



www.massira.jo

علم النفس الإعلاني

Media Psychology

الدكتور
سامي محسن ختاتنة
كلية العلوم التربوية - جامعة مؤتة



رقم التصنيف : 302.2
المؤلف ومن هو في حكمه : سامي محسن ختاتنة
عنوان الكتاب : علم النفس الإعلامي
رقم الإيداع : 2014/8/3877
الواصفات : الإعلام/ علم النفس
بيانات الناشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان - الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على اشرطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system, without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2010م - 1431هـ

الطبعة الثانية 2015م - 1436هـ



عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والاضراج بالدار - دائرة الانتاج

www.massira.jo

علم النفس الإعلاني

Media Psychology

الدكتور
سامي محسن خاتنة
كلية العلوم التربوية - جامعة مؤتة



الفهرس

11 المقدمة

الفصل الأول

مفهوم علم النفس الإعلامي وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى

15 المقدمة

15 ميادين علم النفس

17 علم النفس الاجتماعي

20 تعريف الإعلام

21 عناصر الإعلام

22 مجالات الإعلام

23 أهمية الإعلام

24 تعريف علم النفس الإعلامي

25 علم النفس الإعلامي وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى

27 أهداف علم النفس الإعلامي

الفصل الثاني

سيكولوجية وسائل الإعلام

31 المقدمة

31 وسائل الإعلام

31 أولاً: الوسائل المقروءة

37 ثانياً: وسائل مسموعة وسمع بصرية

59 ثالثاً: وسائل عملية

الفصل الثالث

بناء الرسالة الإعلامية وتنظيمها

65	الرسالة الإعلامية
67	عوامل نجاح الرسالة الإعلامية
68	الرسالة الإعلامية الإقناعية
68	أولاً: التكرار
69	ثانياً: التنوع
70	ثالثاً: استمالات التهديد او التخويف
71	رابعاً: استثارة التوقعات الاجتماعية
71	خامساً: اعادة تشكيل المعرفة
72	تنظيم الرسالة الإعلامية

الفصل الرابع

الاتصال والتواصل في علم النفس الإعلامي

79	مفهوم الاتصال
80	أهداف الاتصال
81	أنواع وأشكال الاتصالات
81	أولاً: حسب درجة الرسمية
81	ثانياً: حسب وسيلة الاستقبال
83	ثالثاً: حسب شكل الاتجاه
84	رابعاً: حسب جهة الاتصال
86	عناصر الاتصال
90	نظريات الاتصال
90	أولاً: نظرية التأثير المباشر
90	ثانياً: نظريات التأثير الانتقائي
93	ثالثاً: نظريات التأثير غير المباشر
93	رابعاً: نظريات الاتصال الاقناعي

- 97..... خامساً: نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع
97..... معوقات الاتصال
99..... مهارات الاتصال الفعال

الفصل الخامس

اللغة والإقناع في علم النفس الإعلامي

- 107..... اللغة الإعلامية
107..... علم النفس واللغة
110..... التأثير والتأثير المتبادلان بين اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية
111..... الفصحى المشتركة للغة الحضارة الإعلامية
112..... علاقة وسائل الإعلام باللغة
114..... لغة الإعلام وآثارها في تنمية اللغة
118..... مهارات تساعد على جعل اللغة أكثر تأثيراً وإقناعاً للآخرين
124..... لغة ميتا ودورها في الإعلام
126..... الإقناع في الإعلام ومثال عليه علاج الإدمان

الفصل السادس

الحرب النفسية ووسائل الإعلام

- 133..... تعريف الحرب النفسية
135..... مشاهير الحرب النفسية
136..... أهداف الحرب النفسية
138..... مدارس الحرب النفسية الإعلامية
138..... وسائل الحرب النفسية

الفصل السابع

الضغوط النفسية والاحتراق النفسي في العمل الإعلامي

- 151..... تعريف الضغوط النفسية
152..... مقدار الضغط النفسي المناسب
156..... نظريات الضغط النفسي

158.....	أنواع الضغوط النفسية
161.....	مصادر الضغوط النفسية
166.....	مؤشرات ضغوط العمل الإعلامي
168.....	الاحترق النفسي لدى الإعلاميين

الفصل الثامن

سيكولوجية الجمهور ووسائل الإعلام

173.....	المقدمة
173.....	خصائص الجمهور
174.....	نظريات تفسير اتجاهات الجمهور لوسائل الإعلام
174.....	أولاً: نظرية التوازن المعرفي واستخدام وسائل الإعلام
176.....	ثانياً: نظرية الاتساق المعرفي/ الوجداني
178.....	ثالثاً: نظرية الائتلاف أو الانسجام
179.....	رابعاً: نظرية الاستخدامات والإشباع
179.....	خامساً: نظرية اللعب في الاتصال الجماهيري
181.....	سادساً: نظرية الحاجات والدوافع
185.....	اعتماد الفرد على وسائل الإعلام

الفصل التاسع

القيادة والإدارة في علم النفس الإعلامي

191.....	مفهوم القيادة
193.....	الفرق بين القيادة والإدارة
193.....	أنواع القيادة الإعلامية
196.....	الصفات الشخصية للقائد الإعلامي
200.....	المهارات الأساسية للقائد الإعلامي

الفصل العاشر

مهارات في علم النفس الإعلامي

209.....	السلم الفني للمهارات الإعلامية
----------	--------------------------------

- أولاً: مهارة تحليل العمل الإعلامي 210
ثانياً: مهارة المقابلة الإعلامية 217
ثالثاً: مهارة حل المشكلات واتخاذ القرار 221
رابعاً: مهارة إدارة الوقت للرجل الإعلامي 226
خامساً: مهارة التعامل مع الصراع في العمل الإعلامي 229

الفصل الحادي عشر

مستقبل وسائل الإعلام

- مستقبل العنف في الإعلام الاستعراضي 235
المستقبل والقرية العالمية 236
العمل عن بعد 238
التجارة الإلكترونية والمستقبل 238
الصحافة الإلكترونية 239
ألعاب الفيديو والمستقبل 239
التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام 240
المعرفة ووسائل الإعلام والمستقبل 240
القيم ووسائل الإعلام والمستقبل 241

الفصل الثاني عشر

مفاهيم في علم النفس الإعلامي

- أولاً: التخطيط الإعلامي 245
ثانياً: الثقافة الإعلامية 251
ثالثاً: الفكرة الإعلامية 252
رابعاً: خصائص رجل الإعلام 253
خامساً: حرية التعبير 254
سادساً: الإعلام التربوي 255
سابعاً: العولمة الإعلامية 266
ثامناً: الاتصال الجماهيري 269

الفهرس

270.....	تاسعاً: الحصانة النفسية
272.....	عاشراً: التدريب الإعلامي
273.....	المراجع