

Spis treści

Wstęp

Część I

Psychologia mediów - filar edukacji medialnej

GRZEGORZ PTASZEK

Psychologia mediów - historia, obszar badań i perspektywy

AGNIESZKA OGONOWSKA

Kompetencje medialne i informacyjne jako nowy typ
kompetencji cywilizacyjnych człowieka. Ujęcia modelowe

ANNA KOŁODZIEJCZYK

Media w życiu rodziny. Rodzaje mediacji korzystania z mediów

MARIUSZ MAKOWSKI

Edukacja psychologiczna w serialu HBO Bez tajemnic.
Przez rozrywkę do poznania

Część II

Pułapki medialnej rzeczywistości i psychologia odbioru

KRZYSZTOF MUDYŃ

Fazy materializacji idei na przykładzie postaci Sherlocka Holmesa.
Przyczynek do roli mediów w społecznym konstruowaniu
rzeczywistości

LECH GÓRNIAK

Zaufanie na dobre i na złe? Czynniki wzmacniające i osłabiające
zaufanie do mediów

KONRAD MAJ, PRZEMYSŁAW MATUL

Zobaczyć znaczy uwierzyć? Sugestia i dezinformacja
w przekazie wideo

TATIANA POPADIAK-KULIGOWSKA

Wskaźnik skuteczności telewizyjnego przekazu reklamowego

MAŁGORZATA KUŚPIT

Afektywne i osobowościowe czynniki w percepcji reklamy

Część III

Nowe media i technologie

MAŁGORZATA A. STYŚKO-KUNKOWSKA, MARTA NAJBERT

Wizerunek marki jako pracodawcy w reklamie internetowej:
o roli atrybutów funkcjonalnych i symbolicznych

JULIA ZAJĄC

Własne dobro czy prawdziwa pomoc?
Przykłady nowych form zachowań pomocnych
za pośrednictwem internetu

AGATA PASIKOWSKA

Dialog z wirtualnym i wyobrażonym rozmówcą
jako forma wsparcia i poprawy zdrowia psychicznego

Noty o autorach