

Drodzy Czytelnicy!

Oddajemy w Państwa ręce siódmy numer czasopisma, będący pokłosiem międzynarodowej konferencji „Media Biznes Kultura. Pomorze 2019”, która jest jednym z najbardziej opiniotwórczych spotkań komunikologów i medioznawców. W numerze znalazły się teksty dotyczące gatunków radiowych, specyfiki prasy oraz różnych form komunikacji publicznej, marketingowej i kulturowej, związanej z oddziaływaniem szeroko pojętych mediów. Prezentowane artykuły przedstawiają zjawiska medialne z różnych perspektyw, co odpowiada interdyscyplinarnemu profilowi czasopisma prezentującego media z perspektywy przemian społecznych, kulturowych, ekonomicznych i politycznych. W gronie autorów znaleźli się reprezentanci Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Jagiellońskiego, Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Uniwersytetu Łódzkiego, Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Akademii im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie, Wielkopolskiego Collegium Da Vinci oraz badacze z Uniwersytetu Gdańskiego. Wyrażając radość i satysfakcję z poszerzającego się z każdym numerem grona autorów „Media Biznes Kultura”, zachęcamy do lektury i refleksji nad przedstawianą problematyką.

*Anna Ryłko-Kurpiewska
Małgorzata Łosiewicz*

Dear Readers,

We offer you the seventh issue of the magazine being the result of the international conference “Media Business Culture. Pomerania 2019”, which is one of the most opinion-forming meetings of communication specialists and media experts. The issue includes texts on radio genres, the specifics of the press and various forms of public, marketing and cultural communication related to the impact of broadly understood media. The presented articles show the phenomenon of media from different perspectives, which corresponds to the interdisciplinary profile of the magazine presenting the media from the perspective of social, cultural, economic and political changes. Among the authors one can find representatives of the University of Warsaw, the Jagiellonian University, the Catholic University of Lublin, the University of Łódź, the University of Warmia and Mazury in Olsztyn, the University of Jan Kochanowski in Kielce, the Academy of Jakub of Paradyż in Gorzów, Collegium Da Vinci of Wielkopolska and researchers from the University of Gdańsk. Expressing joy and satisfaction with the growing number of authors of “Media Business Culture”, we encourage you to read and reflect on the issues presented.

*Anna Ryłko-Kurpiewska
Małgorzata Łosiewicz*