

Spis treści

Wstęp.....	7
------------	---

Część I – Odbiór przekazu audiowizualnego

ks. Ryszard Gołąbek SAC – Różnice między komunikowaniem bezpośrednim i masowym.....	11
ks. Zenon Hanas SAC – Koncepcje logosfery i ikonosfery w dyskursie medioznawczym.....	27
Kinga Cybulska – Różne formy manipulacji w mediach audiowizualnych	46
Grzegorz Łęcicki – Psychologiczne, kulturowe i społeczne uwarunkowania odbioru mediów audiowizualnych	65
Piotr Drzewiecki – Krytyczny odbiór przekazów audiowizualnych	76
Anna Maślana – Audytorium a publiczność. Uwarunkowania i formy aktywności odbiorczej	94
Anna Maślana – Interakcje i różne typy więzi między prowadzącymi programy telewizyjne i radiowe a ich odbiorcami.....	107
Monika Marta Przybysz – Reklama telewizyjna i radiowa oraz jej wpływ na odbiorcę.....	125
Piotr Drzewiecki – Formatowanie stacji radiowych w kontekście różnych gatunków radiowych.....	153
Piotr Drzewiecki – Wpływ technologii video oraz VoD (Video-on-Demand) na konsumpcję mediów audiowizualnych	168

Część II – Cyfrowa rewolucja a etyka, obyczaje, style życia

Katarzyna Sitkowska – Współczesna rewolucja cyfrowa w świetle przewidywań Alvina Tofflera	187
Aleksandra Graczyk – Współczesne portale społecznościowe jako nowa forma komunikacji	198
Paweł Płatek – Portal społecznościowy jako budulec cyberkultury	207
Marek Robak – Tablet jako medium	214

Małgorzata Laskowska – Naprawdę jaka jesteś? Aktywność kobiet w social media na wybranych przykładach	228
ks. Zenon Hanas – Religie w Internecie – Internet w religiach	239
Piotr Drzewiecki – Technologie mobilne w edukacji i pracy. Implikacje społeczno-kulturowe	256

Część III – Cyfrowa rewolucja a komunikacja medialna

ks. Andrzej Adamski – Fotografia i słowo w prasie	275
ks. Andrzej Adamski – Telewizja w analogowym i cyfrowym świecie	290
Piotr Drzewiecki – <i>Mindmapping</i> wspomagany komputerowo jako narzędzie aktywnej i kreatywnej edukacji	299
Aleksandra Graczyk – Rola i miejsce cyfrowych systemów informacyjnych w rozwoju konsumpcjonizmu	310
Biogramy	321