

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Sociologica 9 (2017), vol. 1, s. 148–156

ISSN 2081-6642

DOI 10.24917/20816642.9.1.11

Mateusz Torzecki, Jarosław Wasik

Muzeum Polskiej Piosenki w Opolu

Multimedialna wystawa stała w Muzeum Polskiej Piosenki w Opolu

Streszczenie

Autor artykułu ukazuje historię powstania pierwszej w Polsce instytucji kultury, której zadaniem jest ochrona dorobku polskiej piosenki oraz stworzenie największej bazy informacji jej dotyczącej. Muzeum Polskiej Piosenki posiada multimedialną wystawę opartą w większości na materiałach audio, wideo, fotografiach. W dalszej części tekstu ukazane zostały informacje dotyczące digitalizacji audiowizualnych i archiwalnych dóbr kultury, wykorzystanych przy tworzeniu ekspozycji stałej w tej właśnie instytucji.

Słowa kluczowe: Muzeum Polskiej Piosenki, digitalizacja, Opole, Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej w Opolu

Budynek

29 listopada 2007 r. uchwałą Rady Miasta Opola (nr XXI/196/07) zostało powołane do życia Muzeum Polskiej Piosenki. Inicjatorami jego powstania było dwóch ówczesnych radnych – Janusz Kowalski i Tomasz Kwiatek. Otwarcie Muzeum nastąpiło 26 sierpnia 2016 roku. Instytucja została utworzona w 2009 r., wtedy także ukonstytuowano radę programową, która podjęła decyzję o zakresie merytorycznym planowanej stałej ekspozycji. Rada, w której zasiadali: Maria Szabłowska, Anna Panas, Elżbieta Trylnik, Joanna Wanot-Stauffer, Michał Bajor, Władysław Bartkiewicz, Wojciech Dąbrowski, Waclaw Panek, Krzysztof Szewczyk ustaliła, że historia polskiej piosenki będzie przedstawiona chronologicznie, zaczynając od kabaretów międzywojennych, a kończąc na współczesności.

Budowa Muzeum Polskiej Piosenki rozpoczęła się w 2013 roku. Zasięg prac objął systemy elektryczne, klimatyzacyjne, przeciwpożarowe, monitoringu, nagłośnienia, zbudowana została także sala kinowo-konferencyjna – prowadził ją Urząd Miasta Opola. Po otrzymaniu zmodernizowanych pomieszczeń, Muzeum przygotowało przetarg na wykonanie ekspozycji stałej na podstawie projektów i kosztorysów przedstawionych przez projektantkę. Zwycięska oferta została złożona przez firmę Deko-Bau z Lubina, która miała już na swoim koncie realizację ekspozycji muzealnych, a także scenografii teatralnych i wewnątrz instytucji kultury. By przystąpić do przetargu na wykonanie ekspozycji stałej Muzeum Polskiej Piosenki wykonawca

musiał spełnić kilka warunków – mieć m.in. w swoim CV dostawy sprzętu multimedialnego o wartości półtora miliona złotych oraz przynajmniej jedną realizację ekspozycji o wartości minimum 600 tysięcy złotych. Te warunki spowodowały, że tylko firmy z dużym doświadczeniem mogły wziąć udział i przystąpić do zamówienia publicznego na wykonanie ekspozycji stałej Muzeum Polskiej Piosenki.

Realizacja wystawy stałej była współpracą trójstronną pomiędzy wykonawcą ekspozycji, projektantką i przede wszystkim zespołami merytorycznym i technicznym pracowników Muzeum. Wykonawca rozpoczął od omówienia wszystkich zaprojektowanych scen i miejsc w Muzeum i złożenia propozycji rozwiązań, zwłaszcza dotyczących aplikacji, które miały zarządzać multimediami w tym muzycznymi ścianami i wyspami tableatów.

Przestrzeń zajmowana przez Muzeum znajduje się tuż pod widownią opolskiego Amfiteatru Tysiąclecia. Wybrana lokalizacja ze względu na bliskość Amfiteatru wydawała się naturalna. Opole przez większość rodaków kojarzone jest właśnie z Krajowym Festiwalem Piosenki Polskiej odbywającym się tu od 1963 roku z inicjatywy kompozytora Mateusza Świąćckiego i literata Jerzego Grygolunasa (obaj byli ówczesnie dziennikarzami Trzeciego Programu Polskiego Radia) przy wsparciu ówczesnego burmistrza miasta – Karola Musioła. Podczas II edycji imprezy Jerzy Waldorff przemawiając na scenie zaproponował, by tytułować Opole – stolicą piosenki polskiej. W latach 2009–2011 Amfiteatr Tysiąclecia został całkowicie przebudowany według projektu Małgorzaty Adamowicz-Nowackiej i Marka Nowackiego.

Umieszczenie Muzeum w istniejącym już budynku dookreśliło jego przyszły wygląd m.in. poprzez specyficzny kształt, a także metraż pomieszczenia.

Jak zauważa Rudolf Arnheim (2016a: 103–104):

Z zewnątrz architektura nigdy nie jest samotna. Otoczone przez inne budynki, krajobraz, czy pustą przestrzeń dzieło architektury zależy we wszystkich swoich wizualnych wymiarach – wielkości, kształcie, teksturze, kolorze, orientacji przestrzennej etc. – od swojego otoczenia. [...] Z drugiej strony wewnątrz jest zamkniętym w sobie światem. Nawet jeśli otwór w dachu odsłania trochę nieba, nie odbieramy go jako innej przestrzeni, lecz postrzegamy je jako fragment należący do granicy pokoju. [...] Wnętrze dopuszcza porównanie z innymi miejscami tylko dzięki pamięci odwiedzającego czy dokonywanej przezeń antycypacji. [...] Jednak bezpośredni wpływ wywierany przez wewnątrz nie ma związku z czymkolwiek na zewnątrz. [...] Nie można dokładnie określić, czy jakieś wewnątrz jest duże czy małe. To co zrazu jawi się jako coś ogromnego, po chwili może się zmniejszyć i mieć bardziej codzienne rozmiary. [...] Świat wnętrza można całkowicie ogarnąć wzrokiem, w większym stopniu niż zewnątrz można je przeniknąć i odnieść do rozmiaru i mocy człowieka, w związku z czym poddaje się ono dominacji.

Tym samym wewnątrz, mające przyjąć nadaną mu funkcję Muzeum, należało określić poprzez odpowiedni koncept. Zwyciężczynią rozpisanego konkursu na projekt ekspozycji stałej Muzeum Polskiej Piosenki została Danuta Słomczyńska z poznańskiej pracowni dekoracyjno-projektowej „Ptasia 30”. Danuta Słomczyńska, powołała zespół składający się z osób zajmujących się zakresem merytorycznym wystawy. Autorem scenariusza został Marcin Kostaszuk, który w swojej pracy korzystał z opracowań konsultantów powołanych przez Muzeum, byli nimi: Andrzej Cała, Teresa Drozda, Zuzanna Falkowska, Krzysztof Gajda, Marek Gaszyński, Ryszard Gloger,

Marcin Jacobson, Piotr Jankowski, Magdalena Juszczyk, Tomasz Lerski, Andrzej Matysik, Anna Mieszkowska, Katarzyna Naliwajek-Mazurek, Wojciech Ossowski, Korneliusz Pacuda, Waław Panek, Jan Poprawa, Jacek Sobczyński, Edward Spyrka, Maria Szabłowska, Jarosław Wardawy, Konrad Wojciechowski, Ryszard Wojciul, Michał Znaniński. Zgodnie z założeniem Danuty Słomczyńskiej, dominantą kolorystyczną wnętrza Muzeum Polskiej Piosenki w Opolu jest biel.

Biel, jak pisał Johannes Itten (2015: 19): „emanuje i rozświeśla ograniczenie”, dlatego jej użycie na powierzchni 1700 m² wydaje się bardziej niż zasadne. Głównym punktem wystawy są dwie ściany ozdobione zdjęciami muzyków i kolorowymi falami. Biel bowiem, integrująca wszystkie kolory, gdy zostanie rozszczepiona przez pryzmat tworzy ferie barw (tamże: 79): „na białym tle [...] jasne tony pozostają na płaszczyźnie białego tła, a ciemne są stopniowo wypychane naprzód”.

Od swych początków projekt zakładał stworzenie multimedialnej ekspozycji, będącej historycznym rysem polskiej muzyki rozrywkowej począwszy od lat 20. XX wieku, aż po czasy współczesne. Ekspozycja została wyposażona w liczne ekrany dotykowe, tablety, mapping etc. Wszystko to sprawia, iż pojawia się problem, który jest podejmowany zbyt rzadko, a mianowicie stosownego, funkcjonalnego i dopasowanego oświetlenia. Każdy z ekranów emanuje bowiem własnym światłem wynikającym z odtwarzania zawartych na nim materiałów filmowych. Światło musi pozwalać na oglądanie w sposób komfortowy wyświetlanych obrazów, przy jednoczesnym wyeksponowaniu ciekawych rozwiązań architektonicznych.

Wspomniani już wcześniej Rudolf Arnheim (2016a: 334–335) w następujący sposób pisze o świetle:

Umiejętne rozłożenie światła wprowadza jasność i ład nie tylko do kształtu pojedynczych przedmiotów, lecz również do całego układu. Wszystkie przedmioty, które pojawiają się w ramie obrazu lub na scenie, można potraktować jak jeden duży przedmiot czy parę dużych; ich mniejsze elementy jako części. [...] Żeby jasność wywołana oświetleniem i jasność płynąca z zabarwienia samego przedmiotu nie myliły się, rozkład światła w danym środowisku musi być zrozumiały dla oczu widza. Zrozumiałość tę osiąga się najłatwiej, kiedy działa tylko jedno źródło światła. Często jednak zarówno w fotografii, jak na scenie teatralnej stosuje się kilka źródeł światła w celu uniknięcia nadmiernego zaciernienia.

Najistotniejszym fragmentem, wydaje się sformułowanie dotyczące rozkładu światła w sposób akceptowalny dla oczu widza. Dzięki temu odbiorca, w przypadku Muzeum Polskiej Piosenki – zwiedzający, może zrozumieć kierunek zwiedzania, ale też światło może wyeksponować w sposób odpowiedni najważniejsze fragmenty wystawy, a idąc dalej tym tropem należy podkreślić, że dobrze zaprojektowane światło w idealny sposób potrafi oddzielić jedną i tę samą przestrzeń poświęconą różnej tematyce.

Rozwiązania zaproponowane przez MPP, tj. umiejętne zastosowanie światła punktowego, żarowego oraz kolorowego światła LED, w połączeniu z mappingiem (składającym się z elementów graficznych nawiązujących do wyklejonych grafik naprzemiennie ze zdigitalizowanymi fotografiami znanych twórców), wydaje się bardziej niż zadowalające. Umiejętnie podkreśla ono najważniejsze części wystawy

stałej, dbając przy tym o zaakcentowanie najważniejszych elementów i rozwiązań architektonicznych, nie przeszkadzając przy tym osobom oglądającym wystawę oraz w naturalny sposób wytyczając prawidłową ścieżkę zwiedzania instytucji.

Obraz i muzyka

Żyjemy w epoce, gdy obraz zarówno ten statyczny jak i ten ruchomy, zyskuje na znaczeniu, dominując w naszym dzisiejszym rozumieniu świata. Czy jako odbiorcy kultury nie dążymy wciąż by przedstawić dziś obraz w sposób jak najbardziej atrakcyjny dla ludzkiego oka? Należy uznać, że to właśnie w tym celu tworzy się dla niego nowe, jak najbardziej efektowne przestrzenie architektoniczne, malując przy tym światłem, otoczeniem odpowiednią dla niego narrację. Już nie tylko sam obraz ma stać się atrakcyjnym, ale również wszystko, co go otacza. Nieważne jest już tylko to, co oglądamy, ale jak. Równie istotne staje się to, gdzie i w jakich warunkach. Problem ten jest oczywiście o wiele bardziej złożony i z pewnością zasługuje na osobne rozważania. Warto natomiast podkreślić to o czym pisze na temat „iconic turn” Doris Bachmann-Medick (2012: 397):

Zamierzeniem „iconic turn” jest utrzymanie w ryzach wzbierającego zalewu obrazów dzięki ich krytycznej analizie. Historia sztuki nie jest tu bez wątpienia jedyną siłą napędową. Ani historia sztuki, ani filozofia same nie mogłyby dostatecznie ukonstytuować iconic turn. Stało się to możliwe w oparciu o medioznawstwo, akceptujące i dowartościowujące świeckie obrazy codzienności i techniki. Dochodzące od strony teorii mediów sugestie, by opuścić rejon wysokiej kultury i na nowo określić obrazy w konfrontacji z mediami technicznymi, skłaniają, by uznać takie kategorie, jak obraz, medium i percepcja za nowy, pokrewny poznawczo potencjał wspierający badania kulturoznawcze.

Prymat obrazu w dzisiejszych badaniach kultury jest tym bardziej zauważalny, im bardziej zaczynamy myśleć o muzyce. Dlaczego? Ponieważ w dobie nowych technologii piosenkom w sposób naturalny zaczyna towarzyszyć obraz. Zachodni artyści w czasie powszechnego piractwa internetowego coraz częściej tworzą wizualne albumy, tj. płyty którym towarzyszą odrębne teledyski stworzone do każdego z utworów zamieszczonych na płycie. Działań takich na Zachodzie podejmują się artyści różnych gatunków muzycznych od Beyonce przez The Chemical Brothers aż po Metalikę. Licząc dziś bardziej na wpływy z koncertów, odtworzeń teledysków (na stronach internetowych takich jak np. youtube.com), niż ze sprzedaży płyt. Tym samym muzyka rozumiana jako jedyny rodzaj sztuki istniejący w momencie zamknięcia przez odbiorcę powiek, zaczyna tracić na znaczeniu. Atrakcyjność przemawiająca na rzecz towarzyszącego muzyce obrazu jest widoczna przede wszystkim wśród najmłodszego pokolenia odbiorców, dla których użytkowanie współczesnych rozwiązań technologicznych jest środowiskiem niemalże naturalnym.

Kwestia ta zostaje podjęta z uwagi na uzasadnienie powstania multimedialnej ekspozycji stałej znajdującej się w Muzeum Polskiej Piosenki. To właśnie dzisiejsze potrzeby odbiorców tłumaczą częściowo stworzenie wystawy opartej w większości na materiałach filmowych i teledyskach, przedstawionej w sposób przyjazny i atrakcyjny.

Powyższe materiały nie definiują oczywiście w sposób kompleksowy polskiej piosenki rozumianej tu jako określone dzieło funkcjonujące w rodzimym polu produkcji kulturowej. Piosenka to nie tylko utwór słowno-muzyczny – to również całe zaplecze pozwalające zaistnieć jej we współczesnej kulturze: artyści, tekściarze, kompozytorzy, producenci, realizatorzy dźwięku, wytwórnice płytowe, media, reżyserzy teledysków, graficy, festiwale etc. Przedstawione wyliczenia uzmysławiają złożoność powstania przeboju i jego funkcjonowania. Obecne wyobrażenie o estradowym przekazie utworu jest odmienne od tego, jakie występowało jeszcze pół wieku temu. Dziś prezentacja jednej piosenki przez wykonawcę to cały system zachowań i kontekstów określany pojęciem „show”.

Simon Frith (2011) uważa, że współcześnie liczy się tylko performance, nie utwór; ta teza może być pretekstem do dyskusji na temat wartości piosenki, w szczególności piosenki polskiej, której tradycja wywodzi się z poezji, z kabaretów, gdzie słowo miało wyjątkowe znaczenie.

Podjęciu wszystkich wspomnianych wcześniej i zsumowanych działań towarzyszą również przedmioty umożliwiające promocję utworu słowno-muzycznego. Przedmioty te stają się częścią historii polskiej piosenki, dlatego proces ich digitalizacji był dla MPP bardzo ważny, będąc wartym opisanie i wyliczenia.

Digitalizacja

Muzeum Polskiej Piosenki w Opolu gromadzi w swych zbiorach oprócz audio-wizualnych dóbr kultury również materialne dobra archiwalne: fotografie, plakaty, płyty, programy koncertów, okładki płyt, instrumenty, nagrody muzyczne, stroje sceniczne i ich elementy, zeszyty z autografami, foldery i bilety festiwalowe etc. To właśnie ta część zbiorów muzealnych została zdigitalizowana jeszcze przed otwarciem Muzeum, na potrzeby ekspozycji stałej.

W pierwszej kolejności zwrócono uwagę na plakaty, promujące zarówno KFPP w Opolu, jak i festiwale w Jarocinie czy Kołobrzegu. Ich digitalizacja była kluczowa również ze względu na rangę Polskiej Szkoły Plakatu i jej światową rozpoznawalność. Na przestrzeni lat plakaty promujące opolski festiwal przygotowywali tak uznani graficy, jak: Tomasz Jura (X i XI KFPP), Eryk Lipiński (XII i XIII KFPP), Rafał Olbiński (XVIII KFPP), Andrzej Mleczek (XX KFPP), Roman Kalarus (XXVI KFPP) czy Andrzej Pągowski (XXX KFPP). Warto wspomnieć też o plakatach promocyjnych stworzonych dla ówczesnych gwiazd estrady np. Czesława Niemena (autorstwa Jana Sawki), Czerwonych Gitar (Rafał Olbiński), czy Tadeusza Woźniaka, No To Co, Maryli Rodowicz (Waldemar Świerzy). Te najpopularniejsze ówczesne nośniki informacji koncertowej na tle obecnie tworzonych prac (powstających głównie jako grafiki komputerowe) wyróżniają się poprzez wspaniałą kreskę oraz niebywały, natchnionych rozpoznawalny styl autorów.

Muzeum Polskiej Piosenki do chwili obecnej podjęło się digitalizacji kilku tysięcy fotografii. Są to zarówno prace nieznanymi twórcami dotyczących wydarzeń festiwalowych, występów poszczególnych artystów podczas wielu edycji festiwalu etc. W zbiorach MPP znajdują się też zdjęcia autorstwa Fryderyka Kremsera,

Romana Kwaśniewskiego czy Ryszarda Łabusa, którzy na przestrzeni lat fotografowali wydarzenia i gwiazdy Krajowego Festiwalu Piosenki Polskiej. Prace te są dziś dokumentem tamtych czasów oraz studium doskonale uzupełniającym historię opolskiego festiwalu. Materiały i fotografie dotyczące powyższej tematyki zostały uzupełnione o inne dobra archiwalne, takie jak: bilety, programy, wejściówki, zaproszenia, wydawnictwa okolicznościowe. Muzeum Polskiej Piosenki dzięki zebranej kolekcji może w sposób jak najbardziej całościowy (w wyznaczonej przez projektantkę przestrzeni) przedstawić historię Festiwalu poczynając od roku 1963 po czasy współczesne z zastrzeżeniem, że jeśli nie pokazuje oryginałów wspomnianych wcześniej przedmiotów, tylko ich zdigitalizowane wizerunki (skany), opłaca stosowne tantiemy do organizacji zbiorowego zarządzania właściwej dla twórców plastyków (w tym ZPAP i ZAiKS).

MPP jest również w posiadaniu wielu interesujących zdjęć gwiazd muzyki autorstwa najważniejszych polskich fotografów, by wymienić Marka Karewicza czy Andrzeja Tyszkę (w wypadku tych autorów sprawa wyświetleń w formie cyfrowej została unormowana prawnie poprzez podpisanie umowy licencji, która w sposób szczegółowy określa wszystkie pola eksploatacji w tym „komercyjne”). Część owych zbiorów udało się pozyskać MPP w formie elektronicznej, pozostałe zostały zdigitalizowane przez pracowników Działu Zbiorów Muzealnych. Do ich zadań należy również archiwizacja w postaci fotografii cyfrowych wszystkich przedmiotów przekazanych na własność Muzeum przez artystów oraz osoby prywatne.

Podczas tworzenia wystawy stałej wykorzystano, również w formie zdigitalizowanej, okładki płyt. Określają one zakres tematyczny, dekadę, styl muzyczny lub artystę, któremu poświęcona jest wybrana część ekspozycji. Jest to warte podkreślenia, ponieważ również w tej dziedzinie polscy graficy odnosili sukcesy, by wspomnieć chociażby o wielkiej trójce tworzącej obwoluty płyt dla wytwórni Polskie Nagrania „Muza”: Rosławie Szaybo, Marku Karewiczu czy Stanisławie Żakowskim.

Praca tego ostatniego stworzona dla płyty Mieczysława Fogga pt. *Śpiewa piosenki swojej młodości*, to doskonały przykład użytkowej grafiki typograficznej z końca lat 50., gdzie górna część projektu (około 1/3) przeznaczona została na tytuł wydawnictwa. Pozwalało to słuchaczowi odnaleźć szybko w trakcie przeglądania płyt poszukiwany tytuł. Działanie to było na Zachodzie praktykowane bardzo długo, korzystał z niego często m.in. Reid Miles tworzący koperty do wydawnictw wytwórni Blue Note.

W części poświęconej muzyce od lat 80. do współczesności znajduje się natomiast ekran ukazujący twórczość Grzegorza Ciechowskiego – okładkę płyty *Tak! Tak!* Zdjęcie autorstwa Małgorzaty Potockiej opatrzone zostało grafiką Janusza Cegięły w wyraźny sposób nawiązującą do konstruktywizmu radzieckiego i prac Aleksandra Rodczenki. Dzięki temu, osoby zwiedzające Muzeum mogą zaobserwować zmiany, jakie zachodziły na przestrzeni dekad w podejściu do projektowania zarówno okładek płyt, jak opisywanych wcześniej plakatów.

Należy też zaprezentować najważniejszą część ekspozycji tj. wykorzystane materiały filmowe, w których Muzeum Polskiej Piosenki uczestniczyło głównie jako zleceniodawca. Dzięki współpracy z takimi instytucjami, jak: Telewizja Polska,

Studio Filmowe KADR, Wytwórnia Filmów Fabularnych i Dokumentalnych, Polskie Radio, Radio Opole, Telewizja Polsat oraz z wytwórnie fonograficzne MPP udało się pozyskać liczne materiały filmowe, które po raz pierwszy zdigitalizowano właśnie na potrzeby wykorzystania ich na ekspozycji stałej Muzeum, nikt bowiem wcześniej publikacją tych materiałów nie był zainteresowany. Warto podkreślić w tym miejscu, że archiwa wspomnianych instytucji są ogromne, właściciele praw producenta mają oczywiście świadomość wartości historycznej i kulturotwórczej posiadanych w zbiorach materiałów, nie są jednak w stanie – mimo systematycznemu procesowi digitalizacji – przenieść całości swoich zbiorów na cyfrowe nośniki. Zazwyczaj we wspomnianych instytucjach tylko kilka osób zajmuje się wyłącznie kwestiami przegrywania materiałów ze starych nośników na twarde dyski komputerów, a proces ten jest czasochłonny, musi się bowiem odbywać w czasie rzeczywistym, często nawet dwukrotnie wydłużonym z powodu braku rozwiązań technicznych ułatwiających to zadanie. W przypadku materiałów nagranych na taśmy filmowe 16 mm nie ma takiej możliwości, by przegrać je bezpośrednio na twarde dyski, w związku z tym proces cyfryzacji wydłuża się o zgranie za pomocą stołu mikserskiego na „pośredni nośnik” jakim jest coraz rzadziej dziś stosowana, lecz kiedyś niezawodna i bardzo popularna taśma Beta.

Proces podpisywania umów licencyjnych był długi, wiązał się również z negocjacjami finansowymi oraz z wielomiesięcznym sprawdzaniem przez licencjodawców praw i ostatecznego podjęcia decyzji, na które materiały można udzielić licencji Muzeum jako podmiotowi trzeciemu.

Prostsza kwestią okazało się podpisanie umowy użyczenia z Filmoteką Narodową, ponieważ większość przedwojennych filmów została już scyfryzowana.

Do najtrudniejszych zadań należało podpisanie licencji dotyczących Polskich Kronik Filmowych. Ze względu na ogromne zainteresowanie większość instytucji muzealnych ustawia się w kolejce po te dowody polskiej rzeczywistości historycznej. W przypadku MPP ich pozyskanie było jeszcze trudniejsze, ponieważ znakomita większość nie została wciąż nagrana na cyfrowych nośnikach. Nikt wcześniej nie zwracał się z prośbą o skopiowanie właśnie tych materiałów we współcześnie dostępnych formatach. Po pierwsze więc Muzeum zmuszone było czekać w kolejce, po drugie materiały, o które się starano, trzeba było scyfryzować, a dopiero potem skopiować i podpisać stosowne umowy licencyjne.

Za duży sukces należy uznać podpisanie umów partnerskich i licencyjnych z wytwórniami fonograficznymi, takimi jak: Sony Music Poland, Universal Music Polska i Warner Music Poland, Kayax, SP Records, Wielkie Joł, MaxFloRec. Wszystkie firmy fonograficzne udzieliły Muzeum Polskiej Piosenki bezterminowej i bezpłatnej licencji na teledyski artystów, których reprezentują, co niewątpliwie pozwoliło poszerzyć spectrum wystawy stałej MPP.

Ostatnim ważnym elementem pracy nad pozyskanymi materiałami tuż przed umieszczeniem ich w ekspozycji stałej były dwa procesy: masteringu i „obelkowania”. Ten pierwszy, typowo techniczny, wydawał się twórcom ekspozycji niezbędny, dzięki niemu bowiem zwiedzający w finalnym efekcie dostali do dyspozycji brzmiające na podobnym poziomie i o zbliżonej dynamice materiały muzyczne, których techniczne parametry wyjściowe różniły się od siebie diametralnie, zostały

wyprodukowane w latach 1934–2015, wszyscy mamy świadomość postępu technologicznego i polepszenia jakości dźwięku w ciągu osiemdziesięciu lat. Proces „obelkowania”, czyli nałożenia na materiały filmowe grafiki w postaci paska dolnego pojawiającego się na początku i końcu każdego wideo był dla potrzeb ekspozycji niewątpliwie istotny, bo dzięki temu zabiegowi zwiedzający otrzymują pełną informację o utworze, zwłaszcza o twórcach (kompozytor, autor, wykonawca, reżyser), a także o miejscu powstania nagrania. W przypadku fragmentów większych całości, a takich przypadków jest wiele, belki informacyjne dają możliwość poinformowania widzów z jakiego koncertu pochodzi utwór, kto wyreżyserował całość i wreszcie – kto posiada prawa do danego materiału. Ta ostatnia kwestia jest znacząca, wielu licencjodawców w umowach zastrzegało konieczność umieszczenia informacji, że to właśnie z ich katalogu pochodzi nagranie, co bezpośrednio wskazuje na posiadane przez licencjodawcę prawa producenta. Z publikacją opisywanych materiałów wiąże się jeszcze kwestia opłat za odtwarzanie publiczne, czyli udostępnianie szerszemu gronu odbiorców, zupełnie odmienne przecież niż indywidualne oglądanie wideo na osobistych urządzeniach jakimi są komputery czy smartfony. W Polsce kwestią tantium zajmuje się kilka wspominanych już wcześniej organizacji zbiorowego zarządu, dlatego MPP podpisało umowy licencyjne ze Stowarzyszeniem Autorów ZAiKS (wynagrodzenia dla kompozytorów i autorów za autorskie prawa majątkowe), ze stowarzyszeniami SAWP i STOART (honoraria dla artystów wykonawców za prawa wykonawcze) oraz ze ZPAV (tantium dla właścicieli praw producenta).

Warto dodać, że MPP w sposób bezpośredni przyczyniło się do zdigitalizowania wielu materiałów archiwalnych z zasobów taśmoteki Telewizji Polskiej współprodukcją cykl programów *Muzeum Polskiej Piosenki czyli Historia Jednego Przeboju* z kanałem tematycznym TVP Rozrywka. Ideą tych krótkich audycji telewizyjnych jest pokazanie historii powstania kanonu polskich przebojów z założeniem przybliżenia widzom postaci bezpośrednio związanych z utworem (kompozytorów, autorów, wykonawców, reżyserów wideoklipów lub koncertów), a także zaprezentowaniem możliwie największej liczby wykonania (wersji) konkretnego hitu, często różnorodnych i zaskakujących, zarazem pokazujących niezaprzeczalną wartość omawianego utworu. W czterech sezonach zostało wyprodukowanych łącznie 120 odcinków, które stworzyły ponadczasową galerię polskich przebojów mającą walor edukacyjny zwłaszcza dla młodego pokolenia, dla którego takie postaci polskiej sceny muzycznej, jak Marek Grechuta czy Czesław Niemen to już prehistoria.

Przyszłość

Muzeum Polskiej Piosenki jako młoda instytucja kultury stoi dziś przed kolejnymi wyzwaniami, jakimi będzie z pewnością pierwszy rok funkcjonowania, a w związku z tym, spełnienie oczekiwań, w szczególności zwiedzających. To również realizacja kolejnych wystaw czasowych, w tym oczekiwanej przez wielu wystawy poświęconej Urszuli Sipińskiej planowanej na marzec 2018 roku. Kolejne zaplanowane zadania związane są z rozwojem oferty edukacyjnej Muzeum (cieszącej się obecnie olbrzymią popularnością wśród szkół całego województwa opolskiego oraz województw ościennych). Priorytetem pozostanie oczywiście pozyskanie kolejnych

materiałów audio oraz wideo. Nieprzerwanie bowiem piosenka jest żywą tkanką, a każdy miesiąc i rok przynosi kolejne przeboje, warte umieszczenia w zbiorach Muzeum Polskiej Piosenki.

Bibliografia

- Arnheim R. (2016a). *Dynamika formy architektonicznej*. Łódź: Wydawnictwo Oficyna.
- Arnheim R. (2016b). *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*. Łódź: Wydawnictwo Oficyna.
- Bachmann-Medick D. (2012). *Cultural turns*. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa.
- Firth S. (2011). *Sceniczne rytuały. O wartości muzyki popularnej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Itten J. (2015). *Sztuka barwy*. Kraków: Wydawnictwo d2d.pl.

Multimedia Permanent Exhibition of the Polish Song Museum in Opole

Abstract

Text reveals the origins of first cultural institution in Poland, whose mission is to protect the achievements of Polish songs, and create the largest database of information about them. Museum of Polish Song, use multimedia exhibition based mostly on media, audio, video, and photographs. Later, in the text are shown information about the digitization of audiovisual archives and cultural goods, used in the creation of the permanent exhibition at this very institution.

Key words: Museum of Polish Song, digitization, Opole, National Festival of Polish Song in Opole