

# Budowanie *soft power* przez popkulturę



## Miłosz Szymański

redaktor podcastu „Głos Kongresu Obywatelskiego”,  
twórca kanału „Za Rubieżą”

**Kultura popularna jest nierozłącznym elementem globalizacji. W kinach czy telewizji możemy oglądać produkcje z każdego rejonu na świecie i słuchać wykonawców z krajów, o których istnieniu mogliśmy wcześniej nawet nie wiedzieć. Pod jednym warunkiem: że ci twórcy wygrają w tej globalnej rywalizacji o uwagę odbiorców. Z punktu widzenia poszczególnych państw to jednak tylko drugorzędna nagroda. Najważniejsze jest poszerzanie swoich wpływów. Jak tego dokonać poprzez popkulturę? I czy polska muzyka może stać się naszym dobrem eksportowym?**

Jednym z obszarów najsilniej dotkniętych globalizacją jest strefa popkultury. Czy to nam się podoba, czy nie, na tworzone i konsumowane przez nas filmy, muzykę czy książki wpływają światowe trendy. Dzieje się tak na dobre i na złe. Wobec tego mamy zasadniczo dwie możliwości: zaakceptować ten fakt, jak pogodę i grać według światowych reguł albo wbrew wszystkiemu stać się wioską Galów, samotnie stawiającą opór. Oczywiście podział ten uczyniłem tylko na rzecz dramatycznego wstępu, bo doskonale zdajemy sobie sprawę z tego, że już od dawna jesteśmy częścią globalnego nurtu popkulturowego. W związku z tym sensowniej jest zadać sobie pytanie: jak możemy nawigować w tym nurcie, by wzmacniać polskie *soft power* poprzez naszą kulturę popularną? Dla zachowania zwartości przekazu chciałbym się jednak skupić na muzyce.

Zacznijmy od rzeczy absolutnie oczywistej. W kwestii polskiego wkładu w muzykę jako taką nie musimy się wstydzić. Konkurs Szopenowski co roku przyciąga najwybitniejszych młodych pianistów z całego świata. Ignacy Paderewski był celebrytą w czasach, gdy to słowo jeszcze nie istniało. Wojciech Kilar, Jan Kaczmarek i Krzysztof Penderecki komponowali muzykę dla najwybitniejszych współczesnych reżyserów. Nie oszukujmy się jednak – to wszystko nie ma wielkiego przełożenia na polski *soft power* w świecie. Jeśli porównamy liczbę osób śledzących Konkurs Szopenowski, czy zachwycających się doskonałą ścieżką dźwiękową w filmie „Lśnienie” z dziesiątkami tysięcy wypełniającymi stadiony lub milionami oglądającymi teledyski na YouTube, to dysproporcje mówią same za siebie.

”

**Jeśli porównamy liczbę osób śledzących Konkurs Szopenowski, czy zachwycających się doskonałą ścieżką dźwiękową w filmie „Lśnienie” z dziesiątkami tysięcy wypełniającymi stadiony lub milionami oglądającymi teledyski na YouTube, to dysproporcje mówią same za siebie.**

Jest wiele powodów, dla których polska muzyka, zwana ciągle przez wielu specjalistów rozrywkową, słabo radzi sobie w świecie. Mógłbym wymienić: stosunkowo niewielki rynek wewnętrzny, który nie daje szansy wypromować naszych artystów globalnie, niską popularność języka polskiego w świecie i równocześnie niechęć naszych artystów do nagrywania po angielsku oraz pewną wtórność rodzimych twórców względem światowych trendów.

### Przepis na sukces

Jednak na każdy argument można znaleźć kontrargument. Znacznie mniejszym od Polski rynkiem wewnętrznym dysponuje Łotwa, a jednak to właśnie z tego kraju pochodzi zespół Brainstorm, który w początkach obecnego stulecia robił globalną karierę. Muzycy z Jegławy zasłynęli, grając soft rock w stylu kapel z Londynu i Manchesteru. Tu przy okazji można zauważyć, że nie była to muzyka oryginalna, ale rzemieślniczo bardzo dobra. W ten sposób podłączyli się pod nurt globalny, nie wymyślając od zera własnego stylu, a jedynie robiąc dobrze to, co inni. Przy okazji wiedzieli, że popularność w dwumilionowej ojczyźnie jest krótkim lewarem dla zdobycia międzynarodowej sławy, więc postanowili stać się jedną ze światowych kapel, a swoje pochodzenie traktować jak ciekawostkę lub przypis. Przy okazji zespołowi Brainstorm udało się to, co nie udało się grającemu równie dobrze i podobnie stylistycznie zespołowi Myslovitz. Dlaczego tak było? Może dlatego, że Łotysze zdawali sobie sprawę, że do wzbudzenia emocji w słuchaczach (a o to przecież chodzi), muszą tworzyć po angielsku.

Pojawia się więc kwestia języka. Tworzyć muzykę po angielsku, to znaczy komponować i nagrywać muzykę z myślą, że będzie grana po angielsku. Myslovitz wydali w 2002 świetny album „Korova Milky Bar” z wiecznie świeżym numerem „Sprzedawcy marzeń”. Następnie gotowy album przetłumaczyli na angielski i nagrali jeszcze raz. W efekcie otrzymaliśmy dobrą płytę, której jednak czegoś brakuje. Na globalnym rynku dobrych, ale nie wybitnych płyt jest więcej, niż da się przesłuchać. W efekcie Myslovitz kariery światowej nie zrobili. Na tym przykładzie widać, jak niewielka zmiana w sposobie myślenia daje zupełnie różne efekty.

”

**Brainstorm udało się to, co nie udało się grającemu równie dobrze i podobną stylistycznie zespołowi Myslovitz. Dlaczego tak było? Może dlatego, że Łotysze zdawali sobie sprawę, że do wzbudzenia emocji w słuchaczach (a o to przecież chodzi), muszą tworzyć po angielsku.**

Innym przykładem zespołu z małego kraju, który robi oszałamiającą karierę, ale za nic ma nagrywanie po angielsku, jest mongolski zespół The Hu. Ich największym hitem jest „Yuve yuve yu”, w którym po mongolsku utyskują, że młodzież dziś już nie szanuje mongolskich tradycji, a sam tytuł znaczy „jak dziwnie, jak dziwnie”. Ich twórczość utrzymana jest w rockowej stylistyce, ale panowie grają na tradycyjnych mongolskich instrumentach i chętnie korzystają ze śpiewu gardłowego, wywodzącego się również z ich korzeni. Jednak The Hu stali się sławni i grają trasy koncertowe na całym świecie (na początku listopada 2022 roku odwiedzili też Kraków i Warszawę) nie dlatego, że ich muzyka garściami czerpie z ludowej tradycji, a dlatego, że czerpiąc z tradycji, pozostaje zrozumiała dla światowego odbiorcy. The Hu doskonale zdają sobie z tego sprawę i, niejako puszczając oko do słuchacza, nagrali swoją wersję hitu zespołu Metallica „Sad but True” we własnej aranżacji i z tekstem po mongolsku. W efekcie dostajemy coś świeżego i oryginalnego, ale również doskonale znanego fanom rocka.

W muzyce wszystkie nuty zostały już zagrane. Oryginalność i świeżość nie polega więc na wymyślaniu koła od nowa, a na umiejętnym połączeniu znanych elementów w nowy sposób. Można to porównać do szachów. Dwóch graczy ma do dyspozycji po szesnaście figur. Tymczasem liczbę dostępnych kombinacji przez lata próbował określić amerykański matematyk i szachista Claude Shannon i ostatecznie otrzymał liczbę Shannona, czyli jedynkę ze stu dwudziestoma zerami.



**The Hu stali się sławni i grają trasy koncertowe na całym świecie nie dlatego, że ich muzyka garściami czerpie z ludowej tradycji, a dlatego, że czerpiąc z tradycji, pozostaje zrozumiała dla światowego odbiorcy.**

Przejdźmy jednak do najbardziej oszałamiających przykładów sukcesu muzyków, którzy przyczynili się do rozstawienia swoich krajów, a więc i wzmocnienia ich *soft power*. Bob Marley zrobił dla rozstawienia Jamajki więcej niż jej wszystkie rządy razem wzięte. To dzięki niemu ta trzymilionowa wyspa kojarzy się z muzyką, marihuaną i ogólnym luzem, a nie z rozpanoszoną tam przestępczością i przemocą. Honduras, Salwador, Kostaryka i Dominikana wywołują wśród Polaków mgliste skojarzenia z Karaibami, palmami i językiem hiszpańskim. Trudno jednak je od siebie odróżnić. Tymczasem nawet jeśli ktoś nie umie Jamajki wskazać na mapie, to kojarzy się ona pozytywnie. To jest kwintesencja *soft power*. Podobną rolę w popularyzacji kultury swojego kraju odegrał raper PSY z Korei Południowej. Jego „Gangnam Style” było pierwszym utworem, który przekroczył miliard wyświetleń w serwisie YouTube. W dziesięć lat po premierze jest to cztery i pół miliarda i ciągle rośnie. PSY w przeciwieństwie do Marleya nie śpiewał po angielsku. Podobnie postąpił Luis Fonsi, którego „Despacito” ma już osiem miliardów wyświetleń na YouTube i prawdopodobnie minie trochę czasu, zanim ktoś ten wynik pobije. Fonsi jest bezsprzecznie najlepszym ambasadorem dla Portoryko, mimo że jeszcze jako dziecko przeprowadził się na Florydę. Trudno powiedzieć, dlaczego to właśnie on odniósł tak oszałamiający sukces. Może dlatego, że Stany Zjednoczone to największy rynek muzyczny i co jest tam popularne, staje się popularne na całym świecie? Może dlatego, że stał się on bohaterem dla kilkuset milionów Latynosów? Może dlatego, że „Despacito” ma idealny balans pomiędzy szybkim i wolnym rytmem, wpisało się w ówczesne gusta i okraszone jest wakacyjnym luzem? Niezależnie od odpowiedzi, Portoryko, które wydało Ricky Martina, rodziców Jennifer Lopez i Louisa Fonsiego, ma niesamowite szczęście do muzyków, którzy budują w głowach ludzi po drugiej stronie świata obraz przyjaznej wyspy z palmami, gdzie wszyscy są piękni, młodzi, opaleni i roztańczeni.

### **Polskie perspektywy**

Należy sobie w takim razie zadać pytanie czy możemy znaleźć jakieś pozytywne przykłady w Polsce? Czy mamy swoich muzyków, którzy robią oszałamiającą karierę za granicą, są naszymi ambasadorami w świecie i budują polskie *soft power*? Tak, ale nie takie, jak się wydaje. Zdecydowanie najbardziej znanym światowej publice polskim zespołem jest Behemoth. Nie jest to oczywiście sława na miarę PSY czy Louisa Fonsi, ale też black metal nie cieszy się taką popularnością w świecie jak latin pop czy disco. Jednak w niszy fanów ciężkiej muzyki na całym świecie Behemoth jest zdecydowanie rozpoznawalną marką, a tym samym powoduje, że komuś w Argentynie, Kentucky czy Indonezji Polska się z czymś kojarzy. Tym czymś jest technicznie doskonały, brutalny metal grany prosto z trzewi.

Polski rap, pop czy disco nie podbijają serc światowej publiczności. Tymczasem w światku metalowym Polska jest rozpoznawalnym krajem. Dzięki twórczości panów z Behemoth, ale także z takich zespołów jak Vader czy Decapitated, fani metalu na całym świecie kojarzą nasz kraj z bezkompromisową i jakościową muzyką. Rzecz jasna nie możemy się równać z takimi potęgami jak Norwegia, Szwecja, Finlandia i Stany Zjednoczone, ale Behemoth występuje na największych festiwalach jako gwiazda, a nie przystawka.

Nie przypadkiem wymieniłem Norwegię jako pierwszą z metalowych potęg. Tamtejszy rząd zdaje sobie sprawę ze skali popularności swoich zespołów black i death metalowych. W związku z tym ambasadorowie przechodzą obowiązkowe szkolenia z tejże muzyki, zanim pojedą na placówkę. Norwegia wie, że poza gazem i łososiem eksportuje także muzykę. Czy w związku z tym powinniśmy szkolić naszych dyplomatów z twórczości Adama Darskiego i spółki? Jeśli chcemy zdobywać serca w szerokim świecie, to poza znajomością Moniuszki i Szopena każdy dyplomata powinien choć raz zobaczyć koncert „Opvc contra cvltvram” Behemotha nagrany na dachu Sali Kongresowej. Powinien zadumać się, czy lepszą promocją dla naszego kraju jest ujęcie konia biegnącego przez łąkę, czy wieżowce w centrum Warszawy okraszone muzyką, której słuchają miliony ludzi na całym świecie.

”

**Jeśli chcemy zdobywać serca w szerokim świecie, to każdy dyplomata powinien choć raz zobaczyć koncert Behemotha nagrany na dachu Sali Kongresowej i zadumać się, czy lepszą promocją dla naszego kraju jest ujęcie konia biegnącego przez łąkę, czy wieżowce w centrum Warszawy okraszone muzyką, której słuchają miliony ludzi na całym świecie.**

### O autorze

**Miłosz Szymański** – podróżnik, pomysłodawca i twórca dwóch kanałów podcastowych: „Lekcja historii” oraz „Za Rubieżą. Historia i polityka”, od 2021 r. redaktor podcastu „Głos Kongresu Obywatelskiego”.



SAMORZĄD  
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO



GDAŃSK

#### Partnerzy

**Pomorski Fundusz Rozwoju**  
sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku



Spółka Samorządu  
Województwa Pomorskiego



Więcej niż spawanie

#### Partnerzy numeru

