

Drodzy Czytelnicy!

Oddajemy w Państwa ręce szósty numer czasopisma „Media Biznes Kultura”, w którym tym razem znalazły się artykuły podejmujące problematykę przeobrażeń i nowych tendencji na rynku medialnym. W dziale „Media” zostały zaprezentowane analizy dotyczące programów informacyjnych w kontekście misji i etyczności działań nadawców publicznych, tendencji oraz przeobrażeń współczesnej prasy i ograniczeń kapitałowych obserwowanych na rynku mediów. Dział „Między kulturą, komunikacją i literaturą” zawiera natomiast omówienie zmian obserwowanych w przestrzeni komunikacji, ukazując ewolucyjność zjawiska oraz jego zmieniającą się specyfikę. Przeobrażenia, jakim ulega rynek mediów, są wyraźnie widoczne również w dziale „Varia”, ukazującym zmiany technologiczne, jakim podlega komunikacja w reklamie oraz jak coraz szybszy przepływ informacji wpływa na sposób gospodarowania i życie człowieka.

Na łamach tego numeru przenikają się różne spojrzenia na media i etyczny wymiar ich funkcjonowania w przestrzeni społecznej. Tym razem są to studia prezentowane przez przedstawicieli Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Uniwersytetu Gdańskiego oraz Wschodnioeuropejskiego Uniwersytetu Narodowego im. Łesi Ukrainki w Łucku.

W czasopiśmie tradycyjnie już przedstawiamy aktualne wydarzenia, zapraszając do zapoznania się relacjami ze spotkania z profesorem Stefano Zamagnim oraz gali Ogólnopolskiego Konkursu na Najlepszą Pracę z Wiedzy o Mediach Medi@stery.

*Anna Ryłko-Kurpiewska
Małgorzata Łosiewicz*

Dear Readers,

we present to you the sixth issue of “Media Business Culture” magazine, which this time includes articles dealing with the issues of transformations and new trends in the media market. The “Media” section presents analysis of information programs in the context of mission and ethics of public broadcasters’ activities, trends and transformations of the contemporary press and capital restrictions observed on the media market. The section “Between culture, communication and literature” contains a discussion of changes observed in the communication space, showing the evolution of the phenomenon and its changing specificity. The transformations that the media market is undergoing are clearly visible also in the “Varia” section showing the technological changes that communication in advertising is subject to, and how the faster information flow affects the way of management and human life.

Various aspects of the media and the ethical dimension of their functioning in the social space intersect in this issue. This time, these are studies presented by the representatives of the Pontifical University of John Paul II in Krakow, Jagiellonian University, Warsaw University, Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw, Jan Kochanowski University in Kielce, University of Gdańsk and Lesia the Ukrainian Eastern European National University.

In the magazine, we traditionally present current events, inviting you to read the accounts of the meeting with professor Stefano Zamagni and the Medi@stery gala of the National Competition for the Best Work of Media Knowledge.

*Anna Ryłko-Kurpiewska
Małgorzata Łosiewicz*