

WSTĘP

W książce tej próbuję opisać i wyjaśnić, dlaczego uczestnictwo ludzi we współczesnej kulturze popularnej online coraz częściej jest polityczne i co wynika z tego, że jest polityczne. Analizuję proces przenikania się sfer popkulturowej i politycznej sieciowej aktywności ludzi, jego konteksty i skutki. Przyjętą w pracy koncepcję kultury popularnej omówię szczegółowo poniżej; tutaj zaznaczę tylko, że przez to pojęcie rozumiem, za Johnem Fiske'em¹ (2010: 23), proces tworzenia i obiegu znaczeń oraz przyjemności w ramach danego systemu społecznego. Kategoria *przyjemności* jest kluczowa w tej koncepcji popkultury. Piszę dalej o przyjemnych społecznych praktykach online (innymi słowy, sieciowych praktykach), czyli tych dostarczających ludziom bardzo zróżnicowanych, symbolicznych nagród albo tych, które są po prostu „fajne”, zabawne i podejmowane „dla jaj”, *for the lulz*, jak często piszą użytkownicy sieci.

Interesuje mnie przede wszystkim kultura popularna online – czyli to, jak ludzie wykorzystują nowe media jako *narzędzia* i jednocześnie *przestrzenie* uczestnictwa w popkulturze. Na tak rozumianą sieciową kulturę popularną składają się coraz bardziej zróżnicowane wspólnoty i związane z nimi działania ludzi. Z tego powodu piszę nie tylko o „jednej” kulturze popularnej, rozumianej jako suma wszystkich praktyk tego typu, ale wielokrotnie używam tego terminu również w liczbie mnogiej. Gdy piszę o „popkulturze”, stawiam akcent na cechy wspólne,

¹ We *Wstępie* nie przedstawiam szerzej przywoływanym autorów. O większości z nich piszę obszerniej w kolejnej części książki, zatytułowanej *Podstawy teoretyczne*.

jedność w tej heterogenicznej wielości. Gdy piszę o „popkulturach”, wtedy, przeciwnie, podkreślam hybrydowy charakter tej jedności, jej różnicowanie i rozproszenie.

Pracę zatytułowałem *Polityki sieciowej popkultury*, bo dotyczy ona praktyk uczestnictwa w sieciowej kulturze popularnej jako aktywności politycznej, czyli tych względnie nowych momentów, gdy popkultura online staje się „językiem”, którym „mówią” obywatele podejmujący swoje działania, a także tych, w których sieciowa kultura popularna jest *przedmiotem* aktywności politycznej obywateli, to znaczy rodzajem zasobu, o który toczy się polityczny spór – jak było chociażby w przypadku europejskich protestów przeciw ACTA. Popkultura online jest wtedy traktowana przez obywateli jako dobro wspólne, o które potrafią oni skutecznie w sposób demokratyczny zawalczyć.

Analiza współczesnej sieciowej popkultury byłaby niepełna bez możliwie precyzyjnego opisu internetu jako środowiska praktyk społecznych. Przyjęta definicja będzie związana z analizą zjawiska cyfrowej mediatyzacji. Trudno podważyć znaczenie tej ostatniej, Dieter Mersch (2010) podkreśla jej zakres trafną kategorią „totalizacji medialności”. Sieć mediatyzuje współczesną politykę i mediatyzuje kulturę popularną w skomplikowanych technologicznych, społecznych i ekonomicznych procesach. Ekonomiczny wymiar cyfrowej mediatyzacji nabiera znaczenia wraz z komercjalizacją współczesnej sieci; nowe media są nie tylko technologią, ale i zbiorem rynkowych podmiotów o coraz potężniejszej pozycji i określonych ekonomicznych celach. Realizacja tych celów w praktyce wpływa na sposoby uczestnictwa ludzi w popkulturze czy polityce, co stanowi jeden z centralnych tematów książki. Innymi słowy, rekonstruję w niej polityczny status nowych mediów jako narzędzi artykulacji, rozumianej, w pewnym uproszczeniu, jako złożony zbiór praktyk, poprzez które ludzie nieustannie reprodukcją indywidualne i zbiorowe tożsamości.

Zdefiniuję krótko kluczowe dla tej pracy kategorie i omówię relacje zachodzące między ich desygnatami.

Piszę o *Politykach sieciowej popkultury*, a kolejne kategorie tytułu odnoszą się do triady polityka–media–kultura, wyznaczającej przedmiot moich rozważań. Komunikację można postrzegać jako ich najniższy wspólny mianownik. Definiuję ją szeroko – jako proces uzgadniania znaczeń. Takie ujęcie akcentuje wspólnotowy charakter procesu i operuje kategorią znaczenia, które odwołuje do szeroko pojętej tradycji semiotycznej. Najważniejszym skutkiem tak rozumianej komunikacji jest *rozumienie*, którego naturalnym efektem jest, choćby najbardziej nietrwała, wspólnota. To ujęcie oczywiście nie przeczy podejściu post-

cybernetycznemu i linearnym (transmisyjnym) modelom komunikowania, ale inaczej rozkłada akcenty, koncentrując się bardziej na semiotycznych niż behawioralnych aspektach procesu.

Zdefiniowałem już krótko kulturę popularną. Mając świadomość ogromnej liczby definicji kultury w ogóle, na potrzeby książki przyjmuję, że kulturę stanowi system znaczeń tworzonych i dzielonych przez ludzi w określonym historycznym momencie, a także wszelkie praktyki (komunikacyjne) podejmowane przez tych ludzi. W pewnym sensie kultura jest nie tylko sumą, ale i *synergią* komunikacji. W tak rozumianej kulturze oczywiście zawiera się polityka. Aktywność polityczna jest podejmowana w kulturze i przez kulturę.

Politykę rozumiem jako sferę definiowaną przez status podmiotów biorących udział w procesie i rozumiem ją na dwa sposoby. Pierwszy sposób, który możemy nazwać politologicznym, ujmuje politykę jako sferę aktywności ludzi, czyli działania podejmowane przez podmioty o sprzecznych interesach i skutki tych działań (Tansey 1997; Dahl & Stinebrickner 2007). W tym duchu, czyli jako *relację i działania*, politykę postrzega Chantal Mouffe (2008: 24), która pod pojęciem „polityczności” rozumie „wymiar antagonizmu leżący u podstaw każdego ludzkiego społeczeństwa”, a politykę pojmuje, z kolei, jako „zestaw praktyk i instytucji, które w obliczu wprowadzanego przez polityczność konfliktu tworzą porządek umożliwiający współistnienie”. Właśnie w ten sposób polityczny jest obywatelski protest czy udział w publicznej debacie. Drugie rozumienie terminu jest znacznie szersze i wiąże się z kluczową dla książki tradycją teoretyczną, czyli brytyjskimi studiami kulturowymi. Narzucają one inherentnie charakter polityczny procesom komunikacji, bo akcentują doniosłość zjawiska artykulacji i postrzegają zwyczajne praktyki kulturowe jako najważniejszą sferę rozpowszechniania i kwestionowania dominujących ideologii. Kultura popularna jest zatem nieodwołalnie polityczna – bo złożona z „mikropolityk”, jak nazywa je Fiske (2010: 59), czyli rozmaitych „polityk codzienności”: procesów rekonstrukcji znaczeń, poprzez które dochodzi do odtwarzania i kwestionowania stosunków władzy w codziennym życiu ludzi. Te mikropolityki są dziś realizowane również w nowych mediach, a skala i tempo cyfrowej mediatyzacji sprawiają, że bezpośrednio dotyczy ona relacji władzy i działania ideologii w praktyce. Można powiedzieć, za Alexandrem Gallowayem (2012: viii), że najważniejszym sposobem wyjaśniania nowych mediów jest ich polityczna interpretacja. Gdy piszę dalej o politycznych działaniach ludzi online, z reguły mam na myśli to politologiczne (czyli pierwsze z wymienionych wyżej) rozumienie terminu. W pracy uwzględniam jednak rów-

niez „mikropolityki” sieciowej popkultury, szczególnie gdy omawiam strukturalne ramy współczesnej sieciowej aktywności ludzi. Dlatego w tytule tej książki są *polityki*, a nie jedna *polityka*.

Specyfiką nowych mediów jest to, że są one nie tylko narzędziem, ale i *przestrzenią* uczestnictwa w tak rozumianej polityce i kulturze popularnej – przestrzenią rozumianą antropologicznie, czyli jako pewien określony kontekst, wykształcany przez konkretne społeczne praktyki (Moore 1986: 116). Interesują mnie konkretne praktyki składające się na owe sieciowe uczestnictwo, a także ich uwarunkowania strukturalne (oddziaływanie algorytmów, zmiana statusu treści medialnych pod wpływem nowych narzędzi), ekonomiczne (strategie podmiotów oferujących te nowe, cyfrowe narzędzia) czy normatywne (prawne i inne), decydujące o skomplikowanym kształcie współczesnej sieci. Analizuję zatem nie tylko praktyki ludzi podejmujących działania online, ale i praktyki podmiotów *dostarczających* ludziom nowych mediów, czyli aktywność cyfrowych pośredników (takich jak Google czy Facebook), wyznaczających, przez oferowane usługi, strukturalne ramy dla współczesnej aktywności popkulturowej czy politycznej.

Jednocześnie nowe media postrzegam również jako dzielony przez ludzi kulturowy konstrukt, tworzony przez zróżnicowane dyskursy. Wśród nich są, między innymi, hegemoniczne dyskursy przemysłów kultury (tradycyjny przemysł kultury i szybko potężniejący nowy przemysł kultury, na który składają się cyfrowi pośrednicy²) oraz dyskursy oddolne, będące efektem zbiorowych (pop)kulturowych działań ludzi. By wyjaśnić główne kulturowe charakterystyki współczesnych nowych mediów, wracam do zjawisk z końca ubiegłego wieku, szukając logiki dzisiejszej sieci nie tylko w procesach rozwoju mediów cyfrowych, ale i mediów *w ogóle*. Technologię ujmuję jako zasób wykorzystywany przez określone podmioty w określonych historycznych kontekstach. Dlatego w tej pracy tak ważny jest polityczno-ekonomiczny status jej twórców, dysponentów, sprzedawców. Tę niezwykle skomplikowaną całość konceptualizuję na poziomie definicji operacyjnej (zob. Babbie 2005: 146–149), wykorzystując kategorię Michela Foucaulta: postrzegam nowe media jako aparat instytucjonalny, czyli złożony zespół dyskursów, instytucji (rynkowych, państwowych, obywatelskich i innych), form architektonicznych (sprzęt i oprogramowanie), regulacji (praw-

² Pod pojęciem *przemysłu kultury* (zamiennie: *przemysłu kulturowego*), za Theodorem Adornem i Maxem Horkheimerem (1994: 138–188), rozumiem podmioty działające w ramach rynku, których głównym celem jest produkcja i sprzedaż ustandaryzowanych (produkowanych masowo) dóbr kulturowych, takich jak muzyka, filmy, treści radiowe czy telewizyjne.

nych, reguł użytkowania poszczególnych systemów, aplikacji czy usług, norm przyjętych w konkretnych środowiskach online), twierdzeń naukowych i innych, a także jako ich wszelkie wzajemne powiązania.

Tak zdefiniowany przedmiot analizy wymaga zróżnicowanych ujęć badawczych, dlatego *Polityki sieciowej popkultury* są monografią interdyscyplinarną. Jej główną teoretyczną perspektywę stanowi szeroko pojęta teoria krytyczna, a w szczególności brytyjskie studia kulturowe, związane ze szkołą z Birmingham. Organizują one wywód i dostarczają instrumentarium terminologicznego oraz metodologicznego. Dorobek Stuarta Halla, jej głównego przedstawiciela, jest dobrym punktem wyjścia do pytań o status nowych mediów jako przestrzeni artykulacji. Hall, niemal nietłumaczony na język polski, jest zaskakująco rzadko przywoływany w analizach społecznych praktyk online. Sięgam po jego teksty na temat procesów reprodukcji oraz negocjacji ideologii w codziennej aktywności ludzi i wykorzystuję je do interpretacji sieciowych popkulturowych, a także politycznych praktyk.

Wartościowych teoretycznych interpretacji dostarczają również tak zwani kulturowi populiści, z Johnem Fiske'em i Michelelem de Certeau na czele. Ich studia nad kulturą popularną koncentrują się na semiotycznej aktywności ludzi, będących nie tylko uczestnikami, ale i rzeczywistymi *twórcami* popkultury. Te optymistyczne ujęcia równoważą diagnozami Michela Foucaulta, którego refleksje nad związkami między dyskursem, władzą i technologią pomagają zrozumieć, a także opisać nowe media (Foucault dostarcza bardzo przydatnego słownika) oraz związaną z nimi polityczno-kulturową zmianę³.

Zgodnie z sugestiami teoretyków analizy jakościowej (Krippendorff 2013; Emmel 2013) nie stawiam hipotez, ale formułuję otwarte pytania badawcze. Do pewnego stopnia to kwestia przesunięcia akcentów; można postrzegać zbiór pytań badawczych jako analogiczny do zestawu hipotez – co sugerował w klasycznej pracy z zakresu metodologii socjologii Stefan Nowak (2012: 35; wyd. oryg. 1985). Otwarte pytania badawcze wydają się właściwsze, bo przyjęcie hipotez zakłada konieczność ich *weryfikacji*, co może stanowić ograniczenie w badaniach jakościowych, koncentrujących się na *wyjaśnianiu* i *interpretacji* (Emmel 2013: 81; por. Nowak 2012: 34–36).

Pierwsze główne pytanie badawcze (P1) brzmi: Jaki jest kulturowy i polityczny status uczestnictwa ludzi w kulturze popularnej online,

³ Obszerne omówienie wykorzystanej literatury przedmiotu zawiera pierwsza część tej książki, w szczególności drugi rozdział, zatytułowany *Kluczowe kategorie*.

gdy jest to aktywność zapośredniczona przez nowy przemysł kultury, czyli cyfrowych pośredników?

Drugie główne pytanie badawcze (P2) brzmi: Jaki jest polityczny status aktywności obywatelskiej online, prowadzonej w ramach rynkowych usług oferowanych przez cyfrowych pośredników? Czyli: Jaki jest status sprawczości obywateli podejmujących współcześnie działania online?

Z dwoma powyższymi pytaniami wiążą się kolejne, bardziej szczegółowe pytania:

P3: Jakie są strategie dyskursywne, realizowane przez nowy przemysł kultury?

P4: Jaki jest przebieg i jakie są skutki procesu naturalizacji algorytmów regulujących działanie nowych mediów?

P5: Jaka jest ideologia popkulturowych sieciowych gatunków medialnych? Innymi słowy, operacjonalizując kategorię, której dotyczy pytanie: Jaki relatywnie spójny system znaczeń jest konotowany przez reguły dotyczące treści, formy i praktyk użycia treści, takich jak mem, remiks, machinima czy sieciowy zwiastun?

W pracy sięgam po zróżnicowane przykłady konkretnych praktyk online. Analizowany materiał (głównie *treści* publikowane online i *ślady* ich użycia) odnoszę do „pozatekstowych zjawisk, takich jak znaczenia, określone użycia i ich skutki” (Krippendorff 2013: 37). Najobszerniej i najbardziej szczegółowo analizuję protesty przeciwko ACTA z początku 2012 roku, dlatego uważam, że można czytać tę książkę również jako ich monografię. Analizuję je w części pracy poświęconej popkulturowym praktykom online. Wcześniejsze fragmenty książki są jednak konieczne do pełnego zrozumienia kontekstów, celów i języków protestów. Z kolei późniejsze partie tekstu stanowią ich teoretyczne interpretacje. Ruch przeciw ACTA to zatem przedmiot ostatniego szczegółowego pytania badawczego:

P6: Jaki jest status protestów przeciwko ACTA z początku 2012 roku jako oddolnego działania zbiorowego, będącego jednocześnie aktywnością polityczną i popkulturową?

Książka ta została pomyślana tak, aby łączyć rozważania teoretyczne i empiryczne analizy. Badam nowe media, analizując konkretne społeczne praktyki, zgodnie z postulatami teorii krytycznej, za każdym razem w możliwie precyzyjnie określonych kontekstach. Podstawowa metoda badawcza, wynikająca z celów monografii, to semiotyka społeczna. To metoda analizy działania systemów semiotycznych w praktyce, która kładzie nacisk na badanie praktyk znaczących (tutaj: określonych społecznych praktyk w sieci) i ich kulturowych, politycz-

nych, ekonomicznych uwarunkowań. Metoda wpisuje się w podejście krytyczne, akcentując związki między praktykami sygnifikacyjnymi a relacjami władzy. Konkretnie treści online (wypowiedzi tekstowe, grafiki, materiały audiowizualne) analizuję zatem jako osadzone w określonych kontekstach treści wielomodalne, rozpatrując ich denotacyjny i konotacyjny poziom znaczeniowy. Obszerne uwagi na temat przyjętej metodologii zawiera trzeci rozdział książki.

Monografia podzielona jest na cztery części. Pierwsza to *Podstawy teoretyczne*. Zaczynam od prezentacji *Kontekstów analizy*, rozważając ogólne teoretyczne założenia pracy, wynikające z jej określonego przedmiotu. Następnie omawiam *Kluczowe kategorie* wykorzystane w książce, doprecyzowując ich znaczenie, kreśląc „mapę” wzajemnych relacji i poddając krytycznej analizie ich źródła. Ostatni rozdział w tej części zawiera uwagi na temat wykorzystanych *Metod badawczych*.

Kolejne dwie części są zorganizowane wokół metafory „strategii” i „taktyk” (de Certeau 2008) jako podstawowych sposobów działań, podejmowanych przez dwie grupy podmiotów – przemysł kultury i „ludzi” – uczestniczących w procesie funkcjonowania kultury popularnej.

W drugiej części – *Nowe media (strategie)* – koncentruję się na nowych mediach, rozumianych na kilka powiązanych ze sobą sposobów. Postrzegam je jako skomplikowany kulturowy konstrukt, będący efektem działania rozmaitych dyskursów. Rekonstruuje ich kulturową historię, a następnie opisuję kluczowe charakterystyki. Wychodząc od współczesnej dialektyki pojęcia przemysłu kultury, analizuję nowe media również jako usługi oferowane przez podmioty określane mianem cyfrowych pośredników. W oparciu o analizę ich hegemonicznego dyskursu wskazuję, w jaki sposób przez pozornie neutralne algorytmy (czyli „technologię codzienności”) naturalizowana jest polityczno-ekonomiczna pozycja nowego, sieciowego przemysłu kultury. W tej części tłumaczę również, dlaczego nowe media nazywam maszyną widzialności i co to znaczy, że jest ona technologią władzy. Druga część książki zawiera zatem możliwie dokładny obraz dyskursywnych, normatywnych i strukturalnych uwarunkowań aktywności ludzi online.

Trzecia część pracy zatytułowana jest *Kultury popularne (taktyki)* i właśnie im jest poświęcona. Rekonstruuje w niej ideologię sieciowej kultury popularnej i wiążę ją z konkretnymi społecznymi praktykami online: zakładam, że istnieje pewien spójny system znaczeń związany z regułami dotyczącymi treści i formy sieciowych popkulturowych gatunków, a także ze społecznymi praktykami ich odbioru, (re)produkcji i (re)dysykcji. Następnie analizuję aksjologię kultury popularnej online i powiązane z nią dyskursywne cechy współczesnej sieci, w tym jej

ludyczny i subwersywny charakter. W tej części dokonuję też analizy nowych mediów jako przestrzeni kulturowej artykulacji, przytaczając szereg przykładów oddolnej sieciowej aktywności, na czele z protestami przeciwko ACTA. Pytając o status popkulturowej i obywatelskiej aktywności online, podejmuję problem sprawczości ich uczestników w kontekście rosnącego utowarowienia i strukturalnego ograniczania współczesnej sieci.

Czwarta, ostatnia część książki to obszernie *Podsumowania i interpretacje* wcześniejszych rozważań. Omawiam w niej, między innymi, koncepty: nowych mediów jako aparatu instytucjonalnego, złożonego ze ścierających się wzajemnie zróżnicowanych hegemonii; coraz bardziej problematycznej kategorii uczestnictwa jako pojęcia wyjaśniającego funkcjonowanie sieciowej kultury popularnej; statusu współczesnych nowych mediów jako przestrzeni aktywności politycznej.