

<http://dx.doi.org/10.16926/em.2025.20.01>

Jakub KASPERSKI

<https://orcid.org/0000-0003-1495-0421>

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

e-mail: jakub.kasperski@amu.edu.pl

Elementy chwytliwe (*hooks*) w muzyce popularnej. W stronę muzykologicznej teorii przebojów muzycznych

Anglojęzyczne tłumaczenie niniejszego tekstu zostało opublikowane w tym tomie:

<http://dx.doi.org/10.16926/em.2025.20.02>

Jak cytować [how to cite]: J. Kasperski, *Elementy chwytliwe (hooks) w muzyce popularnej. W stronę muzykologicznej teorii przebojów muzycznych*, „Edukacja Muzyczna” 2025, t. 20, s. 21–46, <http://dx.doi.org/10.16926/em.2025.20.01>.

Streszczenie

Teoria przeboju jest niezwykle intrygującym zagadnieniem badawczym. W muzykologii krajów zachodnich ma już za sobą historię i swoisty kanon tekstów oraz metodologii, które w Polsce nie doczekały się – jak dotąd – szerszego rezonansu. Autor omawia i przybliża dwa najważniejsze – jego zdaniem – teksty, które pomagają wyjaśnić aspekty muzyczne przebojów. W najwcześniejszych rozważaniach teoretycznych na temat muzyki popularnej, autorstwa Theodora W. Adorno, analizowana jest konstrukcja przeboju pop oraz mechanizmy jego lansowania przez przemysł muzyczny i wpływania na słuchacza. Z kolei tekst dotyczący elementów chwytliwych (*hooks*) Gary’ego Burnsa z 1987 r. stanowi kamień milowy, jeśli chodzi o próbę odpowiedzi na pytanie, co w sensie muzycznym i pozamuzycznym sprawia, że dany utwór staje się przebojem. Autor, nawiązując do

Data zgłoszenia: 23.12.2024

Data wysłania/zwrotu recenzji 1: 2.04.2025/10.04.2025

Data wysłania/zwrotu recenzji 2: 2.04.2025/14.04.2025

Data wysłania/zwrotu recenzji 3: 16.04.2025/18.04.2025

Data akceptacji: 7.09.2025

obu omówionych tu tekstów, analizuje szczegółowo dwa przykłady przebojów muzycznych pochodzących z XXI w. – z USA i Polski.

Słowa kluczowe: *hook*, elementy chwytliwe, Adorno, przebój muzyczny, pop, środki wyrazu muzycznego, Gary Burns, The Black Eyed Peas, Smolasty, Doda.

Wprowadzenie

Dlaczego jakaś piosenka staje się popularnym hitem? Dlaczego cieszy się powodzeniem wśród odbiorców i króluje przez wiele tygodni na listach przebojów? Krytycy i producenci muzyczni, badacze muzyki i kultury, socjologowie i psychologowie, ale też i zwykli słuchacze, zadają sobie niejednokrotnie tego typu pytanie. Odpowiedź nie należy do najprostszych, a co więcej, wydaje się dziś oczywisty fakt, że z naukowego punktu widzenia na te pytania nie jest w stanie odpowiedzieć wyłącznie jedna dyscyplina. O sukcesie komercyjnym danej piosenki decyduje bowiem nie tylko sama muzyka, ale wiele czynników pozamuzycznych, a nawet w ogóle pozaartystycznych. W obrębie studiów nad muzyką popularną teoria przeboju ma zatem charakter interdyscyplinarny. Badanie przebojów sytuuje się w gruncie rzeczy między psychologią i socjologią (próbującymi wytłumaczyć atrakcyjność artysty i jego piosenki dla odbiorcy/odbiorców oraz masowy charakter zjawiska) a naukami o sztuce (muzykologią, literaturoznawstwem, teatrologią, kulturoznawstwem, filmoznawstwem itd.) i ekonomią. Nauki o sztuce badają właściwości artystyczne poszczególnych składowych artefaktu (muzyki, słowa, obrazu, wykonania itd.), ale również intermedialność muzyki popularnej, a więc związki i wewnętrzne relacje muzyki ze słowem, z elementami performatywnymi oraz aspektami wizualnymi (występu, wydawnictwa płytowego, *image'u* artysty, wideoklipu itp.). Ekonomia natomiast analizuje piosenkę popularną jako produkt rynkowy, mający odnieść sukces komercyjny, może więc badać proces produkcji, promocji i marketingu, formy sprzedaży, popyt, podaż itp.

Pomimo intermedialności i wielokodowości muzyki popularnej pozostaje ona jednak prymarnie zjawiskiem muzycznym. Z tego też względu w artykule skoncentruję się głównie na aspekcie audialnym przeboju, a co za tym idzie – skupię się na roli i metodach badań przebojów w muzykologii, mając przy tym świadomość, że w ten sposób istotę przeboju można wyjaśnić jedynie częściowo. Jest to tym samym aluzja do pracy *The Production of Success: An Anti-Musicology of the Pop Song* Antoina Henniona, który w tekście z 1983 r. wyrażał podobnie sceptyczny pogląd, iż zbyt wiele czynników pozamuzycznych decyduje o popularności i sukcesie komercyjnym danej piosenki¹. Analiza warstwy mu-

¹ A. Hennion, *The Production of Success. The Antimusicology of the Pop Song*, [w:] *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*, red. S. Frith, A. Goodwin Pantheon Books, New York 1990, s. 185–206.

zycznej tłumaczy więc jedynie skrawek rzeczywistości, naświetla wyłącznie fragment skomplikowanego fenomenu. Pierwiastek muzyczny jest jednak w większości przypadków kluczowy, często pierwotny dla całego procesu twórczego i cementujący produkt kulturowy, jakim jest piosenka popowa².

W niniejszym artykule chciałbym się przyjrzeć w szczególności koncepcji elementów chwytliwych (*hooks*)³, w zasadzie już od samego zarania muzyki popularnej silnie związanej z praktyką tworzenia piosenek, a eksploatowanej do dziś⁴.

² Do najważniejszych klasycznych już wręcz tekstów zajmujących się tym zagadnieniem można zaliczyć m.in.: T.W. Adorno, G. Simpson, *O muzyce popularnej*, tłum. J. Kasperski, „Res Facta Nova” 2015, nr 16 (25), s. 75–98; G. Burns, *A Typology of 'Hooks' in Popular Records*, „Popular Music” 1987, vol. 6, no. 1, s. 1–20; A. Hennion, op. cit.; R.A. Peterson, D.G. Berger, *Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music*, „American Sociological Review” 1975 (april), nr 40, s. 158–173, [https://doi.org/DOI: 10.2307/2094343]; P. Tagg, B. Clarida, *Ten Little Title Tunes. Towards a Musicology of Mass Media*, The Mass Media Music Scholar's Press, New York – Montreal 2003; *Song Interpretation in 21st-Century Pop Music*, red. R. von Appen, A. Doebling, D. Helms, A. Moore, Ashgate, London 2015, [DOI: 10.4324/9781315609881].

³ Niezwykle ciekawa jest kwestia polskiego nazewnictwa i prób przetłumaczenia tego anglojęzycznego terminu. Polscy badacze, którzy w mniejszym lub większym stopniu odwoływali się do zjawiska *hook* w swoich tekstach, póki co nie wypracowali wspólnego stanowiska odnośnie do jednej obowiązującej nazwy. Wynika to zapewne z jeszcze ciągle dość słabej znajomości tego fenomenu w Polsce i niewielkiej o nim dyskusji. W *Encyklopedii muzyki* Chodkowskiego „żargonowy” *hook* tłumaczony jest dosłownie jako „haczyk”, a utożsamiany z „tematem” i „schlagwortem” piosenki (hasło: *Pieśń masowa*, [w:] *Encyklopedia muzyki*, red. A. Chodkowski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995, s. 690). Z kolei Karolina Sikorska, tłumacząc książkę Frédéric Martela *Mainstream. Co podoba się wszystkim na świecie* (Czarna Owca, Warszawa 2011, s. 129), objaśnia *hook* jako „haczyk muzyczny”, który na dodatek musi być *catchy* (chwytliwy). Rafał Szczerbakiewicz z kolei w jednym z tekstów o Elvisie Presleyu (*Uwolnić „soul”, wracając do Memphis*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2023, nr 3 (57), s. 390) nazywa *hook* „sztuczką”; Jakub Kasperski w *Historii muzyki popularnej* – „elementami chwytliwymi” (Wydawnictwo SBM, Warszawa 2019, s. 96), a Przemysław Piłaciński w dysertacji doktorskiej (*nota bene* – chyba najszerszym omówieniu zjawiska *hook* w polskiej literaturze) używa konsekwentnie terminu „chwyt”, uzasadniając gruntownie swój wybór (*Warianty, wersje, covery. Problem tożsamości utworu w muzyce rockowej*, praca doktorska pod kierunkiem prof. M. Żerańskiej-Kominek, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2022, s. 108–118). Paradoksalnie jednak określenie „chwyt” ma już pewne konotacje muzyczne, zwłaszcza gdy mówimy o muzyce gitarowej. Jest to sposób „złapania” lub „trzymania” akordu na gitarze. Pojawiające się więc w tekście tego autora zestawienia, np. „chwyt harmoniczny” lub „chwyt gitarowy”, mogą brzmieć dwuznacznie i być mylące. Z tego też względu, a także za sprawą silnego i jednoznacznego utrwalenia słowa „chwytliwy” w języku polskim w odniesieniu do muzyki pop, oraz niejednorodności ontologicznej zjawiska *hook* w aspektach muzycznych (instrument, melodia, rytm, tempo itp.) i pozamuzycznych (*hook* tekstowy, dramaturgiczny, mikserski itp.), a także jego rozmiaru (pojedyncze pauzy, dźwięki, akordy, motywy i frazy, całe tematy muzyczne itd.), opowiadam się za tłumaczeniem „elementy chwytliwe” i będę je konsekwentnie stosował w prezentowanym tekście.

⁴ Zob. R. Middleton, P. Manuel, *Popular music*, [w:] *Oxford Music Online*; źródło: <http://www.oxfordmusiconline.com/subscriber/article/grove/music/43179pg1#543179.1> [stan z 15. 08. 2013], [DOI: 1093/gmo/9781561592630.article.43179].

Muzyka popularna, będąc już od kilku dekad pełnoprawnym elementem badań w polskiej humanistyce w ramach prężnie rozwijających się *popular music studies*, *rock studies* czy *song studies*, ciągle nastrocza jednak wielu problemów natury metodologicznej dyscyplinom takim, jak: muzykologia, teoria muzyki czy edukacja muzyczna. Jak bowiem zauważali już ponad trzy dekady temu Richard Middleton i Philip Tagg, brytyjscy pionierzy badań muzyki popularnej, w obrębie nauk o muzyce występuje silne niedopasowanie języka dyscypliny i metod analitycznych, które przez wieki tworzone były do zupełnie innego repertuaru – do muzyki klasycznej, funkcjonującej przede wszystkim w zapisie nutowym i komponowanej na europejskie instrumenty akustyczne, zwłaszcza wchodzące w skład orkiestry symfonicznej⁵. Analizy skoncentrowane były na formie muzycznej, relacjach tonalnych poszczególnych współczynników dzieła, harmonice, melodyce i rytmice. Metody te mają jednak niewielkie zastosowanie w odniesieniu do muzyki popularnej, która od strony formalnej zwykle bazuje na krótkiej i nieskomplikowanej formie piosenki, o budowie zwrotkowej lub zwrotkowo-refrenowej. Pociąga to za sobą liczne uproszczenia, jeśli chodzi o rozwijanie melodyki czy aspektów rytmicznych, nie wspominając już o harmonice, niejednokrotnie zawężonej do zaledwie kilku akordów powtarzanych w obrębie całej kompozycji. Z tej perspektywy muzyka popularna wygląda błado w zestawieniu z muzyką klasyczną. Jednakże, mimo tego, jest obecnie muzyką najczęściej i najchętniej konsumowaną oraz produkowaną przez społeczeństwo, stanowiąc najważniejszy element współczesnego rynku muzycznego, ale też – powiedzmy to śmiało – współczesnej kultury muzycznej. Jak zatem o tej muzyce mówić, jak ją analizować, aby nie popadać w banał, i z pomocą ekspertyzy muzycznej objaśniać jej znaczenie społeczne i rynkowe? W tej sytuacji wspomniana koncepcja elementów chwytliwych wydaje się niezwykle obiecująca, w szczególności zaś w odniesieniu do mainstreamowego popu, zajmującego czołowe miejsca list przebojów i rankingów serwisów streamingowych, a tak często pogardzanego w kręgach akademickich za swoją komercyjność i brak artyzmu. Analityczną przydatność tej koncepcji chciałbym zademonstrować na dwóch wybranych przykładach muzycznych.

Teoria przeboju muzycznego wg Theodora W. Adorna

Nim przejdę bezpośrednio do omawiania koncepcji *hook*, warto sięgnąć do jednego z pierwszych tekstów teoretycznych poświęconych muzyce popularnej,

⁵ Middleton istoty „problemu muzykologii” w stosunku do muzyki popularnej upatruje w zasadzie w trzech kwestiach: ideologii, metodologii i terminologii. Zob. R. Middleton, *Studying Popular Music*, Open University Press, Milton Keynes-Philadelphia 2002, s. 104–108. Por. P. Tagg, *50 Seconds of Television Music. Towards the Analysis of Affect in Popular Music*, The Mass Media Music Scholar's Press, New York 2000, s. 28–32.

tj. artykułu *O muzyce popularnej* z 1941 r. Theodora W. Adorna, tekstu współredagowanego przez Georga Simpsona⁶. Jego autor wśród wielu poruszanych zagadnień zadawał również pytanie, dlaczego dany utwór staje się przebojem i jakie mechanizmy o tym decydują. Ponadto zajął się kwestią konstrukcji samego utworu oraz zagadnieniem odbiorcy. Spostrzeżenia Adorna w wielu aspektach wydają się dziś nadal aktualne i silnie powiązane z ideą *hook* w produkcji przebojów muzycznych.

Jeśli chodzi o strukturę przebojów, Adorno zwracał uwagę na kilka charakterystycznych cech. Po pierwsze, piosenki w muzyce popularnej są standaryzowane, mówiąc inaczej – są szyte według tego samego schematu. Powoływał się tu m.in. na powstały kilka lat przed publikacją swojego artykułu podręcznik Abnera Silvera i Roberta Bruce’a pt. *How to Write and Sell a Song Hit*⁷, gdzie autorzy również wskazywali na fakt, że przeboje muszą być zrobione według pewnego szablonu. Wg Adorna najbardziej znaną zasadą jest to, że refren składa się z 32 taktów i że ambitus melodii zwykle zamyka się w obrębie oktawy. Również konkretne typy przebojów są standaryzowane, np. taneczne czy sentymentalne. Standaryzowana jest także harmonia – dobór akordów w akompaniamencie ogranicza się bowiem do schematu podstawowych akordów danej tonacji, a ewentualne komplikacje harmoniczne stosowane są bez konsekwencji. Co więcej, „standaryzacja obejmuje cechy od najbardziej ogólnych” (jak forma piosenki) „po najbardziej szczegółowe” (jak choćby drobne detale muzyczne). Adorno zauważał, że standaryzacja detali w piosence jest „ukrywana za fasadą indywidualnych «efektów»”, przez co słuchacz skupia się tylko na wybranych fragmentach utworu, a nie całej kompozycji. Ważne jest również to, by detale zajmowały w utworze muzycznie strategiczną pozycję, najlepiej, aby znajdowały się na początku refrenu lub jego powtórkach, co ma większy wpływ na rozpoznanie detali i ich korzystniejszy odbiór⁸.

Adorno wyrażał pogląd, że standaryzacja jest tak daleko posunięta, iż „niezależnie od tego, jakie odstępstwa się pojawiają, przebój i tak będzie z powrotem prowadził do tego samego znajomego doświadczenia i nic zasadniczo nowego się nie wydarzy”⁹. Wymienione tu cechy wiążą się bowiem ściśle z inną ważną regułą, jaką rządzą się przeboje, mianowicie z aspektem „pseudoindywidualiza-

⁶ T.W. Adorno, G. Simpson, op. cit. W dalszej części tekstu będę przywoływał jedynie nazwisko Adorna, bo to jemu przede wszystkim przypisuje się te koncepcje. Przyjmuje się, że Simpson był asystentem reakcyjnym (*editorial assistant*), który pomagał przetłumaczyć idee niemieckiego socjologa na język amerykańskiej socjologii. Jednakże w niektórych tekstach zwraca się uwagę, iż rola Simpsona była znacznie większa, że miał on istotny wpływ na ostateczny kształt i radykalny język tekstów Adorna. Por. B. Della Torre, *Culture Industry, Subjectivity, and Domination: Adorno and the Radio Project*, „Mediations” 2022, vol. 35, nr 1–2, s. 7.

⁷ S. Abner, B. Robert, *How to Write and Sell a Song Hit*, Prentice Hall, New York 1939, s. 2.

⁸ T.W. Adorno, G. Simpson, op. cit., s. 75–76.

⁹ Ibidem, s. 76.

cji". Adorno definiował ją następująco: „przez pseudoindywidualizację rozumiemy wyposażenie produkcji kultury masowej w otoczkę wolnego wyboru czy wolnego rynku na bazie samej standaryzacji”¹⁰. Paradoksalnie, za „najbardziej radykalny” przykład pseudoindywidualizacji Adorno uznał improwizację jazzową, wskazując, że udają one jedynie oryginalność i spontaniczność, a w rzeczywistości poprzez standaryzację norm i stereotypizację improwizacyjnych detali są już „znormalizowane”. Jak twierdził dalej: „wybór indywidualnych zmian jest tak niewielki, że ustawiczne nawroty do tych samych wariantów są znakiem potwierdzającym identyczność, która się za nimi kryje”¹¹. Mają one też istotne ograniczenia metryczne i harmoniczne, przez co melodia improwizacji opiera się głównie na schematycznym ogrywaniu akordów akompaniamentu.

Adorno dopatrywał przyczyn pseudoindywidualizacji w mechanizmach przemysłu muzycznego, który próbuje na siłę różnicować muzykę popularną na odmienne rodzaje czy style (np. na *swing* czy *sweet music*). Słuchacz – pisze Adorno – „jest w stanie szybko rozróżnić typy muzyki, a nawet grające zespoły, a to wszystko pomimo fundamentalnej jednolitości materiału i ogromnego podobieństwa występów”¹². W dalszej części tekstu autor powracał do kwestii pseudoindywidualizacji, opisując pewien wewnętrznie sprzeczny mechanizm w obrębie przemysłu muzycznego, a mianowicie, że przebój musi zawierać jednocześnie cechy wspólne z innymi przebojami oraz cechy odróżniające go od pozostałych, które sprawiają wrażenie oryginalności¹³.

Adorno uważał, że aby przyciągnąć słuchacza, producenci muzyki popularnej sięgają po najprostsze skojarzenia muzyczne, infantyлизując tym samym zarówno piosenkę, jak i odbiorcę¹⁴. Upodabniają bowiem melodie do dziecięcych rymowanek czy piosenek pochodzących ze szkółek niedzielnych, co niewyrobiony i niewykształcony słuchacz zwykle traktuje jako tzw. muzykę naturalną. Wszelkie nadmierne odstępstwa od niej są nieakceptowane. „Mowa dziecięca” – jak określał ją Adorno – pojawia się zarówno w tekstach piosenek, jak i muzyce, np. poprzez powtarzanie w kółko tych samych sylab i wyrazów, albo krótkich zwrotów melodycznych; poprzez dziecinne żarty, dziecięce formuły z reklam czy celowe błędy mające wywołać efekt komizmu, które są analogiczne do świadomie wprowadzanych błędów muzycznych w harmonizacji, rytmie czy melodii¹⁵.

¹⁰ Ibidem, s. 81.

¹¹ Ibidem.

¹² Ibidem, s. 82.

¹³ Por. ibidem, s. 83.

¹⁴ Trzeba przyznać, że Adorno w swym tekście nie używa wprost słowa „infantyлизacja”, które stało się dość powszechne w latach 50. w kręgu nowojorskich krytyków kultury masowej, *vide* np. D. McDonald, *Teoria kultury masowej*, [w:] *Kultura masowa*, wybór, tłum. i oprac. Cz. Miłoś, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2002.

¹⁵ Por. T.W. Adorno, G. Simpson, *op. cit.*, s. 84-85.

Niemiecki myśliciel zwracał uwagę na to (o czym była już mowa we wstępie), że w kreowaniu hitów sama materia muzyczna nie jest wcale najważniejsza. Przechodził więc do kolejnego ważnego zagadnienia, a mianowicie do sposobów „prezentacji materiału muzycznego”. Adorno uważał, że muzyka popularna jest narzucana słuchaczom głównie za pomocą różnych technik lansowania (z ang. *plugging*). Najstarszym i najprostszym sposobem promocji jest oczywiście możliwie najczęstsze powtarzanie danego utworu. W zasadzie hitem może stać się każda piosenka spełniająca minimalne wymagania, jeśli tylko odpowiednio zaadbają o to związane ze sobą poszczególne tryby przemysłu muzycznego: wydawnictwa, rozgłośnie radiowe i twórcy filmowi¹⁶. Do lansowania wykorzystuje się efekt powabu czy luksusu (z ang. *glamour*). „Naturalnie, świat powabu jest rodzajem widowiska przypominającego strzelnicę, rażące światła cyrku i ogłuszające orkiestry dęte”¹⁷ – pisał Adorno. Do stworzenia takiego efektu wykorzystywani są m.in. współcześni autorowi prezenterzy radiowi, którzy – niczym cyrkowi naganiacze – oszukują słuchaczy, wmawiając im triumfalnym głosem doniosłość i wyjątkowość danej piosenki, choć tych przymiotów, tak naprawdę, wcale ona nie posiada. W proces lansowania zaangażowani są również skorumpowani dziennikarze¹⁸. Popularyzuje się jednak nie tylko dane utwory, ale również konkretnych artystów, style muzyczne czy nowe słownictwo, po to – jak pisał Adorno – by „odmłodzić stary towar przez nadanie mu nowej nazwy”¹⁹. Lansuje się również liderów zespołów, choć często to wcale nie oni są odpowiedzialni za muzykę, słowa czy aranżację²⁰.

Adorno w swoim artykule snuł ponadto refleksję na temat odbiorców muzyki popularnej. Twierdził, że przemysł muzyczny celowo zaniża ich wymagania estetyczne, a ponadto promuje bierne słuchanie, np. poprzez skłanianie odbiorcy do słuchania fragmentów utworu zamiast całości. Nie wymaga od nich wysiłku śledzenia całego przebiegu muzycznego, ale podsuwa gotowe schematy uproszczonej percepcji. Bierność wiąże się z tym, że „podmioty w odniesieniu do muzyki popularnej są pozbawione jakichkolwiek pozostałości wolnej woli i mają skłonności do biernych reakcji na to, co się im przedstawia, oraz do stawiania się jedynie ośrodkami społecznie warunkowanych odruchów”²¹. Adorno podkreślał, że zwykle proces odbioru nie prowadzi do jakiegś głębszej refleksji, lecz ogranicza się do mechanizmu „rozpoznania i akceptacji”²². Reakcja odbiorcy często kończy się na stwierdzeniu: „znam” albo „nie znam”. Rozpoznanie jakiegś piosenki wy-

¹⁶ Ibidem, s. 82–83.

¹⁷ Ibidem, s. 84.

¹⁸ Ibidem, s. 85–86.

¹⁹ Ibidem, s. 85.

²⁰ Ibidem, s. 86.

²¹ Ibidem, s. 96.

²² Ibidem, s. 86.

tworząc coś w rodzaju mechanizmu tożsamościowego – poczucia posiadania utworu na własność, co prowadzi jednocześnie do odczuwania przyjemności i lubienia go²³.

Podsumowując rozważania Adorna, można stwierdzić, że wiele z jego spostrzeżeń dotyczących mechanizmów działania przemysłu muzycznego i zasad tworzenia hitów jest niezwykle trafnych i do dziś nie tracą one na aktualności. I to pomimo tego, iż tekst powstał na przełomie lat 30. i 40. XX wieku, kiedy to muzyka popularna i przemysł muzyczny znacząco różniły się od obecnych realiów. Przemyślenia zawarte w tekście *On Popular Music* mogłyby jednak zyskać więcej i stać się bardziej przydatne we współczesnej humanistyce, gdyby odrzucić ewidentną niechęć i uprzedzenia autora wobec muzyki popularnej, manifestujące się w celowo pejoratywnej retoryce. Przypomnijmy bowiem: Adorno jako kompozytor i krytyk muzyczny był zagorzałym zwolennikiem awangardy muzycznej pierwszej połowy XX w. i odrzucał wszystko to, co nie było z nią związane.

Za ciągle aktualne w jego teorii można by uznać chociażby mechanizm tworzenia przebojów według utartych reguł-standardów, co widoczne jest np. w ciągłym eksploatowaniu w popie formy około trzyminutowej piosenki o zbliżonej konstrukcji, w stosowaniu obiegowych rozwiązań harmonicznch (*vide* fenomen tzw. *four chords song*²⁴) i schematycznym podejściu do kształtowania melodii. Po części słuszny jest również pogląd dotyczący „pseudoindywidualizacji”, choć sam termin należy raczej do krzywdzących, bo sugeruje złe intencje twórców hitów muzycznych, tj. chęć oszukiwania odbiorcy. Z pewnością nie jest to jednak zasadniczy cel, jaki stawiają sobie twórcy muzyki popularnej. Lawirowanie w muzyce między tym, co znane i obiegowe, a tym, co nowe i ekscytujące, należy uznać bowiem za spore wyzwanie. Tym bardziej że branża muzyczna należy do najbardziej konkurencyjnych gałęzi przemysłu kreatywnego, wielu artystów chce żyć z muzyki, ale bardzo trudno jest utrzymać się na rynku. Twórcy popu faktycznie muszą więc trzymać się pewnych sprawdzonych, standardowych formuł, aby nie odrzucać masowego odbiorcy przeładowaniem formy, nieprzystępnymi brzmieniami czy obcością eksperymentów. Jednocześnie jednak ciągle powinni na nowo tego słuchacza zaskakiwać, a do utartych formuł powinni dodawać takie „detale”, „ozdobniki” i „nowinki”, które go zaciekawiają, przyciągną

²³ Por. *ibidem*, s. 85–90.

²⁴ Jest to fenomen tworzenia przebojów muzycznych na bazie sekwencji czterech akordów TDT_{vi}S, choć w okresie popularności stylu doo-wop (lata 40.–60.) dominował szereg TT_{vi}SD. Układ ten znany i praktykowany był już od lat 60., ale najwięcej tego typu przebojów powstało, począwszy od lat 90. Australijski zespół Axis of Awesome spopularyzował nazwę *Four Chord Song* swoim skeczem, opublikowanym również na YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=5pidokakU4I> [10.12.2009]), w którym zaprezentował około 40 słynnych przebojów popowo-rockowych stworzonych według tego schematu harmonicznego.

uwagę i sprawią, że odbiorca dany utwór polubi i go finalnie kupi. Adornowska zasada, że hit musi posiadać cechy upodabniające i zarazem odróżniające go od innych przebojów, jest zatem trafna i ciągle aktualna.

Z podobnym dystansem należałoby podejść do idei „mowy dziecięcej” zaproponowanej przez Adorna. Choć mechanizm „infantyilizacji” do dziś jest powszechnie stosowany i świetnie się sprawdza w popie, to autor krytykujący ten mechanizm nie dostrzega, że bierze się on stąd, iż pop w przeważającej swej części jest muzyką rozrywkową i ma za zadanie po prostu bawić odbiorcę. „Infantyilizacja” piosenki świetnie realizuje ten cel, bo – po pierwsze – dziecięce żarty i wygłupy wykonywane przez dorosłych są z reguły skuteczne, czyli śmieszne, a ponadto odwołują się do okresu dzieciństwa, najmilszego czasu w życiu człowieka, pełnego beztroskich zabaw i uciech, w którym wszystkie aktywności dziecka są formą zabawy. „Mowę dziecięcą” (kolejny termin Adorna o pejoratywnym wydźwięku) można by więc w zasadzie utożsamiać z rozrywką, będącą istotą muzyki popularnej.

Podobnie blichtr, powab czy wrażenie obcowania z luksusem, o których mówił Adorno – są po prostu użytecznymi narzędziami przyciągania odbiorcy. Działają skutecznie zwłaszcza wówczas, gdy codzienne życie słuchacza dalekie jest od splendoru, wygód i zbytku. Obcowanie z takim sztucznym blichтром, projekcją luksusu, przenosi odbiorcę w świat marzeń i fantasmagorii, daje namiastkę wyjątkowości, spełnienia niedostępnych pragnień, pozwalając tym samym uciec od szarej rzeczywistości i trosk życia doczesnego. Choć amerykańska reklama muzyki popularnej i nachalne metody jej promocji w radiu mogły szokować w tamtym czasie Adorna oraz wzbudzać u niego najgorsze skojarzenia z manipulacją Goebelsowskiej propagandy, jakiej doświadczała właśnie jego ojczyzna, to obecnie marketing muzyczny, często w równie ekstremalnej postaci, uznawany jest raczej za normę w przemyśle muzycznym. Bez odpowiedniej promocji, bez zapewniania odbiorcy o wyjątkowości danego produktu, artyście trudno by się było wybić ponad konkurencję. Obecnie w marketingu kulturowym za truizm uznaje się stwierdzenie, że dobra muzyka sama się nie obroni, trzeba ją umieć odpowiednio wypromować i sprzedać.

Koncepcja elementów chwytliwych (*hook*) wg Gary’ego Burnsa

Spostrzeżenia Adorna, zwłaszcza dotyczące standaryzacji, pseudoindywidualizacji i infantyilizacji w przebojach muzycznych, mają swoje analogie i kontynuacje w koncepcji elementów chwytliwych (*hook*). Niezwykle ważnym tekstem przybliżającym to zagadnienie jest wspomniany już artykuł Gary’ego Burnsa pt. *A Typology of ‘Hooks’ in Popular Records* z 1987 r., próbujący zebrać i usystematyzować wiedzę na temat tytułowego fenomenu. *Hook* (z ang. ‘haczyk’ lub ‘pu-

łapka') to rozmaicie rozumiany charakterystyczny muzyczny lub tekstowy „wabik”, „chwyt” czy „haczyk” na słuchacza, mający zatrzymać jego uwagę i sprawić, by polubił dany przebój. Działanie *hooks* kojarzy się z łapaniem kogoś, np. w sieć, w pułapkę, na wędkę, albo uzależnieniem, przypominającym działanie używek. Z tekstu Burnsa wynika, że pojęcie to było w użyciu twórców piosenek (songwriterów) od wielu dekad, jednakże najwięcej rozważań nad tym zagadnieniem pojawiło się na przełomie lat 70. i 80²⁵.

Autor przytacza początkowo przykładowe sposoby rozumienia tego pojęcia w różnych źródłach anglojęzycznych. Według twórców piosenek Ala Kasha i Joela Hirschhorna *hook* jest „podstawą tworzenia piosenek komercyjnych, zwłaszcza przebojów singlowych”. „Może dotyczyć powtarzania jednej lub kilku nut [...] fraz tekstu, całego wersu lub całej strofy”. *Hook* jest tym, „co sprzedajesz”. Może być czymś tak – wydawałoby się – nieistotnym, jak jakieś nonsensowne brzmienia czy zawołania, np. *da doo ron ron* w muzyce doo-wop. Najlepiej, aby zawierał jeden lub kilka następujących elementów: a) porywające do tańca rytmy, b) melodię pozostającą w pamięci słuchacza, c) tekst, który popycha akcję dramatyczną albo definiuje osobę lub miejsce²⁶. *Delson's Dictionary* definiuje z kolei *hook* jako „te części piosenki, czasem tytuł albo fragment tekstu, które są ciągle powtarzane”²⁷, Barbara N. Kuroff – jako „łatwo zapamiętywalną, «chwytliwą» frazę lub linię melodyczną, która jest powtarzana w piosence”²⁸, Roy C. Bennett – jako „element przyciągający uwagę” (z ang. *attention grabber*)²⁹, a Arnold Shaw – jako „atrakcyjną muzyczną sekwencję lub frazę, z [charakterystyczną – przyp. J.K.] harmonią lub brzmieniem, która porywa lub łapie słuchacza”³⁰. Ten ostatni dodaje również, że *hook* jest nieodłącznym elementem każdego przeboju. Na koniec Burns przytacza opinie Boba Monaco i Jamesa Riordana, z których sposobem rozumienia omawianego fenomenu najbardziej się utożsamia. Twierdzą oni, że *hook* to „wyróżniająca się muzyczna lub poetycka fraza, która jest łatwo zapamiętywalna”³¹.

²⁵ G. Burns, op. cit., s. 1.

²⁶ J. Hirschhorn, A. Kasha, *If They Ask You, You Can Write a Song*, Simon & Schuster, New York 1979, s. 28–29. Cyt. za: G. Burns, op. cit., s. 1.

²⁷ D. Delson, W.E. Hurst, *Delson's Dictionary of Radio and Record Industry Terms*, Bradson Press, Thousand Oaks 1980, s. 58. Cyt. za: G. Burns, op. cit., s. 1.

²⁸ *Songwriter's Market: Where to Sell Your Songs. 1983*, red. B.N. Kuroff, Writer's Digest Books, Cincinnati 1982, s. 397. Cyt. za: G. Burns, op. cit.

²⁹ R.C. Bennett, *The Songwriter's Guide to Writing and Selling Hit Songs*. Englewood Cliffs, New York 1983, s. 30, 41. Cyt. za: G. Burns, op. cit.

³⁰ A. Shaw, *Dictionary of American Pop/Rock*, Schirmer Books, New York 1982, s. 177. Cyt. za: G. Burns, op. cit.

³¹ B. Monaco, J. Riordan, *The Platinum Rainbow (How to Succeed in the Music Business Without Selling Your Soul)*, Swordsman Press, Sherman Oaks 1980, s. 178. Cyt. za: G. Burns, op. cit.

W dalszej części tekstu Burns zwraca uwagę, że choć w paru definicjach przywoływano zasadę powtarzalności *hooks* w piosence i faktycznie zwykle jest on często powtarzany tak, by utrwalić się w pamięci słuchacza, to jego zdaniem nie jest to warunek niezbędny. Burns uważa bowiem nieustanne powtarzanie za nonsensowne, gdyż doprowadza słuchacza raczej do znużenia i zniechęcenia. Dlatego też najważniejszą zasadą dobrego tworzenia przebojów powinna być odpowiednia proporcja pomiędzy powtarzaniem danego motywu a umiejętnym wprowadzaniem zmian. Napięcia tworzone pomiędzy powtarzaniem i zmianą są według Burnsa źródłem znaczeń i emocji w muzyce. Co więcej, istotą tworzenia muzyki jest generalnie manipulowanie elementami powtarzanymi i zmiennymi. Z tego względu wyróżnia on trzy możliwości zmiany w strukturach utworu: a) repetycję (*repetition*) z uwzględnieniem niewielkich wariantów, b) wariację (*variation*) rozumianą jako umiarkowana zmiana, c) modulację (*modulation*) – bardzo dużą zmianę. Występują one zarówno w elementach tekstualnych utworu (*textual elements*), tzn. tych, które są zapisywane (np. słowa piosenki, a w muzyce: rytm, melodia, harmonia), oraz elementach nietekstualnych (*non-textual elements*), których zwykle się nie notuje albo ich zapis nie jest obligatoryjny (m.in. aspekty wykonawcze: instrumentacja, tempo, dynamika, improwizacja i elementy przypadkowe – z ang. *accident*; aspekty produkcyjne: efekty brzmieniowe, montaż, miks, balans kanałów, zniekształcenie dźwięku itp.)³². Elementy tekstualne stanowią podstawę piosenki w formie zapisanej, są więc tym, czym w zasadzie zajmują się twórcy piosenek (*songwriters*) i co sprawia, że utwór w różnych wykonaniach identyfikujemy jako ten sam. Natomiast elementy nietekstualne, łącznie z interpretacją muzyków czy obróbką utworu w studio, można na różne sposoby zanotować na papierze, ale się ich nie publikuje w oficjalnych wydaniach nutowych. Niektóre elementy nietekstualne, jak choćby tempo czy dynamika, funkcjonują w tradycyjnym zapisie muzycznym, jednakże o ich finalnym kształcie decydują wykonawcy i reżyserzy dźwięku, którzy w muzyce popularnej traktują dość swobodnie wytyczne kompozytora³³.

Burns w dalszej części przypatruje się poszczególnym elementom tekstualnym i nietekstualnym w kontekście ich potencjału do bycia „wabikiem” na słuchacza. Pierwszy z nich to rytm, stanowiący podstawę każdej muzyki. Jak twierdzi Burns, jest on czymś w rodzaju „czasowego szkieletu” utworu i tak rozumiany może pełnić funkcję *hook*. Dzieje się tak w szczególności, gdy kompozycja zaczyna się sekcją perkusji (np. Michael Jackson, *Billie Jean* – 1982 r., Roy Orbison, *Oh, Pretty Woman* – 1964 r.), albo gdy schemat perkusyjny jest bardzo wyrazisty ze względu na swoją niestandardowość, np. stosowanie nietypowego metrum

³² Wydaje się, że brakuje tutaj aspektów czysto interpretacyjnych, jak akcent językowy, artykulacja, manipulacja tekstem piosenki itd.

³³ G. Burns, op. cit., s. 2–3.

albo rozłożenia akcentów (np. Pink Floyd, *Money* – 1973 r., albo Beatles, *Tomorrow Never Knows* – 1966 r.). Rytm zakłada zwykle powtarzalność (periodyczność) i często w całym utworze popowym może być prawie niezmienny, dlatego w takich sytuacjach jako *hook* można rozpatrywać raczej wyraźne „modulacje” rytmu niż jego repetycje czy niewielkie wariacje. Przykładem może być zmiana metrum z parzystego na nieparzyste, z regularnego na nieregularne itp. (np. The Beatles, *We Can Work It Out* – 1965 r., Queen, *Bohemian Rhapsody* – 1975 r.). W tworzeniu rytmicznych *hooks* niezwykle ważne są kontrasty między regularnym powtarzaniem jakiejś struktury a przerywaniem jej pauzami, co jest kluczowe np. w wielu przebojach rockowych opartych na riffach. Często też za *hook* można uznać niepełne takty, rytmiczną intertekstualność (cytaty z innych utworów) albo wejście stałego rytmu, oczekiwanego przez słuchacza po dłuższym fragmencie pełnym zmian rytmicznych lub przejść perkusyjnych³⁴.

Melodia – drugi z głównych tekstualnych elementów muzycznych – związana jest z następstwem różnych wysokości dźwięków. Można ją rozpatrywać jako *hook*, zarówno gdy pojawia się piękna fraza melodyczna, zwłaszcza w refrenie, ale też pojedynczy, powtarzany kilkakrotnie dźwięk (np. The Beatles, *Help* – 1965 r., Bob Dylan, *Like a Rolling Stone* – 1965 r.). W tym drugim przypadku na pierwszy plan wychodzą wówczas inne elementy, takie jak rytm czy harmonia. Za melodyczny *hook* można uznać też charakterystyczne, rzadko używane interwały albo pojawienie się melodycznej kulminacji czy niespodziewane wejście wokalisty na niskie lub bardzo wysokie rejestry (np. wokaliza Minnie Riperton w utworze *Lovin' You* z 1974 r.). *Hook* to nie tylko wyraźna zmiana melodii między poszczególnymi częściami piosenki (zwrotka, refren, most), ale również modulacje jednej melodii, przenoszenie jej do innych tonacji, a zwłaszcza zmiana trybu z durowego na molowy, i odwrotnie. Są nim również cytaty z innych utworów (intekstualność), np. Walter Murphy and the Big Apple Band, *A Fifth of Beethoven* (1976 r.); Blood, Sweat and Tears, *Blues – Part II* (1969 r.)³⁵.

Harmonia, czyli element muzyczny związany ze współbrzmieniami dźwięków i następstwem akordów, jest również często traktowany jako *hook*. Burns twierdzi, że w ten sposób można postrzegać nie tylko każdą wyraźną zmianę akordu w przebiegu kompozycji, ale również to, że piosenka opiera się wyłącznie na jednym akordzie (np. Sly and the Family Stone, *Thank You (Falettinme Be Mice Elf Agin)* – 1969 r.) albo na ciągłej zmianie akordów i tonacji (np. Jefferson Airplane, *White Rabbit* – 1967 r.). Typowy *hook* harmoniczny to m.in. zmiana tonacji w trakcie utworu, najczęściej pod koniec, a także intertekstualność schematu harmonicznego, choć czasem może też jego nie do końca uświadomiony plagiat (wiele piosenek opartych jest bowiem na tym samym następstwie akordów)³⁶.

³⁴ Por. ibidem, s. 3–4, 7–9.

³⁵ Por. ibidem, s. 3–4, 9–11.

³⁶ Por. ibidem, s. 11–12.

Jeśli chodzi o elementy chwytliwe w tekście piosenki, to wykorzystuje się tu całą paletę środków literackich: od najprostszych, jak powtarzanie pojedynczego słowa lub zwrotu (np. The Trashmen, *Surfin' Bird* – 1963 r.), poprzez stosowanie rozmaitych rymów, gry słowne, aliteracje, asonanse, onomatopeje, glosolalia, makaronizmy, dialekt, żargon, kolokwializmy, czasem wulgaryzmy, złożeczenia, bluźnierstwa, aż po manipulację składnią (The Beatles, *Love Me Do* – 1962 r.), intertekstualność i intermedialność (cytaty z literatury, innych piosenek, mowy potocznej), świadome pleonazmy, przejęzyczenia czy błędy, albo odniesienia do konkretnych postaci ze świata muzyki, mediów, polityki, historii czy popkultury, lub po prostu wybór właściwego tematu piosenki (zwykle miłość, erotyzm, nostalgia), choć czasem tematyki ciekawej, zaskakującej lub szokującej (np. narkotyki, wojna, religia, reklama, itp.) albo sezonowej (np. wakacje, Boże Narodzenie itp.). I to wszystko pomimo tego, że – jak twierdzi Burns – stereotypowo teksty piosenek popowych są postrzegane jako trywialne i oparte na banałach³⁷.

Z nietekstualnych elementów chwytliwych utworu Burns omawia m.in. kwestię instrumentacji. Jakości brzmieniowe jakiegoś instrumentu lub głosu wynikają nie tylko z jego barwy, ale również z umiejętności technicznych i fantazji muzyka, a także z pewnych ustalonych praktyk jego użycia, nagłaśniania czy aranżacji. Za instrumentalny element chwytliwy uznaje się więc zwykle takie zastosowania instrumentu lub głosu, które wychodzą poza konwencje dotychczas akceptowane w obrębie danej epoki, stylu lub gatunku. Najczęściej stosowany *hook* instrumentalny to z pewnością użycie w trakcie utworu nietypowych dla danego gatunku muzycznego instrumentów, np.: thereminu, melotronu, fletu poprzecznego, wibrafonu, sitar, orkiestry smyczkowej itp., a także efektów, np. przesterowanie, fuzz box, sprzężenia itp. Za *hook* można też uznać popisowe solówki. Jeśli chodzi natomiast o głos, jego dystynktywne brzmienie wynika głównie z indywidualnych predyspozycji i barwy przypisanej każdemu z wokalistów. Brzmienie to można jednak dodatkowo wariantować poprzez zastosowanie takich wokalnych *hooks*, jak choćby: krzyk, glissando, melodeklamacje, szybki śpiew, szepty, odgłosy orgazmu, naśladowanie zwierząt itp.³⁸

Tempo z kolei można potraktować jako *hook* wtedy, gdy jest ono nieoczekiwane modyfikowane. W grę wchodzi tu zarówno kaskadowe zmiany, jak i stopniowe zwolnienia czy przyspieszenia. Tego typu *hook* może pojawić się nie tylko w obrębie jednego utworu, między jego poszczególnymi częściami utrzymanymi w różnych tempach, ale też gdy porównujemy kilka piosenek, zwłaszcza w przypadku koverów lub remake'ów, kiedy tempo nowej wersji znacząco się różni w stosunku do oryginału³⁹.

³⁷ Por. ibidem, s. 13–14.

³⁸ Por. ibidem, s. 14–15.

³⁹ Por. ibidem, s. 15–16.

Analogicznie jest z dynamiką, czyli operowaniem głośnością dźwięku. Jako *hook* najlepiej sprawdza się *crescendo* (stopniowe zwiększanie głośności), np. The Doors, *The End* (1967 r.), *decrescendo* (stopniowe jej zmniejszanie), np. Led Zeppelin – końcówka *Stairway to Heaven* (1971 r.), a także niespodziewane ściśszanie lub *sforzando*, czyli nagłe zwiększanie natężenia dźwięku, np. w *Rosanna* zespołu Toto (1982 r.). Często pojawia się również różnicowanie dynamiczne między zwrotką a refrenem, np. Lionel Richie, *You Are* (1982 r.), albo jednoczesne nakładanie głośniejszych i cichszych dźwięków, np. Donovan, *Mellow Yellow* (1966 r.)⁴⁰.

Jeśli rozpatrywać improwizację lub „elementy przypadkowe” (*accident*) jako *hooks*, to warto zaznaczyć, że mają one za zadanie przede wszystkim sprawić wrażenie spontaniczności, niezależnie od tego, czy miała ona faktycznie miejsce, czy nie. Wiele improwizacji bywa bowiem uprzednio komponowanych przez artystów, a tylko niektóre (albo jakieś ich części) są faktycznie realizowane na żywo. Odejście od „spodziewanego” nadaje fragmentom utworów niepowtarzalność, przykuwa uwagę słuchacza. Są gatunki muzyczne, w których improwizację i przypadkowość traktuje się jako ich kluczowe wyznaczniki i ich najbardziej atrakcyjny element, np. jazz, rap i częściowo rock. Słuchacz nigdy jednak do końca nie wie, czy coś było zaplanowane, czy jest dziełem przypadku lub spontanicznej twórczości. Artyści czasem to wykorzystują, włączając do nagrań studyjnych odcinki symulowane, jak gdyby były zarejestrowane za pierwszym podejściem, bez dubli, np. The Beatles, *Let It Be* (1970 r.). Niewątpliwie omawiane tu elementy są wyraźniejsze i znacznie bardziej czytelne podczas wykonań na żywo, zwłaszcza gdy wersja koncertowa znacząco odbiega od studyjnego oryginału, do którego słuchacz jest przyzwyczajony⁴¹.

Wykorzystanie różnych efektów brzmieniowych (np. muzyka konkretna – odgłosy monet w *Money* Pink Floyd z 1976 r.) oraz zniekształcenia dźwięku (np. echo, pogłos, fazowanie) stanowią zwykle istotne zaskoczenie dla słuchacza. Podobny rezultat wywołuje montaż, prowadzący zazwyczaj do wytworzenia muzyki niedającej się wykonać na żywo. Wszystkie te zabiegi wydają się oczywistymi elementami chwytliwymi. Burns podaje też ciekawy przykład ostatniego typu „haczyka” – w nagraniu Reunion *Life Is a Rock (But the Radio Rolled Me)* z 1974 r. wokalista tak szybko deklamuje tekst, że nie ma nawet miejsca na wzięcie oddechu. Bez studyjnego montażu realizacja tej kompozycji nie byłaby oczywiście możliwa. Najczęściej stosowanymi zabiegami związanymi z montażem są jednak zwykle: wyciszanie nagrania (*fade-out*) pod koniec utworu albo zgłaśnianie go (*fade-in*) na początku, choć zdarza się, że oba te zjawiska nakładane są na siebie (*crossfade*) w środku kompozycji, np. w utworze *The Chrome Plated Megaphone of Destiny* Franka Zappy & The Mothers of Invention (1968 r.)⁴².

⁴⁰ Por. ibidem, s. 16.

⁴¹ Por. ibidem, s. 17.

⁴² Ibidem.

Zupełnie inaczej sprawa ma się w przypadku mikśowania, które nie skupia na sobie bezpośrednio uwagi odbiorcy i trudno je odbierać jednoznacznie jako „wabik” na słuchacza. Jak twierdzi Burns, jest to „raczej orkiestracja innych elementów chwytliwych i środków, poprzez który one wychodzą na pierwszy plan we właściwym momencie nagrania”⁴³. Istnieją też pewne generalne konwencje, jak choćby to, że u wielu zespołów rockowych (np. The Rolling Stones) często wzmacnia się partię perkusji, ścisząc nieco wokół, natomiast w przypadku mainstreamowego pop-rocka (*middle-of-the-road-pop*) perkusję zwykle się wycisza kosztem głosu i innych instrumentów (saksofonu czy smyczków). Ponadto miks można połączyć z montażem, efekt ten występuje np. w kilku piosenkach the Beatles, (*I Am the Walrus*, 1967 r.; *Hey Jude*, 1968 r.), gdy pod koniec pojawia się wyciszanie niektórych ścieżek, a pozostałe ciągle brzmią z tą samą głośnością. Burns wspomina też o zjawisku, które nazywa *undermixing*, gdy dane źródło dźwięku jest ledwo słyszalne (np. głos Joego Walsha w utworze *Rocky Mountain Way* – 1973 r.), oraz o sytuacji określanej mianem *overmixing*, gdy dane źródło dźwięku jest za głośne w stosunku do pozostałych (np. gitara w *Reeling in the Years* Steely’ego Dana, 1973 r.)⁴⁴.

Mniej spektakularny jest *hook* oparty na balansie kanałów, gdyż percypuje się go tylko podczas uważnego odsłuchu stereo. Niemniej jednak bardzo efektowne jest słyszenie dialogów między instrumentami w poszczególnych głośnikach, albo krążenie w odbiornikach uderzeń w bębny zestawu perkusyjnego (np. Iron Butterfly, *In-a-Gadda-da-Vida*, 1968 r.)⁴⁵.

W konkluzji Burns przyrównuje analizę *hooks* w muzyce popularnej do analizy filmu klatka po klatce, zwracając uwagę, że *hook*, podobnie jak klatka filmowa, jest rodzajem molekuly znaczeniowej, będącej częścią większej rozpoznawalnej całości. Choć najlepszym „zamrożeniem” momentu w muzyce jest partytura, nie mówi ona niemal nic o aspektach nietekstualnych, takich jak konkretne wykonanie czy proces produkcji studyjnej. Analiza nagrania powinna wymagać ustalenia kategorii, jakie mogą ulec modyfikacji. Następnie powinna wskazać, które własności (elementy strukturalne) się zmieniają, a które nie, jeśli zaś pojawia się modyfikacja, to do jakiego stopnia – jak zależności repetycji, wariacji i modulacji działają w celu przyciągnięcia uwagi słuchacza i komunikacji znaczeń.

Wykorzystując koncepcje obu badaczy, chciałbym je zaaplikować do wybranych przykładów muzycznych, pokazując, jak mogą być przydatne w praktyce analitycznej. Pierwszym przykładem jest utwór *Let’s Get It Started* z 2004 r. amerykańskiego zespołu The Black Eyed Peas, który należał do najpopularniejszych grup muzycznych na świecie w pierwszej dekadzie XXI w. Ten kwartet kreatyw-

⁴³ Por. ibidem, s. 18.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Ibidem.

nych muzyków tworzyli wówczas: will.i.am, apl.de.ap, Fergie i Tabooo. Zespół znajduje się również w gronie wykonawców o największej liczbie sprzedanych nagrań, których – jak się szacuje – sprzedał łącznie ponad 75 milionów, i to – dodajmy – w dobie narastającego kryzysu w przemyśle fonograficznym w XXI w. Ta kalifornijska grupa zdobyła w swojej karierze aż sześć Nagród Grammy⁴⁶. Działając na rynku muzycznym od drugiej połowy lat 90., tworzyła początkowo w stylu alternatywnego hip-hopu, jednakże później zainteresowała się również popem i dance-popem. Ich twórczość sprzężona z sukcesem komercyjnym pokazuje, że muzycy opanowali do perfekcji strategię komponowania popularnych przebojów, i to na dodatek opartych na siatce niezwykle wyszukanych elementów chwytliwych. Ich przebój *Let's Get It Started*, wyprodukowany w 2002 r., dwa lata później ukazał się na ich trzecim albumie *Elephunk* oraz w postaci singla. Zyskał wówczas wielką popularność, zdobywając czołowe miejsca na listach przebojów w wielu krajach⁴⁷. W poniższej tabeli wyszczególniono kolejne, pojawiające się w utworze elementy chwytliwe wraz z ich charakterystyką oraz funkcjami pełnionymi w kompozycji i przyciąganiu uwagi słuchacza.

Tabela 1. Hooks w utworze *Let's Get It Started*

Czas w utworze	Typ i numeracja hooks	Opis zdarzenia muzycznego	Funkcja
0:00–0:07	H1 – hook wokalny	Głośny soulowy, z charakterystycznym pogłosem śpiew Fergie <i>a capella</i> o charakterze improwizacyjnym na słowach <i>Let's get it started</i> .	Zainicjowanie utworu, wprowadzenie schlagwortu, prezentacja możliwości wokalnych Fergie.
Od 0:08	H2 – hook instrumentalny (perkusyjny)	Pulsacyjne uderzenia tłumionej gitary basowej imitujące bęben basowy.	Przygotowanie do wprowadzenia rytmicznego basowego groove'a.
0:09–0:19	H3 – hook wokalny	Melodeklamacja will.i.am'a na słowach <i>And the bass...</i> oraz rytmiczne powtarzanie słów <i>and running</i> .	Polirytmiczne współtworzenie groove'a poprzez wokalne synkopy melodeklamacji, kontrastujące z regularnym rytmem gitary basowej.
Od 0:10	H4 – hook instrumentalny (basowy)	Wejście gitary basowej z miarową formułą <i>walking bass</i> , która będzie powtarzana w przebiegu utworu, stanowiąc podstawę harmonicznego opracowania zwrotek i refrenów.	Polirytmiczne współtworzenie groove'a poprzez miarowy i regularny rytm gitary basowej, kontrastujący z synkopowanym rytmem melodeklamacji.

⁴⁶ editor@romania-insider.com, *Black Eyed Peas to perform at Romania's 2018 Untold festiwal*. Romania-Insider.com, 26-06-2018; źródło: <https://www.romania-insider.com/black-eyed-peas-2018-untold> [stan z 15.11.2024].

⁴⁷ Por. <https://acharts.co/song/543> [stan z 15.11.2024].

Tabela 1. Hooks w utworze *Let's Get It Started* (cd.)

Czas w utworze	Typ i numeracja hooks	Opis zdarzenia muzycznego	Funkcja
0:12–0:19	H5 – hook harmoniczny i montażowy	Fergie przyłącza się do deklamacji will.i.am'a na słowach <i>and running</i> ; studyjnie wprowadzane są kolejne ścieżki z jej głosem budujące pełny, czterogłosowy akord, który rozwiązuje się tonicznie na pierwszym dźwięku zwrotki.	Wzbogacenie (przełamanie) zrytmizowanej introdukcji elementem harmonicznym. Stworzenie napięcia harmonicznego, wymagającego rozwiązania.
0:19–0:28	H6 – hook instrumentalno-dynamiczny	Delikatne <i>arpeggio</i> akordów gitarowych w akompaniamencie zwrotki.	Rozwiązanie napięcia harmonicznego i rozpoczęcie zwrotki. Występuje tu jednak kontrast dynamiczny w stosunku do reszty aranżacji oraz rodzaj wyczekiwania na taneczny rytm.
0:20–0:42	H7 – hook wokalny	Rapowana zwrotka przez will.i.am'a.	Rozwiązanie napięcia harmonicznego i rozpoczęcie zwrotki. Prezentacja tekstu.
0:24–0:28	H8 – hook dynamiczny	<i>Crescendo</i> nieregularnych uderzeń perkusyjnych.	Wzmaga oczekiwanie na taneczny rytm.
0:29–0:40	H9 – hook rytmiczny	Wprowadzenie regularnego rytmu w perkusji i rytmicznych uderzeń gitary.	Wprowadzenie wyczekiwanego tanecznego rytmu.
0:23, 0:34, 0:35, 0:37 itd.	H10 – hook wokalny	Podkreślanie konkretnych słów rapowanego tekstu w wielogłosie.	Przełamywanie „monotonii” jednogłosowego rapu. Kolektywizacja zespołowego performansu.
0:40–0:42	H11 – hook instrumentalno-rytmiczny	Pauza gitary elektrycznej i gitary basowej, zastąpionych melodią <i>staccato</i> saksofonu.	Przełamanie dotychczas występujących brzmień gitarowych niespodziewanym wprowadzeniem nowego instrumentu.
0:42–0:46	H12 – hook rytmiczno-dynamiczny	Głośne, przerywane pauzami akordy całego zespołu instrumentalnego na mocne miary taktu.	Wprowadzenie przedrefrenu (pre-chorus) wzmagającego oczekiwanie na właściwy refren.
0:42–0:50	H13, H13a, H13b – hooks tekstowo-wokalne, instrumentalne i dynamiczne	Akordowe uderzenia instrumentów, wzmocnione okrzykami <i>Yeah! Come on!</i> pojawiają się na zmianę z wielogłosową eksklamacją całego zespołu od słów <i>everybody...</i> Jednocześnie Fergie wzmacnia okrzyki harmonicznym poprzez śpiew oktawę wyżej (H13a), w 47 sek. pojawia się „dzikie”, wznoszące się <i>glissando</i> saksofonu (H13b).	Budowanie napięcia i ekscytacji przed właściwym refrenem.

Tabela 1. Hooks w utworze *Let's Get It Started* (cd.)

Czas w utworze	Typ i numeracja hooks	Opis zdarzenia muzycznego	Funkcja
0:50–1:08	H14 i H14a – hooks wokально-tekstowe H4, H9 – hooks instrumentalno-rytmiczne	Głośny śpiew wokalistów w refrenie z tytułowymi słowami <i>Let's get it started</i> oparty na prostej melodyce (H14) przerywany energicznymi okrzykami <i>Hah!</i> oraz <i>In here!</i> (H14a). Wszystko to przy akompaniamencie instrumentalnych motywów znanych ze zwrotki (H4, H9).	Wprowadzenie refrenu z żywiołową deklamacją tytułowych słów i regularnym tanecznym rytmem zachęcającym do zabawy. H14 wprowadza dodatkowy czynnik dynamiczny i energetyczny.
1:01–1:05	H15 – hook melodyczny	Głos męski (najprawdopodobniej will.i.am) śpiewa melodyjną wokalizę.	Przetłumaczenie silnie zrytmizowanego refrenu dodatkowym umelodyczniającym motywem. Nadanie śpiewności refrenowi i dodatkowej polifonizacji.
1:10–1:19	H16 – hook instrumentalno-montażowy	Druga zwrotka rozpoczyna się opadającym motywem melodycznym na flecie prostym z <i>quasi</i> -symfonicznym akompaniamentem w tle (użycie sampla) i przerywanymi pauzami i uderzeniami zespołu instrumentalnego.	Sygnalizowanie nowym brzmieniem rozpoczęcia drugiej zwrotki, stworzenie nowego, nieco psychodelicznego nastroju i wyczekiwania na stały rytm.
1:10–1:32	H17 – hook wokalny oraz H10a – hook wokально-harmoniczny	Taboo rapuje drugą zwrotkę ze swoim charakterystycznym akcentem (H17), na wybranych słowach wspomaga go w wysokich rejestrach Fergie (H10a).	Zmiana wokalisty, urozmaicenie performatywne i harmoniczne.
1:32–2:00	Analogiczne hooks co w 40-1:10	Powtórzenie refrenu z tymi samymi hooks, co w 40-1:10.	Jw.
2:00–2:04	H2 i H3 + H18 – hook dynamiczno-instrumentalny	Jw. + narastający motyw oparty na powtarzaniu jednego dźwięku wykonanego na syntetycznej trąbce (H18).	Przypomnienie motywów ze wstępu piosenki + wytwarzanie mikrodramaturgii na bazie narastającej dynamiki i (H18).
2:04–2:19	Analogiczne hooks co w refrenie + H19 (hook rytmiczny) i H20 (hooks wokально-tekstowe)	Oprócz akompaniamentu znanego z refrenu, zmienia się partia perkusji na nową – synkopowaną i <i>quasi</i> -funkową (H19). Dodatkowo każdy z wokalistów rytmicznie realizuje swoją partię (H20), deklamując, wykrzykując tekst lub glosolalia.	Urozmaicenie rytmiczne motywów znanych z refrenu. Rodzaj wprowadzenia do części <i>break</i> .
2:18–2:23	H21 – hook rytmiczny	Cały zespół, zarówno instrumentalni, jak i wokaliści (na glosolaliach <i>Yah, yah</i>), akcentuje w unisonie ten sam rytm.	Wprowadzenie nowego rytmicznego odcinka przygotowującego na <i>break</i> .

Tabela 1. Hooks w utworze *Let's Get It Started* (cd.)

Czas w utworze	Typ i numeracja hooks	Opis zdarzenia muzycznego	Funkcja
2:23–2:46	H22 – hook wokalny oraz H23 (do 2:36) – hook rytmiczny oraz H10b – hook wokально-harmoniczny	apl.de.ap rapuje w części <i>break</i> (H22) z interwencjami pozostałych wokalistów (H10b) na tle powtarzanego jednego akordu gitarowego, wybijanego w urywanym rytmie (H23).	Kontrast wywołany statycznością melodyczną i harmoniczną w stosunku do części okalających. Budowanie napięcia przed refrenem.
2:36–2:46	H24 – hook instrumentalny z elementem intertekstualnym (cytatem)	Statyczny harmonicznie akompaniament gitary w urywanym rytmie wspomagany zostaje melodią saksofonu i przechodzi w znane akordy z przeboju <i>Wannabe</i> zespołu Spice Girls.	Intertekstualność, aluzje do popowego przeboju kojarzonego z dobrą zabawą.
2:46–2:54	H16a – hook instrumentalno-montażowy	<i>Quasi</i> -symfoniczny motyw w akompaniamencie.	Budowanie napięcia przed refrenem.
2:54–3:10	Analogiczne hooks co w 40-1:10	Powtórzenie refrenu z tymi samymi hooks, co w 40-1:10.	Jw.
3:10	H25 – hook wokalny (głosolalia)	Śpiew Fergie na glosolaliach <i>Woh-uoh, Woh-uoh...</i>	Przełamanie motywów z refrenu i przygotowanie do post-refrenu.
3:12–3:22	Analogiczne hooks co w 2:04-2:19	Analogicznie do 2:04-2:19, ale z częstszymi eksklamacjami wokalistów, a także H15.	Rodzaj kulminacji poprzez zagęszczenie faktury.
3:22–3:27	H26 – hook aranżacyjny	Wyciszenie instrumentów – pozostają tylko perkusja i wokaliści.	Przełamanie momentu kulminacyjnego.
3:27–3:33	H21 – analogiczny hook, co w 2:18-2:23	Analogicznie do 2:18-2:23.	Zakończenie utworu.
3:33–3:47	H3+H26 dynamiczny	H3 z efektem wyciszania <i>fade-out</i> .	Klamrowe zamknięcie kompozycji poprzez wykorzystanie H3 z początku piosenki oraz zakończenie poprzez wyciszanie utworu.

Źródło: Opracowanie własne.

Drugim analizowanym przypadkiem jest jedna z najpopularniejszych polskich piosenek 2023 r. – *Nim zajdzie Słońce* popowego duetu Smolasty i Doda. Pierwszy z wymienionych artystów (właśc. Norbert Smoliński) to pochodzący z Warszawy, niespełna trzydziestoletni producent, piosenkarz i autor tekstów piosenek, będący jednym z najpopularniejszych polskich artystów młodego po-

kolenia. Jak podaje sam artysta w oficjalnej notce biograficznej na portalu Spotify, „jego teledyski mają ponad 750 milionów wyświetleń na YouTube”, a piosenki uzyskały ponad 1,1 miliarda odtworzeń na serwisach streamingowych (DSP). W muzyce łączy elementy „pochodzące zarówno z brzmienia miejskiego, jak i mainstreamowego”, mieszają się tu wpływy rapu, R’n’B z popem i z muzyką elektroniczną. Wydawane albumy i single wielokrotnie zdobywały status płyty diamentowej, platynowej czy złotej⁴⁸. Natomiast Doda (właśc. Dorota Rabczewska) jest jedną z najważniejszych artystek popowych w Polsce, działającą na rodzimym rynku muzycznym ponad 20 lat. Początkowo była wokalistką pop-rockowego zespołu Virgin, ale od 2007 r. rozpoczęła solową karierę. Kontynuując wpierw stylistykę swojej poprzedniej grupy, zaczęła wkrótce czerpać coraz więcej inspiracji z dokonań Lady Gagi, przez co w jej muzyce nie tylko pojawiło się dużo brzmień popowych i elektronicznych, ale również, za sprawą tworzonego wokół siebie szumu medialnego i atmosfery skandalu, stała się jedną z najważniejszych postaci polskiego show-biznesu⁴⁹. Spośród jej nagrań jeden album zyskał status potrójnej platynowej płyty, cztery – platynowej, i jeden złotej. Utwór *Nim zajdzie Słońce* został skomponowany w typowy dla współczesnego popu kolektywny sposób, tj. autorami muzyki są zewnątrzni, profesjonalni songwriterzy – Filip Leon Pobocho i Wiktor Wójcik, a Dodzie i Smolastemu przypisuje się autorstwo słów. Kompozycja ta tuż po swojej premierze zyskała wielką popularność, wygrywając liczne rankingi sprzedażowe i plebiscyty w polskich rozgłoszeniach radiowych oraz mobilizując liczne grono fanów obojga artystów. Była jednym z największych polskich przebojów roku 2023⁵⁰. Podobnie jak w poprzednim przypadku, w poniższej tabeli wyszczególniono kolejne pojawiające się w utworze elementy chwytliwe wraz z ich charakterystyką oraz funkcjami.

Tabela 2. Hooks w utworze *Nim zajdzie Słońce*

Czas w utworze	Typ i numeracja hooks	Opis zdarzenia muzycznego	Funkcja
0:00–0:03	H1 – hook instrumentalny (perkusyjny)	Przetworzony delikatny sampel wokalny (niezrozumiałe słowa) z funkowym <i>groove</i> .	Wprowadzenie słuchacza w styl i charakter utworu.
0:03–0:05	H2 – hook wokalny	„Zawadiackie” okrzyki trapowe, glosolalia (<i>ad-lib vocables</i>) „Ej, ej!”.	Kontrast sugerujący rozpoczynanie się utworu rapowego.

⁴⁸ <https://open.spotify.com/artist/5GwdnlZaSwKpHmjcAijATP> [stan z 15.11.2024].

⁴⁹ Por. P. Pierzchała. *Polska piosenka pop jako tekst w tekście kultury. Na przykładach z pierwszej dekady XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016, s. 26–37.

⁵⁰ Admin, „*Nim Zajdzie Słońce*” pierwszym polskim utworem na szczycie list OLIS, OLiA oraz Billboard! | *Potrójna platyna dla “MT”*. Doda-music.com, 03-10-2023: <https://pl.doda-music.com/index.php/2023/10/nim-zajdzie-slonce-pierwszym-polskim-utworem-na-szczycie-list-olis-olia-oraz-billboard-potrójna-platyna-dla-mt/> [stan z 15.11.2024].

Tabela 2. Hooks w utworze *Nim zajdzie Słońce* (cd.)

Czas w utworze	Typ i numeracja hooks	Opis zdarzenia muzycznego	Funkcja
0:05	H2' – hook wokalny	Te same słowa zaśpiewane delikatnym głosem.	Zaskoczenie słuchacza i nagła zmiana estetyki w miłosny utwór popowy.
0:06–0:14	H3 – hook wokально-instrumentalny	Początek I zwrotki. Delikatny, czuły śpiew Smolastego na tle sampla i wzmocnionej perkusji oraz prostego (popowego) układu harmonicznego.	Rozwój miłosnego utworu popowego.
0:14–0:16	H4 – hook rytmiczny i słowny (humorystyczny)	Nagła pauza generalna i „muzyczny żart” w postaci teatralizacji słów piosenki (inscenizacja uderzenia w twarz).	Zaskoczenie słuchacza nagłą pauzą (gra z oczekiwaniami słuchacza) oraz element humorystyczny.
0:16–0:24	H3' – hook melodyczny	Kontynuacja I zwrotki i przejście melodii Smolastego w wyższe rejestry oraz wzmocnienie dynamiki.	Zaskoczenie słuchacza kontynuacją zwrotki, wzmocnienie ekspresji – emocjonalność głosu.
0:25	H2'' – hook wokalny	„Zawadiacki” okrzyk „Yeah”.	Wzmocnienie ekspresji, wiązanie uwagi słuchacza.
0:27–0:36	H5 – hook melodyczno-aranżacyjny	Repetytywny motyw melodyczny (przypominający rapowanie w trapie) śpiewany delikatnym, niedbałym głosem. Brak perkusji, delikatna wznosząca melodia akompaniamentu.	Nowa część piosenki. Zaskoczenie słuchacza brakiem perkusji. Budowanie napięcia i oczekiwania.
0:36–0:37	H6 – hook instrumentalny	Łącznik instrumentalny – wprowadzenie perkusji i akordów gitarowych prowadzących do refrenu.	Budowanie napięcia i oczekiwania.
0:38–0:56	H7 – hook melodyczno-aranżacyjny	Początek refrenu. Ekspresyjny śpiew w unisonie Smolastego i Dody. Pełny akompaniament zespołu.	Rozwiązanie napięcia. Prezentacja atrakcyjnej i śpiewnej melodii refrenu w wysokich rejestrach.
0:56–0:59	H8 – hook melodyczny	Łącznik między refren a postchorusem. Ekspresyjny melizmat w unisonie Smolastego i Dody na ostatnich sylabach.	Kulminacja utworu.
1:00–1:08	H9 – hook instrumentalny	Wyeksponowanie sampla nr 1, solo gitarowe, syntezatorowe brzmienia „orchestra hit”.	Powtarzanie elementów refrenowych z dodatkowymi partiami instrumentalnymi.
1:09–1:16	H3' – hook wokально-instrumentalny	Początek II zwrotki. Delikatny, czuły śpiew Dody na tle sampla i wzmocnionej perkusji oraz prostego (popowego) układu harmonicznego.	Miłosna narracja. Zaskoczenie zmianą frontmana z męskiego na żeński.

Tabela 2. Hooks w utworze *Nim zajdzie Słońce* (cd.)

Czas w utworze	Typ i numeracja hooks	Opis zdarzenia muzycznego	Funkcja
1:16–1:19	H4' – <i>hook</i> rytmiczny i słowny (humorystyczny)	Nagła pauza generalna i „muzyczny żart” w postaci teatralizacji słów piosenki.	Zaskoczenie słuchacza nagłą pauzą (gra z oczekiwaniem słuchacza) oraz element humorystyczny.
1:19–1:25 1:25–1:30	H10 i H10' – <i>hook</i> melodyczny	Kontynuacja II zwrotki i melodii Dody ze wzmocnieniem chórków na drugim planie, a potem śpiew w tercjach w wysokich rejestrach.	Zaskoczenie słuchacza kontynuacją zwrotki, wzmocnienie ekspresji, emocjonalności głosu, m.in. poprzez zastosowany dwugłos.
1:30–1:48	H5' – <i>hook</i> melodyczno-aranżacyjny	Delikatna, repetytywna melodia u Dody. Brak perkusji, delikatna wznosząca melodia akompaniamentu.	Kontrast do zwrotki. Powrót do znanego prechorusa. Zaskoczenie słuchacza brakiem perkusji. Budowanie napięcia i oczekiwania. Variantowanie.
1:48–1:52	H6' – <i>hook</i> melodyczno-aranżacyjny	Łącznik instrumentalno-wokalny: wprowadzenie perkusji i akordów gitarowych prowadzących do refrenu. Dramatyczny śpiew Dody „Ale kończy się...”.	Budowanie napięcia i oczekiwania.
1:53–2:09	H7' – <i>hook</i> melodyczno-aranżacyjny	Początek refrenu. Ekspresyjny śpiew w unisonie Smolastego i Dody. Pełny akompaniament zespołu.	Rozwiązanie napięcia. Powtórka atrakcyjnego refrenu. Utrwalanie materiału muzycznego w pamięci słuchacza.
2:09–2:12	H8 – <i>hook</i> melodyczny	Łącznik między refrenem a postchorusem. Ekspresyjny melizmat w unisonie Smolastego i Dody na ostatnich sylabach.	II kulminacja utworu.
2:12	H9 – <i>hook</i> instrumentalny	Wyeksponowanie sampla nr 1, solo gitarowe, brzmienie „orchestra hit”.	Powtarzanie elementów refrenowych z dodatkowymi partiami.
2:14–2:29	H7'' – <i>hook</i> melodyczny	Motywy refrenu śpiewane przez Dodę.	Powtarzanie elementów refrenowych. Utrwalanie materiału u słuchacza.
2:24–2:27	H10 – <i>hook</i> rytmiczny i aranżacyjny	Nagłe urwanie akompaniamentu i wybrzmiewanie. Kończenie partii wokalistki.	Zaskoczenie, urwanie narracji.

Źródło: Opracowanie własne.

Wnioski końcowe

Przyglądając się analizom obu wielkich popowych przebojów muzycznych (z jednej strony amerykańskiego, pochodzącego z pierwszej dekady XXI w., a z drugiej strony polskiego, dopiero co świętującego triumfy na listach przebojów), dostrzec można pewne powtarzające się reguły. Po pierwsze, w obu utworach poszczególne elementy chwytliwe prezentowane są sukcesywnie, jeden po drugim (z rzadka pojawia się kilka symultanicznie), choć jeden *hook* może spełniać wiele funkcji. Po drugie, większość elementów chwytliwych występuje w pierwszej zwrotce i w pierwszej prezentacji refrenu, choć ich ekspozycja nie ogranicza się wyłącznie do tych dwóch części. Potem są one bowiem powtarzane w kolejnych fragmentach utworu, po to, by utrwalić je w pamięci i świadomości słuchacza. Za wyjątkiem refrenów, nigdy nie są one jednak powtarzane dosłownie, co mogłoby prowadzić do jakiejś formy znudzenia czy wręcz znużenia kompozycją. W dalszej części piosenki twórcy je modyfikują (wariantują) albo stosują nowe elementy chwytliwe, aby ciągle zaskakiwać słuchacza i skupiać jego uwagę na utworze. Po trzecie, charakterystyczne jest to, że producenci przebojów zwykle wprowadzają po sobie zupełnie inne kategorie *hooks*, np. po rytmicznych pojawiają się melodyczne, po nich aranżacyjne lub montażowe, następnie instrumentalne itd. Ten mechanizm pokazuje strategię walki o uwagę słuchacza, silnie uwikłaną w psychologię, która to strategia opiera się na wyrazistym różnicowaniu bodźców muzycznych i językowych. Jest to w jakimś stopniu muzyczna recepta na sukces – czy jednak uniwersalna?

Z przedstawionych we wstępie rozważań wynika, iż o powodzeniu danego przeboju decyduje wiele czynników. Aspekt muzyczny jest jednym z najważniejszych i może w znacznym stopniu wpłynąć na powodzenie danego przeboju, choć nie jedynym. Wielokodowość i multimedialność muzyki popularnej, jej uwikłanie w rozmaite konteksty pozaartystyczne, zwłaszcza ekonomiczne, społeczne i historyczne – sprawiają, że zarówno produkcja hitu, jak i jego analiza nigdy nie powinny się zawężać wyłącznie do materii muzycznej. Obaj muzykologowie, których prace zostały w tym artykule omówione, dostrzegają jednak pewną pryncypialną zasadę tworzenia przebojów, obejmującą aspekty muzyczne i pozamuzyczne – konieczność balansowania przez producentów między tym, co dla słuchacza znane, i tym, co nieznane, co takie same i inne, swojskie i obce, przewidywalne i zaskakujące, konwencjonalne i awangardowe, stare i nowe, itp.

Bibliografia

Opracowania

- Bennett Roy C., *The Songwriter's Guide to Writing and Selling Hit Songs*, Englewood Cliffs, New York 1983.
- Clarida Bob, Tagg Philip, *Ten Little Title Tunes. Towards a Musicology of Mass Media*, The Mass Media Music Scholar's Press, New York – Montreal 2003.
- Delson Don, Hurst Walter E., *Delson's Dictionary of Radio and Record Industry Terms*, Bradson Press, Thousand Oaks 1980.
- Hennion Antoine, *The Production of Success. The Antimusicology of the Pop Song*, [w:] *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*, red. S. Frith, A. Goodwin, Pantheon Books, New York 1990, s. 185–206.
- Hirschhorn Joel, Kasha Al, *If They Ask You, You Can Write a Song*, Simon & Schuster, New York 1979.
- Kasperski Jakub, *Historia muzyki popularnej*, Wydawnictwo SBM, Warszawa 2019.
- Kultura masowa*, wyb., tłum. i oprac. Cz. Miłosz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2002.
- McDonald Dwight, *Teoria kultury masowej*, [w:] *Kultura masowa*, wyb., tłum. i oprac. Cz. Miłosz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2002, s. 14–36.
- Martel Frédéric, *Mainstream. Co podoba się wszystkim na świecie*, tłum. K. Sikorska, Czarna Owca, Warszawa 2011.
- Middleton Richard, *Studying Popular Music*, Open University Press, Milton Keynes – Philadelphia 2002.
- Monaco Bob, Riordan James, *The Platinum Rainbow (How to Succeed in the Music Business Without Selling Your Soul)*, Swordsman Press, Sherman Oaks 1980.
- Pierzchała Piotr, *Polska piosenka pop jako tekst w tekście kultury. Na przykładach z pierwszej dekady XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016.
- Shaw Arnold, *Dictionary of American Pop/Rock*, Schirmer Books, New York 1982.
- Silver Abner, Bruce Robert, *How to Write and Sell a Song Hit*, Prentice Hall, New York 1939.
- Song Interpretation in 21st-Century Pop Music*, red. R. von Appen, A. Doebling, D. Helms i in., Ashgate, London 2015, [DOI: 10.4324/9781315609881].
- Songwriter's Market. Where to Sell Your Songs. 1983*, red. B.N. Kuroff, Writer's Digest Books, Cincinnati 1982.
- Tagg Philip, *50 Seconds of Television Music. Towards the Analysis of Affect in Popular Music*, The Mass Media Music Scholar's Press, New York 2000.

Artykuły

- Adorno Theodor W., Simpson George, *O muzyce popularnej*, tłum. J. Kasperski, „Res Facta Nova” 2015, nr 16 (25), s. 75–98.
- Berger David G., Peterson Richard A., *Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music*, „American Sociological Review” 1975, nr 40 (april), s. 158–173; [DOI: 10.2307/2094343].
- Burns Gary, *A Typology of 'Hooks' in Popular Records*, „Popular Music” 1987, vol. 6, nr 1, s. 1–20.
- Szczerbakiewicz Rafał, *Uwolnić „soul”, wracając do Memphis*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2023, nr 3 (57), s. 375–394.
- Torre Della Bruna, *Culture Industry, Subjectivity, and Domination: Adorno and the Radio Project*, „Mediations” 2022, vol. 35, nr 1–2, s. 3–34.

Dysertacje

- Piłaciński Przemysław, *Warianty, wersje, covery. Problem tożsamości utworu w muzyce rockowej*, praca doktorska pod kierunkiem prof. M. Żerańskiej-Kominek, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2022.

Hasła encyklopedyczne

- Middleton Richard, Peter Manuel, *Popular music*, [w:] *Oxford Music Online*: <http://www.oxfordmusiconline.com/subscriber/article/grove/music/43179pg1#S43179.1> [stan z 15. 09. 2013]. [DOI: .1093/gmo/9781561592630.article.43179].
- Pieśń masowa*, [w:] *Encyklopedia muzyki*, red. A. Chodkowski, Warszawa 1995, s. 690.

Netografia

- Admin, „*Nim Zajdzie Słońce*” pierwszym polskim utworem na szczycie list OLIS, OLiA oraz Billboard! Potrójna platyna dla „MT”, Doda-Music.com, 3.10.2023; źródło: <https://pl.doda-music.com/index.php/2023/10/nim-zajdzie-slonce-pierwszym-polskim-utworem-na-szczycie-list-olis-olia-oraz-billboard-potrójna-platyna-dla-mt/> [stan z 15.11.2024].
- editor@romania-insider.com, *Black Eyed Peas to perform at Romania's 2018 Untold festiwal*, Romania-Insider.com, 26.06.2018; źródło: <https://www.romania-insider.com/black-eyed-peas-2018-untold> [stan z 15.11.2024].
- Źródło: <https://acharts.co/song/543> [stan z 15.11.2024].
- Źródło: <https://open.spotify.com/artist/5GwdnlZaSwKpHmjcAijATP> [stan z 15.11.2024].

Catchy Elements (Hooks) in Popular Music. Toward a Musicological Theory of Hit Songs

Abstract

The theory of the hit song is a highly intriguing research topic. In the musicology of Western countries, it already has a history and a kind of canon of texts and methodologies, which have yet to gain broader recognition in Poland. The author discusses and introduces what he considers to be the two most important texts that help explain the musical aspects of hit songs. In the earliest theoretical reflections on popular music, Theodor W. Adorno analyzes the structure of pop hits and the mechanisms by which the music industry promotes them and influences listeners. On the other hand, Gary Burns's 1987 article on hooks represents a milestone in addressing the question of what makes a song a hit – both musically and beyond. Referring to both texts, the author conducts a detailed analysis of two musical hits from the 21st century – one from the United States and one from Poland.

Keywords: hook, catchy elements, Adorno, hit song, pop, musical expression, Gary Burns, The Black Eyed Peas, Smolasty, Doda.