

Słowo od Redaktor Tematycznej

Współczesne kulturoznawstwo medialne – nowe strategie, metody i pola badawcze

Kulturoznawstwo medialne wymaga nieustannej redefinicji zarówno pola badawczego, jak i samych metod, strategii oraz celów badania. Przedmiotem studiów są już nie tylko konkretne praktyki tekstotwórcze, analiza istniejących interfejsów, usług i produktów medialnych, ale także ich użytkownicy, twórcy bądź designerzy. Istotnym aspektem, właśnie w kontekście rzeczywistych praktyk recepcyjno-odbiorczych i prosumenckich, są również nowe kompetencje kulturowe, cyfrowe i medialne, we współczesnej literaturze przedmiotu określane jako kompetencje przyszłości czy kompetencje kluczowe.

To przesunięcie perspektywy badawczej w stronę użytkowników mediasfery wynika przede wszystkim z cech nowych mediów, praktyk komunikacyjnych obserwowanych w mediach społecznościowych, działań i zjawisk wpisanych kolejno w kultury: uczestnictwa, konwergencji, remiksu. Przy analizie współczesnych praktyk kulturowych istotne są także formy rzeczywistej interaktywności czy ukrytej interpasywności, atrybuty VR, AR, MR oraz technologie związane z AI. Niemniej ważne są aktywności medialno-kulturowe wykorzystujące sieci neuronowe, algorytmy i mechanizmy *deep learning*.

Owa redefinicja nie może jednak oznaczać ciągłego i niekontrolowanego poszerzania wskazanych fenomenów – tytułowych: pól, metod i strategii, gdyż prowadziłoby to do utraty tożsamości samej dyscypliny. Z drugiej strony, dynamiczny rozwój cyberkultury, cyfrowej humanistyki oraz badań poświęconych techno-cielesnym hybrydom, bio-technologicznym transfiguracjom na polu sztuki, kultury, literatury, medycyny, edukacji oraz w ramach tzw. przemysłów kreatywnych i sztuki performatywnej wymaga ciągłego namysłu i ustawicznych badań nad fenomenem postmediów, biomedioów, transmedioów. W polu tych analiz mieści się również pogłębiona refleksja nad etycznymi, estetycznymi i politycznymi kontekstami ich użycia, a także perspektywami badań, które są oferowane przez posthumanistykę i transhumanistykę.

Współczesna badania z zakresu kulturoznawstwa medialnego obejmują także analizy poświęcone: statusowi kulturoznawstwa medialnego jako trans-, sub- i interdyscypliny; nowym metodom badawczym w kulturoznawstwie medialnym; miejscu kulturoznawstwa medialnego wobec projektów artystycznych i literackich oraz edukacyjnych, wykorzystujących nowe media i technologie, SI, a także sztuczne sieci neuronowe; kulturoznawstwu medialnemu wobec wyzwań współczesności, czyli wytwarzaniu wiedzy społecznie użytecznej, a także nowym kierunkom rozwoju współczesnego kulturoznawstwa medialnego. Do wybranych zagadnień odnieśli się w swoich badaniach i studiach teoretycznych Autorki i Autorzy artykułów zgromadzonych w prezentowanym tomie monograficznym. Wiele postawionych tu pytań pozostaje otwartych, co – mam nadzieję – zachęci kolejnych badaczy do kontynuacji problemów czy kwestii badawczych podjętych w publikacji.

Agnieszka Ogonowska