

W poszukiwaniu autonomii wyboru

DEGRADOWANA DO FUNKCJONALNOŚCI MUZYKA
A KOMPONOWANIE PRZESTRZENI AUDIALNEJ

- Nie chcę słuchać muzyki starego, smutnego sukinsyna. Chcę czegoś, na co mógłbym nie zwracać uwagi.

- Wspaniale. Na tym polega urok pracy w sklepie z płytami. Gra się to, czego nie chce się słuchać. Myślałem, że ta śma będzie, rozumiesz, punktem wyjściowym rozmowy. Chciałem cię zapytać o pięć ulubionych płyt do słuchania w deszczowy, poniedziałkowy poranek, a ty wszystko zepsułeś.¹

Ulicą idzie trzech chłopaków. Śmieją się, rozmawiają, gestykują. Jeden z nich trzyma w lewej ręce mały głośnik Bluetooth, ta ręka jest spokojna, wyłączona z mowy ciała. Z głośnika sączy się muzyka, na tyle głośna, żeby idący słyszeli i żeby usłyszało całe otoczenie, a jednocześnie na tyle ujarzmiona, aby nie zakłócić dynamicznej konwersacji. Stanowi dźwiękowe tło, być może nawet coś więcej. Trudno ocenić, czy jest dobrana intencjonalnie, czy to po prostu jedna z propozycji serwisu muzycznego. Może to być także zestaw ulubionych, ważnych piosenek, pieczołowicie zarchiwizowanych na dysku telefonu. Najprawdopodobniej jednak ten nieustający potok dźwiękowy, wylewający się z głośnika telefonu, jest niemalże anonimowy, a jego znaczenie i funkcja ograniczają się do mobilnej oprawy fonicznej spaceru².

Słuchaj uchem

Ucho nie ma powieki i otwarte jest na każdy kierunek. W dodatku sama skomplikowana natura dźwięku i kulturowa nieumiejętność słuchania sprawiają, że trudno jest wydobyć coś z danej całości – pisze Michel Chion³. Miejska sonosfera, jak uważa z kolei Filip Szałasak, stała się odpowiednikiem ciszy albo tłem, które przestajemy zauważać, ponieważ stajemy się głusi na jego dźwięk i na samo słyszenie⁴. Zatem otacza nas dźwięk, przed którym nie możemy się bronić, ponieważ dociera do naszych niezamykalnych uszu, a my sami i tak przestajemy być na niego wrażliwi. Trochę jak wróg, który potrafi obłąskawić i zdobyć zaufanie po to, aby później dostać się niepostrzeżenie do wnętrza. Pod względem psychofizycznym słuchamy strumieni, fragmentów, ponieważ na to pozwala układ percepcyjny⁵. Angażujemy uwagę, która jest konieczna dla przetworzenia tego, co słyszymy, częściej jednak pozwalamy dźwiękom bezkonfliktowo przepływać przez siebie. Słuchamy muzyki reprodukowanej, zapośredniczonej, ćwicząc się w procesach akulturacji, pisze Justyna Stasiowska⁶. Dźwięk jest wszędzie, wdziera się także tam, gdzie wcześniej był reglamentowany, uważnie dobierany, często cenzurowany – w miejsca takie jak kościoły, biblioteki czy muzea – uważa Agnieszka Janiak⁷.

Spowszedniały strumień quasi-ambientu

Muzyka wybrana przez nas może stać się czymś niechcianym ambientem. Emitowana w sposób nieprzerwany, stanie się ambiensem (*ambience*) – tłem dźwiękowym przydzielonym danemu miejscu, często z nim kojarzonym. Uciążliwy

sąsiad, który nadużywa sprzętu odtwarzającego, stosując pokrętko volume tylko w jedną stronę, tworzy niechcianą przez innych przestrzeń dźwiękową; wszędobylskie głośniki emitują lawiny dźwięków – pisze Tomasz Szlendak⁸. Jeżeli nie zareagujemy, po pewnym czasie przywykniemy, jak do pobliskiej fabryki, przejeżdżającego tramwaju lub – w lepszej, naturalnej wersji – płynącej wartkim strumieniem rzeki. Zaczniemy się uniewrażliwiać, „nie słyszeć” uciążliwości w postaci „dźwiękowego smogu”.

Jako słuchacze, zmuszeni jesteśmy ewoluować w stronę praktyk ambientowych. Marcin Rychlewski twierdzi, iż dopływ muzyki, która otacza nas w sposób ciągły, ma właśnie taki charakter¹⁰. Badacz pisze między innymi:

Obecnie muzyka towarzyszy nam niemal we wszystkich możliwych sytuacjach: pojawia się nie tylko w radiu, w domowych i przenośnych odtwarzaczach (co zrozumiałe), ale również w reklamach, grach komputerowych, telefonach komórkowych, w małych sklepikach, w centrach handlowych, taksówkach i sekretariatach uniwersyteckich. Poniekąd spełnia się proroctwo Alana Blooma, który przewidział, że wszyscy uzależnimy się od muzyki. Uzależnienie to przejawiać się będzie swoistym „ogłuszeniem”, połączonym z „głodem”. Sprawi ono, że staniemy się w końcu obojętni wobec dźwięków, które nas otaczają. (...) Mówienie o stylu ambient w muzyce popularnej jest obecnie w dużym stopniu anachroniczne. Cała współczesna muzyka staje się coraz bardziej ambientowa.”

Takie praktyki coraz częściej dotyczą słuchania dłuższych „form tematycznych” – w postaci sformatowanych zestawów piosenek ujętych hasłowo: do zabawy, uczenia, skupienia, relaksu. Muzyka podporządkowana funkcjonalnie egzystuje jako tapeta dźwiękowa modyfikująca nastrój, klimat, mniej wydaje się wpływać na same emocje. Również metafory wodne są tu zaskakująco trafne. Gerd Leonhard¹² pisał: „muzyka jak woda”, mając na uwadze przeobrażenie produktu w usługę. Simon Reynolds¹³ uważa, że muzyka krąży współcześnie między słuchaczami, na podobieństwo rzeki czy strugi, „upłynnienie” manifestuje się także w dystrybucji strumieniowej. Nie jest to ambient, który konceptualizował Brian Eno, chodzi tutaj raczej o narażanie się na ciągłe obcowanie z płynnym dźwiękiem. Muzyka wybierana przez domorosłych DJ-ów, kiepskie radio czy usredniający gusta audiomarketing nie jest łaskawa dla konesera. Przypomina siermiężny gatunek muzaka, który od ambientu Eno różni się, przede wszystkim, brakiem walorów artystycznych. The Muzak Corporation uważa zresztą, że muzak nie jest sztuką, a nauką¹⁴.

Człowiek mimowolnie staje się słuchaczem w sytuacji wszechogarniającego dźwięku. Słucha, czasami słyszy. Ten bardziej świadomy stara się przestrzeń wokół siebie organizować. Czyni to na różne sposoby, ustawiając playlisty w aplikacji, układając elementy ustrojów – głośniki, odtwarzacze, separując się od hałasu ulicy. Niełatwo być optymistą w sytuacji zalewu przypadkowego, często złego pod względem jakości dźwięku. Złego w dwójnasób, jakości technicznej samego nagrania (np. kompresji zapisu, niskiej klasy sprzętu odtwarzającego) oraz wartości artystycznej. Muzyka powszedniejsza, ponieważ mamy do niej łatwy, praktycznie nieograniczony dostęp. Sytuacja muzycznej „hiperinflacji” prowadzi do apatii i obojętności¹⁵. Ale nie sam dostęp jest problemem, tylko jej (muzyki) skrajnie

funkcjonalna eksploatacja. Włączana jest w domu jak światło, w tym sensie niemal realizuje idee ambientu czy *musique d'ameublement* (która była punktem wyjścia do rozważań względem funkcji muzyki¹⁶). Jednak najczęściej nie jest to sprofilowana funkcjonalnie muzyka tła, to my, słuchacze, nadajemy jej status tapety dźwiękowej. A urządzenia odtwarzające, inteligentne głośniki komunikujące się z użytkownikiem (np. *Google Home* czy *Amazon Echo*), taką destynację muzyki sankcjonują.

Ewa Kofin, używając zbudowanej na teorii komunikacji społecznej definicji sztuki Umberta Eco, twierdzi, że muzyka, na którą nie zwracamy uwagi, nie nosi znamion sztuki, a przynajmniej nie jest tak traktowana¹⁷. Muzyka popularna, w społecznym funkcjonowaniu, stała się akompaniamentem życia codziennego, w dodatku rutynowym – pisze Mirosław Pęczak¹⁸. Zatem niebezpiecznie przejmując zadanie muzakowego tła, które nazywane było różnie, trochę w zależności od funkcji: *store music*, *elevator music*, *wallpaper music*, *background music*¹⁹, *canned music*, *piped music*, *programmed music*, *easy-listening music*, *industrial music*, *functional music*²⁰ czy *library music*²¹. Muzyka jako sztuka staje się skrajnie użytkowa poprzez sposób jej wykorzystania, nie zaś przez jej ontologiczną naturę. Słuchacze „nauczyl się” ignorować nawet najbardziej interesujące zjawiska, zaś producenci muzyczni przygotowują materiał dźwiękowy z myślą o bardziej elastycznym sposobie słuchania²². Dotychczas muzak z muzyki czyniono instytucjonalnie (sklepy, radio, przestrzeń publiczna), włączając muzykę jako tło, np. miejsc użyteczności publicznej. Nadanie muzyce konkretnego przeznaczenia przemieniało – na poziomie funkcjonalnym – sztukę w tapetę dźwiękową. W momencie kiedy muzyka stała się łatwo dostępna, sami użytkownicy zaczęli traktować ją jako wypełniacz przestrzeni audialnej wokół siebie. Sprzyja temu cyfrowa forma dystrybucji, szczególnie szybkość i łatwość dostępu na żądanie (*on demand*). W przeciwieństwie do fizycznych nośników (płyty, kaset), które trzeba było wybrać i uruchomić, w przypadku streamingu wystarczy włączyć się w nieustający nurt. Technologia zmienia to doświadczenie również o ilość koniecznych czynności. Radio dawało możliwość wejścia w strumień dźwięku i słowa, natomiast sprawczość względem zawartości ograniczała się do wyboru konkretnej stacji. Filozofia marketingowa streamingu idzie o krok dalej, dając użytkownikowi pewną iluzję większego wyboru, który jednak coraz częściej ogranicza się do wyselekcjonowanych produktów. Jak w markecie – wolność wyboru to w tym przypadku możliwość wskazania jednej z przedstawionych opcji. Różnica polega na tym, że wczesne radio proponowało muzykę, nie opierając się do końca na preferencjach słuchaczy (co zostało zmienione wraz z nastaniem ery radia formatowanego). Usługi streamingowe muszą reagować szybciej, modyfikując swoje propozycje i opierając się na ciągłym badaniu potrzeb słuchacza. Jest to o tyle łatwiejsze, że taka analiza stanowi pochodną korzystania z serwisu.

Co ciekawe, idee dźwiękowej tapety przejmują coraz częściej także ambiens szumu informacyjnego, wydobywający się z telewizora. Rafał Kołacki określa szum informacyjnej tapety telewizyjno-radiowej schaferskim mianem *drone*²³. Wówczas nie jest istotna treść komunikatu, a sam fakt substytucji jakiegos deficytu, np. czyjejs nieobecności lub innej formy ucieczki od ciszy, która często potęguje wrażenie pustki. Ciszę próbuje się zagospodarować dźwiękiem.

Być może jest to związane z wszechobecnością tegoż, który jest stałym elementem współczesności (dźwięk urządzeń mechanicznych, muzyka z głośników, mniej zaś sam dźwięk „naturalny”, który towarzyszy człowiekowi od zawsze, a dzisiaj kojarzy się z ciszą, pustką). Nagły brak dźwięku może oznaczać wyjście poza strefę komfortu lub bezpieczeństwa.

Jako konsumenci, otaczamy się muzyką traktowaną funkcjonalnie lub poddawani jesteśmy muzyce funkcjonalnej. Pojedyncze utwory przestają mieć znaczenie na rzecz swoistego nurtu, rozumianego na dwa sposoby: jako gatunek, homogeniczny styl (ambient, rave, propozycje formatowo-algorytmiczne: muzyka do nauki, do relaksu, czytania) oraz (wracając do wodnych metafor) jako nieustający przebieg muzyczny, bez początku i końca. Oczywiście są także świadomi słuchacze, traktujący muzykę w kategoriach sztuki, wówczas praktyka słuchania przybiera inną formę. Ich w mniejszym stopniu dotyczy niniejszy tekst.

Dookoła ławki tańczą trzy dziewczyny. Patrzą w ekran telefonu, na którym wyświetla się teledysk. Powtarzają układ taneczny. W pewnym momencie stają obok siebie, zastygają i zaczynają śpiewać. Starają się utrzymać w tempie piosenki. Próbuje nawet śpiewać na głosy. Telefon jest odtwarzaczem, współczesnym boomboxem, być może nawet zastąpił instrument muzyczny – nie trzeba już akompaniować na gitarze. W dodatku wszystko na nim widać. Jakość dźwięku nie ma większego znaczenia, głośnik w telefonie robi, co może.

Technologia – dźwięk zapośredniczony, przeniesiony i przeszczepiony

Człowiek wkracza w przestrzeń elektroniczną, zabierając ze sobą postaci bytu ze świata fizycznego, w rezultacie przestrzeń ta jest wypełniana bytem, który powstał z hybrydyzacji – tworzy się zatem bimodalna rzeczywistość, pisze Michał Ostrowicki²⁴. Telefon w dłoni użytkownika stanowi rodzaj technologicznej ekstensji, to niemalże manifestacja idei *Man-Machine* Kraftwerk²⁵. Zespolenie użytkownika z urządzeniem powoduje wzajemne oddziaływanie, ponieważ najpierw kształtujemy narzędzia, które następnie kształtują nas – pisał Marshall McLuhan²⁶. Jako konsumenci, nie zdajemy sobie sprawy, że wciągani jesteśmy w obieg nowych znaczeń akustycznych, które modyfikują nawyki percepcyjne i konfrontują z nowymi dźwiękami, napędzanymi rozwojem cywilizacyjnym – pisze Tomasz Misiak²⁷.

Urządzenia nagłaśniające, kontaktujące się poprzez Bluetooth, spowodowały jeszcze większe zanieczyszczenie dźwiękiem, uwolnione od kabli. To peryferyjne satelity, skomunikowane z telefonem, których nagła popularność zmodyfikowała stare i ukształtowała nowe nawyki słuchacza. Mały głośnik stał się amplifikatorem dla telefonu, który to z kolei od lat przejmował sukcesywnie funkcję domowego centrum rozrywki oraz pochłoniął aktywności związane z wcześniejszymi urządzeniami mobilnymi, od walkmana przez wszelkie odtwarzacze MP3 po również ważny kulturowo iPod. Głośnik Bluetooth jest kolejnym wcieleniem idei boomboxa, przenośnego sprzętu muzycznego, który pozwalał na wyniesienie muzyki „na zewnątrz”, zaś głośniki umożliwiały dzielenie się dźwiękiem. Pojedyncze urządzenie, niewielka kostka o małej mocy, zdetronizowała na pewien czas dumne systemy audio.

Swoista technofilia przejawia się również tym, że cieszymy się samym sprzętem, faktem posiadania, szczególnie zaś możliwością uwolnienia od kabli, źródeł zasilania, od stacjonarności. Po raz kolejny – dostępność wygrała z jakością. Wcześniej niepozorny format MP3 pokazał, jak szybko przestają być istotne wszelkie czyste i wierne nagrania, reprodukowane na coraz doskonalszych nośnikach. Kompresja dynamiki oraz produkcja muzyki „pod sprzęt” przenośny kontynuują ten trend.

Mały głośnik ma wielkie ego. Niesiona ze sobą, mobilna muzyka pełni funkcje identyfikujące – „oto idę ja”. Dźwięk stanowi formę autoprezentacji. To uzupełnienie danego miejsca „własnym” brzmieniem. Jest to dźwięk narzucony, przeszczepiony. Nakłada się na oryginalną fonię danego terenu. To przeniesienie swojej własnej przestrzeni i zajęcie innej, jak rozłożenie koca piknikowego na łące, ustawienie parawanu na plaży. Zdobycie, naznaczenie, wbicie flagi. Simon Reynolds określa iPoda mianem „radio ja” (*Radio Me*), odnosząc się do sprofilowanego wyboru muzycznego²⁸. W przypadku głośnika mamy do czynienia z formatem „oto ja”: anektuję ten teren, robię to przy pomocy własnej muzyki.

Inaczej sytuacja wygląda w przypadku użycia słuchawek. Tutaj ujawnia się przede wszystkim ich, często opisywana, funkcja antyspołeczna. Muzyka staje się prywatna. Słuchacz gra główną rolę we własnym teledysku, filmie lub grze. Muzyka aplikowana do uszu staje się swoistym soundtrackiem²⁹. Oryginalny dźwięk otoczenia zostaje zastąpiony innym. Ian Chambers uważa, że dzięki urządzeniom przenośnym możemy tworzyć ścieżkę dźwiękową codziennego życia, słuchacz dobiera i aranżuje schafferowski pejzaż dźwiękowy, wchodząc z nim w dialog³⁰.

Słuchawki są przeciwieństwem głośników, nie wkraczają w przestrzeń innych ludzi³¹. Słuchawki również komunikują o statusie (kiedyś białe słuchawki iPoda, obecnie słuchawki Bluetooth lub produkty uznanych firm, modne Beats czy Marshall). Dzięki nim słuchanie dawno już stało się prywatne, intymne. W połączeniu ze smartfonem kolejne zmysły zostają pochłonięte. Cyborgiczny spacerowicz, uzbrojony w takie urządzenia, egzystuje na granicy światów realnego i wirtualnego.

Ulicą mknie rower. Prowadzi go młody chłopak, który jedną ręką przytrzymuje kierownicę, a w drugiej dzierży mały głośnik. Z urządzenia wydobywa się głośna muzyka – polski hip-hop. Jest agresywna, podobnie jak styl jazdy rowerzysty. Wehikuł przecina trawniki, w poprzek skracając chodnik i wjeżdża na ulicę. Słychać go jeszcze przez dłuższy czas, mimo że zniknął już z pola widzenia.

Wybór czy sugestia. W poszukiwaniu autonomii

Za dużo, za darmo, natychmiast i wszystkożernie. W ten sposób nakreślić można tendencję dzisiejszej konsumpcji muzyki, z naciskiem na samą konsumpcję, która trafniej niż kiedykolwiek wcześniej, opisuje czynność związaną ze słuchaniem. Z jednej strony nieograniczony dostęp do bazy muzycznej spowodował zmęczenie potokiem dźwięku i zniechęcenie do eksploracji, a z drugiej ujawniły się nowe problemy związane z brakiem umiejętności poszukiwania. Podobnie jak w przypadku zwykłych wyszukiwarek treści

w internecie, które trzeba było opanować, tak i w przypadku oferty sieciowych dystrybutorów muzyki strumieniowej potrzebna jest sprawność nawigowania. W obu sytuacjach pomocna, wręcz niezbędna, okazuje się asysta algorytmu. Software, czyli algorytmy, przejęły funkcję mediów tradycyjnych i stały się silnikiem dla procesów komunikacyjnych tych społeczeństw, których gospodarka opiera się głównie na przetwarzaniu informacji – uważa Karol Piekarski³². Rozwój modelu *big data*, pisze dalej badacz, jest ważny dla procesów datafikacji, a ta z kolei napędzana przez, między innymi, niewielką cenę narzędzi do archiwizowania danych, powszechne procesy digitalizacji czy po prostu produkcję wielkiej ilości treści przez użytkowników³³. Problemem nie są same mechanizmy, których różnorodność coraz częściej sprowadzana jest do jednej groźnie brzmiącej nazwy: „algorytm” (zyskującej pejoratywne konotacje), ale niejasny zakres wpływu na użytkownika.

Nie można zapominać o innym istotnym elemencie – figurze samego kuratora, który wyposażony w metadane piosenki oraz informacje dotyczące zwyczajów i preferencji użytkownika, profiluje i modyfikuje propozycje muzyczne. Wszystkie te zdarzenia oraz wszelkie mechanizmy, rytuały, nawyki strumieniowe, sugestie, playlisty i sposoby słuchania Paul Allen Anderson nazywa erą neomuzaka³⁴. Kurator nie jest zupełnie nową figurą w kulturze – Simon Reynolds uważa, że jego funkcja rosła wraz z modą na określenie „kreatywny”³⁵. Tomasz Szlendak pisze o kulturze sieci jako miejscu pełnym wyszukiwaczy czy przewodników, których nazywa „net-kreatorami”³⁶. Kurator w sieci jest kimś w rodzaju społecznego przewodnika. Dawno zauważono, że wzajemne polecanie sobie produktów może przynosić lepsze efekty niż nachalna propaganda, której postać przybiera często współczesna reklama. Mamy do czynienia z dwiema kategoriami kuratorów: profesjonalistami, którzy przygotowują ofertę muzyczną (np. w serwisach strumieniowych, mogą to być m.in. dziennikarze muzycni, DJ-e czy muzycy³⁷), oraz amatorami, rekomendującymi różnego rodzaju teksty kultury. Inną kwestią jest, czy taki zmodyfikowany, współczesny kurator zastąpi „tradycyjnych” dziennikarzy muzycznych i krytyków (rezydujących w mediach starego typu, telewizji i radiu), których wpływ na słuchaczy i ich wybory wydaje się sukcesywnie zmniejszać³⁸. Kurator i algorytm tworzą hybrydowy system rekomendacji³⁹.

Chris Anderson przewidywał w 2004 roku, że długi ogon (*long tail*) rynku towarów kulturowych, składających się z całej palety wytworów niszowych, będzie przynosić większe zyski niż wyselekcjonowane produkty⁴⁰. John Seabrook parę lat później uznał, że tak się nie stało, gdyż 77% zysków generuje 1% artystów⁴¹. Inne badania pokazują, że w serwisach streamingowych 10% utworów odpowiada za 99% zysków⁴². Powyższe dane wskazują, z jednej strony, na dość ograniczony wybór, którego „dokonują” konsumenci, z drugiej zaś na agresywną promocję wybranej grupy wykonawców. Sugestia muzyczna może funkcjonować podobnie jak w reklamie, próbując przekonać nas do danego produktu. Sugestie w serwisach streamingowych są jawne, ale cały mechanizm rekomendacji – ukryty. Taki proces przykrywa jedną z form manipulacji, jaką jest selekcja. Ta z kolei może nam pomóc, ale może także pozbawić możliwości błędzenia (co jest pochodną odkrywania), odebrać element przypadku⁴³.

Nieskrępowana wolność nastrocza trudności, algorytmy z kolei zaburzają podstawowe procesy kognitywne,

w związku z czym autonomia słuchacza jest iluzoryczna – pisze Wioleta Żochowska⁴⁴. W innym tekście badaczka podkreśla, że uwaga słuchacza kierowana jest w stronę wyselekcjonowanych treści, ścieżki recepcji cyfrowej są drogą na skróty⁴⁵. Zatem pójście własną muzyczną drogą wymaga od słuchacza siły i chęci, pozytywnego nastawienia poznawczego i pewnej dozy przekory wobec podsuwanych propozycji. Przekora podpowiada, aby nie dać się zdominować i pokazać własną sprawczość. Wygoda – aby poddać się algorytmowi. Jest jeszcze snobizm, który kieruje poszukiwania w inną stronę.

Wybór jest na tyle autonomiczny, na ile słuchacz jest świadomy samych mechanizmów selekcji, ale przede wszystkim – zdeterminowany do własnych poszukiwań. Jednak nawet najbardziej kompetentny i świadomy słuchacz może dać się złapać w sidła zespolonych sił technologii i marketingu. Przekopywanie stosów płyt w sklepach muzycznych zostało zastąpione przez hipertekstowe klikanie. Sprawczość użytkownika może więc ograniczać się tylko do wyboru związanego z włączeniem i wyłączeniem urządzenia, aplikacji, programu. Technologia zmienia nawyki, kształtuje nowe, modyfikuje wcześniejsze. Rynek muzyczny, po krótkim okresie zawirowań związanych z rewolucją MP3, tzw. piractwem oraz przesyłaniem plików muzycznych między użytkownikami, zaczyna odzyskiwać kontrolę nad muzyką. Widać to przede wszystkim w mechanizmach filtrowania treści. Dostęp do nieograniczonego wyboru muzyki, określane często mianem *Celestial Jukebox*, w założeniu miał rozluźnić kontrolę rynku i przyczynić się do różnorodności kulturowej. Tymczasem rozwój biznesu związanego z muzyką strumieniową spowodował odrodzenie kontroli – o czym pisze Hyojung Sun⁴⁶. Z drugiej strony – Patryk Gałuszka zwraca uwagę, iż część badaczy podaje w wątpliwość zakres zmian samej istoty systemu, wskazując, na przykład, że digitalizacja jest tylko jedną z wielu innowacji, które wpłynęły na branżę muzyczną w ciągu dekad⁴⁷. W kwestiach ekonomicznych – dwie trzecie zysków ze streamingu trafia do wytwórni muzycznych, same platformy pobierają 30%⁴⁸. Siła sugestii algorytmu jest proporcjonalna do braku znajomości muzyki, znudzenia i zniechęcenia.

Na boisko, na którym toczy się mecz piłki nożnej, wchodzi człowiek z głośnikiem w rękę. Jest znany w okolicy. Wcześniej dźwigał zestaw dwóch głośników, podpiętych kablami do odtwarzacza zapakowanego w foliówkę. Od kiedy korzysta z technologii Bluetooth, jego zestaw jest bardziej mobilny. Wydłużył się też czas grania. Mężczyzna pyta zawodników, jakiej muzyki chcieliby posłuchać. Pada kilka propozycji. Przez moment szuka w telefonie zamówionych piosenek. Po chwili dźwięk wydobywa się z głośnika, a mecz trwa przy akompaniamencie popularnej muzyki klubowej.

Komponowanie przestrzeni i modelowanie siebie

Jako słuchacze konsumenci konstruujemy swoje muzyczne przestrzenie i nisze poprzez działanie, na które składa się odtwarzanie, tworzenie i przetwarzanie materiału muzycznego – pisze Konstanty Strzyczkowski⁴⁹. „(...) Muzyka oddziałuje na sferę wewnętrzną istoty ludzkiej i reguluje

ją⁵⁰. Człowiek sam jest jak utwór, jego zmysły tworzą formę muzyczną⁵¹. Tymczasem współczesna forma odbioru muzyki w sposób ciągły zaciera wiele wcześniejszych granic – m.in. gatunku, destynacji. Muzyka emitowana cały czas, traci aurę wyjątkowości, staje się funkcjonalna, służebna wobec aktywności lub miejsca. Do muzyki podłączamy się na pewnym jej odcinku, po czym wychodzimy – a ona płynie dalej. Dobrze owo zaprzęgnięcie w funkcjonalność ujmuje Ewa Kofin, pisząc:

tu mamy się odprężyć, a tam ożywić, tu lepiej pracować, tam więcej kupować, tu przestać się nudzić, tam się poruszać, tu odczytać sygnały, tam odczuć nastroj, tu się podleczyć, tam nie bać się bólu, tu zaufać politykowi, tam poznać najlepszy towar, tu się zabawić, a tam pomodlić, tu się integrować, tam odseparować itd., itp., a przy tym mało jest takich miejsc, gdzie należy muzyki po prostu słuchać.⁵²

Muzykę stosujemy, aplikujemy, zażywamy. Przydaje się: do sprzedaży (audiomarketing, marketing sensoryczny), do stymulacji nastroju, do wypełnienia tła. Muzyki coraz mniej się słucha i coraz mniej się ją słyszy. Dzisiejsza konsumpcja kultury – pisze Tomasz Szlendak – polega na splaszczonym przeżywaniu, kultura musi być rozrywką, muzyka pełni też funkcję służebną wobec bardziej dominującej sztuki. Badacz pisze też o kulturalnych miejscach wielozmysłowych⁵³, służących do tego, by zainteresować konsumenta multisensorycznym atakiem (analogie względem multimediów wydają się oczywiste). Muzyka musi funkcjonować jako element wspólny innych wykonywanych symultanicznie czynności.

„Od samej zawartości muzycznej ważniejszy staje się nastrój, który wywołuje” – pisze Michał Wieczorek⁵⁴. Już Theodor Adorno wyzywał się na muzyce popularnej, pisząc, że stanowi remedium na smutki egzystencji. Niespodziewanie jednak ten wyszydany przez socjologa muzyki fakt stał się koronnym pod względem funkcjonalności elementem muzyki. Skoro potrafi ona pocieszyć, ukoić czy rozbawić, oznacza to, że trzeba jej używać. W ten sposób muzyka, poprzez długą ewolucję od artystycznej doniosłości, często pompatyczności, stała się także prozakiem oraz intymnym substytutem bliskości. Co ciekawe – ta ewolucja trwa nadal. Muzyka przestaje nosić logo wykonawcy czy stylu, staje się anonimowa. A muzyka, która ma wpływać emocjonalnie na „użytkownika”, winna być pozbawiona wyrazistości⁵⁵. Zaczyna przypominać muzakoidalny miks, sformatowany, z wyrównanym tempem, bez oznak charakterystycznych. Zatem niekoniecznie chodzi tutaj o głębokie czy dynamiczne emocje charakteryzujące obcowanie z muzyką danego wykonawcy. To raczej kwestia modyfikacji nastroju, jako stanu afektywnego o niewielkiej intensywności⁵⁶.

Muzyka staje się lekarstwem, używanie jej zaczyna przypominać amatorską formę muzykoterapii. Coraz częściej jednak terapia ta prowadzona jest przez algorytm. Ludzie leczą swój organizm, przeglądając Google’a, i poprawiają nastrój sformatowaną playlistą. Na ile jednak świadomi są poziomu sprawczości względem dokonanego wyboru? Wcześniej użycie sprzętu mobilnego – walkmana z kasetami, odtwarzacza plików MP3 – wymagało ułożenia własnej listy piosenek, przygotowania zestawu muzycznego, zgromadzonego, zarchiwizowanego na dysku lub nośniku (np. CD). Streaming rozleniwia, pozwalamy decydować algorytmowi, systemowi, który podaje nam propozycje, sugeruje, reklamuje, narzuca, selekcjonuje.

Na parkingu stacji benzynowej, kierowca czyści swój samochód. Drzwi otwarte, kłapa bagażnika dumnie uniesiona. Auto reprezentuje raczej świetność trzech dekad wstecz, ale system nagłośnienia nie jest oszczędzany. Mimo że muzykę słychać w promieniu kilometra, kierowca nie wydaje się ogłuszony. Wprost przeciwnie, dynamiczna muzyka zmusza go do wykonywania szybkich czynności. Gdzieś obok przesterowanego chrypienia głośników unosi się jednostajny warkot odkurzacza.

Zażywanie dźwięku i podśluchanie

Spotify tworzy playlisty na każdy nastrój, np. *focus*, *chill*, *workout*, *romance*, *party*, *sleep*, a inne platformy streamingowe również zachęcają do kreowania, modyfikowania samopoczucia⁵⁷. W zamysle zatem jest to wariant tapety muzycznej, która będzie towarzyszyć podczas wstawania, wykonywania ćwiczeń, picia kawy, uczenia, wyjścia z domu, spaceru itp. W dodatku dostosujemy ją do nastroju (lub odwrotnie), pogody czy miejsca. To ledwie początek, stoimy dopiero u progu wielkiego profilowania, którego mechanizm dobierania propozycji muzycznych – jeszcze staranniej dostrojonych do „potrzeb” słuchacza – wkroczy stanowczo w jego sferę prywatną.

Współczesne praktyki nieuważnego słuchania niewiele mają wspólnego ze słyszeniem muzyki – to raczej rutynowe „podśluchanie”, czynność niemalże mechaniczna (jak podjadanie, często wręcz nieuświadomione). Sformatowana playlista zawiera piosenki, które pełnią funkcję przeznaczoną wcześniej dla muzaka. Zestawione obok siebie, zgodne, złożone na podstawie podobieństw, przepływają niezauważone, nieusłyszane.

Implementację dźwięku, często samych częstotliwości, w celach paraterapeutycznych testuje się od dłuższego czasu. Dosi, *alpha-theta-delta-synchro*, *hemi-sync*, *brainwavegenerator*, dudnienia różnicowe, „muzyka relaksacyjna” – to tylko część eksperymentów przeprowadzanych na własnym organizmie przy pomocy dźwięku⁵⁸. Praktyki ASMR stają się coraz popularniejsze, choć ich działanie (np. czynnik antystresowy) trudno naukowo udowodnić. Niemniej wyposażony w słuchawki użytkownik, korzystając z dobrodziejstw nagrania binauralnego, oczekuje spektakularnych efektów, aplikując sobie dawki osobliwych dźwięków. Kilka lat temu sieciową karierę zrobiły „dźwiękowe narkotyki”, dosy – cyfrowe obiekty z rozszerzeniem **drug* (ang. *drug*). Zjawisko początkowo opisywano jako e-narkotyki, stopniowo jednak ewoluowało w stronę „stymulatora nastroju”. Również masowo dostępne są amatorskie eksperymenty wykorzystujące biały szum, taki jak dźwięk suszarki lub ambiens kabiny samolotu – stosowane np. w celu uspokojenia dziecka. YouTube oferuje tysiące godzin nagrań dźwięków (lub ich elektronicznych substytutów), m.in.: dżungli, szumu morza, odgłosów lasu deszczowego, burzy, ogniska, strumienia, rzeki, pustyni, śpiewu wielorybów, wycia wilków itp. Hasła takie jak: *binaural*, *lucid dream*, *deep sleep*, *focus*, *astral projection*, *study*, *super learning*, *body regeneration*, *activate brain*, *ambience* ukazują ledwie ułamek zasobów bazy dźwiękowej i przekierowują dalej.

Plaża. Na kocu wyleguje się para, kobieta i mężczyzna. Miło spędzają czas, wystawiając ciała do słońca, czasami wymieniają się spostrzeżeniami. Obok na piasku

leży sporej wielkości głośnik, wyposażony w uchwyt. Muzyka brzmi tubalnie, ale para przyzwyczajona jest do tego poziomu głośności, wystarczy co trzecie słowo krzyknąć. Głośnik ma pojemną baterię, grać będzie aż do zejścia z plaży.

Nudny real i futurologia

Obszar związany z produkcją gier wydaje się dzisiaj tym najbardziej eksplorowanym, również dźwiękowo. Przygotowanie odgłosów i muzyki do gry to wyzwanie zarówno artystyczne, jak i technologiczne. Również konsumenci tego rynku, zanurzeni w wirtualnym świecie, przenoszą jego zwyczaje do tego realnego. Muzykę z gry można włączyć w popularnym serwisie strumieniowym, wówczas gracz staje się bohaterem własnej rozgrywki, przeniesionym do rzeczywistości. Zwłaszcza, że ten „real” przestaje być dla współczesnego człowieka ciekawy. Filip Szałasak zauważa, że multitasking czy syndrom FOLO (*fear of losing out*) kierują użytkownika sieci nie na rzeczy, a czynności, sprawczość nakierowana jest na modyfikację siebie i otoczenia⁹⁹. Muzyka, dźwięk – aplikowane wprost do systemu człowieka, pozwalają przetrwać w statycznym i pozbawionym szybkiego montażu, realnym świecie.

Słuchacz-użytkownik-remikser-prosument tworzy własną przestrzeń audialną, ogranicza go jedynie konieczność używania sprzętu, długość działania baterii, włożenie słuchawek, zasięg komunikacji bezprzewodowej. W momencie kiedy te wszystkie futurystyczne ekstensje przeistoczą się we wszczepialne elementy i znikną z pola widzenia, redukując ilość działań do wykonania, wszystko się zmieni. Nasza przestrzeń, nieograniczona technologicznymi niewydolnościami, będzie mogła mieć charakter permanentny, jak sam wcielający dźwięk. Muzyki nie będziemy „zauważać”, słyszeć, stanie się nieodłącznym komponentem nas samych. Nasz własny soundtrack będzie bezkonfliktowo zderzać się z przestrzenią innej osoby, choć przestrzeń ta będzie można synchronizować. Muzyka mebel przeewoluuje w „muzykę mnie”, „muzykę ja”. Intuicyjne oprogramowanie, za pomocą wirtualnego interfejsu, pomoże wybrać odpowiednie presety i kształtować je adekwatnie do sytuacji, miejsca i czasu. Muzyczny autopilot, algorytm wersji SI, dostosuje tło dźwiękowe na wzór sprawnego kompozytora muzyki filmowej. Interfejsy dźwiękowo-haptyczne, pisze Patryk Lichota, staną się składową technologii wirtualnych, a łączenie dźwięku z wrażeniami dotykowymi umożliwi słuchanie ciałem¹⁰⁰. Wówczas słuchanie przestanie być incydentalne, przerywane i – być może – ostatecznie stanie się jedną z funkcji organizmu.

Starą, wyłożoną kostką brukową ulicą idą chłopak z dziewczyną. Oddaleni na odległość ręki, idą razem, ale jakby osobno. Uśmiechają się do siebie, wymieniają spojrzenia, nie rozmawiają. Idą równo, krokiem zsynchronizowanym, podążając w tym samym kierunku. Patrzą na siebie, wykonują drobne gesty, wszystko jest zrozumiałe. Po chwili zatrzymują się. Dziewczyna wyjmując z prawego ucha słuchawkę. Oddaje ją chłopakowi, który natychmiast wpycha brakujący element do swojego ucha. Teraz ma już pełne, bezprzewodowe stereo, ale słucha sam. ●

- 1 Nick Hornby, *Wierność w stereo*, tłum. Jędrzej Polak, Zysk i S-ka, Poznań 2014, s. 39–40.
- 2 Wszystkie opisane w tekście sytuacje są wynikiem obserwacji (i podsłuchania) autora.
- 3 Michel Chion, *Audio-Wizja. Dźwięk i obraz w kinie*, tłum. Konstanty Szydłowski, Stowarzyszenie Nowe Horyzonty - Korporacja Ha!art, Warszawa/Kraków 2012, s. 31.
- 4 Filip Szałasak, *Nagrania terenowe*, Wydawnictwo w Podwórk, Gdańsk 2017, s. 13.
- 5 Szymon Nożyński, *Teoretyczne i praktyczne sposoby słuchania muzyki wybrane z literatury muzycznej*, w: *Sposoby słuchania*, red. Marcin Olejniczak, Tomasz Misiak, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie, Konin 2017, s. 21.
- 6 Justyna Ślasiowska, *Re-produkcja mechanizmu percepcji dźwięku poprzez urządzenie fonografu oraz jego wpływ na odbiór dźwięku*, „Przegląd Kulturoznawczy”, vol. 23, nr 1, 2015, s. 28.
- 7 Agnieszka Janiak, *Zdesakralizowane świątynie ciszy – kościół, cmentarz, muzeum, biblioteka*, w: *Przestrzenie wizualne i akustyczne człowieka – antropologia audiowizualna jako przedmiot i metoda badań*, red. Agnieszka Janiak, Wanda Krzemińska, Agnieszka Wojtasik-Tokarz, Wydawnictwo Naukowe DSW, Wrocław 2007, s. 247–256.
- 8 Tomasz Szlendak, *Kultura nadmiaru w czasach niedomiaru*, „Kultura Współczesna”, vol. 76, nr 1, s. 8.
- 9 Simon Reynolds, *Retromania. Jak kultura żywi się własną przeszłością*, tłum. Filip Łobodziński, Kosmos Kosmos, Warszawa 2018, s. 177.
- 10 Marcin Rychlewski, *Zapiski semiotyczne*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2014, s. 168–169.
- 11 Tamże.
- 12 Gerd Leonhard, *Music 2.0 – Essays by Gerd Leonhard*, Hämeen Offset-Tiimi Oy, Hämeenlinna 2008, s. 15.
- 13 S. Reynolds, dz. cyt., s. 180.
- 14 Jerzy Supernat, *Muzak – muzyka marketingowa*, w: *Ekspektatywa I: Słuchawy. Projektowanie dla ucha*, red. Katarzyna Krakowiak, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2009, s. 90.
- 15 S. Reynolds, dz. cyt., s. 179–180.
- 16 Nicola Bernardini, *Erik Satie's Musique d'Ameublement, Some Ninety Years Later*, w: *Furniture Music*, red. Blauer Hase, Blauer Hase, Venezia 2008, issuu.com/blauerhase/docs/furniture_music_eng, s. 21, dostęp tu i dalej 25.03.2020.
- 17 Ewa Kofin, *Muzyka wokół nas. Studium przeobrażeń recepcji muzyki w dobie elektronicznych środków jej przekazywania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2012, s. 29.
- 18 Mirosław Pęczak, *Od odświętności do codzienności – muzyka jako audiosfera współczesnego świata*, „Kultura Współczesna”, vol. 96, nr 3, 2017, s. 14.
- 19 J. Supernat, dz. cyt., s. 89.
- 20 Paul Anderson, *Neo-Muzak and the Business of Mood*, „Critical Inquiry”, vol. 41, no. 4, 2015, s. 811.
- 21 S. Reynolds, dz. cyt., s. 415.

- 22 Victor Szabo, *What Music Isn't Ambient in the 21st Century? A Design-Oriented Approach to Analyzing and Interpreting Ambient Music Recordings*, w: *The Routledge Companion to Popular Music Analysis. Expanding Approaches*, red. Ciro Scotto, Kenneth Smith, John Brackett, Routledge Taylor & Francis Group, New York/London 2019.
- 23 Rafał Kołacki, *Jak brzmi miasto. Kilka uwag na temat projektowania akustycznego przestrzeni miejskich na przykładzie toruńskiej fontanny Cosmopolis*, w: *Sposoby słuchania*, dz. cyt., s. 68-69.
- 24 Sidey Myoo (Michał Ostrowski), *Ontoelektronika*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2013, s. 69-70.
- 25 *Kraftwerk - Pop Art*, reż. Hannes Rossacher, Simon Witter, 2013.
- 26 Em Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, tłum. Olga i Wojciech Kubirscy, Magdalena Kacmajor, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003, s. 563.
- 27 Tomasz Misiak, *Kulturowe przestrzenie dźwięku*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2013, s. 166.
- 28 S. Reynolds, dz. cyt., s. 176.
- 29 S. Nożyński, *Osobista muzyka zawsze i wszędzie, czyli spacer z narracją dźwiękową odtwarzacza mobilnego*, w: *Kultura - Edukacja - Technologia kształcenia. Konteksty nowomediálne*, red. Wojciech Skrzydlewski, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2018, s. 216-217.
- 30 Iain Chambers, *Spacer słuchowy*, w: *Kultura dźwięku. Teksty o muzyce nowoczesnej*, red. Christoph Cox, Daniel Warner, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2010, s. 131-132.
- 31 Robert Zydel, *Słuchawki jako gadżet popkultury*, w: *Gadżety popkultury. Społeczne życie przedmiotów*, red. Wiesław Godzic, Maciej Żakowski, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 243.
- 32 Karol Piekarski, *Kultura danych. Algorytmy wzmacniające uwagę*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016, s. 102.
- 33 Tamże, s. 107.
- 34 P. Anderson, dz. cyt.
- 35 S. Reynolds, dz. cyt., s. 187-188.
- 36 T. Szlendak, *Wielozmysłowa kultura iwentu*, „Kultura Współczesna”, vol. 66, nr 4, 2010, s. 94-95.
- 37 Tomasz Popielarczyk, *Nie algorytmy, tylko ludzie stoją za Waszymi ulubionymi playlistami na Spotify, Tidalu czy Apple Music*, Antyweb.pl, 2016, www.antyweb.pl/nie-algorytmy-tylko-ludzie-stoja-za-waszymi-ulubionymi-playlistami-na-spotify-tidalu-czy-apple-music.
- 38 S. Nożyński, *Dostępność muzyki a dziennikarstwo muzyczne*, w: *Media jako przestrzenie muzyki*, red. Magdalena Parus, Artur Trudzik, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016.
- 39 S. Nożyński, *DJ algorytm - cyfrowa sugestia muzyczna jako substytut własnego wyboru*, „Neodidagmata”, nr 36/37, 2018.
- 40 Chris Anderson, *Długi ogon. Ekonomia przyszłości - każdy konsument ma głos*, Wydawnictwo Media Rodzina, Poznań 2008.
- 41 John Seabrook, *The Song Machine. Inside The Hit Factory*, W. W. Norton & Company, New York/London 2016.
- 42 Łukasz Łachecki, *Strumienie pieniędzy. Rewolucja w muzyce dokonuje się na twoich oczach (i uszach)*, „Esquire”, nr 05, 2019, s. 72.
- 43 Bartosz Chaciński, *Smartfon dał nam dostęp do muzyki zawsze i wszędzie. A co zepsuł?*, www.polifonia.blog.polityka.pl/2017/08/26/smartfon-dal-nam-dostep-do-muzyki-zawsze-i-wszedzie-a-co-zepsul.
- 44 Wioleta Żochowska, *Wpływ streamingu na współczesną kulturę muzyczną. Trzy spojrzenia na nowomediálne przemiany*, „Glissando”, #32, 2017, s. 57.
- 45 Taż, *Którędy po nową muzykę?*, www.portal.nfm.wroclaw.pl/musica-polonica-nova-2018/artukul?id=1129.
- 46 Hyojung Sun, *Paradox of Celestial Jukebox: Resurgence of Market Control*, „Creative Industries Journal”, vol. 12, no. 1, 2019, s. 105-124.
- 47 Patryk Gałuszka, *Nowe nurty badawcze w studiach nad muzyką popularną - przegląd wybranych koncepcji*, „Przegląd Socjologiczny”, vol. 64, nr 3, s. 118.
- 48 Ł. Łachecki, dz. cyt., s. 72.
- 49 Konstanty Strzyczkowski, *Kilka uwag o muzyce w życiu codziennym*, „Kultura Popularna”, vol. 28, nr 2, 2010, s. 10-11.
- 50 Rafał Mazur, *Wielki dźwięk nie brzmi. Daoistyczna praktyka dźwiękowa w kontekście wybranych nurtów współczesnej sztuki i filozofii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018, s. 34.
- 51 Wita Szulc, *Muzykoterapia jako przedmiot badań i edukacji*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2005, s. 58.
- 52 E. Kofin, dz. cyt., 87.
- 53 T. Szlendak, dz. cyt., s. 89.
- 54 Michał Wieczorek, *Potężne algorytmy*, „Dwutygodnik”, nr 253, 2018, www.dwutygodnik.com/artukul/8166-p-o-t-e-z-n-e-algorytmy.html.
- 55 Tamże.
- 56 O różnicach i podobieństwach obu pojęć zob. Monika Wróbel, *O transferze emocji i nastrojów między ludźmi - mechanizm i psychologiczne wyznaczniki zarażenia afektywnego*, „Psychologia Społeczna”, vol. 8, tom 3, 2008, s. 211.
- 57 P. Anderson, dz. cyt., s. 813.
- 58 S. Nożyński, *Percepcja muzyki i jej zakłócenia*, w: *Muzyka/Uniwersytet/Technologia/Emocje. Studia nad muzyką popularną*, red. Andrzej Juszczyk, Konrad Sierżputowski, Sylwia Papier, Natalia Gienza, AT Wydawnictwo, Kraków 2017.
- 59 F. Szalasek, *Dźwięk i muzyka myślane ponowoczesnie*, w: *Miejsca muzyki. Perspektywa interdyscyplinarna*, red. Magdalena Parus-Jankowska, Szymon Nożyński, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2019, s. 22.
- 60 Patryk Lichota, *Słuchanie trzecim uchem, czyli o związkach dźwięku i ciała*, w: *Sposoby słuchania*, dz. cyt., s. 93.