

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
Rozdział 1	
Psychologia mediów: geneza, kierunki i metody badań, wpływ na odbiorcę/użytkownika	11
1.1. Geneza psychologii mediów i współczesne inspiracje naukowo-badawcze	12
1.1.1. Prekognitywna koncepcja odbioru filmu	
Hugo Münsterberga	13
1.1.2. Psychologia Gestalt w koncepcji psychologii sztuki	
Rudolfa Arnheima	15
1.1.3. Montaż, prawa umysłu i wyzwalanie emocji	17
1.1.4. Psychoanaliza i media	19
1.1.4.1. Aparat i dyspozytyw	22
1.1.4.2. Psychoanaliza jako metoda interpretacji	24
1.1.5. Pozostałe źródła inspiracji badawczych	26
1.1.5.1. Behawioryzm i teoria społecznego uczenia się	26
1.1.5.2. Paradygmat poznawczy i kognitywizm	30
1.1.5.2.1. Paradygmat poznawczy i ujęcie rozwojowe	32
1.1.5.2.2. Paradygmat poznawczy i koncepcja inteligencji wielorakiej	36
1.1.5.3. Biologiczne podstawy zachowań medialnych człowieka	38
1.1.5.4. Psychologia ewolucyjna i psychologia międzykulturowa w rozwoju <i>homo medialis</i>	38
1.1.5.5. Uczenie się przez działanie i filozofia pragmatyczna Johna Deweya	41
1.2. Psychologia mediów: kluczowe obszary badawcze	42
1.2.1. Psychologia literatury: tematy – metody – kierunki wpływu	47
1.2.2. Psychologia fotografii: przekaz wizualny jako źródło danych psychologicznych	52
1.2.3. Psychologia radia: początki badań psychologicznych nad odbiorem programów radiowych	54

1.2.4. Zaangażowanie widza w przedstawienie teatralne: ujęcie kognitywne	56
1.2.4.1. Psychodrama: wykorzystanie medium teatru w terapii, edukacji i wychowaniu	59
1.3. Metody badań wykorzystywane w psychologii mediów	61
Podsumowanie rozdziału 1	64

Rozdział 2

Media tradycyjne i nowe media: wpływ na odbiorcę i użytkownika	67
2.1. Wpływ społeczny a modelowe sytuacje i strategie komunikacyjne	77
2.2. Konwergencja mediów i performatyzacja zachowań odbiorczych	82
2.2.1. Multitasking medialny: typy i konsekwencje wielozadaniowości	83
2.3. Wpływ mediów na użytkownika a problem przemocy medialnej	85
2.4. Ekran statyczny i dynamiczny w kontekście form aktywności odbiorcy/użytkownika	92
2.4.1. Wpływ ekranów na rozwój dziecka	94
Podsumowanie rozdziału 2	95

Rozdział 3

Reprezentacja, przedstawienie, komunikacja	99
3.1. Reprezentacje poznawcze a reprezentacje medialne	103
3.1.1. Formy i zastosowania reprezentacji w mediach	105
3.1.2. Typy myślenia a rozumienie przekazów medialnych	106
3.1.3. Problem identyfikacji w kontekście reprezentacji medialnych	110
3.2. Kategoria reprezentacji w filozofii i semiotyce	113
3.3. Filozofie reprezentacji a rozumienie przekazu	115
3.4. Problem reprezentacji w badaniach nad nowymi mediami	117
3.5. Komunikologia: kluczowe kierunki badań	119
3.5.1. Sposoby komunikowania się ludzi	121
3.5.2. Formy komunikowania się ludzi	122
3.5.3. Cele komunikowania się	124
3.5.4. Bazowe elementy procesu komunikowania	126
3.6. Współczesna komunikologia i media	126
3.6.1. Teoria użytkowania i korzyści, czyli pytanie o potrzeby społeczne	127
3.6.2. Aktorzy społeczni i sztuka kreowania wrażeń w koncepcji Ervinga Goffmana	127
3.6.3. Brytyjskie studia kulturowe	132
3.6.4. Determinizm technologiczny	133

3.6.4.1. Od globalnej wioski do efektu wioski	134
3.6.5. Inne modele komunikacyjne	135
Podsumowanie rozdziału 3	136

Rozdział 4

Patologiczne formy korzystania z mediów i cyberprzemoc	139
4.1. Zasoby człowieka i ich wpływ na rozwój osobowy	142
4.2. Patologiczne korzystanie z mediów: ujęcie procesualne	144
4.3. Symptomy patologicznego korzystania z mediów	146
4.4. Patologiczne korzystanie z mediów jako reakcja na sytuację stresową	147
4.5. Patologiczne zachowania medialne a cechy nowych mediów	148
4.5.1. Potencjalnie uzależniające cechy gier komputerowych	150
4.6. Siecioholizm: rodzaje patologicznego uzależnienia od Internetu	152
4.6.1. Formy siecioholizmu	153
4.7. Patologiczny hazard i e-hazard	157
4.8. Fonoholizm	158
4.9. Podatność na patologiczne korzystanie z mediów	158
4.10. Dynamika i fazy procesu zmiany w leczeniu	161
4.11. Formy profilaktyki uzależnień medialnych	162
4.11.1. Poziomy i strategie działań profilaktycznych	163
4.11.2. Edukacja medialna jako forma profilaktyki uzależnień	167
4.12. Zagrożenia (w) sieci	171
4.12.1. Przemoc w realu a cyberprzemoc	176
4.13. Model zdrowego życia w świecie nowych technologii	177
Podsumowanie rozdziału 4	178

Rozdział 5

Rola filmu w edukacji psychologicznej i nauczaniu	183
5.1. Film psychologiczny jako narzędzie edukacji	188
5.1.1. Film psychologiczny w świetle wybranych nauk humanistycznych i społecznych	188
5.1.2. Edukacyjna rola filmów zastanych	190
5.1.3. Analiza hermeneutyczna w edukacji psychologicznej	191
5.2. Kierunki pracy z filmem w edukacji formalnej	193
5.3. Edukacja filmowa w rozwoju dziecka	194
5.3.1. Dorośli i opiekunowie jako mediatorzy	
Formy, typy i cele mediacji	195
5.4. „Język” filmu a procesy przetwarzania i zapamiętywania informacji	197
Podsumowanie rozdziału 5	204

Rozdział 6**Psychologia mediów: perspektywy dalszych badań
oraz wpływ na inne nauki społeczne, medyczne i humanistyczne 209**

6.1. Voyeuryzm i ekshibicjonizm: z medycyny i psychologii do filmoznawstwa, medioznawstwa oraz badań kulturowych	209
6.1.1. Voyeuryzm i ekshibicjonizm medialny: poza seksem, seksualnością, erotyką i pornografią	215
6.1.2. Telenowele dokumentalne, <i>reality show</i> i eksperymenty psychologiczne Philipa Zimbardo	218
6.2. Media a zaburzenia zachowania i procesów komunikacji	219
6.2.1. „Człowiek - robot”, „człowiek - interfejs”: komunikacja, interakcja czy technologiczna moda?	224
Podsumowanie rozdziału 6	232

Bibliografia	237
---------------------------	------------

Filmografia	251
--------------------------	------------

Wykaz tabel	253
--------------------------	------------

Indeks nazwisk	255
-----------------------------	------------