
Słowo od Redaktor Tematycznej

Zmiana paradygmatu kulturowego, która dokonuje się na naszych oczach w związku z dynamicznym rozwojem technologii cyfrowych, sztucznej inteligencji oraz platform społecznościowych, niesie ze sobą głębokie przeobrażenia w zakresie kształtowania tożsamości, komunikacji społecznej i strategii generacyjnych. Kolejne pokolenia – w szczególności generacja Z – wchodzi w interakcję z mediami jako naturalnym środowiskiem życia, wyrażania siebie i negocjowania własnego miejsca w świecie. W tym kontekście zyskują na znaczeniu pytania o to, jak jednostki i grupy społeczne wykorzystują dostępne narzędzia technologiczne do kreowania tożsamości, budowania relacji, wywierania wpływu i uczestnictwa w kulturze.

Numer tematyczny „Tożsamości i strategie generacyjne w kulturze cyfrowej” stanowi próbę zarysowania aktualnego stanu badań nad medialnymi i kulturowymi praktykami pokoleniowymi. Autorzy i autorki zgromadzonych tekstów podejmują refleksję nad złożonymi relacjami między technologią, mediami, komunikacją i tożsamością, ukazując, w jaki sposób pokolenia – szczególnie Z, ale także milenialsi – negocjują swoją obecność w cyfrowym świecie. Problematyka ta zostaje ujęta z perspektywy medioznawczej, kulturoznawczej, socjologicznej oraz edukacyjnej, co pozwala na wielowymiarowe uchwycenie zjawisk będących przedmiotem analiz.

W tekstach poświęconych influencerom technologicznym (Norbert Vrabec, Klára Zubková) oraz AI w edukacji generacji Z (Viera Kačínová, Dominika Zvercová) uwidacznia się rosnąca rola nowych autorytetów medialnych i innowacyjnych narzędzi dydaktycznych. Artykuły Justyny Dziedzic i Aleksandry Ossolińskiej problematyzują kwestie tożsamości cielesnej oraz autokreacji w przestrzeniach takich jak Instagram (bookstagram), ukazując, jak cyfrowe media stają się współczesnym „lustrem społecznym”.

Wątek strategii komunikacyjnych i instytucjonalnych podejmuje Piotr Rudera, Julia Senator-Kaczprzak oraz Martyna Jankowska, analizując sposoby adaptacji mediów i marek pracodawców do preferencji pokoleniowych. Badania postrzegania mediów społecznościowych przez przedstawicieli pokolenia Z

(Tomáš Koprda, Milan Džupina, Györgyi Janková) dostarczają danych empirycznych do rozważań nad relacją między technologią a użytkownikami.

Sekcja „Varia” dopełnia obraz współczesnej kultury medialnej, poruszając takie zagadnienia jak: transmedialność, edukacyjny potencjał popkultury oraz kulturowe metaforyzacje technologii i przyszłości (m.in. w adaptacjach audiowizualnych klasyki literackiej i analizie seriali).

Zgromadzone teksty dowodzą, że kultura cyfrowa jest przestrzenią nie tylko transformacji, ale też oporu, negocjacji i twórczego przeobrażania schematów pokoleniowych.

Wierzimy, że prezentowany numer stanie się inspiracją do dalszych badań nad współczesnymi tożsamościami kulturowymi i komunikacyjnymi strategiami generacyjnymi w erze postcyfrowej.

Agnieszka Ogonowska