

Maciej CELIŃSKI

ORCID: 0000-0001-8412-207X

Politechnika Lubelska

Paweł JUSZCZYŃSKI

ORCID: 0009-0000-2687-2526

Politechnika Lubelska

Anna NIEWĘGŁOWSKA

ORCID: 0009-0009-7491-8248

Politechnika Białostocka

Nowoczesne media szansą komunikacji międzykulturowej

Abstract: Modern media as a chance for intercultural communication

Modern media are revolutionizing cultural communication, connecting people and cultures through technological progress. This paper presents their impact on society, and the challenges and opportunities they bring in the era of digitization. It focuses on the importance of the media for education, and cultural integration, emphasizing the need to adapt to the ever-changing world of communication. Attention is also drawn to the necessity of media literacy and adaptation to meet the dynamic changes in intercultural communication and harnessing the potential of media in building global understanding.

Keywords: modern media, communication, culture, education

Słowa kluczowe: nowoczesne media, komunikacja, kultura, edukacja

Wstęp

W dobie rosnącej globalizacji nowoczesne media stają się kluczowym elementem kształtowania komunikacji kulturowej. W niniejszej pracy rozważamy wpływ mediów cyfrowych, wymianę kulturową i interakcje międzyludzkie. Od tradycyjnych form komunikacji, przez rewolucję cyfrową, aż po najnowsze technologie AI, podróżujemy przez ewolucję mediów, zastanawiając się, jak przekształciły one nasze społeczeństwo i kulturę.

By zrozumieć rolę nowoczesnych mediów w komunikacji kulturowej, kluczowe jest zdefiniowanie, czym są media i jak ewoluowały przez lata. Zgodnie z definicją M. Niecia, wybitnego badacza mediów masowych i interpersonalnych, media to „wszystkie środki umożliwiające i pośredniczące proces komunikacji” (2010, s. 29). Oznacza to, że każdy przedmiot zdolny do rejestrowania wypowiedzi i/lub przesyłania informacji może służyć jako medium. To obejmuje zarówno przedmioty codziennego użytku, jak koszulka czy słup ogłoszeniowy, jak i zaawansowane technologie, takie jak telefony (media interpersonalne). Instytucje takie, jak radio, telewizja czy internet, również mieszczą się w tej definicji. Taki pogląd zgadza się z paradygmatem marketingowym, który nie opiera klasyfikacji mediów wyłącznie na dziennikarstwie.

Media można klasyfikować na podstawie ich rodzaju:

- media interpersonalne obejmują bezpośrednie interakcje między osobami, np. rozmowy twarzą w twarz czy telefoniczne;
- media masowe to platformy o dużym zasięgu, jak telewizja, radio czy prasa, docierające do szerokiej publiczności;
- media reklamowe — to narzędzia używane do promocji produktów, usług czy idei.

Przez lata media ewoluowały, adaptując się do zmieniających się technologii i form komunikacji. Nowe media, powstałe dzięki postępowi technologicznemu, wprowadzają innowacyjne sposoby interakcji i wymiany informacji, przekształcając krajobraz komunikacyjny. Rozumienie i analizowanie tych zmian stało się przedmiotem badań naukowych.

Aby analizować nowe media, ważne jest wyznaczenie granicy między nimi a tradycyjnymi formami komunikacji. Za L. Manovichem, różnica ta tkwi nie tylko w technologii, ale również w metodach dystrybucji i prezentacji. Nowe media wykorzystują komputery częściej w tych etapach niż w produkcji (Kownik, 2016, s. 24). Jednakże pomijanie roli komputera w kreowaniu treści w nowoczesnych mediach jest przestarzałe.

Wyzwania w definiowaniu nowych mediów obejmują:

- brak jednoznacznej taksonomii;
- trudność w rozdzieleniu powiązanych ze sobą kontekstów;
- szybkie starzenie się używanych technologii.

T. Goban-Klas w swojej analizie historycznej mediów opisuje komunikację medialną jako rozszerzenie ludzkich zdolności. Środki komunikacji obejmują naturalne formy, takie jak mowa czy gesty, oraz sztuczne, jak kod Morse’a, pismo, obrazy, dźwięk i łączność (Goban-Klas, 2001).

Nowoczesne media, będące częścią cyberprzestrzeni, charakteryzują się autentycznością produkcji, dostępnością bezpłatnej treści, zacieraniem granic między producentem a konsumentem, różnorodnością funkcji i synergią mię-

dzy serwisami. Obejmują one blogi, Facebook, YouTube i inne platformy. Jednakże generalizowanie nowoczesnych mediów może prowadzić do nieprecyzyjnej identyfikacji, zwłaszcza w kontekście klasyfikowania nowych aplikacji internetowych. Skuteczna kategoryzacja nowych mediów wymaga skupienia na ich fundamentalnych cechach (Levinson, 2010, s. 11–14).

Rola nowoczesnych mediów w komunikacji kulturowej

Ewolucja terminu „komunikacja” ujawnia subtelne balansowanie między dwiema fundamentalnymi ideami. Słowo *communicare*, pochodzące z łaciny, długo kojarzone było z uczestnictwem i łączeniem na różnych poziomach, zarówno duchowym, jak i fizycznym. Ta koncepcja łączenia ewoluowała w kierunku przekazywania komunikatów oraz metod komunikacji, które rozwijały się wraz z postępowaniem technologii i stosowaniem mechanizmów relacji międzyludzkich oraz zbiorowych (Maigret, 2013, s. 34). L. Dyczewski w swoich badaniach naukowo-dydaktycznych na temat komunikowania społecznego zauważa, że wraz z procesem mediatyzacji społeczeństw komunikowanie medialne jest rozpatrywane w modelu funkcjonalnym, jako siła integrująca i utrzymująca ciągłość porządku społecznego, a także jako nośnik istotnych aspektów kulturowych związanych z działalnością medialną, praktykami użytkowników i wpływem mediów (Dyczewski, 2011, s. 51).

Jak podkreśla T. Goban-Klas, kluczowym elementem kultury jest proces komunikowania. Według niego nie chodzi tylko o przekazywanie konkretnej treści, ale o rytuał łączący uczestników we wspólnym przeżyciu, który odbywa się przez dziedziczenie i przekazywanie wartości oraz wzorców kulturowych (Goban-Klas, 1999, s. 131). Wzorce te podlegają etycznej ocenie, zarówno w odniesieniu do działalności nadawców, jak i sposobu, w jaki media są wykorzystywane przez odbiorców. Zdaniem Z. Kobylińskiego rzetelna ocena moralna funkcjonowania i wpływu mediów stanowi nadal wyzwanie. Ważne jest, by media były oceniane pod kątem zagadnień takich, jak manipulacja, dezinformacja odbiorców, pornografia, przemoc, a także promowanie płychności i moralnego upadku (Kobyliński, 2002, s. 11–12).

Media stanowią nieodłączny element systemu społecznego i państwowego, pełniąc rolę porównywalną do krwiobiegu, który przekazuje obywatelom nie tylko informacje, ale także idee, wartości oraz doświadczenia, wpływając znacząco na kształtowanie ich świadomości. J. Szulich-Kałuża podkreśla, że media jako integralna część struktury społecznej nie tylko pełnią funkcję informacyjną, ale także odpowiadają za treść i formę kultury obecnej i przyszłej. Misją mediów jest nie tylko rozpowszechnianie treści, ale także pomoc społeczeństwu w lepszym zrozumieniu siebie i otaczającego świata, co przyczynia się do two-

rzenia bardziej zaawansowanego, estetycznego i bezpiecznego kontekstu społecznego.

Istotnym aspektem jest to, aby korzystanie z mediów wiązało się z wieloaspektowym rozwojem jednostki oraz z odpowiedzialnością etyczną. Zasada klarowności mówi, że należy unikać tego, co w mediach nie sprzyja rozwojowi jednostki. L. Dyczewski podkreśla konieczność rozwijania tzw. kompetencji semiotycznej, czyli dbałości o to, aby słowa, obrazy, muzyka oraz wszelkie kody symboliczne używane w przekazach medialnych były zarówno komunikatywne, jak i zrozumiałe dla nadawców oraz odbiorców (Dyczewski, 2005, s. 341).

Zalety i wyzwania nowoczesnych mediów w kontekście kultury

We współczesnym dynamicznym środowisku społecznym rozwój nowoczesnych mediów odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu i przekształcaniu kultury. Postęp w technologiach cyfrowych i pojawienie się platform internetowych oraz społecznościowych otwierają nowe horyzonty w komunikacji. Jednak wraz z ekspansją mediów nadchodzą zarówno korzyści, jak i wyzwania, które wymagają szczegółowego rozpatrzenia.

W kontekście medialnej komunikacji informacyjnej niezbędne jest dokładne oddzielenie faktów od komentarzy, co oznacza wyraźną separację treści informacyjnej od subiektywnych opinii (Szewczuk (red.), 1998, s. 126). Idealny komunikat informacyjny przekazuje tylko sprawdzone fakty, pozostawiając odbiorcom swobodę interpretacji i kształtowania własnych opinii (Ogonowska, 2013). Dezinformacja, zdefiniowana jako „wprowadzenie w błąd poprzez myłace lub fałszywe informacje” (*Słownik języka polskiego PWN*, 2024), może przybierać różne formy — od fałszowania stron internetowych po manipulowanie treściami edukacyjnymi, jak w przypadku Wikipedii. Jak zauważa D. Jemielniak, błędy na takich platformach mogą prowadzić do aktów wandalizmu i złośliwych przekłamań (2013, s. 20).

Jednakże dostrzec można również pozytywne aspekty wpływu nowoczesnych mediów na kulturę. Odgrywają one kluczową rolę w tworzeniu globalnej wspólnoty kulturowej, ułatwiając dzielenie się tradycjami, sztuką i różnorodnymi treściami. Dzięki współczesnym platformom mamy dostęp do bogactwa informacji, co sprzyja lepszemu zrozumieniu i akceptacji różnic międzykulturowych. Ponadto nowoczesne media oferują niezwykle możliwości współpracy i poszerzania kompetencji oraz doświadczeń. H. Jenkins zauważa, że zamiast tradycyjnego podziału na producentów i konsumentów mediów możemy obecnie postrzegać uczestników jako aktywnie wchodzących ze sobą w interakcje w ramach nowego zestawu reguł, których jeszcze w pełni nie rozumiemy (Jenkins, 2007, s. 9).

Wpływ mediów cyfrowych na tożsamość kulturową

Współczesne media cyfrowe stanowią złożone narzędzie kształtowania tożsamości kulturowej, operując na wielu poziomach społecznych i indywidualnych. K. Stasiuk-Krajewska w przeprowadzonych badaniach dokonała analizy tożsamości w kontekście mediów cyfrowych, identyfikując dwa kluczowe aspekty: formowanie zmediatyzowanej tożsamości na poziomie indywidualnym oraz ogólny wpływ nowych mediów na zasady formowania i przemiany tożsamości na poziomie społecznym (Stasiuk-Krajewska, 2012, s. 13).

Zmediatyzowana tożsamość kreowana w świecie cyfrowym jest często odzwierciedleniem ludzkich aspiracji, idei, a czasem ukrytych pragnień. Sieci społecznościowe, blogi, fora internetowe to tylko niektóre z narzędzi, które umożliwiają ludziom wyrażanie siebie w sposób, który może być nieosiągalny w życiu codziennym. To pozwala na eksplorację różnych aspektów własnej osobowości w bezpiecznym, często anonimowym środowisku.

Nowe media nie tylko oferują platformy do ekspresji, ale także wpływają na sposób, w jaki postrzegamy własną tożsamość i tożsamość innych. Wirtualna rzeczywistość, gry online, aplikacje mobilne — wszystkie te technologie prowadzą do tworzenia nowych form tożsamości i społeczności, które mogą być zarówno odłączone od rzeczywistości, jak i ściśle z nią powiązane. D. de Kerckhove podkreśla, jak technologia wpływa na ludzką percepcję ciała i tożsamości, stawiając pytanie o determinizm technologiczny i jego konsekwencje (za: Stasiuk-Krajewska, 2012).

„Paradoks Internetu: samotność i depresja versus przyjaźń i szczęście” (Slevin, 2008, s. 167) — to hasło ilustruje dwuznaczność wpływu mediów cyfrowych na naszą psychikę. Z jednej strony, internet może prowadzić do izolacji, fragmentaryzacji tożsamości i niestabilności emocjonalnej. Z drugiej strony, media cyfrowe oferują możliwości nawiązywania nowych znajomości, wymiany doświadczeń i zdobywania wiedzy, co może przyczyniać się do pozytywnego rozwoju osobistego i społecznego.

Kultura konsumpcyjna w mediach cyfrowych odgrywa znaczącą rolę w kształtowaniu tożsamości. W świecie, gdzie każde kliknięcie to wybór, a każda interakcja to potencjalna transakcja, indywidualne preferencje i wybory konsumenckie stają się centralnym elementem tożsamości. Konsumpcja w mediach cyfrowych przejawia się nie tylko w kupowaniu produktów, ale także w selekcji treści, co wpływa na to, jak człowiek kieruje swoją wirtualną tożsamość i jak jest postrzegany przez innych.

Szczególnie interesującym aspektem jest wpływ mediów cyfrowych na tożsamość młodych ludzi. Dla pokolenia, które dorasta w świecie zdominowanym przez technologię, media cyfrowe stanowią nieodłączny element codzienności. Młodzi ludzie posługują się mediami cyfrowymi nie tylko do komunikacji

i rozrywki, ale także do eksplorowania swojej tożsamości, wyrażania opinii i uczestniczenia w kulturze. Jednakże ten intensywny kontakt z mediami cyfrowymi może prowadzić do problemów, takich jak nadmierna ekspozycja na wpływy zewnętrzne, trudności w odróżnieniu rzeczywistości od wirtualnej kreacji czy kłopoty z wypracowaniem stabilnego poczucia własnej tożsamości.

Nowoczesne media jako narzędzia edukacyjne i integracyjne

Znaczenie edukacji w procesie kształtowania młodych umysłów jest nieocenione, co trafnie podkreśla M. Głazewski (2018, s. 148), wskazując na rolę edukacji w prowadzeniu i rozwijaniu uczniów ku głębszemu zrozumieniu świata oraz rozwijaniu ich umiejętności i wiedzy. Nowoczesne media, obejmujące internet, telewizję i media społecznościowe, odgrywają kluczową rolę w realizacji tego celu. Ich rosnące wykorzystanie w edukacji międzykulturowej otwiera drzwi do bardziej efektywnego i interaktywnego nauczania, podnosząc świadomość międzykulturową uczestników procesu edukacyjnego. Globalny dostęp do treści edukacyjnych przez platformy online umożliwia uczniom eksplorowanie i zrozumienie rozmaitych kultur i perspektyw.

Pandemia COVID-19 znacząco przyspieszyła wykorzystanie mediów w edukacji, kiedy to ograniczenia w funkcjonowaniu systemu oświaty (Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej, 2020) spowodowały przejście na nauczanie zdalne. W Polsce długotrwałe stosowanie nauczania zdalnego było wyzwaniem dla uczniów, rodzin i nauczycieli (Pyżalski i Walter, 2021, s. 3). Ten okres był momentem zdobywania nowych umiejętności i rozwijania relacji społecznych mimo początkowych trudności. Media społecznościowe, takie jak Facebook, stały się popularnymi narzędziami w procesie edukacyjnym. Na przykładzie opisanym przez M. Klimowicz (2020, s. 26), nauczyciel akademicki używał Facebooka do komunikacji z grupami studentów, tworząc przestrzeń do wymiany materiałów i dyskusji.

Poza pandemią media, a szczególnie YouTube, znalazły zastosowanie jako wsparcie procesu edukacyjnego. Analiza wykorzystania tej platformy w edukacji uwydatnia jej różnorodne funkcje i potencjał. Cechy takie, jak interaktywność, różnorodność treści, bezpośredni kontakt z twórcami, deprofesjonalizacja treści, indywidualny dostęp i unikalny styl prezentacji treści, czynią YouTube atrakcyjnym narzędziem edukacyjnym. Badania P. Ciesiołki (2018, s. 109) koncentrują się na analizie kanałów takich, jak Polimaty, Mówiąc Inaczej i SciFun, zwracając uwagę na funkcje edukacyjne: konstruktywne wykorzystanie czasu wolnego, aspekty poznawcze, promowanie postaw, integrację społeczną oraz praktyczne i innowacyjne aspekty. Te aspekty mają znaczący wpływ na rozwój jednostek i poszerzają zasięg przekazywanych treści, co jest kluczowe w adapta-

cji procesów edukacyjnych do nowoczesnych form mediów, jak platforma YouTube.

Badania przeprowadzone przez J. M. Malouffa i A. J. Emmertona (2014, s. 39–40) dowodzą, że aktywny udział studentów w publikacji treści na platformie YouTube może korzystnie wpływać na ich umiejętność wystąpień publicznych, pewność siebie oraz pogłębianie wiedzy na temat prezentowanego materiału. To pokazuje, jak media cyfrowe mogą służyć nie tylko jako narzędzie dostarczające informacji, ale także jako platforma do rozwijania umiejętności i pewności siebie.

W kontekście mediów lokalnych obserwuje się pozytywny wpływ na społeczeństwo, zwłaszcza w obszarze kultury. Pomimo globalizacji i szybkiego przepływu informacji media lokalne mogą skutecznie promować i umacniać lokalne inicjatywy kulturalne, stanowiąc ważny element wzbogacający kulturę narodową. Mogą również rozbudzać dumę i wspierać kulturę na poziomie lokalnym, co jest szczególnie ważne w społecznościach o bogatych tradycjach (Roguska, 2008, s. 43–44).

Współczesne wykorzystanie mediów w celach edukacyjnych i kulturalnych pokazuje, że nowoczesne technologie mogą służyć nie tylko jako narzędzie dydaktyczne, ale także jako platforma integracyjna, wspierająca zarówno indywidualny rozwój, jak i postęp społeczny. W erze cyfrowej media odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu przyszłości edukacji i kultury, oferując dynamiczne i interaktywne środowiska, które stymulują zarówno naukę, jak i społeczną integrację.

Przyszłość komunikacji kulturowej w erze cyfryzacji

W obliczu ciągłego postępu technologicznego analiza przekształceń roli mediów, którą przedstawił L. Dyczewski, staje się coraz bardziej aktualna. W ostatnich dekadach dostrzega się znaczące zmiany w funkcji poznawczej mediów, które ustępują miejsca funkcji konatywnej (impresywnej). Współczesne media kładą nacisk na interaktywność i twórcze wykorzystanie, często kosztem głębokości treści komunikatów. Obserwuje się również zmniejszenie misyjnego charakteru mediów, zarówno komercyjnych, jak i publicznych, w państwach zorientowanych na wartości neoliberalne, gdzie media traktowane są raczej jako przedsiębiorstwa gospodarcze i narzędzia polityczne niż jako instytucje kształtujące kulturę (Szulich-Kałuża, 2018, s. 327).

W kontekście mediów cyfrowych, szczególnie istotne staje się dokładne rozróżnienie między społeczeństwem medialnym opartym jedynie na tradycyjnych mediach masowych a nowoczesnym społeczeństwem, w którym dominująca rolę odgrywa internet. Nowe media cyfrowe w przeciwieństwie do tradycyjnych

mediów masowych charakteryzują się personalizacją przekazów mimo ich ogromnej skali i zasięgu (Wieczerzycki, 2017, s. 70–71).

Równoległe z rozwojem nowoczesnych mediów rośnie znaczenie edukacji medialnej. L. Masterman (1989) podkreśla, że edukacja medialna może wzmocnić demokratyczne struktury społeczeństwa przez kwestionowanie obrazów medialnych, badanie struktur nadawców, a także poruszanie tematu praw człowieka w komunikacji. Taka edukacja jest niezbędna w kontekście prawidłowej recepcji i interpretacji informacji oraz zrozumienia złożonego ekosystemu medialnego. Współczesne media często współpracują z sektorem promocji i reklamy, wykorzystując algorytmizację i ideologizację do osiągania swoich celów. Dane o użytkownikach umożliwiają firmom analizę ich zachowań, a urzędnicy z dostępem do internetu służą monitorowaniu aktywności użytkowników, którzy stają się potencjalnymi klientami (Cymanow i in., 2023, s. 24).

Rozwój sztucznej inteligencji (AI) i mechanizmów z nią związanych otwiera nowe możliwości w komunikacji, choć wiąże się to również z wyzwaniem, takimi jak brak emocjonalnego elementu i empatii w AI, co ma znaczenie przy antycypowaniu reakcji odbiorców. Koncerny wykorzystujące AI do analizy nawyków użytkowników i ich wpływu na konsumpcję mogą naruszać prywatność i pogłębiać uzależnienie od produktów lub usług.

Rozwój komunikacji kulturowej odzwierciedla zmieniające się społeczne, technologiczne i kulturowe konteksty. Współczesne społeczeństwo stoi przed wyzwaniami, ale równocześnie oferuje liczne możliwości twórczej i współpracującej komunikacji między różnymi grupami społecznymi. W erze cyfryzacji przyszłość komunikacji kulturowej wydaje się dynamiczna i pełna potencjału. Wzrost roli technologii cyfrowych i globalnego dostępu do mediów kształtuje nowe paradygmaty komunikacji międzykulturowej, zwracając uwagę na znaczenie mediów społecznościowych jako platformy globalnej wymiany kulturowej oraz na innowacje w dziedzinie AI, które mogą rewolucjonizować sposób komunikacji między różnymi kulturami. Jednakże, zachowanie równowagi między globalizacją a ochroną lokalnych tożsamości kulturowych pozostaje kluczowe. Edukacja kulturowa jako fundament zrozumienia i szacunku w międzykulturowych interakcjach będzie odgrywać ważną rolę w kształtowaniu przyszłości komunikacji kulturowej, wymagając elastyczności, otwartości na różnorodność oraz ciągłego rozwoju nowoczesnych strategii komunikacyjnych. Takie podejście pozwoli na twórczą i harmonijną interakcję międzykulturową w świecie, który coraz bardziej zależy od połączeń cyfrowych i wzajemnego zrozumienia.

W związku z tym przyszłość komunikacji kulturowej w erze cyfryzacji rysuje się jako pole pełne wyzwań, ale także ogromnych możliwości. Znacząca rola mediów cyfrowych i technologii AI w połączeniu z globalnym dostępem do informacji zmienia sposób, w jaki ludzie z różnych kultur się komunikują i współpracują. To wymaga nowego podejścia do edukacji medialnej i kulturo-

wej, które powinno skupiać się na rozwoju umiejętności krytycznego myślenia, zrozumieniu wpływu technologii na komunikację oraz na promowaniu szacunku i zrozumienia w międzykulturowych interakcjach. Przyszłość wymaga gotowości do adaptacji i otwartości na ciągłe zmiany, które niosą ze sobą rozwój technologiczny i społeczny.

Podsumowanie

Nowoczesne media dzięki postępowi technologicznemu rewolucjonizują sposób, w jaki ludzie z różnych kultur i społeczności łączą się, komunikują i wymieniają informacje. Dynamiczne zmiany w komunikacji międzykulturowej wymuszają potrzebę adaptacji i edukacji medialnej w celu wykorzystania potencjału mediów do budowania globalnego zrozumienia.

W kontekście ewolucji mediów w pracy została przedstawiona ich różnorodność, obejmująca media interpersonalne, masowe i reklamowe oraz ich adaptację do zmieniających się technologii i form komunikacji. Kluczową rolę mediów w procesie komunikowania kulturowego jest nie tylko przekazywaniem treści, ale także rytuał łączący uczestników we wspólnym przeżyciu i przekazywaniu wartości kulturowych.

Korzyści wynikające z ekspansji mediów to przede wszystkim tworzenie globalnej wspólnoty kulturowej i wspieranie międzykulturowej współpracy, ale także odpowiedzi na wyzwania, w tym dezinformację i manipulację. Media cyfrowe mają istotny wpływ na kształtowanie tożsamości kulturowej, umożliwiając eksplorację i ekspresję siebie w wirtualnych przestrzeniach, ale także niosą ryzyko izolacji i niestabilności emocjonalnej.

W aspekcie edukacyjnym i integracyjnym nowoczesne media, w tym internet, telewizja i media społecznościowe, to kluczowe narzędzia realizacji celów edukacyjnych, szczególnie w kontekście edukacji międzykulturowej. Pandemia COVID-19 i przejście na nauczanie zdalne dodatkowo uwypukliły rolę mediów w edukacji.

Przyszłość komunikacji kulturowej w erze cyfryzacji rysuje się jako dynamiczna i pełna potencjału, z wyraźnym naciskiem na rosnącą rolę technologii cyfrowych i AI. Wyzwania i możliwości, jakie niesie era cyfryzacji, wymagają adaptacji i elastyczności w podejściu do komunikacji międzykulturowej przy jednoczesnym zachowaniu równowagi między globalizacją a ochroną lokalnych tożsamości kulturowych. Edukacja kulturowa jako fundament zrozumienia i szacunku w międzykulturowych interakcjach będzie odgrywać ważną rolę w kształtowaniu przyszłości komunikacji kulturowej.

Podsumowując: nowoczesne media stanowią szansę na komunikację kulturową w globalnym świecie, co wymaga świadomego i odpowiedzialnego podej-

ścia. Ich rola w edukacji, integracji społecznej i kulturowej jest niezaprzeczalna, ale równie ważne jest zrozumienie i zarządzanie wyzwaniami, które niosą. Przyszłość komunikacji kulturowej w erze cyfryzacji zależy od naszej zdolności do adaptacji i wykorzystania mediów w sposób, który sprzyja zrozumieniu, szacunkowi i współpracy między różnymi kulturami. To podejście otwiera drzwi do twórczej i harmonijnej interakcji międzykulturowej, kluczowej dla budowania spójnego i zintegrowanego społeczeństwa globalnego.

Bibliografia

- Ciesiołka, P. (2018). *YouTube jako nowe źródło wiedzy II*. „Innowacje Pedagogiczne”, 36/37, 105–122.
- Cymanow, P., Cymanow-Sosin, K., Paluch, Ł., Tenerowicz, K. (2023). *Nowe media: Edukacja, finanse, zarządzanie*. Kraków: Wyd. Benedyktynów.
- Drabik, L., Kubiak-Sokół, A., Sobol, E. (oprac.) (2004). *Słownik języka polskiego PWN*. Wyd. 3. Warszawa: PWN.
- Dyczewski, L. (2005). *Konieczność kompetencji medialnej w rodzinie*. W: L. Dyczewski (red.), *Rodzina, dziecko, media*. Lublin: Wyd. KUL.
- Dyczewski, L. (2011). *Wygwane sacrum powraca*. W: M. Kowalewski, A. M. Królikowska (red.), *Miasto i sacrum*. Kraków: Nomos.
- Szewczuk, W. (red.) (1998). *Encyklopedia psychologii*. Warszawa: Fundacja Innowacja.
- Głazewski, M. (2018). *Edukacja jako symulakrum*. „Forum Pedagogiczne”, 1, 147–166.
- Goban Klas, T. (1999). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: PWN.
- Goban-Klas, T. (2001). *Zarys historii i rozwoju mediów: Od malowideł naskalnych do multimediiów*. Kalendarium oprac. Z. Bauer. Kraków: Wyd. Naukowe AP.
- Jenkins, H. (2007). *Kultura konwergencji: Zderzenie starych i nowych mediów*. Przeł. M. Bernatowicz, M. Filicjak. Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.
- Jemielniak, D. (2013). *Życie wirtualne dzikich*. Warszawa: Poltext.
- Klimowicz, M. (2020). *Polskie uczelnie w czasie pandemii*. Warszawa: SpołTech.
- Kobyliński, Z. (2002). *Archaeology on the ruins of ivory towers: What sort of theory do we need?* W: P. F. Biehl, A. Gramsch, A. Marciniak (red.), *Archaeologies of Europe: History, methods and theories*. Münster: Waxmann, 421–424.
- Konik, R. (2016). *Najnowsze nowe media i stare nowe media: Spór o definicję nowych mediów*. „Dyskurs. Pismo naukowo-artystyczne ASP we Wrocławiu”, 22, 20–39.
- Levinson, P. (2010). *Nowe nowe media*. Przeł. M. Zawadzka, Kraków: WAM.
- Maigret, É. (2013). *Socjologia komunikacji i mediów*. Przeł. I. Piechnik. Kraków: Oficyna Naukowa.
- Malouff, J. M., Emmerton, A. J. (2014). *Students Can Give Psychology Away: Oral presentations on YouTube*. „Psychology Learning and Teaching”, 13, no. 1, 38–42.
- Masterman, L. (1989). *Media Awareness Education: Eighteen basic principles*, <http://medialit.org/reading-room> (dostęp 25.01.2014).
- Nieć, M. (2010). *Komunikowanie społeczne i media: Perspektywa politologiczna*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Ogonowska, A. (2013). *Współczesna edukacja medialna: Teoria i rzeczywistość*. Kraków: Wyd. Naukowe UP.
- Pyżalski, J., Walter, N. (2021). *Edukacja zdalna w czasie pandemii COVID-19 w Polsce — mapa głównych szans i zagrożeń. Przegląd i omówienie wyników najważniejszych badań związanych z kryzys-*

- wą edukacją zdalną w Polsce dla Wojewódzkiej Rady Dialogu Społecznego w Gdańsku, https://openron.pl/Edukacja_zdalna_w_czasie_pandemii_COVID-19.pdf.
- Roguska, A. (2008). *Mass media lokalne w umacnianiu kulturowej tożsamości regionalnej*. W: M. Daniełak-Chomać, A. Roguska (red.), *Uniwersalizm i tradycja w kulturze. Wybrane aspekty. Cz. I*. Siedlce: Stowarzyszenie tutajteraz, 41–72.
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej. (2020). [brak informacji o publikacji]
- Slevin, J. (2008). *Internet i formy związków międzyludzkich*. W: P. Sztompka, M. Bogunia-Borowska (red.), *Socjologia codzienności*. Kraków: Znak, 594–608.
- Stasiuk-Krajewska, K. (2012). *O (nie)nowych konsekwencjach nowych mediów*. „Nowe Media. Czasopismo naukowe”, 3, 33–57.
- Szulich-Kałuża, J. (2018). *Współczesne konflikty wojenne w cyfrowej rzeczywistości na przykładzie memów o wojnie na wschodniej Ukrainie*. „Roczniki Kulturoznawcze”, 9 (1), 5–25.
- Wieczerzycki, M. (2017). *Rola nowych mediów w kształtowaniu zachowań współczesnych konsumentów na rynku międzynarodowym. The role of new media in shaping contemporary consumer behavior on international market*. [Rozprawa doktorska]. Poznań: Uniwersytet Ekonomiczny.