

## Noty o autorach

**Łukasz Flak** – doktorant w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych Uniwersytetu Jagiellońskiego w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach, absolwent kierunku zarządzanie kulturą i mediami (specjalność: zarządzanie mediami) na UJ. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół starych i nowych mediów, zwłaszcza badania środowiska cyfrowego i przemysłu medialnego z perspektywy humanistycznej, formatów rozrywkowych, algorytmizacji mediów, prywatności i bezpieczeństwa w cyberprzestrzeni oraz zastosowania sztucznej inteligencji w życiu społecznym. Uczestnik projektów w obrębie infrastruktury cyfrowej.

**Monika Hapek** – doktorantka na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Absolwentka zarządzania kulturą i mediami, specjalność: zarządzanie reklamą (2016 r.) i ukrainoznawstwa (2014 r.). Jej aktualne zainteresowania badawcze koncentrują się wokół zagadnień związanych z zarządzaniem nowymi mediami.

**Jan Kreft** – doktor habilitowany, profesor uczelniany, zatrudniony na Wydziale Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej. Podstawowy obszar jego zainteresowań badawczych to zarządzanie tzw. nowymi mediami. Autor monografii: *Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami* (Kraków 2015), *Koniec dziennikarstwa, jakie znamy. Agregacja w mediach* (Kraków 2016), *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka* (Kraków 2019).

**Dmytro Oltarzhevskiy** – doktor nauk społecznych, profesor na Wydziale Reklamy i Public Relations w Instytucie Dziennikarstwa w Ukraińskim Narodowym Uniwersytecie im. Tarasa Szewczenki. Teoretyk i praktyk w dziedzinie PR. Jest autorem pierwszej w Europie Wschodniej monografii na temat mediów korporacyjnych, pierwszego na Ukrainie tutorialu poświęconego reklamie usług publicznych oraz ponad 50 artykułów z zakresu komunikacji korporacyjnej i mediów korporacyjnych.

**Malwina Popiołek** – doktor nauk społecznych, adiunkt w Instytucie Kultury na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Autorka książki: *Czy można żyć bez Facebooka? Rola serwisów społecznościowych w sieciowym społeczeństwie informacyjnym*. Członek Polskiego Towarzystwa

Komunikacji Społecznej oraz Polskiego Towarzystwa Edukacji Medialnej. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół problematyki dotyczącej funkcjonowania mediów (zwłaszcza nowych) i technologii informacyjno-komunikacyjnych w przestrzeni społeczeństwa informacyjnego.

**Klaudia Sroka** – absolwentka studiów licencjackich w Instytucie Kultury oraz studiów magisterskich w Instytucie Zarządzania Uniwersytetu Jagiellońskiego. Obszarem jej zainteresowań badawczych jest prywatność w sieci, a także nowe regulacje w zakresie ochrony prywatności, w szczególności RODO.

**Oksana Todorova** – prezes Stowarzyszenia Korporacyjnych Mediów Ukrainy, magister marketingu międzynarodowego i reklamy, specjalista w zakresie zarządzania i marketingu, certyfikowany przez MBA (Universal Business School). Praktyczny konsultant w dziedzinie komunikacji korporacyjnej i PR od 1999 roku. Konsultant właściciela firmy, trener rozwoju osobistego. Organizowała coroczne Forum Biznesu „Innowacje w komunikacji” oraz konkurs „Najlepsze media korporacyjne Ukrainy” (od 2006 r.). Jest autorką kilku książek biznesowych.