

علم النفس الإعلامي

MEDIA PSYCHOLOGY

وصف المقرر:

يركز هذا المقرر على دراسة التفاعل بين الإنسان ووسائل الإعلام من منظور نفسي، مع تحليل كيفية تأثير المحتوى الإعلامي على الإدراك، الانفعالات، الاتجاهات، والسلوكيات. يتناول المقرر الأساس النظري لعلم النفس الإعلامي، ويعرض نماذج بحثية حول تأثير الإعلام التقليدي والرقمي، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات، والألعاب الإلكترونية. كما يدمج بين الجانب النظري والتطبيقي عبر مناقشة حالات دراسية وأبحاث معاصرة.

أهداف المقرر:

- تعريف الطالبة بالمفاهيم الأساسية لعلم النفس الإعلامي وتطوره.
- دراسة العمليات النفسية المرتبطة بالعرض لوسائل الإعلام.
- تحليل تأثير الإعلام على الاتجاهات والسلوكيات الفردية والجماعية.
- تطوير القدرة على نقد وتفسير الظواهر الإعلامية من منظور نفسي.
- ربط النظريات النفسية بالتطبيقات العملية في الإعلام المعاصر.

المخرجات المتوقعة:

- فهم شامل للعمليات النفسية المرتبطة بالتأثير الإعلامي.
- القدرة على تحليل السلوكيات الإعلامية للجمهور وتفسيرها.
- تطبيق المفاهيم والنظريات النفسية في دراسة الحملات الإعلامية والإعلانية.
- إعداد بحوث أو مشاريع تطبيقية في مجال علم النفس الإعلامي.
- اكتساب وعي نقدي بتأثيرات الإعلام على الفرد والمجتمع.

المحاور التفصيلية المقترحة:

1. مقدمة في علم النفس الإعلامي: المفهوم والتطور.
2. العمليات الإدراكية والانفعالية في التفاعل مع الإعلام.
3. نظريات التأثير الإعلامي (مثل نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاستخدامات والإشباعات).
4. الإعلام وتشكيل الاتجاهات والقيم.
5. تأثير الإعلانات والرسائل المقنعة على السلوك.
6. الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي: التأثيرات النفسية.
7. الإعلام والأطفال: التأثيرات المعرفية والانفعالية.
8. الألعاب الإلكترونية والواقع الافتراضي من منظور نفسي.