

ŁUKASZ JUDA

LAPIDARNE FORMY WIDEO

JAKO NOWY OBSZAR ODDOLNYCH PRAKTYK MUZYCZNYCH

ŁUKASZ JUDA

Szkoła Doktorska
Nauk Humanistycznych,
Uniwersytet im. Adama
Mickiewicza w Poznaniu.
Doktorant, kulturoznawca.
Jego zainteresowania na-
ukowe koncentrują się na
szeroko pojętej kulturze
popularnej oraz komu-
nikacji zapośredniczonej
medialnie, a zwłaszcza
na kulturze internetu.
Opublikował artykuły:
*#Jaramniewiara. Ewangeli-
zacja online na platformie
TikTok* (2021), *Aplikacja
Snapchat jako innowacyjne
medium efemerycznej
komunikacji cyfrowej* (2020).
ORCID: 0000-0002-
5258-0591.

WSTĘP

W badaniach prowadzonych nad lapidarnymi formami wideo (LFW), zwłaszcza nad aplikacją TikTok i nad współczesnymi sposobami słuchania muzyki, bardzo często *implicite* zakłada się, że muzyka odgrywa we współczesnej cyberprzestrzeni, tak jak we wspomnianej aplikacji społecznościowej, bardzo ważną rolę. Nie udałooby mi się jednak obecnie wskazać publikacji naukowej, która ową rolę by analizowała i zarazem zawierała refleksje nad fragmentaryczną tiktokową muzyką. Niniejszy artykuł jest próbą uzupełnienia tej luki, stanowiąc równocześnie wprowadzenie do szerokiej tematyki audialności social mediów.

W LFW cyrkulujących w takich przestrzeniach internetu, jak właśnie TikTok (należący do ByteDance), Facebookowe i Instagramowe „rolki” (obie platformy funkcjonują w ramach Meta) czy też YouTube’owe *shorts* (należące do Google’a), podział treści na kategorie wyznaczają dźwięki, których trzon stanowi muzyka. Protoplastą takiego rozwiązania komunikacyjnego w cyberprzestrzeni był Twitterowy Vine wydany w 2013 roku. Aspirował on niegdyś do tego, by być platformą, na której publiczność oddolnie dzieliłaby się krótkimi (trwającymi wtedy sześć sekund) filmikami powiązanymi z muzyką. Vine został jednak zamknięty w 2016 roku¹.

1 W sieci można znaleźć artykuły, których autorzy przypominali czytelnikom artefakty kulturowe umieszczone w miejscu, „w którym rodziły się

TikTok, a właściwie do 2017 roku jeszcze Muscal.ly, rozwiązał problemy prawne towarzyszące stosowaniu oryginalnych utworów muzycznych w swojej aplikacji poprzez podpisywanie z wytwórniami licencji na wykorzystywanie fragmentów oryginalnych utworów muzycznych przez użytkowników. W ten sposób uformować się mógł nowy, całościowy, choć nieautonomiczny (pod kątem muzycznym) twór multimedialny, upowszechniający pewne formuły fonograficzne i związane z nimi sposoby działania, obejmujący rozmaite muzyczne i okołomuzyczne praktyki.

Takie rozumienie sfragmentaryzowanej muzyki – jako nieautonomicznego tworu społecznościowego – nie jest łatwo uchwytnie na poziomie teorii. Trudność w opisywaniu współczesnych emergentnych i niestabilnych w czasie wytworów cyberkultury jest konsekwencją postępującej konwergencji i idącej z nią w parze dywergencji mediów, objawiających się na różnych płaszczyznach, a także intensyfikacji kultury remiksu, zwłaszcza w opisywanych w niniejszym artykule obszarach, w których dochodzi do wielu tego rodzaju splatań. W ramach LFW można byłoby uznać muzykę jedynie za element składowy, którego wyodrębnianie i omawianie z perspektywy dominującej nie jest uprawnione. Jak pisała bowiem Katarzyna Kopecka-Piech: „Analiza konkretnych przypadków odśladania kolejne oblicza konwergencji, które stanowią wypadkową połączenia wielu elementów, przynależnych do różnych porządków, niedających się jednak w sposób sztuczny wyodrębnić”². Nie staram się więc w niniejszym artykule traktować muzyki jako sztucznie wyodrębnionej całości. Analizuję ją (razem z rozwijanymi wokół niej praktykami muzycznymi) jako nową formę medialną, silnie powiązaną z pozostałymi skonwergowanymi komponentami, będącą jednak tej formy ekspresji medialnej dominującym wyróżnikiem, co z kolei wynika właśnie z dywergencji mediów.

KONWERGENCJA MEDIÓW A LAPIDARNE FORMY WIDEO

Portal YouTube był bodaj jednym z pierwszych tak popularnych miejsc w cyberprzestrzeni, które (przynajmniej na poziomie afordancji i strategicznych działań wydawcy) traktowały sferę dźwiękową, w tym muzykę, w sposób względnie równorzędny z obrazem³. To właśnie tam narodził się jeden z pierwszych w historii cyberkultury trendów⁴, które z dzisiejszej perspektywy można uznać za powiązane z LFW. Mowa oczywiście o niezwykle popularnym w 2013 roku rozprzestrzenialnym⁵ wideo *Harlem Shake*. Warto przypomnieć, że właśnie dzięki temu trendowi

najwspanialsze rzeczy w internecie”. Zob. Twitter zamyka Vine’a, ale te muzyczne vine’y zostaną z nami na zawsze, Rytm.pl, 28 października 2016, <https://rytm.pl/koniec-vine-wspaniale-muzyczne-viney/> (1 marca 2022).

2 K. Kopecka-Piech, *Koncepcje konwergencji mediów*, „Studia Medioznawcze” 3(46)/2011, s. 5.

3 Paul Levinson w 2010 roku pisał nawet o zajmowaniu przez YouTube’a miejsca MTV, według niego bowiem ten pierwszy „dał teledyskowi nową egzystencję w kulturze popularnej” (zob. P. Levinson, *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka-Strączek, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010, s. 123).

4 Użytkownicy posługują się tym określeniem w odniesieniu do najbardziej popularnych wyzwań, choreografii, wzorów działania itd.

5 Celowo unikam określenia „wirusowy” i nawiązuję do myśli autorów książki *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*. Henry Jenkins, Sam Ford i Joshua Green uważają, że pojęcie mediów wirusowych „prowadzi do błędnych założeń na temat tego, jak działa kultura, i zniekształca sposoby

popularność zyskał autor wykorzystanej w niej muzyki, amerykański didżej i producent muzyczny o pseudonimie Baauer. Obecnie coraz więcej muzyków promuje swoją twórczość w ramach LFW, mając nadzieję na zyskanie rozpoznawalności dzięki kreowanym przez użytkowników audiowizualnym trendom.

Zestawienie obrazu z muzyką i miksowanie ich na wielu różnych poziomach umożliwia oczywiście ułatwiająca proces kreacyjny technologia. Swobodne mieszanie się różnych komponentów jest dziś możliwe, ponieważ: „[w] sieciach cyfrowych nie ma różnicy między dźwiękiem, tekstem czy obrazem, wszystkie są transmitowane w bity i bajty, w opozycji do sygnałów analogowych”⁶. Jak pisze Ewa Szczesna: „Wspólna dla każdego ukazującego się na ekranie przekazu materia znaku (fale elektromagnetyczne) sprawia, że każdy pojawiający się na ekranie przekaz (i każdy jego element) ma tę samą ontyczność i może być poddawany takim samym zabiegom: może być fragmentaryzowany, zwielokrotniany, przekształcany z uwagi na formę semiotyczną, łączony z innymi elementami”⁷. To z kolei pozwala na „swobodne łączenie wszelkich form semiotycznych: statycznego i kinetycznego obrazu, dźwięku, słowa utrwalonego w formie graficznej i dźwiękowej”⁸.

Współczesne media i ich użytkownicy korzystają z pełni możliwości mediów cyfrowych i czynią to na wiele sposobów zarówno w warstwie audialnej, jak i wizualnej, w swojej kreatywności wykorzystując afordancje współczesnych mediów, i nawet w ramach stosowanych taktyk kreacyjnych próbują je przekraczać. Wielokrotnie i od dawna w literaturze przedmiotu podkreślano dominację obrazu i wzrokocentryczność cyberprzestrzeni, zapominając o coraz bardziej zmieszanej z nią i równoważnej względem niej sferze dźwiękowej. Na marginalizację refleksji nad dźwiękowym wymiarem życia zwraca uwagę autorka książki *Socjologia muzyki*, Barbara Jabłońska, pisząc: „Zaskakuje jednak to, że słuchowy aspekt życia społecznego – czyli kultura słyszenia – pozostaje od wieków marginalizowany i niedoceniany w naukowej refleksji [...] koncentracja na obrazowym wymiarze życia społecznego [...] spycha sferę dźwiękową gdzieś na dalsze pozycje w doświadczaniu otaczającej człowieka rzeczywistości”⁹. W innej swojej pracy Jabłońska przywołuje również postulat Wolfganga Welscha, by „audialny wymiar życia społecznego traktować na równi z dominującym we współczesnej refleksji naukowej aspektem wizualnym”¹⁰. Współczesna cyberprzestrzeń w ostatnim czasie coraz silniej uwytkła swoją audialną stronę, a popularność aplikacji, w których cyrkulują algorytmicznie porządkowane LFW, takich jak na przykład TikTok, dostarcza istotnego

rozumienia układu sił pomiędzy producentami a odbiorcami”. Idea rozprzestrzenialności zaś pozwala zwrócić uwagę na to, że „odbiorcy zamiast funkcjonować jako bierni nosiciele wirusowych mediów, odgrywają aktywną rolę w rozpowszechnianiu treści” oraz że „to od ich wyborów, zaangażowania, założeń i działań zależy, co zyska na wartości”. Por. H. Jenkins, S. Ford, J. Green, *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*, tłum. M. Wróblewski, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2018, s. 61–62.

6 T. Storsul, A. Fagerjord, *Digitization and media convergence*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, red. W. Donsbach, Wiley-Blackwell, Malden MA 2008. Cyt. za K. Kopecka-Piech, *Koncepcje...*, dz. cyt., s. 10.

7 E. Szczesna, *Tekst wieloznakowy w przestrzeni mediów cyfrowych. U podstaw poetyki semiotycznej*, „Przegląd Humanistyczny” 4/2013, s. 19.

8 Tamże.

9 B. Jabłońska, *Socjologia muzyki*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2014, s. 17.

10 Taż, *Muzyka – media – kultura*, „Kultura Współczesna” 3(96)/2017, s. 121.

pretekstu, by podjąć refleksję nad miejscem, jakie w tej cyberprzestrzeni zajmuje muzyka – wtłoczona w jej ramy i ulegająca wielu przekształceniom.

Wspomniane zmiany związane są z tym, że media nieustannie rozszerzają swoje granice. Jak zauważają autorzy publikacji *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, „Medium staje się tym bogatsze, im pozwala na więcej informacji zwrotnych, przekazywanych z większą szybkością, na możliwie dużo sygnałów zarówno werbalnych, wizualnych i słuchowych”¹¹. Z bogactwem medium wiążą się więc takie cechy jak: szybkość (czas pomiędzy nadaniem i odbiorem treści), interaktywność (możliwość jednoczesnego komunikowania się i reagowania na dany komunikat) i kompletność (czyli zakres możliwości niewerbalnego i emocjonalnego prezentowania wiadomości)¹². To właśnie kompletność treści medialnych zdaje się w LFW odgrywać kluczową rolę, co ilustrują uwikłane we wzajemne relacje komponenty przekazu, ze szczególnym wskazaniem na kontaminację oddolnie tworzonego/zestawianego obrazu wideo z muzyką. Muzyka bowiem, rozumiana jako twór intersubiektywny¹³, w sposób szczególny pozwala na emocjonalne zaangażowanie uczestników komunikacji oraz w niezwykle efektywny sposób służyć może współczesnym internetowym taktykom autoprezentacyjnym. Jak zauważa Magdalena Szpunar: „emocje muzyczne, a także muzyka *per se* stanowią potężny rezerwuuar do kształtowania własnej tożsamości, kreowania własnego ja, dookreślania swojego miejsca w grupie rówieśniczej, ale i szeroko rozumianych procesów socjalizacyjnych”¹⁴. Należy również zaznaczyć, że wzbogacanie medium jest procesem idącym w parze z konwergencją korporacyjną¹⁵, wyrażającą się chociażby w udzielanych przez wydawnictwa muzyczne licencjach na implementację przez wydawców aplikacji społecznościowych oryginalnych utworów muzycznych, co umożliwia ich legalne wykorzystywanie przez użytkowników tych aplikacji.

Jednak coraz bardziej zauważalny – nawet w ramach tego samego medium – jest proces przeciwny. Polega on na kondensacji możliwych do podjęcia działań i kumulacji komponentów medialnych oraz artystycznych, za pomocą których kreowany jest przekaz, czyli na rozszerzaniu afordancji i wzbogacaniu medium. Dzieje się to przy jednoczesnym celowym nakładaniu na niego specyficznych ograniczeń, służących wyróżnieniu go na tle innych mediów. Wskazuje to na zachodzący równocześnie z konwergencją mediów proces ich dywergencji. Konwergencja zauważalna jest szczególnie „wewnątrz” danej aplikacji (na przykład TikToka), dywergencja zaś w jej otoczeniu – pokazuje ją na przykład katalog dostępnych lokalizacji poświęconych rozwijaniu medialnych form wyrazu.

Już w artykule z 2007 roku Gunnar Liestøl, cytowany tu za Katarzyną Kopecką-Piech, zauważał, że „proces konwergencji/dywergencji zachodzi dwustopniowo.

11 S.P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge, *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, tłum. D. Kobylińska, P. Izdebski, A. Jaworska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 241.

12 Tamże, s. 241–242.

13 M. Szpunar, *Emotywne aspekty recepcji muzycznej*, „Kultura Współczesna” 3(96)/2017, s. 69.

14 Tamże.

15 Por. K. Kopecka-Piech, *Koncepcje...*, dz. cyt., s. 12.

Pierwszy krok to przejście z «mono» do «multi», drugi – dominacja jednego z elementów, które uległy konwergencji, nad pozostałymi¹⁶. W przypadku tak określonej relacji konwergencja LFW polegałaby na wykorzystaniu wielu technologicznie możliwych i zawartych w afordancjach sposobów ekspresji użytkowników za pomocą różnych narzędzi, takich jak: dźwięk, obraz wideo, filtry, słowa w formie graficznej itd., i skondensowaniu ich do jednego formatu. Dywergencją zaś byłoby wyłonienie się dźwięku, zwłaszcza muzyki, jako dominującego i porządkującego elementu syntaktycznego oraz ograniczenie wypracowanych w ramach innych aplikacji możliwości poprzez skrócenie czasu trwania wideo oraz fragmentaryzację muzyki w celu wyróżnienia tych sposobów komunikowania na rynku medialnym.

Te względnie przeciwstawne procesy można zaobserwować również wtedy, gdy spojrzy się na samych użytkowników współczesnych mediów. Mamy bowiem do czynienia z ciągle żywą kulturą konwergencji, rozumianą w tym przypadku jako „zachowania migracyjne publiczności medialnej, przemieszczającej się praktycznie dowolnie w poszukiwaniu pożądanej przez siebie rozrywki¹⁷. Ale można również zauważyć swoistą diasporę użytkowników na różnych platformach, współistniejącą z wyłączeniem się owych użytkowników z części z nich ze względu na wiek, tożsamość czy poczucie przynależności, co oznacza, że dane platformy zostają zdominowane przez konkretną część społeczeństwa. Dominacja ta nie musi się wyrażać w korzystaniu jedynie z poszczególnych platform czy nieposiadaniu kont na platformach zdominowanych przez inną grupę społeczną, ale może również dotyczyć częstotliwości i zakresu działań podejmowanych na konkretnej platformie.

W ramach internetowych kultur muzycznych jest to w pewnym stopniu skorelowane z preferencjami muzycznymi użytkowników. Preferencje muzyczne rozumiane jako gust użytkowników są trudne do jednoznacznego określenia, jednak najogólniej można je nazwać wszytkożernością muzyczną¹⁸, co wynika głównie z algorytmicznego porządkowania treści, które zawierają w sobie wiele różnych komponentów. Wszytkożerność nie musi być zauważalna „na zewnątrz” tejże formy, która może zostać odrzucona wraz z samą platformą odbioru. Nie chodzi więc już o preferencje muzyczne dotyczące poszczególnych gatunków czy konkretnych wykonawców muzyki, lecz o miejsce i jakość partycypacji we współczesnych praktykach muzycznych, które przecież również są powiązane z preferencjami muzycznymi. Nie każdy bowiem użytkownik internetu i odbiorca muzyki czułby

16 G. Liestøl, *The dynamics of convergence & divergence in digital domains*, [w:] *Ambivalence Towards Convergence. Digitalization and Media Change*, red. T. Storsul, D. Stuedahl, Göteborg, Nordicom 2007 s. 73. Cyt. za K. Kopecka-Piech, *Koncepcje...*, dz. cyt., s. 15.

17 H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Filiciak, M. Bernatowicz, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 256.

18 Określenia tego używam w rozumieniu potocznym. Mając na uwadze teorię wszytkożerności muzycznej, trudno byłoby bowiem określić kapitał kulturowy wszystkich użytkowników tego typu aplikacji. Dodatkowo należy wskazać, że mogą się oni stykać z wymuszaną na nich wszytkożernością, co powodowane być może przez uwikłanie muzyki w inne media i skorelowanie tego faktu z algorytmicznym porządkowaniem treści. Trzeba jednak wziąć pod uwagę, że chociaż w przestrzeni tej zdecydowanie dominuje piosenka pop, to nie jest ona jedynym obecnym w niej stylem muzycznym.

się dobrze w sfragmentaryzowanej kulturze TikToka. Niektóre osoby, najczęściej wyrosłe w kulturze YouTube'a lub po prostu starsze, dają zresztą temu wyraz na forach internetowych, gdzie pełne konsternacji zauważają, że o fragmentach muzyki dobrze im znanej jeszcze z czasów adolescencji współczesna młodzież mówi jako o „muzyce z TikToka”¹⁹. Pokazuje to, jak silnie muzyka powiązana jest obecnie z przestrzenią medialną, która nadaje jej wiele nowych, również niekoniecznie pożądaných przez niektóre środowiska, znaczeń, czego przykładem jest krytykowana przez nich sfragmentaryzowana, emergentna, zliberalizowana²⁰ i proliferacyjna praktyka muzyczna w ramach LFW.

Obiektem krytyki staje się również przetwarzanie znaczeń dobrze już znanych utworów muzycznych na potrzeby aplikacji, zwłaszcza gdy silnie kontrastują one z pierwotnymi. Warto też zauważyć, że możliwość oddziaływania na współczesnych użytkowników sieci ma sama marka danej aplikacji społecznościowej. Użytkownik, który chciałby wejść w muzyczną kulturę LFW, może nie chcieć korzystać z konkretnej aplikacji, na przykład z TikToka, z powodu wykreowanych silnych powiązań tej marki z kulturą młodzieżową. Z chęcią za to wypróbuje ten format na przykład w ramach proponowanych przez Facebooka „rolek”, które oferują bardzo zbliżoną funkcjonalność, a ich treści w dużej części są bezpośrednio kopiowane z aplikacji TikTok²¹. Taki proces diaspory użytkowników zauważyć można było również w przypadku Snapchata²². Jego użytkownicy nie wyobrażali sobie korzystania z tych samych funkcjonalności na Facebooku, ponieważ albo nie odpowiadała im polityka tej korporacji, albo jej społeczny odbiór. Jedna z respondentek mówiła: „zawsze wydawało [mi się – przyp. Ł.J.], że funkcjonuje to dla fanpage'y i dla starszych pań”, a kolejny respondent podkreślał: „na Facebooku to są już sami starzy ludzie tak naprawdę”²³. Tendencja do korzystania z wybranych platform zostaje więc zachowana niezależnie od oferowanych sposobów komunikacji. Co jednak istotne, teraz w ten skomplikowany system relacji użytkownicy – wydawcy aplikacji wplątana zostaje sama muzyka.

Współczesna intensyfikacja praktyk muzycznych w mediach społecznościowych, przekształcanie przez nie formy muzycznej i uproszczenie sposobów inżynierii w nią pozwalają badaczom obserwować zarówno wzmożoną muzyczną wszytkożerność (wzmożenie to dokonuje się zwłaszcza przez algorytmiczne porządkowanie treści, które w tego typu aplikacjach obejmuje wiele różnych komponentów pozamuzycznych), jak i silnie rysującą się identyfikację odbiorców z miejscem, w którym dokonują się współczesne praktyki muzyczne.

19 Stało się to również tematem memów internetowych.

20 Przez cechę tę LFW krytykowane mogą być zwłaszcza przez środowiska o bardziej konserwatywnej postawie światopoglądowej. Jak pisze Magdalena Szpunar, wszytkożerność muzyczna jest również rozumiana jako „określona postawa światopoglądowa, która wskazuje na liberalizm, a snobizm będący wyrazem jednożerności, elitaryzmu i pretensjonalności staje się symbolem konserwatyzmu”. Zob. M. Szpunar, *Muzyczna wszytkożerność*, „Kultura Współczesna” 3(96)/2017, s. 30.

21 W humorystycznej wersji pokazuje to jeden z użytkowników tejże aplikacji: <https://vm.tiktok.com/ZMLD2KyR8/> (3 marca 2022).

22 Ł. Juda, *Znikające treści: Nowa forma komunikacji audiowizualnej w mediach społecznościowych* [repozytorium UAM], Poznań 2021.

23 Tamże, s. 78 i 103.

Fragmentaryzacja i liberalizacja muzyki, wraz z potraktowaniem jej jako komplementarnego względem innych komponentów medialnych i wysoce kontekstualnego narzędzia użytkowego, wykorzystywanego w ramach oddolnie kreowanej cyberkultury, pozwala na uobecnienie się w internecie muzycznej konwergencji odbiorczej, rozumianej jako „zaangażowanie użytkownika w pasywne i aktywne praktyki komunikacyjne”²⁴.

REMIKS JAKO PODSTAWOWA PRAKTYKA KULTURY BUDOWANEJ WOKÓŁ LAPIDARNYCH FORM WIDEO

Blższe muzyce od pojęcia konwergencji jest z całą pewnością pojęcie remiksu. Anonsowana już w pierwszym dziesięcioleciu XXI wieku, zwłaszcza przez Lawrence’a Lessiga, kultura remiksu²⁵ w LFW triumfuje na wiele sposobów. Z perspektywy muzycznej remiks dokonuje się zarówno na poziomie wewnątrzmuzycznym, jak i społecznego kontekstu muzyki. Oznacza to poddawanie remiksowi właściwości inherentnych fragmentowi muzycznemu (który sam w sobie jest już przetworzeniem – stanowi przecież paratekst pewnej całości, dostępnej do odsłuchu w innych mediach), ale też znaczeń muzycznych, poprzez dodanie elementów pozamuzycznych, takich jak tekst czy rozmaite parateksty wpływające na odbiór (na przykład wyświetlany u dołu ekranu nick autora wideo, nazwa utworu muzycznego czy informacje o jego autorze). Przede wszystkim tekst taki wzbogacony zostaje o nagrywany przez użytkowników obraz, w którym centralne miejsce zdaje się najczęściej zajmować ludzkie ciało. Wreszcie trzeba pamiętać, że umieszczenie utworu muzycznego w ramach aplikacji, jaką jest na przykład TikTok, nadaje jej znaczenia (o czym była mowa wcześniej). Samo medium – jak twierdził Marshall McLuhan – jest już bowiem przekazem²⁶.

Remiks zasadza się na opisywanej przez Lessiga kulturze do zapisu i odczytu (RW – Read/Write) – można nawet powiedzieć, że jest on esencją tej kultury²⁷. Jak zostało wspomniane, remiks jest też esencją kultury budowanej wokół LFW: „[media RW – przyp. Ł.J.] składają się z remiksów lub cytatów wielu innych «tekstów», z których powstaje coś nowego. Cytaty funkcjonują jednak na innych poziomach. W przeciwieństwie do tekstu, gdzie cytowanie ma formę liniową [...] w remiksach multimedialnych dźwięk cytowany jest na tle obrazów, filmy na tle tekstu, a tekst na tle dźwięków. Cytaty mieszają się ze sobą. Mieszanka prowadzi do powstania nowego utworu – remiksu”²⁸. Opis ten, mimo że pochodzący z książki wydanej ponad dekadę temu, wydaje się niezwykle trafny i użyteczny dla badacza próbującego uchwycić, czym są współczesne LFW. W aplikacjach takich jak TikTok możliwych jest co najmniej kilka sposobów mieszania się i nakładania różnego

24 K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Poltext, Warszawa 2011, s. 41.

25 Por. L. Lessig, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitły w hybrydowej gospodarce*, tłum. R. Próchniak, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

26 M. McLuhan, *Zrozumieć media*, [w:] tegoż, *Wybór tekstów*, red. E. McLuhan, F. Zingrone, tłum. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2001, s. 209.

27 L. Lessig, *Remiks*, dz. cyt., s. 64.

28 Tamże, s. 78.

typu remiksów. Różnić się one będą również zależnie od perspektywy, z jakiej będziemy na nie patrzeć, i od tego, jaki element syntaktyczny będziemy chcieli uwypuklić. Niniejszy artykuł poświęcony jest jednak muzyce, dlatego spróbuję się teraz owemu remiksowi przyjrzeć z perspektywy muzycznej, przypominając, że trzonem strukturyzującym kulturę budującą się wokół LFW jest głównie muzyka popularna, a zwłaszcza pop.

Według Grzegorza Piotrowskiego muzyka popularna jest tekstem wytwarzalnym. Owa wytwarzalność nie jest jej determinantą, lecz potencjałem. Autor książki *Muzyka popularna. Nasłuch i namysł*, opisując współczesną muzykę popularną, odwołuje się oczywiście do pojęcia tekstów wytwarzanych Johna Fiske'a (który z kolei nawiązuje do pojęć tekstu czytelnego i pisalnego Rolanda Barthes'a). Jak pisze Piotrowski: „Tekst wytwarzalny nie musi być bardzo trudny w odbiorze, co wcale nie wyklucza, że może stymulować do kulturowej gry w kreowanie znaczeń, zonglowanie nimi, modyfikowanie ich”²⁹. Takim stymulantem gry w kreowanie znaczeń staje się nie tylko muzyka, ale też narzucona jej w opisywanych mediach społecznościowych forma, która wydobywa już i tak duży potencjał muzyki popularnej do bycia wytwarzalną. Angażuje ona słuchacza w aktywny odbiór muzyki, zachęca go do aktywnego udziału w nieskończonym procesie semiozy współtworzonym przez wielu użytkowników. Przenosząc punkt ciężkości z wielokrotnie omawianego aspektu technologicznego współczesnej cyberkultury, możemy w sposób uprawniony powiedzieć, że to właśnie dzięki potencjałowi wytwarzalności tekstów popkultury miała szansę zaistnieć współczesna kultura RW, o której pisał Lessig. Piotrowski wytwarzalność tekstów muzyki popularnej zilustrował na przykładzie piosenki *Just the Way You Are* Billy'ego Joela, udowadniając, że realizuje się ona za pomocą „strategii wewnętrznych, czyli za pomocą precyzyjnie zaplanowanej i zrealizowanej struktury literackiej, komunikacyjnej, muzycznej, brzmieniowej”, dzięki czemu staje się „wehikułem dla różnorodnych znaczeń, umożliwia szeroką semiozę i powoduje otwarcie *popular song* na różne typy odbioru i rekontekstualizacji”³⁰. Ciekawe jest też to, jak wzmocnieniu potencjału wytwarzalności przysługuje się opisywana w niniejszym artykule forma, do której dostosowana zostaje muzyka.

Piosenka pop ulega w tym formacie rozbiciu i podporządkowaniu funkcji użytkowej odpowiadającej potrzebie społecznej ekspresji i komunikacji. Muzyczne fragmenty poddawane wewnętrznemu remiksowi nie są łatwo uchwytnie, o ile w ogóle są możliwe do uchwycenia ze względu na swój amorficzny i emergentny charakter. Kiedy jednak przyjrzymy się bibliotece utworów oryginalnych zamieszczonych w aplikacji przez wydawcę, zauważymy, że najczęściej wycięte z muzycznego pretekstu, na którym bazują, zostają: koniec którejś ze zwrotek lub też przedrefren (*pre-chorus*) i refren, most (*bridge*) i refren, sam refren albo introdukcja i początek pierwszej zwrotki. Następnie na podstawie tych muzycznych fragmentów i tekstu, który zawierają, konstruowane są oddolne muzyczne uwizualnienia. Elementem

29 G. Piotrowski, *Muzyka popularna. Nasłuch i namysł*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2015, s. 58.

30 Tamże, s. 66.

muzycznym, który ma największy wpływ na ostateczny przekaz wizualny, zdaje się rytm. Porządkuje on sposoby narracji i czas, w jakim rozmieszczone są kolejne gesty użytkownika, składające się często w całe choreografie. Wideo podporządkowane są więc przede wszystkim rytmowi, a ich wizualne aranżacje w sposób emocjonalny – co nie jest zaskakujące – odpowiadają i są podporządkowane skalom dur i moll oraz warstwie znaczeniowej zawartej w tekście. Utwór muzyczny pełni zatem w tej przedziwnej, prowokowanej zarówno oddolnie, jak i odgórnie, grze obrazu z dźwiękiem funkcję elementu prowadzącego.

Dla zilustrowania drugiego z dostępnych muzycznie typów tekstu, czyli takiego, który ulega dodatkowym wewnętrznym przetworzeniom na potrzeby komunikacyjne aplikacji, posłużę się przykładem praktyk ogniskujących się wokół piosenki Duy Lipy *Levitating*, pochodzącej z wydanej w 2020 roku płyty *Future Nostalgia*. Wydaje mi się on niezwykle trafny, ponieważ przetworzenie tej piosenki (inherentnych jej właściwości) dokonało się niejako pod presją tego, co oferuje TikTok, ale i dlatego, że jest on niezwykle przejrzysty i prosty, a więc łatwy w opisie i zrozumieniu mechanizmów działania w ramach opisywanej aplikacji. Fragmentem wyciętym i przetworzonym jest początek przedrefrenu piosenki. Usłyszeć w nim możemy fragment tekstu, który brzmi: „You want me, I want you, baby”³¹. W aplikacji TikTok gra znaczeń odbywa się zarówno poprzez zestawienie muzyki z obrazem, jak i poprzez przekształcenie samego utworu muzycznego w warstwie tekstualnej (słownej i muzycznej). Cyrkułujące w aplikacji fragmenty w kluczowym znaczeniowo momencie odpowiedzi: „I want you, baby” zostają tego tekstu pozbawione, zamiast tego następuje wielokrotne powtórzenie motywu muzycznego bez tekstu. W miejsce odpowiedzi twierdzącej może też zostać wklejona przecząca, ta zgodna z oryginałem pojawia się dopiero na końcu przeróbki, co współgra z obrazem i widocznymi emocjami osoby nagrywającej wideo³². Konkretyzowanie znaczenia następuje więc wtedy, gdy wykonawca nakłada obrazy, na których widzimy kolejno wklejane przez niego przedmioty/osoby/stany, odrzucane aż do finału, w którym pojawia się coś, czego wykonawca rzeczywiście „pragnie”, a odbiorca usłyszeć może wyczekiwane „I want you, baby”. Ten fragment muzyczny doczekał się również wielu innych interpretacji i przetworzeń, których nie sposób opisać w niniejszym artykule. Całość bardzo często stanowi formę żartu, co w połączeniu z potencjalnie nieskończoną wariantowością nadawanych jej znaczeń powoduje, że uprawnione może być porównanie tejże muzyki nie tyle do wykorzystywanego przez inne medium sampla, ile do memicznej wizualnej ramy, znanej w języku potocznym jako „templatka”. Przypomnijmy jednak, że jest to tylko jeden z wielu przykładów gry znaczeń, prowadzonej w LFW na różnych poziomach. W aplikacji znaleźć można również trzeci typ tekstów muzycznych, które powstały specjalnie na jej użytek³³.

31 Co ciekawe, w teledysku do jednej z wypuszczonych przez autorkę wersji piosenki znajdujemy odniesienia do aplikacji TikTok, jak na przykład pojawiające się w klipie logo tejże aplikacji (pierwszy raz w 32 sekundzie). Zob. Dua Lipa, *DaBaby, Levitating Featuring*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=TUVcZfQe-Kw> (7 marca 2022).

32 Na przykład: Erin Williams, TikTok, <https://vm.tiktok.com/ZMLyN5wNn/> (7 marca 2022).

33 Jak na przykład: BULSJARZ, *Piesek*, YouTube, <https://youtu.be/6JF7cufCxrM> (9 marca 2022).

Praktyki muzyczne twórców LFW przypominają w pewnym sensie kulturę didżejską. Jak pisał cytowany przez Annę Nacher DJ Spooky: „Kultura didżejska – młodzieżowa kultura miejska – sprowadza się do potencjału rekombinowania. Jej najważniejszą cechą jest eugenika wyobraźni. Każde źródło próbek zostaje poddane odpowiedniej fragmentacji, a zatem pozbawione poprzedniego znaczenia – to swego rodzaju przyszłość bez przeszłości. Próbkki mają znaczenie tylko wtedy, gdy uobecniają się je na nowo w asamblażu, jakim jest miks”³⁴.

Gdyby nie uwikłanie sfragmentaryzowanej muzyki w inne wizualne teksty i umieszczenie jej w kontekście aplikacji, ta pierwsza stałaby się niczym więcej niż tym, co Jonathan Grey określa jako paratekst wejściowy, czyli „wpływający na sposób wejścia odbiorcy w tekst”³⁵ właściwy. Oczywiście w pewnym wymiarze muzyka na TikToku odgrywa taką rolę. Podobnie jak filmowy zwiastun może bowiem promować pełne utwory muzyczne, nakłaniając użytkowników do odsłuchiwania piosenki, płyty, a nawet całej twórczości danego wykonawcy. Jest to jednak tylko jedna i – jak uważam – wcale nie najważniejsza z jej funkcji³⁶. Jak pisze dalej Nacher:

A zatem materiał wyjściowy ulega ponownemu włączeniu w odmienną całość, której integralność ma však swoją cenę: utratę specyfiki materiału wyjściowego. Daje się tutaj wychwycić ton pewnego podskórnego lekceważenia dla wcześniejszych znaczeń, sample stają się nadającym się do niemal dowolnego kształtowania „budulcem”, a więc bierną materią, której „dotyk dłoni miksującego didżeja” nadaje kształt, żeby przywołać określenia odsyłające do podstaw myślenia kultury Zachodu. W tym układzie to czynnik ludzki zyskuje miejsce centralne i dominujące, a „śmierci autora” towarzyszy jego jednoczesna reinkarnacja – już nie w postaci tego, który tworzy od podstaw, ale tego, który uśmierca i wymazuje poprzednie znaczenia po to, żeby powołać do życia nowe”³⁷.

W aplikacjach takich jak TikTok tego rodzaju didżejem staje się każdy twórca filmików, już nie tylko zestawiając muzykę z muzyką, lecz także tworząc miksy

34 P.D. Miller, *Algorytmy: wymazywanie i sztuka pamięci*, [w:] *Kultura dźwięku. Teksty o muzyce nowoczesnej*, red. Ch. Cox, D. Warner, tłum. J. Attali i in., Wydawnictwo Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2011, s. 433. Cyt. za A. Nacher, *Remiks i mashup – o nielatwym współbrzmieniu dwóch cyberkulturowych metafor*, „Przegląd Kulturoznawczy” 1(9)/2011, s. 86 (wyróżn. – A.N.). Na TikToku widoczna jest zresztą reprezentacja didżejów i producentów muzycznych, którzy pokazują swoje remiksy. Należy do nich na przykład użytkownik @tribbs_music, poza aplikacją znany po prostu jako Tribbs. Jedne z najpopularniejszych swoich remiksów znanych polskich piosenek, jak *Bal wszystkich świętych* i *Smak słów*, zaprezentował najpierw w postaci fragmentów w tej aplikacji.

35 J. Grey, *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and other Media Paratexts*, New York University Press, New York 2010. Cyt. za K. Kopecka-Piech, *Leksykon...*, dz. cyt., s. 42.

36 Zauważyć należy również, że same LFW mają swoje własne parateksty. Są to parateksty, które Grey nazywa *in media res*, czyli „pojawiające się w trakcie odbioru tekstu lub tuż po nim”. Poza logo aplikacji są to przede wszystkim nazwa utworu i dane o jego twórcy/wykonawcy u dołu ekranu. Współczesne przykłady z protestów przeciw wojnie, która z powodu zbrojnej agresji Federacji Rosyjskiej na Ukrainę wybuchła 24 lutego 2022 roku, pokazują społeczne zastosowanie tych paratekstów. Na przykład na jednym z transparentów zaobserwować można było napis „do you get DEJAVU – huh?”, wizualnie odpowiadający temu z aplikacji TikTok. Napis ten nie tylko odnosił się do piosenki znanej zwłaszcza wśród nastolatków gwiazdy muzyki pop Olivii Rodrigo *deja vu*, ale też miał silne odwołania historyczne, na transparencie ustawiony był bowiem w kontekście wydarzeń w Polsce z 1 września 1939 roku. Wreszcie zapisany w konkretnym stylu wskazywał, że jest głosem młodego pokolenia, którego reprezentację we współczesnej przestrzeni medialnej najłatwiej jest znaleźć właśnie w aplikacji TikTok.

37 A. Nacher, *Remiks...*, dz. cyt., s. 86–87.

muzyki z tekstem pisanym, tekstami kultury wizualnej i audiowizualnej, tańcem, mimiką, gestykulacją itd. Samo zestawianie muzyki z obrazem rozszerzającym znaczenia zawarte w utworze muzycznym, zwłaszcza w piosence pop, nie jest oczywiście niczym nowym. Jak w swojej rozprawie doktorskiej pisze Piotr Pierzchała: „Jednocześnie wykonawca pop powinien szafować bogatą wizualnością – w swojej ewolucji piosenka uzyskiwała popularność poprzez wydobytą w teatrach rewiowych wizualność, co było zapowiedzią dzisiejszych videoklipów i koncertów”³⁸. Ten aspekt podkreśla także Magdalena Szpunar: „Obraz pełni również istotną funkcję w przypadku odbioru muzyki, nierzadko stając się ważniejszym elementem od niej samej. Dobre «opakowanie» muzyki, wizualizowane w postaci teledysku, stanowi w wielu przypadkach gwarant jej powodzenia. Przygotowanie dobrego teledysku jest trudnym zadaniem, gdyż w krótkim czasie musi się pomieścić określona liczba informacji, a obraz prezentowany widzom musi być czytelny i komunikowalny”³⁹.

Teraz to zadanie spoczywa również na barkach słuchacza danego utworu muzycznego i użytkownika współczesnych mediów społecznościowych. Należy przy tym pamiętać, że takiego prosumenta nie ograniczają wysokie wymagania, jakie mamy wobec kultury profesjonalnej, tworzy on bowiem w ramach kultury wernakularnej, „przy użyciu prostych, dostępnych dla każdego środków” i w jej ramach, a jego twórczość jest przez użytkowników odbierana w opozycji do kultury profesjonalnej⁴⁰. Tak samo jednak jak w kulturze profesjonalnej istotna jest tu rola wykonawcy, którą w tym przypadku przyjmuje również użytkownik.

Z jednej strony użytkownicy zapożyczają dany fragment tekstu kultury profesjonalnej, cytując go czy też parafrazując, z drugiej zaś używają mu samych siebie, ze swoimi wizerunkami, historiami i wszystkim tym, co się z nimi łączy. Jako wykonawcy nadają mu kolejne warstwy znaczeniowe, wstawiając samych siebie w ramy danego utworu muzycznego cyrkulującego w przestrzeni aplikacji. Czasami znaczenia te są zrozumiałe tylko w sieci bliskich znajomych, a czasami znacznie szerzej, w zależności od popularności danej osoby. Najbardziej jest to zauważalne w praktykach *lip syncu* (poruszania ustami do oryginalnego utworu słowno-muzycznego) i *coveru*. Przypominają one opisaną przez Lawrence’a Lessiga wystawę, zorganizowaną w 2007 roku w White Cube w centrum Londynu, na której znajdowała się instalacja *Working Class Hero (A Portrait of John Lennon)*. W czarnym pokoju na jednej ścianie wisiało 25 ustawionych pionowo ekranów plazmowych. Na ekranach tych zobaczyć i usłyszeć można było 25 fanów Johna Lennona, którzy zgłosili się, żeby „odśpiewać [w studiu – przyp. Ł.] hołd swojemu ulubionemu artyście”⁴¹. Jak wyjaśniała autorka instalacji, Candice Breitz: „cała idea polega na tym, żeby przenieść ciężar z ludzi, których zwykle postrzega się jako

38 P. Pierzchała, *Polska piosenka pop jako tekst w tekście kultury: na przykładach z pierwszej dekady XXI wieku* [praca doktorska], Uniwersytet Śląski, Katowice 2014, s. 27.

39 M. Szpunar, *Kultura obrazu a ikonosfera Internetu*, „Studia Medioznawcze” 3(34)/2008, s. 106–107.

40 M. Napiórkowski, A. Szarecki, P. Dobrosielski i in., *Kultura wernakularna. Antropologia projektów nieudanych*, „Kultura Współczesna” 3(87)/2015, s. 18.

41 L. Lessig, *Remiks...*, dz. cyt., s. 19.

twórców, po to, żeby zrobić trochę przestrzeni, trochę miejsca dla ludzi, którzy odbierają produkty kultury [...]. I o to, żeby pomyśleć trochę o tym, co się dzieje po rozpowszechnieniu muzyki lub filmów: jak mogą zostać wchłonięte w życie ludzi, którzy słuchają tej muzyki lub oglądają te filmy”⁴².

Na dużo większą skalę czynią to właśnie LFW. Pozwalają wejrzeć obserwatorowi w to, co z wytworami kultury robią jej odbiorcy, ale i w to, co te wytwory robią z nimi. Jest to coś w rodzaju oddolnej implementacji idei teledysku czy też nagranych występów, dostępnej teraz nie tylko w ramach artystycznej instalacji, lecz także w mediach społecznościowych czy, precyzyjniej, w wirtualnej sieci relacji społecznych, budowanych przede wszystkim przez młodych ludzi, którzy obrazują swoje emocjonalne związki z muzyką.

Czy można więc powiedzieć, że w aplikacjach takich jak TikTok artysta zyskuje swoją reprezentację w postaci fana? Uważam, że o ile zjawisko reprezentacji jest tu oczywiste, o tyle kwestia fanowska już niekoniecznie. Bardzo często bowiem to najbardziej popularne piosenki stają się trendami. Jednak nagrywanie trendów do bardzo popularnej piosenki nie oznacza wcale, że autor filmiku jest fanem danego utworu, a tym bardziej fanem danego artysty. Czasem jest wręcz przeciwnie: nie utożsamia się z nim i nie lubi danego utworu, natomiast ceni sam trend lub wykorzystuje daną melodię instrumentalnie w celu zdobycia większej liczby polubień⁴³. Po drugiej stronie siedzi przecież widz, który może daną piosenkę uwielbiać, a sam autor nagrania, nie chcąc wypaść z porządkowanej algorytmicznie tablicy „Dla Ciebie”, musi się obowiązującym trendom podporządkować. W dalszym ciągu jednak nie wydaje się to sposobem żerowania na czyjejś twórczości. Wręcz przeciwnie, przyczynia się do wzmocnienia jej popularności czy też podtrzymania jej żywotności, co przecież jest podstawowym celem większości utworów znanych z trendów. Wykluczenie kwestii fanowskiej nie podważa też tego, że przyglądając się praktykom internetowych multiplikatorów, możemy dostrzec, jak dany utwór na nich oddziałuje, jak go (re)interpretują i jakie czynności w ramach tych praktyk muzycznych są wobec niego podejmowane. Punkt ciężkości nadal zostaje przeniesiony na stronę bardziej biernego do tej pory odbiorcy muzyki popularnej.

W ramach przetworzeń dokonywanych przez rozmaitych użytkowników utwór nie tylko zostaje rozbity na fragmenty, ale też podlega swoistej diasporze w mik-sach, w różnych zestawieniach, przetworzeniach, wariacjach na jego temat. Każdy poszczególny miks ma swój temat przewodni w warstwie wizualnej, która z kolei ulega rozproszeniu na wielu różnych użytkowników, oni zaś zgodnie z własną potrzebą, ekspresją czy (wy)kreowanym wizerunkiem nadają mu wiele kolejnych znaczeń. W tym sensie można powiedzieć, że dany trend czy wyzwanie (*challenge*) powiązane z konkretnym utworem muzycznym przypomina muzyczne *ostinato*, które „grane” (multiplikowane) jest w opisywanych w niniejszym artykule formach przez wielu użytkowników aż do wyczerpania materiału audialnego i wizualnego

⁴² Tamże, s. 20.

⁴³ W ramach stosowanych przez użytkowników taktyk spotkać się można z wyciszaniem dołączonej do wideo muzyki, która służy właściwie tylko za tag internetowy.

(czy też raczej wyczerpania zainteresowania użytkowników) i wdrożenia kolejnej jego wariacji, a także do wyczerpania zbudowanej wokół materiału wyjściowego konwencji, w ramach której nawet remiks – ledwie już ewokujący ten materiał – zostanie wyeksploatowany do końca i się zużyje.

Zapamiętane przez użytkowników zostają jednak niektóre gesty, choreografie czy idee, które kształtują dalszy rozwój kultury zbudowanej wokół tych form. O gestach tych już pięć lat temu w artykule *Hand signs for lip-syncing* pisała Jill Walker Rettberg. Odnosząc się do wykupionej przez ByteDance aplikacji Musical.ly, zauważyła, że przynajmniej część ze stosowanych w ramach LFW gestów, określonych przez nią jako piktogramy, stanowiła rozwinięcie obrazkowych emotikonów, które jako uniwersalne mogą przecież pojawiać się przy okazji wielu następujących po sobie trendów⁴⁴. Poza takim przeniesieniem wizualnym z zastanego już wcześniej w sieci języka obrazkowego pojawiają się nowe elementy, których znaczenie zostało na nowo wykreowane w samej aplikacji. Nieraz są one silnie powiązane z daną grupą społeczną i używane przez wykonawców wyrażają ich poczucie przynależności.

Na koniec warto zauważyć, że wykreowane w ramach aplikacji i powiązane z danym utworem muzycznym wzory zachowań, gesty, układy choreograficzne mogą być później wykorzystywane *in real live* w takich miejscach jak kluby, dyskoteki czy po prostu w ramach wspólnego słuchania muzyki, co skłania do pytania o granice opisanych praktyk muzycznych i stanowi o potrzebie refleksji nad w dalszym ciągu nierozwiązanym problemem wykluczenia cyfrowego, które w tym przypadku staje się również wykluczeniem ze społecznych praktyk muzycznych.

ZAKOŃCZENIE

Użytkownikom internetu dano w ramach LFW ogromne możliwości współtworzenia obiegu znaczeń muzycznych i współuczestniczenia w nich. Muzyka, a nawet jej parateksty wdrożone do opisywanych aplikacji społecznościowych, zaczynają ewokować specyficzne gesty, choreografie, sceny czy, najogólniej, wzory zachowań. Wiążą się one z pewną ucieleśnioną w społecznościach tych aplikacji ideą, silnie powiązaną z konkretnym utworem muzycznym, która jednocześnie nie jest przecież jego inherentną częścią (utwór popularny mógłby się bez niej obyć, tak jak muzyka, nawet śpiewana, mogłaby się obyć bez tekstu, czego przykładem stanowią takie techniki wokalne jak wokaliza, beatbox czy scat). To, co się dzieje wokół LFW, jest więc kontekstualnie budowaną, społeczną sztuką zestawień i przetworzeń. Jest urzeczywistnionym potencjałem kultury RW, którą opisywał Lawrence Lessig. Realizuje się on poprzez potraktowanie sfragmentaryzowanej muzyki jako intermedialnego tworu zespolonego w ramach aplikacji w sposób nierozzerwalny z obrazem.

Muzyka, wyjęta ze swoich dotychczasowych ram i poddana fragmentaryzacji, zostaje więc włączona w ramy nowego medium i osadzona w kontekście innych

44 J.W. Rettberg, *Hand signs for lip-syncing: The emergence of a gestural language on Musical.ly as a video-based equivalent to emoji*, „Social Media + Society” 3(4)/2017.

medialnych form wyrazu, czego ostatecznym efektem jest jej powtórna komercjalizacja, tym razem jednak wśród poddających ją przekształceniom społeczności cybermedialnych. Co jednak najważniejsze, teraz również oddolny twórca, jego ciało czy służące zestawieniu artefakty wizualne stają się nośnikiem muzyki. Są „opakowaniem” umieszczonym w kontekście znaczącym, jakim jest aplikacja społecznościowa. Biorący udział w tym procesie semiozy użytkownicy współtworzą w ramach taktyk medialnych współczesny obraz oddolnej cyberpraktyki muzycznej, stanowiącej w moim przekonaniu nieocenioną wartość.

BIBLIOGRAFIA

- Jabłońska, Barbara. „Muzyka – media – kultura”. *Kultura Współczesna* 96, 3 (2017).
- Jabłońska, Barbara. *Socjologia muzyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2014.
- Kopecka-Piech, Katarzyna. „Koncepcje konwergencji mediów”. *Studia Medioznawcze* 46, 3 (2011).
- Kopecka-Piech, Katarzyna. *Leksykon konwergencji mediów*. Kraków: Universitas, 2015.
- Lessig, Laurence. *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*. Tłum. Rafał Próchniak. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, 2009.
- Levinson, Paul. *Nowe nowe media*. Tłum. Maria Zawadzka-Strączek. Kraków: Wydawnictwo WAM, 2010.
- McLuhan, Marshall. *Wybór tekstów*. Tłum. Ewa Różalska, Jacek M. Stokłosa. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka, 2001.
- Nacher, Anna. „Remiks i mashup – o niełatwym współbrzmieniu dwóch cyberkulturowych metafor”. *Przegląd Kulturoznawczy* 9, 1 (2011).
- Napiórkowski Marcin, Artur Szarecki, Paweł Dobrosielski, Piotr Filipowski, Olga Kaczmarek. „Kultura wernakularna. Antropologia projektów nieudanych”. *Kultura Współczesna* 87, 3 (2015).
- Pierzchała, Piotr. *Polska piosenka pop jako tekst w tekście kultury: na przykładach z pierwszej dekady XXI wieku* [praca doktorska]. Katowice: Uniwersytet Śląski, 2014.
- Piotrowski, Grzegorz. *Muzyka popularna. Nasłuchy i namysły*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 2015.
- Rettberg, Jill Walker. „Hand signs for lip-syncing: The emergence of a gestural language on Musical.ly as a video-based equivalent to emoji”. *Social Media + Society* 4, 3 (2017).
- Szczęsna, Ewa. „Tekst wieloznakowy w przestrzeni mediów cyfrowych. U podstaw poetyki semiotycznej”. *Przegląd Humanistyczny* 4 (2013).
- Szpunar, Magdalena. „Czym są nowe media – próba konceptualizacji”. *Studia Medioznawcze* 4 (2008).
- Szpunar, Magdalena. „Emotywno aspekty recepcji muzycznej”. *Kultura Współczesna* 96, 3 (2017).
- Szpunar, Magdalena. „Kultura obrazu a ikonosfera Internetu”. *Studia Medioznawcze* 34, 3 (2008).

SHORT VIDEOS AS A NEW AREA OF GRASSROOTS MUSICAL PRACTICES

This article analyses the musical layer of the currently extremely popular short videos, circulating in cyberspace, for example, on TikTok. As a new sphere of musical practices, these forms are attracting increasingly larger audiences, with active users recruiting particularly from among the youngest. As a result, prosumers have been given an unprecedented opportunity to create short, emergent, sound-based messages using primarily popular music. The article describes the growing ties between music and other media components due to media convergence, while also highlighting the role of music in the process of media divergence. The methods of mixing musical and extra-musical meanings as part of the bottom-up remix culture are also analysed. The processes described in the text lead to the emergence of grassroots musical cyberpractices as part of a new multimedia form where the reformulated fragmented popular music – this highly intersubjective artifact of intermedia culture inseparably linked with image – plays a dominant role. As one of the most significant novelties in the recent development of cyberculture, this trend appears to be overcoming the visual centrality of the contemporary web, which has been repeatedly described in the literature of the subject.

SŁOWA KLUCZOWE: muzyka popularna, remiks, konwergencja, TikTok, lapidarne formy wideo

KEY WORDS: popular music, remix, convergence, TikTok, short videos