

MAREK JEZIŃSKI

# IDOLE – BUNTOWNICY – ARTYŚCI

## O RYTUALNOŚCI I ROLACH ARTYSTYCZNYCH W MUZYCE ROCKOWEJ

### MAREK JEZIŃSKI

Profesor dr hab., kierownik Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Jego główne zainteresowania naukowe obejmują antropologię społeczną i współczesną kulturę popularną. Jest autorem ponad stu tekstów naukowych z zakresu politologii, socjologii, antropologii, kultury popularnej. W ostatnim czasie opublikował książkę *Muzyka popularna i jej odbiorcy w poszukiwaniu autorytetu* (2017). ORCID: 0000-0003-4335-8216.

**W** niniejszym szkicu zajmę się kwestią rytualności sztuki rockowej oraz wizerunków scenicznych tworzonych przez artystów rockowych w kontekście wzorców funkcjonowania kultury popularnej. Kategorie muzyki rockowej i rytualności są ze sobą związane, a rytuały, jako ustrukturyzowane działania mające dla społeczności ważne znaczenie, odnaleźć można w wielu sferach związanych z działaniami artystów. Rytualność w rocku rodzi się w wyniku interakcji wykonawca – publiczność, która podlega przy tym swego rodzaju uwarunkowaniom o charakterze mitologicznym. Artyści – podobnie jak każda inna grupa zawodowa – tworzą sferę własnych mitów, sięgają po istotne dla środowiska narracje i rytuały, przyjmują określone strategie wizerunkowe. Potrzebują mitologicznego uwarunkowania dla własnych działań, reprodukując i podtrzymując wzorce bazujące na społecznie akceptowalnych rytuałach. Specyficzna pozycja, pozwalająca na komentowanie problemów z miejsca (często niezaangażowanego w konflikty) obserwatora utrwalającego obraz zbiorowości, umożliwia podejmowanie przez artystę rytualnych działań mitologizacyjnych. Rytualność w artystycznej kreacji jawi się w tej perspektywie jako silne napięcie pomiędzy ujawnianą w sztuce

rockowej i typową dla tej formy ekspresji potrzebą buntu wobec zastanych konwencji, jak też ekspresją sceniczną własnej oryginalności i wrażliwości a akceptowalnymi społecznie sposobami grania ról artystycznych poddawanych komercjalizacji (rock stał się przedmiotem zabiegów marketingowych i podporządkowany został urynkowionym zasadom przemysłu rozrywkowego, tłumiącym częstokroć oryginalność wrażliwego rockowego buntownika).

Zakładam, że mitologia artystyczna i rytuały z nią związane to przede wszystkim przedmiot kreacji wizerunkowej i gry rynkowej, konsekwentnie uprawianej przez artystów za pomocą mediów masowych. Uwagi zawarte w artykule odnoszą się głównie do wykonawców rockowych w okresie, kiedy rock był dominującym nurtem muzyki popularnej wśród młodych ludzi, a więc od lat sześćdziesiątych do końca XX wieku. To wówczas szczególnie widoczny był buntowniczy charakter rockowej sztuki wynikający z różnic pokoleniowych: silnie zaznaczone podziały generacyjne miały podłoże subkulturowe (styl życia) i manifestowały się w wyborach estetycznych, jakich dokonywały poszczególne strony konfliktu. Rock był domeną młodego pokolenia, które sprzeciwiało się pokoleniu rodziców, wchodząc w dorosłe życie z zestawem innych oczekiwań wobec społeczeństwa. Dominujące wówczas media (radio, prasa, telewizja) były platformą promocji muzyków i ich sztuki, a jednocześnie stawały się przestrzenią do odgrywania przez nich rytuałów przeznaczonych dla masowej widowni. Kreowanie wizerunku artystycznego, określonego wymogami promocji, dawało możliwość generowania zainteresowania publiczności, a jednocześnie pozwalało na budowanie specyficznej wspólnoty między muzykami a ich odbiorcami. Rytuały rockowe miały w tym kontekście istotną funkcję tworzenia mitologii buntowniczego artysty – typową dla formy rockowego przekazu. Jednocześnie jednak stały się przedmiotem działania przemysłu muzycznego, a artyści rockowi (jako grupa wykonująca pewien specyficzny zawód) zostali zinstytucjonalizowani jako część rynku muzycznego, którego działanie oparte jest niezmiennie na zasadach popytu i podaży.

Nie oznacza to oczywiście, że „rock umarł” w latach dziewięćdziesiątych XX wieku i od tej pory nie pojawili się nowi wykonawcy zasługujący na uwagę, a rytualność rockowego świata jest tylko pustym treściowo dopełnieniem działań marketingowych. Zauważę jedynie, że ostatnie 20 lat w muzyce rockowej to dominacja sceny *vintage*, która z założenia odwołuje się do osiągnięć wykonawców sprzed dekad, a jednocześnie wpisuje się w działania przemysłu rozrywki, rozpoznane kilka dziesięcioleci temu przez teoretyków szkoły frankfurckiej<sup>1</sup>. Działalność bardzo wielu zespołów interpretować więc można jako „arkę przymierza między dawnymi i nowymi laty”, co celnie pokazał Simon Reynolds w książce *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past (Retromania. Jak popkultura żywi się własną przeszłością)*<sup>2</sup>. Podobnie jest z gwiazdami, które zdobyły popularność na przełomie XX i XXI wieku – Linkin Park, Sigur Rós, Arctic Monkeys, The Killers, The White

1 M. Horkheimer, T.W. Adorno, *Dialektyka oświecenia. Fragmenty filozoficzne*, tłum. M. Łukasiewicz, M.J. Siemek, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2010.

2 S. Reynolds, *Retromania. Jak popkultura żywi się własną przeszłością*, tłum. F. Łobodziński, Kosmos Kosmos, Warszawa 2018.

Stripes, The Strokes, Interpol, Arcade Fire, The Black Keys, Green Day czy Foo Fighters na ogół umiejętnie odwołują się do zdefiniowanej przez siebie przeszłości, rzadko proponując nowe wartości w obrębie tego, co udało się im wypracować. Należy jednak przyznać, że z takiego kategoryzowania wymykają się działające współcześnie grupy, jak Radiohead, Steven Wilson, Mogwai czy Godspeed You! Black Emperor.

Kwestia, na którą w kontekście rytualności trzeba zwrócić uwagę już na początku rozważań, to spojrzenie na świat rocka z perspektywy zawłaszczenia oryginalności i rockowego buntu oraz tworzenia twórczej mitologii przez przemysł muzyczny jako gałąź przemysłu rozrywki. Muzyka jako produkt i wykonujący ją muzycy są jednymi z elementów rytualnego łańcucha sztuki, oddziałującego na odbiorcę starającego się rozpoznawać uznane już i znane mu wzorce działania społecznego. Kariery artystów przebiegają więc według pewnego schematu, ich nagrania mają podobną postać, a publiczność nauczyła się oczekiwać od wykonawców schematycznego podejścia do sztuki użytkowej wynikającej z zapotrzebowania społecznego. Muzyka popularna to odpowiedź na konkretne zapotrzebowanie społeczne, które kształtowane jest przez warunki materialne, dostępną technologię użytkową, aspekty symboliczno-kulturowe oraz przyjęte przez grupy wzorce działania społecznego wyrażane w wartościach i normach. Artyści rockowi oraz podmioty rynkowe korzystające z ich pracy wypracowali szereg schematycznych działań, które zostały rozpoznane społecznie jako istotne w obrębie kultur grupowych, przyczyniając się przede wszystkim do reprodukcji wzorców działania społecznego oraz integrowania grup wokół muzyki.

Istotną kwestią jest w tym kontekście to, że muzyka rozrywkowa wraz z umasowieniem wytworów kultury stała się przemysłem, a więc działalnością nastawioną na masową reprodukcję, łatwą dostępność i przynoszenie zysków prowadzącym ją firmom, oraz rodzajem aktywności człowieka zależnym od możliwości kupna produktów na skalę masową<sup>3</sup>. Wytwory kultury, dzieła sztuki czy twórczość artystyczna zaczęły być zrytualizowaną formą działalności rynkowej, racjonalistycznie zarządzaną i mającą przynosić zyski. Zasady, na których zaczęto opierać ten typ aktywności, upodobniły muzykę rozrywkową do przemysłowego przedsiębiorstwa, którego wytwory podlegają popytowi i podaży, a dzieła artystyczne stały się takim samym artefaktem obecnym na rynku jak każdy inny wytwór przemysłu<sup>4</sup>. Scott Lash i Celia Lury wskazują przy tym, że kapitał wielkoprzemysłowy buduje pozycję rynkową wydawnictw, wytwórni płytowych czy agencji reklamowych<sup>5</sup>. Jest to skutek możliwości działań podmiotów rynkowych na masową skalę: umasowiona publiczność oczekuje zaspokojenia swoich

3 E. Keltie, *The Culture Industry and Participatory Audiences*, Palgrave Macmillan, London 2017; A. Khandizaji, *Baudrillard and the Culture Industry. Returning to the First Generation of the Frankfurt School*, Springer International Publishing, New York 2017.

4 E. Keltie, *The Culture Industry...*, dz. cyt.; A. Khandizaji, *Baudrillard...*, dz. cyt.; M. Horkheimer, T.W. Adorno, *Dialektyka oświecenia...*, dz. cyt., s. 64; zob. też P. Willis, *Symbolizm i praktyka. Teoria społecznego znaczenia muzyki popularnej*, tłum. A. Gahbler, [w:] *Kultura i hegemonia. Antologia tekstów Szkoły z Birmingham*, red. M. Wróblewski, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2012.

5 S. Lash, C. Lury, *Globalny przemysł kultury. Medializacja rzeczy*, tłum. J. Majmurek, R. Mitoraj, Wydawnictwo UJ, Kraków 2011, s. 13.

potrzeb estetycznych, co przekłada się na obecność rynkową określonych produktów<sup>6</sup>. Dlatego można założyć, że nawet jeśli rock w XXI wieku nie stracił swego buntowniczego charakteru, to stał się elementem rynku komercyjnego, został utowarowiony, a komodyfikacja ta przynosi współcześnie korzyści materialne różnym grupom zainteresowanym produkcją muzyki popularnej.

Problematyka rytualności jest obecna w pracach z zakresu *popular music studies* oraz *sound studies*<sup>7</sup>, również w polskim dyskursie naukowym z zakresu antropologii, socjologii, kulturoznawstwa, nauki o komunikowaniu oraz nauk o polityce. Główne spostrzeżenia dotyczą scenicznej prezentacji wykonawców, a ich centralną – i zrozumiałą w tym kontekście – emanacją jest koncert, w którym mamy do czynienia z funkcjonalnym i strukturalnym podziałem ról w rytuale, zrytualizowaną konwencją zachowań na scenie i na widowni czy zinstytucjonalizowanymi regulacjami dotyczącymi miejsca i czasu oraz kodem ubioru obowiązującym podczas wydarzenia. Literatura dotycząca zjawiska jest bogata – jego waga na Zachodzie rozpoznana została już w latach sześćdziesiątych XX wieku, natomiast w Polsce liczba publikacji na temat muzyki popularnej (w tym rockowej) znacząco wzrosła w ciągu ostatniej dekady. Badacze zajmują się rockiem i jego kulturowymi aspektami również w odniesieniu do rytualności, w kontekstach uwzględniających relacje na linii artysta – publiczność, festiwale muzyczne, teksty piosenek rockowych czy genderowy aspekt funkcjonowania sceny muzycznej<sup>8</sup>.

6 Co interesujące, Simon Frith w *Scenicznych rytuałach...* zauważa, że wczesne, dziewiętnastowieczne wytwórnie płytowe produkujące na dużą skalę gramofony i krążki promowały muzykę nie popularną, ale klasyczną, zachęcając masową publiczność do tworzenia własnych kolekcji płyt złożonych z wykonani muzycznych dzieł orkiestrowych i kameralistyk (S. Frith, *Sceniczne rytuały. O wartości muzyki popularnej*, tłum. M. Król, Wydawnictwo UJ, Kraków 2011, s. 41–43). Zob. też J. Horowitz, *Understanding Toscanini. A Social History of American Concert Life*, Alfred A. Knopf, New York 1987.

7 W tym kontekście warto zwrócić uwagę na liczne publikacje omawiające to zjawisko – *popular music studies* i *sound studies* to nurty współczesnego kulturoznawstwa i antropologii społeczno-kulturowej dobrze osadzone w dyskursie nauk społecznych. Zob. na przykład: R. Shuker, *Understanding Popular Music*, Routledge, London–New York 2001; *The Cultural Study of Music. A Critical Introduction*, red. M. Clayton, T. Herbert, R. Middleton, Routledge, New York–London 2003; S. Frith, *Music and everyday life*, tamże; T. Wall, *Studying Popular Music Culture*, Arnold Publishers, London 2003; T. DeNora, *Music in Everyday Life*, Cambridge University Press, Cambridge 2004; R. Shuker, *Popular Music. The Key Concepts*, Routledge, London–New York 2005; M. Bull, *Thinking about sound, proximity, and distance in Western experience: The case of Odysseus's Walkman*, [w:] *Hearing Cultures: Essays on Sound, Listening and Modernity*, red. V. Erlmann, Berg, Oxford 2007; D.B. Scott, *Sounds of the Metropolis. The 19th Century Popular Music Revolution in London, New York, Paris and Vienna*, Oxford University Press, Oxford 2008; J. Bicknell, *Why Music Moves Us*, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2009; *Kultura dźwięku. Teksty o muzyce nowoczesnej*, red. Ch. Cox, D. Warner, tłum. J. Kutyla, Wydawnictwo Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2010; T.F.M. Ter Bogt, J. Mulder, Q.A.W. Raaijmakers, S.N. Gabhainn, *Moved by music: A typology of music listeners*, „Psychology of Music” 2(39)/2011; *The Sound Studies Reader*, red. J. Sterne, Routledge, New York 2012; *Popular Music in Eastern Europe. Breaking the Cold War Paradigm*, red. E. Mazierska, Palgrave Macmillan, London 2016; *The Routledge Companion to Sound Studies*, red. M. Bull, Routledge, London–New York 2020; J. Jenkinson, „Wear your identity”: *Styling identities of youth through dress – a conceptual model*, „Fashion, Style and Popular Culture” 1(7)/2020; V. Nannini, *Fashion consumption in digital media: multiple practices and new identities*, „Fashion, Style and Popular Culture” 4(7)/2020.

8 W niniejszym kontekście warto zwrócić uwagę na wybrane istotne publikacje, które ukazały się w ciągu ostatniej dekady w Polsce, świadczące o tym, że nurt *popular music studies* prężnie się rozwija i obejmuje bardzo zróżnicowaną tematykę: P. Luszczkiewicz, *Piosenka w poezji pokolenia ery transformacji 1984–2009*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2009; M. Rychlewski, *Rewolucja rocka. Semiotyczne wymiary elektrycznej ekstazy*, Wydawnictwo Oficynka, Gdańsk 2011; A. Idzikowska-Czubaj, *Rock w PRL-u. O paradoksach współtętnienia*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2011; *Sztuka i polityka. Muzyka popularna*, red. M. Jeziński, Ł. Wojtkowski, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2012; *Republika urażen. Grzegorz Ciechowski i Republika jako fenomen społeczno-kulturowy*, red. M. Jeziński, GAD Records, Sosnowiec 2012; R. Kasprzycki, *Dekada buntu. Punk w Polsce i krajach sąsiednich w latach 1977–1989*, Wydawnictwo „Libron”, Kraków 2013; I. Kiec, *W szarej sukience? Autorki i wokalistki w poszukiwaniu tożsamości*, Wydawnictwo

## RYTUAŁY W ŻYCIU SPOŁECZNYM

Praktykowany przez zbiorowość rytuał ma za zadanie zaświadczać o jakiejś istotnej cesze kultury grupowej, a więc komunikować coś poprzez działania kolektywne wobec ludzi należących do danej grupy. Rytuałowi towarzyszą zawsze przypisane mu, konkretne czynności wynikające ze scenariusza, a więc konwencje i zwyczaje zinstytucjonalizowane poprzez społeczne działania. Durkheimowska koncepcja rytuału, odbywanego najczęściej w sferze *sacrum* dla podtrzymania podziału świata ludzkiego na to, co sakralne, i to, co codzienne, zakłada, że istnieją kolektywne reprezentacje grupowych wartości, szczególnie widoczne w społeczeństwach pierwotnych, niezmodyfikowanych<sup>9</sup>. Rytuał, jako rutynowo odbywane działania, informuje o istotnych wartościach, a jednocześnie potwierdza przynależność uczestniczących w nim jednostek do danej grupy. Koncepcja ta doczekała się wielu interpretacji w kontekstach instytucjonalnych; dotyczyły one tworzenia odrębnych kultur grupowych, działania rytualnego jako istoty samego rytuału, działania mediów czy zaangażowania poszczególnych jednostek w zachowania grupowe<sup>10</sup>. Zachowaniom tym często towarzyszą aktywności wykraczające poza sferę sakralną, związane z uatrakcyjnianiem działania kolektywnego i podkreślające istotność rytualnego postępowania dla społeczności: stosowanie podniosłego i odmiennego od codziennego języka, wybieranie szczególnych miejsc do odbywania rytuału, a także wystroju takiego miejsca oraz oprawy dźwiękowej w postaci recytacji, zaśpiewów, pieśni czy gry na instrumentach.

Muzyczny charakter rytualnego działania jest mocno zakorzeniony w tradycji związanej z religią – prawdopodobnie nie ma usystematyzowanych religijnych wierzeń, w których ilustracja muzyczna nie odgrywałaby dużej roli. Wzmacnia ona wrażenie obcowania z *sacrum*, wyraża emocje, ale też – co chyba w interesującej mnie perspektywie najważniejsze – manifestuje współobecność ludzi podczas ceremonii, dlatego towarzyszą jej często wspólnotowe tańce czy wykonywane przez wszystkich uczestników ceremonii skoordynowane ruchy. Wspólny śpiew i fizyczna współobecność mają funkcje integrujące, estetyczne, ekсклюzyjne

---

Naukowe „Scholar”, Warszawa 2013; D. Brzostek, *Nasłuchiwanie hałasu. Audioantropologia między ekspresją a doświadczeniem*, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2014; M. Jeziński, *Mitologie muzyki popularnej*, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2014; M. Torzecki, *Okladki płyt. Rzecz o wizualnym uniwersum albumów muzycznych*, Instytut Kultury Popularnej, Poznań 2015; K. Gajda, *Szarpidruty i poeci. Piosenka wobec przemian społecznych i kulturowych ostatnich dekad*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2017; *Nowe słowa w piosence. Źródła. Rozlewiska*, red. M. Bzdzyńska-Lazarewicz, K. Gajda, Instytut Kultury Popularnej, Poznań 2017; M. Jeziński, *Muzyka popularna i jej odbiorcy w poszukiwaniu autorytetu*, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2017; *Chodząc w ich butach... Depeche Mode – muzyka, zjawisko, recepcja*, red. M. Jurzysta, M. Pranke, P. Tański, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2017; *Sposoby słuchania*, red. T. Misiak, M. Olejniczak, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie, Konin 2017; „Głowa mówi...”. *Polski rock lat 80.*, red. M. Jeziński, M. Pranke, P. Tański, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2018; M. Kurkiewicz, *Dźwięki w słowach, słowa na tle dźwięków. O korelacjach akustyczno-tekstowych w literaturze i muzyce*, Wydawnictwo UKW, Bydgoszcz 2019; *Oblicza muzycznej praxis: debaty, terytoria, reduty nadziei i oporu*, red. A. Białkowski, WJ. Burszta, Wydawnictwo Naukowe „Katedra”, Gdańsk 2020; J. Macała, *Tylko ziemia się nie zmienia. Wyobrażenia geopolityczne w polskiej muzyce popularnej po 1989 roku*, FNCE, Poznań 2020; *Muzyczny rok 1969. Kultura rocka 4*, red. M. Jeziński, W. Kuligowski, M. Pranke, P. Tański, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2021; P. Tański, *Głosy i performanse tekstów. Literatura – piosenki – ciało*, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2021.

9 É. Durkheim, *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*, tłum. A. Zadrożyńska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010; zob. też V. Turner, *The Forest of Symbols: Aspects of Ndembu Rituals*, Cornell University Press, Ithaca 1970.

10 F. Bowie, *Antropologia religii. Wprowadzenie*, tłum. K. Pawluś, Wydawnictwo UJ, Kraków 2009.

i deklaracyjne: członkowie społeczności są razem, kolektywnie przeżywają działania i współdzielą przestrzeń przynależną do sfery *sacrum*.

Komunikacyjna koncepcja rytuału wydaje się ważna także z punktu widzenia muzyki popularnej – rytuał jest tym elementem działania społecznego, który ma za zadanie przekazać określone przez nadawcę treści, istotne dla grupy będącej odbiorcą działania rytualnego. Ma to związek z jego zakorzeniem w społecznym podłożu, pozwalającym na rozpoznanie istotności symboli i ich komunikacyjnego charakteru. Stanley J. Tambiah, pisząc o komunikacyjnym wymiarze rytuału, widzi w nim „kulturowo skonstruowany system symbolicznej komunikacji. Składa się on z ułożonych we wzory sekwencji słów i działań, często wyrażanych przy użyciu wielorakich środków, których zawartość i ustawienie charakteryzują się różnym stopniem formalności, stereotypowości, kondensacji, łączenia elementów i redundancji”<sup>11</sup>. Jest to zachowanie, które Tambiah dookreśla jako konwencjonalne, sztywne oraz powtarzalne, co oznacza społeczne osadzenie działania rytualnego – jest ono bowiem uznawane za istotne przez członków danej kultury grupowej<sup>12</sup>.

Rytuał, jako aktywność o charakterze przede wszystkim performatywnym, zawsze cechuje się pewną dynamiką, która wynika z jego funkcji oraz ról przypisanych poszczególnym wykonawcom czynności zawartych w ceremoniach. Rozpisane szczegółowo role mają znaczenie funkcjonalne, ale przede wszystkim są uobecnieniem i potwierdzeniem wartości społecznych wyrażanych w działaniach rytualnych, niezależnie od ich formuły i społecznego sektora, którego dotyczą. Mimo że rytuały cechują się pewną powtarzalnością, sztywnością i niezmiennością, oddającą stałość i trwałość kultury, w której są praktykowane<sup>13</sup>, to ich dynamiczny charakter pozwala na używanie różnorodnych, akceptowalnych społecznie konwencji do łączenia elementów, które – traktowane synkretycznie – stają się istotnym czynnikiem dynamiki grupowej.

## RYTUALNOŚĆ I ROCK

Do najważniejszych aspektów tak rozumianej rytualności w świecie muzyki rockowej należą: (1) podkreślanie szczególnej roli idola, a więc roli wizerunkowej, jaką odgrywa artysta wobec całości społeczeństwa; (2) nakreślanie relatywnie wyrazistych granic między grupami (my – oni, męskie – żeńskie), co związane jest z integracją wewnątrzgrupową przyjmującą niekiedy postać silnego konfliktu, na przykład międzypokoleniowego; (3) wyrażanie/ekspresja wartości grupowych i potwierdzanie uczestnictwa jednostek w grupie, często powiązanej z grupą subkulturową – będące działaniami integracyjnymi, stąd wysoce cenniona wspólnotowość; (4) zestandaryzowane wzorce działania opierające się na relacjach grupowych i jasno określonych rolach w układzie komunikacyjnym

11 S.J. Tambiah, *Culture, Thought, and Social Action. An Anthropological Perspective*, Harvard University Press, Cambridge, MA – London 1985, s. 119. Jeśli nie zaznaczono inaczej, cytaty w tłumaczeniu autora artykułu.

12 Tamże, s. 128.

13 C. Bell, *Ritual Theory, Ritual Practice*, Oxford University Press, Oxford–New York 2009; F. Bowie, *Antropologia religii...*, dz. cyt.

artysta – publiczność; (5) prezentacja sztuki tworzonej przez artystę zarówno jako produktu rynkowego (płyta, nagrania, działania promocyjne), jak i formy scenicznej (koncert), oparta na skonwencjonalizowanych sekwencyjnych scenariuszach; (6) akt twórczy zakładający autorską wypowiedź i autentyczność; (7) kontekstowe funkcjonowanie artystów w systemie kulturowym – wraz ze związanymi z tym systemem oczekiwaniami społecznymi; (8) szczególna relacja artystów z mediami masowymi, definiującymi ich jako twórców i twory kultury popularnej.

Składniki te dookreślają silne zrytualizowanie rockowej stylizacji wizerunkowej – założyć można, że dzieje się tak w większości przypadków. Są one jednocześnie platformą funkcjonowania artystów rockowych, na której rozwijana jest mitologia danego wykonawcy. Może ona obejmować wiele wątków wynikających z kreacji wizerunkowej i jej przemian. Podobnie jak mitologia tworzona dla celów religijnych mitologie związane ze sztuką są strukturami wielowątkowymi, złożonymi i – co istotne – mają charakter dynamiczny, a więc są elastycznie dostosowywane do zmieniających się warunków rynkowych<sup>14</sup>. Artyści i grane przez nich role wizerunkowe z reguły są odpowiedzią na pewne zapotrzebowanie społeczne. Odpowiedź ta ma charakter artystyczny – ich działania realizowane są na polu sztuki, nawet jeśli jest to kultura popularna – ale też rynkowy, albowiem twórczość tę interpretować można jako uprawianie pewnego zawodu, który ma przynosić dochody i pozostaje działalnością ekonomiczną. Co zrozumiałe, obie te sfery są od siebie zależne i definiują działalność twórczą. Występy przed publicznością, nagrywanie piosenek, działania promocyjne są częściami granej roli, funkcjonalnie i strukturalnie wpisującej się w strategię przemysłu kulturowego.

W kontekście rockowych rytuałów można więc mówić o graniu przez artystów rockowych specyficznych ról, określonych przez warunki kulturowe, w jakich dany muzyk działa. Rytuał, także ten rozgrywający się w świecie muzycznym, jest zakorzeniony w relacjach społecznych i ma funkcjonalne uzasadnienie. Wykonawca buduje własną mitologię, która zasadniczo zależna jest od kontekstów i wartości dominujących w danym społeczeństwie. Przekaz artystyczny zazwyczaj zgodny jest w tym ujęciu z wartościami grupowymi, które zbiorowość wyraża poprzez sztukę. Dzieje się tak niezależnie od kreacji wizerunkowej artysty i sposobu grania przezeń roli, która jest jego wizerunkową dominantą. Zasada rynkowego popytu i podaży w odniesieniu do tej sfery ma specyficzny charakter, działania artystyczne przebiegają bowiem w specjalnych warunkach i zaspokajają specyficzne potrzeby, jednak planowanie kariery artystycznej i jej przebieg zgodne są z wymogami rynkowego funkcjonowania<sup>15</sup>. Rytualizacja aktywności artystycznych to przede wszystkim działanie według zaplanowanego scenariusza, schematu definiującego rytuał. Tworzona przez artystę domena mitologiczna jest niejako wzmocnieniem rytualnej sfery przekazu artystycznego, a jednocześnie ma za zadanie legitymizację pozycji rynkowej tego wykonawcy.

<sup>14</sup> M. Jeziński, *Mitologie muzyki popularnej*, dz. cyt.

<sup>15</sup> Tamże.

Muzycy i tworzona przez nich sztuka są manifestacją wartości istotnych dla grup ludzkich. Powoduje to niejednokrotnie uwikłanie artysty w ruchy subkulturowe, których członkowie postrzegają wykonawcę jako specyficznego adwokata wartości w istotny sposób definiujących grupowe działania<sup>16</sup>. Szczególnym przypadkiem są sytuacje, w których popularne zespoły młodzieżowe wyrastają z ruchów subkulturowych, jednocześnie definiując wartości samego ruchu. Przykłady brytyjskiej subkultury *mods* i zespołów The Who, The Action, John's Children i Small Faces, kontrkultury hipisowskiej i grup takich, jak Strawberry Alarm Clock, Grateful Dead, Ultimate Spinach, 13th Floor Elevators, Kaleidoscope, czy też przypadki kontrkultury punk i zespołów brytyjskich Crass, The Clash, The Exploited, Discharge oraz polskich Deuter, Dezerter, WC, TZN Xenna unaoczniają, że relacje takie mogą mieć charakter bezpośredni i jednocześnie korzystny dla obu stron. Artysta, manifestując swoją przynależność do ruchu młodzieżowego, promuje jego idee poprzez media, a jednocześnie pracuje na rzecz zwiększenia własnej rozpoznawalności, wchodząc w sferę działań promocyjnych typowych dla komercyjnie zorientowanego rynku – niezależnie od ideologicznej postawy deklarowanej przez samych muzyków.

Przynależność subkulturowa jest poddana silnemu zrytualizowaniu, na co wskazują przykłady subkulturowej konsumpcji muzyki popularnej. Badania nad ruchami młodzieżowymi w Wielkiej Brytanii i Polsce pokazują, że muzyka była zawsze istotnym czynnikiem definiującym tożsamość grup kulturowych; oprócz funkcji estetycznej i rozrywkowej ma ona charakter przede wszystkim identyfikacyjny i integracyjny<sup>17</sup>. Bywa tłem dla wspólnotowych rytuałów wzmacniających poczucie grupowej więzi, co jest podstawą tworzenia się fandomów, a więc zazwyczaj nieformalnych lub rzadziej sformalizowanych grup skupiających zwolenników pewnych idei, powiązanych stylem życia lub upodobaniami estetycznymi<sup>18</sup>. Przykładem mogą być funkcjonujące w latach osiemdziesiątych w PRL-u nie tylko grupy subkulturowe, ale także tworzone samorzutnie fankluby zrzeszające sympatyków popularnych wykonawców. Zespoły takie jak Republika, Lady Pank, TSA, Maanam czy Perfect otoczone były grupami wielbicieleli, którzy manifestowali swoją sympatię poprzez przynależność do fanklubów, noszenie na ubraniach specyficznych identyfikatorów (przyпинki, znaczki), kupowanie gadżetów czy głosowanie na piosenki danego wykonawcy na listach przebojów (w telewizji i radiu). Przynależność subkulturowa oznacza przede wszystkim uwspólnienie (w znaczeniu zaproponowanym przez Ralfa Lintona<sup>19</sup>)

16 D. Hebdige, *The meaning of Mod*, [w:] *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-war Britain*, red. S. Hall, T. Jefferson, Routledge, London–New York 2003; J. Clarke, *Style*, [w:] *Resistance Through Rituals...*, dz. cyt.

17 J. Clarke, S. Hall, T. Jefferson, B. Roberts, *Subcultures, cultures and class: A theoretical overview*, [w:] *Resistance Through Rituals...*, dz. cyt.; J. Wertenstein-Zuławski, *Karnawał szarych ludzi: Jarocin '80–86*, [w:] *Spontaniczna kultura młodzieżowa. Wybrane zjawiska*, red. J. Wertenstein-Zuławski, M. Pęczak, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1991; M. Jeziński, *W pogoni za nostalgicznym mitem rockowego boomu. Festiwal Muzyków Rockowych w Jarocinie jako miejsce pamięci*, „Athenaeum. Polskie Studia Polilogiczne” 57/2018.

18 P. Theberge, *Everyday fandom: Fan clubs, blogging, and the quotidian rhythms of the Internet*, „Canadian Journal of Communication” 4(30)/2005; M.D. Kibby, *Home on the page: A virtual place of music community*, „Popular Music” 1(19)/2000.

19 R. Linton, *The Study of Man: An Introduction*, Appleton-Century-Crofts, New York 1936.



pewnych kodów charakterystycznych dla danej grupy i ich akceptację jako czynnika stanowiącego o unikalności danej grupy. Rolę tę w kontekstach subkulturowych odgrywała muzyka rockowa: popularni muzycy stawali się wyrazicielami wartości, a teksty piosenek nadawanych w mediach były istotnymi elementami kształtującymi, przynajmniej do pewnego stopnia, tożsamość grupową młodzieży. Tak działo się z utworami *Biała flaga* Republiki, *Dorośle dzieci* Turbo, *Przeżyj to sam* Lombardu, *To tylko tango* Maanamu czy *Autobiografią* zespołu Perfect, będącą najbardziej wyrazistym przypadkiem w polskiej muzyce popularnej lat osiemdziesiątych.

Było to typowe dla tradycyjnie rozumianych subkultur, a więc takich, które istniały przed dominacją mediów internetowych. Co istotne, w ciągu ostatnich dwóch dekad zaczęły rozwijać się kultury grupowe o charakterze postsubkulturowym, jak na przykład postsubkultura hipsterska, dla której muzyka nie jest już czynnikiem definiującym istotne wartości grupowe, tylko jednym z elementów patchworkowej struktury rekonstruowanej dowolnie przez uczestników grup kulturowych<sup>20</sup>. Tradycyjnie rozumiana subkultura posługiwała się na ogół kodem binarnym w zakresie upodobań i wyborów estetycznych (można lubić albo zespół X, albo Y; zazwyczaj fani Republiki nie znajdowali wspólnego języka z miłośnikami TSA), podczas gdy grupy postsubkulturowe, funkcjonujące w świecie internetu 2.0, korzystają z medium internetowego. Tak więc nie są istotne style muzyczne oparte na ściśle wyodrębnionych wyborach estetycznych i definiowane na zasadach radykalnej ekskluzji, ale playlisty, często generowane przez algorytmy uzależnione od tagów przypisanych poszczególnym piosenkom. Muzyka traci w ten sposób znaczenie ideologiczne i potencjał kreowania wyznaczników tożsamościowych i staje się jedynie tłem dla czynności podejmowanych przez uczestników kultury grupowej. Muzyka rockowa przestaje tym samym pełnić funkcje grupotwórcze, nie pozwala na emocjonalną identyfikację i nie jest już wyznacznikiem tożsamości jednostki. W postsubkulturowym świecie stała się elementem o wartości użytkowej, pełniącym funkcje estetyczne i rozrywkowe, dodajmy: jednym z elementów, niestanowiącym przy tym najistotniejszego wyznacznika kształtowania grup ludzkich. Rytuałem w tym kontekście staje się sam fakt odtwarzania i dzielenia się tagami z innymi członkami grup, a nie – jak w poprzednich dekadach – ideologiczna interpretacja treści przekazywanych przez muzyków w twórczości, co sprowadza muzykę do funkcji rozrywkowej i estetycznej.

Zauważmy bowiem, że rock w swej dojrzałej formie był i jest nadal muzyką buntu, co oznacza, że zazwyczaj wyrażał i wyraża pewne wartości budowane na zasadzie opozycji idol-muzyk – reszta społeczeństwa, przy czym idolem jest szczególnie utalentowana, charyzmatyczna jednostka. Zakładam w związku z tym, że najistotniejszym aspektem rytualizmu w świecie rocka jest kreacja

20 A. Bennett, *Virtual subculture? Youth, identity and the Internet*, [w:] *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*, red. A. Bennett, K. Kahn-Harris, Palgrave Macmillan, New York 2004; M.D. Kibby, *Home on the page...*, dz. cyt.; M. Jeziński, L. Wojtkowski, *Hipsterzy jako post-wspólnota cyfrowa. Uwagi o post-kulturowym internetowym folklorze*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2(32)/2017.

wizerunkowa artysty, a pozostałe wymienione aspekty są jej korelatami. Rock to przestrzeń rytualizacji zasadzającej się na tworzeniu napięcia między jednostką a masami – słuchaczami. Relacja ta opiera się na możliwości wyrażania tego, co istotne dla grupy ludzkiej, i grania roli wobec innych uczestników kultury grupowej. Wspólnotowy charakter rocka jest jednym z jego najistotniejszych aspektów w kontekście rytualnych zachowań. Rytuał rockowy, podobnie jak rytuał religijny, ma dawać uczestnikom poczucie integracji i być manifestacją grupowych wartości. Rozmowy o muzyce podczas nieformalnych spotkań towarzyskich, wspólne słuchanie nagrań, płyt, audycji radiowych czy wreszcie grupowe uczestnictwo w koncertach są aktywnościami grup ludzkich wpisującymi się w rytualne zachowania. Koncerty są z tego punktu widzenia najważniejszym i najbardziej zbliżonym do rytuałów religijnych elementem działania, niezależnie od tego, gdzie się odbywają. Wspólnota przeżycia głośnego przekazu zawartego w utworach rockowych, ekspresja sceniczna i oświetlenie to oddziaływanie na kilka zmysłów jednocześnie. Ten sensualny charakter rockowego rytuału jest szczególnie godny podkreślenia, spełnia bowiem najważniejsze zadania, jakie rytuał ma wobec społeczności, a są to: integracja grupy wokół wyznawanych wartości i innych uczestników, ekspresja i manifestacja owych wartości oraz deklaracja przynależności do danej grupy. Uczestnicząc w muzycznych rytuałach, jednostka potwierdza swoją obecność w zbiorowości i deklaruje, że akceptuje wartości grupowe i może je publicznie głosić (taką funkcję mają elementy identyfikacyjne odzieży noszonej przez zwolenników jakiegoś artysty).

Wydaje się, że najwymowniejszym przykładem rockowej wspólnotowości opartej na rytualnym zachowaniu wielkiej masy młodych ludzi był The Woodstock Music and Art Fair (Woodstock Festival) – festiwal muzyczny zorganizowany w sierpniu 1969 roku w niewielkiej miejscowości Bethel. Jego oddziaływanie nazwać można grupotwórczym i jednocześnie mitotwórczym – amerykańska kontrkultura hipisowska znalazła wówczas najepełniejszy wyraz, tworząc swą mitologię ery hipisowskiej, a wielu wykonawców stało się dzięki temu wydarzeniu gwiazdami przemysłu muzycznego. Po występie na wspomnianym festiwalu tacy artyści i zespoły jak Joe Cooker, Ten Years After, Sly and the Family Stone czy Carlos Santana zyskali miano atrakcji koncertowych, co wzmocnione zostało przez film dokumentalny Michaela Wadleigha *Woodstock* (1970). Interesujące jest, że najlepiej zapamiętani i kojarzeni z wydarzeniem byli twórcy, którzy zostali sportretowani w filmie, okazał się on z tej perspektywy jednym z najważniejszych czynników kształtujących mitologię tego wydarzenia. Można założyć, że film Wadleigha nadał sakralny status festiwalowi (który był wszak jedną z wielu imprez odbywających się w tamtym okresie) i przeniósł go w sferę symbolicznego oddziaływania na publiczność, zwłaszcza tę jej część, która nie miała okazji uczestniczyć w wydarzeniu (tak funkcjonował chociażby w PRL-u). Mówiąc o filmie *Woodstock*, Pete Townshend z The Who zaznaczył: „Wejście filmu na ekrany nadało szczególnie, mityczny status wszystkim występującym. [...] Pozostałym film pozwolił się poczuć, jakby tam byli. Woodstock [...] tożsamy jest z rewolucją. [...] Pięknie opracowany i zmontowany film Mike’a Wadleigha umieścić

dziedzictwo Woodstock we właściwym kontekście. Autor sprawił, że nawet błoto wyglądało ładnie”<sup>21</sup>.

Festiwal wszedł do kanonu kultury popularnej jako wydarzenie wyjątkowe, jednak z perspektywy czasu widać, że był epizodem wieńczącym epokę dzieci kwiatów. Mitologia Woodstock i Ery Wodnika stała się utopijnym dążeniem do realizacji nowych wartości promowanych przez kontrkulturę hipisowską, stopniowo zawłaszczaną przez media masowe i podlegającą raptownej komodyfikacji i komercjalizacji. Gino Castaldo, opisując popkulturowy efekt festiwalu, stwierdza: „Był to pierwszy, najślawniejszy, uświęcony portret «rockowego ludu», jeszcze zjednoczonego, zwarteo, gotowego przyjąć rock w każdej postaci, w jakiej się wyrażał. Ale to też łabędzi śpiew tego namiętnego ekumenizmu. Jesteśmy u progu lat siedemdziesiątych, niebawem publiczność zacznie się dzielić zgodnie z odmiennymi gustami, opowiadając się za własnym stylem, często przeciwstawnym do innych”<sup>22</sup>.

Castaldo, pisząc z perspektywy czasu, zwraca uwagę na – obecne już na festiwalu w Woodstock – estetyczne zróżnicowanie, jakie cechowało scenę rockową. Warto jednak zauważyć, że film, płyta oraz hasło „Woodstock” stały się marketingowym wehikułem pozwalającym na promocję artystów oraz wydarzeń. Dlatego też pojawiły się plany organizowania kolejnych koncertów w rocznice pierwszego festiwalu – nie wszystkie się odbyły, jednak próby rekonstrukcji były ważnym tematem medialnym, co pokazuje festiwal z 1994 roku. Promowanie go hasłem „drugi Woodstock” było wyraźną próbą monetyzacji mitu wspólnoty hipisowskiej: młodzi ludzie roku 1969 po 25 latach dorosli i mogli na fali promowanej marketingowo nostalgii wprowadzać w świat rockowych rytuałów kolejne pokolenie młodzieży. Woodstock został rozpoznany jako istotne zjawisko kulturowe organizujące świadomość pokolenia końca lat sześćdziesiątych, a w późniejszych dekadach wykorzystywane do kreowania potrzeb marketingowych, bazujące na rytualnej rewitalizacji mitu złotego wieku postrzeganej jako rytuał kalendarzowy. Rytuały takie nie mają na celu podniesienia statusu biorących w nich udział jednostek (jak w rytuałach przejścia), ale – poprzez działania wspólnotowe – restytucję ważnych dla społeczności wydarzeń, uhonorowanie osób, miejsc czy zjawisk kulturowych. Wraz z kolejnymi dekadami Woodstock stał się tym samym jednym z wielu utowarowionych elementów kultury marketingowo zorientowanego kapitalizmu, przeciwko któremu emocjonalnie buntowano się w 1969 roku. Tę samą rolę odgrywają w tym kontekście elementy stroju – w poprzednich dekadach koszulka i znaczek z ulubionym wykonawcą miały totemiczne znaczenie identyfikujące, obecnie mają znaczenie estetyczne i promocyjne – ubrania z motywami i nazwami grup/wykonawców takich jak Nirvana, The Ramones, David Bowie, Pink Floyd czy The Rolling Stones są produkowane i sprzedawane przez sieciowe sklepy odzieżowe, przez co zostały pozbawione oryginalnego przesłania wynikającego z antyestablishmentowego charakteru kultury rockowej.

21 P. Townshend, *Kim jestem*, tłum. J. Sikora, Wydawnictwo „Bukowy Las”, Wrocław 2014, s. 175.

22 G. Castaldo, *Ziemia obiecana. Kultura rocka 1954–1994*, tłum. J. Uszyński, Wydawnictwo Znak, Kraków 1997, s. 180.

**ROCKMANI: BUNTOWNICY – ARTYŚCI ZAANGAŻOWANI – WRAŻLIWCY**

Kultura rocka to kultura buntu wyrastającej ponad przeciętność jednostki, idola, który rzuca wyzwanie społeczeństwu i zastanym regułom działania. Dla rockowego świata ważna jest więc postać charyzmatycznego, uzdolnionego twórcy, jak John Lennon, Elvis Presley, Bob Dylan, Jim Morrison, Mick Jagger, Bob Marley czy James Brown. Wywiedziona z tradycji renesansowej i romantycznej figura artysty – czasem wrażliwego geniusza, czasem gorliwego poplecznika określonej postawy ideowej, a czasem buntownika – jest istotnym aspektem budowania rockowego idiomu. Zarówno działania sceniczne twórców, jak i odbiór tych działań przez publiczność są nastawione na indywidualizm (często skrajny), sprzeciwianie się obowiązującym konwencjom i oryginalność, choć – co zrozumiałe – na scenie rockowej spotkać można różne kreacje wizerunkowe, w których rolę konstytutywną odgrywa przede wszystkim element wizualny (wygląd artysty), a nie ideologiczny. Kreacje te wpisują się zasadniczo w działania przemysłu muzycznego, stając się potwierdzeniem jego skuteczności, przy czym na marginesie przemysłu rozrywkowego cały czas pojawiają się muzycy, których działania twórcze nastawione są na podważanie definicji kultury popularnej opartej na łatwej dostępności, uproszczeniach, masowości i naśladownictwie<sup>23</sup>.

Grane przez artystów i grupy muzyczne role wizerunkowe, o których mowa, są istotnym elementem strukturalno-funkcyjnym kreacji artystycznej oraz przemysłu rozrywkowego, co odnosić się musi do wszystkich segmentów rynku, a więc kultury zarówno centrum, jak i peryferii<sup>24</sup>. Kreacja wizerunku artystycznego będzie tu rozumiana jako część procesu zmierzającego z jednej strony do promowania artysty (działa on na rzecz swojej własnej kariery – zarabiając w taki, a nie inny sposób na życie), a z drugiej do występowania w roli przedstawiciela jakiejś grupy społecznej (działa on wtedy w interesie określonej zbiorowości ludzkiej, z której się wywodzi). Założyć można, że mitologia muzyki popularnej wykreowała role artystyczne uosabiane przez wykonawców muzycznych, z których buntownik, wrażliwy artysta i adwokat postawy / ideolog są najistotniejsze w kontekście rytualizacji działania muzyków rockowych. Role te odzwierciedlają podstawowe napięcia, jakie w relacji artysta – odbiorcy decydują o kształtowaniu całościowo rozumianego przekazu artystycznego. Są to bowiem kwestie eksponowania ponadprzeciętnej wrażliwości twórczej, połączone z kontestacyjnymi postawami wobec społeczeństwa jako całości oraz wyrażaniem programu ideologicznego.

Buntownik to wykonawca konsekwentnie podkreślający swoją niezależność i inność, co wiąże się często ze swoiście pojętą bezkompromisowością w działaniach artystycznych i promocyjnych. Owa inność widoczna jest w zachowaniach wobec mediów i wielbicieli, repertuarze koncertowym, wypowiedziach dla fanów i dziennikarzy oraz stroju. W kreacji tej, podobnie jak w przypadku wizerunku wrażliwego artysty, widać paralele z kreowaniem mitu twórcy w okresie

23 M. Horkheimer, T.W. Adorno, *Dialektyka oświecenia...*, dz. cyt.

24 Zob. M. Jeziński, *Mitologie muzyki popularnej*, dz. cyt., s. 29–30.

romantyzmu. Jej przykłady możemy obserwować u takich twórców, jak: John Lennon, Jim Morrison, Johnny Rotten, Joe Strummer, Czesław Niemen.

Adwokat postawy to rola o konotacjach pozytywistycznych, jednak w odróżnieniu od poprzedniej ma ona wymiar postmodernistyczny, ponieważ pozytywistyczna praca nad zmianą relacji społecznych zostaje zastąpiona działalnością medialną, i to właśnie wykorzystywanie mediów (zwłaszcza nowych mediów) pełni najistotniejszą funkcję w promowaniu ważnej dla działacza-artysty idei. Zestaw tematów, jakie podejmują artyści, jest szeroki i typowy dla społeczeństwa informacyjnego. Są to na przykład: walka o prawa zwierząt, kampanie społeczne przeciw przemocy w rodzinie, promowanie rodzin zastępczych w miejsce tradycyjnych domów dziecka, anoreksja i bulimia jako problemy społeczne, uzależnienie od internetu, prosportowy tryb życia, kampania na rzecz zdrowego odżywiania się, szczególną rolę odgrywa zaś promowanie określonych poglądów politycznych (socjalistycznych, anarchistycznych, liberalnych, konserwatywnych). Przykładem takiego kształtowania scenicznej kreacji są kariery Manu Chao, Chrisa Cutlera, Tima Hodgkinsona, Franca Fabbriego, którzy poprzez swoją twórczość konsekwentnie dawali wyraz silnemu zaangażowaniu ideologicznemu.

Z kolei wrażliwy artysta nastawiony jest na kreowanie własnego wizerunku w nawiązaniu do wzorów romantycznych, w których uczuciowość i sensualność były sposobem na przedstawianie siebie w kategoriach wybrańca naznaczonego swoistym piętnem sztuki. Wykonawca podkreśla swoją wyjątkowość – wrażliwość artystyczna jest tu stygmatem, który ma pokazać szczególne miejsce takiej jednostki w społeczeństwie oraz na rynku komercyjnym. „Gorączka romantyczna”, jako kreacja wizerunkowa z początku XIX wieku, przekłada się na współczesność jako zestaw póz i zachowań mających na celu pokazanie artysty o wrażliwym, uduchowionym, nie do końca przewidywalnym charakterze. Wiąże się to często z konsekwentnym podkreśleniem własnego statusu jako gwiazdy, a więc osoby w kontaktach z mediami i publicznością chimerycznej, kapryśnej, posiadającej zawsze własne, z założenia odmienne zdanie (na różnorodne tematy) niż pozostali. Przykładami tego typu kształtowania wizerunku artystycznego są: Scott Walker, John Zorn, John Lurie, Mike Scott, Matt Johnson, Mark Hollis, Marek Grechuta czy Lech Janerka.

Założyć należy, iż główne mity generowane przez muzykę popularną (zarówno przez komercyjne centrum, jak i przez alternatywne peryferie) bazują na kreacjach wizerunkowych, które determinują zachowania artystów i ich strategie funkcjonowania na rynku muzycznym. Co zrozumiałe, wskazane typy kreacji wizerunkowych nie mogą być traktowane przez muzyków i publiczność jako typy idealne, a współczesny artysta to osoba włączająca do swojej roli wizerunkowej różnorodne składniki. Tym samym wizerunek artystyczny jest najczęściej kreacją eklektyczną, obejmującą elementy wizerunkowe wykorzystywane przez wykonawcę w zależności od kontekstu sytuacyjnego oraz typu publiczności, do której się zwraca. Można także wskazać przykłady wykonawców, którzy przechodzili swoiste przemiany wizerunkowe podczas swojej drogi artystycznej – przykładem może być wokalista pop Elton John, który zaczynał karierę jako niewyróżniający się niczym piosenkarz (od płyty *Empty Sky* i *Elton John do Tumbleweed Connection*),

następnie przeszedł do kreacji wrażliwego artysty (okres od płyty *Madman Across the Water* i *Honky Château* po *Goodbye Yellow Brick Road*), a w końcu zdecydował się na wizerunek ekscentryka, co widać wyraźnie w dalszej części kariery muzyka zwracającego na siebie uwagę mediów nie tyle starannie dobranym repertuarem, ile zachowaniem, strojami i zaskakującymi wypowiedziami dla mediów.

Grupy odbiorców zazwyczaj sakralizują swoich idoli, a przy tym definiują ich na swój użytek, co przypomina działania społeczeństw wobec reprezentujących je zmarłych bohaterów. Co istotne, społeczny charakter kultu bohaterskiego, jak zauważa Stefan Czarnowski, daje grupie moc ciągłego wpływania na kształtowanie atrybutów przypisywanych konkretnemu bohaterowi i redefiniowanie jego cech, roli, biografii w zależności od bieżących potrzeb związanych z życiem zbiorowości<sup>25</sup>. Działanie takie ma istotne konsekwencje, grupa manipuluje bowiem bohaterem w praktyce kulturowej, ten zaś, jako zmarły, nie jest w stanie się temu skutecznie przeciwstawić. Ponadto bywa także, że bohater zostaje podniesiony do rangi boskiej – jego kult nabiera wówczas wyraziście sakralnego charakteru, a on ma ten przywilej, że zachowuje swoją osobowość (sam zaś kult może przetrwać w niezmienionej formie przez wiele kolejnych generacji). Jak podaje Czarnowski, bohatera potęga może wzrastać wraz z upływem czasu, a „zaniedbanie kultu bohatera jest rzeczą niebezpieczną, posiada on bowiem środki, którymi może zmusić ludzi do oddawania mu czci”<sup>26</sup>. Bohater jest bowiem „wcieleniem typu ludzkiego właściwego społeczeństwu, które stworzyło jego legendę. Jest on w samej rzeczy świadkiem uzasadniającym idee istotne dla życia zbiorowego”<sup>27</sup>. Innymi słowy, postać ta – a więc bohater jako konstrukcja społeczna – jest pochodną samego społeczeństwa, które go stworzyło. Uosabiając określone cechy danej grupy, sakralizuje je, bo mówiąc potocznie: jakie jest społeczeństwo, tacy są jego bohaterowie. W ten sposób funkcjonują Elvis Presley, John Lennon, Joe Strummer, Víctor Jara, Jesús de la Rosa Luque, Wiktor Coj czy Jegor Letow – muzycy, którzy osiągnęli artystyczny i częściowo także komercyjny sukces, a jednocześnie personifikowali ważne dla swoich społeczeństw wartości. Presley uosabiał amerykański sen o sukcesie finansowym i przekroczeniu barier klasowych, podobnie Coj w Rosji i Rosa Luque w Hiszpanii stali się twarzami przemian politycznych i społecznych w swoich krajach. Lennon i Jara wcielali w życie mit aktywisty politycznego zaangażowanego w bieżące wydarzenia, a Strummer i Letow wpisywali się w mitologię walczącego z systemem buntownika, stającego przeciwko konserwatywnemu i niepodatnemu na zmiany społeczeństwu. Zmarli bohaterowie są sakralizowani i wykorzystywani przez grupy po to, by kultywować wartości przez nie definiowane i redefiniowane.

Co dla niniejszego studium istotne, rola wizerunkowa uwikłana jest w konteksty rytualne i ma wyraz w konkretnych działaniach artystycznych, w tym kreacjach rockowych – manifestacją takiego właśnie podejścia na scenie będą

25 S. Czarnowski, *Kult bohaterów i jego społeczne podłoże. Święty Patryk, bohater narodowy Irlandii*, [w:] tegoż, *Dziela*, t. 4, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1956, s. 27.

26 Tamże.

27 Tamże, s. 21.

buntownik lub konformista. Idol rockowy czy tylko celebryta – poza celami artystycznymi – ma do spełnienia pewne funkcje wynikające z artystycznego statusu oraz z omawianego bohaterskiego idiomu. Rola ta jest dla rocka atrakcyjna – artysta ma porywać masy, dawać świadectwo wartościom, ale także generować emocje i służyć jako kompensacja dla „moralnej większości”, a więc często staje się kozłem ofiarnym, czego przykładem są zarzuty wobec Adama Nergala Darskiego, lidera blackmetalowej formacji Behemoth, o obrazę uczuć religijnych w drugim dziesięcioleciu XXI wieku. Widzimy, że rock wkracza w sferę liminalną pomiędzy społeczeństwem a grupami niszowymi, stojącymi w opozycji do definiowanego w tradycyjny sposób społecznego układu. Rockman lokuje się na pozycji outsidera, osoby nieuwikłanej w modelowe społeczne relacje i tradycyjnie pojmowane role. Co więcej, takie właśnie funkcje ma pełnić w związku z charakterem swej roli – ma wyróżniać się ze społeczeństwa, stanowić wzór dla młodych czy też może przestrożę, ma być Innym (często na wzór *trickstera*), ale Innym grającym swą rolę w akceptowalny społecznie sposób. Jeśli przekracza pewne granice, może zostać mniej lub bardziej oficjalnie przywołany do porządku. Świadczą o tym przykłady muzyków inwigilowanych przez tajne służby (jak Phil Ochs, Jegor Letow i John Lennon), pozbawionych życia przez reżim polityczny (jak Víctor Jara) czy takich, wobec których konserwatyści wysuwają zarzuty o pogwałcenie obyczajowości moralnej i religijnej (jak w przypadku Jima Morrisona – wydarzenia znane jako „Miami Flash”), propagowanie satanizmu (jak Judas Priest, Iron Maiden, Led Zeppelin, Cradle of Filth, Black Sabbath) lub obrazę uczuć religijnych (jak Adam Darski czy Madonna).

#### UWAGI KOŃCOWE

Praktyki kulturowe tworzące sferę rytualną muzyki rockowej to splot zależnych społecznie i dynamicznych znaczeń. Odnoszą się one do działań na wszystkich poziomach kultury: makro, czyli ogólnospołecznych aspektów, uniwersaliów danej kultury, praktyk na mezopoziomie, a więc wspólnotowości i przeżywania muzyki w grupach tworzących swój własny system wartości, oraz poziomie mikro, czyli jednostkowego podejścia do słuchania, osadzonego na ogół w konkretnej przestrzeni i ograniczonego do pewnego typu wyborów estetycznych typowych dla konkretnej jednostki. Niezależnie od takiego uwarunkowania muzyki obcowanie z nią przebiega często według pewnych scenariuszy i ma zazwyczaj charakter rytualnego podejścia do własnej profesji. Instytucjonalizacja kultury popularnej i jej podporządkowanie wzorcom przemysłu rozrywkowego jest w tym kontekście jednym z czynników, które składają się na swoistą całość, jaką jest kreacja wizerunkowa artysty.

Co istotne, mitologizacja działalności artystycznej z definicji przynależy do sfery związanej z rolą artysty i kreacji scenicznej, w jakiej ten występuje. Artyści przekazują swoim społecznościom treści mitologiczne i utrwalają opowieści o bogach i bohaterach w poezji, sztukach wizualnych, dźwiękach czy na taśmie filmowej. Jednocześnie poddają mitologizacji własne działania – stają się bohaterami opowieści, protagonistami i wyrazicielami historii przez nich samych opowiadanej oraz, co ważniejsze, definiowanej. Ten ostatni wątek jest w perspektywie

niniejszego artykułu niezwykle istotny, bo artysta często podejmuje trud autokreacji mitycznego świata, stawiając siebie w centrum opowieści oraz odgrywając definiowane społecznie i akceptowane przez publiczność rytuały.

## BIBLIOGRAFIA

- Bell, Catherine. *Ritual Theory, Ritual Practice*. Oxford, New York: Oxford University Press, 2009.
- Castaldo, Gino. *Ziemia obiecana. Kultura rocka 1954–1994*. Tłum. Jerzy Uszyński. Kraków: Wydawnictwo Znak, 1997.
- Clarke, John, Stuart Hall, Tony Jefferson, Brian Roberts. „Subcultures, cultures and class: A theoretical overview”. W: *Resistance Through Rituals Youth Subcultures in Post-war Britain*, red. Stuart Hall, Tony Jefferson. London, New York: Routledge, 2003.
- Czarnowski, Stefan. „Kult bohaterów i jego społeczne podłoże. Święty Patryk, bohater narodowy Irlandii”. W: Stefan Czarnowski. *Dzieła*. T. 4. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1956.
- Durkheim, Émile. *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*. Tłum. Anna Zadrożyńska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
- Frith, Simon. *Sceniczne rytuały. O wartości muzyki popularnej*. Tłum. Marek Król. Kraków: Wydawnictwo UJ, 2011.
- Hebdige, Dick. „The meaning of Mod”. W: *Resistance Through Rituals Youth Subcultures in Post-war Britain*, red. Stuart Hall, Tony Jefferson. London, New York: Routledge, 2003.
- Horkheimer, Max, Theodor W. Adorno. *Dialektyka oświecenia. Fragmenty filozoficzne*. Tłum. Małgorzata Łukasiewicz, Marek J. Siemek. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2010.
- Jeziński, Marek. *Mitologie muzyki popularnej*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK, 2014.
- Jeziński, Marek. *Muzyka popularna i jej odbiorcy w poszukiwaniu autorytetu*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK, 2017.
- Keltie, Emma. *The Culture Industry and Participatory Audiences*. London: Palgrave Macmillan, 2017.
- Lash, Scott, Celia Lury. *Globalny przemysł kultury. Medializacja rzeczy*. Tłum. Jakub Majmurek, Robert Mitoraj. Kraków: Wydawnictwo UJ, 2011.
- Linton, Ralf. *The Study of Man: An Introduction*. New York: Appleton-Century-Crofts, 1936.
- Reynolds, Simon. „Retromania. Jak popkultura żywi się własną przeszłością”. Tłum. Filip Łobodziński. Warszawa: Kosmos Kosmos, 2018.
- Tambiah, Stanley J. *Culture, Thought, and Social Action. An Anthropological Perspective*. Cambridge, MA, London: Harvard University Press, 1985.
- Townshend, Pete. *Kim jestem*. Tłum. Jacek Sikora. Wrocław: Wydawnictwo „Bukowy Las”, 2014.
- Turner, Victor. *The Forest of Symbols: Aspects of Ndembu Rituals*. Ithaca: Cornell University Press, 1970.

Data wpłynięcia: 17 lutego 2021 r. Data zatwierdzenia do druku: 30 kwietnia 2021 r.



## —

### IDOLS – REBELS – ARTISTS. ON RITUALISM AND ARTISTIC ROLES IN ROCK MUSIC

This article discusses the rituality of rock music and stage images adopted by rock artists as an element of the anthropology of popular culture. Rituality in this music genre emerges at the interface between a performer and the audience, and is manifested through image strategies adopted by artists as an essential aspect of their offer in the music market. This issue proved to be particularly evident in the last decades of the 20th century, when rock became a dominant genre in popular music: the marketing offer aimed at young people was frequently accompanied by social and aesthetic values, allowing audiences to perceive this music as a manifestation of ideas typical of the young generation, placed in opposition to older generations. Rock ethos is often a culture of rebellion where an individual – in this case a rock idol – rises above mediocrity. The mythology of popular music has created several artistic images of which the roles of ‘a rebel’, ‘a sensitive artist’, and ‘an attitude advocate/ideologue’ are the most significant for rock musicians’ activities and their ritualisation. The rituals accompanying rock music perform numerous functions such as the expression of artistic values, the aesthetic function, communication, group integration, identification, and finally, the satisfaction of the need to be part of a group.

**SŁOWA KLUCZOWE:** rytualność, *rock music studies*, wizerunek artystyczny, kultura popularna, muzyka rockowa

**KEY WORDS:** rituality, *rock music studies*, artistic image, popular culture, rock music