

Od Redaktorów

Szanowni Czytelnicy,

przedstawiamy piąty numer czasopisma „Nowe Media”. W periodyku znajdują Państwo artykuły medioznawców, politologów i polonistów na temat nowych technologii komunikacyjnych. Świadczy to o szerokim zainteresowaniu badaczy przedmiotową tematyką, jak i o interdyscyplinarnym podejściu do jej badania.

Pragniemy poinformować, iż w trosce o potrzeby tak szerokiego grona badaczy postanowiliśmy zmienić strukturę pisma. Zrezygnowaliśmy z poświęcania całego numeru na jedno zagadnienie na rzecz artykułów podzielonych tematycznie. Proponujemy Państwu zapoznanie się z działami: polityka, społeczeństwo i kultura. Ponadto w każdym numerze pojawią się recenzje i varia. Mamy nadzieję, że taka struktura będzie przejrzysta i pozwoli zaspokoić różne gusta.

W niniejszym numerze zamieściliśmy artykuły nawiązujące do konieczności zmiany narzędzi prezentowania polityki historycznej w dobie Internetu. Interesujące wydają się też rozważania na temat zmian, które wprowadza Unia Europejska w odpowiedzi na zagrożenia płynące z dotąd nieuregulowanych prawnie form komunikowania, jakim są usługi medialne na żądanie (VOD). Obecnie przedmiotem licznych rozważań są social media i ich wpływ na działania komunikacyjne, m.in. firm promujących swoje marki. O tym, że nie jest to zadanie łatwe, traktuje artykuł na temat zarządzania sytuacją kryzysową w mediach społecznościowych. O nowym narzędziu w promowaniu marek można także przeczytać w artykule na temat form współpracy biznesowej z autorami blogów kulinarnych.

W numerze prezentujemy również artykuł na temat emersji, czyli szeregu zjawisk, które ujawniają zapośredniczony charakter rozgrywki, przez co zmniejszają wrażenie zanurzenia w świecie gry. Jego kontynuację stanowi praca dotycząca najważniejszych strategii estetycznych, podejmowanych przez projektantów graficznych interfejsów użytkownika w grach wideo.

Kolejne artykuły dotyczą analizy wpływu nowych mediów na literaturę i teatr.

Zachęcamy również do zapoznania się z recenzjami książek, które wzbudzają zainteresowanie młodych badaczy, oraz ze sprawozdaniami z konferencji naukowych dotyczących badania mediów masowych. Na koniec warto wspomnieć o rozmowie przeprowadzonej z jednym z kandydatów do Parlamentu Europejskiego na temat wykorzystania mediów społecznościowych w kampanii wyborczej.

Mamy nadzieję, że wielość naukowych paradygmatów i empirycznych analiz zaprezentowanych na łamach pisma zachęci Państwa do pogłębionej dyskusji na temat procesów i zjawisk, które wzbudzają zainteresowanie teoretyków, analityków i zwykłych użytkowników. Nie bez przyczyny, w niniejszym numerze wiele artykułów poświęconych jest mediom społecznościowym, które wykorzystywane są jako kanały komunikowania między jednostkami, ale też między firmami i instytucjami publicznymi a ich otoczeniem.

Życzymy Państwu przyjemnej lektury i zachęcamy do nadsyłania artykułów do publikacji.