


**ЧЕЛОВЕК
КАК СУБЪЕКТ
И ОБЪЕКТ
МЕДИАПСИХОЛОГИИ**



**МЕДИАПСИХОЛОГИИ
И ОБЪЕКТ
КАК СУБЪЕКТ**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Институт человека

Факультет журналистики
Факультет психологии
Философский факультет

ЧЕЛОВЕК КАК СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ МЕДИАПСИХОЛОГИИ

Москва, 2011

Тверской государственный университет



Научная библиотека

00311728

431

Содержание

Предисловие ректора Московского университета В. А. Садовниченко	7
--	---

Раздел I. Медиа в пространстве информационно-коммуникационных технологий

<i>Вартанова Е. Л.</i> Человек и цифровая революция в СМИ: вызовы и проблемы	11
<i>Миронов В. В.</i> Глобальное коммуникационное пространство как фактор трансформации культуры	39
<i>Зинченко Ю. П.</i> Виртуальная реальность в экспериментальной психологии: к вопросу о методологии	58
<i>Засурский Я. Н.</i> Все начинается с контента	76
<i>Асмолов А. Г., Асмолов Г. А.</i> От Мы-медиа к Я-медиа: поиск себя в мире информации	86
<i>Пронина Е. Е.</i> Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы	105
<i>Матвеева Л. В.</i> Актуальные проблемы медиапсихологии.....	151
<i>Петренко В. Ф.</i> Истина и правда публичного слова	169

Раздел II. Человек информационной эры

Вартанова Е. Л.

От человека социального – к человеку медийному?
К вопросу о влиянии СМИ на аудиторию 199

Миронов В. В.

Поп-культура как продукт глобального
информационного пространства 216

Зинченко Ю. П.

Виртуализация реальности: от психологического
инструментария к новой субкультуре 231

Кабрин В. И.

Транскомуникация, нередуктивная психология
и человеческие метаценности 279

Назаретян А. П.

Специфика современной коммуникации в контексте
Универсальной истории: знания массового поражения
и парадигма выживания 297

Дунас Д. В.

Эффект «последней капли»: к вопросу о способности СМИ
оказывать вредное влияние на аудиторию 332

Раскин А. В.

Права человека как психологическая категория 346

Чудова Н. В.

Картина мира и социально-психологическая
адаптированность журналиста 363

Вербицкая Ю. А.

Творчество на грани невроза: стрессогенные аспекты
профессиональной деятельности журналиста 392

Кузнецова Ю. М.
Картина мира и современные технологии:
«легкость бытия» в Интернете 437

Соколова Е. Т.
Современный нарциссизм как медийный
и клинический социокультурный феномен 468

Пронин Е. И., Пронина Е. Е.
Experimentum crucis, или Начала
и перспективы медиапсихологии 504

Раздел III. Информационная открытость и психологическая безопасность

Ениколопов С. Н.
Насилие и массовая коммуникация 555

Зинченко Ю. П.
Масс-медиа как эффективный инструмент
профилактики социально-психологических
факторов развития терроризма 575

Карицкий И. Н.
Эпоха тотального господства СМИ:
воспитание и саморазвитие –
манипуляция и потребление? 595

Пронина Е. Е.
Национальная идентичность
как проблема медиапсихологии 610

Войскунский А. Е.
Актуальные проблемы психологии Интернета 644

6 *Ефимова Л. Л.*
Зарубежный опыт экспертизы информационной продукции
в целях возрастной классификации 658

Сорокина В. В.
Детские игры и игрушки как форма
массовой коммуникации 704

Раздел IV. На стыке наук: грани семиосферы

Петренко В. Ф., Коротченко Е. А.
Образная сфера в живописи и литературе.
Визуальные аналоги литературных тропов 721

Покровский Н. Е.
Границы визуальности и виртуальной реальности:
есть ли они? 764

Козлов В. В.
Проблема объекта в мире массовой коммуникации:
автономная личность или социальная
взаимозависимость 785

Супрун А. П.
Психофонетический анализ текста 804

Об авторах 820