

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

MINISTRY OF EDUCATION



لكل المهتمين و المهتمات  
بدروس و مراجع الجامعية

هام

مدونة المناهج السعودية [eduschool40.blog](http://eduschool40.blog)

السؤال الثاني : أختار الإجابة الصحيحة فيما يلي :

33	أ- علم النفس الاجتماعي.	ب- علم النفس العام.	ج- علم النفس الفارق.	د- جميع ما سبق.
34	أ- الملاحظة.	ب- علم النفس الإعلامي.	ج- مناهج البحث.	د- تحليل المضمون.
35	أ- التبرير.	ب- الإزاحة.	ج- التعويض.	د- التنفيس.
36	أ- وسائل مطبوعة.	ب- وسائل مسموعة.	ج- وسائل مرئية.	د- جميع ما سبق.
37	أ- الملاحظة العلمية.	ب- الملاحظة الطارئة.	ج- الملاحظة بالمشاركة.	د- جميع ما سبق.
38	أ- المقابلة المركزة.	ب- المقابلة المنظمة.	ج- المقابلة المحددة/المقتنة.	د- المقابلة غير المنظمة.
39	أ- بيانات عن صفات وعن متغيرات.	ب- بيانات موضوعية.	ج- بيانات كمية ونوعية.	د- جميع ما سبق.
40	أ- كثرة الفقرات والبنود الموجودة فيها.	ب- تحديد المفاهيم الإجرائية المستخدمة.	ج- أن تختلف نتائجه كلما أعيد تطبيقه.	د- لاشئ مما سبق.
41	أ- المقياس.	ب- الاستبيان.	ج- الاختبار.	د- لا شيء مما سبق.
42	أ- وحدة مقياس المساحة والزمن.	ب- وحدة الكمية.	ج- وحدة المضمون.	د- وحدة الشخصية.
43	أ- شعورية ولا شعورية.	ب- داخلية وخارجية.	ج- أصلية ومشتقة.	د- أ، ب.
44	أ- الصور والألوان المبهرة.	ب- الهروب من المشكلات.	ج- المسلمات التي تنتهي.	د- أ، ج.
45	أ- التبرير.	ب- التعويض.	ج- التوكوس.	د- الإسقاط.
46	أ- الإسقاط.	ب- المحاكاة.	ج- التوحد.	د- لا شيء مما سبق.
47	أ- اللغة.	ب- الحاسب الآلي.	ج- المصدر أو المرسل.	د- لا شيء مما سبق.
48	أ- مكاتزمت أو حيل الدفاع.	ب- قابلية للاستهواء.	ج- التقمص والتوحد.	د- لا شيء مما سبق.
49	أ- الحاجة إلى الأكل والشرب.	ب- الحاجة إلى النسبية.	ج- الحاجة إلى الفراغ.	د- جميع ما سبق.
50	أ- وسائل الإعلام السمعية.	ب- وسائل الإعلام البصرية.	ج- وسائل الإعلام السمعية البصرية.	د- وسائل الإعلام المكاتبية.



اسم الطالب : ..... الرقم الجامعي : .....

السؤال الأول : ضللي الفقرة (أ) إذا كانت الإجابة صحيحة و الفقرة (ب) إذا كانت خطأ في ورقة الإجابة :	
1.	يتسم العالم المعاصر بالتقدم التقني الهائل في وسائل الإعلام والاتصال.
2.	نوصنت الدراسات أن الاتصال لا يخرج عن "محورين"، أي ينقسم إلى نوعين.
3.	يعتبر علم النفس الإعلامي من فروع علم النفس النظرية.
4.	جميع الدوافع الشعورية؛ يعي الإنسان بوجودها وتأثيرها.
5.	لا توجد شروط لاختيار أداة جمع البيانات.
6.	لا يوجد فرق بين الإقناع وبين الترغيب والإغراء.
7.	دافع حب الاستطلاع يكتسبه الإنسان من التفاعل مع البيئة.
8.	تمارس وكالات الأنباء العالمية الكبرى أنماط من الهيمنة على دول العالم النامي.
9.	لا يمكن تناول الظاهرة الإنسانية إلا بمنهج واحد.
10.	عدم وصول الرسالة -إلى المتلقى- بنفس الهدف والمعنى الذي أراده المرسل يسمى بالتحوير.
11.	من الخطأ استعارة وإقحام منهج علمي ثبتت جدارته في علم ما على علم آخر.
12.	يمكن تصنيف مناهج البحث حسب الزمن إلى تجريبية وشبه تجريبية.
13.	إمكانية تحقيق الدقة في البيانات النوعية -الكيفية- أعلى من تحقيقها في البيانات الكمية.
14.	هناك من ينظر للإعلام على أنه عملية إرسال واستقبال معلومات وإشارات أو رسائل، يتم تبادلها بين الأشخاص بطريقة مباشرة.
15.	أسلوب التهريب يستخدم في التخويف من سلع معينة من أجل ترويج بديلاتها المنافسة.
16.	من العوامل التي ينبغي للمرسل مراعاتها عند عرض أو إرسال الرسالة أن يكون ودودا.
17.	المصادر الأولية تشمل الوثائق والسجلات الحكومية والأثار وشهود العيان.
18.	أول بداية لاستخدام تحليل المضمون كانت على ما يقدمه الراديو..
19.	الأفلام التي يقدمها التلفزيون تؤدي أحيانا إلى انفصال الإنسان عن واقعه وذلك يؤدي بالضرر على نفسية الفرد.
20.	المحاكاة هي قيام الفرد بصياغة أو تشكيل تصوراته بحيث تتطابق مع تصرفات الآخرين.
21.	هناك موضوعات يشترك في دراستها كل من علم النفس الاجتماعي وعلم النفس الإعلامي مثل الرأي العام.
22.	تتأثر المرأة بالخطاب والكلام العاطفي أكثر من الرجل.
23.	من عيوب الملاحظة أنها أسلوب غير مناسب للتطبيق على الأطفال.
24.	يرى باندورا أنه قد يتم قدر كبير من التعلم دون تعزيز فعلي.
25.	من مميزات الاستبيان انه أقل وسائل جمع البيانات تكلفة سواء في الجهد أو المال.
26.	من الأخطاء الشائعة أن يسمح الآباء للابناء بتمضية كل أوقات فراغ أمام التلفزيون.
27.	تشتد نظرية التعلم الاجتماعي من أجل حدوث التعلم أن يقوم الملاحظ بتطبيق ما رآه في النموذج.
28.	دالما يكون ما يدركه الإنسان مطابقا للواقع.
29.	من أبرز التأثيرات النفسية لوسائل الاعلام تغيير اتجاهات الجمهور.
30.	فضل رجل الإعلام في فهم طبيعة جمهوره قد يجعل نواتج رسالته مضادة لاهداف رسالته الاعلامية.
31.	توجد وجهتا نظر مختلفتان في تفسير حدوث الاستهواء. 32. الهدف الاوحد لوسائل الاعلام هو النجاح في التأثير النفسي على الجمهور.