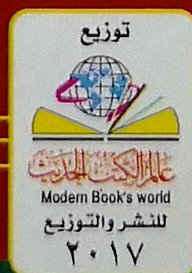


الدعاية والاعلام



الدكتور حسن طوالبه





المحتويات

الصفحة

الموضوع

١	تقديم
٣	تجربتي في الإعلام
	الباب الأول
٢٣	الإعلام والدعاية في الحرب
٢٥	الفصل الأول: الإعلام والدعاية في الحرب العراقية - الإيرانية
٢٥	١- مقدمة في الإعلام والدعاية
٢٩	٢- صورة مقارنة لوسائل الإعلام في ايران والعراق خلال الحرب ١٩٨٠ - ١٩٨٨
٣٦	٣- وسائل أخرى في الدعاية
٥١	٤- الاصدقاء والاعوان في الداخل والخارج
٥٣	الفصل الثاني: الحرب النفسية بين البلدين المتحاربين
٥٣	أولاً: الاهداف المتوخاة من الحرب النفسية
٧٠	ثانياً: أسس ومرتكزات الدعاية في ايران والعراق
١٠٤	ثالثاً: الإعلام والدعاية الموجهة إلى الداخل
١١٥	الفصل الثالث: موقف الإعلام العربي والعالمي من الحرب العراقية - الإيرانية
١١٥	مقدمة في الإعلام العالمي
١٢٢	موقف الإعلام العربي

- ١٢٦ موقف الإعلام في دول العالم الثالث
- ١٢٨ موقف أجهزة الإعلام الغربي والصهيوني
- ١٣٧ الثوابت في موقف الإعلام الغربي
- ١٤٣ صيغ مجابهة الإعلام المضاد
- ١٦٥ الفصل الرابع: الإعلام والدعاية في العدوان الأمريكي على العراق ١٩٩١
- ١٦٦ أولاً: تبعية الإعلام في الغرب
- ١٦٩ ثانياً: الهيمنة الإعلامية الغربية وتبعية إعلام البلدان النامية
- ١٧١ ثالثاً: تعامل الإعلام الغربي مع أحداث العالم
- ١٧٧ رابعاً: الإعلام الغربي والعدوان على العراق
- ١٨٩ خامساً: الإعلام العراقي ومجابهة الدعاية المضادة
- ١٩٥ الفصل الخامس: الرأي العام والعلاقات العامة
- ١٩٥ المبحث الأول: الرأي العام
- ١٩٥ ١- مقدمات أولية في الرأي العام
- ٢٠٩ ٢- أهداف مخاطبة الرأي العام العربي
- ٢١٧ ٣- النتائج المتحققة
- ٢٠٦ المبحث الثاني
- ٢٢٤ المبحث الثالث: الرأي العام الإيراني
- ٢٢٤ ١- الحوار العلني بين صدام حسين وخميني
- ٢٢٩ ٢- وسائل وأساليب الاتصال
- ٢٣٢ ٣- الهدف من مخاطبة الرأي العام الإيراني

٢٤٧ المبحث الرابع: "العلاقات العامة نحو فهم أدق لدورها"

٢٤٧ ١- تاريخها

٢٥٠ ٢- تعريفها وأهدافها

٢٥٢ ٣- صفاتها وعملها

٢٥٤ ٤- نحو مفهوم أدق إلى العلاقات العامة في العراق

الباب الثاني

٢٦٣ ثورة الاتصالات والعولمة الثقافية والإعلامية

٢٦٥ الفصل الأول: الإعلام المرئي

٢٦٥ ١- الفضائيات بين التجريح والمدح

٢٨٩ ٢- أثر الفضائيات في التماسك الاجتماعي العربي

٣٠٧ ٣- البث التلفزيوني الفضائي وتأثيره على الدول النامية

٣١٥ الفصل الثاني: العولمة الثقافية والإعلامية

٣١٥ ١- العولمة دراسة في المضامين والأهداف

٣١٨ المبحث الأول: المفهوم والمنطلقات

٣١٨ ١- تعريف العولمة

٣٢٥ ٢- العولمة مصطلح حديث أم قديم؟

٣٢٩ المبحث الثاني: مضامين العولمة وأبعادها

٣٢٩ ١- العولمة الاقتصادية

٣٣٩ ٢- العولمة السياسية

٣٤٥ ٣- العولمة الثقافية

٣٥٠ ٤- العولمة الإعلامية

المبحث الثالث: العولمة والأمركة والعرب ٣٥٥

١- أمركة العالم من خلال العولمة ٣٥٥

٢- العولمة بين الرفض والقبول ٣٦٢

٣- رؤية عربية قومية في العولمة ٣٦٤

٢- ثقافة السلام ودلالات اللفظ والمضمون ٣٧١

٣- أي ثقافة نريد ٣٨٩

٤- التطبيع الثقافي: المخاطر والمواجهة ٤٠٣

الباب الثالث ٤١٥

قضايا إعلامية معاصرة

الفصل الأول: الإعلام العربي قضايا ومشكلات ٤١٧

١- مؤشرات أساسية حول مشكلات الإعلام في الاقطار ٤١٧

العربية والعالم الثالث

٢- نحو تخطيط الإعلام العربي ٤٣١

٣- الإعلام الثوري والكادر المطلوب ٤٥٧

٤- الإعلام البترولي خلفيات وأفاق ٤٧٠

الفصل الثاني: الأمانة في القول والتعبير ٤٨١

١- الامانة الصحفية والالتزام القومي ٤٨١

٢- الكلمة ومخاطر إستعمالها في حياتنا اليومية ٤٨٤

٣- الحرب النفسية والتخريب الداخلي ٤٩٣

٤- إستقطاب الافراد مقدمة لاستقطاب الدول ٤٩٧