

Patrycja Bałdys

Akademia Marynarki Wojennej w Gdyni, Polska

e-mail: p.baldys@amw.gdynia.pl; pbaldys@wp.pl

Katarzyna Piątek

Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej, Polska

e-mail: kpiatek@ath.bielsko.pl

Media w społeczeństwie – znaczenie, funkcje i władza

Kształt współczesnych społeczeństw w znacznej mierze jest wynikiem dwóch równolegle zachodzących rewolucji: naukowej i technicznej. Ich przebieg związany był z pojawianiem się w bardzo krótkich okresach czasu nowych technologii, urządzeń i maszyn, przede wszystkim zaś technologii związanych z wytwarzaniem, przetwarzaniem, przechowywaniem i przekazywaniem informacji. Wpływały one na szybki postęp technologiczny, ale przede wszystkim zmieniały społeczeństwa, przybliżając je w coraz większym stopniu do opisywanego przez teoretyków rozwoju społecznego społeczeństwa informacyjnego. Według Ryszarda Kluszczyńskiego społeczeństwo informacyjne to:

„możliwość szerokiego dostępu do informacji, usług i do rozrywki na życzenie, możliwość interakcji i swobodnego operowania danymi, możliwość przeprowadzania rozmaitych operacji na odległość i podjęcia komunikowania w dowolnej chwili i z dowolnego miejsca świata połączonego w wirtualną całość za pomocą sieci telekomunikacyjnej. Oznacza ono również integrację trzech sektorów: technologii informacyjnej, telekomunikacji oraz ekonomii. A w konsekwencji wprowadza w ten układ także i kulturę, we wszystkich jej przejawach i zakresach”¹.

Internet i technologie z nimi związane zmieniły nasze społeczeństwa we wszystkich obszarach życia. Wpłynęły na postrzeganie czasu i przestrzeni, praktycznie całkowicie wyeliminowały związane z nimi ograniczenia. Przesyłamy i odbieramy wiadomości, dokumenty, zdjęcia z każdego prawie miejsca na ziemi nie zastanawiając się specjalnie nad tym, gdzie i w jakiej strefie czasowej otrzyma je odbiorca. Jednocześnie technologie te sprawiają, że żyjemy coraz szybciej. Milan Kundera zauważa, iż:

¹ R. Kluszczyński, *Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimediów*, Kraków 2001, s. 11.

„Szybkość jest formą ekstazy, którą rewolucja techniczna złożyła człowiekowi w darze. W przeciwieństwie do motocyklisty biegacz jest zawsze obecny w swoim ciele, musi wciąż myśleć o odciskach, o zadyszce; kiedy biegnie, czuje swój ciężar, swój wiek, bardziej niż kiedykolwiek świadomy siebie samego i czasu swego życia. Wszystko się zmienia, gdy człowiek ceduje zdolność szybkości na maszynę: od tej chwili jego ciało wypada z gry, a on powierza się szybkości, która jest bezcielesna, niematerialna, szybkości czystej, szybkości samej w sobie, szybkości – ekstazie”².

Technologie informacyjne powodują również, że zmienia się nasz sposób myślenia o otaczającym nas świecie. Jeszcze kilka lat temu granice pomiędzy rzeczywistością on-line i off-line były bardzo widoczne. Obecnie stają się płynne, coraz trudniej jest oddzielić rzeczywistość realną od tej wirtualnej. Głównie z uwagi na wzrost znaczenia narzędzi cyfrowych i platform komunikacyjnych w życiu jednostek. Sprawiają one, że z odbiorców informacji staliśmy się również ich wytwórcami i dystrybutorami. Rzeczywistość pokazywana na ekranach naszych smartfonów, tabletów czy laptopów staje się dla nas rzeczywistością bardziej realną niż ta, która nas otacza, a na pewno ciekawszą od niej. Natalia Hatałska w *TrendBook 2017. Porzeczywistość* określa tę nową formę rzeczywistości mianem post-reality, stwierdzając, że jednostki przestają dzielić świat na fizyczny i cyfrowy, ponieważ takie podziały przestają dla nich mieć znaczenie, oba światy są dla nich tak samo prawdziwe, co więcej przenikają się wzajemnie. Hatałska pisze:

„dzięki rozwojowi technologii takich jak wirtualna rzeczywistość (VR), rozszerzona rzeczywistość (AR) czy mieszana rzeczywistość (MR), faktycznie trudno rozdzielić oba światy – zwłaszcza na poziomie bodźców wzrokowych (nakładane hologramy na fizycznie istniejące przedmioty) i słuchowych (możliwość sterowania live tym, co słyszymy – wyciszania lub pogłaśniania docierających do nas dźwięków, np. możliwość „wyciszania” płaczącego dziecka w samolocie)”³.

Minęły czasy, w których zachętystywalimy się możliwością zakupów przez Internet czy dokonywania operacji finansowych. Obecnie naszą rzeczywistością staje się Internet rzeczy. Natalia Hatałska definiuje go w następujący sposób:

„sieć fizycznych przedmiotów (rzeczy), które dzięki wbudowanym czujnikom i dostępowi do internetu potrafią komunikować się zarówno z człowiekiem, jak i między sobą. W praktyce nie oznacza to nic innego, jak to, że każda (dosłownie) rzecz może być dzisiaj podłączona do sieci, dzięki czemu staje się naprawdę inteligentna (ma dostęp do informacji i baz danych, które może analizować (analizuje w czasie rzeczywistym). W przypadku internetu rzeczy ważne jest również to, że dzięki dostępowi do sieci urządzenia mogą się komunikować między sobą”⁴.

² M. Kundera, *Powolność*, Warszawa 1997, s. 5-6.

³ N. Hatałska, *TrendBook 2017. Porzeczywistość*, <http://hatalaska.com/wp-content/uploads/2017/03/Trendbook2017.pdf> (1.03.2018).

⁴ N. Hatałska, *TrendBook 2013*, <http://hatalaska.com/wp-content/uploads/2013/04/TrendBook2013.pdf> (1.02.2018).

Z badań wynika, że znaczna część firm w najbliższych latach inwestować będzie w rozwiązania związane z IoT, Hatalaska wskazuje trzy branże: farmaceutyczną (tzw. *digital health*), AGD (tzw. inteligentne domy) oraz motoryzacyjną. Raport powstał w 2013 roku, część z opisywanych przez nią innowacyjnych rozwiązań została wprowadzona do użycia, stała się standardem wyposażenia. Rozwiązania tego typu ułatwiają życie milionów osób na całym świecie.

Nowe technologie wpływają również na zmiany zachodzące w komunikacji zarówno interpersonalnej, jak i tej z urządzeniami. W przypadku pierwszej, tak jak zauważono wcześniej, pozbycie się barier czasowych i przestrzennych, dzięki czemu możemy kontaktować się z każdym, o każdej porze dnia i nocy, z każdego miejsca na ziemi. Istotna jest również zmiana języka komunikacji. Odejdźcie od wypowiedzi rozbudowanych na rzecz krótkich komunikatów, w których nie zwraca się specjalnie uwagi na interpunkcję, ortografię. Powszechne stają się akronimy (w znacznej części anglojęzyczne), wyrażające emocje emotikony i zastępowanie tekstów obrazami. Kontakty on-line stały się tak samo istotne jak kontakty twarzą w twarz, często po prostu je zastępują⁵. Część z nas wybiera je świadomie, bo uważa je za szybsze, przysparzające zdecydowanie mniej problemów niż kontakty w realu. Przestajemy się zastanawiać nad tym, czy różnią się od tych w świecie rzeczywistym. Nie myślimy o ich trwałości. Przede wszystkim zaspokajają nasze potrzeby przynależności do grupy, nawet jeśli są one pozorne.

W przypadku komunikacji z urządzeniami widoczne staje się przejście od komunikacji dotykowej lub z użyciem klawiatury i myszki do komunikacji głosowej. Jak pisze N. Hatalaska:

„Powszechnie znani są już głosowi asystenci, pomagający w codziennych obowiązkach użytkownikom smartfonów i komputerów, tacy jak Siri od Apple, Alexa od Amazon czy Cortana, efekt wspólnych wysiłków programistów Microsoft i inżynierów Intela. W 2020 liczba tego typu urządzeń funkcjonujących w gospodarstwach domowych ma wynieść 21,4 mln, a wartość rynku prognozowana jest na 601 mln dolarów już za dwa lata. Technologia rozpoznawania głosu i wykonywania komend na jego podstawie wymaga jeszcze pracy, choć aktualnie poziom rozumienia tzw. języka naturalnego przez maszyny równy jest 95% ludzkich możliwości. Mimo to Google notuje ciągle wzrost zapytań wprowadzanych głosem, dziś stanowią one jedną piątą wszystkich wyszukiwań. Ostatni rok przyniósł też gwałtowny rozwój nowej formy interakcji software’u z człowiekiem – chatboty. Autonomiczni, zaprogramowani rozmówcy przejęli rolę obsługi klienta w sklepach internetowych, odpowiadając na pytania i doradzając w czasie rzeczywistym o każdej porze dnia i nocy. Boty zostały też zintegrowane do ciągle rosnących w popularność komunikatorów – Facebook Messenger pozwala nam zamówić Ubera bez zamykania konwersacji, a Allood Google sprawdzi najbliższe loty na podstawie treści rozmowy o podróży”⁶.

⁵ Por. min. S. Turkle, *Alone Together. Why We Expect More From Technology and Less from Each Other*, New York 2011, s. 13.

⁶ N. Hatalaska, *TrendBook 2017. Porzeczystwość*, <http://hatalaska.com/wp-content/uploads/2017/03/Trendbook2017.pdf> (1.03.2018).

Wszechobecność mediów niesie z sobą również negatywne skutki. Jednym z nich jest chociażby zjawisko to przeciążenia informacją. Teoretycznie zjawisko nie jest nowe, na nadmiar książek narzekał już Marcin Luter⁷. Denis Diderot w 1775 roku pisał:

„Wraz z następowaniem nowych wieków liczba książek będzie rostała nieustannie, przy czym można prognozować nadejście takiego czasu, gdy nauczenie się czegokolwiek z książek będzie prawie tak trudne, jak na podstawie bezpośredniego badania całego wszechświata. Wyszukanie jakiejś odrobiny prawdy ukrytej w naturze będzie prawie tak samo trudne, jak odnalezienie jej ukrytej w ogromnej liczbie tomów. Kiedy ten czas nadejdzie, konieczne stanie się podjęcie przedsięwzięcia, które dotąd było zaniedbywane ze względu na nieodczuwalne nań zapotrzebowanie”⁸.

Przeciążenie informacją nasiliło się wraz z pojawieniem Internetu. Każdego dnia docierają do nas miliony informacji, których nie jesteśmy w stanie przetworzyć, przyswoić, a przede wszystkim sprawdzić. Efektem nadmiaru informacji jest rozpowszechnianie się zjawiska postprawdy. Postprawda jest definiowana w kategoriach warunków, w których „obiektywne fakty mają mniejszy wpływ na kształtowanie opinii publicznej niż odwołania do emocji i osobistych przekonań”⁹. Podobnie jak w przypadku wcześniej wspomnianego przeciążenia informacją, zjawisko nie jest całkowicie nowe. Termin pojawił się w 1992 roku w artykule Stevena Tesicha pt. *The government of lies* zamieszczonym w *The Nation*. Tesich twierdził, że trauma wywołana przez Watergate naznaczyła amerykańskie społeczeństwo, które odwróciło się od prawdy. Jak twierdził

„W gwałtownym tempie stajemy się prototypami ludzi, o których totalitarne potwory mogły tylko marzyć w swoich snach. Dotąd wszyscy dyktatorzy musieli bardzo się starać, by stłumić prawdę. My przez nasze własne działania mówimy, że to już nie jest konieczne, że nabyliśmy mentalną zdolność odzierania prawdy z wszelkiego znaczenia. W najbardziej fundamentalnym sensie to my, jako wolni ludzie, dobrowolnie zdecydowaliśmy, że chcemy żyć w świecie jakiejś postprawdy”¹⁰.

Mechanizmy opisane przez Tesicha zadziały w Stanach w przypadku afery Iran – Contras i później w trakcie wojny w Zatoce Perskiej. Jak twierdzi Matthew d’Ancona narastanie problemu postprawdy jest efektem kryzysu zaufania wynikającego z wpadek instytucji istotnych dla obywateli oraz rozrostu przemysłu dezinformacji. Pojawienie tego ostatniego wiąże z Web 2.0, które jego zdaniem

⁷ C. Shirky, *Cognitive Surplus. How Technology Makes Consumer sin to Collaborators*, London 2011, s. 47.

⁸ D. Rosenberg, *Early Modern Information Overload*, [w:] „Journal of the History of Ideas” Vol. 64, Nr. 1 (2003), s. 7-8.

⁹ M. d’Ancona, *Posprawda*, Warszawa 2017, s. 14.

¹⁰ Ibidem, s. 15.

„nie było zwykłym zjawiskiem technologicznym: zastąpiło hierarchię rekomendacjami użytkowników, autorytet współpracą, zaplanowane spotkania spontanicznymi *smartmobami*, chronioną prawem własności informacją oprogramowaniem *open source*, a bierną konsumpcję mediów elektronicznych treścią generowaną przez samych internautów”¹¹.

Opinię d’Ancony potwierdza Ralph Keyes:

„Potrafimy oszukiwać, co daje nam ewolucyjną przewagę nad zwierzętami czy wrogami. Ograniczają nas nie tylko moralność, ale przede wszystkim bliskie relacje z ludźmi, którzy przejrzeliby nasze kłamstwa. Obecnie żyjemy jednak w znacznie większych zbiorowościach, gdzie otaczają nas nieznajomi, którzy nie potrafią rozpoznać oszustwa. W Internecie jesteśmy do tego stopnia od siebie oderwani, że nie używamy nawet prawdziwych imion, ale pseudonimów. Wszystkie te czynniki sprzyjają naturalnej ludzkiej skłonności do oszustwa, a jednocześnie pozbawiają człowieka tradycyjnych hamulców”¹².

Internet sprzyja rozprzestrzenianiu się postprawdy. Głównie z uwagi na wielość zamieszczanych w nim informacji i brak możliwości ich weryfikacji. Informacje zamieszczane przez użytkowników żyją własnym życiem, są kopiowane, przetwarzane, uzupełniane, komentowane i przesyłane dalej. Tempo jest zawrotne, wiadomości często dostają nowe życie po jakimś czasie. Dodatkowo są to wiadomości, które zazwyczaj budzą spore emocje.

Pisząc o Internecie i jego roli nie sposób nie zwrócić uwagi na ogólne zmiany, jakie zachodzą w mediach. Przede wszystkim zmniejszenie wpływu mediów tradycyjnych. W 2009 roku Bernard Poulet w książce pt. *Śmierć gazet i przyszłość informacji* zastanawiał się nad skutkami, jakie pociągają za sobą zmiany w obiegu informacji, zwracając uwagę na nadchodzący kres prasy drukowanej. Jednym z następstw jest polaryzacja oferty wydawniczej. B. Poulet zwraca uwagę, że wzmacnia ona już istniejące podziały w społeczeństwie. Na rynku mamy do czynienia z dwoma rodzajami informacji: ubogą i bogatą. Mają one swoją specyfikę i trafiają do odmiennych grup odbiorców petryfikując i pogłębiając podziały klasowe. Pierwszy typ informacji to informacja uboga-szybka, powtarzana, „twittowana”¹³. Informacyjny fast-food. Z drugiej strony, informacja bogata, która charakteryzuje się

„wysokim poziomem i ma swoich odbiorców, którzy coraz więcej za nią płacą. Najbardziej spektakularnym przykładem jest „terminal Bloomberga” – serwis internetowy, który udostępnia świetnie opracowane informacje gospodarcze i finansowe, choć znaleźć tam można również coraz więcej artykułów na tematy ogólne, w tym także dotyczące kultury”¹⁴.

Zdaniem Pouleta nie dotyczy to tylko tradycyjnych mediów, ale również Internetu. W dłuższej perspektywie oznaczać to będzie wieloklasową sieć, w której

¹¹ Ibidem, s. 55.

¹² *Kłamstwo, prawda, post-prawda. Ralph Keyes w rozmowie z Łukaszem Pawłowskim*, [w:] „Kultura liberalna”, nr 412 z 29 listopada 2016, <http://kulturaliberalna.pl/2016/11/29/keyes-post-prawda-wywiad/> (1.08.2017).

¹³ B. Poulet, *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, Wołowiec 2011, s. 265.

¹⁴ Ibidem, s. 267.

za dostęp do ważnych informacji, przyzwyczajone opracowanych, trzeba będzie zapłacić więcej. Dla tych, którzy nie będą w stanie zapłacić, pozostaną tanie newsy, w sensacyjno-rozrywkowej wersji. Rodzaj informacji będzie decydował o innych podziałach.

Numer ósmy „Mediów i Społeczeństwa” poświęcony został w całości roli i funkcjom, jakie odgrywają media we współczesnych społeczeństwach. Autorzy zamieszczonych w nim artykułów wskazują na wielość ich zastosowań i możliwości, jakie dają. Część pierwszą numeru zatytułowaną **Media w przestrzeniach życia społecznego** otwiera tekst Andrzeja Gofrona pt. *Transmisyjne i konstytutywne ujęcie komunikacji. Perspektywa edukacyjna*. Artykuł poświęcony jest w całości dwóm podstawowym sposobom komunikowania i ich efektywności w edukacji. Na nasze myślenie o komunikowaniu, jak wskazuje autor, wpływają z jednej strony nieświadomione reguły kulturowe, a z drugiej wszystkie wyrażenia wyjaśniające te reguły w postaci teorii komunikacji czy potocznych sądów dotyczących komunikacji. Innymi słowy nasze wyobrażenia dotyczące komunikacji są pochodną naszych własnych doświadczeń, utrwalanych w zbiorowości i przekazywanych w procesie socjalizacji z pokolenia na pokolenie.

Alexander Golikov w swoim artykule koncentruje się na wystąpieniach publicznych jako agregacie wiedzy i analizuje możliwości eksploracji mowy publicznej jako produktu medialnego. Zdaniem Autora reprezentacja medialna struktur wiedzy w mowie publicznej stanowi zarówno fakt rzeczywisty, jak i społeczny. Analizie poddane zostały teksty wypowiedzi publicznych z XIX i XX wieku. Zasoby wiadomości zawarte w tych wypowiedziach podlegają zdaniem A. Golikova prawom strukturyzacji, porządkowania, ćwiczenia i spektakularności. Co więcej odgrywają one istotną rolę w reprodukcji wspólnoty, zarówno jej pamięci, jak i zbiorowego myślenia.

Od samego początku funkcjonowania Internetu pojawiają się pytania dotyczące jego wpływu na społeczeństwo. Jednym z nich jest pytanie o to, jaki jest jego wpływ na kapitał społeczny. Odpowiedzi na to pytanie stara się dostarczyć w swoim artykule pt. *Nowe media jako element kształtowania kapitału społecznego ich użytkowników* Joanna Juszczyk-Rygałło. Jak zauważa Autorka atrakcyjność kontaktów internetowych wpływa na przenoszenie rzeczywistości do cyberprzestrzeni, w której powstają liczne wirtualne społeczności na bijących od kilku lat rekordy popularności portalach społecznościowych. Siłą portali jest to, że łączą w sobie funkcjonalność wielu kanałów przekazu i mogą pełnić jednocześnie wiele funkcji (komunikacyjną, informacyjną, rozrywkową itp.). Portale pozwalają na utrzymywanie kontaktów z innymi, część relacji jest przeniesiona z rzeczywistości realnej, część to zupełnie nowe relacje. Przy czym te nowe relacje

mają zdecydowanie luźniejszy charakter. Przede wszystkim z uwagi na względną anonimowość. W efekcie, jak pisze Autorka, kontakty stają się łatwiejsze, ale za to poziom zaufania zdecydowanie niższy. Biorąc pod uwagę fakt, iż zaufanie jest jedną z istotniejszych składowych kapitału społecznego pojawia się pytanie o to, jak nowe media wpływają na jego kształtowanie się u użytkowników portali społecznościowych.

Beata Gofron w artykule pt. *Uczenie się z wykorzystaniem nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych* podejmuje próbę przedstawienia zmian zachodzących w procesach poznawczych użytkowników Internetu długo przebywających w sieci. Badania wskazują, że wielozadaniowość typowa dla tzw. cyfrowych tubylców powoduje niższą kontrolę nad myśleniem, a co za tym idzie wpływa na efektywność uczenia się. Wymusza to zmianę myślenia o kształceniu i systemie edukacji. Jak stwierdza Autorka, rozwiązaniem może być zmiana kultury szkoły w kierunku modelu otwartej współpracy, e-learningu, mieszanego uczenia się oraz sieci spersonalizowanej edukacji.

Larysa Klymanska, Marina Klimanska i Halyna Herasym w swoim artykule przedstawiają wyniki badań poświęconych pamięci o radzieckiej przeszłości w przestrzeni postsowieckiej i roli, jaką odgrywają media w jej kształtowaniu. Autorki analizują, jaki obraz Związku Radzieckiego i radzieckiej przeszłości Ukrainy funkcjonuje wśród najmłodszego, pierwszego w pełni postsowieckiego pokolenia Ukraińców. Wskazują główne czynniki wpływające na tę wizję. Jak się okazuje ich obraz postsowieckiej przeszłości jest ukształtowany przez przekazy rodzinne, media oraz system szkolnictwa. To one wpływają w największym stopniu na obraz „człowieka radzieckiego” oraz ocenę wydarzeń z radzieckiej przeszłości.

Dobrym uzupełnieniem artykułu poświęconego postsowieckiej przeszłości Ukrainy i jej wizerunku w oczach najmłodszego pokolenia jest tekst Daryny Desenko zatytułowany *Media in the Processes of Inclusion and Exclusion – a Case Study on the Example of the „Great Ukrainians” Project*. Autorka przedstawia w nim rolę, jaką odgrywają dyskursy historyczne w procesach inkluzji i ekskluzji społecznej. Na przykładach dyskursu prezentującego podziały na „swoich” i „obcych” dowodzi, że tego typu narracja historyczna opiera się w głównej mierze na emocjach, a nie krytycznej analizie wspomnień. Wpływa to na przekaz historyczny ograniczając w znacznej mierze katalog wydarzeń i osób, które zasługują na pamięć i upamiętnienie. Historia staje się w ten sposób narzędziem służącym wzmocnieniu, czy wręcz budowaniu nowej ukraińskiej tożsamości narodowej.

Elżbieta Maj w artykule pt. *Rola mediów w procesowej instytucji skarg i wniosków jako formie kontroli społecznej* podejmuje istotną kwestię roli kontrolnej, jaką media odgrywają we współczesnym społeczeństwie. Zwraca uwagę na to, że polski ustrój systemu medialnego ukształtował się w głównej mierze pod wpływem przemian politycznych, jakie zaszły po 1989 roku oraz

otwarcia na recepcję prawa międzynarodowego i wejścia do Unii Europejskiej. Zmiany te wiązały się ze zniesieniem cenzury, koncesjonowania prasy, zakończeniem monopolu państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji oraz gwarantowaniem dostępu do informacji. W demokratycznym systemie media stają się jednym z elementów systemu kontroli i krytyki społecznej.

Monika Żak podejmuje próbę określenia roli, jaką odgrywają w Polsce media w kształtowaniu wizerunku Policji. Artykuł opiera się na analizie informacji telewizyjnych oraz umieszczonych na stronach internetowych. Uzupełniają ją wyniki najnowszych badań opinii społecznej. Zdaniem Autorki media pełnią kilka istotnych funkcji w kształtowaniu tego wizerunku. Z jednej strony, tłumaczą procedury i przepisy, które wyznaczają zakres postępowania policjantów w trakcie wykonywania obowiązków służbowych. Z drugiej, prezentują własną interpretację wydarzeń z udziałem Policji, wskazując przy okazji, jak ich zdaniem powinna ona działać. Pełnią zarazem funkcję swoistego filtra, bo to dziennikarze decydują o tym, które informacje trafią do odbiorców i w jakim kontekście zostaną one pokazane. Tym samym w znacznej mierze wpływają na postawy odbiorców wobec Policji.

Piotr Pieńkowski podejmuje problematykę aktywności turystycznej w kontekście wzrastającego w ostatnich latach zagrożenia terrorystycznego. Autora interesują związki zachodzące między turystyką i terroryzmem w kontekście przekazów medialnych. Na podstawie wyników badań dochodzi do wniosku, że media i komunikacja medialna stanowią istotny element wpływający na oba zjawiska. Jego zdaniem w dzisiejszym świecie istotną rolą mediów staje się rzetelne informowanie o zagrożeniach oraz promocja bezpiecznych zachowań.

Monika Strupiechowska w artykule pt. *Media jako katalizator społecznych lęków. Przypadek paniki moralnej* analizuje dyskurs medialny dotyczący kryzysu uchodźczego w Europie na początku XXI wieku w zakresie struktur argumentacji i narracji stron zaangażowanych w dyskusję toczącą się w mediach. Wskazuje, iż panika moralna będąca wynikiem wzmożonego zainteresowania mediów problematyką kryzysu migracyjnego jest nieproporcjonalna do faktycznego zagrożenia będącego jego wynikiem.

Część drugą zatytułowaną ***Społeczny świat mediów*** otwiera artykuł Anny Hołdy-Wydrzyńskiej pt. *Dostępność audiowizualnych usług medialnych dla osób z dysfunkcją narządu wzroku oraz słuchu*. Autorka podejmuje próbę przybliżenia problematyki wykluczenia osób z dysfunkcjami narządu wzroku i słuchu spowodowanego utrudnionym dostępem lub brakiem dostępu do audiowizualnych usług medialnych. Przedstawia również podejmowane w ramach Unii Europejskiej próby niwelowania przepaści informacyjnej, w tym wprowadzane regulacje prawne, które mają za zadanie zachęcać dostawców świadczących usługi medialne do dostosowywania ich oferty do potrzeb osób z dysfunkcjami wzroku czy słuchu.

Olga Dąbrowska-Cendrowska w artykule pt. *The Internet Services for Women -an Attempt to Diagnose the Market* analizuje serwisy internetowe dla kobiet w Polsce. Zwraca uwagę na to, iż powielają one treści pojawiające się w prasie kobiecej. Artykuł ma na celu diagnozę rynku kobiecych serwisów internetowych, przedstawienie zmian ilościowych i jakościowych, jakie zachodzą w tym segmencie rynku oraz analizę prób koncentracji własności w rękach największych wydawców na rynku medialnym, takich jak Ringer Axel Springer, Grupa Wirtualne Media, Bauer Media czy Agora S.A.

Z kolei Anna Stwora podejmuje problematykę reklamy w mediach społecznościowych, a konkretnie interesuje ją jej wpływ na współczesne wzorce komunikacyjne. Prezentuje socjolingwistyczny i socjokulturowy opis reklamy, ze szczególnym uwzględnieniem reklamy, która pojawia się na Facebooku. Jest ona, zdaniem Autorki, przykładem typowego multimodalnego i wizualnego zwrotu, jaki zachodzi w komunikacji pod wpływem nowych mediów.

Artykuł Anny Tereszkievicz pt. *Handling Positive Evaluation in Customer Encounters on Twitter* poświęcony jest strategiom stosowanym przez firmy w odpowiedzi na akty pozytywnego wartościowania produktów wyrażane przez konsumentów na wybranych profilach marek na Twitterze. Autorka zwraca uwagę na różnorodność strategii odpowiedzi stosowanych przez firmy. W większości przypadków mogą one być analizowane jako przejaw działań marketingowych mających na celu promocję produktu, wzmocnienie pozycji marki, tworzenie społeczności, która będzie z nią trwale związana, a także jako forma wzmacniania pozytywnych relacji z konsumentami, która będzie w przyszłości wpływała na pozytywne postrzeganie zarówno samej firmy, jak i jej produktów.

Ostatni w tej części artykuł autorstwa Pauliny Żmijowskiej zatytułowany *Playing with Information. Digital Society and Communication*, stanowi próbę refleksji nad zagadnieniami przekazywania i odbierania informacji we współczesnym świecie. Szczególnie istotne staje się w tym kontekście miejsce, jakie zajmuje obecnie odbiorca, który przestaje być tylko i wyłącznie jednostką przyjmującą napływające do niej informacje, a staje się również ich źródłem, tworzącym je i przesyłającym innym jednostkom. Autorka zwraca uwagę na skutki tej zmiany, podkreślając, że w dobie konwergencji mediów powodującej integrację wielu różnych narzędzi gwałtownie zwiększa się ilość napływających do nas informacji. Problemem staje się nie tylko ich ilość, ale jakość i wiarygodność. Istotne jest również selekcjonowanie treści. Autorka zadaje pytanie, czy jest ono jeszcze w ogóle możliwe.

Numer ósmy zamyka sprawozdanie z Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Język w kontekście kultury II” autorstwa Marzeny Formy.

Bibliografia

- D'Ancona M., *Postprawda*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2017.
- Kluszczyński R., *Spółczesność informacyjna. Cyberkultura. Sztuka multimediów*, Wydawnictwo Rabid, Kraków 2001.
- Kundera M., *Powolność*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1997.
- Poulet B., *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2011.
- Rosenberg D., *Early Modern Information Overload*, [w:] *Journal of the History of Ideas* Vol. 64, Nr. 1(2003).
- Shirky C., *Cognitive Surplus. How Technology Makes Consumers into Collaborators*, Penguin Books, London 2011.
- Turkle S., *Alone Together. Why We Expect More From Technology and Less from Each Other*, Basic Books, New York 2011.

Źródła internetowe

- Hatalska N., *TrendBook 2017. Porzeczywistość*, <http://hatalska.com/wp-content/uploads/2017/03/trendbook2017.pdf> (1.03.2018).
- Hatalska N., *TrendBook2013*, <http://hatalska.com/wp-content/uploads/2013/04/trendbook2013.pdf> (1.02.2018).
- Kłamstwo, prawda, post-prawda. Ralph Keyes w rozmowie z Łukaszem Pawłowskim*, [w:] „Kultura liberalna”, nr 412 z 29 listopada 2016, <http://kulturaliberalna.pl/2016/11/29/keyes-post-prawda-wywiad/>(1.08.2017).