

Absztrakt

A médiában és a média által megszerezhető hírnév a múlt század eleje óta a kultúránk szerves részét képezi. A 20. század elején még a filmszillagok hódították meg a közönséget, majd a televízió megjelenésével párhuzamosan még több híresség bukkant fel a nyilvánosságban. Napjainkban egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek az új média sztárjai is, akik a közösségi média csatornáin válnak ismertté, véleményvezéreké, influencerekké. De miért válnak egyre fontosabbá az ismert emberek? Miért érezhetjük azt, hogy manapság már minden a sztárokról szól, és egyáltalán milyen sztárokat ismerünk? Jelen kötet aktualitását az adja, hogy a társadalomban, a gazdaságban, a különböző intézményrendszerekben, valamint ezzel együtt a tudományos életben élénk érdeklődés mutatkozik ezen kérdések iránt. A sztárkutatók (star studies) területén a médiában megszerezhető ismertség kérdése az utóbbi bő egy évtized fejleményei kapcsán forró témává vált, és egyre többen gondolják, hogy a jelenség megfejtésén keresztül közelebb kerülhetünk a kortárs kulturális, társadalmi vagy gazdasági viszonyok megértéséhez.

Jelen kötet arra vállalkozik, hogy bemutassa a médiában megszerezhető hírnév és ismertség fejlődésének három jellemző korszakát; a sztárok tündöklését, a celebek világát és az influencerek térhódítását. E koncepciónak megfelelően a kötet első tematikus részében az ismert emberek elitje, vagyis a sztárság jelensége kerül górcső alá. A kötet második része már a celebek korszakára koncentrál. Azon belül is elsősorban azzal a kérdéssel foglalkozik, hogy a celebek milyen szerepet játszanak a bulvarizálódó mediatisált nyilvánosságban, illetve hogy a megjelenésükkel egy időben hogyan bukkannak fel újabb témák és újabb szereplők a tabloidokra jellemző, sajátos kulturális logika mentén. A kötet harmadik tematikus egysége a hírnév transzformációinak legújabb fejleményeivel foglalkozik, s ezzel összefüggésben az online felületeken megszerezhető, alulról szerveződő ismertség jellemzőit tárgyaljuk az influencerek kapcsán.

A hírnév és ismertség jelenségének sokszínűségéből következik, hogy a bemutatott kutatási eredmények nem holisztikus szemléletmódot követnek, a kötet tematikus egységei korántsem érintik a sztársággal, celebritással vagy az influencer-jelenséggel kapcsolatos valamennyi lehetséges problémát. Ehelyett a kötetben szereplő témák kiválasztását az az elv vezérelte, hogy egy-egy speciális területen elvégzett kulturális mélyfúráson keresztül mutassam be azokat a lehetőségeket, amelyek abban az esetben állnak rendelkezésünkre, ha a sztárkultúrával kapcsolatos kérdéseket a média kulturális tanulmányozásának interdiszciplináris kontextusában helyezzük el.