



WPROWADZENIE. HUMANISTYCZNE I NIEHUMANISTYCZNE SIŁY MEDIALNE

Zarządzanie mediami ma interdyscyplinarny charakter. Wielość obszarów badawczych uprawnia do prowadzenia analiz z zakresu ekonomii, socjologii, nauk o komunikacji i mediach, a coraz częściej, z uwagi na dokonujące się przeobrażenia w sferze technologii cyfrowej (które mają ogromny wpływ na nasze codzienne życie), także nauk technicznych. Nie ulega wątpliwości, że poza instytucjonalnym, a czasami instrumentalnym traktowaniem organizacji medialnych w coraz większej liczbie publikacji podkreślane są aspiracje do statusu nauki holistycznej. Oprogramowania komputerowe, sposób ich wykorzystywania, tworzenie i modyfikowanie struktur organizacyjnych, wyznaczanie granic są wytworem ludzkiej aktywności. To człowiek jest uznawany za *modus operandi* różnych zdarzeń, zjawisk i procesów. Intrygujący tytuł numeru 2 obrazuje treść publikowanych artykułów naukowych, których zawartość można podzielić na dwa obszary: aktywności człowieka w świecie cyfrowym oraz wpływu nowych technologii na zarządzanie informacją w sieci.

W powszechnej opinii media postrzegane są przez pryzmat przekazywanych informacji. Interoperacyjność, jako podstawowa cecha internetu, umożliwia m.in. tworzenie wirtualnych przestrzeni i zarządzania fandomami. Jak wynika z publikacji *Koszmar menedżera? Wstępne uwagi dotyczące możliwości zarządzania fandomami* autorstwa Olgi Kosińskiej, w polskich czasopismach zarejestrowanych na liście MEiN (aktualnie Ministerstwa Nauki) tematyka powyższa – relatywnie do literatury obcojęzycznej – jest mało opisana. W konkluzji wskazano na potrzebę kompleksowego opracowania zagadnienia.

Interdyscyplinarny charakter badań dotyczących funkcjonowania mediów, aktorów rynku medialnego wymaga od badaczy zastanowienia nad operacjonalizacją badań. Bogusław Nierenberg i Dušan Bogdanov, autorzy artykułu pt. „*Sternicy mediów*”, wskazują na złożoność procesu badawczego. Wielość czynników determinujących realizację przyjętych założeń, konsekwencja w dążeniu do celu czynią lekturę interesującą, tym bardziej że autorzy poparli swój raport osobistymi doświadczeniami.

Koronawirus ukazał, że nowe technologie stały się skutecznym narzędziem służącym m.in. przeciwdziałaniu sytuacjom kryzysowym. Okres pandemii 2020–2023 potwierdził zainteresowanie tym medium wśród użytkowników, ale i uwypuklił problemy społeczności sieci związane z lockdownem. Łukasz Kasprowski w treści artykułu zatytułowanego *Wpływ narzędzi cyfrowych na zarządzanie dobrostanem użytkowników na przykładzie aplikacji Kwarantanna Domowa*, opierając się na przeprowadzonych analizach teoretycznych i badaniach naukowych, omawia aspekty dotyczące jakości dobrostanu użytkowników na wybranej grupie badawczej oraz równowagę w ich poziomie immersji. Autor wskazuje, iż media cyfrowe w dobie pandemii stały się narzędziem w realizacji polityki koherencyjnej, a sama ww. aplikacja w znaczny sposób wpływa na jej odbiorców z perspektywy psychospołecznej. Komunikaty, porady zamieszczane na specjalnie przygotowanych aplikacjach, jak wynika również z tego przypadku, dawały jednostkom sposobność do uzyskania odpowiedzi i budowały poczucie bezpieczeństwa oraz oddziaływały na jakość dobrostanu poddanych kwarantannie lub izolacji.

Idee, postaci oraz postawy promowane w mediach wywierają wpływ na człowieka oraz zbiorową świadomość, kształtują obraz jednostki w sposób kompleksowy lub fragmentaryczny. W dobie laboratorium medialnego kreowania wizerunku człowieka za interesujący uznać należy artykuł Adriana Musiała pt. *Gabriel Narutowicz w dyskursie medialnym współczesnej Polski. Analiza polaryzacji prasowej i postaci pierwszego prezydenta RP w setną rocznicę jego śmierci*. Stosując krytyczną analizę dyskursu medialnego na łamach współczesnej prasy, autor omawia czynniki determinujące okoliczności śmierci i sposób jej obrazowania w prasie na podstawie publikacji zamieszczonych w dziennikach i tygodnikach. We wnioskach podkreślono, że indyferentność podejść w dyskursie społecznym i narracji na przestrzeni lat ulegała zmianie, zaś współczesne obrazowanie jest konsekwencją polaryzacji rynku prasy.

W polityce medialnej jednym z istotnych elementów jest odpowiedni dobór kanałów komunikacyjnych, umożliwiający uzyskanie jak najszerszego grona odbiorców. Twitter, jako globalna i nieodpłatna platforma, daje sposobność nie tylko do opublikowania istotnych kwestii, lecz także do zapoznania się z reakcjami ich odbiorców. Publikacja autorstwa Bogny Halskiej-Pionki i Joanny Kot pt. *Educational policy in times of war 2022: A case study of the Twitter of the Ministry of Education and Science in Poland* omawia ważkie zagadnienie dotyczące stosunku użytkowników platformy do realizowanej polityki edukacyjnej w Polsce w okresie pierwszych sześciu miesięcy wojny rosyjsko-ukraińskiej. Wypowiedzi internautów poddano analizie w programie MAXQDA zgodnie z przygotowanym kluczem kodowym. Na podstawie uzyskanych wyników badań zaprezentowano interesujące wnioski.

Barbara Cyrek w publikacji pt. *Potentials and pitfalls of using ChatGPT in journalism* potwierdza, że sztuczna inteligencja przekształca wiele branż i automatyzuje niektóre zadania. Autorka opisała rolę ChatGPT w dziennikarstwie z dwóch perspektyw: akademickiej i dziennikarskiej. Na podstawie danych zgromadzonych

w Web of Science i Scopus, jak również wypowiedzi dziennikarzy wykazała pozytywne i negatywne następstwa wynikające z zastosowania wskazanego wyżej oprogramowania. Interesujące wnioski wpisują się w dyskurs o przyszłości dziennikarstwa, warsztatu dziennikarza czy zarządzania mediami.

Marzena Barańska