

ФИЛОЗОФИЈАТА НА ТЕОДОР АДОРНО ЗА УМЕТНОСТА И ЗА РЕПЕТИТИВНОСТА КАКО НАЧИН НА ПРОМЕНА

Дарко Митевски
Универзитет „Св.Кирил и Методиј“, Скопје
mitevskidarko@yahoo.com

Студијата се занимава со поставувањето теорија за анализа на популарната музика според филозофијата на Теодор Адорно, преку концепциите за стандардизација, за псевдоиндивидуализација и за двата вида слушање на популарната музика: ритмички послушен и емотивен. Со поставувањето на оваа теорија критички ќе се согледа еден современ продукт на популарната музика – *Екоџемс*, дел 1 на американскиот музичар Даниел Лопатин, а истовремено, ќе се реферира и на анализите на некои современи музички критичари како Сајмон Рејнолдс и Марвин Лин. Студијата има намера да го интерпретира односот кон популарната музика од почетокот на нејзиното конципирање во првата половина од XX век и состојбата во која се наоѓа денес, на почетокот од XXI век. Во таа смисла, се укажува на негативниот став на Адорно кон вредноста на модерните културни производи и, следствено, говори за современите обиди на уметниците и на теоретичарите да пронајдат излези надвор од илузијата и од репресивната функција на модерната културна индустрија. Во интерпретацијата се укажува на употребата на репетитивноста и на модерните ефекти на музичката технологија кај Лопатин, како начин на поставување нови наративи во популарната култура.

Клучни зборови: стандардизација, псевдоиндивидуализација, популарна музика, репетитивност, културен производ

THEODOR ADORNO'S PHILOSOPHY OF ART AND REPETITION AS A METHOD OF CHANGE

Darko Mitevski
Ss. Cyril and Methodius University, Skopje
mitevskidarko@yahoo.com

The study establishes a theory for analysis of popular music according to Theodor Adorno's philosophy, through the concepts of standardization, pseudo-individualization, and the two types of listening to popular music: rhythmic-obedient and emotional. It points out his philosophy and continues with a critical analysis of contemporary products of popular music – American artist Daniel Lopatin's *Eccojams, Part 1*. It also refers to some contemporary music critics such as Simon Reynolds and Marvin Lin. This work is an attempt to look at the attitude towards popular music during the first half of the 20th century and the condition of its influences today, at the beginning of the 21st century. The study uses some aspects of Adorno's negative attitude towards the value of modern cultural products and it addresses the attempts of contemporary artists and theorists to discover ways out of the illusion and repressive function of the modern cultural industry. At the end, all this is connected with the use of repetitiveness and the modern effects of music technology of Lopatin as a way of setting new narratives in popular culture.

Keywords: standardization, pseudo-individualization, popular music, repetition, cultural product

1 Вовед

Како да се пристапи кон слушањето и кон пишувањето за музиката во култура што е презаситена од ретроманија и од постојано рециклирање на своите културни продукти? (Reynolds 2011) Секој рефрен, секоја песна упатува на нешто претходно. Се наоѓаме во ера на музеумификација и мумификација на културата. Музиката е присутна насекаде, од слушалките на студентот што се вози во градскиот автобус, преку музиката што свири во рестораните каде што луѓето вечераат, па сè до музиката што ечи од клубовите. Звукот е присутен насекаде и е достапен секому. Популарната музика се има вклопено во секоја сфера од нашето постоење. Веќе е апсурдно да се зборува за аурата на музиката! Дури и искуството на слушање музика во концертните сали, во оперите и во филхармониите е една пародија на нешто што некогаш било. Оттаму, логично е прашањето: која е функцијата на музиката денес? И најголемиот музички лаик е врзан за некоја песна што има големо значење за него самиот. Дали во оваа преслушана и излитена материја се крие некаква вредност?

Би сакал да го разгледам односот на слушателот кон музиката, базиран, пред сè, на едно дело што веќе има култен и референтен статус – *Екоџемс, дел 1 (Eccojams, vol. 1)* на Даниел Лопатин, издадено под псевдонимот Чак Персон (Chuck Person). *Екоџемс*, всушност, се преработени, ехоизирани детали од поп-хитови од 1980-тите и од 1990-тите години – звуци од детството, од тинејџерството и од адолесценцијата на Лопатин (роден во 1982 година). Иако тој добива реномиран статус во музичката критика за своите подоцнежни дела, албумите *Реџлика (Replica)*, *Р плус Седам (R Plus Seven)* или за музиката на филмовите *Добро време (Good Time)*, *Несечени камења (Uncut Gems)*, сепак, со *Екоџемс* тој успева да влијае врз целокупната музичка индустрија. Ова дело е можеби оригиналот на нешто што подоцна ќе добие свој идентитет како вејпорвејв¹ – музика што кичот и шундот во музиката ги третира како готов продукт (како редимејдот на Марсел Дишан), за да го прикаже соголен и демаскиран доцниот капитализам – една реклама што не може да го продаде тоа што го нуди. Мојот интерес не е насочен кон толкување на концепциите на уметниците што се клучни и влијателни во концептуалната музика од изминатава декада (од 2010 година), на пример, како Џејмс Фераро или Рамона Андра Ксавиер. Она што ме интересира е деконструкцијата на самиот феномен на поп-музиката, што сметам дека е едноставно, а сепак, моќно прикажано во екоџемовите на Лопатин.

За да го поставам толкувањето на неговите репетитивни композиции на хит-песните, сметам дека најдобра појдовна точка би биле толкувањата на Теодор Адорно за популарната музика. Во новите читања на неговиот негативен став кон културните продукти од модерното време може да се дојде до плодотворни анализи, кои се сè уште релевантни и актуелни за современата култура. Она што најпрвин сакам да поентирам од анализите на Адорно е дека

¹ Вејпорвејв (анг. vaporwave) е музички жанр и уметничко движење настанато на почетокот од 2010-тите меѓу онлајн-заедницата.

вкусот, како културен феномен, е излитена концепција, дури и во времето кога тој го пишува својот есеј *Фетишистичкојто својство на музиката и репрезивнојто слушање*. Вкусот во модерното време е врзан со чинот на препознавање. Како што некој роден и израснат во времето на Југославија е поврзан со хитовите што се свиреле во времето кога тој бил млад и тие му се сè уште драги така и младиот миленијалец е поврзан со хитовите што биле актуелни во новиот милениум. Фетишот оди по логиката: „Јас сум ова, па затоа ова ми се допаѓа.“ Културните продукти не бараат аргументативно или естетско анализирање, туку тие се врзуваат за индивидуалниот вкус само врз чинот на препознавањето (Adorno 2001).

2 Стандардизацијата како клучна разлика меѓу сериозната и популарната музика

Во својот есеј *За популарната музика* Адорно ја дефинира популарната музика во однос на нејзината спротивност – сериозната музика. Она што ги разликува овие две области на музиката е стандардизацијата. Во популарната музиката целата структура е стандардизирана, од најопштите до најспецифичните својства. Стандардизацијата на рамката во однос на деталите е различна, бидејќи рамката се крие зад облогата од индивидуални ефекти. Со оваа поставка се влијае врз ефектот што го има музиката над слушателот. Тој е наклонет да покаже посилни реакции кон деловите отколку кон целината. Целината не може да влијае во голема мера врз деталите, туку таа само различно ги акцентира. Некои детали имаат стратегиски подобри позиции – тоа би бил почетокот на песната или рефренот – и тие имаат поголема шанса да бидат препознаени, за разлика од деталите што се послабо стратегиски поставени. Но, поставеноста на елементите никогаш не е во зависност од самата структура, целината никогаш не е акцентирана како музички настан, таа зависи од деталите. За разлика од популарната музика, во сериозната музика секој детал ја добива својата музичка смисла од непроменливата тоталност на целината. Деталот го добива своето значење од контекстот, изолиран надвор од целината тој е безначаен. Во популарната музика смислата не би се изгубила ако кој било детал е изваден надвор од контекстот. Самиот слушател автоматски ќе се обезбеди со рамката. Во популарната музика релацијата меѓу деталот и целината е случајна. Целината никогаш не е изменета од индивидуалниот настан и останува невознемирена и незабележана низ целото дело (Adorno 2005).

Структурната стандардизација цели кон стандардни реакции. Слушањето на популарната музика е манипулирано не само од своите промотори туку и од самата инхерентна природа на музиката (Adorno 2005: 259).

Структурната основа на делото е апстрактна, таа постои независно од специфичниот тек на музиката. Овој феномен не е поврзан со комплексноста и со едноставноста. Она што е комплицирано во популарната музика служи како китење или како разубавување, додека, пак, стандардната шема во заднината лесно може да биде препознаена. Увото се справува со тешкотиите на хит-му-

зиката преку создавањето мали замени што произлегуваат од познавањето на обрасците. Тоа ја слуша репрезентацијата на едноставното, а комплицираното го сфаќа како пародиско изобличување.

Архаичните, страствени именки од оригиналот се претворени во шлагворт или во хит-песна, дизајнирани да го засилат. Илуминирана во неонската светлина вклучена од овие зборови, културата го прикажува својот карактер како рекламирање (Adorno 1974: 47).

Композицијата слуша наместо слушателот и така популарната музика го лишува од спонтаноста и промовира условени рефлекси. Таа не бара напор и му дава на слушателот модели под кои сè што останало е веќе претпоставено, тој ги препознава стандардите и уште пред да ја слушне композицијата знае како да реагира на неа. Шематската експанзија го диктира начинот на кој мора да се слуша, правејќи го секој слушателски напор непотребен. Стандардизацијата на популарната музика е инхерентна, без експлицитна референца кон процесот на продукција или на причините за стандардизација. Продукцијата на популарната музика е индустриска само во нејзината промоција и во дистрибуцијата, додека, пак, самиот акт на произведување хит-песна е на занаетчиско ниво. Имитацијата е една од главните причини за стандардизацијата. Музичките стандарди оригинално се развиени низ компетитивни процеси. Како што една песна постигнува успех, стотици други извираат и ја имитираат. Овој процес на имитација кулминира со кристализација на стандардот. Поради оваа кристализација, иновациите од страна на индивидуалците се забранети и тоа многу често резултира со повторување или со оживување (ревајвали) на форми во популарната музика. Популарната музика мора симултано да исполнува два услови: едниот е стимулот што го одзема вниманието на слушателот, а другиот е барањето материјалот да спаѓа во категоријата на т.н. „природна“ музика. „Природна“ музика е збирот на сите конвенции и формули во музиката на кои необучениот слушател е навикнат и кои тој ги подразбира како вроден, едноставен јазик на самата музика. Во однос на побарувачката на потрошувачот, стандардизацијата е израз на двоен услов – истовремено е стимулирачки да се отстапи од воспоставеното „природно“ и да се задржи надмоќта на ова природно против сите девијации (ibid., 260).

2.1 Псевдоиндивидуализацијата како својство на популарната музика

Еден аспект на стандардизацијата е стилизацијата на рамката што е секогаш иста. Концентрацијата и контролата во нашата култура се кријат во самата нивна манифестација. Ако се откриени, тие би предизвикале отпор, па поради тоа мора да биде одржувана илузијата. Во производството на луксузните продукти, каде што припаѓа и популарната музика, остатоците од индивидуализмот се најживи во форма на идеолошки категории, како вкусот и слободниот избор, и се императиви за сокривање на стандардизацијата. Корелатот на музичката стандардизација е псевдоиндивидуализацијата. Тоа претставува обдарување на културната масовна продукција со слободен избор врз основа на самата стандардизација. Таа ги држи купувачите под контрола со тоа

што обезбедува продукција на хит-песните и таа е онаа што управува наместо слушателите, додека, пак, псевдоиндивидуализацијата ги држи под контрола со тоа што сокрива од нив дека она што го слушаат е веќе слушнато од нив, односно веќе процесирано и протолкувано. Популарната музика самата ги одредува своите слушачки навики.

Постојат два главни социо-психолошки квалитети на популарната музика: Детаљот останува отворено поврзан со основната шема, со што слушателот секогаш чувствува дека е на безбедна почва; изборот на индивидуалните алтерации е толку мал што трајното повторување на истите варијации е смирувачко обележје на идентичноста. Другиот е функцијата на „замена“ – импровизациите се забранети да се сфаќаат како музички настани самите по себе. Тие можат да бидат применети само како украси (*ibid.*, 262).

Постои уште една индивидуализација што се однесува на музичките жанрови и на различните имиња на бендовите. Жанровите се грижливо диференцирани во производството. Купувачот претпоставува дека може да избира меѓу нив. Слушателот лесно може да ги разликува жанровите и бендовите, и покрај огромната сличност во презентирањето. Оваа техника на етикетирање е исто така вид псевдоиндивидуализација, но од социјален карактер. Таа нуди заштитни знаци на идентификација за разликување на нешто што е, во основа, исто. Популарната музика станува прашалник со повеќе избори. Слушателот е поттикнат психолошки да избере што му се допаѓа, а што не му се допаѓа. Ограниченото својство на избор предизвикува слични модели на однесување. Императив е да се фаворизира една од понудените опции за да може да се продолжи со слушањето на популарната музика.

2.2 Популарната музика и слободното време

Она кон што се обраќа популарната музика е симултаната дистракција и невниманието (*ibid.*, 262). Слушателите се дистрактирани од потребите на реалноста од страна на забавата што не бара внимание. Дистракцијата е врзана со начинот на производство – со механичкиот процес на трудот кон кој, директно или индиректно, масите се субјект. Овој начин на производство, кој предизвикува страв и вознемиреност околу невработеноста, загубата на приходот, можностите од војна итн. има корелат во забавната индустрија, која е одмор што не бара никаква концентрација. Целосно концентрирано и свесно искусување на уметноста, кое е можно само за оние што не се ставени под толкав притисок и во слободното време сакаат истовремено ослободување од напорот и од здодевноста. Евтината комерцијална забава ја отсликува оваа двојна желба. Таа релаксира, затоа што е патентирана и претходно преслушана. Од друга страна, стимулот што се нуди дозволува излез од здодевноста на механичкиот труд. Промоторите на комерцијалната забава би рекле дека им го даваат на масите она што го бараат. Колку помалку масата дискриминира толку поголема е можноста да се продадат неселективно културните продукти. Купувачи на музичката забава се самите објекти, односно производите што го диктираат и овој процес според истите механизми кои го детерминираат про-

изводството на популарната музика. Слободното време на купувачите служи само за да се репродуцира нивниот работен капацитет. Тие се средствата, а не целта. Моќта на производството се шири над временските интервали, кои на површината изгледаат како да се слободни. Масите сакаат стандардизирани производи и псевдоиндивидуализација, зашто нивната цел е излез од работата, таа е истовремено моделирана според тие психолошки параметри.

Да се избега од здодевноста и да се избегне напорот е некомпатибилно – оттука и репродукцијата на самиот став, кој бара бегство. Работата во фабриките или во канцелариите не нуди никаков новитет за луѓето. Новитетот е потребен, но напорот и здодевноста од работата ги носи луѓето кон избегнувањето каков било обид да се искористи слободното време како шанса за нови искуства. Како замена за тоа, тие копнеат по стимул, кој го нуди популарната музика. Моментот на препознавање е момент на сензација без напор. Ненадејното внимание врз овој момент проговара веднаш и го води слушателот кон сферата на невнимание и на дистракција. Од една страна, доменот на производството претпоставува дистракција, а од друга страна, го произведува. Индустијата се соочува со еден нерешлив проблем – таа мора да предизвика внимание со секогаш нови производи, но ова внимание би ги обезвредило производите. Ако никакво внимание не ѝ е дадено на песната, таа не може да биде продадена, а ако ѝ се даде внимание, возможно е луѓето да не ја прифатат, бидејќи таа е веќе позната. Ова придонесува за постојано обновување да се опфати пазарот со нови продукти. Од друга страна, дистракцијата не е само претпоставка туку е и производ на популарната музика. Самите мелодии го водат слушателот кон невнимание. Тие му велат да не се грижи, бидејќи нема да пропушти ништо.

2.3 Два вида слушање на популарната музика

Музиката што се слуша со општо невнимание, прекинато од ненадејни блицови на препознавањето, не се следи како секвенција од искуства што имаат јасно значење самите по себе. Слушателите на популарната музика не ја сметаат музиката како јазик сам по себе. Ако ја сфатат музиката како засебен семиотички феномен, ќе биде тешко да се објасни како тие би можеле да го толерираат постојаното снабдување со главно недиференциран материјал. Јазикот на музиката за нив е трансформиран од објективните процеси во јазикот што го сметаат за посебен, кој служи како основа за нивните институционализирани потреби (ibid., 265). Колку помалку е музиката уникатна за нив толку повеќе таа се етаблира како прифатлива основа. Автономијата на музиката е заменета со социо-психолошка функција. Музиката денес е, пред сè, социјален цемент. Значењето што слушателите му го припишуваат на овој материјал е, пред сè, средство со кое тие постигнуваат одредено психолошко приспособување кон механизмите на денешниот живот. Ова приспособување се материјализира на два начина, што одговара на двата главни социо-психолошки типа на масовно однесување кон музиката: 1. ритмички послушен и 2. емотивен тип. Ритмички послушниот тип е најподложен на процесот на мазохистичко приспособување кон авторитарниот колективизам. Ова приспособување е присутно кај

левоориентираните и кај десноориентираните идеологии на групите. Нивната психологија се совпаѓа и покрај разликите во политичките ставови. Ова станува забележливо и низ популарната музика, која се чини дека е исклучена од политичката партиципација. Оние што бараат песна од општествено значење, ја бараат преку медиум што лишува од такво значење. Употребата на незапирливите популарни музички медиуми е репресивна самата по себе.

Што се однесува до другиот – емотивен – тип, тој може да се поврзе со филмскиот гледач. Исполнувањето на желбата се смета за водечки принцип во социјалната психологија на филмовите и наликува на задоволството добиено од емоционалната, еротска музика. Кога публиката на сентименталниот филм или на сентименталната музика станува свесна за преголемата можност за среќа, таа се осмелува да се исповеда дека целиот ред на современиот живот, всушност, им забранува да имаат учество во таа среќа. Она што треба да претставува исполнување на желбата е само сиромашно ослободување, кое се случува кога се кристализира сознанието дека е слушателот несреќен и никогаш нема да може да биде среќен. Вистинската функција на сентименталната музика лежи во привременото согледување на свеста на субјектот дека исполнувањето е пропуштено. Емотивниот слушател консумира музика за да може да плаче. Тој е обземен од музичкиот израз на фрустрација повеќе отколку од оној на среќа. Ослободувачкиот елемент на музиката е, едноставно, можност да се почувствува нешто, додека, пак, вистинската содржина на оваа емоција може да биде само фрустрација. Тоа води кон катарза за масите, но катарза што ги држи уште повеќе под контрола. Музиката што им дозволува на слушателите признание за нивната несреќа, ги помирува со помош на ова „ослободување“ со нивниот социјален статус (ibid., 266).

3 Делото на Даниел Лопатин согледано низ теоријата на Адорно

Даниел Лопатин си игра со оваа поставка на стандардизацијата во популарната музика. Тој ги вади деталите од хит-песните и ги става во нов ехоизиран и дезориентиран контекст. Рефрените бескрајно вртат во една детериторијализирана и аисторична матрица. Слушателот ја препознава песната, но добива чувство на немир. Лопатин припаѓа во типот „емотивни“ слушатели, но оваа неможност да се исполни желбата ја прикажува соголена. Нашите желби се вознемирени, нашите наративи стануваат нарушени. „Неговата музика нè наоѓа каде што сме најранливи, меѓу нашите кршливи митологии и мемориите на нашите материјални искуства“ (Lin 2019: 168).

Слоевити ефекти, како промена на висината на тонот и ехото, ги вртат рефрените повторно, повторно и повторно. Снижените тонови и пештерското ехо се поставени во еден смирувачко-зачудувачки процес, а такви се поп-хитовите од Флитвуд Мак, Питер Габриел, Теди Пендерграс итн. Тие се извлечени од оригиналните контексти, оригиналниот материјал е извлечен надвор од својот културен и историски багаж. Сублимираните желби се кастрирани, а самите семиотички услови што ја даваат смислата се еродирани. Се создава и дејствува феноменот на семиотичко освежување. Наместо да се занимава со „вкусот“ и со личното препознавање во песните, тој препушта овие детали

од популарната музика да станат мантрички извори на очај и на дислокација. Во „Б4,“ на пример, хитот *Дамата во црвено* од Крис де Бург, од стиховите: „Нема овде никој, освен јас и ти“, Лопатин прави редуцирање на едноставната реплика: „Нема овде никој“, вртејќи ја и создавајќи јазол во две очајни минути. На сличен начин фразите од рефрените на другите хитови се редуцирани во мали издишувања на една модерна невроза: емоционален неуспех („Немаше начин за компромис“ – Фил Колинс), задушувачка анксиозност („Побрзај момче, таа те очекува тебе“ – Тото), непопустлива параноја („Од каде ја доби таа информација? – Александер О’Нил). Но, не само што ја прикажува желбата исушена и демаскирана туку Лопатин нуди и нови можности за слушање и за создавање значење. Во амбисот на популарната музика, *Екоцемс* покажуваат нови територии под скршениот социјален цемент – од културното ѓубре ние можеме да извлечеме поврзувања што стандардизацијата настојува да ги потисне или не би сакала никогаш да ни бидат понудени за слушање. Од скршената комуникација и од неконзистентната меморија, преку репетитивноста и постојаното повторување, се појавуваат нови можности за промена и за преобразба.

Целата поента на екоцемовите беше дека „направи сам“ е практика што не бара некакво специјално музичко знаење и за мене беше начин како директно да се справам со звукот во еден заменлив, филозофски начин, што нема толку врска со самата музика, туку со самите чувства... Луѓето наоѓаат конекција и значење преку оваа практика... Ова веќе станува фолк-музика (*ibid.*, 171).

Друг аспект од теоријата на Адорно што го допира Лопатин е односот кон слободното време. Неговото екоцемање произлегува од потребата да избега од неговата работа „од 9 до 17“, без да ја напушти канцеларијата, само како начин да се победи здодевноста, ама не во оној магичен круг во кој е затворен пасивниот слушател на популарната музика. За разлика од него, Лопатин ја трансмутира матрицата. Тој се фиксира врз моментот на емотивното слушање и ја соголува рамката, фокусирајќи се директно врз катарзата добиена од неуспехот да се постигне емоцијата што ја нуди емотивната музика.

Вишокот вредност Лопатин ја носи на концептуалната рамка на неговите проекти, таа е во однос со културната меморија и закопаната утопија на капиталистичките продукти, особено онаа поврзана со конsumerистичката технологија во компјутерската аудиовизуелна забавна сфера (Reynolds 2011: 81).

4 Заклучок

Концепцијата на Лопатин нуди двојно раслојување на стандардизацијата. Првично, во доменот на самото музичко производство поврзано со односот кон слободното време, кое не е искористено за пасивно слушање, туку за мутирање на самиот стандард, кој е понуден како излез од здодевноста и од напорот на капиталистичката работа. Другиот е поврзан со слушањето на тие трансмутации, наоѓајќи се некаде меѓу илузијата на рамката и нејзиното

кршење, така што слушателот на неговите екоџемови е дезориентиран во катарзата што ја нуди емотивната музика.

Репетитивноста му дава на човечкиот идентитет соодветна стабилност, истовремено му дозволува дестабилизација на секој идентитет. Поконкретно, репетитивноста е како општествената моќ, произведува начини на рефлексивност и, во исто време, ги лимитира формите на социјалноста (Keller 2015: 222).

Дистракцијата и невниманието на слушателот се канали што нудат нови наративи. Овие социо-психолошки ефекти на залажување на капиталистичкиот субјект се присутни и се различни од потребата за концентрација и за внимание во сериозната музика, според Адорно. Но, Лопатин ни ги дава соголени и демаскирани, поставувајќи нè директно во самиот фокален момент на репресија и на илузија. Тоа значи – да се слуша катарзично и, истовремено, да се биде свесен за неуспехот на таа катарза. Тој го постигнува ефектот со ехоизираната репетитивност на производството – консумирањето. Од овој детериторијализиран контекст се отвораат нови излези за промена и за постоење. Консумерот на популарната музика како активен субјект, кој се труди да излезе надвор од социо-психолошката мамка, која му е поставена од културниот продукт, свесно и тврдоглаво се движи наспроти механизмите на културната индустрија.

Библиографија

- Adorno, T.W. (1974). *Minima Moralia*. New York: New Left Books.
- Adorno, T.W. (2001). *The Culture Industry: Selected essays on mass culture*. London: Routledge Classics.
- Adorno, T.W. (2005). On Popular Music. In S. Frith and A. Goodwin (eds.). *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*, 256-268. London: Routledge Publications.
- Keller, C. (2015). *Cloud of the Impossible: negative theology and planetary entanglement*. New York: Columbia University Press.
- Lin, M. (2019). Daniel Lopatin's Chuck Person's Eccojams Vol. 1. In W. Stockton and D. Gilson (eds.). *The 33 1/3 B-sides: New Essays by 33 1/3 Authors on Beloved and Underrated Albums*, 168-171. New York: Bloomsbury Publishing.
- Reynolds, S. (2011). *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. New York: Faber and Faber.