

# MEDIA BIZNES KULTURA

INSTYTUT MEDIÓW,  
DZIENNIKARSTWA  
I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ

---

UNIwersYTET GDAŃSKI



NR 1 (12) 2022 / VOL.1 (12) 2022  
ISSN 2451-1986

# MEDIA BUSINESS CULTURE

INSTITUTE OF MEDIA,  
JOURNALISM  
AND SOCIAL COMMUNICATION

---

UNIVERSITY OF GDAŃSK



Wydawnictwo  
Uniwersytetu Gdańskiego

## **RADA NAUKOWA**

prof. Sungeun Choi (Hankuk University of Foreign Studies, Seoul, Płd. Korea)  
prof. dr hab. Katarina Fichnova (Constantine the Philosopher University, Nitra, Słowacja)  
prof. dr hab. Iwona Hofman (UMCS Polska)  
prof. Liselot Hudders (Ghent University, Belgia)  
prof. dr hab. Ryszard Kowalczyk (UAM Polska)  
dr hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz (Uniwersytet Jagielloński, Polska)  
dr hab. Peter Mikuláš (Constantine the Philosopher University, Nitra, Słowacja)  
prof. Koji Morita (Tokyo University of Foreign Studies, Japonia)  
doc. Václav Néték (Vysoká škola podnikání a práva, Republika Czeska)  
dr hab. Andrzej Nowosad (Uniwersytet Jagielloński, Polska)  
prof. dr hab. Cezary Obracht-Prondzyński (Uniwersytet Gdański, Polska)  
prof. dr hab. Wiktor Pepliński (Uniwersytet Gdański, Polska)  
prof. dr hab. Dariusz Rott (Uniwersytet Śląski, Polska)  
prof. Gino Scaccia (LUISS Guido Carli di Roma, Włochy)  
dr Katarzyna Walotek-Ściańska (Akademia Ignatianum, Polska)  
dr hab. Elżbieta Wierzbicka-Piotrowska (Uniwersytet Warszawski, Polska)  
prof. Helena Wojcewa (Odeski Uniwersytet Narodowy imienia I. I. Miecznikowa Odessa, Ukraina)  
dr Łukasz P. Wojciechowski (University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, Słowacja)  
prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński (Uniwersytet Śląski w Katowicach)  
prof. dr hab. Anna Maria Zawadzka (Uniwersytet Gdański, Polska)

**REDAKTOR NACZELNY:** Anna Ryłko-Kurpiewska

**Z-CA REDAKTORA NACZELNEGO:** Małgorzata Łosiewicz

## **REDAKTORZY SEKCJI TEMATYCZNYCH:**

ETYKA W BIZNESIE – Elżbieta Wierzbicka-Piotrowska (Uniwersytet Warszawski)  
HISTORIA MEDIÓW I DZIENNIKARSTWA – Hedwig Wagner (Europa-Universität Flensburg),  
Konrad Knoch (Uniwersytet Gdański)  
KOMUNIKOWANIE POLITYCZNE – Rocio Zamora Medina (Universidad de Murcia),  
Anna Lusińska (Uniwersytet Gdański)  
KOMUNIKOWANIE SPOŁECZNE – Viktor M. Khrul (Lomonosov Moscow State University)  
KOMUNIKOWANIE WIZUALNE – Mirosław Rekowski (Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku)  
PUBLIC RELATIONS I KOMUNIKACJA RYNKOWA – Alan R. Freitag (University of North Carolina  
at Charlotte, USA), Małgorzata Łosiewicz (Uniwersytet Gdański)  
REKLAMA – Liselot Hudders (Universiteit Gent), Anna Ryłko-Kurpiewska (Uniwersytet Gdański)

**REDAKTOR JĘZYKOWY** (j. polski): Joanna Marek-Banach

**REDAKTOR JĘZYKOWY** (j. angielski): Joanna Siemieniuk

**REDAKTOR STATYSTYCZNY:** Maciej Brosz

**SEKRETARZ REDAKCJI:** Magdalena Iwanowska

**PROJEKT OKŁADKI I STRONY TYTUŁOWEJ:** Mirosław Rekowski

**SKŁAD:** Mariusz Szewczyk

## **ADRES REDAKCJI**

Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Gdański,  
ul. Bażyńskiego 4, 80-309 Gdańsk, redakcjambk@ug.edu.pl

## **WYDAWCA**

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot

---

ISSN 2451-1986

E-ISSN 2544-2554

# Spis treści

## BADANIA MEDIÓW

|                                                                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Tomasz Mielczarek</i><br>Tradycje polskiego medioznawstwa . . . . .                                                                                                      | 9  |
| <i>Klaudia Cymanow-Sosin, Piotr Cymanow</i><br>Współczesne trendy badawcze w komunikacji perswazyjnej –<br>od zarządzania do neuronauki . . . . .                           | 29 |
| <i>Małgorzata Kisilowska, Anna Jupowicz-Ginalska, Łukasz Szurmiński</i><br><i>Binge watching</i> – definiowanie fenomenu na podstawie przeglądu literatury przedmiotu . . . | 49 |

## MEDIA A DOBROSTAN I ZDROWIE

|                                                                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Katarzyna Kopecka-Piech</i><br>Family digital well-being: The prospect of implementing media technology<br>management strategies in Polish homes . . . . . | 71  |
| <i>Bartłomiej Łódzki</i><br>News shareability in the COVID-19 period . . . . .                                                                                | 85  |
| <i>Dagmara Mateja</i><br>Pandemia koronawirusa na łamach tygodnika „Newsweek Polska” . . . . .                                                                | 101 |
| <i>Natalia Moczol</i><br>Zdrowie na sprzedaż? Telewizyjne reklamy farmaceutyków a peryferyjna droga perswazji . .                                             | 117 |

## MEDIA, POLITYKA, AKTYWNOŚĆ SPOŁECZNA

|                                                                                                                                                                                                                                             |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Urszula Doliwa, Magdalena Szydłowska, Paulina Szczepańska, Ada Stachowicz,<br/>Piotr Kaźmierczak</i><br>Crowdfunding jako metoda finansowania podcastów –<br>analiza motywacji patronów wspierających „Raport o stanie świata” . . . . . | 131 |
| <i>Monika Góra</i><br>Polskie media internetowe wobec populizmu w amerykańskiej kampanii prezydenckiej<br>w 2020 roku . . . . .                                                                                                             | 149 |
| <i>Małgorzata Durmaj</i><br>System medialny w Chinach . . . . .                                                                                                                                                                             | 163 |
| <i>Karina Czepiec-Veltzé</i><br>Debata w obrazkach. O zawartości politycznych memów internetowych . . . . .                                                                                                                                 | 177 |