

Wstęp

Kultura popularna, media i polityka to zjawiska, które we współczesnym świecie przenikają się i tworzą wciąż nowe wzajemne interakcje. Związek mediów z kulturą popularną jest oczywisty i dobrze opisany przez kulturoznawców i medioznawców, wszak kultura staje się „popularną” dzięki spopularyzowaniu jej przez media masowe, a same media stają się popularne (a nie elitarne), gdy ich zawartość osadzona jest w kulturze popularnej, a nie wysokiej. Wiele publikacji opisuje również relacje między tradycyjnymi – „starymi” mediami a polityką, które od ponad pół wieku są przedmiotem badań komunikowania politycznego. Natomiast relacje polityki z kulturą popularną, zwłaszcza te budowane dzięki pośrednictwu nowych mediów, są stosunkowo nowym zjawiskiem, którego szybki rozwój, wymaga naukowej refleksji. Badań wymaga również wpływ rozwoju internetu na politykę i kulturę (nie tylko tę popularną), a także rozwój w nowych mediach nowych relacji komunikacyjnych oraz swoistej i fascynującej „kultury cyberprzestrzeni”.

W tę potrzebę poddawania refleksji naukowej nowych zjawisk, mamy nadzieję, wpisuje się ta publikacja, w której kilkunastu autorów reprezentujących różne ośrodki naukowe z całej Polski i różne dyscypliny naukowe podzieliło się wynikami swoich badań nad wieloma aspektami wzajemnych relacji między mediami, kulturą popularną i polityką.

Publikacja składa się z trzech części. Pierwsza z nich zawiera sześć artykułów, których autorzy przyglądają się nowym zjawiskom w tradycyjnych i nowych mediach, a szczególnie interesuje ich w tym kontekście wpływ rozwoju nowych technologii na przekaz kulturowy i sposoby uczestnictwa w kulturze odbiorców „starych” mediów i użytkowników „nowych” mediów.

Ignacy Fiut poświęcił swój tekst wpływowi gier komputerowych na rozwój kultury popularnej. Wykazał w nim, że współczesne gry komputerowe są nie tylko źródłem przyjemności dla graczy, ale również tworzą współczesną kulturę popularną choćby poprzez zmianę postrzegania dotychczasowych norm i wartości oraz tworzenie nowych kontekstów kulturowych.

Anna Woźniak zadaje pytanie: Co to znaczy być aktywnym odbiorcą telewizji? Szukając na nie odpowiedzi, przedstawia wyniki własnych antropologicznych badań nad rolą telewizji, a zwłaszcza prezentowanych w niej polskich seriali w życiu mieszkańców polskiej wsi.

Dariusz Baran analizuje wpływ rewolucji technologicznej na sposób odbioru muzyki. Z jego artykułu można się dowiedzieć, jak w ciągu ostatniego półwiecza zmieniały się sposoby obcowania z muzyką i jakie są tego konsekwencje dla jej twórców i odbiorców, a także dla samej muzyki.

Artur Trudzik przedstawia formy obecności Programu Trzeciego Polskiego Radia w internecie. Opisuje początki internetowej aktywności radiowej Trójki i jej stan obecny, strony oficjalne programu i strony jego twórców oraz internetową aktywność słuchaczy i fanów tego programu.

Kinga Zdrojewska dowodzi, że format radiowy jest powiązany z kulturą popularną. W artykule opisuje początki formatowania radia w Stanach Zjednoczonych oraz rozwój radia sformatowanego w polskim eterze w ostatnich kilkunastu latach, charakteryzuje również i porównuje współcześnie realizowane formaty.

Agnieszka Garcarek-Sikorska szuka odpowiedzi na pytanie o miejsce dla kultury w komercyjnych rozgłoszeniach radiowych. Po analizie ramówek tych rozgłoszeń, a właściwie ich formatów stwierdza, że nie ma w nich miejsca dla kultury wysokiej, gdyż podstawą programu radiofonii komercyjnej jest popularna rozrywka.

Część druga, poświęcona „kulturze sieci” i interakcjom w cyberprzestrzeni, składa się również z sześciu artykułów.

Joanna Pastuszka-Roczek przedstawiła specyficzną „kulturę organizacyjną” popularnych portali rozrywkowych i na tej podstawie opisała rolę obrazkowych memów internetowych, czyli jednostek informacji kulturowej zapisanej w formie graficznej, w procesie komunikacji i socjalizacji.

Barbara Kulesza-Gulczyńska zajęła się twórczością fanowską, czyli tworzeniem przez fanów – entuzjastów określonego dzieła literackiego własnych tekstów, związanych z oryginałem. Na wybranych przykładach autorka pokazała, jak dzięki internetowi rozwija się „literatura w sieci” i „literatura sieci”.

Anita Basińska i Mikołaj Jacek Łuczak przedstawili wyniki własnych badań nad konstruowaniem sieci społecznych na przykładzie forum internetowego poświęconego dzieciom chorym na cukrzycę. Wyniki tych badań wzbogacili o perspektywę współczesnych teorii więzi społecznych, wykazując, że „siłę słabych więzi i ich dominujący charakter obserwować możemy nie tylko w sieciach społecznych funkcjonujących w realnej przestrzeni fizycznej, ale również w sieciach budowanych w przestrzeni wirtualnej”.

Zofia Dołęga przedstawiła wyniki badań nad otwartością psychologiczną i poczuciem samotności gimnazjalistek piszących blogi. Autorka omówiła motywy blogowania i korzyści czerpane przez młode dziewczęta z pisania internetowego pamiętnika, zwłaszcza w kontekście problemów typowych dla tego trudnego okresu rozwojowego.

Marcin Zabawa poddał analizie język internetowy najmłodszego pokolenia i opisał jego charakterystyczne cechy: ignorowanie lub ostentacyjne lekceważenie norm językowych, emocjonalność, dbałość o formę graficzną, co zdaniem autora, pozwala mówić o rewolucji językowej „nie tyle w odniesieniu do treści [...], ile przede wszystkim w odniesieniu do formy przekazu”.

Nina Stępnicka i Paulina Wiączek odnoszą się do pojęć: prosumpcja, współ-internet, wikinomia, Web 2.0, aby ukazać różne formy aktywności użytkowników sieci. Leżą one u podstaw współdziałania i współpracy na rzecz cyrkulacji treści i informacji oraz tworzenia zasobów internetu.

Trzecią część publikacji tworzą trzy teksty poświęcone związkom kultury popularnej z polityką.

Katarzyna Brataniec poddała analizie rolę mediów i kultury popularnej w kształtowaniu współczesnej rzeczywistości społeczeństw arabskich. Z tekstu można się dowiedzieć, jak rozwój mediów wpływa na politykę w krajach arabskich, ale również jak kultura popularna w specyficznej, bo islamskiej postaci zmienia życie codzienne i kulturę tych społeczności.

Elżbieta Żyrek zajęła się teorią „peopolizacji polityki”, czyli sposobem mówienia o polityce językiem charakterystycznym dla kultury popularnej, czego najlepszym przykładem jest obecność polityków w magazynach typu *people*. Na ich łamach politycy zamiast opowiadać o swoich ideach i działaniach czy dzielić się wiedzą związaną z pełnioną funkcją, snują opowieści o osobistych doświadczeniach i relacjach, stając się tym samym „politycznymi celebrytami”.

Dagmara Sagan porównuje sposób przedstawienia II wojny w Zatoce Perskiej w dwóch tygodnikach opinii ukazujących się na polskim i amerykańskim rynku prasowym – „Newsweek Polska” oraz „Newsweek”. Z przedstawionej analizy wynika, że obraz konfliktu w obu tygodnikach był zbliżony i obejmował trzy fazy relacjonowania: optymistyczną, pesymistyczną aż po brak zainteresowania.

Oddając Szanownemu Czytelnikowi do rąk ten tom, żywimy przekonanie, że jego lektura przyczyni się do lepszego zrozumienia tych obszarów współczesnego społeczeństwa, które w zasadniczy sposób określają jego specyfikę. Dlatego też pozwalamy sobie polecić niniejszą publikację specjalistom i adeptom wiedzy między innymi z zakresu politologii, kulturoznawstwa, medioznawstwa i socjologii ale także tym wszystkim Czytelnikom, których charakteryzuje dociekliwość i niedająca się łatwo zaspokoić ciekawość w procesie analizowania otaczającej ich rzeczywistości społecznej.

Katarzyna Pokorna-Ignatowicz