

Od Redakcji

Szanowni Czytelnicy, z zadowoleniem przekazujemy w Państwa ręce trzeci numer „Nowych Mediów”. Poprzednie dwa spotkały się z życzliwym przyjęciem i odzewem środowiska naukowego w Polsce. Otrzymaliśmy wiele słów uznania i zachęty do dalszej pracy nad czasopismem. Jesteśmy także otwarci na wszelkie uwagi i konstruktywną krytykę, co przyczynia się do ciągłego ulepszania zawartości periodyku. Również tym razem czekamy na Państwa reakcję, zapraszając jednocześnie do nadsyłania opinii oraz tekstów na nasz adres e-mailowy (nowemedia@umk.pl).

Tematyka trzeciego numeru koncentruje się wokół dziennikarstwa obywatelskiego i *social media* – zagadnień obecnie niezwykle popularnych, a jednocześnie wymykających się próbom jasnego określenia definicyjnego, metodologicznego i teoretycznego. Śledząc relatywnie krótki rozwój dziennikarstwa obywatelskiego i *social media*, można łatwo zauważyć niezwykle różnorodność kategorii teoretycznych czy starań typologicznych, mających na celu doprecyzowanie zakresu obu pojęć. Dlatego tym bardziej na uwagę zasługują usiłowania naszych autorów, którzy definiują, dookreślają, porządkują i klarownie ukazują dynamiczny rozwój kategorii stanowiących temat przewodni trzeciego numeru „Nowych Mediów”.

Do współpracy nad czasopismem zaprosiliśmy przedstawicieli polskich ośrodków badawczych, analizujących wciąż jeszcze młode zagadnienia nowomediálne. W numerze trzecim proponujemy lekturę dwóch rozmów – dotyczących roli *social media* w rozwoju marketingu politycznego – z Bruce’em Newmanem (DePaul University) oraz Wojciechem Cwaliną (SWPS Warszawa).

Chcemy, aby pismo stało się zwornikiem głównych pól badawczych w obszarze nowych mediów. Dlatego podkreślamy jego otwarty charakter i wielość paradygmatów naukowych, obecnych na łamach magazynu.

„Nowe Media” to recenzowany rocznik wydawany wspólnie przez Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego i Katedrę Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu.