Do połowy lat 90. rosły też budżety wideoklipów, aż do kosztującego 7 mln dolarów, utrzymanego w estetyce science-fiction teledysku rodzeństwa Michaela i Janet Jacksonów: „Scream”.

Rewolucja szalała w najlepsze przez dwie dekady. Rozwijały się nie tylko formy teledysków. Zwiększała się też oferta stacji muzycznych – prócz amerykańskiego MTV ruszyły osobne kanały dla innych kontynentów, później – dla poszczególnych krajów. MTV Polska powstała w 2000 roku w wyniku przekształcenia pierwszej rodzimej stacji mu-

zycznej Atomic TV. W Niemczech nadała Viva, we Francji – MCM. Zaczęły działać kanały profilowane na odpowiednie gatunki: country, muzykę taneczną, hip-hop czy rock.

Ale rewolucja zazwyczaj doprowadza do zamiany początkowych ideałów w ich parodię. Nie inaczej się stało z MTV. Złożyły się na to przynajmniej dwa czynniki. Z jednej strony, klipy z początku XXI wieku osiągnęły poziom efektów wizualnych dorównujący najlepszym produkcjom kinowym. Nie dało się już go podnieść i skończył się wyścig ku coraz ciekawszym formom. Jednak ważniejszym powodem, dla którego teledyski przestały przyciągać widzów przed telewizory, stał się rozwój Internetu. W dobie szybkiego transferu, nawet średnio zaawansowane-



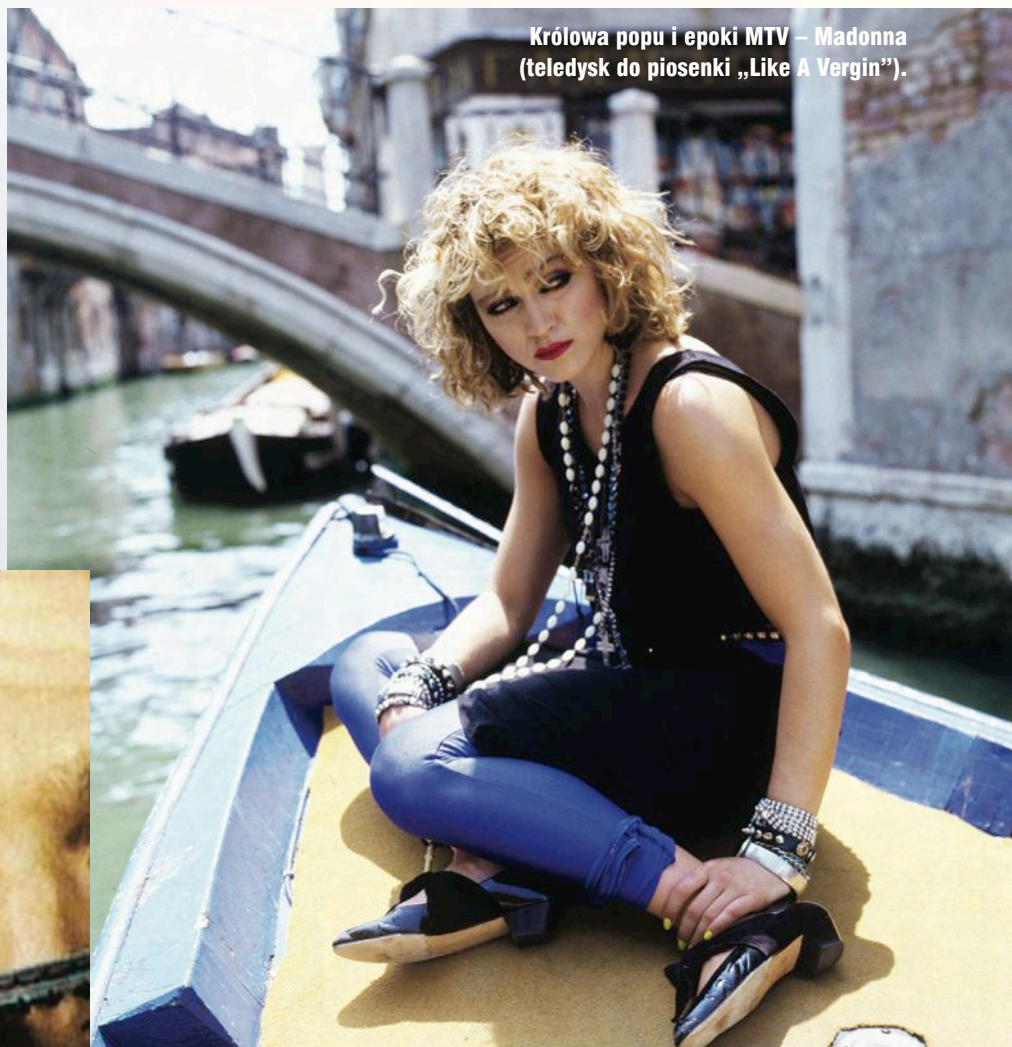
Kadry z teledysku „Video Killed the Radio Star” grupy The Buggles.

mu użytkownikowi komputera wystarczy parę sekund na odnalezienie jakiegokolwiek teledysku w zasobach serwisów typu YouTube. MTV postanowiła konkurować, zmieniając swoją formę. Dziś w jej ramówce znajduje się nieporównanie więcej programów z cyklu „reality show” niż muzycznych. W 2010 roku „MTV” oficjalnie przestało być skrótem od „Music Television”.

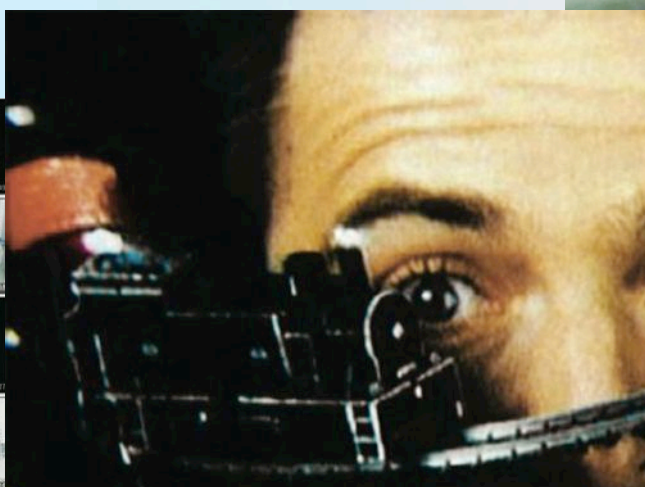
By zrozumieć, jaką rolę w tworzeniu popkulturowych trendów odegrało dawne MTV, trzeba spróbować odpowiedzieć sobie na parę pytań. Czy gdyby nie MTV to menedżment Michaela Jacksona zdecydowałby się na bezprecedensowy wydatek i w 1983 roku przeznaczyłby pół miliona dolarów na produkcję teledysku do „Thrillera”? Czy piosenka ta byłaby do dziś tak popularna? Czy kariera Jacksona rozwinęłaby się tak samo, gdyby miliony telewidzów nie były w stanie zobaczyć go na ekranach jako tańczącego truposza?

Czy gdyby jednocześnie z Michael-em-wokalistą nie był promowany Michael-tancerz i aktor, to stałby się „królem popu”? A co z innymi? Czy Madonna byłaby w stanie przyciągać uwagę świata, gdyby nie istniał kanał puszczający jej „provokacyjne” teledyski? Czy nastalaby „epoka boys i girl bandów”, gdyby śpiewające nastolatki nie wyglądały tak dobrze w telewizji? Czy w połowie lat 90. cały świat tańczyłby „Macarenę”, gdyby nie prosta choreografia spopularyzowana w teledysku?

A co z innymi mediami? Czy Oliver Stone nakręciłby „Urodzonych morderców” techniką kojarzoną z teledyskami?



Królowa popu i epoki MTV – Madonna (teledysk do piosenki „Like A Virgin”).



Kadr z teledysku „Sledgehammer” Petera Gabriela – jego audiowizualne miniatury należą do przełomowych.

Czy w najnowszych filmach używano by tak szybkiego montażu? Jak wyglądałyby stacje informacyjne, gdyby nie wypracowane przez MTV krótkie formy audio-video?

Podobne rozmyślenia nigdy nie dają pewnej odpowiedzi. Trudno jednak nie zauważyć, że teledyski w Internecie żyją innym życiem niż za czasów telewizji kablowych, a ich działanie nie jest już tak silne jak kiedyś.

W lutym dzienniki telewizyjne obiegrała informacja o „skandalizującym teledysku Rihanny”. Tytuł piosenki „S&M” – skrót od określenia „sadosochizm” – wy-

starczy, by się domyślić, nawiązaniem do czego może „szokować” piosenkarka. „Afera” wydaje się jednak dziwnie anachroniczna, jeśli weźmiemy pod uwagę, że klipy z telewizji przeniosły się do Internetu. Bo czy naprawdę w sieci cokolwiek może jeszcze szokować?

W 2009 roku Rammstein opublikował teledysk, który trudno określić inaczej niż mianem twardej pornografii. Nie wywołało to jednak większego zamieszania niż wzbudzające protesty klipy Madonny z lat 80. – wedle dzisiejszych standardów mało kogo gorszące. W Internecie prowokacji Rammsteinu nie mógł przeciwieństwem być przypadkowy widz, a tylko taki, który sam postanowił ją wyszukać. Jak więc mógł się poczuć oburzony po jej obejrzeniu?

Dotykamy tu najbardziej oczywistej różnicy pomiędzy dawnym MTV, a tym, na co pozwalają współczesne media. W wirtualnej sieci o wyborze teledysku nie decyduje stacja czy VJ, a indywidualny użytkownik. Ten nieograniczony dostęp oznacza jednak osłabienie siły audiowizualnych miniatur. Można całe dni spędzić, oglądając piosenki na YouTube i nie trafić ani razu na najmłodniejszych wykonawców. Można nawet nie wiedzieć o ich istnieniu! MTV nie dawała takiej możliwości. Widz chłonął wszystko, co wyświetlano. Dawało to zarówno stacji, jak i samemu teledyskowi ogromną moc. Internet to zmienił; wyemancypował widza. Pomógł „śmierć gwiazdy radia” i zakończył złotą erę muzycznych telewizji. ■

Więcej o muzyce na www.hfm.pl