

المحتويات

الصفحة

الموضوع

البَطْنِ الأَوَّل

15

مبادئ ومفاهيم علم النفس الإعلامي

17

1. مقدمة

17

2. ميادين علم النفس

19

1- علم النفس العام.

19

2- علم الإدارة.

20

3- علم الاجتماع.

20

4- علم الاقتصاد.

20

5- علم الإنسان.

20

3. علم النفس الاجتماعي

22

3-1: تعريف علم النفس الاجتماعي.

23

3-2: أهداف علم النفس الاجتماعي.

23

3-3: أهمية علم النفس الاجتماعي.

26

3-4: علاقة علم النفس الاجتماعي بالعلوم الأخرى.

27

4. تعريف الإعلام.

29

5. عناصر الإعلام.

30

6. أسس الإعلام.

30

7. المبادئ الأساسية في الإعلام

34

8. من هو الشخص الإعلامي؟

34

9. مجالات الإعلام.

34

1. العلاقات العامة.

35

2. الإعلان.

38

3. الدعاية.

38

10. أهمية الإعلام.

40

11. تعريف علم النفس الإعلامي **Informational Psychology**

41

12. علم النفس الإعلامي وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى:

41

1. علاقة علم النفس الإعلامي بعلم نفس المستهلك.

41

2. علاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس الإداري.

42

3. علاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس التجاري.

42

4. علاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس الاجتماعي.

42

5. علاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس الاجتماعي.

43

13. أهداف علم النفس الإعلامي.

45

البَطْنِ الثاني

سيكولوجية وسائل الإعلام

47

المقدمة.

47

1- وسائل الإعلام.

47

أولاً- الوسائل المقروءة:

47 1. الكتاب.

48 2. الإعلام باستخدام الصحف.

50 3. الإعلام باستخدام النشرات.

50 4. اللافتة.

51 5. الملصقات.

51 6. المطوية

52 ثانياً- وسائل الإعلام مسموعة وسمع بصرية

52 1. الإعلام الإذاعي.

54 2. الإعلام التلفزيوني.

56 3. الإعلام السينمائي.

60 ثالثاً- الانترنت.

الفصل الثالث

65

الحرب النفسية ووسائل الإعلام

67 1. مقدمة.

70 2. تعريف الحرب النفسية.

76 3. مصطلحات العمليات النفسية.

79 4. مشاهير الحرب النفسية.

80 5. خصائص الحرب النفسية.

- 81 6. مهام الحرب النفسية.
- 83 7. أهداف الحرب النفسية.
- 86 8. مدارس الحرب النفسية الإعلامية.
- 87 9. وسائل الحرب النفسية.
- 87 - غسيل الدماغ.
- 96 - والدعاية.
- 107 - والإشاعة.

البُنى الرابع

- 121 **بناء الرسالة الإعلامية وتنظيمها**
- 123 مقدمة.
- 123 1- مفهوم الرسالة الإعلامية.
- 125 2- كيفية صياغة الرسالة الإعلامية.
- 126 3- العوامل المساعدة على تحديد الرسالة.
- 126 4- تحديد مستوى الرسالة.
- 128 5- أنواع الرسائل الإعلامية.
- 129 6- عوامل نجاح الرسالة الإعلامية.
- 132 7- تأثير الرسالة الإعلامية على الملتقى.

135

الاتصال والتواصل في علم النفس الإعلامي

137

مقدمة

138

1: الاتصال والتواصل

139

1- مفهوم الاتصال.

143

2- عناصر الاتصال.

144

3- أهمية الاتصال.

146

4- أنواع الاتصال (Communication Types)

146

4-1- الاتصال الذاتي Intrapersonal Communication

147

4-2- الاتصال الشخصي Interpersonal Communication

148

4-3- الاتصال الجمعي Group Communication

148

4-4- الاتصال التنظيمي.

148

4-5- الاتصال الجماهيري.

150

4-6- الاتصال الثقافي (Intercultural Communication)

152

5- نماذج الاتصال (Communication Models)

152

(أ) النموذج الخطي أو أحادي الاتجاه (Linear Model)

154

(ب) النموذج التبادلي (أو ثنائي الاتجاه) (Interactive { Dual } Model)

156

(ج) نموذج الاتصال التفاعلي (Interactive Model)

157

6- أهداف.... أم وظائف الاتصال؟

158

6-1: أهداف الاتصال

- 160 2-6: الوظائف الاتصالية في مجال التنمية النفسية والاجتماعية.
- 164 7- خصائص الاتصال (Communication Characteristics)
- 166 8- أغراض الاتصال (Communication Purposes)
- 171 9- كفاءة الاتصال (Communication Proficiency)
- 173 10- تمرينات على الاتصال الجيد
- 175 11- مهارات الاتصال الفعال
- 176 12- معوقات الاتصال.
- 178 13- نظريات الاتصال.
- 179 1. نظرية الرصاصة.
- 179 2. نظرية التأثير التراكمي
- 179 3. نظرية التطعيم أو التلقيح
- 180 4. نظرية التأثير على مرحلتين
- 180 5. نظرية تحديد الأولويات
- 180 6. نظرية حارس البوابة
- 181 7. نظرية الإشباع.

الفصل السادس

187 الحوار والإقناع والتفاوض والقدرات التفاوضية

في علم النفس الإعلامي

- 189 أولاً- الحوار.
- 194 ثانياً- الإقناع.

213 ثالثاً- التفاوض والقدرات التفاوضية.

الفصل السابع

227

الضغوط النفسية والاحتراق النفسي في العمل الإعلامي

- 229 1. ماهية الضغوط العمل النفسية
- 232 2. تعريف الضغوط النفسية.
- 233 3. نظريات الضغط النفسي.
- 234 4. أنواع الضغوط النفسية.
- 237 5. مصادر الضغوط النفسية.
- 242 6. مؤشرات التوتر وضغوط العمل والإجهاد الإداري الإعلامي.
- 247 7. الاحتراق النفسي لدى الإعلاميين.

الفصل الثامن

251

القيادة والإدارة في علم النفس الإعلامي

- 253 مقدمة.
- 253 1. تعريف القيادة:
 - 256 الاختلاف بين المدير والقائد.
 - 256 2. أهمية القيادة.
 - 258 3. الفرق بين القيادة والإدارة.
 - 259 4. نظريات القيادة الإدارية.
 - 259 1- نظرية الرجل العظيم.
 - 260 2- نظرية السمات.

- 262 3- النظرية السلوكية
- 264 4- نظرية الموقف (الشرطة) في القيادة.
- 267 5. نظرية القيادة التبادلية.
- 271 6. الصفات الشخصية للقائد الإعلامي.
- 274 7. اختيار القادة الإداريين للمؤسسات الإعلامية.
- 276 8. المهارات الأساسية للقائد الإعلامي.
- 279 **المراجع باللغة العربية والأجنبية**