

# 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 Alвина Tofflera .....	187
Aleksandra Gralczyk – 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

# Wstęp

---

Słowo, obraz, dźwięk to fundamentalne składniki komunikowania masowego. Ich siła i oddziaływanie zaznacza się przede wszystkim w mediach audiowizualnych, a także cyfrowych. Są one częstym i chętnie podejmowanym przez badaczy tematem. Można je bowiem analizować z perspektywy socjologii, psychologii, medioznawstwa, ale także teologii i kulturoznawstwa. Ponieważ ich odbiorcą jest człowiek, nie sposób tej wszechstronności uniknąć. Wiedza na temat radia, telewizji, filmu, Internetu jest fundamentem ludzkiej mediasfery, w tym przede wszystkim właściwego ich odbioru.

Ogromna popularność mediów audiowizualnych wśród odbiorców, a zatem ich podatność na oddziaływanie nie pozwala przejść obojętnie wobec tej problematyki. Stąd też zespół pracowników naukowych oraz doktorantów Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie podjął się gruntownych badań nad zagadnieniem przekazu audiowizualnego oraz cyfrowego, efektem czego jest niniejsza publikacja.

W pierwszej części, zatytułowanej „Odbiór przekazu audiowizualnego”, zostały zaprezentowane tematy, wprowadzające czytelnika w tematykę mediów audiowizualnych. A są to artykuły następujące: o różnicach między komunikowaniem bezpośrednim i masowym – ks. mgr lic. Ryszarda Gołąbka SAC, o zależnościach między logosferą, audiosferą i ikonosferą – ks. dr. Zenona Hanaśa SAC, o formach manipulacji w mediach audiowizualnych – mgr lic. Kingi Cybulskiej, o percepcji przekazu audiowizualnego – dr. Grzegorza Łęcickiego, o krytycznym odbiorze przekazów audiowizualnych, formatowaniu stacji radiowych w kontekście różnych gatunków radiowych oraz o wpływie technologii video, a także VoD na konsumpcję mediów audiowizualnych – dr. Piotra Drzewieckiego, o interakcji między prowadzącymi programy telewizyjne i radiowe a ich odbiorcami, a także o uwarunkowaniach i formach aktywności odbiorczej – mgr lic. Anny Maślanej i o wpływie reklamy telewizyjnej i radiowej na odbiorcę – dr. Moniki Przybyśz.

Opracowania części drugiej – „Cyfrowa rewolucja a etyka, obyczaje, style życia” – odnoszą się do form funkcjonowania i zaangażowania w przestrzeni mediów cyfrowych. W tym temacie są to teksty – o współczesnej rewolucji cyfrowej w świetle przewidywań Alвина Tofflera autorstwa mgr lic. Katarzyny Sitkowskiej, o współczesnych portalach społecznościowych jako formie komunikacji – dr Aleksandry Gralczyk, o portalach społecznościowych – jako budulca cyberkultury mgr. lic. Pawła Płatka, o tablecie jako medium – dr. Marka Robaka, o aktywności kobiet na social media – dr Małgorzaty Laskowskiej, o religii w Internecie – ks. dr. Zenona Hanasa, a także o technologiach mobilnych w edukacji i pracy – dr. Piotra Drzewieckiego.

Część trzecia książki zatytułowana jest „Cyfrowa rewolucja a komunikacja medialna” i traktuje o przemianach technologicznych, a także społecznych, kulturowych oraz prawnych w świecie cyfrowych oraz audiowizualnych środkach społecznego przekazu. Są to następujące teksty: o fotografii i słowie w prasie, telewizji w analogowym i cyfrowym świecie – ks. dr. Andrzeja Adamskiego, o roli cyfrowych systemów informacyjnych w rozwoju konsumpcjonizmu – dr Aleksandry Gralczyk, a także o mindmappingu jako narzędziu aktywnej i kreatywnej edukacji – dr. Piotra Drzewieckiego.

Media audiowizualne oraz cyfrowe są tak obszernym tematem, iż nie sposób, by prezentowana publikacja stanowiła wyczerpujące opracowanie. Stanowi jednak cenny wkład w wiedzę na ten temat w ujęciu medioznawczym, a także zachętę do podejmowania dalszych badań nad tą dynamiczną przestrzenią mass mediów.

*Redaktorzy*