

Zawiera m.in.:

Grzegorz Ptasek: 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;

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: 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;

Małgorzata A. Styśko-Kunkowska: Wizerunek marki jako pracodawcy w reklamie internetowej: o roli atrybutów funkcjonalnych i symbolicznych;

Julia Zajac: 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.