

Spis treści

Wstęp	7
Część I	
Psychologia mediów – filar edukacji medialnej	
GRZEGORZ PTASZEK	
Psychologia mediów – historia, obszar badań i perspektywy	13
AGNIESZKA OGOŃSKA	
Kompetencje medialne i informacyjne jako nowy typ kompetencji cywilizacyjnych człowieka. Ujęcia modelowe	35
ANNA KOŁODZIEJCZYK	
Media w życiu rodziny. Rodzaje mediacji korzystania z mediów	49
MARIUSZ MAKOWSKI	
Edukacja psychologiczna w serialu HBO <i>Bez tajemnic</i> . Przez rozrywkę do poznania	71
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	91
LECH GÓRNIAK	
Zaufanie na dobre i na złe? Czynniki wzmacniające i osłabiające zaufanie do mediów	107

KONRAD MAJ, PRZEMYSŁAW MATUL
Zobaczyć znaczy uwierzyć? Sugestia i dezinformacja
w przekazie wideo 125

TATIANA POPADIAK-KULIGOWSKA
Wskaźnik skuteczności telewizyjnego przekazu reklamowego 141

MAŁGORZATA KUŚPIT
Afektywne i osobowościowe czynniki w percepcji reklamy 163

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 185

JULIA ZAJĄC
Własne dobro czy prawdziwa pomoc?
Przykłady nowych form zachowań pomocnych
za pośrednictwem internetu 211

AGATA PASIKOWSKA
Dialog z wirtualnym i wyobrażonym rozmówcą
jako forma wsparcia i poprawy zdrowia psychicznego 231

Noty o autorach 249