

Noty o autorach

Wojciech Adamczyk – dr hab., profesor uczelni w Zakładzie Dziennikarstwa Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM w Poznaniu. W latach 1992–1998 stypendysta, a następnie współpracownik „Głosu Wielkopolskiego”. Opublikował dwie monografie: *Media masowe w procesie budowania demokracji w Polsce (1989–1995)* i *Amerykańskie archetypy dziennikarstwa śledczego* oraz ponad 50 artykułów naukowych z zakresu medioznawstwa. Członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Zainteresowania naukowe: dziennikarstwo śledcze, prasa lokalna, koncentracja prasy, wolność mediów, pluralizm informacji.

Arkadiusz Domagała – adiunkt w Zakładzie Badań nad Przemocą i Konfliktami Politycznymi w Instytucie Politologii UW. Zajmuje się zagadnieniami związanymi z integracją europejską, ochroną praw człowieka i masowymi naruszeniami praw człowieka, w tym: interwencją humanitarną, przemocą seksualną w konfliktach zbrojnych i dyskryminacją.

Agnieszka Grzesiok-Horosz – adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach oraz członek zespołu badań nad kartografią nowych mediów i przestrzeni cyfrowej. Absolwentka Uniwersytetu Jagiellońskiego, doktor nauk prawnych, cywilistka, specjalizująca się w prawie mediów i prawie autorskim oraz w aktualnych wyzwaniach prawa i przestrzeni cyfrowej.

Aldona Guzik – dr, adiunkt w Instytucie Filozofii i Socjologii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Jej zainteresowania koncentrują się wokół problematyki mediów, komunikacji i komunikacji masowej, ekspertów w mediach, opinii publicznej i socjologii polityki.

Anna Jupowicz-Ginalska – dr hab. W swoich badaniach koncentruje się na marketingu medialnym, multiplatformach medialnych, nowych technologiach w mediach, rzeczywistości wirtualnej, mediatyzacji, polaryzacji mediów i strachu przed przeoczeniem (FOMO). Autorka wielu prac naukowych dotyczących wyżej

wymienionych tematów. Inicjatorka i koordynatorka pierwszego ogólnopolskiego badania FOMO.

Wojciech Maguś – medioznawca i politolog, doktor nauk społecznych, zastępca Dyrektora Instytutu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach UMCS. Autor monografii *Wizerunki polityków w cieniu zdarzeń nadzwyczajnych. Kampania wyborcza na urząd Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w 2010 roku* (Lublin 2014) oraz kilkudziesięciu artykułów naukowych. Zainteresowania badawcze oscylują wokół następujących zagadnień: mediatyzacja polityki, marketing polityczny, public relations, profesjonalizacja komunikowania politycznego.

Marek Nahotko – dr hab., prof. UJ, zatrudniony w Instytucie Studiów Informatycznych Uniwersytetu Jagiellońskiego, specjalizuje się w problemach organizacji informacji, w tym metadanych dokumentów elektronicznych oraz wykorzystania internetu i dokumentów elektronicznych w komunikacji naukowej i działalności informacyjnej. Jest autorem książek: *Teoria gatunków w organizacji informacji i wiedzy* (Kraków 2018), *Komunikacja naukowa w środowisku cyfrowym* (Warszawa 2010), *Naukowe czasopisma elektroniczne* (Warszawa 2007), *Opis dokumentów elektronicznych. Teoretyczny model i możliwości jego aplikacji* (Kraków 2006), *Metadane: sposób na uporządkowanie Internetu* (Kraków 2004) oraz licznych artykułów publikowanych m.in. na łamach „Information Research”, „Cataloging & Classification Quarterly”, „Przeglądu Bibliotecznego”, „Zagadnień Informacji Naukowej” i „Bibliotheca Nostra”.

Magdalena Pataj – doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o mediach. Zainteresowania badawcze to komunikowanie o zdrowiu, marketing społeczny, komunikacja językowa oraz teorie mediów.

Robert Rajczyk – dr hab. nauk o polityce i administracji, pracownik Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

Anna Stolińska – dr, adiunkt w Instytucie Informatyki Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół takich zagadnień, jak: badanie interakcji człowiek–komputer, komunikacja wizualna, neurodydaktyka.

Ksenia Wróblewska – swoje zainteresowania badawcze skupia wokół szeroko rozumianego marketingu, reklamy, kultury telewizyjnej i kwestii społecznych Stanów Zjednoczonych. Zawodowo specjalizuje się w e-commerce.