

Adam Jankowiak

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

ORCID 0000-0002-1497-9294

Magdalena Michalak

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

ORCID 0000-0001-8636-0039

Dlaczego wszyscy gramy w czerwone światło–zielone światło? Analiza fenomenu serialu *Squid Game*

Południowokoreański serial *Squid Game* (2021–, reż. Hwang Dong-hyuk) w bardzo krótkim czasie stał się hitem platformy streamingowej Netflix. Produkcja ta jest wynikiem współpracy amerykańskiej korporacji z koreańskimi twórcami. Premiera odbyła się 17 września 2021 roku. W ciągu niecałego miesiąca *Squid Game* obejrzało ponad 111 milionów użytkowników na całym świecie i dzięki temu serial uplasował się na pierwszym miejscu na liście najpopularniejszych produkcji platformy w ponad 90 państwach świata. Popularność *Squid Game* dotarła nawet do państw, w których Netflix oficjalnie nie jest dostępny, czyli do Korei Północnej i Chin. Warto odnotować, że w pierwszym z wymienionych krajów popularność tej produkcji nie zmalała pomimo groźby kary śmierci¹. *Squid Game* jest tam odtwarzany z mobilnych nośników (karty SD i pendrive'y). Serial został

¹ Osoba, która przemycała *Squid Game* z Chin, została rozstrzelana, a student, który przyniósł serial na pendrive na uczelnię, został skazany na karę dożywotniego więzienia. Jego kolegów za udział w nielegalnym pokazie wysłano na pięć lat do obozu pracy. Zwolnieni z pracy zostali także pracownicy uczelni. Władze w Pjongjangu wprowadziły w 2020 roku karę śmierci za posiadanie, przemykanie i oglądanie materiałów audiowizualnych z krajów kapitalistycznych. Za najbardziej niebezpieczne materiały uznano wszelkie dzieła kultury amerykańskiej i południowokoreańskiej (Lee M., 2021).

zakazany, ponieważ zdaniem władz Korei Północnej jest przejawem „bestialskiej” kultury sąsiada z Południa (Lee, M. 2021; Workman, 2021).

Zdecydowana większość recenzji serialu była pozytywna, jednakże można znaleźć też opinie, które negują oryginalność serialu, szczególnie zestawiając go z innymi produkcjami typu *battle royale*², takimi jak *Battle Royale* (2000, reż. Kinji Fukasaku) czy *Igrzyska śmierci* (2012, reż. Gary Ross) (Faber, 2021). Ponadto zwracano uwagę na powtarzalność niektórych motywów (Park, 2021, s. 105–109, 111–115), czego przykładem w *Squid Game* jest znany z nagrodzonego Oscarem filmu *Parasite* (2019, reż. Bong Joon-ho) motyw powiększającej się luki pomiędzy bogatymi i biednymi w różnych państwach świata, nie tylko w Korei Południowej (Lee K., 2021). W niniejszym artykule autorzy będą poszukiwać odpowiedzi na następujące pytania: Jakie czynniki wpłynęły na popularność *Squid Game*? Dlaczego to właśnie ten serial odniósł tak duży sukces? Co odróżnia go od podobnych produkcji?

Streszczenie

Squid Game to serial wyprodukowany przez platformę streamingową Netflix. Fabuła koncentruje się na Seongu Gi-Hunie, który boryka się z poważnymi problemami finansowymi i pewnego dnia zgłasza się do udziału w tajemniczym turnieju, podobnie jak pozostałe 455 osób, które również borykają się z ogromnymi długami. Główną wygraną w śmiertelnie niebezpiecznych zawodach jest 45,6 miliarda wonów (ponad 157 milionów złotych). Rozgrywka składa się z sześciu konkurencji nawiązujących do dziecięcych zabaw: czerwone światło–zielone światło, dalgona, przeciąganie liny, kulki, szklany most i tytułowa gra w kalmar. Każda z nich stanowi odrębne wyzwanie wymagające odmiennych umiejętności, potrzebnych, by je wykonać, gdyż przegrana kończy się „eliminacją” zawodników, czyli ich śmiercią (*Squid Game*, 2021).

Kontrasty i symbolika

Serial *Squid Game* jest pełen sprzecznych ze sobą elementów³ i nietypowych rozwiązań fabularnych z europejskiego punktu widzenia. Jest to charakterystyczne dla koreańskiego kina, w którym od lat powszechnie jest wykorzystywa-

² Jest to tryb rozgrywki, a także gatunek filmowy, w którym wszyscy gracze walczą ze sobą nawzajem, dopóki jeden z nich nie zostanie zwycięzcą (definicja autorów).

³ W tym przypadku chodzi o dostosowanie muzyki i scenografii do charakteru sceny, np. mroczna, tajemnicza muzyka podnosząca napięcie w scenach grozy.

ny motyw *han*⁴. Pierwszym przykładem kontrastów występujących w serialu jest zestawienie walki na śmierć i życie z niewinnymi dziecięcymi grami, na czym opiera się cała fabuła (Kimi i Park, 2022). Wiąże się z tym wykorzystana scenografia – gracze walczą o życie w miejscach, które kojarzą się z dzieciństwem (druga gra – *dalgona* – odbywa się na placu zabaw). Scenografia, która nie kojarzy się z czymś strasznym, w *Squid Game* została wykorzystana jako tło do masowego mordowania graczy, co szczególnie widać w trakcie pierwszej gry czerwone światło–zielone światło. Następny kontrast jest tworzony za pomocą muzyki wykorzystanej w serialu. W trakcie makabrycznych scen w tle słychać utwory *Nad pięknym modrym Dunajem* Johanna Straussa lub *Fly me to the Moon* Franka Sinatry (Cho I.B., 2021), co wywołuje u widzów dysonans poznawczy. Jest to cecha charakterystyczna dla koreańskiej kinematografii, co najmniej od lat 90. XX wieku polegająca na łączeniu ze sobą pozornie niepasujących do siebie gatunków i konwencji, jednakże w *Squid Game*, ze względu na komercyjny sukces, zostało to szczególnie zauważone (Mikołajczyk, 2021)⁵.

Serialowy turniej jest uznawany za metaforę nierówności społecznych i kapitalizmu, a bezpardonową rywalizację w dziecięcych grach można odczytać jako aluzję do tzw. wyścigu szczurów. Sam Hwang Dong-hyuk, reżyser *Squid Game*, przyznał, że jego produkcja jest alegorią wyzysku, którego przyczyną jest kapitalizm (Chełkowska, 2021).

Ważnym aspektem jest również szeroko pojęta symbolika i tzw. ukryte treści umieszczone w fabule. Jako główny przykład można podać „wskazówki”, zawarte w serialu, dotyczące tego, w jaki sposób zginą niektórzy bohaterowie, np. Cho Sang-Woo chciał popełnić samobójstwo po opuszczeniu turnieju po pierwszej grze, jednak nie zrobił tego. Odbiera sobie życie w trakcie ostatniej gry, aby jego przyjaciel Seong Gi-Hun wygrał główną nagrodę. Podobny los spotyka także innych bohaterów, np. Kang Sae-Byeok (motyw noża), Alego Abdula (motyw oszustwa) i Janga Deok-Su (motyw skoku z mostu). Obrazuje to specyficznie pojętą ironię losu lub fatum (Saab, 2021; *Squid Game*, 2021).

Kolejnym przykładem wskazówek są symbole organizatorów turnieju, czyli koło, trójkąt i kwadrat, obecne choćby na wizytówkach, maskach strażni-

⁴ *Han* – pojęcie charakterystyczne dla kultury koreańskiej; powszechnie jest rozumiane jako zbiorowe uczucie głębokiego żalu, bólu, smutku i złości, które należy uwolnić, uzewnętrznić. *Han* tłumaczy ekspresyjność bohaterów w koreańskich dramach. Zob. więcej: (Czerkies i Yongdeog, 2018; Husarski, 2021, s. 83; Oh, 2021; Bai S.X., 2022).

⁵ Podobny zabieg zastosował Park Chan-wook w filmie *Oldboy* (2003), w którym widzowie są co rusz zaskakiwani, a reżyser celowo „drwi z naszych przyzwyczajen”. W *Oldboyu* również wykorzystano zestawianie krwawych scen z muzyką klasyczną (sekwencja z wrywaniem zębów młotkiem przy akompaniamencie *Czterech pór roku* Antonio Vivaldiego) (Kletowski, 2009, s. 131–132; Mikołajczyk, 2021).

ków oraz jako elementy wystroju sal kompleksu na wyspie⁶. Z jednej strony wskazują one na hierarchię strażników, a z drugiej strony przetłumaczone na język koreański pierwsze litery słów „koło”, „trójkąt” i „kwadrat” stworzą nazwę finałowej gry, organizacji zarządzającej serialowym turniejem i w końcu sam tytuł dramy (Ojing-eo Geim) (Karmańska, 2021). Zawarte w *Squid Game* różne ukryte wskazówki i treści miały swój udział w zapewnieniu produkcji popularności, czego dowodem są liczne teorie dotyczące „sekretniej” wymowy serialu⁷ (Saab, 2021).

Problemy społeczne

Według Monici Tan *Squid Game* odzwierciedla współczesne społeczeństwo, nie tylko azjatyckie. Przemoc oraz niesprawiedliwości, które spotykają uczestników gier, pokazują, jak okrutny jest współczesny świat, gdyż zawodnicy nie widzą różnicy pomiędzy nim a salą zabaw, w której walczą o życie (Lee K., 2021). W serialu pojawia się diagnoza problemów społecznych trapiących Koreę, do których można zaliczyć polaryzację społeczną, szczególnie na płaszczyźnie dochodowej, rosnące zadłużenie, niewielki poziom zabezpieczenia społecznego, choćby osób starszych (Kim E.T., 2021).

Szczególnie dotkliwy jest problem indywidualnych długów, ponieważ znaczna część społeczeństwa jest obciążona jakimiś zobowiązaniami wobec banków lub lichwiarzy. Według danych z 2021 roku wskaźnik zadłużenia gospodarstw domowych w Korei Południowej wynosił ponad 100% PKB. Jest to najwyższy wynik spośród wszystkich państw rozwiniętych. Zresztą problem ze spłatą długów jest uniwersalny i nie dotyczy tylko Koreańczyków. Pomimo specyfiki ich codzienności, tj. wykonywania najgorzej opłacanych prac, gróźb ze strony lichwiarzy i konieczności mieszkania w suterrenach, to z bohaterami *Squid Game* utożsamiają się także mieszkańcy innych państw (Kim J.H., 2021; Kim i Park, 2022). W ich położenie mogą wczuć się spłacający kredyty hipoteczne Polacy czy Amerykanie obciążeni kredytami studenckimi. Kwestia poruszanych w serialu nierówności społecznych jest obecnie jeszcze bliższa odbiorcom. Pandemia COVID-19, wojna na Ukrainie oraz prawdopodobny kryzys finansowy pogłębiają istniejące podziały społeczne, ponieważ biedni znajdują się w coraz gorszej sytuacji (Radkowski, 2021).

⁶ W sali, gdzie spali zawodnicy, na ścianach zostały umieszczone rysunki, które przedstawiały rozgrywane gry, jednakże na początku były one zasłonięte przez stojące łóżka. Im mniej łóżek zostawało w pomieszczeniu, tym lepiej było widać grafiki na ścianach (Żelazko, 2021).

⁷ Najpopularniejsze teorie to np. rzekome pokrewieństwo Seong Gi-huna z Oh Il-namem oraz symbolika kart do ddakji (miały one decydować o roli w turnieju – gracz albo strażnik) (Bradley, 2021).

Ważnym problemem, który pojawia się w serialu, chociaż stricte w kontekście społeczeństwa koreańskiego, jest tzw. kultura gier⁸ (Romano, 2021). Jej przejawem jest nie tylko popularność wielu telewizyjnych teleturniejów, ale też oparcie funkcjonowania życia społecznego na nieustannej rywalizacji. Od szkół podstawowych po przedsiębiorstwa i szeroko pojęte życie społeczne Koreańczycy chcą za wszelką cenę udowodnić, że potrafią „wygrywać” (Husarski, 2021, s. 21, 80, 104–105; Romano, 2021; Wawrzusiszyn, 2021). Pomimo krytyki kultury gier, mechanizmy życia społecznego, oparte na bezwzględnym premiowaniu sukcesów i traktowaniu porażki jako powodu do wstydu, zmieniają się bardzo powoli, co prowadzi m.in. do największej na świecie liczby samobójstw i prawdopodobnie najniższego poziomu dzietności, które obecnie odnotowywane są w Korei Południowej (Husarski, 2021, s. 99; Romano, 2021).

Dzięki zawarciu w serialu odniesień do aktualnych problemów społecznych, takich jak pogłębiające się różnice społeczne, problem wysokiego poziomu zadłużenia, problemy z utrzymaniem się, serial odniósł tak duży sukces, ponieważ według ekspertów pojawił się „w odpowiednim czasie”, co sprawiło, że wielu widzów, zwłaszcza tych najmniej zarabiających, poczuło się tak jak zawodnicy turnieju w *Squid Game* (Evans, 2021; Radkowski, 2021).

Historia

W serialu można odnaleźć nawiązania do prawdziwych wydarzeń ostatnich lat, które miały miejsce w Korei Południowej. Seong Gi-Hun cierpi na zespół stresu pourazowego (PTSD) po tym, jak był świadkiem śmierci kolegi podczas pikiety zorganizowanej w ramach strajku w fabryce samochodów Dragon Motors. Jest to odniesienie do bankructwa SsangYong⁹ Motors w 2009 roku (Kim J.H., 2021; Workman, 2021). Przedsiębiorstwo zwolniło wtedy 2646 pracowników, czyli 43% załogi fabryki w Pyeongtaek w ramach restrukturyzacji zarządzanej przez właścicieli firmy, czyli chińskiego koncernu SAIC.

Decyzja ta wywołała oburzenie pracowników, którzy rozpoczęli strajk okupacyjny w zakładzie trwający 77 dni. Został on krwawo stłumiony przez policję, a jego uczestnicy zostali wpisani na „czarną listę”, przez co nie mogli znaleźć zatrudnienia w fabrykach innych koreańskich producentów samochodów. Ponadto każdy z nich został pozwany za wyrządzenie szkód finansowych firmie SsangYong Motors.

⁸ Jest to określenie charakterystycznej dla południowokoreańskiej kultury wszechobecnej rywalizacji, której przejawy to m.in. współzawodnictwo w szkołach, firmach, szeroko pojętym życiu publicznym (wszechobecność gier liczbowych, automatów, zakładów bukmacherskich). W sferze medialnej przejawem kultury gier są teleturnieje; niektóre z nich, jak *Infinite Challenge* i *Running Man*, zyskało miano kultowych (Romano, 2021; Wawrzusiszyn, 2021).

⁹ Nazwa przedsiębiorstwa oznacza „podwójnego smoka” (Kim, 2021).

Zasądzone odszkodowania znacznie przekraczały możliwości strajkujących, więc sądy nakazały wyegzekwowanie należnych sum z wynagrodzeń i majątku skazanych. Z tego powodu niektórzy stracili domy. Według szacunków w latach 2009–2018 czterdzieści trzy osoby popełniły z tego powodu samobójstwo. Niewielu byłym pracownikom SsangYonga udało się skutecznie odwołać od wyroków i uzyskać przywrócenie do pracy (Ji, 2021; Kim J.H., 2021).

Kolejnym odniesieniem do historii jest rok 1987, jako moment rozpoczęcia organizacji corocznego turnieju. Jest to nawiązanie do sprawy Ośrodka Pomocy Społecznej „Bractwo” z Busan, ponieważ w 1987 roku ujawniono informacje na temat jego funkcjonowania. Był on jedną z wielu podobnych placówek, powstałych w latach 70. i 80. XX wieku, których działalność nasiliła się w okresie przygotowań do olimpiady. W założeniach miały one prowadzić działalność resocjalizacyjną i aktywizację zawodową, jednakże w praktyce dochodziło tam do wielu patologii, będących efektem polityki „oczyszczania” ulic realizowanej przez władze w okresie przygotowań do igrzysk.

W ramach działalności instytucji policja wyłapywała osoby pijane, bezdomnych, a także bardzo często przypadkowych ludzi, którzy od razu byli kierowani do ośrodków, takich jak „Bractwo”, gdzie na porządku dziennym były tortury i przemoc wobec podopiecznych. We wspomnianej placówce właściciele organizowali przerażające „gry”, w których osadzeni musieli brać udział. Gdy wybuchł skandal po ujawnieniu sytuacji w „Bractwie”, władze starały się „wyciszyć” sprawę, ponieważ mogła zaszkodzić wizerunkowi kraju, który przechodził demokratyzację i otwierał się na świat po latach dyktatury, a nowym władzom zależało na pozytywnej opinii obcokrajowców, którzy mieli przyjechać na olimpiadę.

Wydarzenia te i fabułę *Squid Game* łączy istnienie placówek, w których umieszczani byli ludzie niewpisujący się w kanon Koreańczyków, co mogło zaburzyć starannie pielęgnowany wizerunek Korei Południowej jako kraju sukcesu gospodarczego i dostatku (Rice, 2021; Williams, 2021). Odwołania do historii w *Squid Game* są zrozumiałe przede wszystkim dla rodzimej widowni, jednak na fali popularności serialu w internecie pojawiły się artykuły przybliżające fanom kontekst serialu, co powoduje, że mieszkańcy innych państw poznają wydarzenia z najnowszej historii Korei Południowej.

Mechanizmy internetu

Zdecydowana większość ekspertów wskazuje, że do popularności *Squid Game* przyczyniły się media społecznościowe i algorytmy, na których są one

oparte. Niektórzy komentatorzy twierdzili nawet, że już na etapie produkcji uwzględniono możliwość zwiększenia popularności serialu poprzez umieszczenie memogennych symboli (Hong i Yang, 2022, s. 37). Poza tym pojawiło się dużo memów nawiązujących do *Squid Game*, które stały się viralami (Wiśniewski, 2021a–b). Najczęściej powtarzającym się motywem stała się postać wielkiej dziewczynki-robota Young-hee, która pojawiła się w serialu podczas gry w czerwone światło–zielone światło. Kolejnymi motywami były: scena głosowania, symbole z dalgony¹⁰ i masek strażników¹¹, charakterystyczne dresy graczy i uniformy „obsługi gry” (Siregar, Angin i Mono, 2021). Ponadto na popularność serialu wpłynęła duża liczba materiałów publikowanych na platformach TikTok i YouTube, których użytkownicy nagrywali odtwarzane przez siebie sceny ze *Squid Game* i umieszczali w internecie. Wiele z takich memów oraz filmików stało się viralami (Ramjung, 2021; Romano, 2021; Rosenblatt, 2021; Wiśniewski, 2021b, s. 92).

Światowa popularność właśnie tej południowokoreańskiej produkcji jest także w pewnym stopniu efektem marketingu szeptanego, który w tym przypadku, w większości, prowadzony był za pośrednictwem mediów społecznościowych (Rosenblatt, 2021). Produkcja zyskała taki rozgłos, ponieważ wiele osób zaczęło oglądać serial z czystej ciekawości, dzieliło się swoimi opiniami i zachęcało innych do obejrzenia. W pewnym momencie *Squid Game* stał się pozycją obowiązkową na liście seriali, które warto obejrzeć, zarówno ze względu na modę, jak i wartość tej produkcji (Evans, 2021).

Co warte podkreślenia, *Squid Game* osiągnął dużą popularność także wśród najmłodszych widzów, pomimo że produkcja ta była klasyfikowana jako odpowiednia dla widzów powyżej 16 roku życia. Fakt, że dzieci stały się jej fanami, jest wynikiem wspomnianych już memów i nagrań, które na platformach społecznościowych nie podlegają ograniczeniom. Wywołało to panikę moralną, ponieważ odnotowano przypadki, gdy dzieci odgrywały sceny z serialu, szczególnie gier oraz przebierały się za strażników i graczy, co według niektórych komentatorów miało stanowić przejaw demoralizacji i wpłynąć negatywnie na zachowania dzieci, jednakże do dzisiaj nie wykazano korelacji między oglądaniem *Squid Game* a zachowaniami uznawanymi za przejaw demoralizacji (Ramjung, 2021; Wiśniewski, 2021b, s. 93).

¹⁰ Dalgona – popularne w latach 60. i 70. XX wieku koreańskie ciasteczka wykonane z cukru i proszku do pieczenia.

¹¹ Widzowie zwracali uwagę na podobieństwo symboli z masek do tych z kontrolerów (padów) do konsol PlayStation produkowanych przez firmę Sony (Ramjung, 2021).

Koreańska fala i przemiany w globalnej popkulturze

Do sukcesu *Squid Game* nie sposób się odnieść bez odwołania się do zjawiska określanego mianem hallyu, czyli koreańskiej fali¹². Są to działania podejmowane z inicjatywy południowokoreańskiego rządu od lat 90. XX wieku, których celem jest promocja rodzimej kultury, uważanej za ważne narzędzie, zaliczane do *soft power* (Nicz, 2020), czyli dziedziny szeroko pojętej polityki zagranicznej. Główną przyczyną zainteresowania kulturą przez południowokoreańskie władze był kryzys azjatycki z 1997 roku, w wyniku którego gospodarki państw Azji Wschodniej doświadczyły poważnych perturbacji. Uznano, że nowym kołem zamachowym ekonomii Korei Południowej, które przyniesie impuls rozwojowy, będzie kultura, bardziej odporna na kryzysy gospodarcze niż tradycyjny przemysł (*'Squid Game' Phenomenon...*, 2022)¹³. Dodatkowym akcentem, który ujawnił się w ostatnich latach, jest dążenie Korei Południowej do większej niezależności, także na płaszczyźnie politycznej (Clarke, 2021)¹⁴.

Dzięki hallyu Korea Południowa przestała kojarzyć się wyłącznie jako producent dobrych jakościowo samochodów, smartfonów i wszelkiej elektroniki użytkowej. Stworzenie kompleksowej strategii, która została hojnie wsparta przez instytucje rządowe oraz czebole, sprawiło, że koreańska kultura zaczęła zyskiwać popularność, najpierw w państwach azjatyckich, a z czasem w kolejnych regionach świata, co szczególnie można zauważyć w ostatnich latach w Europie i USA. Popularnością cieszą się szczególnie muzyka (K-pop), kosmetyki (K-beauty), gry komputerowe, kino i seriale, zwane K-dramami (zob. więcej Trzcńska 2016, s. 63–74; *'Squid Game' Phenomenon...*, 2022). Szczególnie w przypadku tych ostatnich odniesienie sukcesu w kręgu euroatlantyckim nie było łatwe ze względu na charakterystyczne cechy gatunkowe, diametralnie wyróżniające te produkcje na tle seriali amerykańskich czy europejskich, takie jak wyjątkowo ekspresyjna gra aktorska czy nieprawdopodobne rozwiązania fabularne (Husarski, 2021, s. 82–83; Mikołajczyk, 2021). Jednakże w ostatnich latach zaczęły pojawiać się dramy, które stylem odbiegają od stereotypowego postrzegania koreańskich seriali jako „ugrzeczniczonych” oper mydlanych i bardziej przypominają produkcje zachodnie, szczególnie pod względem sekwencji akcji (Mikołajczyk, 2021).

¹² Nazwa ta pojawiła się po raz pierwszy w chińskich mediach w 1998 roku. Zwrócono wówczas uwagę na „zalanie” Chin kulturą importowaną z Korei Południowej. Produktem, który rozpoczął hallyu, były południowokoreańskie seriale – k-dramy (Trzcńska, 2016, s. 59).

¹³ Przyjmuje się, że spadek wartości wona w drugiej połowie lat 90. XX wieku pomógł w ekspansji kulturowej i ekonomicznej, sprawiając, że produkty koreańskie stały się atrakcyjne cenowo, głównie dla państw azjatyckich (Trzcńska, 2016, s. 61–62).

¹⁴ Szybkość, z jaką koreańska kultura podbiła świat, sprawiła, że władze Republiki Korei postanowiły wykorzystać zjawisko hallyu do kreowania pozytywnego wizerunku państwa za granicą (Trzcńska, 2016, s. 62).

Paradoksalnie na wzrost wpływów hallyu dodatkowo wpłynęła epidemia COVID-19. Nastawienie na popularyzację kultury w internecie, szczególnie za pomocą platform streamingowych, sprawiło, że ludzie zamknięci w domach z powodu kwarantanny, lockdownów i różnych obostrzeń mogli zaznajomić się z koreańskimi serialami, muzyką czy wziąć udział w zdalnym kursie językowym (Oleksiuk, 2021, s. 210–216; *'Squid Game' Phenomenon...*, 2022). Popularność *Squid Game* wpisuje się w obserwowany od pewnego czasu trend otwarcia widzów, także amerykańskich, na treści nieanglojęzyczne.

Pomimo dominującej pozycji Stanów Zjednoczonych w świecie popkultury, zwłaszcza w branży filmowej i muzycznej, nie ma ona charakteru monopolistycznego. Dowodami na poparcie tej tezy jest liczba seriali nieanglojęzycznych, które odniosły sukces w ostatnim czasie, czego przykładem mogą być hiszpański *Dom z papieru* (2017–2021), niemiecki *Dark* (2017–2020), francuski *Lupin* (2021) czy koreańskie dramy (Herma, 2022, s. 81–82). Od 2019 roku amerykańska widownia oglądająca tego typu seriale zwiększyła się o 71% (Rosenblatt, 2021). Panujące przez wiele lat przekonanie, że tylko filmy, seriale i utwory, tworzone w języku angielskim, mają szansę odnieść międzynarodowy sukces, okazało się błędne. Również liczba remake'ów czy formatów „przeszczepionych” z innych państw uległa zwiększeniu. Jako przykłady można podać wyprodukowanego przez Netflixa *Wiedźmina* (2019–, reż. Alik Sacharow, Charlotte Brändstör, Alex Garcia Lopez), bazującego na książkach Andrzeja Sapkowskiego i serii gier komputerowych, czy włoskie *Dobrze się kłamię w miłym towarzystwie* (2016, reż. Paolo Genovese), które zostało zrealizowane jako remake w wielu państwach. Na rynku muzycznym przykładem naruszenia monopolu świata euroatlantyckiego są sukcesy K-popu oraz reggaetonu wywodzącego się z Ameryki Południowej (Herma, 2022, s. 81–82).

Wymienione wyżej przykłady dowodzą, że można odnieść sukces komercyjny, tworząc treści nieanglojęzyczne i oryginalne względem wytworów popkultury stworzonej głównie na wzór amerykański. Nie oznacza to jednak, że na przykład zachodnia popkultura zostanie wyparta przez koreańską. Przyszłością jest raczej wielość treści, z którymi anglojęzyczna popkultura będzie musiała rywalizować o konsumentów i udziały w rynku (Herma, 2022, s. 80–82). Paradoksalnie za sukces wielu nieanglojęzycznych seriali odpowiedzialna jest polityka serwisu streamingowego Netflix, tworzącego i udostępniającego produkcje, które w tradycyjnych telewizjach najczęściej nie miałyby szans na realizację. Takie działania jak współpraca z lokalnymi twórcami, inwestycje w oryginalne produkcje oraz szeroka gama udostępnionych przez platformę wersji językowych (napisów i dubbingu) (Chełkowska, 2021; Herma, 2022,

s. 80–82) sprawia, że produkcjom nieanglojęzycznym łatwiej odnieść komercyjny sukces. Warto odnotować, że kwestia ta stała się w kontekście *Squid Game* przedmiotem kontrowersji, ponieważ widzowie zarzucili Netflixowi niedostateczną jakość napisów, które miały nie oddawać w pełni dosłownego znaczenia dialogów w języku koreańskim (Cho J., 2021).

Podsumowanie

Sukces *Squid Game* jest wynikiem wielu czynników, które złożyły się na jego popularność. Utopijna rzeczywistość, uniwersalny temat serialu oraz koreańska fala sprawiły, że produkcja została dobrze przyjęta nie tylko w Korei Południowej, ale i na całym świecie. Nie można zapomnieć o wpływie internetu na upowszechnianie trendów na świecie – marketing szepcany na wielu platformach społecznościowych skłonił osoby z różnych państw do obejrzenia *Squid Game*. Z kolei takie czynniki jak odniesienia do aktualnych problemów, zwłaszcza ekonomicznych oraz pogłębiona kreacja postaci, sprawiły, że osiągnął on lepsze wyniki niż wcześniejsze podobne produkcje. Bezpośrednim skutkiem popularności *Squid Game* jest skokowy wzrost zainteresowania koreańskimi dramami oraz dobre wyniki produkcji, dla których serial ten „przetarł szlak”, np. *My Name* (2021, reż. Kim Jin-min) czy *All of Us Are Dead* (2022, reż. Lee Jae-kyoo, Kim Nam-su) itp. Bez wątpienia omawiana drama ma szansę stać się produkcją kultową, a zaplanowany kolejny sezon dowodzi, że jej fenomen przetrwa bardzo długo.

Bibliografia

- Bai, S.X. (2022). *False Redemption – The Narrative Pattern of Korea Art Cinema*. „Frontiers in Communication”. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcomm.2022.753933/full> (dostęp: 26.09.2022).
- Bradley, B. (2021). *Squid Game Theory Leads To An Even Darker Explanation*. <https://screenrant.com/squid-game-theory-blue-red-darker-explanation/> (dostęp: 26.09.2022).
- Chełkowska, S. (2021). *Squid Game – fenomen czy „sztuczna” popularność*. <https://naekranie.pl/artykuly/squid-game-fenomen-czy-sztuczna-popularnosc> (dostęp: 21.05.2022).
- Cho, I.B. (2021). In *‘Squid Game’, Violence Is the Point*. <https://www.thecrimson.com/article/2021/10/19/squid-game-season-1-review-netflix/> (dostęp: 26.09.2022).
- Cho, J. (2021). *Squid Game and the ‘Untranslatable’: The Debate Around Subtitles Explained*. <https://theconversation.com/squid-game-and-the-untranslatable-the-debate-around-subtitles-explained-169931> (dostęp: 30.09.2022).
- Clarke, C. (2021). *South Korea Brings BTS, Squid Game and K-Beauty to the Globe as a Soft Power Counter to China’s Economic Heft*. <https://www.abc.net.au/news/2021-12-30/south-koreas-soft-power-to-counter-china/100726712> (dostęp: 29.05.2022).

Czerkies, T., Yongdeog, K. (2018). *Han w kulturze koreańskiej. O możliwych podobieństwach między koreańskim hanem a polską nostalgią na wybranych przykładach*. https://rcin.org.pl/Content/119710/PDF/WA248_148083_P-I-2524_czerkies-han_o.pdf (dostęp: 6.01.2023).

Evans, T. (2021). *The Unpredictable Popularity of „Squid Game”*. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/trust-games/202110/the-unpredictable-popularity-squid-game?amp> (dostęp: 26.05.2022).

Faber, T. (2021). *Battle Royale Games Keep Players Fighting to the Death*. <https://www.ft.com/content/93445dac-7872-4b43-8926-9b67755c1684> (dostęp: 29.09.2022).

Herma, M. (2022). *W obcych językach*. „Polityka”, nr 6.

Hong, X., Yang, H. (2022). *Some Thoughts on the Global Trend of Film and Television Works from the Perspective of Communication: The Case of Squid Game*. „Open Journal of Social Sciences”, no. 10.

Husarski, R. (2021). *Kraj niespokojnego poranka. Pamięć i bunt w Korei Południowej*. Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.

Ji, M. (2021). *The Real-Life Auto Strike Behind the Runaway Netflix Hit Squid Game*. https://labornotes.org/blogs/2021/10/real-life-auto-strike-behind-runaway-netflix-hit-squid-game?fbclid=IwAR2syHkYij2QQcvGjp21WcTPCH8_9tGQJSI__x4m3C5H3J-7pvJa_j7b4U84 (dostęp: 25.05.2022).

Karmańska, S. (2021). *Squidgame: symbole na maskach mają podwójne znaczenie*. <https://naekranie.pl/lekkie/squid-game-co-oznaczaja-symbole-na-maskach-1634027492> (dostęp: 26.09.2022).

Kim, E.T. (2021). *Squid Game’s Capitalist Parables*. <https://www.thenation.com/article/culture/squid-game-review/> (dostęp: 21.05.2022).

Kim, J.H. (2021). *“Squid Game” Is a Social Allegory Informed by Korean History*. <https://www.teenvogue.com/story/squid-game-social-allegory-informed-by-korean-history> (dostęp: 26.05.2022).

Kim, S.Y., Park, S. (2022). *What’s In a Game? A Dialectic of Competition and Cooperation in Squid*. „International Review for the Sociology of Sport”, vol. 0, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/10126902221107468>.

Kletowski, P. (2009). *Kino Dalekiego Wschodu*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.

Lee, K. (2021). *‘Squid Game’: A Binge-Watcher’s View*. https://www.koreaherald.com/view.php?ud=2021110000865&ACE_SEARCH=1 (dostęp: 14.09.2022).

Lee, M. (2021). *North Korean Sentenced to Death After Students Caught Watching Squid Game*. <https://www.rfa.org/english/news/korea/squidgame-11232021180155.html> (dostęp: 14.09.2022).

Mikołajczyk, M. (2021). *Krwawy i brutalny serial, który pokochały miliony. Oto w czym tkwi fenomen „Squidgame”*. <https://natemat.pl/377877,fenomen-serialu-netflixa-dlaczego-squid-game-stalo-sie-tak-popularne> (dostęp: 28.05.2022).

Nicz, A. (2020). *Korea Południowa bez jednego wystrzału podbija Polskę. Muzykę, telenowelami i smartfonami*. <https://spidersweb.pl/plus/2020/11/korea-poludniowa-technologie-k-pop-samsung> (dostęp: 25.05.2022).

- Oh, A. (2021). *You Can't Understand Squid Game Without Understanding the Korean Concept Driving It*. <https://slate.com/culture/2021/11/squid-game-korean-concept-of-han.html> (dostęp: 5.01.2023).
- Oleksiuk, M. (2021). *Koreańska fala, czyli wpływ i rozprzestrzenianie się kultury koreańskiej w krajach europejskich i amerykańskich*. „Gdańskie Studia Azji Wschodniej”, nr 19.
- Park, M. (2021). *Grając w kalmara. Nieoficjalny przewodnik*. Warszawa: Wydawnictwo Jaguar.
- Radkowski, M. (2021). *Popularność „Squid Game” zaskoczyła nawet Netfliksa. Skąd ten sukces? „Serial idealnie trafił w swój moment”*. <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/fenomen-serial-squid-game-gdzie-ogladac-netflix-hit-tiktok-promocja-fabula-aktorzy-opinie> (dostęp: 21.05.2022).
- Ramjung, P. (2021). *Why Are Young Viewers So Drawn To 'Squid Game'?* <https://news.northeastern.edu/2021/10/19/why-is-squid-game-so-popular/> (dostęp: 25.05.2022).
- Rice, S. (2021). *Squid Game 'Played For Real' in South Korea*. <https://www.the-australian.com.au/world/squid-game-played-for-real-in-south-korea/news-story/3b-0939161226c48ea5ebe6ceed4a6238> (dostęp: 27.05.2022).
- Romano, A. (2021). *What Squid Game's Fantasies and Harsh Realities Reveal About Korea*. <https://www.vox.com/22704474/squid-game-games-korean-references-symbols> (dostęp: 28.05.2022).
- Rosenblatt, K. (2021). *Netflix's 'Squid Game' Is a Sensation. Here's Why It's So Popular*. <https://www.nbcnews.com/news/amp/ncna1280646> (dostęp: 26.05.2022).
- Saab, H. (2021). *10 Weird & Wild Squid Game Fan Theories (That Make A Lot of Sense)*. <https://screenrant.com/squid-game-best-fan-theories/> (dostęp: 26.09.2022).
- Siregar, N., Angin, A.B.P., Mono, U. (2021). *The Cultural Effect of Popular Korea Squid Game*. „Journal of Language Teaching and Learning, Linguistics and Literature”, vol. 9, no. 2.
- 'Squid Game' Phenomenon Highlights Increased Interest In Korean Culture, Professor Says* (2022). <https://www.binghamton.edu/news/story/3294/squid-game-phenomenon-highlights-increased-interest-in-korean-culture-professor-says> (dostęp: 22.05.2022).
- Trzcńska, J. (2016). *Kultura popularna a polityka na przykładzie Korei Południowej po 1988 roku*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Wawrzusiszyn, D. (2021). *„Znacysz tyle, ile masz”. Koreańczycy od dawna grają w niebezpieczną grę – w prawdziwym życiu*. <https://natemat.pl/380675,squid-game-odkrywa-oblicze-korei-poludniowej-wywiad-z-husarskim-i-dr-krati> (dostęp: 26.09.2022).
- Williams, J. (2021). *How The 1988 Seoul Olympics Influenced Squid Game*. Screenrant.com. <https://screenrant.com/squid-game-seoul-olympics-1988-influences-inspiration/> (dostęp: 28.05.2022).
- Wiśniewski, M.R. (2021a). *„Squid Game”, czyli gra w memy. Czemu ten serial tak wciąga?* https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/2138438,1,squid-game-czyli-gra-w-memy-czemu-ten-serial-tak-wciaga.read?gclid=CjwKCAjwp7eUBhBeEiwAZbHwkVN-hlwIVaZFRbyqi2U8djlSrXXX1tgUGGaTkZN5nYCKCtAxYkDhg5BoCxrMQAvD_BwE (dostęp: 26.05.2022).

Wiśniewski, M.R. (2021b). *Dzieci, memy i problemy*. „Polityka”, nr 43.

Workman, K. (2021). *The Truth About Squid Game's Popularity*. <https://www.diplomaticourier.com/posts/the-truth-about-squid-games-popularity> (dostęp: 25.05.2022).

Żelazko, B. (2021). „*Squid Game*” Netflix. *Zauważyliście rysunki na ścianach? Miały znaczenie od samego początku!* <https://teleshov.wp.pl/squid-game-netflix-zauwazyliście-rysunki-na-ścianach-miały-znaczenie-od-samego-początku-6695761688103520a> (dostęp: 26.09.2022).

Abstract

In the last few years, a growing South Korean influence in the global pop culture can be observed, which is manifested by, among others, the popularity of K-Pop and series called K-Dramas. In 2021, its culmination was the premiere of *Squid Game* directed by Hwang Dong-hyuk on the Netflix streaming service. This production turned out to be the most watched series in the history of this platform and a global cultural phenomenon. There has been a lot of speculation in the media about the success of this production. This article will discuss the most important factors that influenced the emergence of the *Squid Game* cultural phenomenon, such as references to social issues and South Korean history, the distinctive style of South Korean cinematography, and elements related to social media and psychology.

Key words: Squid Game, hallyu, korean wave, violence, gaming

Słowa kluczowe: Squid Game, hallyu, koreańska fala, przemoc, grywalizacja