

665

Boska! 50

POLSKA Gazeta Krakowska

Kraków  
29/30-10-2011  
DZ. / Nr 253

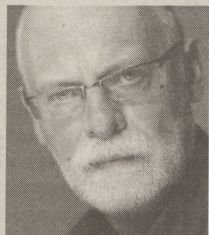
T. Polonia, WWA

2006/07

# Teatr Telewizji Polskiej: słodko, anielsko, bosko!

## Kanał minus

Zbigniew Bauer



FOT. ARCHIWUM

Televizyjną wersję „Boskiej!”, spektaklu z teatru Krystyny Jandy Polonia, obejrzało około 2,7 miliona widzów, co jest niewątpliwym sukcesem, gdyż Teatr Telewizji, niegdyś flagowy okręt

publicznego nadawcy, ledwo zipił i niektórzy prezesi mieli go w najgłębszym poważaniu, gdyż kokosów nie przynosił, a jeszcze generował koszty.

Sztuka Petera Quiltera nie pochodzi z najwyższej półki, jest średnio śmieszną tragifarsą opartą na biografii Florence Foster Jenkins, bogatego beztalentca, które uparło się, by być wielką operową diwą. I nawet jej się to udało, gdyż masowa publika zawsze pragnie dziwności, uwielbia monstra, głupków i nieudaczników. Nie odstaje też poziomem od seriali. Jeśli potraktować tę sztukę jako refleksję o cza-

sach, w których każdy może być niezwykłym artystą – to zgoda. Pokazujemy ciągle w telewizji, jak telewizja kreuje miernoty na geniuszy. Chodzi jednak o coś zupełnie innego. Reklamowano „Boską!” jako powrót do źródeł telewizyjnego teatru, do czasów, gdy nie było możliwości rejestracji, nawet tzw. telerecordingu, montażu elektronicznego, skomplikowanych zabiegów, które spektakle teatralne upodabniają do filmu. I być może to ten – pozorny – efekt „starej” nowości, wzmocniony gwiazdorską obsadą, a także akcją promocyjną, przesądził o sukcesie. Nie chcę go podważać – zapewne był. Zapewne sukcesem jest i to, że ktoś we władzach TVP przypomniał sobie o teatrze. Ale przy okazji warto nie poddawać się pewnym mitom. Spektakl poniedziałkowy jest klasycznym przykładem telewizyjnej hybrydy: mamy „transmisję” (bo spektakl odbywa się „na żywo” – chociaż ja wolałbym rezerwować określenie „transmisja” dla przekazu wydarzeń dziejących się w rzeczywistości, a nie kreowanych przez samą TV). Ale to nie znaczy, że jest to powrót do korzeni: tak, w zamierzonych czasach „transmitowano” telewizyjne spektakle po prostu dlatego, że nie istniały inne, tech-

niczne, możliwości. Telewizja posłużyła się tu pewnym typem stylizacji, udawania, że coś jest starsze, „archaiczne”, do naszych czasów nieprzystające. Dodajmy do tego obecność, składającej się głównie z VIP-ów, publiczności (w latach 50., 60. i 70. jej nie było – to wpływ talk show i sitcomów) reagującej na co śmieszniejsze partie dialogów. Dodajmy wywiady z aktorami w antraktach (to konwencja transmisji sportowych) oraz sondy redaktora Orłosia na widowni i projekcje filmów dokumentalnych z epoki w przerwach. Dodajmy też możliwość oglądania spektaklu w Sieci i wyboru stosownej kamery. Tę hybrydyczność spektaklu wieńczy symbioza „misji” i czystej komercji (sponsorem był bank). Zapowiadane są kolejne spektakle. Dobrze – lepszy rydz, jak powiadają. Ale czy sponsorów wystarczy na tak dalekosiężne plany? Gwiazdorskich obsad? Czy za każdym razem swoim entuzjazmem z foteli na widowni będą się dzielić Andrzej Wajda, Jerzy Gruza i Olga Lipińska? Obawiam się, że wątpię. A „M jak miłość” i tak ma większą widownię. I wcale mnie to nie szkodzi.

● **Autor jest medioznawcą, publicystą, kulturoznawcą, profesorem UP.**