



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بغداد / كلية الإعلام / قسم الصحافة



أسئلة الامتحانات النهائية للعام الدراسي ٢٠٢٢ / ٢٠٢٣

انموذج (١)

المادة: علم النفس الاجتماعي
في الدراسات الإعلامية
الزمن: ثلاث ساعات
المرحلة: الثانية

الدلائل
معها
موجودة

تنويه : الاجابة عن أربعة اسئلة وتوزيع الدرجة بالتساوي لكل سؤال خمسة عشر درجة

س١/ اجب عن احد الفرعين :

- أ - عدد ميادين علم النفس الإعلامي مع الشرح بالتفصيل ؟
ب - وضح مع الشرح انموذج شومول وانموذج نيقوسيا ؟

س٢/ اجب عن احد الفرعين :

- أ - عدد النظريات الشخصية ثم اشرح ثلاثة منها ؟
ب - ما هي العوامل المؤثرة في نمو الاتجاهات الإعلامية عددها مع شرح أربعة منها ؟
س٣/ أجب عن احد الفرعين :

- أ - ان المعرفة الشاملة للمهن ليس هي المهمة لدى الاخصائي النفسي بقدر ما يهمة تصنيف المهن بصورة تتناسب مع المعطيات النفسية ،ولهذا التصنيف ابعاد ثلاثة انكرها مع شرح ؟
ب- يتناسب الموقف ودراسة الدافعية ، وضح علاقه الدافعية بسلوك الإعلامي مع التعداد ؟

س٤/ قسم العالم ابراهام ماسلو الحاجات الإنسانية الى خمس مستويات عددها مع الشرح ؟

س٥/ تحدد بعض الملاحظات حول الشخصية والاستفادة من دراستها في موقع العمل ، عدد نمط الشخصية وأثره في سلوكية العمل الإعلامي مع الشرح بالتفصيل ؟

مع تمنياتي بالنجاح

مدرس المادة

ا.م.د.نوح عزالكين عبدالرزاق



رئيس القسم
ا.د. أزهار صبيح

س ١ / ج ١ /

علم النفس العام . علم النفس الاجتماعي . علم الاقتصاد . علم الادارة .
علم الانسان.

ج ب /

نموذج شومول : و يبحث في سلوكيات المستهلك الاعلامي و دوافعه
ورغبته وحاجته وتوافقاته كالمؤثرات الشفهية المستهلك الاعلامي
الاجتماعية لسلوك العمل و تتأثر الشخصية بالمنتجات و الصور الذهنية
المتكونة على المجال الذي يرغبه في عمله كالخبرات السابقة و ثقته بنفسه
و يمر صنع القرار النهائي في شخصية الاعلامي الاجتماعية من خلال
رغبته و تصوراته و كذلك الظروف الخارجية ومتغيراتها و الامور
المرتبطة بثقة الاعلامي و كذلك ثوابت تقديم الخدمة الاعلامية وكذلك
نوع الخدمة المقدمة من المستهلك في المكان الذي يقصده .

نموذج نيوقوسيا: تناول سمات الشراكة او المنظمة او المؤسسة الاعلامية
و كذاك نزعات المستهلك من خلال سمات الشراكة او المنظمة بغية تتبع
سير الرسالة الى ان تصل الى المستهلك الذي يتأثر بالموقف و ايضا
نزعات المستهلك تبدا عملية تصميم البث و الوسائل و العلاقات التي قد
تخلق دافعية لاتخاذ القرار منها : * سلوك الشراء * تخزين معلومات
و خبرة في ذاكرة المستهلك * انطباعات و صور ذهنية للمستهلك .

س ٢ / ج ١ /

١_ نظرية ايزنك : وتتخذ ثلاث ابعاد * بعد الانفتاح * بعد الاضطراب
النفسي * بعد الانطواء

٢_ نظرية التحليل النفسي .

٣- النظريات النفسية الاجتماعية .

٤_ نظرية السمات

٥_ نظرية مراحل الرشد

٦_ نظرية النضج

٧_ النظريات الانسانية

ج ب /

هناك عدة عوامل * تأثير التعليم * تأثير الاسرة * تأثير الاصدقاء * تأثير العمل * دور وسائل الاعلام و الدعاية * الجاذبية الشخصية

س ٣ / ج ١ /

١_ الاهداف :النشاط يتجه نحو غاية او هدف بمعنى يميل الى التدقيق نحو الاشياء او الاشخاص او الافكار

٢_ الوساطة :الايحاء المادي الذي يمارس فيه الفرد النشاط المعنوي ، يوصف الفرد العمل في المعادن اكثر من الخشب او الزراعة اكثر من الصيد وهو يعبر عن الذوق او الاهتمام بمجال العمل و ادوات العمل

٣_ مستوى الكفاية : نوعية وكمية العمل المقدم و التأثير الذي يمكن ان يمارسه الفرد على العاملين الاخرين مثل التعليم والتنظيم و القيادة و من الممكن في نفس النشاط ان يكون المرء واقعيا لقيمه و خبرته

ج ب / ٨ * الدافعية و السلوك * الاستجابة للحاجات * الاستجابة لدفع محفز * اسلوب التخلص من ضغط العمل * التعبير عن الموقف و الاوضاع عمليا * تحديد الهدف من السلوك * تحديد زمن و مكان وممارسة السلوك * الدخول في خبرات جديدة

س ٤ / ج ١ /

١_ الحاجات الى الامن و الاستقرار

٢_ الحاجات الفلسجية

٣_ الحاجات الاجتماعية

٤_ الاحترام و التقدير

٥_ تحقيق او توكيد الذات : من خلال الخطوات النظرية * البحث عن اشباع الحاجات غير المشبعة هي حاجة مؤثرة في السلوك يسعى الفرد لأشباع حاجاته في مستوى اعلى فأن هذا يعني ان حاجاته الدنيا مشبعة * اشباع الحاجات ذات الاولوية .

س ٥ / ج

١_ المظهر الجسمي و القدرة على التفاعل الذهني

٢_ التطور للفرد و التحصيل الدراسي والبيئة التي يعيش فيها الفرد

٣_ السمات الشخصية

٤_ فهم و تفسير حياة الفرد

٥_ تحليل ديناميكية الفرد

٦_ تحديد الانفعالات و الاتجاهات و تقييم عواطفه

٧_ المعرفة بمحيطه الداخلي و الخارجي

٨_ المعرفة بنقاط القوة و الضعف و المشتركات و يمكن تشخيصها من خلال التحليل :التفسير . التركيب . التشخيص . التنبؤ . المقابلة . التتبع .