

الفصل الأول: مفهوم علم النفس الإعلامي وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى

المقدمة
ميادين علم النفس
علم النفس الاجتماعي
تعريف الإعلام
عناصر الإعلام
مجالات الإعلام
أهمية الإعلام
تعريف علم النفس الإعلامي
علم النفس الإعلامي وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى
أهداف علم النفس الإعلامي

الفصل الثاني: سيكولوجية وسائل الإعلام

المقدمة
وسائل الإعلام
أولاً: الوسائل المقروءة
ثانياً: وسائل مسموعة وسمع بصرية
ثالثاً: وسائل عملية

الفصل الثالث: بناء الرسالة الإعلامية وتنظيمها

الرسالة الإعلامية
عوامل نجاح الرسالة الإعلامية
الرسالة الإعلامية الإقناعية
أولاً: التكرار
ثانياً: التنوع
ثالثاً: استمالات التهديد او التخويف
رابعاً: استثارة التوقعات الاجتماعية
خامساً: إعادة تشكيل المعرفة
تنظيم الرسالة الإعلامية

الفصل الرابع: الاتصال والتواصل في علم النفس الإعلامي

مفهوم الاتصال
أهداف الاتصال
أنواع وأشكال الاتصالات
أولاً: حسب درجة الرسمية
ثانياً: حسب وسيلة الاستقبال
ثالثاً: حسب شكل الاتجاه
رابعاً: حسب جهة الاتصال
عناصر الاتصال
نظريات الاتصال
أولاً: نظرية التأثير المباشر
ثانياً: نظريات التأثير الانتقائي
ثالثاً: نظريات التأثير غير المباشر
رابعاً: نظريات الاتصال الإقناعي
خامساً: نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع
معوقات الاتصال
مهارات الاتصال الفعال

الفصل الخامس: اللغة والإقناع في علم النفس الإعلامي

اللغة الإعلامية
علم النفس واللغة
التأثر والتأثير المتبادلان بين اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية
الفصحى المشتركة للغة الحضارة الإعلامية
علاقة وسائل الإعلام باللغة
لغة الإعلام وأثرها في تنمية اللغة
مهارات تساعد على جعل اللغة أكثر تأثيراً وإقناعاً للآخرين
لغة ميتا ودورها في الإعلام
الإقناع في الإعلام ومثال عليه علاج الإدمان

الفصل السادس: الحرب النفسية ووسائل الإعلام

تعريف الحرب النفسية
مشاهير الحرب النفسية
أهداف الحرب النفسية
مدارس الحرب النفسية الإعلامية
وسائل الحرب النفسية

الفصل السابع: الضغوط النفسية والاحتراق النفسي في العمل الإعلامي

تعريف الضغوط النفسية
مقدار الضغط النفسي المناسب
نظريات الضغط النفسي
أنواع الضغوط النفسية
مصادر الضغوط النفسية
مؤشرات ضغوط العمل الإعلامي
الاحتراق النفسي لدى الإعلاميين

الفصل الثامن: سيكولوجية الجمهور ووسائل الإعلام

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

الفصل التاسع: القيادة والإدارة في علم النفس الإعلامي

مفهوم القيادة
الفرق بين القيادة والإدارة
أنواع القيادة الإعلامية
الصفات الشخصية للقائد الإعلامي
المهارات الأساسية للقائد الإعلامي

الفصل العاشر: مهارات في علم النفس الإعلامي

السلم الفني للمهارات الإعلامية
أولاً: مهارة تحليل العمل الإعلامي
ثانياً: مهارة المقابلة الإعلامية
ثالثاً: مهارة حل المشكلات واتخاذ القرار
رابعاً: مهارة إدارة الوقت للرجل الإعلامي
خامساً: مهارة التعامل مع الصراع في العمل الإعلامي

الفصل الحادي عشر: مستقبل وسائل الإعلام

مستقبل العنف في الإعلام الاستعراضي
المستقبل القرية العالمية
العمل عن بعد
التجارة الإلكترونية والمستقبل
الصحافة الإلكترونية
ألعاب الفيديو والمستقبل
التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام
المعرفة ووسائل الإعلام والمستقبل
القيم ووسائل الإعلام والمستقبل

الفصل الثاني عشر: مفاهيم في علم النفس الإعلامي

أولاً: التخطيط الإعلامي
ثانياً: الثقافة الإعلامية
ثالثاً: الفكرة الإعلامية
رابعاً: خصائص رجل الإعلام
خامساً: حرية التعبير
سادساً: الإعلام التربوي
سابعاً: العولمة الإعلامية
ثامناً: الاتصال الجماهيري
تاسعاً: الحصانة النفسية
عاشراً: التدريب الإعلامي
المراجع