

Autor

Mati Kordas

Praca magisterska artystyczna

Kosmiczne Kordasy

Praca magisterska teoretyczna

Kosmiczne Kordasy w Erze Internetu

Promotor pracy dyplomowej

dr hab. Robert Sowa

Praca teoretyczna pod kierunkiem

dr Marta Anna Raczek-Karcz

Akademia Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

Wydział Grafiki

Pracownia Filmu Animowanego

Rok akademicki 2024/2025

Nr indeksu: 10675

SPIS TREŚCI

KOSMICZNE KORDASY W ERZE INTERNETU	2
JAK INTERNET WPŁYNAŁ NA ROZWÓJ MUZYKI.....	2
ZJAWISKO INTERNETOWYCH MEMÓW	3
MEM W RĘKACH TWÓRCÓW	4
MEM W RĘKACH PRZEMYSŁU	4
POCZĄTKI ZESPOŁU	6
<i>ŚWIĘTA Z KORDASAMI (NA TRZEŻWO?)</i>	6
<i>SŁODKIE CHŁOPAKI</i> KONTRA PANDEMIA	7
POWRÓT KORDASÓW	9
PRZEMYSŁ FILMOWY I MARVEL STUDIOS	10
WPŁYW INTERNETU NA MEDIUM FILMU.....	11
TEMATY TWÓRCZOŚCI KOSMICZNYCH KORDASÓW	11
MILLENIALSI I IRONIA	12
GUILTY PLEASURE.....	13
POSTIRONIA	14
ZROZUMIEĆ KORDASY	16
FILM “KOSMICZNE KORDASY”	17
BIBLIOGRAFIA.....	19

KOSMICZNE KORDASY W ERZE INTERNETU

W tekście tym wyjaśnię, na czym polega i skąd wziął się projekt „Kosmiczne Kordasy”, oraz w jaki sposób nawiązuje on do rozwijającej się prężnie kultury internetowej XXI wieku. Zacznę moją wypowiedź od nakreślenia kontekstu współczesnej muzyki popularnej, jej związku z medium, jakim jest internet, jej problemów oraz możliwości, a następnie postaram się odnieść przez ten pryzmat do własnej twórczości. Jako że mój projekt dyplomowy jest w założeniu projektem filmowym, poruszę też w moich rozważaniach wątek wpływu kultury internetowej na to właśnie medium. Z powodu różnic w procesach tworzenia muzyki oraz filmu, poświęcę temu drugiemu osobny akapit w dalszej części tekstu, odnosząc się przy tym do tematów, które poruszyłem w kontekście mojej twórczości muzycznej, jako że była ona bazą projektu Kosmiczne Kordasy i to właśnie od muzyki rozpoczęła się przygoda naszej grupy.

JAK INTERNET WPŁYNAŁ NA ROZWÓJ MUZYKI

Muzyka jako jedna z dziedzin sztuk pięknych już dawno wyszła poza ramy mechanicznych instrumentów, nie skupia się jedynie na technicznych umiejętnościach grania na nich, zapisywaniu kompozycji jako nut na pięciolinii, a występy na żywo oraz dystrybucja fizyczna nie zawsze są głównym środkiem jej wykonywania.

W erze internetu zarówno odbiorcy, jak i wykonawcy muzyki mają w swoim arsenale mnóstwo nowych i ekscytujących narzędzi, które pozwoliły muzyce rozwijać się z imponującą prędkością. Początki tego zjawiska sięgają końcówki lat dziewięćdziesiątych XX wieku, wraz z powstaniem serwisu Napster¹, który pozwolił użytkownikom na publikowanie i ściąganie muzyki cyfrowo, za pomocą plików w formacie MP3. Od tego czasu minęło już ponad dwadzieścia lat, a muzyka współcześnie wykorzystywana i promowana jest na mnóstwo nowych sposobów.

Doskonałym tego przykładem jest platforma TikTok, która podbiła cały świat, oferując możliwość publikowania, oglądania a nawet reagowania na krótkie filmiki, podane odbiorcy w szybkim, prostym w obsłudze i nie wymagającym dużego zaangażowania formacie.

¹ W. Brewster, *The history of music streaming*, <https://mixdownmag.com.au/features/the-history-of-music-streaming/>, [dostęp: 03.02.2023].

Nowe drogi przekazu sprawiły, że muzyka musiała ewoluować, by dostosować się do nowej przestrzeni i przykuć uwagę potencjalnego odbiorcy. Artyści przyzwyczajeni już do streamingu i cyfrowej dystrybucji muzyki byli świadomi tego, że w kulturze internetowych memów (oraz zmniejszającej się stopniowo cierpliwości do przyswajania długich i nieodróżnionych treści) ich sztuka będzie miała o wiele większy potencjał komercyjny, jeżeli sama stanie się memem.

ZJAWISKO INTERNETOWYCH MEMÓW

Pojęcie memu rozumiemy tutaj jako zjawisko współczesne, czyli gatunek humorystycznej wypowiedzi internetowej, komunikat zbudowany w oparciu o schemat konstrukcyjny wykorzystujący skonwencjonalizowane elementy związane z kulturą i historią Internetu.

Wcześniej funkcjonował on głównie jako zabawny obrazek, jednak to, czym teraz jest dla nas mem, jest o wiele bardziej złożoną kwestią. Osobiście definiuję mem jako funkcjonującą w popkulturze uproszczoną formę wypowiedzi, która, puszczona w obieg, zaczyna być powielana, modyfikowana i redefiniowana, zachowując się przy tym w zbiorowej świadomości przez swój ikoniczny wydźwięk i potencjał viralowy, to znaczy „taki, który posiada interesującą (np. zabawną bądź poruszającą) treść (np. slogan, zdjęcie, filmik), która bardzo szybko rozprzestrzenia się w Internecie.”²

Interesującym zjawiskiem w kulturze memów jest to, że nie zawsze są one zamierzonym działaniem, mającym na celu rozpowszechnienie danej treści w internecie. Nieraz memem staje się element popkultury, który wcale do tego nie aspirował, a został niezależnie od siebie zacytowany, nadano mu nowy kontekst, bądź zupełnie nieświadomie osiągnął status wiralu.

Duża część internautów jest w stanie wymienić bez większego zastanowienia kultowe memy, które pojawiły się pewnego dnia w sieci i osiągnęły olbrzymią rozpoznawalność. Postacie takie jak *Paweł Jumper*, *Yodelling Walmart Kid* czy *Bounce By The Ounce Guy* na zawsze odcisnęły swe piętno w cyberprzestrzeni i świadomości

² *Co to jest viral i dlaczego warto go stosować w marketingu?*, <https://www.artefakt.pl/blog/epr/czym-jest-viral-content-cechy-tresci-viralowych>, [dostęp: 03.02.2023].

internautów, a stało się tak bez ich wiedzy i czynnego udziału. Potęga viralowości jest tak wielka, że osoba uwieczniona w popkulturze jako mem nie raz musiała się potem zmagać latami ze swoją nowo nabytą rozpoznawalnością, która nierzadko negatywnie wpływała na jej relacje towarzyskie i służbowe.

MEM W RĘKACH TWÓRCÓW

Twórcy wszelkich mediów sztuki zaczęli coraz bardziej inspirować się tym fenomenem i coraz częściej podejmowali próby stworzenia zawartości, która stanie się viralem/memem. Branża marketingu, a zaraz po niej polityki również bardzo ochoczo przyłączyły się do kultury memów, dostrzegając w nich potencjał komercyjny i propagandowy, szczególnie mając na uwadze fakt, że internet był głównym sposobem dotarcia do młodszej generacji, która mniej ochoczo niż poprzednie pokolenia konsumowała telewizję, radio oraz prasę drukowaną.

Warto wspomnieć w tym kontekście o muzyce komediowej, która jeszcze do niedawna była swego rodzaju oddzielnym gatunkiem, niszą w przemyśle muzycznym. Jako przykład artystów, którzy działali w tym obszarze można wymienić projekty takie jak Weird Al Yankovic, Flight of the Conchords, Tenacious D, czy nawet rodzima Dorota Masłowska, działająca pod pseudonimem Mister D. Kiedy spojrzymy na popularną aktualnie muzykę mainstreamową, łatwo jest zauważyć, że granice komedii i poważnych aranżacji się zatarły, a najczęściej słuchani wykonawcy nierzadko sami korzystają z humoru, memów i stylistyki zaliczanej wcześniej do konkretnej, osobnej kategorii tego medium. Wykonawcy tacy jak Sławomir, Young Leosia, Little Big czy Żabson z powodzeniem tworzą i wypuszczają memiczne³ w swojej naturze hity muzyczne, które nie funkcjonują już równolegle do muzyki popularnej, a są jej integralną częścią.

MEM W RĘKACH PRZEMYSŁU

W 2011 roku Bartek Chaciński napisał w *Raporcie o stanie muzyki polskiej*, że w erze internetu „krytyka muzyki popularnej z dziedziny nieuporządkowanej zamieniła się w

³ Słownik Języka Polskiego PWN, *Galeria Młodzieżowych Słów Roku*, <https://sjp.pwn.pl/mlodziejowe-slowo-roku/haslo/memiczny;6477416.html>, [dostęp: 03.02.2023].

sferę niemożliwą do ogarnięcia”⁴. Internauci, korzystając z nowej, otwartej dla wszystkich platformy sami zajęli się amatorską krytyką muzyczną, za pomocą wpisów na blogach, forach, czy bezpośrednio w sekcji komentarzy pod ocenianym materiałem.

Dużym wyznacznikiem sukcesu muzyki popularnej zaczęła być ilość odtworzeń w serwisach streamingowych, czy wyświetleń na portalach społecznościowych oraz w mobilnych aplikacjach. Przemysł muzyczny zrozumiał ten schemat i zaczął bardzo skutecznie go wykorzystywać, stał się maszyną do produkowania virali. Muzyka będąca częścią tej maszyny stała się bardzo lukratywnym biznesem, a utwory muzyczne i sami artyści, związani kontraktami, jego produktami.

Jednym z symptomów tego problemu są tzw. *industry plants*⁵, czyli artyści, których cała kariera jest pieczołowicie zaplanowaną i stopniowo wprowadzaną w życie akcją marketingową, nad którą pieczę sprawuje wytwórnia muzyczna. Określenie to często pada w stosunku do wielu muzyków jako oręż krytyki ich twórczości, jednak prawda jest taka, że nie jesteśmy w stanie stwierdzić w każdym przypadku, czy zarzuty te są uzasadnione.

Dzieje się tak, ponieważ przemysł muzyczny, tak jak wszelkie inne organizacje, korporacje oraz partie polityczne nauczyły się, jak wykorzystywać internet w swoich działaniach i na etapie, na którym się znajdujemy jako cywilizacja, przestajemy być w stanie rozróżniać intencje treści, których jesteśmy odbiorcami. Od kiedy ludzie zaczęli korzystać z sieci, specjaliści od marketingu pręźnie zabrali się za analizę nowego środowiska, wynajdując nowe sposoby badania potrzeb rynku i wykorzystali fakt, iż — w przeciwieństwie do telewizji, radia czy prasy - środowisko to jest silnie interaktywne i pozwala oddziaływać na potencjalnego odbiorcę w zupełnie innym wymiarze⁶.

Jako osoba urodzona u schyłku lat dziewięćdziesiątych XX wieku, od dziecka konsumowałem muzykę za pomocą kaset, płyt CD, mającej ogromny wpływ na kierunek rozwoju muzyki współczesnej stacji telewizyjnej MTV, a w końcu moim głównym źródłem jej odbioru stał się internet. Pomimo mojej próby analitycznego wyjaśnienia wpływu internetu na przemysł muzyczny, oraz na muzykę jako medium sztuki wiem, że nie jestem w stanie odciąć się od niego i że moja wiedza, preferencje oraz osobista twórczość są mocno

⁴ B. Chaciński, *Raport o stanie muzyki polskiej*, Warszawa 2011.

<http://muzykapolska.muzykapolska.org.pl/krytyka-muzyczna.krytyka-muzyczna-w-obszarze-muzyki-pop.html>, [dostęp: 03.02.2023].

⁵ S. Kemp, *What is an „industry plant”?*, <https://faroutmagazine.co.uk/what-is-an-industry-plant/>, [dostęp: 03.02.2023].

⁶ J. Ken Corley II, Z. Jourdan, W. Rhea Ingram, *Internet marketing: a content analysis of the research*, „Electron Markets” 2013, nr 23, s. 177–204, <https://doi.org/10.1007/s12525-012-0118-y>, [dostęp: 03.02.2013].

z nim związane. Nie uważam tego wcale za rzecz negatywną, wręcz przeciwnie, miałem spore szczęście, że urodziłem się akurat w tak charakterystycznym i przełomowym momencie w historii ludzkości. Mogłem być częścią powstawania kultury internetowej praktycznie od samego jej początku, a perspektywy, które niesie ze sobą jej przyszłość wydają mi się bardzo ekscytujące i cieszę się, że będę mógł nie tylko ich doświadczać, ale również współtworzyć i krytykować. Jeszcze niejednokrotnie odniosę się w tym tekście do różnych elementów i tematów powiązanych z popkulturą w erze internetu, jednak przyszła pora, abym w nakreślonym kontekście umieścił swój własny projekt, czyli Kosmiczne Kordasy.

POCZĄTKI ZESPOŁU

Był to chłodny, pochmurny wieczór pod koniec 2018 roku. Razem z moim młodszym bratem, Maćkiem i naszym przyjacielem, Szymonem (którego poczucie humoru i fascynacja muzyką bardzo nas zauroczyła, przez co często spędzaliśmy wspólnie czas na oglądaniu w internecie zabawnych filmików, czy słuchaniu muzyki i omawianiu jej) postanowiliśmy po spożyciu ekscesywnej ilości alkoholu nagrać coś własnego. Do dyspozycji mieliśmy jedynie elektroniczne pianino, dyktafon na telefonie oraz własną, napędzaną procentami inwencję twórczą. Szymon zaczął grać na klawiszach, a mój brat i ja mogliśmy zaoferować tylko wokół, przystąpiliśmy więc do improwizacji. Muzyka, która przy tym powstała, miała formę konceptualnego albumu zatytułowanego *Święta z Kordasami (w kosmosie?)*, opowiadającego o naszej podróży w kosmos, nadchodzących świętach Bożego Narodzenia, o piciu taniej, dostępnej na stacji obok wódki Joker (która od tego czasu jest często wykorzystywanym elementem mojej twórczości artystycznej, wręcz obiektem kultu w naszym gronie znajomych), a także o naszych relacjach, podszytych przyjacielskimi konfliktami, satyrą na temat naszych znajomych, popkultury oraz kultury picia alkoholu w Polsce i naszych relacji z nią.

ŚWIĘTA Z KORDASAMI (NA TRZEŻWO?)

Pomimo bardzo prowizorycznej jakości materiału, album okazał się niezwykle popularny w naszym najbliższym otoczeniu i szybko stał się ścieżką dźwiękową całych świąt oraz sylwestrowej imprezy, co zainspirowało nas do dalszej twórczości w ramach tego

projektu, który jednak przez jakiś czas traktowaliśmy bardziej jako zabawę i dowcip, nie więcej. Nie mieliśmy wtedy pojęcia o tym, że Kosmiczne Kordasy zaczną rozwijać się w kierunku bardziej ambitnych działań.

Drugi album, *Święta z Kordasami (na trzeźwo?)*⁷, powstawał w roku 2019, a nastroje towarzyszące nam przy pracy nad nim diametralnie różniły się od pijackiej zabawy z poprzedniego roku. Chcieliśmy trzymać się wypracowanej przez nas do tej pory koncepcji podróży, co zaowocowało pomysłem wyprawy na Biegun Północny w poszukiwaniu Mikołaja jako głównego motywu albumu. Szybko stało się jasne, że brakuje nam środków, warsztatu i doświadczenia, by zrealizować ambitny jak na nasze ówczesne możliwości projekt w zadowalającym stopniu, co zrodziło konflikty wewnątrz formacji, które nierzadko doprowadzały nas na skraj zerwania współpracy.

Poza warstwą muzyczną, w której umiejętności producenckie Szymona oraz nasze zdolności wokalne pozostawiały wiele do życzenia, podjęliśmy też pierwsze próby kręcenia teledysku, promowania naszej twórczości na portalach społecznościowych oraz wydania albumu w wersji fizycznej. Choć z perspektywy czasu patrzymy na powstałe w tym procesie dzieło z litością i lekkim zażenowaniem, nie możemy zapominać, że nasza kreatywna podróż zaprowadziła nas tu, gdzie jesteśmy teraz właśnie dzięki tego typu nieudolnym próbom. Nasi przyjaciele świetnie bawili się, słuchając kolejnego dzieła naszego autorstwa, jednak baliśmy się, że nigdy nie wyjdziemy z tego typu twórczością poza nasz najbliższy krąg znajomych. Zmęczeni niezorganizowaną pracą oraz konfliktami na stopie towarzyskiej na jakiś czas zaprzestaliśmy wspólnej działalności, jednak nie był to koniec przygód Kosmicznych Kordasów.

SŁODKIE CHŁOPAKI KONTRA PANDEMIA

Pomysł na pracę nad trzecim albumem pojawił się podczas pandemii wirusa Covid-19, kiedy podjęliśmy decyzję o wprowadzeniu się Szymona do naszego mieszkania. Ograniczenia związane z lockdownem sprawiły, że takie rozwiązanie wydawało nam się

⁷ M. Kordas, *Kosmiczne Kordasy - Święta z Kordasami (NA TRZEŻWO???)*, https://www.youtube.com/watch?v=_zVpRzyPrM&t=1s, [dostęp: 03. 02. 2023].

wtedy słuszne, jednak wspólne mieszkanie tylko pogłębiło konflikty towarzyskie oraz służbowe, które na tamtym etapie projektu Kosmiczne Kordasy stały się wręcz nieuniknione.

Album *Słodkie Chłopaki*, wydany w grudniu 2020 roku, ilustruje widoczny przeskok w jakości materiału, co absolutnie nie było dla nas zaskoczeniem, biorąc pod uwagę ilość pracy, którą w niego włożyliśmy (razem ze środkami pieniężnymi, które udało nam się zebrać na ten cel) oraz garść nowych rozwiązań, takich jak skorzystanie z pomocy osoby dysponującej studiem nagrań, która pomogła nam również z miksowaniem i masteringiem⁸ kawałków.

Zrezygnowaliśmy też z dotychczasowej formuły konceptu podróży i zamiast tego skupiliśmy swoją uwagę na dopracowaniu pojedynczych utworów tak, by były bardziej uniwersalne i przeznaczone dla szerszego grona odbiorców, nadawały się do słuchania przez wielbicieli imprezowej muzyki popularnej. Decyzja ta wiązała się z wydaniem dwóch singli, do których powstały też nakręcone przez nas teledyski. Utwory te to *Szybki Styl* oraz *Święto Zmarłych*, które obecnie jest naszym najpopularniejszym utworem w internecie.

W okresie tworzenia albumu *Słodkie Chłopaki* staraliśmy się wyjść poza treści oparte wyłącznie na hermetycznym humorze i nawiązaniach, próbowaliśmy odnosić się do bardziej uniwersalnych elementów kultury internetu, zachowując przy tym autorską stylistykę, która towarzyszyła nam i rozwijana była przez nas od początku trwania projektu. Idea viralowości była równocześnie inspiracją i elementem motywującym do działania, ale, niestety, przyczyniła się również do wielu frustracji, gdy czuliśmy, że grupa odbiorców tego typu treści pozostaje dość niszowa i zdobycie jakiegokolwiek popularności może graniczyć z cudem. Nie mając wystarczającej wiedzy ani dostępu do narzędzia, jakim jest internetowy marketing, staraliśmy się czerpać radość i satysfakcję z pracy twórczej i wsparcia malutkiej, lecz bardzo entuzjastycznej grupy fanów.

Udało nam się nawet zagrać koncert w niewielkim pubie na ulicy Miodowej w Krakowie, co, choć nie było samo w sobie szczególnie lukratywnym osiągnięciem, dodało mi sporo pewności siebie w występowaniu na scenie i pozwoliło nam zasmakować elementu życia profesjonalnych muzyków. Dużo radości sprawił nam również fakt, że nie tylko nasi

⁸ Czy miks i mastering mogą działać cuda?, <https://live-act.pl/2015/12/mastering-cuda>, [dostęp: 06.02.2023].

znajomi bawili się dobrze pod sceną, ale również przypadkowe osoby, które o nas wcześniej nie słyszały, były w stanie odnaleźć w naszym wystąpieniu coś, co dało im radość.

W czasach, w których wirtualne zasięgi bywają głównym wyznacznikiem sukcesu, trudno jest cieszyć się wyłącznie z lokalnej rangi rozpoznawalności naszego zespołu, nie myśląc o tym, nad czym warto bardziej popracować.

W tym samym okresie musieliśmy pożegnać się z Szymonem jako naszym współlokatorem, ponieważ napięcia panujące w mieszkaniu zarówno związane z zespołem, jak i czysto przyjacielskie okazały się nie do zniesienia. Konsekwencją tego konfliktu był rozpad zespołu.

POWRÓT KORDASÓW

Trwająca ponad rok przerwa w działalności Kosmicznych Kordasów była co prawda przerywana pojedynczymi próbami odbudowania naszych relacji i stworzenia nowego materiału, jednak dopiero w 2022 roku udało nam się wypracować sprzyjające tworzeniu środowisko, dzięki czemu zaczęliśmy pisać i komponować nowe utwory. Zmotywowany tym obiecującym okresem wpadłem na pomysł, żeby połączyć moją działalność w zespole ze studiami na Wydziale Grafiki na Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie, a okazją do takiej fuzji miał być mój dyplom magisterski w pracowni filmu. Mając świadomość, że uzależnianie mojego projektu dyplomowego od działalności zespołu, która bywała do tej pory dość niestabilna i powodowała przy tym konflikty wiąże się ze sporym ryzykiem, mimo wszystko postanowiłem je podjąć i zaproponowałem Szymonowi oraz Maćkowi stworzenie etiudy o Kosmicznych Kordasach. Niezwłocznie przystąpiliśmy do intensywnej burzy mózgów.

Niebawem w naszych głowach zaczął klarować się projekt filmowy *Kosmiczne Kordasy*, krótkometrażowy, kostiumowy film fabularny z elementami musicalu w formie narracji o twórczości muzycznej zespołu, korzystający również z technik animacji, w którym przedstawić chcemy tworzone przez nas w ostatnich uniwersum, autorski język, którym się posługujemy, a także garść nawiązań do popkultury i różnych nurtów komediowych.

Za pomocą prostej i schematycznej opowieści o podróży w kosmos w poszukiwaniu idealnej imprezy po tym, jak znudziło nas życie na Ziemi, film ma łączyć różne techniki audiowizualne i artystyczne, owocując baśniową, kempową, kosmiczną odyseją, dziełem, które w swoich założeniach ma być zarówno zwieńczeniem naszych dotychczasowych pomysłów i osiągnięć, jak i próbą wejścia z tą twórczością na nowy poziom, być może otwarciem się na nowe grupy odbiorców. Porozmawiajmy w takim razie o filmie w kontekście tematu mojej pracy.

PRZEMYSŁ FILMOWY I MARVEL STUDIOS

Oczywiście, muzyka nie jest jedynym medium, na którego ewolucję wyraźny wpływ ma kultura internetowa. Film, a w szczególności szeroko pojęty, ogromny przemysł filmowy korzysta z internetu i jest od niego tak samo zależny, jak świat muzyki. Oparty na viralowości marketing wpłynął nie tylko na sposób promocji filmów, rozwijając sposoby manipulacji potencjalnym odbiorcą za pomocą trailerów, współpracy z innymi branżami oraz umiejscowienia produktów, ale również na samą ich treść. Spójrzmy choćby na przykład rozległego uniwersum filmów Marvela, należącego od 2015 roku do The Walt Disney Company molocha, produkującego filmy na podstawie komiksów z ogromnym budżetem i gwiazdorskimi obsadami. Co do jakości poszczególnych produkcji należących do tego studia można mówić tutaj o sporych wahaniach, co jest oczywiście nieuniknione przy tak rozległej filmografii, jednak nie mam zamiaru recenzować każdego z nich z osobna, a raczej poczynić pewną ogólną obserwację. Otóż nie da się ukryć, że filmy tego studia tworzone są z zamiarem dotarcia do jak najszerszej grupy odbiorców. Aby osiągnąć swój cel, stawiają one zwykle na bezpieczne zabiegi, klarowną konstrukcję fabuły i unikanie kontrowersyjnego języka, nadmiernej przemocy oraz politycznych manifestów. Dochodzi do tego oczywiście rozległy plan marketingu opierający się na sprzedaży gadżetów, zabawek oraz biletów na wydarzenia związane z uniwersum oraz jego bohaterami. Dobór osób aktorskich również nie jest przypadkowy, ma on bowiem zachęcić do obcowania z Marvelem nie tylko miłośników komiksu, ale również osoby, które wybiorą się na film ze względu na grającą w nim ulubioną gwiazdę. Wydawać by się mogło, że tego typu zabiegi wystarczą, by dać zarobić przemysłowi filmowemu miliardy. Ale po co poprzestawać na tym, skoro można sięgnąć po omawiany przeze mnie wcześniej mem?

WPŁYW INTERNETU NA MEDIUM FILMU

Oglądając najnowsze produkcje filmowe i serialowe, takie jak *Avengers*, *Stranger Things* czy *Euforia* ciężko mi było nie odnieść wrażenia, że nie jestem traktowany do końca poważnie jako odbiorca. Sposób, w jaki pisana jest fabuła oraz postacie, ilość nawiązań do elementów popkultury, wykorzystanie popularnych i chwytliwych utworów muzycznych, które górują aktualnie na listach przebojów na Spotify oraz w radiu. Oglądając niektóre sceny miałem wrażenie, że są one skrupulatnie skonstruowane w konkretnym celu. Żeby wywołać u mnie szybkie skoki dopaminy, zupełnie jak filmiki na TikToku, reklamy na YouTube czy manipulatywne mechaniki w grach na urządzenia mobilne. Zupełnie, jakby sceny te miały być stworzone wyłącznie z myślą o wykorzystaniu ich do celów promocyjnych, czy do zachęcenia internautów do udostępniania i przetwarzania ich za pomocą memów. Wydaje mi się, że mocnym dowodem na coraz częstsze celowanie w internetowych odbiorców przez przemysł filmowy jest zatrudnianie internetowych influencerów jako osób aktorskich (jako przykład podać można JoJo Siwę, popularną TikTokerkę, która dostała angaż w mającym premierę w 2019 roku filmie *Angry Birds 2*, notabene będącym adaptacją filmową szalenie popularnej gry mobilnej). Zdaję sobie sprawę, że omawianie filmu jako całego medium w kontekście największych produkcji blockbusterowych może wydawać się nieuczciwe, jednak właśnie w tej sferze najłatwiej dostrzec można wpływ viralowego marketingu, który przekształca z roku na rok konstrukcję mainstreamowych filmów. Powstające równolegle projekty niezależne, jak sama nazwa wskazuje, nie muszą być zależne od tego wpływu, co nie znaczy, że nie inspirują się one zjawiskiem kultury internetowej samej w sobie. Jako przykład wykorzystania memów w filmie w unikalny i interesujący sposób podam tutaj fantastyczny komediodramat akcji *Wszystko wszędzie naraz* z 2022 roku, który urzekł mnie błyskotliwym wykorzystaniem rozmaitych zabiegów filmowych oraz efektów specjalnych przy użyciu niewielkiego budżetu oraz widocznej pasji i wizji reżyserskiej. Ponarzekalem sobie na przemysł filmowy, więc pora, żebym wrócił do opowieści o zespole Kosmiczne Kordasy.

TEMATY TWÓRCZOŚCI KOSMICZNYCH KORDASÓW

Jednym z nieodłącznych elementów twórczości Kosmicznych Kordasów jest poruszanie tematyki używek, imprez, kultury spożywania alkoholu w Polsce oraz tego, jaki członkowie zespołu mają do nich stosunek. Sztuka Kordasów opowiada o rozmaitych

sytuacjach wyjętych z naszego życia, w przerysowany, stereotypowy sposób ukazuje grupy społeczne i subkultury, z którymi mamy do czynienia na imprezach oraz nasze relacje z nimi. Jednymi z zabiegów charakterystycznych dla naszej narracji jest operowanie kontrastami, zaprzeczanie samymi sobie w naszych słowach i czynach, żonglowanie różnymi poglądami politycznymi oraz filozoficznymi oraz stosowanie działań uznawanych powszechnie za szkodliwe, tak jak przywłaszczenie kulturowe, seksizm, homofobia, przemoc fizyczna i werbalna, stosując je w pewnym sensie w ramach satyry oraz krytyki osób i środowisk, które w naszym odczuciu posługują się nimi z pełną powagą.

Kiedy podczas pisania tekstów piosenek dla naszego zespołu krytykuję w nich wymienione powyżej zachowania, staram się nie wychodzić z pozycji moralnej wyższości. Zamiast tego, zdaję sobie jako podmiot sprawę z własnych słabości, przyznaję, że sam jako człowiek wielokrotnie byłem winny tego typu szkodliwych działań, przez co w pewien sposób moja twórczość ma charakter spowiedzi. Uważam, że wytykanie innym ludziom zachowań i poglądów, które uznajemy za szkodliwe jest słusznym działaniem, kluczowym dla dążenia do rozwoju naszego społeczeństwa. Staram się przy tym jednak zacząć od siebie.

Satyra nie jest jednak definiującym elementem twórczości Kosmicznych Kordasów. To tylko jedna z części składowych, podanych w proporcjach, które, po zaburzeniu ich, skutkowałyby kompletnie inną mieszanką. Kolejnym bardzo istotnym elementem tego projektu jest radość. Spokojnie, nie rzucę tego słowa ot tak i nie przejdę dalej — nie chodzi mi tutaj tylko o radość jako emocję, w znaczeniu cieszenia się z tworzenia muzyki, czy radości z życia.

MILLENIALSI I IRONIA

Radość w kontekście tego, co chcę przekazać, jest swego rodzaju manifestem z naszej strony. Działając w kontrze do utożsamianych z pokoleniem millenialsów⁹ cech, czyli ironicznego podejścia do życia, pesymizmu, cynizmu, krytykowania wszystkiego, co popularne i nieznośnego gatekeepingu¹⁰ (mówimy tu o zachowaniach polegających na nie szanowaniu odmiennych sposobów cieszenia się danym hobby czy wszelkimi mediami,

⁹ A. Sierant, *Millenialsi: kim są i co wyróżnia pokolenie Y?*, <https://www.poradnikzdrowie.pl/psychologia/rozwij-osobisty/millenialsi-kim-sa-i-co-ich-wyroznia-aa-sj8X-2cWm-ZWBm.html>, [dostęp: 10.02.2023].

¹⁰ Urban Dictionary, *Gatekeeping*, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Gatekeeping>, [dostęp: 10.02.2023].

zawłaszczaniu sobie pierwszeństwa do danych elementów popkultury, tłumacząc się większą wiedzą, lepszym gustem czy nawet byciem fanem danej rzeczy dłużej, niż inni) staramy się w szczerzy i infantylny wręcz sposób czerpać radość z prostych przyjemności, doceniać pozytywne aspekty popkultury, zarażać potencjalnego odbiorcę pozytywnym podejściem do doświadczania sztuki.

Jest to bardzo istotne dla mnie, jako artysty, by przestać dzielić sztukę na elitarną i pospolitą (popową i masową w jednym worku). Na poważną i głupią. Na wartościową i bezwartościową. Wiem, że wymagam wiele i pewnie nie każdy zgodzi się z moim podejściem, ale pragnę zaznaczyć, że jedną z najistotniejszych wartości płynących z tworzenia sztuki jest pasja. Prawdziwe emocje, przelane na medium, w obrębie którego tworzy artysta. Obserwowanie radości i szczerości, które emanują z dzieł sztuki, których doświadczam jako odbiorca, jest siłą napędową dla mnie, jako artysty. Właśnie dlatego, jako osoba wychowana w pokoleniu (a przynajmniej w środowisku w obrębie tego pokolenia), które szczyciło się mechanicznym krytykowaniem wszystkiego, co „mainstreamowe”, „głupawe” czy „żenujące”, dopiero niedawno wydostałem się z kajdan cynizmu. Zwróćmy uwagę na popularne wśród omawianej tutaj grupy określenia, z którymi na co dzień można było i nadal można spotkać się w internecie (oraz właściwie w każdej innej przestrzeni). Jako jedno z nich wezmę na warsztat określenie „guilty pleasure”¹¹.

GUILTY PLEASURE

Co to właściwie oznacza? Cóż, doskonale pamiętam uczucie, które towarzyszyło mi kiedyś w sytuacjach, gdy np. słuchając Britney Spears na słuchawkach w komunikacji miejskiej panicznie bałem się, że ktoś to usłyszy i będzie mnie oceniał. Albo gdy oglądałem kiepski film, na którym świetnie się bawiłem i czułem potrzebę tłumaczenia się potem przed znajomymi, że robię to ironicznie, by nie pomyśleli, że mam zły gust. Całe pojęcie „guilty pleasure” bezpośrednio łączy się z poczuciem wstydu. To bardzo powszechne zjawisko dotyka ludzi w każdym wieku, wywodzących się z różnych pokoleń. Idea tego, że są rzeczy, które osobom w naszej sytuacji wypada robić, lubić, doświadczać, a są takie, których nie wypada, jest moim zdaniem bardzo szkodliwą filozofią. Co, gdybym powiedział, że wcale nie musi tak być?

¹¹ A. Michno, *Guilty pleasure - powinniśmy się wstydzić? Czy pozwolić sobie na tę przyjemność?*, <https://serialowy.pl/slownik/guilty-pleasure-co-to-jest-serialowslownik-16403/>, [dostęp: 10.02.2023].

Coraz częściej obracam się w towarzystwie osób będących częścią pokolenia Z, nazywanych pokoleniem internetu, czyli urodzonych na przełomie XX i XXI wieku. Sam uważam się za jego część, chociaż bardziej złośliwe osoby zaliczają mnie do pokolenia Y, czyli millenialsów. Jest to oczywiście żartobliwe z mojej strony klasyfikowanie ludzi, ponieważ rok urodzenia nie sugeruje nam wcale, z jakim człowiekiem mamy do czynienia. Wspominam o tym w kontekście kulturowym, odnosząc się do opisywanej wcześniej przez siebie tematyki cech kojarzonych z pokoleniem millenialsów. Otóż zoomerzy¹², jak nazywa się potocznie przedstawiciele pokolenia Z, z mojej obserwacji zaczęli przejawiać odmienne od swoich poprzedników podejście do konsumpcji dzieł popkultury. Zinternalizowany wstyd związany z doświadczaniem i cieszeniem się z konkretnych dzieł ustępuje miejsca bardziej czystym, beztroskim odczuciom.

Zauważyłem, że sporo kultowych elementów popkultury, wyśmiewanych w czasach mojego dorastania przez inne dzieci z mojego środowiska, jest teraz docenianych na nowo, przez pryzmat nowego, świeżego spojrzenia na świat. Britney Spears, Barbie (a nawet sama idea cukierkowej dziewczęcości, kojarzonej w pewnym momencie głównie z humorem o głupich blondynkach), seriale i filmy typu *Legalna Blondynka*, *Plotkara*, *Gotowe na Wszystko*, czy nawet powrót do łask całych subkultur, jak np. emo, scene, goth. Teksty kultury do niedawna uważane za bardzo kiepskie, czy wręcz beznadziejne, zyskują coraz większe grona wielbicieli, którzy potrafią znaleźć w nich wartość pod zupełnie innym kątem. Podczas, kiedy poprzednie pokolenia w swoim obcowaniu z popkulturą chętnie ukrywały się pod maską ironii, w kulturze internetu mamy dziś do czynienia z rozkwitem nowej ery. Nazywamy ją erą postironii.

POSTIRONIA

Barbara Szczekała w tekście opisującym to zjawisko pisze: „Postironia jest odpowiedzią na kryzys autentyczności w komunikacji między twórcami a odbiorcami kultury. Kuracją rewitalizującą po odrętwieniu spowodowanym powtarzalnością i przewidywalnością wszelakich gier (z gatunkami, konwencjami, stylem, identyfikacją, znaczeniem) oraz strategii dystansujących: metafikcji, narracji niewiarygodnej, manifestowaną sztucznością opowieści. A także, a może przede wszystkim, z postawą

¹² A. Szymański, *Co to znaczy zoomer?*, <https://slang.pl/zoomer/>, [dostęp: 10.02.2023].

odbiorcy, uściślając – widza „krytycznego”, który nieustannie musi trzymać gardę w obawie przed klinczem ironii i cudzysłowu”¹³.

Wspomniany przez nią kryzys wynika z przesycenia współczesnej kultury ironią, która pozbawiła ludzi możliwości czerpania szczerych emocji ze sztuki, bez ukrywania się za ścianą sarkazmu, dystansu czy opisywanego przeze mnie wcześniej *guilty pleasure*.

Krytykuje ona zjawisko ironii, która „jeszcze w czasach modernizmu rzucająca poznawcze wyzwanie, współcześnie okazała się więzieniem autentyzmu i bezpośredniości. Nic już nie mogło być nie-zdystansowane, nie-zapośredniczone, nie-wieloznaczne”¹⁴.

Kiedy włączam sobie z przyjaciółmi kultowy film, który uznawany jest powszechnie za kiepski, nie oglądamy go już ironicznie, jak moglibyśmy to robić jakiś czas temu. Nie wychodzimy z pozycji wyższości intelektualnej czy warsztatowej nad twórcami, nie wyśmiewamy cynicznie jego niedociągnięć. Zamiast tego, delectujemy się tym dziełem na zupełnie nowe sposoby. Potrafimy rozpylać się nad drewnianą grą aktorską, doceniamy awangardowe podejście do zasad montażu, a raczej kompletne ich zignorowanie. Potrafimy bawić się przy takim dziele równie dobrze, a nierzadko lepiej, niż filmie uznanym przez krytyków za dzieło wybitne.

We wcześniejszej części mojego tekstu pisałem o memie jako wartości samej w sobie, o zatarciu się granic i zasad krytyki tekstów kultury. Zjawisko nurtu postironii w kulturze internetowych memów obraca się właśnie wokół zacierania granic. Granic szczerości i ironii, piękna i brzydoty, prawdy i fałszu.

Owszem, jest to pod pewnymi względami problematyczne, ponieważ utrudnia nam dyskusję, krytykę, często zrozumienie danego dzieła. Jednak pozwala to równocześnie wydostać się z klaustrofobicznej przestrzeni definicji, gatunków czy jakichkolwiek kategoryzacji. Pozwala doświadczać sztuki za pomocą czystych emocji, za pomocą języka współdzielonego z ludźmi, którzy dorastali razem z rozwojem kultury internetu. Odzyskanie możliwości szczerego i emocjonalnego odbioru tekstów kultury jest kluczowe, aby móc przywrócić bezpośredniość oraz skrócić dystans w komunikacji artystycznej, co pozwoli nam na przeżywanie sztuki w pełnym jej spektrum. Tak jak autorka wspomnianego przeze mnie wyżej tekstu, również płakałem na filmie *Gran Torino* (2008, C. Eastwood).

Opisujący zjawisko postironii David Foster Wallace doskonale przedstawia ograniczenia i niebezpieczeństwa związane z ideą postmodernistycznej ironii: „Problem

¹³ B. Szczekała, *Podreperować świat. Postironia i film*, „EKRANY” 2016, nr 1(29): http://ekrany.org.pl/kino_wspolczesne/podreperowac-swiat-postironia-i-film/, [dostęp: 03.09.2023].

¹⁴ Tamże.

tkwi w tym, że – niezależnie od wartościowania – cała spuścizna postmodernistycznego rozkwitu to sarkazm, cynizm, maniackalne znudzenie, zniesienie wszelkich autorytetów, zawieszenie zasad postępowania, okropne zamięłowanie do ironicznej diagnozy przykrości zamiast ambicji poprawy sytuacji. Trzeba zrozumieć, że to wszystko przesiąkło kulturę. Stało się naszym językiem. Tkwimy w tym tak głęboko, że nie widzimy nawet, że to tylko jedna z perspektyw, jeden z możliwych punktów widzenia. Postmodernistyczna ironia stała się naszym naturalnym środowiskiem”¹⁵.

Pokłosie tego sposobu myślenia nadal dość często dostrzegam u siebie, staram się więc eksplorować - zarówno w mojej sztuce, jak i życiu codziennym - możliwości i wyzwalający potencjał postironicznego spojrzenia na świat. Odzyskanie możliwości szczerego, emocjonalnego odbioru tekstów kultury pozwoliło mi przynajmniej częściowo rozwiązać mgłę cynizmu, przez którą od lat obserwowałem otaczającą mnie rzeczywistość. Dzięki temu uczę się od nowa tworzyć sztukę szczerą i autentyczną, jestem na dobrej drodze do odrzucenia ironii jako jedyne go słusznego zabiegu i muszę przyznać, że jest to bardzo rozwijające dla mnie jako artysty. Daje mi odwagę, pewność siebie i pozwala odczuwać dumę z moich dzieł, nie musząc już cieszyć się z nich “ironicznie”.

ZROZUMIEĆ KORDASY

Po tej dość długiej dygresji powrócić mogę do omawiania tematów i stylistyki, w których tworzy nasz zespół. Uzbrojony w kontekst kulturowy, jestem teraz w stanie bardziej rozwinąć i chociaż po części wyjaśnić, skąd biorą się nasze inspiracje, język, czy sfera wizualna.

Spójrzmy choćby na pomieszanie różnych elementów wchodzących w skład naszej twórczości. W naszych utworach często poruszamy temat nadużywania alkoholu, przemocy werbalnej związanej z namawianiem ludzi do spożywania go, co wywodzi się bezpośrednio z naszych własnych doświadczeń z kulturą i tradycją spożywania alkoholu w Polsce. Stawiamy się oczywiście w tej sytuacji zarówno na miejscu ofiary, jak i oprawcy. Jednak ton i atmosfera wykonywanego przez nas utworu niekoniecznie sugeruje jednoznacznie, czy opowiadamy o tym w sposób bezpośrednio krytyczny, ironiczny, czy wręcz gloryfikujący

¹⁵ D.F. Wallace, *E Unibus Pluram. Television and U.S. Fiction*, „Review of Contemporary Fiction” 1993, nr 13(2), s. 183; cyt. za: B. Szczekała, *Podreperować...*, dz. cyt.

dane zachowanie. Nie chcę odcinać się od zjawisk, o których opowiadam, stawiam się w relacji z nimi na pozycji osoby doświadczającej, współwinnej, szczerzej. Aranżacja ma raczej formę moodboardu, żonglowania pojęciami, anegdotami, wypowiedziami i stereotypami przy energicznym i wesołym zazwyczaj akompaniamencie. Zestawienie tematów kojarzonych z konkretną wizualną estetyką — jak np. tradycyjne polskie wesele — z muzyką i strojami stojącymi do niej w opozycji, kontraście, — jak np. techno z elementami rapu wykonane przeze mnie w różowych rajstopach i krótkiej spódniczce - pozwala nam dekonstruować i składać od nowa na nieskończenie wiele sposobów emocje i wspomnienia, które wszyscy w świadomości kulturowej posiadamy.

Jest to jeden z moich ulubionych zabiegów, ponieważ jako artysta i człowiek uważam, że społeczeństwo często niepotrzebnie kurczowo trzyma się wszelkich tradycyjnych elementów, bojąc się panicznie zmian, nowości, czy nadawania nowych znaczeń temu, co znamy, pozbywając się ograniczeń związanych ze *status quo*.

FILM “KOSMICZNE KORDASY”

Będący moją pracą dyplomową film fabularny jest podsumowaniem zarówno moich studiów na ASP, jak i kamieniem milowym w mojej twórczości artystycznej. Do stworzenia go starałem się w pełni wykorzystać zdobyte dotychczas umiejętności, kontakty oraz świadomość artystyczną, co skutkuje dziełem w moim odczuciu na tym etapie kompletnym, które łączy w sobie rozmaite formy, z których do tej pory korzystałem, np. film, teledysk, muzyka, animacja, kolaż, grafika cyfrowa czy kostiumy i charakteryzacja. Cały projekt dyplomowy jest również gęsto nafaszerowany nawiązaniem do popkultury, historii filmu oraz muzyki, a także autorskim językiem oraz mitologią stworzonymi przez zespół Kosmiczne Kordasy.

Równocześnie dzieło to zamyka w szklanej kuli etap mojego życia, który uważam za skończony i będzie funkcjonowało jako pamiątka tego, kim byłem jako artysta w momencie konceptualizowania i rozpoczynania prac nad filmem, bym mógł w dowolnym momencie potrząsnąć ową kulą i nacieszyć się przypiływem beztroskiej, lekko infantylnej radości z czasów, które w tej samej formie już nigdy nie powrócą. Zespół muzyczny “Kosmiczne Kordasy” musiałby zmodyfikować wiele elementów, abym nadal chciał i mógł

kontynuować ten projekt, dlatego traktuję mój dyplom jako potencjalne pożegnanie długiej i ważnej epoki w mojej twórczości artystycznej, jak i całym moim życiu.

BIBLIOGRAFIA

- Brewster W., *The history of music streaming*, <https://mixdownmag.com.au/features/the-history-of-music-streaming/>,
- Chaciński B., *Raport o stanie muzyki polskiej*, Warszawa 2011,
<http://muzykapolska.muzykapolska.org.pl/krytyka-muzyczna.krytyka-muzyczna-w-obszarze-muzyki-pop.html>.
- Corley J.K., Jourdan Z., Ingram W.R., *Internet marketing: a content analysis of the research*. „Electron Markets” 2013, nr 23, s. 177–204. <https://doi.org/10.1007/s12525-012-0118-y>.
- Co to jest viral i dlaczego warto go stosować w marketingu?*, <https://www.artefakt.pl/blog/epr/czym-jest-viral-content-cechy-tresci-viralowych>.
- Czy miks i mastering mogą działać cuda?*, <https://live-act.pl/2015/12/mastering-cuda>.
- Kemp S., *What is an „industry plant”?*, <https://faroutmagazine.co.uk/what-is-an-industry-plant/>.
- Kordas M., *Kosmiczne Kordasy - Święta z Kordasami (NA TRZEŻWO???)*,
https://www.youtube.com/watch?v=_zVpRzyiPrM&t=1s.
- Michno A., *Guilty pleasure - powinniśmy się wstydzić? Czy pozwolić sobie na tę przyjemność?*,
<https://serialowy.pl/slownik/guilty-pleasure-co-to-jest-serialowslownik-16403/>.
- Sierant A., *Millenialsi: kim są i co wyróżnia pokolenie Y?*,
<https://www.poradnikzdrowie.pl/psychologia/rozwoj-osobisty/millenialsi-kim-sa-i-co-ich-wyroznia-aa-sj8X-2cWm-ZWBm.html>.
- Słownik Języka Polskiego PWN, *Galeria Młodzieżowych Słów Roku*,
<https://sjp.pwn.pl/mlodziejowe-slowo-roku/haslo/memiczny;6477416.html>.
- Szczekała B., *Podreperować świat. Postironia i film*, „EKRANY” 2016, nr 1(29):
http://ekrany.org.pl/kino_wspolczesne/podreperowac-swiat-postironia-i-film/.
- Szymański A., *Co to znaczy zoomer?*, <https://slang.pl/zoomer/>.
- Urban Dictionary, *Gatekeeping*, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Gatekeeping>.
- Wallace, D. F., *E Unibus Pluram. Television and U.S. Fiction*, „Review of Contemporary Fiction” 1993, nr 13(2).