

**Joanna Sosnowska**

*Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II*

## **O MEDIACH I PSYCHOLOGII** **RECENZJA KSIĄŻKI**

**Jerzy Smoleń, *Media i psychologia. Wybrana literatura tematyczna w języku polskim z lat 2000–2011*, Wydawnictwo ABAKUS: Zamość 2012, 100 stron, ISBN 97-883-6188-2336.**

Prezentowana monografia *Media i psychologia. Wybrana literatura tematyczna w języku polskim z lat 2000–2011* pod względem naukowym i wydawniczym jest pionierskim przedsięwzięciem na gruncie polskim. Trzeba przyznać, że jest to przedsięwzięcie trudne, gdyż psychologia mediów w Polsce jest stosunkowo nową subdyscypliną psychologii, która jednak coraz odważniej wypracowuje sobie właściwe miejsce w przestrzeni naukowej. Integruje ona nie tylko inne subdyscypliny psychologii, jak psychologię poznawczą i uczenia się, neuropsychologię, psychologię osobowości, psychologię reklamy i marketingu, psychologię społeczną, psychologię polityczną, psychologię komunikacji, psychologię małżeństwa i rodziny, psychologię pastoralną i wiele innych, lecz także inne dziedziny nauki jak językoznawstwo, kulturoznawstwo, filmoznawstwo, kognitywistykę, socjologię, a nawet teologię, które zajmują się badaniem zachowania jednostki zależnej od komunikacji zarówno indywidualnej, jak i zbiorowej związanej ze środkami komunikacji społecznej.

We wprowadzeniu do monografii autor napisał: „Obecnie obserwowany, wręcz dynamiczny rozwój nowych mediów wyznacza nowe obszary badawcze dla psychologii, która żywo jest zainteresowana ich funkcjonowaniem i oddziaływaniem w przestrzeni społecznej”. Zebrana w monografii bibliografia ukazuje jednak dużo szerszą perspektywę badań psychologii na gruncie medialnym. Stąd nas, zarówno nadawców, jak i odbiorców mediów, cieszy fakt naukowego psychologicznego spojrzenia na zagadnienia psychologii mediów, czego wyrazem jest recenzowana publikacja. Ten imponujący zbiór bibliograficzny został przez autora uporządkowany w dwa bloki obejmujące: monografie i publikacje redakcyjne oraz artykuły. „Znaleźć tutaj można – zaznacza autor – publikacje ze wszystkich subdyscyplin psychologii obejmujących, zarówno pozytywne jak i negatywne, zagadnienia z psychologii mediów, a mianowicie:

- wpływ mediów na potencjalnego odbiorcę, na jego emocje, zachowania, postawy;
- problem uzależnienia od mediów masowych, a zwłaszcza od internetu, telefonu komórkowego, który dotyka zarówno bardzo młodych, jak i starszych odbiorców;
- zagrożenia, jakie płyną z mediów masowych, między innymi manipulacji w mediach, kształtowania niewłaściwych postaw u odbiorców;
- poznawcze elementy oddziaływania mediów masowych;
- wykorzystanie mediów w badaniach, diagnostyce i poradnictwie psychologicznym;
- wykorzystanie mediów masowych w działaniach edukacyjnych osób z niepełnosprawnością zarówno fizyczną, jak i psychiczną;
- aspekty obrony przed wpływem mediów;
- aspekty odpowiedzialnego korzystania z mediów masowych;
- psychologiczne konteksty wykorzystania mediów w relacjach interpersonalnych;
- wykorzystanie mediów w świecie biznesu (reklama);
- media jako narzędzia edukacyjne i wiele innych”.

To tylko zarys całej problematyki psychologii mediów obecnej w recenzowanej publikacji. *Media i psychologia. Wybrana literatura tematyczna w języku polskim z lat 2000–2011* to pozycja bardzo cenna, pozwalająca nie tylko bardzo szybko skompletować bibliografię do tworzenia prac naukowych, ale także będąca inspiracją do nowych perspektyw badawczych. Zawarty w niej materiał obejmuje wybraną współczesną, najnowszą literaturę przedmiotu: 285 pozycji książkowych i ponad 500 artykułów z lat 2000–2011. Dlatego autorowi należą się podziękowania za ogrom tytanicznej, czasochłonnej pracy i gratulacje dokonanego dzieła. Sam wybór zaprezentowanej literatury bardzo wyraźnie świadczy o jego kompetencjach psychologicznych i medialnych, o intelektualnym, naukowym wyczuciu omawianej problematyki i zaangażowaniu się autora w ten nurt naukowej refleksji psychologiczno-medialnej.

Ks. dr Jerzy Smoleń, psycholog, od lat zajmuje się problematyką psychologii komunikacji, w której – szczególnie w ostatnich czasach – media stanowią istotne miejsce. Jego dotychczasowy dorobek naukowy wyraźnie pokazuje, że media wpływają na relacje międzyludzkie zarówno pozytywnie, jak i negatywnie. To one przyczyniają się do budowania bądź niszczenia wzajemnych interpersonalnych relacji. To one wpisują się coraz mocniej w przestrzeń ludzkiego funkcjonowania. Stąd zainteresowanie psychologii tą dziedziną jest jak najbardziej zasadne, co pokazuje recenzowana publikacja ks. dr. Jerzego Smolenia.

Układ alfabetyczny oprócz funkcji porządkującej jest również spojrzeniem na krąg naukowców zajmujących się badaniem psychologii mediów. Cieszy fakt, iż w przestrzeni naukowego spojrzenia na psychologię mediów polskie środowiska naukowe już wypracowały sobie cenione (zarówno w kraju, jak i za granicą) nazwiska, których dorobek został wyraźnie zaznaczony w powyższym opracowaniu i stanowi imponującą część całości zagadnień z psychologii mediów.

Publikacja *Media i psychologia. Wybrana literatura tematyczna w języku polskim z lat 2000–2011* może służyć jako bibliograficzny podręcznik nie tylko dla studentów różnych kierunków studiów, a w szczególności dla studentów dziennikarstwa, psychologii, komunikacji społecznej, pedagogiki mediów, reklamy czy *public relations*, ale także dla tych, którzy refleksją naukową zajmują się mediami i psychologią na co dzień.