

RECEPCJA MEDIÓW

7

Wnioski z badań – lata 2019–2020

Pod redakcją
Anny Granat

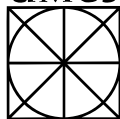


Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej

RECEPCJA MEDIÓW **7**

Wnioski z badań – lata 2019–2020

UMCS



WYDAWNICTWO

RECEPCJA MEDIÓW

7

Wnioski z badań – lata 2019–2020

Pod redakcją
Anny Granat

Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej
Lublin 2020

Recenzent
dr hab. Mirosława Wielopolska-Szymura

Redakcja wydawnicza
Martyna Kosienkowska, Halina Kosienkowska-Ciota

Redakcja techniczna
Agnieszka Muchowska

Projekt okładki i stron tytułowych
Michał Granat

Skład i łamanie
Marcin Wachowicz

Na fotografii okładowej: Weronika Stępień (fot. *Kamil Stępień*)

© Wydawnictwo UMCS, Lublin 2020

ISSN 2450-4378
ISBN 978-83-227-9458-6

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ
20-031 Lublin, ul. Idziego Radziszewskiego 11
tel. 81 537 53 04
www.wydawnictwo.umcs.eu
e-mail: sekretariat@wydawnictwo.umcs.lublin.pl

Dział Handlowy
tel./faks 81 537 53 02
Księgarnia internetowa: www.wydawnictwo.umcs.eu
e-mail: wydawnictwo@umcs.eu

Druk i oprawa
Mazowieckie Centrum Poligrafii Wojciech Hunkiewicz
ul. Lisi Jar 29, 05-270 Marki

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
-------------	---

CZĘŚĆ I. PANDEMICZNE REPERKUSJE DLA RECEPCJI MEDIÓW

Katarzyna Zagórska <i>Media a koronawirus. Perspektywa pragmatyngwistyczna</i>	11
------------------------------------------------------------------------------------------------	----

CZĘŚĆ II. ODPOWIEDZIALNOŚĆ MEDIÓW

Agata Opolska-Bieleńska <i>Media jako nośnik kreowania postaw społecznych</i>	37
-----------------------------------------------------------------------------------------------	----

CZĘŚĆ III. ODPOWIEDZIALNOŚĆ MEDIÓW

Natalia Wójtowicz <i>Aktorskie renarracje baśni Disneya – fenomen nowego (?) kierunku w popkulturze (badania własne)</i>	51
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Paulina Kijewska <i>Odbiór męskich bohaterów filmowych przez publiczność – na przykładzie twórczości Władysława Pasikowskiego</i>	69
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

CZĘŚĆ IV. KOMPETENCJE MEDIALNE I INFORMATYCZNE ODBIORCÓW

Joanna Kukier <i>Role of UNESCO in promoting media and information literacy between 1982–2016</i>	95
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

CZĘŚĆ V. EDUKACJA MEDIALNA W PRAKTYCE

Anna Granat

<i>Wykorzystanie TIK na zajęciach „Badania nad odbiorem mediów w praktyce”</i>	111
Anna Bądyra, Emilia Suska: <i>Skutki popularyzacji Instagrama</i>	119
Anna Gruba: <i>Różnice w postrzeganiu mediów przez dzieci w wieku 10–12 lat oraz dorosłych w wieku 22–25 lat – analiza badań</i>	125
Milena Litwin: <i>Reklama w Internecie i jej wpływ na sprzedaż</i>	139
Sylwia Miareczko, Anna Mojecka: <i>Analiza wyników ankiety internetowej na temat wpływu kampanii marketingowych drogerii Rossmann</i>	153
Olga Pavlichenko, Maryna Pavlichenko: <i>Odbiór filmów przez Ukraińców w Polsce</i>	155
Agnieszka Plis: <i>Analiza wyników ankiety dotyczącej wpływu aplikacji muzycznych na osoby w wieku 11–15 lat</i>	157
Noty o autorach	175
Noty o autorach badań	176