

## Słowo od Redaktor Tematycznej

Przedmiotem zainteresowań Autorów i Auterek w niniejszym tomie „Studia de Cultura” jest społeczna rola filmu, a więc jego zastosowania w konkretnych praktykach społecznych (socjoterapii, modelowaniu zachowań, kształtowaniu postaw społecznych).

Film pełni także istotną funkcję jako medium i kreator społecznych reprezentacji rzeczywistości, dlatego też od momentu swego powstania był tak często wykorzystywany nie tylko w sferze rozrywki, ale także działań edukacyjnych, propagandowych i politycznych. Współcześnie sam będąc medium, funkcjonuje w różnych środowiskach medialnych oraz kontekstach socjokulturowych, w przestrzeniach starych i nowych mediów.

Tak jak zmieniają się wartości, ideologie, kierunki rozwoju współczesnych społeczeństw, tak zmieniają się estetyki, tematy, gatunki i konwencje przedstawiania określonych tematów, grup społecznych, kierunków owych przemian, które składają się na obraz społeczeństwa w XX i XXI wieku.

Zagadnienia te można analizować w różnych perspektywach (historycznej, estetycznej, kulturowej, socjologicznej, psychologicznej, politologicznej). Niektóre z tych perspektyw zostały zresztą podjęte w artykułach zgromadzonych w tym tomie. Wszystkie te badania pokazują, iż film niezmiennie ogniskuje zainteresowania twórców i użytkowników mediów oraz – mimo pojawienia się mediów nowych generacji – jest wciąż ważnym orężem walki oraz formą ekspresji twórczej.

Film w działaniach społecznych staje się już nie tylko tekstem kultury, ale także przekazem, który – oscylując w różnych środowiskach społecznych – pobudza zarówno kręgi artystów, aktywistów, edukatorów, terapeutów, jak i widzów do określonych zachowań.

Funkcjonując jako ważny element dziedzictwa kulturowego, stanowi równocześnie cenne źródło informacji odnośnie do podmiotów zaangażowanych w procesy jego produkcji i odbioru. Mówimy zatem o filmie jako dziele artystycznym, jako pewnej technice utrwalania obrazów na konkretnym nośniku, jako przekazie medialnym, który wyzwala określone praktyki interpretacyjne, wykorzystuje specyficzny język komunikacji audiowizualnej. W każdym z tym znaczeń nie jest on jednak tylko „zamkniętym”, wyizolowanym tekstem, ale fenomenem społecznym, który skupia, wyzwala, inkubuje, modyfikuje, kształtuje, zmienia społeczne myślenie na temat rzeczywistości.

Serdecznie zapraszamy do lektury!

*Agnieszka Ogonowska*