

Paweł Drygas

Uniwersytet Wrocławski

Zjawisko westernizacji muzyki popularnej. Przyczyny, mechanizmy, skutki

STRESZCZENIE Kultura od dawna podlegała silnym wpływom Zachodu. Jest to wciąż widoczne w różnych dziedzinach sztuki, a w szczególności w muzyce popularnej. Przemiany westernizacyjne, rozwój technologiczny oraz wpływ globalnych korporacji i wytwórni muzycznych prowadzą do szerokiego spektrum przemian twórczości w obrębie niemal każdej ze społecznych funkcji muzyki. Artykuł wskazuje na zmiany jej estetyki, komunikacji, ekspresji, użytkowości, integracji i społecznych więzi, a także na wpływ polityki i ekonomii. Skupia się na przedstawieniu wielu zjawisk, które spowodowały m.in. uproszczenie i utowarowienie muzyki, zubożenie i zmęczenie nią, a także osłabienie społecznych więzi i izolację.

SŁOWA KLUCZOWE

WESTERNIZACJA,
GLOBALIZACJA,
MUZYKA POPULARNA,
TWÓRCZOŚĆ MUZYCZNA,
UPROSCZENIE,
UTOWAROWIENIE

Centrum kulturowym o największym znaczeniu wciąż pozostaje Zachód – Europa Zachodnia i w szczególności Stany Zjednoczone. Posiadają one monopol w wielu dziedzinach gospodarczych, naukowych i technologicznych, tj. kierują międzynarodowym systemem bankowym, najsilniejszymi walutami i komunikacyjnymi szlakami (zarówno morskimi, jak i powietrznymi),

prowadzą zaawansowane badania technologiczne i naukowe, a także mają możliwość zbrojnej ekspansji na wielką skalę (Golka 2012: 93). Kwestię tych wpływów (w przypadku USA) najlepiej opisuje wypowiedź Jeana Baudrillarda, w której stwierdza, że: „Z Ameryką mamy dziś do czynienia wyłącznie w postaci kroplówki, do której jest podłączony cały świat” (Baudrillard 2001: 114). Choć są to słowa sprzed blisko piętnastu lat, to jednak uważam, że są wciąż aktualne. Jednym z obszarów przemian globalizacyjnych i silnego wpływu Zachodu jest kultura, a zwłaszcza muzyka. W świetle podejść teoretycznych postaram się przybliżyć westernizacyjne przemiany związane z twórczością w obrębie muzyki popularnej, która należy do głównego nurtu (mainstreamu) i podlega masowej konsumpcji.

Globalizacja kultury

Według Piotra Sztompki (2006: 593) globalizacja kultury wzbudza różnego rodzaju reakcje, a jedną z nich są obawy przed jej westernizacją (a konkretnie amerykańską), która doprowadzi do spłylenia kultury i jej zdecydowanego uproszczenia, a ponadto do jej uniformizacji. Globalizacji kulturowej bardzo często zarzuca się niszczenie różnorodności kulturowej i lokalnej twórczości, w tym muzyki (Golka 2012: 155). Według Mariana Golki (2012: 154) globalizacja kulturowa prowadzi z jednej strony do unifikacji świata, a z drugiej do nowego funkcjonowania odmienności. We współczesnym zglobalizowanym świecie można wyróżnić kilka ogólnych procesów, które wpływają na przemiany praktyk muzycznych. Głównym źródłem przemian w sferze działalności muzycznej pozostaje rozwój technologiczny, na który duży wpływ ma gospodarka amerykańska i jej wynalazki. Jest to proces silnie determinujący wszystkie inne przemiany. Zmienia on sposoby uczestnictwa w praktykach muzycznych wszystkich aktorów społecznych związanych z muzyką, którymi są nie tylko twórcy, ale także konsumenci (publiczność) czy aktorzy globalni – wielkie, ponadnarodowe korporacje i wytwórnie muzyczne, które kreują muzyczny mainstream. Najnowsze osiągnięcia techniki, m.in. digitalizacja utworów, nowa technologia (instrumenty, komputery, sprzęt odtwarzający muzykę), rozwój nowych mediów, powodują powszechny, globalny i nieograniczony dostęp do treści multimedialnych, a dodatkowo zmieniają proces tworzenia muzyki, sposób konsumowania jej i przekształcają przemysł muzyczny. Wszystkie te przemiany sprzęgają się ze sobą wzajemnie, a muzyk (twórca i wykonawca) jest od nich zależny. Dlatego poruszając temat twórców muzyki popularnej, nie można się skupić wyłącznie na nich, lecz należy zwrócić uwagę na przemiany w muzyce i sytuację innych aktorów. Nowe procesy i praktyki dają nowe możliwości, ale czy faktycznie rozwijają muzykę? Jednak aby mówić o kwestiach globalizacyjnych, a konkretnie westernizacyjnych, w sferze muzyki popularnej, warto skupić się na przepływie treści kulturowych (dyfuzji kulturowej) między poszczególnymi ośrodkami.

Dyfuzja kulturowa

Marian Golka (2011: 350), opisując społeczno-kulturowe uwarunkowania kreatywności, twórczości i innowacyjności w Polsce, wskazał dyfuzję kulturową jako jeden z ważniejszych czynników pobudzających ich rozwój. Ale czy w każdym przypadku można ją uznać za rozwojową? Ulf Hannerz wprowadził pojęcie „globalnej ekumeny”, która tworzy obszar ciągłych interakcji i wymiany kulturowych treści. Przyjmuje ona charakter globalny, jednak przepływ między centrami a peryferiami nie jest symetryczny. Zazwyczaj mamy do czynienia z wymianami jednokierunkowymi – wyraźne są centra, które inicjują treści i przesłania

kulturowe, i peryferia, które je przyjmują i adaptują (Sztompka 2006: 593). Hannerz w przypadku globalizacji kultury przewiduje cztery możliwe sytuacje:

- „globalną homogenizację” – całkowitą dominację kultury zachodniej, która powoduje, że peryferia stają się niemal kopiami systemu zachodniego;
- „nasylenie kulturowe” – długotrwałe i powolne procesy dominacji kultury centrów, które mogą trwać nawet kilka generacji. Istotny jest tutaj wpływ wszelkich lokalnych różnic kulturowych, które określane są przez Hannerza „formą oporu”;
- „deformację kulturową” – w toku przejmowania wzorców kulturowych z Zachodu dochodzi do eliminacji wartościowych treści i przyjmowania kultury w prymitywnej wersji, co prowadzi do obniżenia jakości i znaczenia kultury Zachodu;
- „amalgamację kulturową” – procesy powodujące obustronne wzbogacenie kultury polegające na prowadzeniu ciągłego dialogu między centrami i peryferiami.

Postaram się odpowiedzieć na pytanie: który z tych scenariuszy jest najbardziej adekwatny w kwestiach dyfuzji kultury zachodniej i jej oddziaływania na muzykę popularną? Przedstawię kilka procesów, które widoczne są we współczesnym mainstreamie. W tym celu, analizując społeczne funkcje muzyki wskazane przez Barbarę Jabłońską, stworzyłem kilka obszarów, w których widoczne są zmiany. Pozwolą one uporządkować moje rozważania dotyczące danego tematu.

Przemiany w obrębie estetycznej funkcji muzyki popularnej

Muzyka powinna dostarczać doznań duchowych i zmysłowych, przez co życie człowieka staje się o wiele piękniejsze (Jabłońska 2014: 32). Barbara Jabłońska wskazywała estetykę jako jedną ze społecznych funkcji muzyki. Według Hegla muzyka stanowi najdoskonalszą formę oddziaływania na słuch, posiadającą moc wpływania na duszę. Jak jednak kwestie estetyczne przedstawiają się w muzyce popularnej, która przez swoją masowość charakteryzowała się prostotą i zabawowością?

Za sprawą m.in. Theodora Adorno, Dwighta Macdonalda czy Clementa Greenberga na zjawisko zgubnego wpływu kultury masowej zwracano uwagę już dużo wcześniej (Miłosz 2002). Mimo że dzieła wspomnianych autorów powstawały w latach 40., 50. i 60., to moim zdaniem duża część ich hipotez pozostaje wciąż aktualna – choć w nieco zmienionej formie. Zauważyli oni postępującą standaryzację i utowarowienie w muzyce (ale nie tylko w niej). W aktualnych trendach w muzyce popularnej obserwujemy ciągłe nasilanie się tych zjawisk.

Jak pisał Frederic Martel (2011: 131), muzyka popularna „zwraca się do wszystkich i (...) chce być, od samego początku, maistreamowa”. Opisując historię powstania pop-music, wskazał typowe cechy, które stosował w swoich produkcjach Berry Gordy (jeden z twórców muzyki popularnej). Wśród nich wyróżnić można *groove* (rytm) i *hook* (haczyk muzyczny), który jest *catchy* (chwytliwy). Ponadto Gordy bazował na krótkich utworach, które trwały mniej niż trzy minuty. (Martel 2011: 129). Wspomniane cechy świadczą o tym, że muzyka popularna powstała jako forma prosta i przystępna, jednakże obecnie uproszczenie muzyki wciąż postępuje i objawia się w wielu aspektach twórczości. Widoczne jest to zarówno w warstwie instrumentalnej, kompozycyjnej, jak i tekstowej. Współczesna muzyka popularna (mainstreamowa) jest bardzo często pozbawiona głębszej refleksji i ma docierać do jak największej liczby odbiorców. Myślę, że przeciętny odbiorca i słuchacz radia jest w stanie sam dojść do takiego wniosku, jednakże zostało to dodatkowo potwierdzone przez badania. Jak wynika z raportu naukowców hiszpańskiej Naczelnej Rady Badań Naukowych

(Consejo Superior de Investigaciones Científicas – CSIC), którzy przeanalizowali prawie pół miliona (464 411) utworów muzycznych z lat 1955–2010, we współczesnej muzyce używa się mniejszej liczby instrumentów, co spowodowane zostało przez wzrastającą rolę komputerów w produkcji utworów. Ponadto zmniejszyła się liczba dźwięków i akordów. Coraz bardziej upraszczana jest melodia, która ogranicza się tylko do krótkich, silnie zapadających w pamięć motywów (Serrà i in. 2012).

Kolejnym aspektem charakteryzującym przemianę w produkcji muzyki jest tzw. *loudness war* (wojna głośności). Cechuje się ona tym, że w ciągu lat nagrania stają się coraz głośniejsze. Analizując ścieżki audio poszczególnych utworów, można zauważyć, że utwory produkowane np. w latach 80. cechowały się znacznie mniejszym poziomem głośności. Powodowało to, że były bardziej przestrzenne i selektywne. Wraz z rozwojem i przekształcaniami muzycznego rynku, a także chęcią coraz większego zysku, rozpoczął się proces zgłaśniania utworów. Producenci uważali, że umożliwi to wyróżnienie się spośród konkurencji i zwiększy przez to szansę na znalezienie się ich utworu na listach przebojów. Miało się to przekładać na zwiększenie komercyjnego sukcesu.

Muzyka stała się towarem, który ma się jak najlepiej sprzedać, ale do tego zagadnienia jeszcze powrócę.

Przemiany komunikacji

Komunikacja w muzyce jest wielopłaszczyznowa (Jabłońska 2014: 34):

- międzygeneracyjna, cechująca się przekazem treści z pokolenia na pokolenie;
- między nadawcami (twórcami i wykonawcami), która może dotyczyć kontaktu kompozytora z odtwórcami jego dzieł, ale także między samymi muzykami, np. w celu synchronizacji w czasie wykonania utworu na scenie;
- między samymi słuchaczami muzyki, co objawia się np. w przekazywaniu wzajemnych komunikatów za pomocą dźwięku, ale i w tworzeniu się grup zgromadzonych w obrębie poszczególnych gatunków. Jak pisze Jabłońska, może to być „wzajemne wymienianie się utworami muzycznymi, doświadczanie podobnych wrażeń słuchowych, dzielenie się podobnymi gustami i upodobaniami muzycznymi, budowanie wspólnoty sensu i dzielenie wspólnej wizji świata, manifestującej się poprzez dany gatunek muzyczny” (Jabłońska 2014: 34);
- dodatkowo istnieje też komunikacja między nadawcami a odbiorcami, co szczególnie rozwija się wraz z nowymi kanałami informacyjnymi i technologią przepływu danych. Właśnie ten rodzaj komunikacji będzie najważniejszy w moich rozważaniach.

W początkowych etapach rozwoju muzyki obcowanie z nią możliwe było tylko w sposób bezpośredni – *face to face*, a co za tym idzie, przez udział w koncertach na żywo. Powodował to brak możliwości rejestracji i rozpowszechniania muzyki. Wraz z pojawianiem się technologii analogowej zmniejszała się potrzeba bezpośredniego kontaktu z muzykami. Natomiast przez cyfryzację i rozwój Internetu stworzyły się całkiem nowe relacje na płaszczyźnie nadawca – dzieło – odbiorca (Jabłońska 2014: 204). Relacje te zostały zapośredniczone przez nowe media i technologię. Marian Golka (2012: 209–210) wspomina o wielkiej szybkości obiegu informacji, natychmiastowej łączności i skurczeniu się świata. Twórcy, publikując swoje utwory na platformach, takich jak YouTube, Vevo, iTunes, Bandcamp, Spotify, w jednej chwili stają się dostępni dla globalnego odbiorcy w niemal każdym zakątku „usieciowionego świata”. Ponadto Internet także rozszerza możliwości

pozamuzycznego kontaktu twórcy z fanami poprzez fancluby, konta na portalach społecznościowych, np. Facebook, Twitter.

Przemiany integracji i więzi społecznych

Muzyka może działać więziotwórczo na ludzi, a także posiada charakter wspólnotowy. Jak pisała Anna Czekanowska-Kuklińska: „muzyka wraz z właściwą jej możliwością bezpośredniego oddziaływania jest doskonałym instrumentem łączenia ludzi” (Czekanowska 1995: 36). Jak zmieniły się te oddziaływania w świetle współczesnej muzyki popularnej?

Głównymi zmianami są: przeniesienie konsumpcji muzyki do środków masowego przekazu i Internetu oraz zmniejszenie partycypacji słuchaczy mainstreamu w koncertach na żywo. Z jednej strony mamy do czynienia z wieloma możliwościami swobodnej wymiany muzyki w zasięgu globalnym – możemy dzielić się muzyką na portalach społecznościowych i innych internetowych platformach. Z drugiej strony coraz częściej obserwowanym zjawiskiem jest izolacja we własnym muzycznym świecie – odcinanie się od otoczenia za pomocą słuchawek i przenośnych sprzętów grających. Jabłońska przywołuje przykład tzw. *silent parties*, które są, jak sama nazwa wskazuje, cichymi imprezami. Nie ma na nich głośnej muzyki, a wszyscy, jak to widać na pierwszy rzut oka, bawią się w ciszy. W rzeczywistości każdy z uczestników jest odizolowany i tańczy do muzyki wydobywającej się ze słuchawek, podłączonych do własnego odtwarzacza. Muzyka staje się jedynym i najbardziej pożądanym towarzyszem (Jabłońska 2014: 213–214).

Ponadto kiedyś przemysł muzyczny bazował głównie na nośnikach fizycznych, potrzeba było wzajemnych – bezpośrednich interakcji we własnej sieci znajomych, aby przekazywać sobie muzykę. Jak pisze Jabłońska: „Tradycyjna wymiana treści muzycznych, wymagająca relacji towarzyskich i rozbudowanej sieci znajomych, zastąpiona została wirtualnymi, często przypadkowymi kontaktami w Internecie” (Jabłońska 2014: 220). Obserwujemy zdecydowane spłylenie więzi między ludźmi, które stają się chwilowe, nietrwałe i powierzchowne.

Tożsamościowa funkcja muzyki

Kolejną z istotnych społecznych funkcji, w której możemy zaobserwować przemiany, jest muzyka jako czynnik umożliwiający prezentację tożsamości, zarówno tej jednostkowej, jak i grupowej. Współcześnie tożsamościowe funkcje muzyki obserwowane są nie tylko na poziomie lokalnym, ale także na megapoziomie. Umożliwiły to oczywiście nowe media, a wśród nich m.in. portale społecznościowe. Zastępują w pewnym sensie przynależność subkulturową młodych ludzi. Oczywiście nie tylko ubiór, wygląd i styl życia odzwierciedla tożsamość jednostki. Współcześnie dodatkiem do tego jest uzupełnianie swojego profilu, np. na Facebooku. Zamieszczanie zdjęć i filmów z koncertów, publikowanie utworów ulubionych wykonawców, dołączanie do grup dyskusyjnych, fanclubów itp. – to czynności, za pomocą których młodzi ludzie prezentują swój gust muzyczny, a co za tym idzie, manifestują swoje grupowe przynależności, określają samych siebie i podkreślają swoją oryginalność.

Użytkowość muzyki popularnej

Wymieniona przez Jabłońską (2014: 40) funkcja użytkowa muzyki wskazuje na jej przydatność w życiu codziennym i obecność zarówno w sferze publicznej, jak i prywatnej. W historii rozwoju muzyki zmienił się sposób jej słuchania – kiedyś ta czynność angażowała człowieka w pełni. Głównie z powodu wspomnianego już jej bezpośredniego odbioru w kontakcie *face to face* z artystą. Współcześnie muzyka obecna jest wszędzie i stała się niemalże tłem dla naszych działań. Zatem coraz rzadszym zjawiskiem jest słuchanie muzyki w skupieniu i wykonywanie tylko tej czynności. Stała się coraz bardziej postrzegana jako czynnik motywujący do działań – podczas uprawiania sportu, jazdy autobusem, co też ukazuje problem izolacji w przestrzeni publicznej – odcięcie się od otoczenia za pomocą słuchawek. Dodatkowo odtwarzanie muzyki stało się mobilizacyjną normą w globalnych korporacjach. Ma to na celu umilenie pracy i zwiększenie jej efektywności. Muzyka jest obecna wszędzie dookoła – w hipermarketach, galeriach handlowych, windach, w samochodzie, w domu, na ulicy – i towarzyszy niemal każdej codziennej czynności. Jej wszechobecność i dostępność, a co za tym idzie, jej nadmiar, przyczyniły się do swoistej dźwiękowej tyranii (Jabłońska 2014: 220). Powoduje to zubożenie wobec muzyki, osłabienie jej odbioru, a także bierności w recepcji utworów. Dzieła muzyczne nie są już poddawane głębszej refleksji, coraz rzadziej wzbudzają emocje. Te ostatnie często są nie tyle efektem odbioru dzieła, ile wcześniej celowo wygenerowanej kontrowersji wokół utworu, artysty czy sytuacji wykonania. Ma to na celu zwiększenie zainteresowania utworem i zachęcenie do jego odsłuchania. Zatem emocje nie są skutkiem odbioru dzieła muzycznego, lecz przyczyną sięgnięcia po ten utwór.

Polityka, wątki społeczne i funkcja wychowawcza a muzyka popularna

Funkcja polityczna podejmuje temat wykorzystania muzyki w celach politycznych (będącej „na usługach polityki”) jako nośnik ideologii czy też łagodzenia politycznego przekazu (np. piosenki wyborcze [Jabłońska 2014: 41]). Dodałbym tu: także czynnik buntu, który charakteryzował się sprzeciwem wobec władzy. Muzyka również często poruszała wątki społeczne, jak np. nierówność, ubóstwo. Jak więc współcześnie przedstawiają się relacje muzyki popularnej i polityki? Skończyły się czasy buntowniczych, pokoleniowych protest songów, które wyrażały sprzeciw wobec rzeczywistości i polityki. Zresztą muzyka popularna nie była nigdy tak silnie zaangażowana politycznie, jak np. rock. Jednakże w latach 80. twórcy mainstreamowi potrafili zaangażować się i politycznie, i społecznie. Przykładem może być Michael Jackson (określany mianem króla muzyki pop). Często poruszał tematy przemocy, rasizmu i biedy. Sądzę, że obecnie muzyka popularna jest coraz bardziej prymitywizowana. Oderwana zdecydowanie od wątków politycznych (apolityczna), a także społecznych. Dominuje w niej często tematyka hedonistyczna, która może świadczyć o pewnych przemianach obyczajowych. Obecna w muzyce (zarówno w warstwie tekstowej, jak i zachowaniu muzyków i w teledyskach) rozwiązłość i wolność seksualna kieruje obyczajowość w kierunku liberalnym – co świadczy o postmodernizacji kultury i muzyki.

Dodatkowo Jabłońska (2014: 36) wyróżniła także funkcję wychowawczą muzyki, dotyczącą swoistego „uspołecznienia jednostek i uczynienia ich dobrymi członkami społeczeństwa”. Współczesna muzyka popularna często propaguje wzorce wciąż społecznie zakazane – wspomniana już seksualna wolność, aprobatą dla używek. Jest to kolejny aspekt zwiększający popularność i sprzedawalność nagrań. Przewijające się hasła YOLO („You

only live once” – Żyje się tylko raz), spopularyzowane w amerykańskiej muzyce i telewizyjnych serialach, jest przesłaniem do młodych ludzi, że powinni wszystkiego spróbować, bez względu na konsekwencje.

Ekspresja w muzyce popularnej

Funkcja ekspresyjna, dotycząca głównie zabiegów artystów mających na celu ukazanie ich emocji i doznań, bardzo silnie sprzęga się z poprzednimi, wymienionymi już, przemianami w muzyce popularnej. Ma na celu wywoływanie wzmożonej reakcji wśród słuchaczy, które współcześnie przybrało kierunek bardzo komercyjny. Wzorce artystów wzbudzających kontrowersje i tych noszących miano „celebrytów”, którzy są medialnymi bohaterami, znanymi z tego, że są dobrze znani (Godzic 2007: 44) – to też skutki kulturowej dyfuzji z Zachodu. Właściwie w sferze ekspresyjnej wiele się wydarzyło, dlatego pojawiają się wciąż nowe sposoby wzbudzania kontrowersji oraz przekraczane są kolejne granice w podważaniu tradycyjnych wartości. Często podstawą do wzbudzenia sensacji są uczucia religijne. Muzyka w mainstreamie pozostaje raczej areligijna, jednakże poprzez obrazę poszczególnych religii łatwo zyskać rozgłos. Jest to kolejna praktyka, mająca na celu wzrost popularności i zwiększenie sprzedawalności. Często słyszy się od wspomnianych „celebrytów”: „Nieważne, co mówią, ważne, że mówią”.

Przemiany ekonomiczne

Ostatnia i najistotniejsza zmiana w muzyce popularnej dotyczy jej wartości ekonomicznej. Widać tu rozbudowaną działalność aktorów megapoziumu, jakimi są muzyczne wytwórnie, które ujednolicają twórczość muzyczną i kreują nowe trendy i tzw. ikony muzycznego biznesu (Jabłońska 2014: 43). Utwór muzyczny ulega coraz większemu utowarowieniu – podlega prawom popytu i podaży. Jak wskazał Theodor Adorno, skutkami utowarowienia muzyki są:

- jej fetyszyzacja, co objawia się w zbyt mocnym eksploatowaniu muzyki i jej gloryfikacją, szczególnie widoczne jest to w powielaniu elementów, które kiedyś odniosły sukces komercyjny i przyniosły duży zysk – zjawisko potocznie w branży muzycznej określane terminem „odgrzewanie kotletów”;
- regresja słuchania wskutek zubożenia muzycznego repertuaru, wynikająca właśnie z eksploatacji wzorów (za: Jabłońska 2014: 43).

Skutki te prowadzą do trywializacji i zniekształcenia twórczości muzycznej, a także sprawiają, że konsumenci stają się coraz mniej wymagający.

Ponadto przez przekształcenie rynku muzycznego i digitalizację zmniejszyło się także znaczenie pełnych wydawnictw płytowych – nie ma już potrzeby kupowania całej płyty, zdecydowanie łatwiej „ściągnąć” jeden ulubiony utwór – dlatego teraz promuje się głównie pojedyncze single, które są w gigantycznych ilościach pobierane przez Internet w postaci plików mp3. Jak można przeczytać w diagnozie społecznej z 2011, w Polsce wzrósł odsetek osób ściągających muzykę i filmy z Internetu – w roku 2009 wynosił 20,7%, natomiast w 2011 już 27,4% (Czapliński, Panek 2011: 117).

Muzyka ponadto stanowi wsparcie dla sprzedaży – tło dla kampanii reklamowych i prezentacji marketingowych, a co za tym idzie: „stała się też nieodłącznym elementem symulakrycznej konwencji tzw. świątyni konsumpcji” (Jabłońska 2014: 43), czyli marketów i galerii handlowych. Ta symulakryczność ukrywa prawdziwy cel ekonomiczny – świąteczna

muzyka przed Bożym Narodzeniem w sklepach, łącznie z wystrojem i specyficznym zapachem rozpylanym w otoczeniu, zachęca klientów do zakupów.

Podsumowanie

Rzeczywistość nowych technologii dokonuje istotnych przemian w sferze twórczości muzycznej. Przekształcając one rynek i oferując poszerzony zakres możliwości. Ułatwiają twórcom muzyki działalność – a wszystko to za sprawą globalnej komunikacji i promocji. Konsumpcja też stała się bardziej zdemokratyzowana, a publiczność upodmiotowiona. Może ona swobodnie dobrać muzykę do własnego gustu i nie musi się ograniczać tylko do tego, co znajduje się w radiu i telewizji, ponieważ ma dostęp do twórczości z każdego zakątka globu. Są to argumenty, które mogą dawać nadzieję na znaczny rozwój rynku i muzycznych gustów. Jednakże przez działalność m.in. ponadnarodowych korporacji (tj. wytwórni muzycznych, korporacji informatycznych i zajmujących się produkcją elektroniki użytkowej, np. Sony, Universal, Apple Inc., Microsoft), które dążą do coraz większego utowarowienia i zwiększenia zysków płynących z muzycznego przemysłu, można zaobserwować postępujące uproszczenie muzyki popularnej niemalże w obrębie każdej jej funkcji.

W działalności twórców muzyki popularnej (i w ogóle muzycznego mainstreamu) obserwujemy niejako zjawisko deformacji kulturowej. Twórczość ulega trywializacji w centrum, a w procesie dyfuzji kulturowej dociera do peryferiów już w wersji zdeformowanej. Muzyka popularna nie dość, że jest coraz głośniejsza (na etapie produkcyjnym), to staje się bardziej bezrefleksyjna i wykorzystuje mniej środków wyrazu – mniej instrumentów, mniej dźwięków i melodii. Ulega fetyszyzacji, a odbiorca w starciu z jej nadmiarem w otaczającej go przestrzeni staje się nią znudzony, co może u konsumentów powodować regresję słuchania, zubożenie i stawianie mniejszych wymagań wobec muzyki. W kwestiach społecznej integracji nowe możliwości mogą powodować faktyczne zatarcie granic w kontaktach międzyludzkich, jednakże wytwarzane w ten sposób więzi społeczne są mniej trwałe i powierzchowne. Dodatkowo rozwój przenośnych urządzeń pogłębia izolację jednostek od świata.

W kwestiach wartości przekazywanych we współczesnej muzyce popularnej również obserwujemy dewaluację. Głównym celem artystów (a może sterujących nimi ponadnarodowych korporacji?) jest zwiększanie rozpoznawalności i sprzedaży, co czynią przez wzbudzanie kontrowersji i przekraczanie coraz to nowych granic w przełamaniu tradycyjnych wartości i tematów tabu.

Wszystkie wymienione czynniki mogą świadczyć o kulturowej deformacji, mają one wpływ na przemiany muzyki popularnej, wiążą się z wypaczeniem gustów i wrażliwości u słuchaczy mainstreamu, a wszystko to potwierdza obawy i przypuszczenia badaczy społecznych, takich jak m.in. Ulf Hannerz czy też Piotr Sztompka.

LITERATURA

- Appadurai A. 2005, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Universitas, Kraków.
- Baudrillard J. 2001, *Rozmowy przed końcem*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa.
- Castells M. 2007, *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Czapliński J., Panek T. 2011, *Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa.
- Czekanowska A. 1995, *Dziedzictwo europejskie a polska kultura muzyczna w dobie przemian*, Musica Iagellonica, Kraków.
- Ferguson N. 2013, *Cywilizacja. Zachód i reszta świata*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Galuszka J. 2011, *Kultura lokalna – kultura globalna. Przeobrażenia twórczości muzycznej w dobie globalizacji kultury*, „Kultura – Historia – Globalizacja”, nr 9, <http://www.khg.uni.wroc.pl/files/3khg9tgaluszka.pdf> (15.05.2015).
- Galuszka P. 2013, *Raport dotyczący funkcjonowania elektronicznego rynku treści muzycznych w Polsce*, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, http://www.prawoautorskie.gov.pl/media/galuszka_/raport_galuszka.doc (15.05.2015).
- Galuszka P., Korzeniewska K., Wyrzykowska K.M., Jagiełło-Skupińska A. 2013, *Rynek fonograficzny w Polsce 2011/2012*, Instytut Muzyki i Tańca, Polskie Centrum Informacji Muzycznej POLMIC, Warszawa.
- Giddens A. 2009, *Europa w epoce globalnej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Godzic W. 2007, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Golka M. 1997, *Transformacja systemowa a kultura w Polsce po 1989 roku*, Instytut Kultury, Warszawa.
- Golka M. 2002, *Od kontrkultury do popkultury*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań.
- Golka M. 2007, *Socjologia kultury*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Golka M. 2011, *Uwarunkowania kreatywności i innowacyjności w Polsce*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny, Socjologiczny”, nr 2, s. 345–358.
- Golka M. 2012, *Cywilizacja współczesna i globalne problemy*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Harnoncourt N. 1995, *Muzyka mową dźwięków*, Fundacja „Ruch Muzyczny”, Warszawa.
- Idzikowska-Czubaj A. 2011, *Rock w PRL-u. O paradoksach współistnienia*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań.
- Jabłońska B. 2014, *Socjologia muzyki*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Jeliński M., Wojtkowski Ł. 2012, *Sztuka i polityka. Muzyka popularna*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- Kuligowski W. 2007, *Antropologia współczesności. Wiele światów, jedno miejsce*, Universitas, Kraków.
- Martel F. 2011, *Mainstream. Co podoba się wszędzie na świecie*, Czarna Owca, Warszawa.
- Miłosz C. 2002, *Kultura masowa (antologia tekstów)*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.

Naisbitt J. 1997, *Megatrendy. Dziesięć nowych kierunków zmieniających nasze życia*, Zysk i S-ka, Poznań.

Pancewicz-Puchalska M. 2011, *Globalizacja – czy koniec habitusu?*, „Kultura – Historia – Globalizacja”, nr 9, <http://www.khg.uni.wroc.pl/files/8khg9tpancewicz.pdf> (15.05.2015).

Serrà J., Corral A., Boguñá M., Haro M., Arcos J. 2012, *Measuring the Evolution of Contemporary Western Popular Music*, „Scientific Reports 2”, art. nr 521, <http://www.nature.com/search?q=Serr%C3%A0+J.%2C+Corral+A.%2C+Bogu%C3%B1%C3%A1+M.%2C+Haro+M.%2C++Arcos+J.+2012%2C+Measuring+the+Evolution+of+Contemporary+Western+Popular+Music> (15.05.2015).

Sztompka P. 2006, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków.

WESTERNIZATION OF POPULAR MUSIC. CAUSES, MECHANISMS, CONSEQUENCES

KEYWORDS

WESTERNIZATION,
GLOBALIZATION, POPULAR
MUSIC, MUSICAL
CREATIVITY, SIMPLIFICATION,
COMMODIFICATION

SUMMARY Western World have had a strong influence on culture. This is still visible in different artistic fields, especially in popular music. Westernization, technological development and impact of global corporations and music labels, leads to changes in almost every social function of music. This article presents changes in aesthetics, communication, expression, usability, integration and social ties, and impact of politics and economics. It focuses on the set of events that caused for example simplification and commodification of music, also musical weariness and apathy, as well as the weakening of social bonds and isolation.