

Przepis na szlagier...

DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/LC.2017.058>



Dawniej przepis na szlagier był bardzo prosty:

- 1) pomysł, czyli refren, dodajmy – oparty na szlagwornicy, który rodził się w umyśle librecisty;
- 2) wybór muzyki, czyli melodii przetransportowanej z zagranicy według najnowszej mody lub oryginalnej, do której autor dopisuje resztę zwrotek¹.

* Absolwent kulturoznawstwa Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Zajmuje się folklorem tradycyjnym i współczesnym, zwłaszcza legendą miejską. E-mail: matti.nap@gmail.com.

¹ D. Fox, *Jarmark piosenek. Kariera piosenki w kabeletach i rewiach dwudziestolecia międzywojennego*, [w:]

Obecnie sytuacja się skomplikowała, gdyż nie tekst, a czasami nawet melodia mają znaczenie przy tworzeniu przeboju. Tego typu zagadnieniom poświęcił swe rozważania Piotr Pierzchała. W swojej pracy pt. *Polska piosenka pop jako tekst w tekście kultury. Na przykładach z pierwszej dekady XXI wieku* podjął się zadania, wbrew pozorom, niełatwego. Postanowił on dokonać analizy kulturoznawczej warstwy tekstowej wybranych polskich piosenek popowych, uwzględniając medialny kontekst owych tekstów kulturowych, który, jak się okazuje, góruje nad ich znaczeniowością i ekspresją artystyczną. Autor podszedł do zagadnienia od strony kulturoznawczej. Jest to uzasadnione podejście, biorąc pod uwagę wielość zjawisk towarzyszących piosence, jak koncerty, reklamy czy ruch fanowski. Według Pierzchały:

Każdy komunikat, który odbieramy, niezależnie od rodzaju kodu jest tekstem [...]. Zaproponowany przez badacza [mowa o Rolandzie Barthesie] punkt widzenia, uznający tekstualność rzeczywistości, okazuje się niezwykle pomocny w mierzeniu się z materiałem badawczym – materiałem nie dość, że wielokodowym, to jeszcze obejmującym różne drogi komunikowania [...]. Piosenkarz pop bierze udział w zdarzeniach kulturalnych, przez swoją aktywną obecność w życiu publicznym „ustawia” siebie i swoją twórczość względem innych elementów kultury i innych twórców, tworząc konteksty znaczeniowe [...]. Założenie, że wszystko jest tekstem, pozwala literaturoznawstwu znacznie szerzej opisywać i interpretować tekstową rzeczywistość człowieka [...]².

Pierzchała powołuje się na opinię Rolanda Barthesa, według którego słowo

W teatrze piosenki, red. I. Kiec, M. Traczyk, Poznań 2015, s. 45.

² P. Pierzchała, op. cit., s. 11-12.

jest komunikatem uniwersalnym, mogącym przyjąć dowolną formę – czy to pisaną, czy przedstawieniową³. Pozwala to w nieco bardziej „holistyczny” sposób spojrzeć na kwestie tworzenia, w tym przypadku piosenek popowych. Nic nie dzieje się w próżni – Pierzchała zwraca więc uwagę na elementy, które towarzyszą utworom muzycznym w (za)istnieniu na rynku komercyjnym: teledyskom, wystąpieniom scenicznym oraz okładkom płyt. Cały rozdział poświęca również wykonawcom – osobom ze świata show-biznesu.

W swoich badaniach autor przywołuje najbardziej stereotypowe i popularne niegdyś gwiazdy muzyki pop, m.in. Dorotę „Dodę” Rabczewską oraz zespół Ich Troje. Jak sam wskazuje, wybór ten jest w dużym stopniu arbitralny i trudno się z tą opinią nie zgodzić. Łatwo można bowiem przywołać inne przykłady gwiazd popowych, które tworzyły na początku XXI wieku, takie jak Edyta Górniak, Stachurski, Blue Cafe, Feel czy Leszcze. Autor oczywiście musiał się na coś zdecydować i okroić materiał badawczy, ale jego wybór można jednak obronić. Jak trafnie zauważył, nie każda muzyka popularna to tylko pop, czego dowodzi przykład Artura Andrusa, którego album *Mysliwiecka* osiągnął w roku 2012 status platynowej płyty⁴. Trudno jest też znaleźć artystów tworzących wzorcowe przykłady takiej muzyki – w erze nowych mediów mamy bowiem do czynienia z przemieszaniem stylów i gatunków muzycznych. Na tym tle twórczość Dody i Ich Troje wydaje się modelowym przykładem popu, zarówno pod względem nieskomplikowanych środków czysto muzycznych (melodii i rytmu), prostoty tekstu, jak i kontekstu wizerunkowego oraz do-

minującego kiczu – konstytutywnej cechy muzyki masowej.

Pierzchała dokonał analizy tekstów, a co za tym idzie – tematyki wybranych piosenek. Jak sam zauważa, poruszamy się na gruncie muzyki pop, więc siłą rzeczy mamy do czynienia z typowymi utworami mówiącymi o miłości, kwestiach obyczajowych, czasami przedstawiających świat show-biznesu. Wchodząc w strukturę tekstu, autor dowodzi oczywistości – teksty są banalne, operują prostymi środkami wyrazu i nie wnoszą nic nowego do sztuki słowa czy wiedzy o świecie. Interesująca jest natomiast inna obserwacja – otóż odbiorca muzyki, któremu nieobca jest omawiana tematyka, przyjmuje tę muzykę bezrefleksyjnie. To właśnie po stronie odbiorcy dzieją się najciekawsze rzeczy – tekst przestaje mieć większe znaczenie, zaczynają natomiast zyskiwać takie elementy, jak rytm czy melodia i to one mogą decydować o popularności piosenki. Gdy mowa o tekstach, metafory w nich zawarte są nierzadko bezsensowne i nie odwołują się do żadnego znanego nam zjawiska. Dlatego też od interpretacji tekstu Pierzchała przechodzi do analizy formy oraz elementów, którym muzyka towarzyszy. Współcześnie to właśnie wszelkiego rodzaju strategie wizerunkowe, kontekst medialny oraz sam status wykonawcy okazują się ważniejsze od muzyki.

W tradycyjnym rozumieniu piosenki zwykło się przyjmować, że „dzieło właściwe”, podstawowy komunikat, stanowi utwór słowno-muzyczny, dla którego istnieją konteksty, dopełnienia. Jednak w przypadku tekstu piosenki pop procesy sensotwórcze przebiegają w skutek wzajemnego oddziaływania na siebie poszczególnych subtekstów [...]. Następują tutaj istotne przesunięcia [...]. To nie opakowanie płyty i związany z nią komunikat stanowi ramę dla utworów piosenkowych, lecz to piosen-

³ R. Barthes, *Mitologie*, przeł. A. Dziadek, Warszawa 2000, s. 240-241.

⁴ P. Pierzchała, op. cit., s. 33.

ki są dopełnieniem komunikatu i w tekście kultury stanowią element podrzędny⁵.

Autor wnikliwie przyjrzał się różnym aspektom działalności muzyków pop, m.in. występom scenicznym. Zwraça uwagę na to, iż koncert stanowi pewną sytuację komunikacyjną, niekoniecznie jest zaś zjawiskiem dziejącym się „na żywo”. W przypadku muzyki pop bardzo często mamy bowiem do czynienia ze śpiewem z playbaku. Tego niestety autor nie uwzględnia przy analizie koncertów, co pozostawia pewien niedosyt. Na tym polu ciekawie wygląda bowiem kwestia dysonansu poznawczego, kiedy to słuchacze pochłonięci muzyką zderzają się z prawdą sceniczną: kasetą ze śpiewem psuje się, zaś artysta staje się tylko pustym, nic nieznaczącym elementem całego procesu (odsyłam do słynnej sceny ze śpiewaczką operową z filmu *Mulholland Drive* »2001« w reżyserii Davida Lyncha), w której dochodzi do podobnej sytuacji.

W pracy kilkakrotnie pojawia się natomiast kwestia komercjalizacji rynku muzycznego. We współczesnym świecie zjawisko to nie wywołuje zdziwienia – komercjalizacji podlega nie tylko sztuka, ale również religia⁶ oraz wszelkie formy aktywności związane ze spędzaniem czasu wolnego⁷. Podczas koncertów Doda wychodzi więc z ogromnego pudła w kształcie diamentu, zaś Michał Wiśniewski wjeżdża na scenę na motocyklu. W popkulturze XXI wieku dominuje rozmach i estetyka nadmiaru.

W owym nagromadzeniu dóbr kryje się coś więcej niż sama ilość produktów – ostentacyjna obecność pewnej nadwyżki,

nadmiaru, które stanowią wyraz magicznego i ostatecznego zanegowania zjawiska rzadkości, matczyne i luksusowe przekonanie, że dotarliśmy już do krainy szczęśliwości i obfitości⁸.

Powyższy fragment ze *Spoleczeństwa konsumpcyjnego* Jeana Baudrillarda odnosi się co prawda do bogactwa dóbr konsumpcyjnych we współczesnym świecie, niemniej traktując muzykę i wszelkie dobra kulturowe jako pewne elementy w globalnym supermarkecie kultury⁹, okazuje się, że w świecie muzyki pop mamy do czynienia ze zjawiskiem analogicznym. Muzyka staje się pewnym dobrem, które konsumujemy – odbieramy ją zaś z kiczem, który jest jej konstytutywną cechą (wynikającą ze wspomnianego wcześniej rozmachu i stereotypowości przekazu). Pierzchała zauważa, że mamy do czynienia z nadmiarem znaków, za którymi nie idą żadne znaczenia (np. Dodzie jako Afrodycie wychodzącej z piany towarzyszy natłok elementów estetyzujących niewnoszących nic nowego do sensu śpiewanej piosenki). Wartość artystyczna jest zaś przesłonięta przez kwestie związane z promocją muzyki – sztuka przestaje mieć znaczenie, a zaczyna liczyć się szeroka publiczność.

Podsumowując, Pierzchała bardzo dobrze wywiązał się ze swojego zadania, jakim jest prezentacja piosenki popularnej jako przekazu kulturowego. Kiedy mówi o dominacji kiczu, przywołuje różne jego aspekty, włącznie z tym, że część artystów świadomie wybiera drogę nadmiaru, być może tym właśnie starając się zabezpieczyć od nieświadomego kiczu. Kiedy wspomina kontekst fanowski, nie zapomina również o antyfanowskich recenzjach czy wypowiedziach

⁵ Ibidem, s. 80.

⁶ Z. Bauman, *Ponowoczesne losy religii*, [w:] idem, *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000, s. 277-321.

⁷ J. Baudrillard, *Spoleczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, przeł. S. Królak, Warszawa 2006.

⁸ Ibidem, s. 9.

⁹ G. Mathews, *Supermarket kultury. Kultura globalna a tożsamość jednostki*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2005.

dziach w internecie. Jego wywody wsparte są zaś bogatą bibliografią. Autor zarysowuje również współczesny kontekst przemysłu muzycznego – znaczenie nośnika czy słuchanie muzyki z internetu. Co więcej, nakreśla dalszą perspektywę badawczą: stawia bowiem pytanie o znaczenie tagów (znaczników) określających gatunki oraz style muzyczne w internecie.

Z drugiej strony, w książce pojawiają się elementy, które zdają się nie wprowadzać niczego nowego. Badanie serwisu plotkarskiego Pudelek w celu statystycznego prześledzenia tematyki znajdujących się na nim informacji może byłoby interesujące, gdyby wyniki nie potwierdzały rzeczy oczywistych – na serwisie przeznaczonym do komentowania życia gwiazd nie będzie zbyt wielu wiadomości o ich muzyce, będzie natomiast dużo o romansach, rozwodach i wszelkich innych skandalach. Tak czy inaczej, wnioski które autor wyciąga z przeprowadzonej analizy, mogą posłużyć w dalszych badaniach omawianych zjawisk. Najważniejszymi tezami płynącymi z przeprowadzonych przez badacza analiz, z którymi nie sposób się nie zgodzić, będą stwierdzenia dotyczące ustępowania ekspresji artystycznej na rzecz mechanizmów

rynkowych (rządzących muzyką pop) oraz dominującego obecnie bezrefleksyjnego odbioru muzyki popowej.

Przedstawiony we wstępie niniejszej recenzji cytat, to przywołane przez Piotra Pierzchałę słowa Andrzeja Własta – międywojennego librecisty. Choć nie był to autor ceniony (nazywany był królem szmiry i grafomanem)¹⁰, to wydaje się, iż jego słowa doskonale oddają współczesne realia tworzenia „przebojów”, takich popowych gwiazd jak Dorota „Doda” Rabczewska czy zespół Ich Troje. Pytanie tylko, czy w pamięci pozostają nam związane z tym przepisem twory artystyczne, a może tylko wykonawcy-celebryci i ich skandale? Odpowiedź na to pytanie nie jest jednoznaczna, ponieważ piosenki tracą obecnie na znaczeniu, zyskuje zaś wszystko to, co związane jest z wykonawcą, a co rzadko ma jakikolwiek związek z muzyką.

Piotr Pierzchała, *Polska piosenka pop jako tekst w tekście kultury. Na przykładach z pierwszej dekady XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016, 202 ss.

¹⁰ P. Pierzchała, op. cit., s. 78.