

ROZUMIENIE PRZEKAZU AUDIOWIZUALNEGO

Anna Kołodziejczyk, Znaczenie oceny realizmu przekazu dla rozumienia oraz efektów kontaktów z przekazem audiowizualnym . . .	13
Anna Szalkowska, Rozumienie treści komunikatów medialnych w zależności od ich formy, spójności i czasu odtwarzania	37
Agnieszka Trojanowska-Bis, Piotr Francuz, Rozumienie przekazu audiowizualnego zawierającego „tekst taśmowy” (<i>TV-ticker</i>) przez osoby zależne i niezależne od pola	67
Magdalena Szubielska, Rozwój zdolności myślenia metaforycznego u dzieci w okresie średniego dzieciństwa a rozumienie treści obrazowych z okolicy cięć montażowych	87
Magdalena Szubielska, Fluktuacja uwagi wzrokowej na ekranie telewizora a rozumienie filmu niemego przez dzieci przedszkolne	117

Z POGRANICZA PSYCHOLOGII, TEORII FILMU I AKSJOLOGII

Jacek Ostaszewski, W pętli zapomnienia. Analiza narracyjna filmu <i>Memento</i> Christophera Nolana	133
Jolanta Pisarek, Piotr Francuz, Poznawcze i emocjonalne zaangażowanie widza w film fabularny w zależności od typu bohatera . . .	165
Andrzej Wojnach, Nowa telewizja. Wstęp do genologii formatów	189
Jacek Dąbala, Aksjologiczne uwarunkowania telewizji regionalnych . . .	199

PERSWAZJA W MEDIACH AUDIOWIZUALNYCH

Piotr F r a n c u z, Strach i lęk w reklamie politycznej	213
Małgorzata T o r ó j, Formy i funkcje humoru w telewizji	231
Paweł F o r t u n a, Istotne znaczenie nieistotnych „ozdobników”: wplyw informacji kontekstowej na postawę wobec treści wiadomości telewizyjnej	251
Krzysztof S z e w c z a k, Oleg G o r b a n i u k, Cechy strukturalne przekazu reklamowego a zaangażowanie konsumenta	283
Contents	313