

<b>Wstęp</b> .....	9
<b>Rozdział 1. Perswazyjne oddziaływanie telewizji</b> .....	13
1.1. Charakterystyka przekazów telewizyjnych .....	13
1.1.1. Struktura strumienia telewizyjnego .....	14
1.1.2. Wiadomość telewizyjna .....	16
1.1.3. Wymagania stawiane twórcom wiadomości .....	18
1.2. Przekaz telewizyjny jako komunikat perswazyjny .....	19
1.2.1. Perswazja a manipulacja .....	20
1.2.2. Postawa jako cel oddziaływania .....	20
1.2.2.1. Struktura postaw .....	21
1.2.2.2. Problem trwałości postaw .....	23
1.2.2.3. Funkcje postaw .....	24
1.2.3. Zmiana postaw pod wpływem telewizji .....	26
1.2.3.1. Zamierzony i niezamierzony wpływ telewizji .....	26
1.2.3.2. Postawy formowane w wyniku kontaktu z przekazami telewizyjnymi .....	28
1.2.4. Koncepcje wyjaśniające perswazyjny wpływ telewizji .....	35
1.2.4.1. Wczesne propozycje teoretyczne .....	35
1.2.4.2. Model szans na rozpracowanie przekazu – ELM .....	37
1.2.4.3. Model wyobraźniowego przenoszenia się w narrację .....	42
1.3. Peryferyjny tor kształtowania postaw wobec treści przekazów telewizyjnych .....	44
1.3.1. Wysoki poziom motywacji widzów do odbioru telewizji .....	44
1.3.1.1. Częstość kontaktu z przekazami .....	45
1.3.1.2. Motywy oglądania telewizji .....	47
1.3.2. Niska zdolność widzów do przetwarzania odebranych treści .....	49
1.3.2.1. Ograniczone możliwości przetwarzania informacji telewizyjnej .....	49
1.3.2.2. Determinanty przetwarzania treści przekazów .....	51
1.3.3. Znaczenie kontekstu dla formowania postaw wobec treści przekazów telewizyjnych .....	55
1.3.3.1. Zależność postaw od kontekstu – efekt asymilacji i kontrastu .....	55
1.3.3.2. Potwierdzenie roli wskazówek kontekstowych w perswazyjnym oddziaływaniu telewizji .....	58

Rozdział 2. <b>Obrona przed perswazyjnym wpływem telewizji</b> .....	61
2.1. Zjawisko obrony przed perswazją .....	61
2.2. Nieufność wobec telewizji i reaktancja psychiczna .....	64
2.2.1. Przyczyny braku zaufania do telewizji .....	65
2.2.2. Obrona totalna – unikanie kontaktu z przekazem .....	68
2.2.3. Zmiana nawyków oglądania telewizji .....	69
2.2.4. Przekorne oceny widzów .....	70
2.3. Odporność na perswazję .....	72
2.3.1. Inercja – brak wrażliwości na wpływ .....	73
2.3.2. Aktywna obrona własnych postaw .....	74
2.3.2.1. Kontrargumentacja .....	75
2.3.2.2. Nabywanie odporności – teoria zaszczeplenia .....	76
2.3.2.3. Krytyczny odbiór telewizji – edukacja medialna .....	77
2.4. Modyfikacja postaw ukształtowanych w kontakcie z przekazem telewizyjnym .....	79
2.4.1. Umysłowa kontaminacja .....	80
2.4.2. Korekta wpływu kontekstu na postawy .....	81
2.4.2.1. Model włączenia/wyłączenia – IEM .....	82
2.4.2.2. Model elastycznej korekty – FCM .....	92
2.4.2.3. Analiza porównawcza koncepcji IEM i FCM .....	101
Rozdział 3. <b>Procesy modyfikacji postaw wobec treści wiadomości     telewizyjnych – badania własne</b> .....	107
3.1. Założenia i hipotezy badawcze .....	107
3.2. Badania wstępne – Przygotowanie eksperymentalnego materiału audiowizualnego .....	112
3.2.1. Badanie 1 – Wpływ kontekstu oceny na postawę wobec treści wiadomości telewizyjnej .....	113
3.2.1.1. Metoda .....	114
3.2.1.2. Procedura .....	120
3.2.1.3. Wyniki badań .....	121
3.2.1.4. Wnioski .....	127
3.2.2. Badanie 2 – Przekonania dotyczące manipulacyjnego wpływu kontekstu włączenia .....	128
3.2.2.1. Metoda .....	129
3.2.2.2. Procedura .....	131
3.2.2.3. Wyniki badań .....	131
3.2.2.4. Wnioski .....	133
3.2.3. Badanie 3 – Przekonania dotyczące manipulacyjnego wpływu kontekstu wyłączenia .....	133
3.2.3.1. Metoda .....	134
3.2.3.2. Procedura .....	135
3.2.3.3. Wyniki badań .....	135
3.2.3.4. Wnioski .....	137

3.3. Eksperyment 1 – Modyfikacja postawy wobec treści wiadomości telewizyjnej jako korekta efektu asymilacji .....	137
3.3.1. Metoda .....	139
3.3.1.1. Osoby badane .....	139
3.3.1.2. Zmienne .....	140
3.3.1.3. Materiały i aparatura badawcza .....	142
3.3.2. Procedura .....	143
3.3.3. Wyniki badań .....	144
3.3.3.1. Korekta efektu asymilacji .....	144
3.3.3.2. Modyfikacja postawy a czas reakcji .....	148
3.3.3.3. Poczucie pewności ocen obiektu postawy .....	151
3.3.4. Dyskusja wyników i wnioski .....	154
3.4. Eksperyment 2 – Modyfikacja postawy wobec treści wiadomości telewizyjnej jako korekta efektu kontrastu .....	160
3.4.1. Metoda .....	162
3.4.1.1. Osoby badane .....	162
3.4.1.2. Zmienne .....	163
3.4.1.3. Materiały i aparatura badawcza .....	164
3.4.2. Procedura .....	165
3.4.3. Wyniki badań .....	166
3.4.3.1. Korekta efektu kontrastu .....	166
3.4.3.2. Modyfikacja postawy a czas reakcji .....	170
3.4.3.3. Poczucie pewności ocen obiektu postawy .....	173
3.4.4. Dyskusja wyników i wnioski .....	174
<b>Podsumowanie</b> .....	181
<b>Bibliografia</b> .....	193
<b>Summary</b> .....	211
<b>Aneks</b> .....	213