

الفهرس

5 الفصل الأول: نظريات ومناهج الإعلام
5 مقدمة
8 التغيير الاجتماعي والعالمي
14 أطلس الإعلام العالمي
17 الفصل الثاني: تكنولوجيا الكلمة
19 الحروف الإغريقية للكتابة
22 الكتب عند المصريين القدماء والرومان والإغريق
24 المطبعة
29 الطباعة والناس
33 الإمبراطورية والتلغراف والأخبار
36 الراديو
40 السينما والتلفزيون
45 الكمبيوتر والإعلام الاجتماعي
47 التداخل الإعلامي
48 التوزيع الاجتماعي للمعرفة
49 الفصل الثالث: نظرة كونية
50 وصف التغيير الاجتماعي
55 احتكار المعرفة
59 الفجوة الرقمية
62 التناقص في تكنولوجيا الإعلام
62 ساموا
63 إندونيسيا
64 غانا
68 الثقافات المحمولة والإحساس بالمكان
76 - الفجوة الرقمية
76 - الإحساس بالمكان
79 الجزء الثاني: النظريات
81 الفصل الرابع: الكلاسيكيات في الإعلام وتأثيراتها
82 تأثير الإعلام
82 الاتجاهات
84 لقطة خاطفة
84 بول لازر فيلد
88 الانتشار
91 بحوث انتشار الأفكار المستحدثة أو الابتكارات
95 ترتيب الأولويات

99	نظرية الإطار (Framing) الأهمية أو الذروة
100	الاستخدامات والإشباع
103	هيكل ووظيفة الإعلام الجماهيري في المجتمع
105	الوظائف الاجتماعية للصحف
106	الوظيفة التكاملية للإعلام الجماهيري
107	جربنر والوظائف غير التكاملية
109	الجمهور النشط
114	البنائية
119	الجماهير النشطة / المفسرون النشطاء
119	التأثير الإعلامي
123	الفصل الخامس: الكلاسيكيات في الإعلام والأيدولوجية
124	الأيدولوجية والهيمنة
127	ماركس
128	مناقشة
131	الإعلام الجماهيري وعملية إضفاء الشرعية
134	الدليل التجريبي على الرؤى الماركسية
139	النظرية النقدية
142	لمحة عن النظرية
142	مدرسة فرانكفورت
145	الخطاب
149	الحقيقة المتضخمة
149	علم الرموز
151	المجال الاتصالي العام
152	من الذي يحول البث؟
157	الفصل السادس: كلاسيكيات الاستدلال في المعلومات وملكيته
158	أنماط الاستدلال حول المعلومات
181	الجزء الثالث: المحتوى والجماهير والتأثيرات
183	الفصل السابع: حرب المعلومات والبروباغندا الحديثة
183	إدارة المفاهيم
184	عناصر الرأي العام
191	المرتكزات
195	البلاغة
196	إدارة المفاهيم
198	عملية تحرير العراق
201	الإسلام على الإنترنت
207	الفصل الثامن: تحويل الثقافات
207	التواصل بين الثقافات

209	أبعاد الثقافة
220	التدفقات العالمية
230	الملكية الإعلامية
232	نماذج التنظيم وحرية الإعلام
234	وكالات الأخبار وتجميع الأخبار
236	الإعلام الراديكالي والمتمرد
243	الفصل التاسع: الصين والهند
244	لمحة عامة عن الصين والهند
247	الصين
249	تلفزيون المجتمع الصناعي (ICTS)
250	الأغنياء يتحولون إلى الطبقة الثورية
250	الطبقة الاجتماعية
252	الهند
254	الراديو
255	التلفزيون
256	التلفزيون الفضائي
256	الهند والعالم
256	ظهور السينما الهندية
257	بوليوود
259	اللغة والسينما
263	الجزء الرابع: الهيكل والتنظيم
263	الفصل العاشر: آلية الحكم والهويات الرقمية
264	الفصل الحادي عشر: وسائل الإعلام التفاعلية والأخبار
264	الفصل الثاني عشر: اقتصاديات الإعلام
264	الفصل الثالث عشر: الألعاب
265	الفصل الرابع عشر: الأبحاث حول الإعلام
267	الفصل العاشر: آلية الحكم والهويات الرقمية
268	الفاعلية الإعلامية والمواطنة والمشاركة
273	الديمقراطية الإلكترونية
275	الحكومة الإلكترونية في مقابل الحكم الإلكتروني
283	العصيان المدني الإلكتروني
285	أخلاقيات قرصنة الإنترنت
287	الشخصيات الرقمية الفاعلة والسلبية
297	الارتباط المدني والمشاركة المدنية
297	الشخصية الرقمية
299	الفصل الحادي عشر: الإعلام التفاعلي والأخبار
302	الفورية

303	الصدارة
304	المسافة
304	التبعات المحتملة
304	الأهمية والتشويق
306	عناصر الاختيار
307	الأخبار الجيدة تكون سيئة
308	التصنيفات والنمطية
309	الصحافة وتكنولوجيا الدفع:
310	المدونات كأخبار
314	العلاقات العامة
321	الفصل الثاني عشر: اقتصاديات الإعلام
322	خدمة البث العام (PBS)
324	خدمة البث العام الأمريكي (PBS)
324	النزاهة التحريرية
325	الجودة
325	التنوع
325	استقلالية المحطات المحلية
329	هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)
333	اقتصاديات الإعلام التقليدي
342	تقييمات القراء: ratings
347	اقتصاديات الإعلام الجديد
352	إعلانات (Google) والإبداع المشترك
365	الفصل الثالث عشر: الألعاب
366	جماهير وسائل الإعلام
379	الأنواع الجديدة من الألعاب
382	بناء العالم وظاهرة ضغط العمر
387	وسائل الإعلام الانتقالية
389	الألعاب الرقمية كوسيلة جديدة للتعلم
391	الألعاب والتقارب الثقافي
395	بناء العالم
397	الفصل الرابع عشر: أبحاث الإعلام
431	الفصل الخامس عشر: الخاتمة
445	الفهرس