

Noty o autorach

Katarzyna Kopecka-Piech – medioznawca, doktor nauk humanistycznych. Pracuje na stanowisku adiunkta w Zakładzie Komunikacji Społecznej i Mediów, Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu. Specjalizuje się w badaniach nad nowymi mediami, innowacyjnością medialną, kulturą mediów mobilnych

Marek Palczewski – dr nauk humanistycznych. Adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie. Członek Zarządu Głównego Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskiej. Redaktor pisma „Forum Dziennikarzy” i portalu sdp.pl. Autor kilkudziesięciu artykułów i współredaktor trzech książek o teorii newsa, etyce i dziennikarstwie śledczym

Łukasz Paradowski – mgr, absolwent Wyższej Szkoły Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu na kierunku politologia, specjalista ds. marketingu politycznego. Doktorant Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie. Specjalizuje się w komunikowaniu politycznym i medialnym. Pracował w sztabach wyborczych partii politycznych w Polsce, gdzie był odpowiedzialny za politykę medialną. Obecnie Rzecznik Prasowy jednej z ogólnopolskich organizacji pozarządowych

Anna Leszczuk-Fiedzukiewicz – doktor socjologii, adiunkt w Katedrze Politologii na Wydziale Prawa Uniwersytetu w Białymstoku. Prowadziła zajęcia z socjologii, tożsamości kulturowych w Europie, nauki o polityce, socjotechnik, marketingu politycznego. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół takich tematów, jak: socjologia mediów, rola marketingu w życiu publicznym, retoryka reklamy komercyjnej i społecznej. Autorka monografii *Rodzina w polskiej reklamie telewizyjnej po przełomie 1989 r.*, autorka kilku artykułów o perswazji w kampaniach wyborczych, styku współczesnej polityki i kultury popularnej, roli nowych mediów w życiu społecznym i politycznym.

Michał Ulidis – absolwent filozofii, projektowania komunikacji oraz public relations na Uniwersytecie Wrocławskim. Doktorant w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego. Praktyk i teoretyk komunikacji. Autor publikacji z zakresu lingwistyki empirycznej, teorii komunikacji oraz branding i komunikacji profesjonalnej. Nigdy nie wędkował.