

## **Drodzy Czytelnicy!**

W ósmym numerze czasopisma „Media Biznes Kultura” przedstawiamy artykuły poświęcone problemom wizerunkowym, specyfice skuteczności wypowiedzi prezentowanych w mediach, stosowności i etyce komunikacji oraz szeroko rozumianych uwarunkowań funkcjonowania przekazów medialnych. W pierwszej części numeru prezentujemy teksty, których Autorzy wskazują wyzwania związane z odpowiedzialnością nadawców oraz ukazują zmiany zachodzące w sposobie kształtowania i odbioru współczesnych mediów. W tym kontekście są podejmowane również problemy celowości i efektywności procesu komunikacji zestawione z analizą kompetencji komunikacyjnych współczesnych odbiorców. W części drugiej poświęconej relacjom między polityką, życiem publicznym i mediami zostały zamieszczone artykuły podejmujące ważne kwestie związane ze społeczną misją i funkcją mediów oraz ich oddziaływaniem na społeczeństwo. W ostatniej, trzeciej części numeru wskazano zagrożenia, z jakimi mierzą się dziś media i w jaki sposób o nich opowiadają. Wspólnym rysem artykułów jest uwzględnienie wielorakich uwarunkowań funkcjonowania przekazów w komunikacji publicznej. Podkreślana tu różnorodność jest efektem wyboru różnych perspektyw badawczych, jak i stanowisk prezentowanych przez Badaczy reprezentujących w tym numerze Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie, Uniwersytet Wrocławski, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach i Uniwersytet Gdański. Witając Autorów na naszych łamach i ceniąc ich wkład w rozwój nauk o komunikacji społecznej i mediach, zachęcamy do lektury wszystkich publikowanych w tym numerze tekstów.

*Anna Ryłko-Kurpiewska  
Małgorzata Łosiewicz*

## Dear Readers!

In the eighth issue of the magazine „Media Business Culture” we present articles devoted to image problems, the specifics of the effectiveness of statements presented in the media, the appropriateness and ethics of communication, as well as broadly understood conditions of the functioning of media messages. In the first part of the issue, we present texts whose authors indicate challenges related to the responsibility of broadcasters and show changes in the way modern media is shaped and received. In this context, problems of purposefulness and efficiency of the communication process are also taken up, combined with the analysis of communication competences of contemporary recipients. The second part, devoted to relations between politics, public life and the media, contains articles dealing with important issues related to the social mission and function of the media and their impact on society. The last, third part of the issue indicates the threats facing the media today and how they talk about them. The common feature of the articles is to take into account the multiple conditions for the functioning of messages in public transport. The diversity highlighted here is the result of choosing different research perspectives as well as positions presented by Researchers representing in this issue the University of Warsaw, Pontifical University of John Paul II in Kraków, University of Wrocław, Maria Curie-Skłodowska University in Lublin, Nicolaus Copernicus University in Toruń, Jan Kochanowski University in Kielce and the University of Gdansk. Welcoming the authors in our pages and appreciating their contribution to the development of social communication and media sciences, we encourage you to read all the texts published in this issue.

*Anna Ryłko-Kurpiewska  
Małgorzata Łosiewicz*