

KULTŪROS REIŠKINIAI ŠIUOLAIKINIŲ INFORMACIJOS IR KOMUNIKACIJOS TECHNOLOGIJŲ SĄLYGOMIS: NUO MENO IR TELEVIZIJOS IKI POLITIKOS

Jovilė BAREVIČIŪTĖ

Šiame žurnalo numeryje aptariami kai kurie daugiaaspekčiai šiuolaikinės kultūros reiškiniai, apimant tokius jų, kaip menas, televizija, politika ir kt. Medijos ir komunikacija nūdien intensyviai skverbiasi kone į visas darbo ir laisvalaikio veiklos, viešojo ir privataus sektorių sritis, reprezentuodamos dinamišką ir netolygią gyvenamojo pasaulio tikrovę. Medijuotoji komunikacija vis labiau tampa dominuojančia socializacijos forma, ji išstumia gyvąją komunikaciją: kuo toliau, tuo labiau šis reiškinys nusako ne tik jaunimo, bet ir brandaus amžiaus žmonių šiandienį bendravimo būdą. Tad akivaizdu, kad XXI a. žmogus vis labiau pasineria į įvairių medijų tinklus, apraizgančius jo gyvenimą ir tampančius pagrindine socialios ir visavertės egzistencijos sąlyga.

Tokios socialinės institucijos, kaip menas, televizija, politika, religija, šeima ir daugelis kitų, nūdien jau nebėra tokios savarankiškos, kaip, tarkime, prieš dešimt, dvidešimt ar daugiau metų. Jų suverenitetą daugiausia transformuoja būtent medijos, šioms institucijoms diktuojančios savas sąlygas ir primetančios savas taisykles. Kitaip tariant, medijos tampa tokios galingos, kad ima steigti savuosius dėsnius, kuriems vis labiau paklūsta tradicinė gyvosios socializacijos aplinka. Taip kyla daugybė diskutuotinų ir ginčytinų klausimų, paliejančių socialinių institucijų apibrėžties, autonomijos ir suvereniteto aspektus.

Šiuos aspektus iš įvairių perspektyvų gvildena ir šio numerio autoriai. Eugenija

Krukauskienė ir Viktorija Žilinskaitė-Vytienė savo straipsnyje aptaria kultūros vartojimo klausimus tirdamos, kaip šiuolaikinio lietuviškojo kino meno pavyzdžius suvokia ir vertina tam tikrų amžiaus kategorijų jaunimas. Algis Mickūnas gilinasi į filosofinius šiuolaikinių diskursų klausimus, pasirinkdamas kūniškumo, lytėjimo ir taktiklos aspektus, glaudžiai susijusius su medijuotosios komunikacijos tema. Russellas J. Cookas gvildena ekrano medijų taktiškumo problemas, keldamas garso matymo galimybės klausimus – tai fenomenologinė perspektyva. Saulius Kanišauskas svarsto filosofinius atsakomybės už šiuolaikinių technologijų naudojimą klausimus, remdamasis vokiečių egzistencialisto Martino Heideggerio keltomis jų ontologinio išaknytumo žmogaus prigimtyje prielaidomis. Valdas Pruskus imasi šiuolaikinės politinės rinkodaros teorinių įžvalgų analizuodamas, kaip šiuolaikinės medijuotosios komunikacijos sąlygomis susiklosto palankios aplinkybės įvairioms politinėms manipuliacijoms ir politiniams manevrams, pavyzdžiui, artėjant rinkimams.

Numerio sudarytoja dėkoja autoriams už jų tyrinėjimus, pasidalytus su skaitytojais, ir tikisi produktyvaus bendradarbiavimo ateityje – šiuolaikiniai medijuotieji kultūros procesai nuolat iškelia vis naujų iššūkių tiek įvairių kultūros reiškinų praktikavimui, tiek nusistovėjusioms jų teoretizavimo tradicijoms.