

## Noty o autorach

**Marzena Barańska** – zdobywając interdyscyplinarne wykształcenie w zakresie nauk politycznych, dziennikarstwa i prawa, realizuje badania dotyczące: funkcjonowania systemów prasowych na świecie, poszukując możliwych powiązań między instytucjonalnymi rozwiązaniami działalności mediów w poszczególnych krajach, a zwłaszcza w Europie; funkcjonowania nadawców telewizyjnych na świecie w dobie konwersji; reglamentowania wolności wypowiedzi gospodarczej w odniesieniu do pojęcia interesu publicznego, a także zagadnienia dotyczące form i zasad emisji przekazu marketingowego w telewizji i tzw. nowych mediach oraz zarządzania mediami. Rezultaty badań naukowych zostały zaprezentowane w wielu artykułach oraz następujących publikacjach zwartych: *Sponsoring telewizyjny. Teoria i praktyka* (2008), *Reklama i jej ograniczenia. Standardy europejskie a prawo polskie* (2011), *Polityka ograniczania reklamy w polskiej telewizji. Studium politologiczno-prawne* (2012), za którą w roku 2013 otrzymała Nagrodę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji im. P. Stępkki. W roku 2019 ukazała się publikacja napisana wspólnie z prof. H. Mrukiem pt. *Reklama a postawy prozdrowotne – ujęcie ekonomiczno-prawne*. Wyniki analiz prezentowała na wielu zagranicznych i krajowych konferencjach naukowych, sympozjach i kongresach. Jej zainteresowania badawcze dotyczą: aspektów prawnych marketingu, zwłaszcza reklamy, product placement, sponsoringu, przekazu medialnego, ochrony praw najmłodszych odbiorców, ochrony konsumenta, reglamentacji rynku farmaceutycznego i aptecznego, a także kontroli rynku reklamy przez uprawnione organy i instytucje.

**Dušan Bogdanov** – adiunkt w Zakładzie Ekonometrii i Metod Ilościowych na Wydziale Ekonomicznym Uniwersytetu Opolskiego. Stopień doktora nauk ekonomicznych uzyskał w zakresie ekonomii, specjalność: ekonometria. Badawczo zajmuje się przede wszystkim zagadnieniami związanymi ze społeczeństwem informacyjnym, wykluczeniem cyfrowym, zarządzaniem informacją publiczną oraz systemami informacyjnymi wspomagającymi zarządzanie.

**Barbara Cyrek** – doktor nauk o komunikacji społecznej i mediach (2023), asystent na Wydziale Studiów Stosowanych Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW we Wrocławiu.

**Bogna Halska-Pionka** – doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości. Asystentka w Zakładzie Przywództwa i Zarządzania w Edukacji w Instytucie Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego. Członkini zarządu stowarzyszenia naukowego Instytut Badań Organizacji Kultury – IBOK. Doświadczenie z zakresu opracowywania strategii równego traktowania, przeciwdziałania dyskryminacji, budowania postaw obywatelskich oraz wspierania procesów inkluzji zdobywała, zasiadając w krakowskiej Radzie ds. Równego Traktowania w kadencji na lata 2021–2023, w której obradach i inicjatywach brała aktywny udział. Autorka oferty szkoleniowej IBOK dla instytucji kultury. Prowadzi szkolenia z zakresu zarządzania różnorodnością, przywództwa w organizacjach oraz gospodarowania czasowością. Mentorka w programie „Pierwszy tutor” w Collegium Invisible w latach 2020–2022.

**Łukasz Kasproski** (dawniej Flak – wcześniejsze artykuły pod poprzednim nazwiskiem) – wykładowca Uniwersytetu SWPS, były asystent w Instytucie Kultury UJ oraz absolwent Szkoły Doktorskiej Nauk Społecznych Uniwersytetu Jagiellońskiego w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach. Absolwent kierunku zarządzanie kulturą i mediami (specjalność: zarządzanie mediami) – studia licencjackie i magisterskie. Fascynat mediów i związanych z nimi artefaktów oraz zwolennik kreatywnych rozwiązań. Uczestnik projektów w obrębie infrastruktury cyfrowej (m.in. „Experience and immersive technologies – from creative practice to educational theory”) oraz członek zwyczajny stowarzyszeń: Polskiego Towarzystwa Badań nad Filmem i Mediami, Polskiego Towarzystwa Edukacji Medialnej i Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, a także autor wystąpień konferencyjnych, recenzji naukowych oraz publikacji i rozdziałów w monografiach naukowych (dotyczących np. nadprodukcji talentów, addytywności dziecięcych formatów czy zmian w pejzażu mediów cyfrowych). Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół starych i nowych mediów w kontekście ery przed- i postkonwergencyjnej. Szczególnym obiektem zainteresowań są m.in.: psychologiczna perspektywa partycypacji w środowisku elektronicznym, imaginacje związane z adaptacją formatów rozrywkowych w środowisku cyfrowym oraz talent show w optyce zarządzania humanistycznego. Przedmiotem jego rozprawy doktorskiej jest działalność telewizji ery cyfrowej w obrębie konkretnych formatów rozrywkowych oraz jej oddziaływanie psychospołeczne względem wybranych aktorów społecznych z perspektywy uczestników muzycznych talent show.

**Olga Kosińska** – doktorantka na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej, asystentka w Instytucie Kultury UJ. Absolwentka kulturoznawstwa (specjalizacja: porównawcze studia cywilizacji) oraz zarządzania kulturą i mediami (specjalizacja: zarządzanie kulturą). Jej zainteresowania badawcze skupiają się przede wszystkim wokół nieinstytucjonalnych obiegów kultury i zarządzania kulturą pozainstytucjonalną, a także cyfrowych działań marketingowych związanych z kulturą oraz działań wspólnot internetowych.

**Joanna Kot** – absolwentka studiów magisterskich na kierunku zarządzanie zmianą społeczną oraz studiów licencjackich zarządzanie kulturą i mediami na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Stypendystka Stypendium Ministra Edukacji i Nauki w roku akademickim 2022/2023. Stypendystka wyjazdów Erasmus+, realizująca semestr studiów na University of Cyprus (2021/2022) oraz Università degli Studi di Milano-Bicocca (2023/2024).

**Adrian Musiał** – doktor nauk humanistycznych, absolwent Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego im. Jana Długosza w Częstochowie.

**Bogusław Nierenberg** – profesor Uniwersytetu Jagiellońskiego, współpracował też z Uniwersytetem Opolskim, Akademią Leona Koźmińskiego oraz Wyższą Szkołą Zarządzania i Administracji w Opolu. W UJ był założycielem i pierwszym kierownikiem najpierw Zakładu Zarządzania i Ekonomiki Mediów, a potem Katedry Zarządzania, Ekonomiki Mediów i Reklamy (2008–2021), współzałożycielem i pierwszym dyrektorem Instytutu Kultury UJ (2009–2012), a także prodziekanem ds. finansowych Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej (2012–2016). Jest doktorem nauk ekonomicznych (2003), doktorem habilitowanym w zakresie nauk o zarządzaniu (2008) oraz profesorem tytularnym nauk humanistycznych (2013). Jego dorobek naukowy obejmuje ponad 20 monografii autorskich, współautorskich i pod jego redakcją oraz ponad 200 artykułów i rozdziałów w monografiach i czasopismach naukowych z zakresu zarządzania, ekonomiki mediów i reklamy. Jego zainteresowania badawcze związane są z mediami, wynikają bowiem z jego wieloletnich doświadczeń w tym zakresie. Był dziennikarzem radiowym, a także przez prawie ćwierć wieku zarządzał różnymi zespołami i organizacjami medialnymi.