**Kultura popularna**

**Syllabus 2018**

Dr Łukasz Posłuszny

[lukasz.posluszny@uwr.edu.pl](mailto:lukasz.posluszny@uwr.edu.pl)

**Dyżury**

Poniedziałek, 15:00-16:00,

Wtorek, 12:00-13:00,

Pokój 332 (bud. Instytutu Socjologii).

**Cel przedmiotu**

Celem przedmiotu jest przekazanie podstawowej wiedzy o kulturze popularnej, zapoznanie studentów z różnymi koncepcjami teoretycznymi analizującymi kulturę popularną oraz wykształcenie umiejętności analizowania zjawisk kultury popularnej w świetle różnych kierunków humanistyki współczesnej.

**Program zajęć**

1. **Zajęcia organizacyjne i wprowadzenie do przedmiotu**
2. **Czym jest kultura popularna**

Strinati – r. 1, s. 15-50.

Wstępny wybór tematu na prezentację.

1. **Nurty interpretacyjne w badaniach: Szkoła Frankfurcka, Marksizm, Ideologia**

Barker, Pytania o kulturę, s. 72-98.

Ostateczny wybór tematu prezentacji.

1. **Strukturalizm i semiologia**

Strinati r. 3, s. 77-108

Barthes, Mitologie (jedna opowieść do wyboru)

ogłoszenie terminarza wystąpień oraz tekstów im towarzyszących

1. Prezentacje + tekst
2. Prezentacje + tekst
3. Prezentacje + tekst
4. Prezentacje + tekst
5. **Kolokwium**
6. Wpisy i ewentualne odrabianie zaległości

**Warunki zaliczenia**

1. dopuszczalne nieobecności nieusprawiedliwione - dwie (wliczając w to zajęcia organizacyjne)
2. poza tymi dwiema nieobecnościami, student ma prawo do jeszcze jednej (ale usprawiedliwionej!), której nie musi w żaden sposób odrabiać.
3. każdą kolejną nieobecność student musi odrobić w formie zaliczenia (ustnego), na najbliższym dyżurze, tekstów, które były zadane na zajęcia, których dotyczy nieobecność oraz dostarczyć usprawiedliwienie.
4. Podstawą do zaliczenia fakultetu są przygotowanie prezentacji oraz zaliczenie kolokwium. Kolokwium składać się będzie z pytań testowych jednokrotnego wyboru oraz z 2 pytań otwartych i dotyczyć materiału z trzech pierwszych tekstów (zajęcia 2-4). Do zaliczenia konieczne jest uzyskanie ponad 50% z maksymalnej liczby punktów. Osoby, które nie przystąpią do kolokwium w wyznaczonym terminie i nie będą mogły usprawiedliwić nieobecności zwolnieniem lekarskim - mogą liczyć na ocenę max. dst. Poprawa kolokwium odbywać się będzie w formie ustnej.
5. Kolokwium będzie można poprawiać (jeśli ktoś nie zda) wyłącznie raz, w formie wypowiedzi ustnej, na ostatnich zajęciach.
6. Nie zostawiam teczki z tekstami w żadnym punkcie ksero - poszukujecie tekstów na własną rękę. W razie kłopotów, proszę o kontakt.
7. Nie czytanie tekstów może skutkować wprowadzeniem wejściówek.

**Ocena końcowa**

1. Aktywność: 20%
2. Prezentacja: 30%
3. Kolokwium: 50%

**Przykładowe obszary badań do wykorzystania w prezentacji:**

1. **Muzyka**. Subkultury muzyczne; fenomen disco polo, Punk i DIY, Rap i kultura Hip-Hop, Grime i Brexit, Woodstock, Rasta i New Age. Wizualna, performatywna i „działalcza” strona muzyki – od palenia świętych ksiąg i napady z bronią po społeczne zaangażowanie i aktywizm.

2. **Kultura materialna**, przedmioty w życiu codziennym – telefon komórkowy, iPod, dezodorant, buty, samochód, GoPro, technologie self itd, design, przestrzeń domowa, architektura, grafitti, spór o krzyż/pomniki, śmieci i upcykling; moda.

3. **Codzienność, konsumpcja** i biesiadowanie: Makdonaldyzacja a społeczny bunt w ruchach „no logo”, „jamming”, „slow food”, „bio”. Wegetarianizm, kanibalizm i spory o mięso. Ucztowanie, palenie, narkotyki, biby i chlanie.

4. **Serializacja** i seryjność jako cechy kultury popularnej. Sequel i remake. Serial – opera mydlana – telenowela. Seriale telewizyjne w epoce konwergencji mediów. Seriale a poczucie wspólnotowości. Seriale jako źródło wiedzy. Amerykańskie seriale. Dokumenty i paradokumenty. Reality show.

5. **Literatura** popularna – Harlequine – analiza cech literatury kobiecej; James Bond – analiza struktury narracyjnej powieści I.Fleminga, Współczesny kryminał i jego funkcjonowanie w popkulturze. Fenomen popularności powieści J. K. Rowling, P. Coelho, D. Browna, J. Chmielewskiej. Komiks w kulturze popularnej od Batmana po Mausa.

6. **Religia** a popkultura. Pomiędzy religijnością a duchowością. „Niski” New Age i nowa duchowość. Relacje między religią a popkulturą. Czy kultura popularna może stworzyć nową religię? Wątki religijne w popkulturze wizualnej. Modele duchowości współczesnego człowieka i ich przejawy w popkulturze.

7. Kultura popularna a **tożsamość narodowa i etniczna**. Rasizm a kultura popularna. Naród i ideologie nacjonalistyczne w popkulturze. Tradycja i polska historia (także PRL) a popkultura. Rytuały narodowe w kulturze popularnej. Inscenizacje narodu. Rasizm a niektóre subkultury młodzieżowe. Antyrasistowskie zaangażowanie w kulturze popularnej. T-shirt i tatuaż jako obszar walki ideologicznej.

8. **Popkomunizm**. Kultura masowa w państwach totalitarnych i autorytarnych. Doświadczenie komunizmu i okresu PRL-u w polskiej popkulturze. Ludyczny i nostalgiczny wymiar kultury PRL-u. Kultura repetycji i redefinicji. Gadżety popkultury.

9. **Zabawki**. Od LEGOlandu po obóz koncentracyjny; Barbie; historia pewnej lalki, która stała się artefaktem kulturowym;.

10. **Kicz i kamp**. Definicje kiczu. Kicz jako problem antropologiczny. Kicz jako źródło radości. Kicz a sztuka. Kicz w sferze religijnej. Kicz a kamp – cechy wspólne, różnice. Przejawy kampu we współczesnej kulturze.

11. **Prasa** a popkultura. Kultura „pierwszych stron”. Definicja tabloidów w ujęciu medioznawczym i kulturoznawczym. **Tabloidyzacja** współczesnej kultury. „Kolorowa” prasa kobieca i młodzieżowa. Plotek i Pudelek.

12. **Sportowe** widowiska jako element kultury popularnej; środowiska fanowskie; Ewolucja historyczna i wpływ nowych mediów.

13. **Film** w popkulturze. Przemysł filmowy a film jako dzieło sztuki. Zmiana pozycji filmu we współczesnym pejzażu audiowizualnym. Digitalizacja filmu jako zjawisko estetyczne. Główne tendencje rozwojowe sztuki filmowej. Wątki mitologiczne we współczesnym filmie.

14. **Telewizja**. Historia telewizji. Cechy telewizji. Paleo- i neotelewizja, internetyzacja telewizji (czy koniec telewizji?). Telewizja – video – telewizja internetowa. Modele odbioru. Prawda a kłamstwo telewizji. Ekshibicjonizm telewizyjny. Celebryci. Talk-show. Popkultura w reklamie.

15. **Internet**, rzeczywistość poszerzona, wspólnoty fanowskie, fotoblogi, instagram, twitter, youtube, snapchat; nowe strategie komunikacyjne: nawigacja, gry, interaktywność, interakcyjność, immersja.

**Literatura i potencjalne inspiracje:**K. Banaszkiewicz, Nikt nie rodzi się telewidzem, Kraków 2000.

C. Barker, Studia kulturowe. Teoria i praktyka, Kraków 2005.   
R. Barthes, Mitologie, Warszawa 2000.

Barwy codzienności. Analiza socjologiczna, red. M. Bogunia-Borowska, Warszawa 2009.  
Bauman o popkulturze. Wypisy, wyb. M. Halawa, P. Wróbel, Warszawa 2008.  
W. J. Burszta, Od mowy magicznej do szumów popkultury, Warszawa 2009.   
CAMPania. Zjawisko campu we współczesnej kulturze, red. P. Oczko, Warszawa 2008.  
W. J. Burszta, W. Kuligowski, Sequel. Dalsze przygody kultury w globalnym świecie, Warszawa 2005.

N.Carroll, Filozofia horroru, Gdańsk 2004.  
M. Castells, Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem, Poznań 2003.

M. Certeau de , Wynaleźć codzienność. Sztuki działania, Kraków 2008.  
M. Czubaj, Biodra Elvisa Presleya. Od paleoherosów do neofanów, Warszawa 2007.  
D. Dayan, E. Katz, Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo A. Sawisz, Warszawa 2008.

G. Debord, Społeczeństwo Spektaklu, Gdańsk 1998.  
R. Drozdowski, Obraza na obrazy. Strategie społecznego oporu wobec obrazów dominujących, Poznań 2006.  
Dziecko w świecie mediów i konsumpcji, red. M. Bogunia-Borowska, Kraków 2006.

U. Eco, Apokaliptycy i dostosowani. Komunikacja masowa i teorie kultury masowej, Warszawa 2010.  
U. Eco, Superman w literaturze masowej. Powieść popularna: pomiędzy retoryką a ideologią, Kraków 2008.   
T. Edensor, Tożsamość narodowa, kultura popularna i życie codzienne, Kraków 2004.  
Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów, red. A. Gwóźdź, Warszawa 2008.   
M. Filiciak, Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej, Warszawa 2006.  
Film: fabryka emocji, red. K. Klejsa, T. Kłys, Kraków 2003.  
Gadżety popkultury. Społeczne życie przedmiotów, W. Godzic, M. Żakowski (red.), Warszawa 2007.

Fiske J., Zrozumieć kulturę popularną, Kraków 2010

Gadżety Popkultury: Społeczne życie przedmiotów, red. W. Godzic, M. Żakowski, Warszawa 2007.   
T.Goban-Klass, Media i komunikowanie masowe, Warszawa 2009.  
W. Godzic, Telewizja jako kultura, Kraków 2002.  
W. Godzic, Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów. Warszawa 2007.   
M. Gołębiewska, Demontaż atrakcji, O estetyce audiowizualności, Gdańsk 2003.  
M. Halawa, Życie codzienne z telewizorem, Warszawa 2006.  
M. Hopfinger, Doświadczenie audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej, Warszawa 2003.  
Intermedialność w kulturze końca XX wieku, red. A. Gwóźdź, Białystok 1998.  
H. Jacoby, W. Irwin, Dr House i filozofia – wszyscy kłamią. Gliwice 2009.  
W. Jakubowski, Edukacja w świecie kultury popularnej, Kraków 2006.  
H. Jenkins, Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów, Warszawa 2007.

M. Jezieński, Mitologie muzyki popularnej, Toruń 2014.   
M. Jędryka, Popkultura dla blondynek, Gliwice 2009.  
Karnawalizacja. Tendencje ludyczne w kulturze współczesnej, red. Grad J., Mamzer H., Poznań 2004.   
Kiczosfery współczesności, red. W. Burszta, E. Sekuła, Warszawa 2008.

R. Kochanowicz, Fabularyzowane gry komputerowe w przestrzeni humanistycznej. Analizy, interpretacje i wnioski z pogranicza poetyki, aksjologii, dydaktyki literatury, Poznań 2014.  
J. Kończak, Od Tele-echa do Polskiego ZOO. Ewolucja programu TVP, Warszawa 2008.   
P. Kowalski, Popkultura i humaniści. Daleki od kompletności remanent spraw, poglądów i mistyfikacji, Kraków 2004.  
B. Koziczyński, 333 popkultowe rzeczy… PRL. Jakość pierwsza, Poznań 2009.

M. Krajewski, Kultury kultury popularnej, Poznań 2003.  
K. Krzan, Ekstaza w wersji pop. Poszukiwania mistyczne w kulturze popularnej, Warszawa 2008.  
Kultura popularna: konteksty teoretyczne i społeczno-kulturowe, red. A. Gromkowska-Melosik, Z. Melosik, Kraków 2010.   
Kultura popularna – tożsamość – edukacja, red. D. Hejwosz, W. Jakubowski, Kraków 2010.

S. Lash, C. Lury, Globalny przemysł kulturowy: medializacja rzeczy, Kraków 2011.  
A. Lewicki, Od House’a do Shreka. Seryjność w kulturze popularnej, Wrocław 2011.

P. Levinson, Telefon komórkowy: jak zmienił świat najbardziej mobilny ze środków komunikacji . Warszawa 2004.

T. Majewski, Dialektyczne feerie. Szkoła frankfurcka i kultura popularna, Łódź 2011.

T. Z. Majkowski, Gry wideo i kultura autentyczności, „Homo ludens” 2011, nr 1 (3).

M. Majorek, Fenomen YouTube’a i Yotube jako medium społecznościowe, [w:] M. Majorek, Kod YouTube. Od kultury uczestnictwa do kultury kreatywności, Kraków 2015.  
G. Makowski, Świątynia konsumpcji. Geneza i społeczne znaczenie centrum handlowego, Warszawa 2003.   
T. Miczka, O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych, Katowice 2002.  
T. Miczka, Wielkie żarcie i postmodernizm. O grach intertekstualnych w kinie współczesnym, Katowice 1992.  
Między powtórzeniem a innowacją. Seryjność w kulturze, red. A. Kisielewska, Kraków 2004.

A. Nacher , Serial 2.0 – model do składania [w:] Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia, red. M. Filiciak, B. Giza, Warszawa 2011.  
Niedyskretny urok kiczu. Problemy filmowej kultury popularnej, red. G. Stachówna, Kraków 1997.   
E. Nieroba, A. Czerner, M. Szczepański, Flirty tradycji z popkulturą. Dziedzictwo kulturowe w późnej nowoczesności. Warszawa 2010.  
Od fotografii do rzeczywistości wirtualnej, red. M. Hopfinger, Warszawa 1997.  
A. Ogonowska, Między reprezentacją a symulacją. Szkice z socjologii mediów. Kraków 2007.  
T. Olczyk, Politrozrywka i popperswazja. Reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku, Warszawa 2009.   
K. Olechnicki, Fotoblogi, pamiętniki z opcją przekazu. Fotografia i fotoblogerzy w kulturze konsumpcyjnej. Warszawa 2009.  
R. Pankowski, Rasizm a kultura popularna. Warszawa 2006.   
Podglądanie Wielkiego Brata, red. W. Godzic, Kraków 2001.  
Po kinie?… Audiowizualność w epoce przekaźników elektronicznych, red. A. Gwóźdź, Kraków 1994.  
Pop komunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna, red. M. Bogusławska, Z. Grębecka, Kraków 2010.   
Post-soap. Seriale nowej generacji a polska widownia, red. M. Filiciak, B. Giza, Warszawa 2011.  
Potęga i urok zakupów [w:] P. Kowalski (red.), Monety, banknoty i inne środki wymiany, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2010.  
Prędkość i przyjemność, Kino i telewizja w sobie symulacji elektronicznej, red. A. Gwóźdź, Kielce 1994.  
Przemoc na ekranie, red. M. Hendrykowska, M. Hendrykowski, Poznań 2001.  
G. Ptaszek, Talk show. Szczerość na ekranie?, Warszawa 2007.  
L. Pułka, Kultura mediów i jej spektakle na tle przemian komunikacji społecznej i literatury popularnej, Wrocław 2004.

M.Radkowska-Wałkowicz, Od Golema do Terminatora, Warszawa 2008.  
Rekonfiguracje modernizmu. Nowoczesność i kultura popularna, red. T. Majewski, Warszawa 2009.

M.Rogers, Barbie jako ikona kultury, Warszawa 2005.  
Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji, red. T. Szlendak i K. Pietrowicz, Wrocław 2007.

M. Rychlewski, Kultura rozpadu: Rozważania na ostrzu noża, Gdańsk 2016.  
G. Sartori, Homo videns. Telewizja i postmyślenie, Warszawa 2007.  
Seriale. Przewodnik krytyki politycznej, Warszawa 2011.

T. Sikorski, M. Rutkiewicz, Graffiti w Polsce 1940-2010, Warszawa 2011.  
Słownik literatury popularnej, red. T. Żabski, Wrocław 2006.

J. Storey, Studia kulturowe i badania kultury popularnej. Teorie i metody, Kraków 2003.  
D. Strinati, Wprowadzenie do kultury popularnej, Poznań 1998.  
Studia z teorii komunikowania masowego, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 1999.  
E. Szczęsna, Poetyka mediów. Polisemiotyczność, digitalizacja, reklama, Warszawa 2007.  
T. Szlendak, T. Kozłowski, Naga małpa przed telewizorem. Popkultura w świetle psychologii ewolucyjnej, Warszawa 2008.   
J. Z. Szeja, Gry fabularne. Nowe zjawisko kultury współczesnej, Kraków 2004.  
Świat (z) kolorowych czasopism, red. E. Zierkiewicz, Wrocław 2010.   
Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych, red. R. Allen, Kielce 1998.  
D. Urbańska-Galanciak, Homo players. Strategie odbioru gier komputerowych, Warszawa 2009.

A. Wieczorkiewicz, Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podroży, Kraków 2008.  
R. Wimmer, J. Dominick, Mass media i metody badań A. Kożuch, Kraków 2008.  
W kulturze pierwszych stron, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław, 2005.

Żuk P. (red.), Kulturowo-polityczny Avatar? Kultura popularna jako obszar konfliktów i wzorów społecznych, Warszawa 2013.