

**Theodor W. Adorno**

---

## O muzyce popularnej<sup>1</sup>

### I. Materiał muzyczny

**Dwie sfery muzyki.** Muzyka popularna wytwarzająca bodźce, o których będziemy tu [jeszcze] mówić, jest zwykle charakteryzowana poprzez jej odmienną od muzyki poważnej. Ta odmienną jest generalnie przyjmowana za pewnik i traktowana jako różnica poziomów, uznawanych za zdefiniowane na tyle dobrze, że większość ludzi postrzega wartości w ich obrębie jako całkowicie niezależne od siebie. Wydaje nam się jednak szczególnie niezbędne przełożenie tych tzw. poziomów na bardziej precyzyjne kategorie muzyczne oraz społeczne, które nie tylko jednoznacznie je określają, ale rzucają również światło na całą strukturę tych dwóch muzycznych sfer.

Jedną z możliwych metod objaśnienia tego [zagadnienia] będzie historyczna analiza podziału, jaki nastąpił w procesach wytwarzania muzyki, i [analiza] źródeł tych dwóch głównych sfer. Jednakże kiedy studium dotyka kwestii aktualnej funkcji muzyki popularnej w jej obecnej postaci, zaleca się raczej śledzenie charakterystyki samego fenomenu, tak jak wygląda on dzisiaj, niż odtwarzanie jego historycznych źródeł. Jest to tym bardziej zasadne, że podział na dwie muzyczne sfery miał miejsce w Europie na długo przed tym, zanim pojawiła się amerykańska muzyka popularna. Muzyka amerykańska od swego zarania akceptowała ten podział jako coś danego odgórnie i z tego względu historyczne podłoże tego podziału odnosi się do niego jedynie w sposób niebezpośredni. Dlatego też chcemy przede wszystkim zgłębić podstawowe właściwości muzyki popularnej w [możliwie] najszerszym zakresie.

Aby mieć czysty osąd dotyczący zależności między muzyką poważną a muzyką popularną, należałoby się skupić wyłącznie na [jednej] fundamentalnej cesze muzyki popularnej – standaryzacji<sup>2</sup>. Cała struktura muzyki popularnej jest zestandary-

---

<sup>1</sup> Artykuł powstał we współpracy z George'em Simpsonem.

<sup>2</sup> Ogromne znaczenie standaryzacji nie umknęło uwadze w bieżącej literaturze na temat muzyki popularnej. „Zasadnicza różnica między popularną piosenką a standardem albo klasyczną pieśnią, jak np. *Mandalay*, *Sylvia* czy *Trees*, jest taka, że melodia i słowa popularnych utworów są konstruowane według określonego wzorca lub struktury formalnej, gdy tymczasem wiersz lub słowa do muzycznego standardu nie mają strukturalnych ograniczeń, a muzyka pozostawia swobodę w interpretacji uczuć i znaczeń słów bez odnoszenia się do ustalonego wzorca formalnego. Innymi słowy, piosenka popularna jest „zrobiona pod szablon”, podczas gdy standard pozwala kompozytorowi uwolnić wodze wy-

zowana nawet pomimo podejmowanych prób zakamuflowania standaryzacji. Standaryzacja obejmuje cechy od najbardziej ogólnych po najbardziej szczegółowe. Najbardziej znana jest zasada, że refren składa się z 32 taktów i że ambitus jest ograniczony do oktawy i jednej [dodatkowej] nuty. Również główne typy przebojów są standaryzowane: nie tylko taneczne, których schematyczna ścisłość jest zrozumiała, ale również te „charakterystyczne”, takie jak piosenki matczyne, pieśni domowe, banalne i nonsensowne melodyjki, pseudorymowanki dziecięce czy lamenty po utraconej dziewczynie. Najważniejszą rzeczą jest harmoniczny fundament każdego przeboju, który – przynajmniej na początku i końcu każdej części – musi odwzorowywać standardowy schemat. Schemat ten podkreśla najbardziej podstawowe zdarzenia harmoniczne niezależnie od tego, czy miały miejsce jakieś zakłócenia harmoniczne. Komplikacje pozbawione są konsekwencji. To machinalne narzędzie gwarantuje, że niezależnie od tego, jakie odstępstwa się pojawiają, przebój i tak będzie z powrotem prowadził do tego samego znajomego doświadczenia i nic zasadniczo nowego nie się nie wydarzy.

Detale same w sobie są standaryzowane w nie mniejszym stopniu niż forma i istnieje dla nich [nawet] cała [specjalna] terminologia, jak choćby: *break*, *blue chords*, *dirty notes*. Ich standaryzacja jest jednakże w jakimś sensie różna od [standaryzacji] ramy. Nie jest ona jawna, jak w tym drugim przypadku, ale ukrywana za fasadą indywidualnych „efektów”, których receptury są strzeżone niczym sekrety mistrza, jakkolwiek sekrety te generalnie mogą być znane muzykom. Ta wewnętrznie sprzeczna właściwość standaryzacji zarówno całości, jak i poszczególnych części stanowi wstępny, orientacyjny schemat oddziaływania na słuchacza.

Zasadniczym efektem tej zależności między ramą, a detalem jest to, że słuchacz reaguje znacznie intensywniej na [poszczególne] części niż na całość. Uchwycenie przez niego całości nie wynika z aktualnego doświadczenia tego jednego konkretnego fragmentu muzycznego, jakiego wysłuchał. Całość jest dana odgórnie i z góry akceptowana, nawet zanim zacznie się faktyczne doświadczenie muzyki: stąd też mało prawdopodobne wydaje się wpłynięcie w istotnym stopniu na reakcję na detale, za wyjątkiem zmian w sposobie ich podkreślania. Detale zajmujące muzycznie strategiczną pozycję w ramie – początek refrenu lub jego ponowne wprowadzenie po łączniku – mają większe szanse na rozpoznanie i korzystny odbiór niż detale umieszczone gdzie indziej, np. w środku łącznika. Ale ta sytuacyjna zależność nigdy nie ingeruje w sam schemat. Szczegół zależy od całości w tym ograniczonym sytuacyjnie zakresie. Jednakże nigdy nie kładzie się nacisku na całość jako muzyczne zdarzenie, ani też struktura całości nigdy nie zależy od detalu.

Dla porównania muzykę poważną można scharakteryzować następująco: każdy detal wyprowadza swój muzyczny sens ze zwartej całości dzieła, które z kolei składa się z żywych relacji między detalami, a nie jest tylko wymuszoną realizacją

---

obraźni i interpretacji.” (Abner Silver i Robert Bruce, *How to Write and Sell a Song Hit*. New York 1939, s. 2). Autorzy ci jednak nie do końca zdali sobie sprawę z zewnętrznie narzucanego, komercyjnego charakteru tych wzorców, których celem jest kanalizowanie reakcji lub – by posłużyć się językiem sloganów pewnej stacji radiowej – „łatwe słuchanie” (z ang. *easy listening*). Mylą oni mechaniczne schematy z wysoko zorganizowanymi i ścisłymi formami artystycznymi: „Z pewnością jest kilka ściślejszych form wiersza w poezji niż sonet, a jednak najwybitniejsi poeci wszystkich czasów ukształtowali nieśmiertelne piękno w obrębie jego krótkich i ograniczonych ram. Kompozytor ma w piosence popularnej tyle samo możliwości, by wyeksponować swój talent i geniusz, co w muzyce poważnej (s. 2-3)”. Tak więc standardowe wzorce muzyki popularnej w rzeczywistości wydają im się być na tym samym poziomie co zasady pisania fugi. To skażenie czyni właśnie ów ogląd standaryzacji w muzyce popularnej beżytecznym. Należałoby tu dodać, że to, co Silver i Bruce nazywają „standardem”, jest dokładnym przeciwieństwem tego, co my rozumiemy jako standaryzowana piosenka popularna.

schematu muzycznego. Na przykład we wstępie pierwszej części *VII Symfonii* Beethovena drugi temat (w C-dur) wyprowadza swoje prawdziwe znaczenie wyłącznie z kontekstu. Tylko w ramach całości nabiera on swoich szczególnie lirycznych i ekspresyjnych właściwości – tj. całość opiera się na silnym kontraście z pierwszym tematem brzmiącym jak *cantus firmus*. Odizolowanie drugiego tematu byłoby pozbawieniem go znaczenia. Inny przykład możemy znaleźć w pierwszej części Beethovenskiej *Appassionaty* na początku reprzyzy opartej na nucie pedałowej. Następując po poprzedzającej ją burzliwej kulminacji, [reprzyza] osiąga najwyższą dramatyczną siłę. Gdyby pominąć ekspozycję i przetworzenie, a zacząć jej powtórzeniem, wszystko to byłoby stracone.

Nic podobnego nie może mieć miejsca w muzyce popularnej. Jeśli jakiś detal zostałby wyrwany z kontekstu, nie naruszyłoby to muzycznego sensu; słuchacz może [bowiem] uzupełnić sobie ramę [utworu] automatycznie, gdyż mamy tu do czynienia z czystym automatyzmem muzycznym. Początek refrenu daje się zastąpić początkami niezliczonej liczby innych refrenów. Wzajemna zależność między elementami albo zależność między elementami a całością pozostałaby [tu] nienaruszona. U Beethovena umiejscowienie jest ważne tylko w żywych relacjach między konkretnymi całościami i ich konkretnymi częściami. W muzyce popularnej umiejscowienie jest [natomiast] absolutne. Każdy detal jest zastępowalny; spełnia swoją rolę co najwyżej tak jak tryb w maszynie.

Samo ustalenie tej różnicy nie jest jeszcze wystarczające. Można [bowiem] wysunąć obiekcje, że szeroko rozpowszechnione standardowe typy muzyki popularnej i występujące [w niej] schematy są związane z tańcem i z tego też względu mogą odnosić się do pochodnych tańca w muzyce poważnej, np. menueta czy scherza w klasycyzmie wiedeńskim. Można by stwierdzić, że skoro ta część muzyki poważnej jest również rozumiana raczej w kategoriach detalu niż całości, albo, że skoro całość wciąż jeszcze może być odbierana w tanecznych typach w muzyce poważnej, mimo ich powtarzalności, to nie ma powodu, by w ten sam sposób nie postrzegać nowoczesnej muzyki popularnej.

Poniższe rozważania dają odpowiedź na obie obiekcje poprzez ukazanie radykalnych różnic, nawet w sytuacji gdy w muzyce poważnej wykorzystuje się typy taneczne. Zgodnie z obecnym formalistycznym punktem widzenia scherzo z *V Symfonii* Beethovena może być też postrzegane jako silnie stylizowany menuet. To, co Beethoven czerpie z tradycyjnego menueta, by skonstruować scherzo, to idea wyrazistego kontrastu pomiędzy molowym menuetem a durowym trio i powtórzeniem molowego menueta; choć również niektóre inne cechy, jak [choćby] wyrazisty rytm złożony z trzech ćwierćnut, często akcentowany na pierwszą ćwierćnutę oraz, ogólnie rzecz biorąc, typowa dla tańca symetria wynikająca z porządku następstw taktów i okresów. Jednak specyficzna idea formy tej części [rozumianej] jako konkretna całość przewartościowuje środki zapożyczone ze schematu menueta. Cała ta część została [bowiem] zaplanowana jako wstęp do finału, po to, by stworzyć ogromne napięcie, nie tylko poprzez swoją pełną grozy, złowieszczą ekspresję, ale przede wszystkim poprzez sposób, w jaki zostało potraktowane jej formalne rozwinięcie.

W konstruowaniu klasycznego menueta wymagane było najpierw pojawienie się pierwszego tematu, następnie wprowadzenie drugiej części, która mogła zawierać dalsze odniesienia tonalne – oczywiście pod względem formalnym przypomina to *bridge* w dzisiejszej muzyce popularnej – i ostatecznie powrót do odcinka wyjściowego. Wszystko to pojawia się u Beethovena. Podejmuje on ideę tematycznego dualizmu w obrębie scherza, ale jednocześnie sprawia, że to, co w konwencjonalnym menuecie było li tylko niemą i nic nieznaczącą grą schematów, przemawia pełnią zna-

czeń. Osiąga on całkowitą spójność między strukturą formalną i jej szczegółową zawartością, to znaczy kunsztem jej tematów. Cała część scherzo tej kompozycji (tj. to, co pojawia się przed wejściem głębokich brzmień smyczków w C-dur wyznaczających początek tria) składa się z dualizmu dwóch tematów: narastającej figury w smyczkach i „obiektywnej”, monumentalnej odpowiedzi instrumentów dętych. Ten dualizm nie jest wprowadzony w sposób schematyczny, tj. w taki sposób, że pierwsza fraza smyczków zostaje rozwinięta, następnie pojawia się odpowiedź dętych, a później [znowu] mechanicznie powtarzany jest temat smyczków. Po pierwszym pojawieniu się drugiego tematu w rogach dwa kluczowe elementy są naprzemiennie łączone ze sobą na zasadzie dialogu, a koniec części scherzo jest w zasadzie zaznaczony nie przez pierwszy, ale przez drugi temat, który zdominował pierwszą muzyczną frazę.

Co więcej, powtórzenie scherza po triu jest zaaranżowane tak odmiennie, że brzmi zaledwie jak zarys scherza i przejmuje ten niespokojny charakter, który zanika dopiero wraz z pojawieniem się afirmatywnego tematu finału. Cała ta figura nabrała dynamizmu. Nie tylko tematy, ale też sama forma muzyczna zostały podporządkowane napięciu: to samo napięcie uwidacznia się w podwójnej strukturze pierwszego tematu, który składa się – jak już wspomniano – z pytania i odpowiedzi, a nawet uwidacznia się jeszcze bardziej w kontekście [relacji] między dwoma głównymi tematami. Cały schemat został [więc] podporządkowany integralnym wymogom tej szczególnej części.

Podsumowując różnice, należy stwierdzić, że u Beethovena i generalnie w dobrej muzyce poważnej – nie rozpatrujemy tutaj [oczywiście] złej muzyki poważnej, która mogłaby być tak samo skostniała i mechaniczna jak muzyka popularna – szczegół praktycznie zawiera się w całości i prowadzi do wyeksponowania całości, a zarazem wynika z koncepcji całości. W muzyce popularnej ta zależność jest [natomiast] przypadkowa. Szczegół nie pozostaje w związku z całością, a ta z kolei jawi się [jedynie] jako zewnętrzna rama. Z tego też względu całość nigdy nie ulega zmianie pod wpływem pojedynczego [muzycznego] zdarzenia i dlatego pozostaje ona jakby obok, niewzruszona i niezauważona w przebiegu utworu. Jednocześnie detal jest zniekształcany środkami, na które nie może wpłynąć i których nie może zmienić, tak, że zostaje on pozbawiony logicznego znaczenia. Muzyczny detal, któremu unieemożliwia się rozwój, staje się karykaturą swojego własnego potencjału.

**Standaryzacja.** Powyższe rozważania pokazują, że różnica między muzyką popularną a muzyką poważną może zostać uchwycona w precyzyjniejszych kategoriach niż tych odnoszących się do muzycznych poziomów, jak: „niskie i wysokie”, „proste i złożone”, „naiwne i wyszukane”. Na przykład różnica między tymi sferami nie może być dokładnie wyrażona w kategoriach złożoności i prostoty. Wszystkie dzieła wczesnego klasycyzmu wiedeńskiego są bez wyjątku rytmicznie prostsze niż korpus aranżacji jazzowych. Pod względem melodycznym duże interwały występujące w sporej liczbie przebojów, jak choćby *Deep Purple* czy *Sunrise Serenade*, są trudniejsze do śledzenia *per se* niż większość melodii, dajmy na to Haydna, które zawierają głównie składowe triady harmonicznego i kroki sekundowe. Harmonicznie, zasób stosowanych akordów tzw. klasyków jest wciąż bardziej ograniczony niż jakichkolwiek współczesnych kompozytorów Tin Pan Alley, którzy czerpią z Debussy'ego, Ravela, a nawet późniejszych źródeł. To standaryzacja i brak standaryzacji są dwoma zasadniczymi kryteriami różnicowania.

*Standaryzacja struktur wywołuje standardowe reakcje.* Słuchanie muzyki popularnej jest nie tylko rezultatem manipulacji jej propagatorów, ale niejako natury samej muzyki w kontekście mechanizmów reagowania całkowicie antagonistycznych

do ideału indywidualności w wolnym społeczeństwie liberalnym. Nie ma to nic wspólnego z prostotą i złożonością. W muzyce poważnej każdy element muzyczny, nawet najprostszy, istnieje „sam przez się”, i im lepiej zorganizowane jest dzieło, tym mniej w nim możliwości wymiany detali. W przebojach natomiast struktura będąca podstawą utworu jest abstrakcją, egzystującą niezależnie od określonego przebiegu muzycznego. Daje to złudzenie, że pewne złożone układy harmoniczne są łatwiej przyswajalne w muzyce popularnej niż te same układy harmoniczne w muzyce poważnej. Złożoność w muzyce popularnej nigdy nie funkcjonuje „sama dla siebie”, ale jedynie jako kamuflaż lub ozdobnik, za którym zawsze można rozpoznać schemat. W jazzie słuchacz amator jest w stanie zastąpić skomplikowane rytmicznie lub harmonicznie formuły – niezależnie od tego, jak nietuzinkowo byłyby opracowane – formułami schematycznymi, które je reprezentują i które je ciągle sugerują. Ucho zmaga się z trudnościami, jakie stawia przebojowa muzyka poprzez stosowanie nieznaczących zamian wynikających ze znajomości wzorców. Słuchacz stykający się z komplikacją w zasadzie słyszy tylko prostotę, którą ona reprezentuje i odbiera złożoność jedynie jako parodystyczne zniekształcenie prostoty.

Taka mechaniczna zamiana przez stereotypowe wzorce jest niemożliwa w muzyce poważnej. Tutaj nawet bezpośrednio uchwycenie najprostszego zdarzenia [muzycznego] wymaga wysiłku, a nie [tylko] jego mglistego ujęcia według zinstytucjonalizowanych wzorców zdolnych jedynie do wytwarzania zinstytucjonalizowanych efektów. W innym wypadku muzyka jest „niezrozumiała”. Muzyka popularna zaś jest skomponowana w taki sposób, że proces zamiany czegoś wyjątkowego w normę jest już zaplanowany i, w pewnym zakresie, osiągnąć już w ramach samej kompozycji.

Kompozycja wsłuchuje się w słuchacza. Oto jak muzyka popularna pozbawia słuchacza jego spontaniczności i promuje warunkowane reakcje. Nie tylko nie wymaga od niego wysiłku, aby śledził jej konkretny przebieg; ona w zasadzie podsuwa mu schematy, zgodnie z którymi, [nawet] gdy coś ma w sobie jeszcze pozostałości czegoś konkretnego i tak [ostatecznie] zostaje sprowadzone [do wspólnego mianownika]. Ta schematyczna konstrukcja narzuca sposób słuchania, czyniąc jednocześnie zbytecznym jakikolwiek wysiłek w słuchaniu. Muzyka popularna jest „wstępnie przyswajana” w sposób silnie przypominający przelotną modę „przyswajania” materiałów drukowanych. To właśnie ta struktura współczesnej muzyki popularnej w ostatniej analizie pozwoliła nam wyjaśnić zmiany zwyczajów słuchania, o czym będzie jeszcze mowa później.

Do tej pory standaryzacja muzyki popularnej była rozpatrywana w kategoriach strukturalnych, tj. jako cecha inherentna bez wyraźnych odniesień do procesu twórczego czy też do rzeczywistych powodów standaryzacji. Chociaż cała masowa produkcja przemysłowa siłą rzeczy zmierza do standaryzacji, tworzenie muzyki popularnej może być nazywane „przemysłowym” tylko w odniesieniu do jej promowania i dystrybucji, podczas gdy samo tworzenie szlagieru wciąż pozostaje w sferze pracy rzemieślniczej. Wytwarzanie muzyki popularnej jest bardzo scentralizowane w swojej organizacji ekonomicznej, ale wciąż „indywidualistyczne” w sensie społecznym. Podział pracy na kompozytora [melodii], harmonizatora i aranżera nie jest przemysłowy, lecz raczej udaje przemysłowość po to, by wyglądać nowocześniej, choć w odniesieniu do technik promocji w zasadzie zaadaptowano już metody przemysłowe. Jeśli poszczególni kompozytorzy przebojowych melodii nie będą podążać za określonymi, standardowymi wzorcami, niekoniecznie zwiększy to koszty produkcji. Z tego też względu musimy szukać innego uzasadnienia strukturalnej standaryzacji – całkiem innego niż to, które próbuje tłumaczyć ją poprzez analogię do standaryzacji silników samochodów czy potraw na śniadanie.

Naśladownictwo stanowi pewien istotny trop pozwalający zmierzyć się z tym twierdzeniem. Standardy w muzyce popularnej były rozwijane początkowo w procesie współzawodnictwa. Gdy jedna konkretna piosenka osiągała wielki sukces, setki innych wyrastały jak grzyby po deszczu, wzorując się na tej jednej, mającej powodzenie. Typy przebojów osiągających największy sukces i „proporcje” między elementami były naśladowane, a kulminację tego procesu stanowiła krystalizacja standardów. Pod wpływem centralizujących czynników, jakie występują obecnie, te standardy zostały „zamrożone”<sup>3</sup>. To znaczy zostały przejęte przez skupione w kartealach wytwórnie, będące finalnym efektem procesu współzawodnictwa, które bezwzględnie narzucały materiał, jaki miał być promowany. Nieprzestrzeganie zasad gry stawało się podstawą wykluczenia. Pierwotne wzorce, które dziś są zestandaryzowane, wyewoluowały w bardziej lub mniej konkurencyjny sposób. Silna ekonomicznie koncentracja zinstytucjonalizowała standaryzację i uczyniła ją regułą. W rezultacie pomysły wyróżniających się indywidualistów zostały wyrugowane. Standardowe wzorce zostały zaopatrzone w immunitet wyższości – na zasadzie „król nie może się mylić”. To również tłumaczy odradzanie się repertuarów w muzyce popularnej. One nie przybierają postaci zużytych, zestandaryzowanych produktów wytwarzanych według jednego wzorca. Echo swobodnego współzawodnictwa jest tu wciąż obecne. Z drugiej strony słynne stare przeboje, które są wznawiane, powielają zestandaryzowane wcześniej wzorce. One są najlepszymi przykładami tego, jak funkcjonują zasady gry.

To „zamrożenie” standardów jest społecznie narzucane samym wytwórniom. Muzyka popularna musi jednocześnie spełniać dwa wymogi. Jednym z nich jest bodziec, który przykuwa uwagę słuchacza. Drugim jest [wykorzystanie] materiału [muzycznego] mieszczącego się w kategorii, którą muzycznie niewykształcony słuchacz nazwałby muzyką „naturalną”, tzn. sumującą wszystkie konwencje i formuły motywiczne w muzyce, do jakich przywykł i które postrzega jako inherentny, prosty język samej muzyki, nieważne, na jakim etapie rozwoju ten naturalny język miałby powstawać. Ten naturalny język dla słuchacza amerykańskiego ma swoje źródło w jego wczesnych doświadczeniach muzycznych, dziecięcych rymowankach, hymnach śpiewanych w szkółce niedzielnej, melodyjkach gwizdanych podczas powrotu do domu ze szkoły. Wszystkie one są znacznie ważniejsze w formowaniu języka muzycznego niż umiejętność odróżnienia początku *III Symfonii* od *II Symfonii* Brahmsa. Oficjalna kultura muzyczna jest w znacznym stopniu zwykłą nadbudową tego podstawowego języka muzycznego, mianowicie durowymi i molowymi tonacjami oraz wszystkimi innymi relacjami tonalnymi, jakie implikują. Te relacje tonalne pierwotnego języka muzycznego stawiają jednak bariery wszystkiemu, co się im nie podporządkowuje. Odstępstwa są tolerowane o tyle, o ile mogą być z powrotem przerobione na tzw. język naturalny.

W kwestii wymogów konsumentów, standaryzacja muzyki popularnej jest jedynie wyrazem tego podwójnego dezyderatu narzuconego jej przez muzyczne ramy umysłu odbiorcy: [muzyka] ma być „pobudzająca” poprzez pewne odstępstwa od ustalonej „naturalności” oraz ma utrzymywać nadrzędność naturalności nad wspomnianymi odstępstwami. Nastawienie słuchaczy do języka naturalnego jest wzmocnione standaryzacją produkcji, która instytucjonalizuje wymagania, jakie początkowo mogły pochodzić od samej publiczności.

**Pseudoindywidualizacja.** Paradoks wymogów – pobudzenia i naturalności – tłumaczy podwójny charakter samej standaryzacji. Stylizacja zawsze tej samej ramy

---

<sup>3</sup> Zob. Max Horkheimer, [Die Juden und Europa – przyp. red.], „Zeitschrift für Sozialforschung” 1939, s. 115.

to tylko jeden z aspektów standaryzacji. Monopolizacja i kontrola w naszej kulturze ukrywają się w samych swoich przejawach. Gdyby były jawne, mogłyby wywołać opór. Z tego też względu trzeba podtrzymywać złudzenia, choć w pewnym stopniu też rzeczywistość indywidualnych osiągnięć. Ich podtrzymywanie jest ugruntowane w rzeczywistości materialnej, i choć administracyjna kontrola nad procesami żywymi jest skoncentrowana, to sekretem pozostaje wciąż to, kto ją sprawuje.

W sferze produkcji zbytku, do której przynależy muzyka popularna i która nie wiąże się bezpośrednio z żadnymi koniecznościami żywymi, choć jednocześnie pozostałości indywidualizmu są tu ciągle obecne w formie ideologicznych kategorii, takich jak gust czy wolność wyboru, wymogiem jest ukrywanie standaryzacji. „Zacofanie” masowej produkcji muzycznej, tj. fakt, że jest ona ciągle na etapie rzemieślniczym, a nie literalnie przemysłowym, odpowiada doskonale tej konieczności, która jest kluczowa z punktu widzenia wielkiego biznesu kulturowego. Jeśli indywidualne elementy rzemiosła w muzyce popularnej byłyby całkowicie zakazane, sztuczne środki ukrywania standaryzacji z pewnością by się zmieniły. Elementy tego [procesu] występują nawet obecnie.

Nieodłącznym korelatem muzycznej standaryzacji jest *pseudoindywidualizacja*. Przez pseudoindywidualizację rozumiemy wyposażenie produkcji kultury masowej w otoczkę wolnego wyboru czy wolnego rynku na bazie samej standaryzacji. Standaryzacja przebojów trzyma klientów w szachu dzięki niejako wsłuchiwaniu się w ich [potrzeby]. Pseudoindywidualizacja zaś utrzymuje ich w ryzach, pozwalając im zapomnieć, że to, czego słuchają, jest już albo „wstępnie przyswojone”, albo wynika z wsłuchania się w ich [potrzeby].

Najbardziej radykalne przykłady standaryzacji cech z założenia zindywidualizowanych można odnaleźć w tzw. improwizacjach. Nawet pomimo tego, że muzycy jazzowi w praktyce ciągle improwizują, ich improwizacje stały się na tyle „znormalizowane”, że umożliwiły rozwój całej terminologii pozwalającej wyrazić standardowe narzędzia indywidualizacji – terminologii, która z kolei jest głośno zachwalana przez jazzowych agentów reklamowych, aby podsycać mit pionierów tego rzemiosła a jednocześnie schlebiać fanom przez, jak się im zdaje, umożliwianie im zerkania za kurtynę i docierania do wnętrza opowieści. Pseudoindywidualizacja wynika ze standaryzacji ramy. Ta ostatnia jest tak nienaruszalna, że swoboda, na którą ona pozwala w jakimkolwiek typie improwizacji, ma ściśle określone granice. Improwizacje – odcinki, gdzie dopuszczana jest spontaniczna aktywność pojedynczych muzyków (np. *Swing it boys*) – są ograniczone ramami schematów harmonicznym i metrycznym. W znacznej większości przypadków, jak chociażby w [odcinkach] *break* w jazzie sprzed ery swingu, muzyczna funkcja improwizowanego detalu jest całkowicie determinowana przez schemat: *break* nie może być niczym innym jak zakamuflowaną kadencją. Pole możliwości dla rzeczywistej improwizacji pozostaje tu bardzo niewielkie z uwagi na konieczność wyłącznie melodycznego ogrywania tych samych funkcji harmonicznym będących podstawą utworu. Kiedy te możliwości zostały bardzo szybko wyczerpane, prędko pojawiła się też stereotypizacja improwizacyjnych detali. Tym samym standaryzacja norm uwypukla w czysto techniczny sposób standaryzację jej własnych odstępstw – tj. pseudoindywidualizację.

To, że improwizacja podporządkowana jest standaryzacji, wyjaśnia nam dwie główne społeczno-psychologiczne właściwości muzyki popularnej. Jedną z nich jest fakt, że każdy detal jest wyraźnie połączony z podstawowym schematem [akompaniamentu], tak, żeby słuchacz zawsze czuł bezpieczny grunt [pod nogami]. Wybór indywidualnych zmian jest tak niewielki, że ustawiczne nawroty do tych samych wariantów są znakiem potwierdzającym identyczność, która się za nimi kryje. Funkcją,

jaką pełni tutaj odmienność, jest „zastępowanie” – cechy improwizacyjne sprawiają, że niemożliwe staje się ich uchwycenie w kategoriach odrębnego zdarzenia muzycznego. Można je odbierać jedynie jako ozdobniki. Powszechnie znanym faktem jest to, że w śmiałych aranżacjach jazzowych *worried notes*, *dirty notes* – innymi słowy nuty fałszywe – odgrywają kluczową rolę. Są one percypowane jako ekscytujące bodźce tylko dlatego, że ucho dostraja je do właściwej wysokości. Jest to jednakże jedynie skrajny przykład tego, co we wszystkich indywidualizacjach w muzyce popularnej zdarza się w sposób mniej przykuwający uwagę. Jakakolwiek harmoniczna śmiałość, każdy akord niepasujący ściśle do podstawowego schematu harmonicznego wymusza postrzeganie go jako czegoś „fałszywego”, tj. jako bodźca, który niesie ze sobą jednoznaczne zalecenie, by zastąpić go właściwym detalem, albo może raczej nagim schematem. Rozumieć muzykę popularną znaczy przestrzegać wspomnianych zasad słuchania. Muzyka popularna narzuca bowiem swoje własne nawyki słuchowe.

Jest jeszcze jeden typ indywidualizacji wynikający z rodzajów muzyki popularnej i różnic w nazwach zespołów. Poszczególne typy muzyki popularnej są starannie różnicowane w procesie produkcji. Zakłada się, że słuchacz potrafi między nimi wybierać. Najszerzej znane są rozróżnienia między swingiem a *sweet music* i między takimi wykonawcami jak Benny Goodman a Guy Lombardo. Słuchacz jest w stanie szybko rozróżnić typy muzyki, a nawet grające zespoły, a to wszystko pomimo fundamentalnej jednolitości materiału i ogromnego podobieństwa występów, za wyjątkiem może tych wyróżniających się użyciem szczególnych znaków rozpoznawczych. Technika etykietowania, w odniesieniu do poszczególnych rodzajów muzyki i zespołów, jest pseudoindywidualizacją, jednakże o charakterze socjologicznym, pozostającą poza obrębem czysto muzycznych technologii. Dostarcza ona identyfikujących znaków rozpoznawczych by rozróżnić to, co w zasadzie nierozróżnialne.

Muzyka popularna staje się kwestionariuszem wielokrotnego wyboru. Są tu dwa główne typy i ich pochodne, z których się wybiera. Słuchacz jest zachęcany przez nieuniknioną obecność tych typów do psychologicznego wykreślenia tego, czego nie lubi i zakreślenia tego, co lubi. Ograniczenie właściwe dla tego wyboru i wynikająca z niego jednoznaczna alternatywa wywołuje schematyczne zachowanie [na zasadzie] lubię-nie lubię. Ta mechaniczna dychotomia tłumi obojętność, co jest konieczne do faworyzowania [muzyki] *sweet* lub *swingu*, jeśli chce się kontynuować słuchanie muzyki popularnej.

## II. Prezentacja materiału.

**Minimum wymagań.** Struktura materiału muzycznego wymaga własnej techniki, dzięki której jest narzucana. Ten proces może być generalnie określany jako „lansowanie” (z ang. *plugging*). Termin „*plugging*” miał początkowo wąskie znaczenie i odnosił się do powtarzania na okrągło konkretnego przeboju, po to by odniósł „sukces”. My używamy go tutaj w szerokim znaczeniu na oznaczenie kontynuacji inherentnego procesu komponowania oraz aranżowania materiału muzycznego. „Lansowanie” ma na celu przełamanie oporu wobec muzycznej jednorodności czy identyczności niejako przez zamknięcie drogi ucieczki przed jednorodnością. Prowadzi więc do zauroczenia słuchacza tym co [w gruncie rzeczy i tak jest] mu pisane. To z kolei prowadzi do instytucjonalizacji i standaryzacji samych przyzwyczajzeń słuchowych. Słuchacze stają się tak bardzo przyzwyczajeni do powtarzania tych samych rzeczy, że reagują automatycznie. W sytuacji, gdy wszystko upodabnia się do siebie, standaryzacja materiału wymaga mechanizmów ogólnego promowania do tego stopnia, że nacisk na prezentację w procesie promowania musi rekompensować brak rzeczywistej indywidualności materiału. Słuchacz o normalnej inteligencji muzycznej, który po raz pierw-

szy słyszy motyw Kundry z *Parsifala*, prawdopodobnie rozpozna go, gdy zostanie on zagrany ponownie, ponieważ jest jednoznaczny i nie daje się zastąpić niczym innym. Jeśli tego samego słuchacza skonfrontowano by z przeciętnym przebojem, nie byłby w stanie odróżnić go od innego, o ile przebój nie byłby powtarzany tak często, że słuchacz byłby zmuszony go zapamiętać. Powtarzanie nadaje [szlagierowi] psychologicznego znaczenia, którego w innym przypadku nigdy by nie miał. Z tego też względu lansowanie jest nieuniknionym dopełnieniem standaryzacji<sup>4</sup>.

Zakładając, że materiał spełnia pewne minimalne wymagania, każda wybrana piosenka może zostać wylansowana i odnieść sukces, jeśli tylko między nazwami zespołów, wydawnictwami, radiem i filmem istnieje odpowiednio ścisły związek. Istotniejszy jest [jednak] następujący wymóg: aby być lansowanym, przebój musi mieć przynajmniej jedną cechę, dzięki której można go odróżnić od innych [szlagierów], a przy tym musi przejawiać całkowitą konwencjonalność i trywialność wszystkich pozostałych [przebojów]. Faktyczne kryterium, za pomocą którego ocenia się piosenkę jako wartą wylansowania, jest wewnętrznie sprzeczne. Wydawca chce utworu muzycznego, który jest zasadniczo taki sam jak pozostałe, aktualne hity, a jednocześnie zasadniczo inny od nich. Tylko jeśli [utwór] jest taki sam, ma szanse sprzedawać się automatycznie, bez wymagania jakiegoś wysiłku od klienta czy konieczności prezentowania go jako muzycznego standardu. Warunek bycia zapamiętanym i tym samym osiągnięcia sukcesu występuje zaś jedynie wtedy, gdy utwór jest inny i można go odróżnić od pozostałych piosenek.

Oczywiście ten podwójny postulat nie może być urzeczywistniony. W przypadku wydawanych i promowanych obecnie piosenek występuje [więc] swego rodzaju kompromis – [zawierają one] coś, co na ogół jest identyczne i coś, co stanowi jeden odizolowany wyróżnik, sprawiający wrażenie oryginalności. Rozpoznawalna cecha nie musi być wcale melodią<sup>5</sup>, mogą ją stanowić jakieś metryczne nieregularności, nietypowe akordy albo szczególna kolorystyka brzmieniowa.

**Powab (z ang. *glamour*).** Kolejnym aspektem lansowania jest swoiste bogactwo i krągłość brzmienia. Aspekt ten pociąga za sobą tę cechę w całym mechanizmie lansowania, która jest najjawniej powiązana z reklamą jako biznesem oraz z komercjalizacją rozrywki. Jest on również bardzo reprezentatywny dla współzależności między standaryzacją a pseudoindywidualizacją.

Chodzi tu mianowicie o muzyczny powab – te niezliczone fragmenty w aranżacjach piosenek, które zdają się mówić: „a teraz przedstawiamy Państwu...”. Muzyczne fanfary, towarzyszące ryczącemu lwu Metro-Goldwyn-Mayer za każdym razem gdy otwiera on swoją majestatyczną paszczę, stanowią analogię do dźwięków już nie lwiego, ale muzycznego powabu słyszanych w eterze.

---

<sup>4</sup> Ze względu na fakt, że obecnie funkcjonujące mechanizmy promocji w amerykańskiej muzyce popularnej zostały szczegółowo opisane w studium Duncana MacDougalda, niniejsze studium ograniczy się jedynie do teoretycznej dyskusji na temat niektórych ogólniejszych aspektów narzucania materiału.

<sup>5</sup> Analiza techniczna musi uwzględnić pewne ograniczenia co do pierwszego wrażenia słuchacza w przypadku pojęcia melodii. Słuchacze muzyki popularnej mówią generalnie o melodii i rytmie, czasami o instrumentacji, rzadko bądź wcale o harmonii i formie. W obrębie typowego schematu muzyki popularnej melodia w żadnym wypadku nie jest autonomiczna w sensie niezależności linii rozwijanej w wymiarze horyzontalnym muzyki. Melodia jest raczej podporządkowana harmonii. Melodie w muzyce popularnej są generalnie arabskowe, zależne od następstwa funkcji harmonicznycch. To, co słuchaczowi wydaje się w pierwszym rzędzie melodyczne, w gruncie rzeczy jest właściwością harmoniczną, tj. zwykłymi wypadkowymi melodycznymi struktur harmonii. Warto byłoby zbadać, co dokładnie laik nazywa melodią. Najprawdopodobniej okazałoby się, że chodzi o wzajemne relacje następstw dźwięków w obrębie prostych i łatwo rozpoznawalnych funkcji harmonicznycch ośmiotaktowego okresu. Istnieje duża rozbieżność pomiędzy ideą melodii wyznawaną przez laika a jej precyzyjną muzyczną konotacją.

Skłonność do powabu można by optymistycznie uważać za twór myślowy pewnej historii sukcesu, w której ciężko pracujący amerykański osadnik triumfuje nad niewzruszoną naturą, zmuszając ją ostatecznie do ujawnienia swoich bogactw. Jednakże w świecie, który wyszedł już dawno z epoki pionierów [Dzikiego Zachodu], problem powabu nie może być postrzegany w tak uproszczony sposób. Powab zamienia się w piosenkę wiecznego zdobywcy, przeznaczoną dla zwykłego człowieka, który w [realnym] życiu nigdy nie dopuszcza się podbojów, a podbija powabem. Triumf ten jest więc jak samozwańczy triumf biznesmena, który ogłasza [wszem wobec], że będzie oferował ten sam produkt po niższej cenie.

Warunki funkcjonowania powabu są [jednak] całkowicie inne niż te w życiu pionierów. Związane są z mechanizacją pracy i dniem roboczym mas. Nuda stała się [tu] tak wszechobecna, że tylko najbardziej pstrokate kolory dają jakąś szansę na wydostanie się z wszechogarniającej szarzyzny. Jednakże to właśnie te jaskrawe kolory są dowodem na wszechwładzę mechanicznej, przemysłowej produkcji. Nie ma niczego bardziej stereotypowego niż różowo-czerwone światła neonów, w które obfitują fasady sklepów, kinoteatrów czy restauracji. Przyciągają one uwagę blaskiem powabu. Ale środki, jakich używa się do przezwyciężenia monotonnej rzeczywistości, są jeszcze bardziej monotonne niż sama rzeczywistość. To, za pomocą czego chce się uzyskać atrakcyjność, jest bardziej jednorodne niż to, co ma zostać upiększone. Jeśli byłoby to rzeczywiście atrakcyjne samo w sobie, prawdziwa kompozycja popularna obyła się bez dodatkowego wsparcia. To mogłoby [jednak] naruszyć zasadę identyczności tego, co w domyśle nie jest takie samo. Termin powabny jest używany w odniesieniu do tych osób, kolorów czy dźwięków, które przez blask, jakim promieniają, odróżniają się od całej reszty. Ale wszystkie powabne dziewczyny wyglądają podobnie, a efekty powabu w muzyce popularnej są jednakowe.

Jeśli chodzi o rozważania nad pionierskim charakterem powabu, mamy tu raczej do czynienia z nakładaniem się i zmianą funkcji, niż z niewinnym reliktem przeszłości. Naturalnie, świat powabu jest rodzajem widowiska przypominającego strzelnicę, rażące światła cyrku i ogłuszające orkiestry dęte. Funkcja powabu jako taka mogłaby być pierwotnie związana z jakimś rodzajem reklamy, za pomocą której usiłuje się sztucznie stworzyć potrzeby, w środowisku społecznym jeszcze nie w pełni przenikniętym przez rynek. [Współczesny] postkonkurencyjny kapitalizm wykorzystuje do własnych celów środki [zaczepnięte z] nierozwiniętej gospodarki. Dla przykładu, powab ma pewną nieznośną właściwość związaną z historycznym odrodzeniem w radiu [zwyczaj, przypominającego] naganiaczy z placu cyrkowego. Teraz zastąpili ich współcześni naganiacze radiowi, którzy nawołują niewidoczną dla siebie publiczność, by nie przegapiła takiego a takiego to produktu i czynią to w tonie, budzącym oczekiwania, których produkt nie może spełnić. Cały powab związany jest z pewnego rodzaju oszustwem. Słuchacze nigdzie indziej nie są bardziej oszukiwani przez muzykę popularną, jak w jej najbardziej powabnych fragmentach. Fanfary i uwielbienia wyrażają triumfalne dziękczynienie za samą muzykę – panegiryki sławiące jej własne osiągnięcia w zachęceniu słuchacza do radosnych uniesień i do utożsamienia jej z celem wytwórni, jakim jest wypromowanie wielkiego wydarzenia. Jednakże, jeśli zdarzenie nie ma miejsca poza własną celebracją, triumfalne dziękczynienie oferowane przez muzykę jest zdradą samego siebie. Jest całkiem prawdopodobne, że słuchacz może nie być do końca tego świadom, tak jak dziecko, które otrzymało od dorosłego prezent, nie znosi zachwalania upominku za pomocą tych samych słów, jakie są wyłącznie przywilejem dzieci.

**Dziecięca mowa.** Nie przez przypadek powab prowadzi do zachowań dziecięcych. Powab, który wykorzystuje pragnienie słuchacza, by być silnym, jest zwią-

zany z językiem muzycznym, będącym oznaką podporządkowania. Dziecinne żarty, celowo błędna ortografia, korzystanie z dziecinnych zwrotów w reklamie nadają kształt dziecinnemu językowi muzycznemu muzyki popularnej.

Istnieje wiele przykładów tekstów charakteryzujących się tego typu dwuznaczną ironią, gdy udając język dziecięcy, jednocześnie okazują pogardę dorosłych dla dziecka, a nawet nadają uwłaczające albo sadystyczne znaczenia dziecięcym wyrażeniom (*Goody, Goody; A Tisket a Tasket; London Bridge is Falling Down; Cry, Baby, Cry*). Prawdziwe dziecięce rymowanki oraz utwory je przypominające mieszają się z celowo zmienionymi tekstami oryginalnych rymowanek, po to by zrobić z nich komercyjne przeboje.

Zarówno muzyka, jak i słowa [piosenek] mają tendencje, by naśladować ten dziecięcy język. Do ich głównych cech należą: uporczywe powtarzanie jakiejś konkretnej formuły muzycznej, co jest porównywalne do postawy dziecka nieustannie wypowiadającego tę samą prośbę (*I Want to Be Happy*)<sup>6</sup>; ograniczanie melodii do niewielu dźwięków, co przypomina sposób, w jaki mówi małe dziecko, zanim w pełni opanuje podstawowe słownictwo; celowo błędna harmonizacja, podobna do sposobu wyrażania się małego dziecka używającego niepoprawnie gramatyki; również niektóre przesłodzone brzmienia funkcjonujące jako swego rodzaju muzyczne ciasteczka czy cukierki. Traktowanie dorosłych jak dzieci wiąże się z takim sposobem przedstawiania rozrywki, który ma na celu łagodzenie stresu wynikającego z obowiązków bycia dorosłym. Co więcej, język dziecięcy służy do tego, by produkt muzyczny stał się dla odbiorców „swojski” poprzez dążenie do skracania w ich świadomości dystansu między nimi a promującymi [produkt] wytwórniami, co przypomina niejako postawę ufne go dziecka pytającego dorosłego o godzinę pomimo tego, że ma do czynienia z nieznanym i że nie zna się jeszcze na zegarku.

**Lansowanie całej branży.** Lansowanie piosenek jest tylko częścią mechanizmu, a swojego właściwego znaczenia nabiera [dopiero] w kontekście całego systemu. Podstawą systemu jest lansowanie stylów i osobowości. Przykładem lansowania pewnych stylów jest słowo *swing*. Termin ten nie ma ani jasno określonego znaczenia, ani nie wskazuje precyzyjnie granicy między okresem przedswingowego hot jazzu panującego do połowy lat trzydziestych. Brak uzasadnienia w materiale do używania tego terminu wzbudza podejrzenie, że jest on używany wyłącznie ze względów promocyjnych – aby odmłodzić stary towar przez nadanie mu nowej nazwy. Podobnie lansowana jest cała terminologia swingu, której oddają się dziennikarze jazzowi i której używają jitterbugsi, terminologia – jak twierdzi Hobson – na którą krzywią się nawet sami muzycy jazzowi<sup>7</sup>. Im mniej typowe dla danego materiału są cechy lansowane przez pseudoekspercką terminologię, tym bardziej potrzebne jest wsparcie spikerów i komentatorów.

Istnieją [też] słuszne względy, by wierzyć, że po części również dziennikarstwo należy bezpośrednio do mechanizmu lansowania, tak samo jak zależne jest też od wydawców, wytwórni i nazw zespołów. W tym momencie jednak socjologiczna perspektywa jest bardziej adekwatna. We współczesnych warunkach gospodarczych często nie ma sensu [na siłę] doszukiwać się „korupcji” polegającej na tym, że ludzie skłonni są zachować się tak, jak się tego od nich oczekuje, tylko, gdy zostaną za to opłaceni. Dziennikarze, którzy biorą udział w promowaniu hollywoodzkich „seksbomb”, nie muszą być wcale przekupieni przez przemysł filmowy. Rekla-

<sup>6</sup> Najsłynniejszym literackim przykładem tej postawy jest *Want to see the wheels go round* (John Habberton, *Helen's Babies*, New York b.r. [ok. 1930 – przyp. red.], s. 9 i następne). Można łatwo sobie wyobrazić najnowszą piosenkę opartą na tym zdaniu.

<sup>7</sup> Wilder Hobson, *American Jazz Music*, New York 1939, s. 153.

ma, jaką zapewnia dziewczynie sam przemysł, całkowicie uzupełnia się z ideologią przenikającą dziennikarstwo, które się jej podejmuje. A ideologia ta stała się również udziałem publiczności. To zespolenie wygląda tak, jakby zostało dokonane gdzieś w zaświatach. Dziennikarze mówią takim niewinnym głosem. Po osiągnięciu pewnego poziomu wsparcia finansowego, pierwotne powody procesu lansowania zacierają się i staje się on autonomiczną siłą społeczną.

Ponad wszystkimi innymi elementami mechanizmu lansowania stoi lansowanie osobowości, zwłaszcza liderów zespołu. Większość funkcji, które można by właściwie przypisać aranżerom jazzowym, oficjalnie przypisuje się dyrygentom; aranżerzy, którzy są prawdopodobnie najbardziej kompetentnymi muzykami w Stanach Zjednoczonych, często pozostają w ukryciu, jak autorzy scenariuszy w filmach. Dyrygent jest człowiekiem, który styka się bezpośrednio z publicznością; blisko mu do aktora, który zachwyca publiczność albo swoją jowialnością czy towarzyskim usposobieniem, albo też dyktatorskimi zachowaniami. To właśnie relacja *face-to-face* dyrygenta z publicznością, sprawia, że może on przypisać sobie wszystkie osiągnięcia.

Co więcej, lider i jego zespół są w znacznej mierze wciąż traktowani przez publiczność jako autorzy spontanicznych improwizacji. Im bardziej rzeczywista improwizacja zanika w procesie standaryzacji i im bardziej jest wypierana przez dopracowane schematy, tym bardziej trzeba podtrzymywać wrażenie improwizacji przed publicznością. Aranżer pozostaje ukryty m.in. po to, by uniknąć choćby najmniejszych sugestii, że muzyka popularna może nie być wcale improwizowana, ale, w większości przypadków, trzeba ją skomponować i usystematyzować.

### III. Teoria słuchacza

**Rozpoznanie i akceptacja.** Zwyczaje słuchowe mas ciążą dziś w stronę rozpoznania, a muzyka popularna i jej lansowanie koncentrują się wokół tych zwyczajów. Podstawowa zasada, jaka się za tym kryje jest taka, że należy coś wyłącznie powtarzać tak długo, aż zostanie rozpoznane, a potem zaakceptowane. Odnosi się to zarówno do standaryzacji materiału, jak i jego lansowania. Tym, co niezbędne do zrozumienia powodów popularności współczesnych przebojów muzycznych, jest teoretyczna analiza procesu związanego z transformacją powtarzania w rozpoznanie oraz rozpoznanie w akceptację.

Koncepcja rozpoznania może wydawać się jednak zbyt niedookreślona, by wyjaśnić nowy fenomen masowego słuchacza. Można argumentować, że wszędzie tam, gdzie rozważa się muzyczne rozumienie, czynnik rozpoznania, będący jedną z podstawowych funkcji ludzkiej świadomości, musi odgrywać ważną rolę. Z pewnością rozumiemy sonatę Beethovena poprzez rozpoznanie niektórych jej abstrakcyjnych cech jako tożsamyh z tymi, które znamy z wcześniejszych doświadczeń, oraz poprzez łączenie ich z obecnym doświadczeniem. Twierdzenie, że sonatę Beethovena można by zrozumieć w próżni, nie odnosząc się do elementów języka muzycznego, który ktoś zna i rozpoznaje – byłoby absurdalne. Liczy się jednak to, co jest rozpoznawalne. Co prawdziwy słuchacz rozpoznaje w sonacie Beethovena? Na pewno rozpozna „system”, na którym się ona opiera: tonalność dur-moll, wzajemne relacje tonacji wpływających na modulację, różne akordy i ich wzajemną wartość ekspresyjną, pewne formuły melodyczne i niektóre schematy budowy. (Absurdalnym byłoby zaprzeczyć, że istnieją takie schematy w muzyce poważnej. Ale ich funkcja jest zgoła innego typu. Nawet zakładając, że rozpozna się je wszystkie, nadal nie wystarczy to do zrozumienia sensu muzycznego.) Wszystkie rozpoznawalne elementy w dobrej muzyce poważnej są zorganizowane w niepowtarzalnej i konkretnej muzycznej całości, z której można wywieść ich określone znaczenie, w ten sam sposób

jak słowo w wierszu czerpie swój sens z całości wiersza, a nie z codziennego użycia słowa, chociaż świadomość zwyczajności tego słowa może być warunkiem niezbędnym do jakiegokolwiek zrozumienia wiersza.

Muzyczny sens każdego utworu muzycznego można faktycznie określić jako ten wymiar utworu, którego nie da się uchwycić przez samo tylko rozpoznanie, przez jego identyfikację z czymś już znanym. Można go zbudować tylko przez spontaniczne łączenie znanych elementów – reakcję słuchacza tak spontaniczną, jak była ona spontaniczna u kompozytora – po to, by doświadczyć rzeczywistego nowatorstwa kompozycji. Sens muzyczny jest czymś zupełnie nowym – czymś, czego nie da się wyprowadzić z przeszłości i podciągnąć pod kategorię znanego, choć wynika z niej, jeśli słuchacz po nią sięga.

To właśnie ta relacja między rozpoznaniem i nowym jest zatracona w muzyce popularnej. Rozpoznanie stanowi cel zamiast środka. Rozpoznanie mechanicznie [czegoś] znanego w melodii przeboju nie prowadzi do niczego, co można by traktować jak nowe, co wynika z połączenia różnych elementów. W istocie w muzyce popularnej związek między elementami jest dany od razu, w tym samym, a może nawet w większym stopniu, jak dane są same elementy. Dlatego rozpoznanie i zrozumienie muszą tu być tożsame, gdy zaś w muzyce poważnej rozumienie jest czynnością, przez którą ogólne rozpoznanie prowadzi do powstania czegoś całkowicie nowego.

Właściwe dociekania nad rozpoznaniem w odniesieniu do jakiegoś fragmentu danej piosenki można by rozpocząć od opracowania schematu, który dzieliłby doświadczenie rozpoznania na jego składowe. Psychologicznie rzecz ujmując, wszystkie wyliczane tu czynniki przeplatają się ze sobą do tego stopnia, że w rzeczywistości byłoby niemożliwe oddzielenie ich od siebie, a każdy czasowy schemat, jaki na nie nałożymy, byłby bardzo problematyczny. Nasz schemat koncentruje się raczej na różnych obiektywnych elementach wpływających na doświadczenie rozpoznania, niż na sposobie, w jaki rzeczywiste doświadczenie wywołuje efekt na konkretnej jednostce lub jednostkach.

Składowe, które uważamy za istotne, są następujące:

- a) Nieokreślone wspomnienie.
- b) Właściwa identyfikacja.
- c) Kategoryzacja.
- d) Autorefleksja nad aktem rozpoznania.
- e) Psychologiczne przeniesienie władzy rozpoznania na obiekt.

a) Mniej lub bardziej wyraźne doświadczenie przypominania sobie czegoś („musiałem już gdzieś to słyszeć”). Standaryzacja materiału przygotowuje grunt pod nieokreślone wspomnienia w praktycznie każdej piosence, ponieważ każda melodia przypomina ogólny wzór i każdą inną [melodię]. Pierwotnym warunkiem tego odczucia jest dostarczanie w ogromnych ilościach melodii, nieustający strumień muzyki popularnej, sprawiający, że niemożliwe jest zapamiętanie wszystkich tych melodii razem i każdej z nich z osobna.

b) Moment właściwej identyfikacji – właściwe doświadczenie – „to jest to”! Osiąga się go, gdy nieokreślone wspomnienia zostają oświetlone błyskiem nagłej świadomości. Jest to porównywalne do doświadczenia, gdy ktoś siedzi w zaciemnionym pokoju, w którym zniemacka znowu rozbłyskuje elektryczne światło. Przez jego nagłe zapalenie, na ułamek sekundy znajome meble uzyskują wygląd czegoś zupełnie nowego. Spontaniczne uświadomienie sobie, że ten właśnie utwór jest „taki sam, jak” to, co słyszało się już wcześniej, prowadzi do chwilowego odsunięcia powracającej obawy, że wszystko jest takie, jakie zawsze było.

Charakterystyczną właściwością rozpoznania jest to, że cechuje się ono nagłym załamaniem. Nie ma gradacji pomiędzy nieokreślonym wspomnieniem i pełną świadomością, lecz raczej rodzaj psychologicznego „skoku”. Składowa ta może być uważana za pojawiającą się nieco później w czasie niż nieokreślone wspomnienie. Jest to poparte namysłem nad materiałem. Prawdopodobnie bardzo trudno jest rozpoznać większość przebojów po pierwszych dwu lub trzech nutach ich refrenów; musi być zagrany przynajmniej pierwszy motyw, a faktyczne rozpoznanie powinno być skorelowane w czasie z percepcją – lub uświadomieniem sobie – pierwszego pełnego motywicznego *Gestalt* refrenu.

c) Element kategoryzacji: interpretacja doświadczenia „to jest to” za pomocą odkrycia „to jest przebój *Night and Day*”. Ten element rozpoznania (prawdopodobnie związany z zapamiętaniem charakterystycznego tytułu utworu lub pierwszych słów ich tekstu<sup>8</sup> najściślej odnosi się do tła społecznego.

Najbardziej bezpośrednia konsekwencja tej składowej może być następująca: moment, w którym słuchacz rozpoznaje taki a taki przebój (jako coś o ustalonej renomie i znanego nie tylko jemu samemu) i czuje się bezpiecznie w obliczu cyfr, podążając za tłumem tych, którzy już wcześniej słyszeli tę piosenkę i dzięki którym zdobyła ona sławę. Występuje to równocześnie z elementem b) lub następuje tuż po nim. Reakcja spajająca polega tu częściowo na odkryciu przed słuchaczem, że jego pozornie odosobnione, indywidualne doświadczenie danego utworu jest doświadczeniem zbiorowym. Moment identyfikacji pewnej, społecznie utrwalonej atrakcji o często ma podwójne znaczenie: ktoś nie tylko niewinnie identyfikuje ją jako to czy tamto, przyporządkowując do tej czy innej kategorii, ale w samym akcie identyfikacji nieświadomie skłania się także do utożsamiania się z obiektywnymi działaniami społecznymi albo z władzą tych osób, które dopasowały dane zdarzenie do tej uprzednio istniejącej kategorii i tym samym ją „utrwaliły”. To właśnie fakt, że jednostka jest zdolna zidentyfikować artefakt jako to czy tamto, pozwala jej uczestniczyć w działaniach pośrednio doświadczanej instytucji, która sprawiła, że to zdarzenie jest tym, czym jest, oraz identyfikować się z tą instytucją.

d) Element autorefleksji nad czynnością identyfikacji („O, znam to; to moje”). Ta tendencja może być zrozumiana właściwie, gdy weźmie się pod uwagę dysproporcję między ogromną liczbą mniej znanych piosenek, a nowymi, o ugruntowanej już pozycji. Osoba, która jest zanurzona w strumieniu muzyki, czuje przez krótką chwilę rodzaj triumfu, że jest w stanie coś zidentyfikować. Masy ludzi są dumne ze swojej zdolności do rozpoznawania jakiejś muzyki, co ilustruje powszechny zwyczaj nucenia lub gwizdania melodii jakiegoś znanego utworu, o którym napomknięto. Wszystko to po to, by wykazać się znajomością [repertuaru] oraz okazać wyraźne samozadowolenie towarzyszące tego typu prezentacji.

---

<sup>8</sup> Interakcje słów i muzyki w muzyce popularnej są podobne do interakcji obrazu i słów w reklamie. Obraz zapewnia doznania zmysłowe, a słowa dostarczają sloganu albo żartu, który ma na celu utrwalenie produktu w świadomości odbiorców i „zaklasyfikowanie” ich do ustalonej i zdefiniowanej kategorii. Zastąpienie czysto instrumentalnego ragtime’u jazzem, którego już od samego początku cechowały silne wpływy wokalne, a także generalny zanik przebojów czysto instrumentalnych, są ściśle związane ze wzrastającym znaczeniem struktur zaczerpniętych z reklam w muzyce popularnej. Przykład *Deep Purple* mógłby się okazać pomocny. Początkowo był to mało znany utwór fortepianowy. Jego nagły sukces został spowodowany - przynajmniej częściowo - dodaniem rozpoznawalnych słów. Przykład tej funkcjonalnej zmiany występuje w obrębie rodzącego się przemysłu rozrywkowego XIX w. Pierwsze Preludium z *Das Wohltemperierte Klavier* Bacha stało się „przebojem sakralnym”, gdy Gounod podjął szatański pomysł wyabstrahowania melodii z następstwa akordów i połączenia jej ze słowami *Ave Maria*. Ten proceder, nieautentyczny już od samego początku, stał się od tego czasu powszechnie akceptowany w obszarze muzycznego komercjalizmu.

Przez rozpoznanie i włączenie danego doświadczenia słuchowego do kategorii „to jest przebój taki a taki”, przebój ten staje się dla słuchacza obiektem, czymś rzeczywistym i stałym. Ta transformacja doświadczenia w obiekt – fakt, że przez rozpoznanie utworu muzycznego ma się nad nim kontrolę i można odtworzyć go we własnej pamięci – czyni go bardziej podatnym na uczynienie swoją własnością niż kiedykolwiek wcześniej. Posiada on dwie wyraziste cechy bycia własnością: trwałość i podleganie arbitralnej woli właściciela. Trwałość polega na tym, że jeśli ktoś pamięta piosenkę i może ją cały czas przywoływać z pamięci, to trudno zaprzeczyć, że ją posiada. Drugi element, ten dotyczący kontroli nad muzyką, polega na zdolności przywoływania jej wedle uznania w dowolnym momencie, skracania jej i traktowania w taki sposób, jak tylko ma się na to ochotę. Muzyczna własność jest niejako zdana na łaskę swego właściciela. W celu wyjaśnienia tego elementu, właściwym byłoby wskazanie jednego ze skrajnych przejawów, choć bynajmniej nie należącego do rzadkości. Wiele osób, gdy pogwizduje lub nuci znane sobie melodie, dodaje krótkie dźwięki na słabe części taktu, które brzmią tak, jakby rozbijano lub kaleczono melodię. Przyjemność płynąca z posiadania melodii manifestuje się w używaniu jej z dowolnymi przekształceniami. Ich zachowanie w stosunku do melodii jest takie jak dziecka, które ciągnie psa za ogon. Do pewnego stopnia cieszą się nawet, że melodia staje się zawodząca lub zniekształcona.

e) Element „psychologicznego przeniesienia” („Cholera, *Night and Day* jest naprawdę niezłe!”). Jest to tendencja do przenoszenia satysfakcji z posiadania na sam obiekt i do przypisywania mu przyjemności płynącej z posiadania go na własność, ze względu na osobiste upodobania, preferencje albo cechy obiektywne. Proces przenoszenia jest wzmocniony przez lansowanie. Mimo faktycznego wywoływania psychologicznego procesu rozpoznania, identyfikacji i posiadania, lansowanie reklamuje jednocześnie sam obiekt i w świadomości słuchacza nadaje mu te wszystkie cechy, które w rzeczywistości są wywołane przede wszystkim mechanizmem identyfikacji. Słuchacze realizują nakaz przeniesienia na muzykę poczucia samozadowolenia z racji jej posiadania.

Można dodać, że uświadomiona wartość społeczna typowa dla przeboju muzycznego ma swój udział w przenoszeniu zadowolenia z posiadania obiektu, który przez to staje się „lubiany”. Proces etykietowania prowadzi tutaj do kolektywizacji procesu posiadania. Słuchaczowi schlebia to, że też może mieć coś, co posiadają inni. Posiadając uznany i promowany przebój, nabiera się złudzenia wartości. Złudzenie to u słuchacza jest podstawą oceny materiału muzycznego. W momencie rozpoznania popularnego przeboju, pseudoinstytucja użyteczności publicznej przechodzi we władanie indywidualnego słuchacza. Posiadacz muzyki, który myśli: „Lubię ten konkretny przebój (bo go znam)”, osiąga złudzenie wielkości porównywalne do marzenia dziecka o posiadaniu kolei. Podobnie jak łamigłówka w konkursie reklamowym, przebojowe piosenki stawiają jedynie pytanie o znajomość [repertuaru], na które każdy zna odpowiedź. Jednak słuchacze znajdują w tym przyjemność, dając odpowiedzi, ponieważ w ten sposób utożsamiają się z prawowitą władzą.

Oczywistym jest, że składowe te pojawiają się w tak wyrazisty sposób nie tyle w świadomości, co w analizie. Ze względu na fakt, że rozbieżność między złudzeniem własności prywatnej a realiami własności publicznej jest bardzo duża, i ponieważ każdy wie, że slogan „Specjalnie dla Ciebie” podlega paragrafowi „jakiegokolwiek kopiowanie słów lub muzyki tej piosenki albo dowolnej jej części podlega karze zgodnie z zasadami prawa autorskiego Stanów Zjednoczonych”, trudno uznawać te procesy za nie do końca uświadomione. Zapewne słuszne jest przypuszczenie, że większość słuchaczy, by zastosować się do tego, co uznaje za wymóg społeczny i by

udowodnić swoją „obywatelskość”, „przyłącza się” pół żartem, pół serio do tego spisku<sup>9</sup>, ośmieszając swoje własne możliwości i tłumiąc dopuszczanie do świadomości [sprawnie] działających mechanizmów, usiłuje przekonać siebie i innych, że cała sprawa jest tak czy inaczej jedynie zwyczajnie dobrą zabawą.

Ostatnia składowa w „procesie rozpoznania-psychologicznego przeniesienia” znowu sprowadza analizę do lansowania. Rozpoznanie jest skuteczne w sensie społecznym tylko wtedy, gdy wspiera je władza potężnej wytwórni. Oznacza to, że idea rozpoznania nie ma zastosowania do żadnych innych melodii, prócz tych, które „odnoszą sukces” – sukces mierzony wsparciem wiodących wytwórni. Krótko mówiąc, rozpoznanie jako społeczny wyznacznik nawyków słuchowych, działa tylko na lansowanym materiale. Słuchacz nie wytrzyma nieustannego grania tego samego utworu na fortepianie. Grany w radiu jest tolerowany z radością przez cały okres jego popularności.

Wykorzystywany tu mechanizm psychologiczny można rozpatrywać następująco: jeśli jakiś przebój jest w radiu grany na okrągło, słuchacz zaczyna myśleć, że jest to już przejawem sukcesu. Sprzyja temu sposób, w jaki lansowane utwory są prezentowane w audycjach, często w charakterystycznej formie: „Za chwilę usłyszycie najnowszy przebój”. Ponadto akceptuje się samo powtarzanie jako oznakę, że coś jest popularne<sup>10</sup>.

**Muzyka popularna i czas wolny.** Do tej pory w naszej analizie zajmowaliśmy się przyczynami akceptacji konkretnego przeboju. Aby zrozumieć, dlaczego cały ten typ muzyki utrzymuje swoją dominację wśród mas, należałoby przytoczyć kilka uwag o charakterze bardziej ogólnym.

Stan umysłu, do którego muzyka popularna się pierwotnie odwoływała, którym się żywi i który nieustannie wzmacnia, to rozkojarzenie i dekoncentracja zarazem. Słuchacz odwraca uwagę od wyzwań rzeczywistości dzięki rozrywce, która z kolei również nie wymaga żadnej uwagi. Pojęcie rozkojarzenia można odpowiednio zrozumieć jedynie wtedy, gdy zostanie odniesione do kontekstu społecznego, a nie do psychologicznych zachowań jednostki. Rozkojarzenie jest związane z występującym obecnie sposobem produkcji, ze zracjonalizowanym i zmechanizowanym procesem pracy, któremu bezpośrednio lub pośrednio podlegają masy. Ten sposób produkcji, rodzący obawy i niepokój o bezrobocie, utratę dochodów, wojnę, ma swój „niezwiązany z produkcją” odpowiednik w rozrywce, tj. odpoczynku, który w ogóle nie wymaga koncentracji. Ludzie chcą się dobrze bawić. Na świadome i pełne koncentracji doświadczenie sztuki mogą sobie pozwolić tylko ci, którym życie nie doskwiera tak, że w wolnym czasie chcą jedynie odpocząć od nudy i wysiłku jednocześnie. Cała sfera taniej, komercyjnej rozrywki odzwierciedla to podwójne pragnienie. Wywołuje ona odprężenie, bo jest szablonowa i wstępnie przyswojona. W odniesieniu do psychologii funkcjonowania mas schematyczność i wstępne przyswojenie [rozrywki] służy temu, by oszczędzić masom udział w tym trudzie (czy to słuchania, czy oglądania), bez którego nie ma mowy o właściwym odbiorze sztuki. Z drugiej strony, bodźce jakie ta sfera zapewnia, pozwalają uciec od nudy zmechanizowanej pracy.

Organizatorzy skomercjalizowanej rozrywki tłumaczą się, powołując się na fakt, że dają masom to, czego chcą. Jest to ideologia właściwa dla osiągnięcia celów komercyjnych: im mniej rozróżniają masy, tym większa możliwość bezkrytycznej

---

<sup>9</sup> Por. Hadley Cantril i Gordon Allport, *The Psychology of Radio*, New York 1935, s. 69.

<sup>10</sup> Ten sam propagandowy trik można odnaleźć w jeszcze dosadniejszej formie w radiowej reklamie produktów. Mydło na piękną skórę nazywane jest „słynnym”, a skoro słuchacz słyszał nazwę mydła w eterze niezliczoną ilość razy, trudno zaprzeczyć owej „sławie” mydła. Jego rozgłos jest w gruncie rzeczy jedynie sumą wszystkich radiowych reklam mu poświęconych.

sprzedaży produktów kulturalnych. Jednakże ta ideologia czystego zysku nie może być tak łatwo zlekceważona. Nie można całkowicie zaprzeczyć, że świadomość masowa jest kształtowana przez skuteczne działania wytwórni tylko dlatego, że masy „chcą tych rzeczy”.

Ale dlaczego one chcą tych rzeczy? W dzisiejszym społeczeństwie masy są urabiane tym samym sposobem produkcji, jakim podlega narzucony im materiał artystyczno-rzemieślniczy. Klienci rozrywki muzycznej sami są przedmiotem, a nawet wręcz efektem tych samych mechanizmów, jakie determinują produkcję muzyki popularnej. Ich czas wolny służy jedynie odtworzeniu ich zdolności do pracy. Jest to tylko środek zamiast celu. Siła procesu produkcji rozciąga się na przedziały czasowe, które na pierwszy rzut oka wydają się „wolne”. Chcą zestandaryzowanych towarów i pseudoindywidualizacji, ponieważ ich czas wolny jest ucieczką od pracy, a jednocześnie jest kształtowany przez postawy psychologiczne, do których całkowicie przyzwyczajają ich świat codzienności. Muzyka popularna jest dla mas nieustającym dniem wolnym, w którym jednak wykonuje się te same czynności, co w pracy. Uzasadnione jest dziś zatem mówienie o odgórnie ustalonej spójności między produkcją a konsumpcją muzyki popularnej. Ludzie głośno domagają się tego, co i tak dostaną.

Ucieczka przed nudą i uniknięcie wysiłku są nie do pogodzenia, stąd wynika też reprodukcja tego samego nastawienia, z którego szuka się ucieczki. Naturalnie, sposób, w jaki trzeba pracować na linii produkcyjnej w fabryce lub na maszynach biurowych, pozbawia ludzi wszelkiej nowości. Oni szukają nowości, ale stres i nuda związane z rzeczywistą pracą prowadzą do unikania wysiłku w czasie wolnym, który daje jedyną szansę na naprawdę nowe doświadczenie. W zamian pragną bodźców. Dostarcza im ich muzyka popularna. Jej bodźce napotykają jednak na niezdolność wywołania wysiłku w niekończącym się ciągu identyczności. Oznacza to ponownie nudę. Jest to krąg, z którego nie ma ucieczki. Niemożność ucieczki wywołuje zaś na szeroką skalę stan nieuwagi w stosunku do muzyki popularnej. Momentem rozpoznania jest doznanie pozbawione wysiłku. Nagłe wytężenie uwagi związane z tym momentem wypala się w jednej chwili i spycha słuchacza w sferę nieuwagi i dekoncentracji. Z jednej strony sfera produkcji i promocji zakłada rozproszenie, a z drugiej strony sama je wywołuje.

W tej sytuacji przemysł styka się z nierozwiązywalnym problemem. Musi rozbudzać uwagę przez coraz to nowe produkty, choć uwaga ta jest jednocześnie jego przekleństwem. Jeśli piosenka nie skupia na sobie uwagi, nie może być sprzedawana; gdy zaś zwraca na siebie uwagę, to zawsze pojawia się ewentualność, że ludzie nie będą jej akceptować, bo znają ją już zbyt dobrze. Częściowo wyjaśniają to stale ponawiane wysiłki, aby przejąć rynek za pomocą nowych produktów, by narzucać się nimi [klientowi] do samego końca, a potem ciągle od nowa powtarzać ten zbrodniczy proceder.

Z drugiej jednak strony, rozproszenie jest nie tylko pewnym założeniem, ale również efektem muzyki popularnej. Melodie same usypiają czujność słuchacza. Mówią mu, żeby się nie martwił, bo niczego nie przeoczy<sup>11</sup>.

**Spoiwo społeczne.** Można bezpiecznie przyjąć, że muzyka słuchana ogólnie z nieuwagą, przerywana jedynie nagłymi przebłyskami rozpoznania, nie wynika z ciągu doświadczeń, które mają swój jednoznacznie zarysowany sens, uchwycony

---

<sup>11</sup> Postawa rozkojarzenia nie jest powszechna. Zwłaszcza młodzież, którą z muzyką popularną wiążą silne emocje nie jest jeszcze całkowicie podatna na wszystkie jej efekty. Zagadnienie wieku w odniesieniu do muzyki popularnej przekracza jednak zakres niniejszego studium. Również kwestie demograficzne muszą pozostać poza jego zasięgiem.

w danej chwili i związany ze wszystkimi poprzedzającymi je oraz następującymi po nich momentami. Można nawet pójść dalej, sugerując, że większość słuchaczy muzyki popularnej nie rozumie muzyki jako swoistego języka. Jeśli rzeczywiście by tak było, o wiele trudniejszym stałoby się wyjaśnienie, jak mogą oni tolerować nieustanne dostarczanie niemal zupełnie niezróżnicowanego materiału. Co więc oznacza dla nich muzyka? Odpowiedź może być taka, że język, jakim jest muzyka, zostaje przekształcony w wyniku celowego procesu w język, który uznają za własny, służący jako nośnik ich zinstytucjonalizowanych potrzeb. Im mniej muzyka jest dla nich językiem *sui generis*, tym bardziej nieodwracalnie staje się ona takim naczyniem. Autonomia muzyki została zastąpiona wyłącznie funkcją społeczno-psychologiczną. Dzisiaj muzyka jest w dużej mierze spoiwem społecznym. A znaczenie, jakie słuchacze przypisują materiałowi, którego właściwa mu logika jest im niedostępna, to przede wszystkim środek, za pomocą którego oni dokonują psychicznego przystosowania się do mechanizmów współczesnego życia. To „przystosowanie się” materializuje się w dwojaki sposób, odpowiadając dwóm głównym typom społeczno-psychologicznego nastawienia do muzyki w ogóle, a do muzyki popularnej w szczególności. Są to mianowicie: typ „podporządkowany rytmicznie” i typ „emocjonalny”.

Jednostki typu „podporządkowanego rytmicznie” można odnaleźć głównie wśród młodzieży, w tzw. pokoleniu ery radia. Są oni najbardziej podatni na proces masochistycznego dopasowywania się do autorytarnej zbiorowości. Ten typ nie ogranicza się do żadnej opcji politycznej. Dopasowywanie się do tyrańskiej zbiorowości można odnaleźć zarówno wśród lewicowych, jak i prawicowych grup politycznych. W rzeczywistości obie zazębiają się: represyjność i nastawienie na tłumy opanowały zwolenników obu opcji. Oba te stany umysłowe podążają w jednym kierunku, pomimo zewnętrznej różnicy w poglądach politycznych.

Jest to szczególnie widoczne w muzyce popularnej, która wydaje się powstrzymywać od politycznego zaangażowania. Warto podkreślić, że umiarkowane lewicowe produkcje teatralne, jak choćby *Pins and Needles*, używają typowego jazzu jako środka muzycznego, i że młodzieżowa organizacja komunistyczna wykorzystwała melodię *Alexander's Ragtime Band* do swoich własnych słów. Ci, którzy pragną pieśni o społecznym znaczeniu, sami posługują się środkiem pozbawiającym je znaczenia społecznego. Nieuchronne użycie środków zaczerpniętych z muzyki popularnej jest represyjne *per se*. Taki brak spójności pokazuje, że przekonania polityczne i społeczno-psychologiczne struktury bynajmniej nie pokrywają się ze sobą.

Typ podporządkowany jest typem rytmicznym, a słowo „rytmiczny” zostało tu użyte w sensie obiegowym. Każde tego typu doświadczenie muzyczne opiera się na podstawowej, niezmiennej jednostce czasowej muzyki – a mianowicie jej „miarach” (z ang. *beat*). Grać rytmicznie według tych osób, znaczy grać w taki sposób, że nawet jeśli pojawiają się pseudoindywidualizacje, jak np. kontrakcenty czy inne sposoby „różnicowania”, relacja do podstawowego metrum jest zachowana. Być muzykalnym, znaczy dla nich tyle, co być zdolnym do podążania za danym schematem rytmicznym wbrew trudnościom wynikającym z „indywidualizujących” odstępstw, i do dopasowania do niego nawet synkop między podstawowymi miarami rytmicznymi. To właśnie sposób, w jaki reakcja na muzykę wyraża bezpośrednio ich pragnienie podporządkowania się. Jednakże, tak jak standardowe metrum w marszach czy muzyce tańecznej przywodzi na myśl skoordynowane szeregi mechanicznie [poruszającej się] zbiorowości, zawładnięcie świadomymi jednostkami przez podporządkowywanie ich rytmowi skutkuje tym, że one same postrzegają siebie jako dołączone do milionów potulnych, którymi trzeba podobnie zawładnąć. Tak oto podporządkowany opanował ziemię.

Jednakże, gdy patrzy się na kompozycje muzyki poważnej odnoszące się do kategorii masowego odbioru, można odnaleźć jedną wyraźną cechę charakterystyczną – deziluzję. Wszyscy ci kompozytorzy, jak choćby Strawiński czy Hindemith, wyrażali „antyromantyczne” nastawienie. Dążyli do muzycznego adaptowania rzeczywistości postrzeganej przez nich jako „era maszyn”. Wyrzeczenie się marzeń przez tych kompozytorów wskazuje, że i słuchacze są gotowi zastąpić marzenia dostosowaniem się do surowej rzeczywistości, oraz że czerpią przyjemność z akceptacji tego, co nieprzyjemne. Są oni pozbawieni złudzeń co do możliwości realizacji własnych marzeń w świecie, w którym przyszło im żyć, i konsekwentnie adaptują się do tego świata. Przyjmują postawę nazywaną nastawieniem realistycznym i usiłują czerpać pocieszenie z utożsamiania się z zewnętrznymi siłami społecznymi, które ich zdaniem konstytuują „erę maszyn”. Jednak samo rozwianie złudzeń, na którym zasadza się ich dopasowanie, prowadzi do zmącenia ich przyjemności. Kult maszyn, który reprezentują niesłabnące jazzowe uderzenia, wymaga wyrzeczenia się samego siebie, co może mieć swoje źródło jedynie w postaci niespokojnego wahania gdzieś w osobowości podporządkowanego. Maszyna jest celem samym w sobie jedynie w określonych warunkach społecznych – gdy ludzie staną się dodatkiem do maszyn, na których pracują. Adaptacja do muzyki maszyn z konieczności wymaga wyrzeczenia się swoich ludzkich uczuć, a jednocześnie takiego fetyszyzmu maszyny, że jej instrumentalna natura pozostanie ukryta.

Co zaś się tyczy drugiego – „emocjonalnego” typu, istnieją pewne powody, by łączyć go z typem widza filmowego. Występuje tu pokrewieństwo z pracującą w sklepie biedną dziewczyną, czerpiącą satysfakcję z utożsamiania się z Ginger Rogers, która za sprawą pięknych nóg i nieskalanego charakteru poślubia własnego szefa. Spełnianie życzeń jest uważane za przewodnią zasadę w psychologii społecznej filmu, podobnie zresztą jak przyjemność płynąca z emocjonalnej muzyki miłosnej. Takie wyjaśnienie jest jednak zasadne tylko na pierwszy rzut oka.

Hollywood i Tin Pan Alley można uznać za fabryki snów. Ale one spełniają nie tylko życzenia dziewczyny za ladą, która zresztą nie od razu identyfikuje się z zamążpójściem Ginger Rogers. To co się tu dokonuje, można by wyrazić w następujący sposób: kiedy odbiorcy sentymentalnego filmu lub sentymentalnej muzyki uświadamiają sobie przemożne prawdopodobieństwo osiągnięcia szczęścia, wówczas mają odwagę przyznać się przed sobą do tego, do czego cały porządek współczesnego życia zwykle zabrania im się przyznawać, a mianowicie, że w rzeczywistości szczęście nie jest ich udziałem. To, co rzekomo miało być spełnieniem marzeń, jest tylko namiastką oswobodzenia, jakie pojawia się wraz ze świadomością, że nareszcie nie trzeba odmawiać sobie szczęścia płynącego z poczucia, że jest się nieszczęśliwym, a można by być szczęśliwym. Doświadczenie dziewczyny ze sklepu przypomina zachowanie starej kobiety, która płacze podczas cudzej ceremonii ślubnej, pogodnie przyjmując świadomość niedoli własnego życia. Nie tylko najbardziej naiwne osoby wierzą, że w końcu każdy wygra los na loterii. Rzeczywista funkcja muzyki sentymentalnej leży raczej w tymczasowym poczuciu wyzwolenia płynącego ze świadomości, że spełnienie nas ominęło.

Wrażliwy emocjonalnie słuchacz słucha wszystkiego przez pryzmat [muzyki] późnego romantyzmu i towarów muzycznych czerpiących z tej epoki, ukształtowanych tak, by odpowiadały na potrzeby słuchania emocjonalnego. Konsumuje on muzykę po to, by pozwolić sobie na płacz. Ponadto jest urzeczony raczej muzyczną ekspresją frustracji niż szczęścia. Wpływ typowej słowiańskiej melancholii charakterystycznej dla Czajkowskiego i Dwořaka jest zdecydowanie większy niż najbardziej „spełnionych” momentów Mozarta czy wczesnego Beethovena. Tak zwany uwalnia-

jący element muzyki jest po prostu okazją, by coś poczuć. Jednak rzeczywistą treścią tej emocji może być tylko frustracja. Muzyka emocjonalna stała się obrazem matki mówiącej: „Chodź, moje dziecko, popłacz sobie”. To jest *katharsis* dla mas, ale *katharsis*, które tym bardziej utrzymuje je ryzach. Ten, co płacze, nie stawia nigdy oporu, podobnie zresztą jak ten, co maszeruje. Muzyka, która pozwala słuchaczom na wyznanie ich nieszczęścia, godzi ich za pomocą tego „uwolnienia” z ich społeczną zależnością.

**Ambiwalencja, złość, furia.** Fakt, że psychologiczne „przystosowanie” wynikające z masowego słuchania muzyki jest iluzją, a „ucieczka”, jaką proponuje muzyka popularna tak naprawdę podporządkowuje jednostki tym samym siłom społecznym, przed którymi chcą one uciec, daje się odczuć w samym nastawieniu mas. To, co wydaje się bezwarunkową akceptacją i niewinnym zaspokojeniem potrzeb, ma bardziej skomplikowaną naturę i skrywa się pod delikatną powłoką racjonalizacji. Zwyczaje masowego słuchania są dziś ambiwalentne. Owa ambiwalencja, która w pełni odzwierciedla kwestię popularności muzyki popularnej, musi zostać poddana analizie w celu wyjaśnienia jej potencjalnych możliwości. Można by to wyjaśnić przez wskazanie analogii ze sztukami wizualnymi. Każdy bywalec kin oraz każdy czytelnik ilustrowanych magazynów zna efekt, który można by nazwać postarzałą nowością. Są to np. fotografie znanych tancerek, uważanych za czarujące dwadzieścia lat temu, albo odkryte na nowo filmy Valentino, które, choć w swoim czasie były najbardziej olśniewające, dziś wydają się żałośnie staroświeckie. Efekt ten, odkryty po raz pierwszy przez francuskich surrealistów, stał się dziś już nieco wyświechtany. Istnieje obecnie wiele czasopism, w których wyśmiewa się pewne trendy jako niemodne, mimo że były popularne zaledwie kilka lat wcześniej, i mimo tego, że te same kobiety ubrane w dawny styl uważa się za śmieszne, a w ubraniach modnych obecnie postrzega się je jako szczyt elegancji. Tempo, w jakim nowość się starzeje, ma tu bardzo istotne znaczenie. Prowadzi bowiem do pytania, czy zmiana statusu z nowego na stary może być całkowicie spowodowana przez sam przedmiot, czy też trzeba ją chociaż po części wyjaśnić specyfiką zachowania mas. Wielu z tych, którzy śmieją się dziś z Babs Hutton z 1929 roku, nie tylko podziwia Babs Hutton w 1940 roku, ale na dodatek zachwycało się nią także w 1929 roku. Nie mogliby teraz naśmiewać się z Barbary Hutton z 1929 roku, gdyby swojego ówczesnego podziwu dla niej (i jej podobnych) nie byli w stanie całkowicie odwrócić przy jakiegokolwiek nadarzającej się okazji. Szał na punkcie konkretnej mody kryje [bowiem] w sobie uśpioną możliwość wybuchu furii.

Podobnie jest w przypadku muzyki popularnej. W dziennikarstwie jazzowym określa się to jako „sztaampowość” (z ang. *corniness*). Każdy rytm, który jest już niemodny, niezależnie od tego, czy jest *hot*, uznaje się za śmieszny, a przez to albo stanowczo się go odrzuca, albo przyjmuje z politowaniem i poczuciem jego niższości wobec najnowszych trendów znanych słuchaczom.

Prawdopodobnie nie da się zaproponować żadnego kryterium muzycznego dla formuł muzycznych uważanych obecnie za zakazane ze względu na to, że uchodzą za „sztaampowe”, jak np. szesnastka na mocnej części taktu z następującą po niej ósemką z kropką. Nie muszą one być mniej wyszukane niż któraś z tzw. formuł swingowych. Istnieje nawet prawdopodobieństwo, że w początkowej fazie rozwoju jazzu improwizacje rytmiczne były mniej schematyczne i bardziej złożone niż dziś. Mimo to, efekt „sztaampowości” istnieje i daje się bardzo wyraźnie odczuć.

Odpowiednie wyjaśnienie – bez uciekania się do kwestii wymagających interpretacji psychoanalitycznej – mogłoby brzmieć następująco: zmuszanie słuchaczy do polubienia czegoś prowokuje mściwe zachowanie w momencie zaprzestania wywie-

rania presji. Kompensują sobie oni poczucie „winy” za tolerowanie rzeczy bezwartościowych, naśmiewając się z nich. Jednak zaprzestawanie wywierania presji zdarza się tak samo często, jak narzucanie czegoś „nowego” odbiorcom. Dlatego też psychologia efektu „sztaampowości” jest ciągle na nowo odtwarzana i prawdopodobnie będzie powtarzana bez końca.

Ambiwalencja pokazana na przykładzie efektu sztaampowości jest wywołana przez ogromny wzrost dysproporcji pomiędzy jednostką a siłą społecznego oddziaływania. Jednostka konfrontowana z pojedynczą piosenką ma – jak się zdaje – wolny wybór, by ją zaakceptować bądź odrzucić. Jednakże wpływowe wytwórnie promując daną piosenkę i wspierając ją na rynku, powodują, że jednostka zostaje pozbawiona wolności odrzucenia piosenki, którą mogłaby jeszcze zachować, gdyby miała do czynienia z samą tylko piosenką. Dezaprobata wobec utworu nie jest już [tylko] wyrazem subiektywnego gustu, ale buntem przeciw filozofii użyteczności publicznej i sprzeciwem wobec milionów ludzi, którzy zdają się popierać działania wytwórni. Stawianie oporu jest [jednak] odbierane jako przejaw bycia złym obywatelem, jako niezdolność do czerpania przyjemności z rozrywki lub jako inteligencka hipokryzja, bo po cóż normalny człowiek miałby się przeciwstawiać tak zwyczajnej muzyce?

Przekraczanie granic związane z wzrastającą ilością wywieranego nacisku gruntownie zmienia strukturę indywidualnej osobowości. Nawet najbardziej zdeterminowany więzień polityczny jest w stanie wytrzymać wszystkie rodzaje presji, aż do momentu, gdy nie pozwala się mu spać przez kilka tygodni. Wówczas z łatwością przyzna się nawet do zbrodni, których nie popełnił. Coś podobnego dzieje się z opornym słuchaczem, który znajduje się pod presją o ogromnej sile. Dlatego też dysproporcja pomiędzy potencjałem jednostki a wywierającą na nią wpływ, zwartą strukturą społeczną niszczy siłę oporu tej jednostki, wzbudzając do tego jednocześnie wyrzuty sumienia z powodu jakiegokolwiek chęci sprzeciwu .

Gdy muzyka popularna jest powtarzana do tego stopnia, że przestaje być postrzegana jako narzędzie, ale [traktuje się ją] raczej jako nieodłączny element świata naturalnego, sprzeciw przyjmuje inną formę, ponieważ spójność jednostki zaczyna się rozpadać. To oczywiście nie oznacza całkowitej rezygnacji ze sprzeciwu. Przenosi się on raczej do coraz głębszych struktur psychiki. Energia psychiczna musi być zagospodarowana bezpośrednio, by przewyciężyć w sobie opór., Pomimo ulegania siłom zewnętrznym, nie znika on całkowicie, ale pozostaje żywy w danej osobie i utrzymuje się nawet w momencie poddania się. Wtedy drastycznie uaktywnia się złość.

Jest to najbardziej widoczny przejaw ambiwalencji słuchaczy wobec muzyki popularnej. Chronią oni swoje przekonania przed jakąkolwiek sugestią, że są manipulowani. Nie ma niczego gorszego niż przyznanie się do bycia podległym. Wstyd wywołany przez pogodzenie się z niesprawiedliwością uniemożliwia zawstydzonym wyznanie prawdy. Dlatego też dają oni upust swojej złości bardziej w stosunku do tych, którzy wypominają im to zniewolenie, niż do tych, którzy faktycznie trzymają ich na uwięzi.

Opór przedostaje się w szybkim tempie do tych sfer, które zdają się oferować ucieczkę od materialnych sił ucisku w naszym społeczeństwie i które są uważane za azyl dla indywidualności. W świecie rozrywki prawo do posiadania własnego gustu obwołuje się prawem najwyższym. Przyznanie, że indywidualność jest nieefektywna zarówno w tej sytuacji, jak i w życiu praktycznym, doprowadziłoby do podejrzenia, że indywidualność mogła już całkowicie zaniknąć, tzn. że mogła zostać zredukowana przez standardowe wzorce zachowań do całkowicie abstrakcyjnej idei, która nie zawiera żadnej konkretnej treści. Masy słuchaczy zostały postawione w stan całkowitej

gotowości do przyłączenia się do spisku, którego niemal nie są świadome, a który został obmyślony z perfidią przeciwko nim, by pogodzić je z tym, co nieuniknione oraz zachować ideologiczne [pozory] wolności, która w rzeczywistości przestała istnieć. Nikczemność tego podstępu skutkuje poczuciem zagrożenia płynącym z możliwości przyznania się przed samym sobą do bycia oszukanym, i dlatego też słuchacze z zapalcząwością bronią swojej postawy, bo ona pozwala im dobrowolnie oszukiwać się.

Akceptacja materiału również wymaga takiej złości. Jego właściwości przypominające towar oraz przytłaczająca standaryzacja, jakiej został poddany, nie są ukryte na tyle, by mogły pozostać niezauważone, przez co wymuszają na słuchaczu pewne działania psychologiczne. Sama bierność nie wystarczy, słuchacz musi zmusić się do akceptacji.

Złość jest najbardziej widoczna w przypadku skrajnych entuzjastów muzyki popularnej – jitterbugsów.

Na pierwszy rzut oka teza o akceptacji nieuniknionego wydaje się nie wskazywać na nic innego, jak tylko na rezygnację ze spontaniczności: podmioty w odniesieniu do muzyki popularnej są pozbawione jakichkolwiek pozostałości wolnej woli i mają skłonności do biernych reakcji na to, co się im przedstawia, oraz do stawiania się jedynie ośrodkami społecznie warunkowanych odruchów. Podkreśla to entomologiczny termin *jitterbug*. Odnosi się on do robaka [z ang. *bug*], który ma drgawki [z ang. *jitters*] i jest biernie pobudzany pewnymi bodźcami, takimi jak światło. Porównanie ludzi do owadów oznacza świadomość, że zostali oni pozbawieni swojej autonomicznej woli.

Jednakże taka interpretacja ma pewne obostrzenia. Można je odnaleźć w oficjalnej terminologii jitterbugsów. Takie techniczne terminy jak *'latest craze'*, *'swing frenzy'*, czy też *'alligator'* lub *'rug-cutter'* wskazują na tendencję do przekraczania społecznie warunkowanych odruchów: wskazują mianowicie na furię. Każdy, kto brał kiedyś udział w zabawie jitterbugsów lub kto miał okazję dyskutować z nimi na temat współczesnych trendów w muzyce popularnej, nie mógł nie zauważyć ich skłonności do wpadania w furię, która zwykle pojawia się, gdy ktoś skrytykuje ich idola, ale która również może zostać zwrócona przeciwko samym idolom. Furii tej nie da się wytłumaczyć jedynie bierną akceptacją tego, co się im podsuwa. W tej ambiwalentnej sytuacji kluczowy jest fakt, że podmiot nie reaguje wyłącznie biernie. Całkowita bierność wymaga jednoznacznej akceptacji. Jednakże ani materiał, ani obserwacja słuchaczy nie potwierdzają założenia, że ma tu miejsce akceptacja jednostronna. Zwyczajna rezygnacja ze stawiania oporu nie wystarcza do akceptacji tego, co nieuniknione.

Entuzjazm dla muzyki popularnej wymaga świadomej determinacji ze strony słuchaczy, by przekształcić porządek zewnętrzny, któremu podlegają, w porządek wewnętrzny. Wyposażenie produktów muzycznych w energię libido jest wynikiem manipulacji ego. Manipulacja ta nie jest zatem całkowicie nieświadoma. Można przypuszczać, że wśród tych jitterbugsów, którzy nie są ekspertami, a jednak są entuzjastycznie nastawieni do Artiego Shawa czy Benny'ego Goodmana, postawa „włączanego” entuzjazmu przeważa. „Wstępują w szeregi”, jednak to wstępowanie oznacza nie tylko ich podporządkowanie się określonym standardom, ale też podjęcie decyzji o podporządkowaniu się. Apel wydawców muzycznych skierowany do publiczności, by „wstąpić w szeregi”, oznacza, że decyzja jest aktem woli, bliskim powierzchwnej świadomości<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Na tylnej stronie nut niektórych przebojów pojawia się apel: „Podążaj za swoim liderem Artiem Shawem”.

Cała ta kwestia fanatyzmu w odniesieniu do jitterbugsów i masowej hysterii wokół muzyki popularnej jest wynikiem decyzji podjętej na złość. Rozszalały entuzjazm jest nie tylko ambiwalentny w stosunku do gotowości, by zmienić się w prawdziwą furję lub pogardliwe naśmiewać się z własnych idoli, ale również w stosunku do wspomnianej decyzji podjętej na złość. Ego w wymuszonym entuzjazmie musi go przewyciężyć, ponieważ „naturalny” entuzjazm nie wystarcza, by wykonywać swoje zadania i pokonać opór. Jest to ten element zamierzonej przesady, który charakteryzuje histerię szaleńczą i samoświadomą<sup>13</sup>. Miłośnika muzyki popularnej trzeba postrzegać jako chodzącego własnymi ścieżkami z klapkami na oczach i zaciśniętymi zębami po to, by uniknąć odstąpienia od tego, co raz postanowił uznać. Przejrzysty i spokojny ogląd [sprawy] zagroziłby nastawieniu, które zostało mu narzucone i które on z kolei próbuje narzucać sobie samemu. Podjęta pierwotnie świadoma decyzja, na której opiera się jego entuzjazm, jest tak nieprzemyślana, że najmniejszy czynnik krytyczny mógłby go zniszczyć, o ile entuzjazm nie został wzmocniony szaleństwem, służącym tutaj celom quasi-racjonalnym.

Należałoby wreszcie wspomnieć o pewnej tendencji, widocznej w zachowaniach jitterbugsów, do karykaturyzowania samych siebie, co wymierzone jest – jak się zdaje – w gafy jitterbugsów tak często opisywane w magazynach i ilustrowanych pismach. Jitterbug wygląda tak, jakby boczył się na siebie samego, na własny entuzjazm i na własną zabawę, które potępia, mimo tego, że udaje, iż się z nich cieszy. Kpi on z samego siebie, jakby skrycie oczekiwał sądu. Swoimi kpinami chce uzyskać oczyszczenie za oszustwo dokonane względem siebie. Jego poczucie humoru czyni wszystko tak przebiegłym, że nie można go postawić do kąta – czy raczej on nie może postawić siebie – za którekolwiek ze swoich zachowań. Jego zły gust, jego wściekłość, jego skrywany opór, jego nieszczerłość, jego utajona pogarda dla samego siebie, wszystko to jest zamaskowane „humorem” i tym samym zneutralizowane. Interpretacja ta ma tym większe uzasadnienie, że jest mało prawdopodobne, by nieustanne powtarzanie tych samych efektów pozwoliło osiągnąć prawdziwą radość. Nikt bowiem nie śmieje się z dowcipu powtarzanego sto razy<sup>14</sup>.

Cały ten entuzjazm wokół muzyki popularnej ma w sobie coś z fikcji. Niemal żaden jitterbug nie jest ani całkowicie historyczny w stosunku do swingu, ani dogłębnie zafascynowany występem. Pomijając niektóre autentyczne reakcje na bodźce rytmiczne, masowa histeria, fanatyzm i fascynacja są w dużej mierze jedynie sloganami reklamowymi, zgodnie z którymi ofiary kształtują swoje zachowanie. To oszukiwanie samego siebie wynika z naśladownictwa, a nawet udawania. Jitterbug jest aktorem własnego entuzjazmu i twarzą entuzjastycznej okładki, którą daje mu się do oglądania. Z aktorem łączy go arbitralność swojej interpretacji. Może tak samo łatwo i niespodziewanie wyłączyć swój entuzjazm, jak go włączył. Jest jedynie pod urokiem swojej własnej gry.

Ale im bliżej świadomej decyzji, im bardziej teatralizacja i nieuchronność własnego potępienia wychodzą na jaw w świadomości jitterbugsa, tym większe jest

---

<sup>13</sup> Jeden z przebojów głosi „Jestem po prostu jitterbugiem”.

<sup>14</sup> Warto byłoby odnieść się do tej kwestii eksperymentalnie, nagrywając film rejestrujący zachowania jitterbugsów, a później badając je pod kątem psychologii gestów. Taki eksperyment mógłby również przynieść wartościowe rezultaty w kwestii pytania, jak muzyczne standardy i „odchylenia” od nich są percypowane w muzyce popularnej. Gdyby zaś zestawiono film z towarzyszącym mu dźwiękiem, można by odkryć, w jakim stopniu jitterbugsi reagują gestami na synkopy, z powodu których wpadają w udawany szał, a do jakiego stopnia poddają się tylko podstawowym miarom. Jeśli ta ostatnia teza znalazłaby potwierdzenie, dostarczyłoby to wielu nowych przesłanek co do fikcyjności całego tego szaleństwa.

prawdopodobieństwo, że tendencje te przedrą się w masie i raz na zawsze będzie się można od nich uwolnić z kontrolowaną przyjemnością. Nie mogą oni [przecież] tworzyć razem bojaźliwej grupy zafascynowanych robaków, od których czerpią nazwę i do których się upodabniają. Potrzebują własnej woli, choćby tylko po to, by odtrącić te wszystkie uświadomione przeczucia, że jest w ich przyjemności coś „sztucznego”. Przemiana ich woli wskazuje, że wola jest wciąż żywa i w pewnych okolicznościach może być wystarczająco silna, by pozbyć się skomasowanych nacisków, które prześladowają ją na każdym kroku.

W tej sytuacji, która jest – rzecz jasna – tylko pewnym przykładem znacznie szerszych problemów psychologii mas, właściwym byłoby rozważenie, w jakim stopniu całe to psychoanalityczne rozróżnienie między świadomością i nieświadomością jest nadal uzasadnione. Reakcje mas są obecnie bardzo słabo skrywane przed świadomością. Paradoksem tej sytuacji jest fakt, że przebicie się przez tę „cienką zasłonę” stanowi zadanie niemal nie do wykonania. Jednak prawda nie jest subiektywnie aż tak nieświadoma, jak by się wydawało. Dowodem na to może być fakt, że w praktyce politycznej autorytarnych reżimów ewidentne kłamstwa, w które nikt tak naprawdę nie wierzy, coraz częściej zastępują „ideologie” przeszłości, które miały moc przekonywania tych, co w nie wierzyli. Dlatego nie możemy zadowolić się jedynie stwierdzeniem, że spontaniczność została zastąpiona ślełą akceptacją narzuconego materiału. Nawet przekonanie, że ludzie reagują dziś jak owady i stają się jedynie ośrodkami społecznie warunkowanych odruchów, wciąż stanowi element kamuflażu. Zbyt dobrze służy to tym, którzy rozprawiają o nowych mitach i o niesamowitej sile wspólnoty. Spontaniczność jest raczej absorbowana przez ogromny wysiłek, który każdy musi podjąć, aby zmierzyć się z tym, co jest mu narzucane – wysiłek, który wzrósł właśnie dlatego, że fasada ukrywająca mechanizmy kontroli, stała się tak cienka. Aby stać się jitterbugiem lub by po prostu „lubić” muzykę popularną, w żadnym wypadku nie wystarczy się poddać i biernie równać do szeregu. Aby zostać przekształconym w owada, człowiek potrzebuje energii, która miałaby moc przemienienia go w człowieka.

*Przekład: Jakub Kasperski*