

## مدخل إلى علم النفس الإعلامي

د. إبراهيم محمد سليمان

كلية الآداب/ جامعة الزاوية

### علم النفس الإعلامي

مفهومه، أهميته، أهدافه ، ومراحل تطوره

#### المقدمة:

لم يعد العالم قرية صغيرة كما وصفه رجل الاتصالات الكندي الشهير (ماك لوهان)، لقد اقترب العالم من بعضه أكثر وأكثر، واصبحنا نعيش في غرفة واحدة، بل لقد تم إلغاء المكان والزمان معا بما حققته تكنولوجيا الاتصال، وما أفرزته من وسائل الاتصال الأكثر تقدما.<sup>(1)</sup> ومن هنا يمكن القول بأن طبيعة عالم اليوم الذي نعيشه، هي طبيعة اتصالية بالدرجة الاولى، وبأن الانسان مخلوق اتصالي كما يقول (شكري) وأن العالم الذي نعيشه يستحق أن يطلق عليه ذات الوصف، فهو عالم اتصالي يقوم على الاتصال، أي تقوم حضارته ذاته على الاتصال، عالم تتفجر فيه المعلومات، انه عصر المعلومات وعصر الجمهور المتنوع الذي لا نعرف على وجه اليقين حقيقة افراده الذين ينتشرون في أماكن متفرقة قد يبتعد فيها البعض عن البعض الاخر بمئات الاميال، انها وسائل الاتصال الحديثة هي التي جعلت كل ذلك أمراً ممكناً، وهكذا اتخذت العمليات الاتصالية أسماء عديدة لعل ابرزها هو الاتصال الاعلامي<sup>(2)</sup>.

ومن جهة اخرى نرى بأن هذه الوسائل الإعلامية المختلفة بقدر ما لها من أهمية في شد انتباه المتلقي، وتزويده بالأخبار، والافكار، والمعلومات العامة، وتسليته، وتعليمه، إلا انها ايضا لها من التأثيرات السلبية على نفسية هذا المتلقي وبالتالي كانت الحاجة ماسة لظهور علم جديد مصاحبا لظهور الدراسات الإعلامية الا وهو علم النفس الإعلامي والذي يعد احد فروع علم النفس يهتم بدراسة تأثير الاتصال على سلوك الافراد، والجماعات اتجاه العملية الإعلامية والاتصالية.

وترى (السامرائي) بأن هذا العلم هو فرع تطبيقي من فروع علم النفس الذي يعتمد على المنهج العلمي السليم الذي لا يغفل التجريب والقياس الكمي الدقيق مع عدم إنكار الفروق

### مدخل إلى علم النفس الإعلامي

الفردية في الذكاء والقدرات والاستعدادات والمواهب، والكفاءة الجسمية والعقلية، والنسبية، والأتزان الانفعالي، الأمر الذي يتطلب من الأخصائي في علم النفس الإعلامي استخدام مقاييس وأدوات سيكولوجية مقننة وموضوعية لخدمة الإعلام والاهتمام بالكفاية المهنية<sup>(3)</sup>. لقد اضح التأثير النفسي لوسائل الإعلام امر لا مفر منه شئنا أم أبينا فلم يعد الفرد في هذا الزمان أن يستغنى إلا ما ندر عن وسائل الإعلام سواء كان الإعلام التقليدي أو الإعلام الجديد، لأنه أصبحت هذه الوسائل قادرة على ربط الفرد بكل ما يجري في مجتمعه المحلي أو العالمي.

لقد لاحظ الباحث من خلال تدريسه لمقرر علم النفس الإعلامي بقسم الإعلام قلة المراجع في المكتبة العربية، ونذرتها في المكتبة الليبية، ومن هنا جاءت فكرة هذا البحث لتسليط الضوء على العلم هذا الذي يعد من العلوم الحديثة وذلك من خلال التعريف به، والتعرض لبعض المفاهيم الأساسية له، وعرض لمحة سريعة عن نشأته ويهدف هذا البحث على التعرف على مفهوم علم النفس الإعلامي وعلاقته ببعض العلوم الأخرى، وأهمية دراسته، ووظائفه. ومراحل نشأته، وأهم موضوعاته.

ويعد هذا البحث من البحوث المكتبية التي تعتمد أساساً على جمع البيانات والمعلومات من المراجع والمصادر ذات العلاقة لبناء الأطار النظري للبحث، واعتمدت منهجية البحث على الاستقراء والوصف فيما يتعلق بماهية علم النفس الإعلامي كونه علماً متكاملًا أم مفهوماً أم عنواناً لبعض الموضوعات والقضايا التي يهتم بها الباحثون والعلماء في علم النفس العام أو علم النفس الاجتماعي، وهذه المنهجية تهدف إلى الوصول إلى استنتاجات تدعو إلى وضع حدود لهذا العلم بين مجموعة العلوم المتداخلة معه.

### تعريف علم النفس:

عرف علم النفس بأنه العلم الذي يدرس سلوك الإنسان، أي يصف هذا السلوك ويحاول تفسيره.<sup>(4)</sup> وعرف أيضاً بأنه العلم الذي يدرس السلوك الظاهر دراسة نظامية ويحاول تفسير علاقته بالعمليات غير المرئية التي تحدث داخل العضوية سواء العقلية منها أم الحسية من جهة، وعلاقته بالحوادث الخارجية في البيئة من جهة أخرى.<sup>(5)</sup>

### مدخل إلى علم النفس الإعلامي

والسلوك هو ذلك النشاط الحركي الذي يمكن لنا مشاهدته، مثل الأكل والشرب ، والمشي، والكلام، وكذلك النشاط الباطن كالتفكير والتذكر والشعور والانفعال...

ويؤكد ذلك (الجبالي) والذي يرى بأن مصطلح السلوك يشير إلى كل ما يصدر عن الفرد من استجابات تنتج عن تفاعله مع البيئة . وتكون طبيعة هذه الاستجابات حسية، أو حركية، أو عقلية، أو وجدانية، أو غير ذلك.<sup>(6)</sup>

وبالتالي يمكن القول بأن السلوك هو كل ما يصدر عن الفرد من استجابات مختلفة إزاء مواقف يواجهها، أو أمام مشكلة يحلها، أو خطر يهدده، أو فرار يتخذه، أو برنامج تلفزي أو مسموع يعده ، أو يقدمه...

### أهداف علم النفس:

مثله مثل العلوم الأخرى، فعلم النفس له ثلاث أهداف تتمثل في الآتي:

- فهم السلوك وتفسيره.
- التنبؤ بما سيكون عليه هذا السلوك.
- ضبط السلوك والتحكم فيه.

### تعريف الإعلام:

مثله مثل بقية العلوم الأخرى من حيث تعدد تعريفاته واختلافاتها نتيجة لاختلاف ثقافة وهدف واختصاص من يعرفه، وبالتالي وجدت العديد من التعريفات لعلم الإعلام نذكر بعضها منها:

هناك من عرف الإعلام على أنه عملية دينامية تهدف إلى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الدقيقة والحقائق الثابتة والتي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة ما. وهناك من يرى الإعلام بأنه تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للناس، والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم، وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور.<sup>(7)</sup>

### وظائف وسائل الإعلام:

تتعدد وظائف وسائل الإعلام في المجتمع إلى درجة عدم وجود اتفاق أساسي حول هذه الوظائف، ويمكن عرض بغض منه على النحو التالي:

- يرى ماكسويل بأن الوظائف الأساسية للإعلام تتمثل في الآتي:
- 1- الإعلام ويعني به نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والاحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه.
  - 2- تحقيق التماسك الاجتماعي: وذلك من خلال الشرح والتفسير والتعليق على الافكار والاحداث والمعلومات.
  - 3- تحقيق التواصل الاجتماعي .
  - 4- الترفيه
  - 5- التعبئة

في حين يرى (المسلمي) بأن الوظائف الرئيسية لوسائل الإعلام تتمثل في الآتي:<sup>(8)</sup>

- 1- الإعلام.
  - 2- التعليم.
  - 3- الترفيه.
  - 4- الاقناع.
- ويحدد (مكاوي والسيد) وظائف وسائل الإعلام للفرد في سبع وظائف رئيسية وهي:<sup>(9)</sup>
- 1- مراقبة البيئة أو التماس المعلومات
  - 2- تطوير مفاهيمنا عن الذات.
  - 3- تيسير التفاعل الاجتماعي.
  - 4- بديل للتفاعل الاجتماعي.
  - 5- المساعدة في التحرير العاطفي.
  - 6- المساعدة في الهروب من التوتر والاعتراب
  - 7- خلق طقوس يومية تمنحنا الاحساس بالنظام والامن.

#### تعريف علم النفس الإعلامي:

يعرفه (أبونقيرة ) بأنه العلم الذي يهتم اساساً بتأثير العملية الاتصالية الانسانية على الشخصية الانسانية من ناحيه، وتأثير الشخصية الانسانية على العملية الاتصالية من ناحية اخرى، في إطار منظومة متكاملة تشمل مثلثاً متساوي الاضلاع يتضمن الرسالة،

مدخل إلى علم النفس الإعلامي

والوسيلة، والجمهور المتلقي.<sup>(10)</sup> وتوضح (السامرائي) بأن علم النفس الإعلامي هو فرع من فروع علم النفس الذي يطبق مختلف النتائج والنظريات والقوانين التي توصل إليها علماء النفس في مختلف التخصصات المهنية عامة والإعلام خاصة لفهم المشكلات التي تظهر في هذا الميدان ويسعى إلى حلها حلاً علمياً لرفع الكفاءة الإعلامية بما يحقق للكاتب والجمهور الرضا والفائدة.<sup>(11)</sup>

ويذهب (ختانة) إلى أن علم النفس الإعلامي هو دراسة العقل والسلوك البشري سواء كان فرداً أو جماعة في تفاعله مع العملية الإعلامية (الاتصالية) لغرض كشف وفهم وتفسير هذا السلوك و التنبؤ بما سيكون عليه وضبطه والتحكم فيه باستخدام مناهج البحث العلمي النفسي والإعلامي.<sup>(12)</sup>

في حين ترى (عمارة) بأن علم النفس الإعلامي هو ذلك العلم الذي يهتم بتطبيق مبادئ وقوانين علم النفس في إعداد الرسالة الإعلامية وتقديمها بما يتناسب مع طبيعة المستقبل لها، طفلاً كان أو مراهقاً أو راشداً، ذكراً كان أو أنثى متعلماً كان أو أمياً، متقفاً كان أو غير ذلك، بهدف التأثير فيه ومساعدته في الوقت نفسه على تطوير سلوكه وتغيير اتجاهاته وحل مشكلاته بما يتلاءم مع أهداف المجتمع الراهنة وتطلعاته المستقبلية.<sup>(13)</sup>

وتضيف (عمارة) بأنه هناك علاقة تلازميه بين الإعلام وعلم النفس، وبأن هذه العلاقة ذات أوجه متنوعة تمتد لتشمل كل عناصر العملية الاعلامية، بدءاً من صانع الرسالة وخصائصه العقلية، والشخصية، مروراً بخصائص الرسالة الاعلامية، وانطلاقاً الى القناة الحاملة للرسالة، سواء كانت قناة مصنوعة أو كانت بشرياً أو ما يصدر عنه من نشاط ، وانتهاءً بالمتلقي المستهدف بالعملية الإعلامية من حيث كونه شخصاً له خصائص وسمات وارتباطات معينة توضح في الاعتبار عند صنع وتوجيه الرسالة.<sup>(14)</sup>

أما (القليني) فتعرفه بأنه العلم الذي يهتم أساساً بتأثير العملية الاتصالية على الشخصية الانسانية من ناحية، وتأثير الشخصية الانسانية على العملية الاتصالية من ناحية اخرى، في إطار منظومة متكاملة تشمل مثلث متساوي الاضلاع، يتضمن الرسالة والوسيلة والجمهور المتلقي.<sup>(15)</sup>

### مدخل إلى علم النفس الإعلامي

ويؤكد (عامر) على أن علم النفس الإعلامي يربط بين عناصر العملية الاتصالية المتمثلة في الرسالة الإعلامية والوسيلة التي تنقل الرسالة والجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية، كما يتم في الواقع الفعلي للحياة ومن هنا تبرز أهمية دراسة علم النفس الإعلامي في العملية الاتصالية بين الأفراد.<sup>(16)</sup> ويذهب (جبارة) إلى أن علم النفس الإعلامي بأنه عملية استقصاء واخراج المعلومات والحصول عليها، ثم اعطاء وبحث هذه المعلومات إلى الآخرين.<sup>(17)</sup>

ويتميز علم النفس الإعلامي كمجال بحثي هو كونه علم يهتم بتطبيق النظريات النفسية المتعلقة بالعمليات العقلية والسلوكية لدى البشر في دراسة وسائل الإعلام وعلم النفس الإعلامي يتميز عن غيره من فروع علم النفس هو انه نشأ في غير رحم المدرسة النفسية، وترعرع في غير محيطها، اذ تم أخذ البذرة من المدرسة النفسية، وتم غرسها وتميئتها في إطار الدراسات الإعلامية، وهي حالة لم تتوافر لأي فرع آخر ومن خلال التعريفات السابقة لعلم النفس الإعلامي نستخلص بأنه لا يوجد تعريف محدد له، ولكن يمكن استخلاص خصائص هذا العلم من خلال هذه التعريفات وذلك على النحو التالي:

1- علم النفس الإعلامي هو فرع من فروع علم النفس الذي يطبق النتائج والنظريات والقوانين التي توصل اليها علماء النفس في مختلف التخصصات المهنية بشكل عام والإعلامية بشكل خاص.

2- يهتم علم النفس الإعلامي بتطبيق مبادئ وقوانين علم النفس في إعداد الرسالة الإعلامية وتقديمها بما يتناسب مع طبيعة المستقبل لها، بهدف التأثير فيه لتعديل سلوكه وتغيير اتجاهاته بما يتلاءم مع اهداف المجتمع.

3- ينصب اهتمام علم النفس الإعلامي إلى دراسة السلوك البشري، وبالتالي فهو علم سلوكي لغرض كشف، وفهم، وتفسير هذا السلوك، والتنبؤ بما سيكون عليه، وضبطه، والتحكم فيه باستخدام مناهج البحث العلمي النفسي، والإعلامي.

مدخل إلى علم النفس الإعلامي

4-يركز علم النفس الإعلامي على دراسة تأثير العملية الاتصالية على الشخصية، وتأثير الشخصية على العملية الاتصالية، وربط العناصر الاتصالية المتمثلة في المرسل، والرسالة، والوسيلة، والجمهور المتلقي للرسالة الاعلامية.

5-يؤكد علم النفس الإعلامي على وجود علاقة تلازميه بين الإعلام وعلم النفس تشمل جميع عناصر العملية الاتصالية.

**علاقة علم النفس الإعلامي بفروع علم النفس**

1-علم النفس الإعلامي وعلاقته بعلم النفس العام

يدرس علم النفس العام سلوك الفرد كما يتشكل من خلال العملية التفاعلية بينه وبين المنبهات لغرض الكشف عن القوانين التي تفسر سلوكه، في حين أن علم النفس الإعلامي يستعين بهذه القوانين ليفسر السلوك الإعلامي من خلال تحليل اتجاه هذا السلوك والتنبؤ به.

2-علم النفس الاعلامي وعلاقته بعلم النفس التجاري

يهتم علم النفس التجاري بدراسة دوافع الشراء وحاجات المستهلك غير المشبعة وتقدير اتجاهاتهم النفسية نحو الخدمات، كما يدرس فن الاعلان وطرق معاملة القراء وكيفية جذبهم للشراء، وعلم النفس الإعلامي يسعى إلى جذب القراء لشراء الخدمات الإعلامية<sup>(18)</sup>

3-علم النفس الإعلامي وعلاقته بعلم النفس الاجتماعي

يدرس علم النفس الاجتماعي السلوك الاجتماعي للقر والجماعة من حيث كون الفرد مؤثر ويتأثر بما يحيط به من افراد وجماعات، وعلم النفس الإعلامي يدرس سلوك الافراد العاملين في المجال الإعلامي، وأيضا الجمهور المتابع لوسائل الإعلام المختلفة.

4-علم النفس الإعلامي وعلاقته بعلم النفس الاداري

يدرس علم النفس الاداري السلوك الاداري للعاملين، وتأثيره على الانماط السلوكية المختلفة للعاملين في انجاز اعمالهم، وعلاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس الاداري علاقة صلبة لأنه يستند إلى المفاهيم الادارية والاستفادة منها في اداء العمل الإعلامي وتحسينه وزيادة مهاراته حتى يتسنى له القيام بمهامه على اكمل وجه.

**أهمية دراسة علم النفس الإعلامي:**

مدخل إلى علم النفس الإعلامي

تتعدد أهمية دراسة علم النفس الإعلامي في العديد من الجوانب المختلفة يمكن ايجازها في الآتي: (19)

1- دراسة علم النفس الإعلامي تساعد على التعرف على مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التي أصبحت نتيجة انتشارها الكبير وتأثيرها في المجتمع تشكل ثقافة المجتمع بأكمله.

2- التعرف على استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، لأن الجمهور عادة يستخدم الوسيلة التي تشبع احتياجاته ورغباته، وتحقق له الإشباعات الإعلامية المختلفة، وتختلف هذه الإشباعات التي تحققها وسائل الإعلام للأفراد نتيجة اختلاف خصائص كل وسيلة، وكذلك إلى اختلاف شخصية افراد الجمهور الذي يتعرض لها، وبالتالي فإن دراسة علم النفس الإعلامي تمكننا من التعرف على هذه الاستخدامات الإشباعية المتحققة منها.

3- تلعب العوامل النفسية للجمهور دوراً كبيراً في توجيه دوافع الفرد نحو الاتصال، وبالتالي فإن التعرف على دور العوامل النفسية يساعد علماء الاتصال على التنبؤ بدوافع الاتصال لدى الجمهور.

4- التعرف على اساليب تمثيل المعلومات من حيث إدراك المعلومات من وسائل الإعلام واستيعابها، واسترجاعها، وتذكرها يفيد في التعرف على كيفية اكتساب الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام والتأثير بها.

5- تفيد دراسات علم النفس الإعلامي في التعرف على تأثير وسائل الإعلام على ترتيب أولويات الجمهور والقضايا التي يهتم بها سواء داخلياً أو خارجياً، وأهم القضايا التي يجعلها في بؤرة شعور الجمهور.

6- تعلم وسائل الإعلام جمهورها (فيما يفكر ولا تعلمه كيف يفكر)، ولذلك فهي تشكل اهتمامات الجمهور العامة والخاصة، ومن هنا تستطيع من خلال تأثيراتها المتعددة تشكيل رأي عام تجاه أو ضد بعض القضايا العامة.

7- التعرف على استخدام وسائل الإعلام في فترة المراهقة، وخاصة الإعلام الجديد.

8- التعرف على التأثيرات والنفوذ النفسي للإعلام من خلال عرض تأثيرات العنف بوسائل الإعلام المختلفة.



- 9- تساعد القائمين بالاتصال من صياغة الرسالة بما يناسب مع فئات الجمهور.
- 10- تؤهل القائم بالاتصال من التواصل الفعال مع الجمهور.
- 11- تمكن من التعرف على اتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام، ورسم السياسات والاستراتيجيات لجذب واستئثار اهتمامات هذا الجمهور.

#### اهداف علم النفس الإعلامي:<sup>(20)</sup>

أولاً-الأهداف العامة: تتمثل في وصف وضبط حركة الظاهرة الإعلامية والتي تتسم بالطبيعة الحركية المتغيرة ، وبالدفق المستمر، لأنها تعمل وفق ونظم الاجتماعية وتتأثر بها، وبالتالي فإن الاهداف تشمل : الوصف، والضبط، التوقع، والتنبؤ والتي هي في الاساس أهداف علم النفس.

ثانياً-الاهداف الخاصة: تتركز على وضع الاسس النفسية والمبادئ العامة التي تدرس سلوك المتلقي عند حدوث الظاهرة الإعلامية والاحداث المفاجئة وعملية تفاعلهم وتناغمهم معها

وتسعى المؤسسات الإعلامية المتخصصة في تحقيق الاهداف الخاصة لعلم النفس الإعلامي، وذلك على النحو التالي:

- 1-الاهتمام بتأثير الشخصية في السلوك الإعلامي، وعملية اتخاذ القرار.
- 2-تقديم المساعدة في عملية التوجيه المهني على صعيد التنمية وفق اسس علمية وموضوعية للإعلامي.
- 3-التدريب الإعلامي وخلق حالة من التوازن النفسي والسلوكي لدى العاملين في مجال الإعلام.
- 4-التأكيد على مفهوم الصحة النفسية في العملية الإعلامية.
- 5-تنشيط وتوجيه السلوك أو الدافع نحو هدف معين.
- 6-اكتشاف الفروق الفردية في كافة مجالاتها سواء كانت جسمية، نفسية، عقلية، او انفعالية وتأثير ذلك على السلوك الإعلامي.
- 7-معرفة أهمية الاختيار والتعيين وتقييم الاداء اثناء تأدية العمل الإعلامي.

8- معرفة اسباب الضغوط النفسية المؤثرة في سلوك الإعلامي وتشخيصها، ومحاولة علاجها.

9- رفع مستوى تقديم الخدمات الإعلامية من خلال توفير الرضا الوظيفي للإعلامي وتحفيزه على تقديم الاداء الافضل.

10- تحقيق الجذب الإعلامي للمؤسسة الإعلامية

#### وظائف علم النفس الإعلامي:

- حددت (السامرائي) (21) عدة وظائف لعلم النفس الإعلامي يمكن تلخيصها على النحو التالي:
- وظيفة سيكولوجية أو نفسية تتمثل في المساهمة الفعالة في توفير الاستقرار والامن والحماية لكافة أفراد البناء الاجتماعي.
- تعديل أو تدعيم أو تغيير اتجاهات معينة تحدد السلوك العام.
- إرضاء حب الاستطلاع لدى الجمهور من خلال العلاقة التأثيرية مرسلًا ومادة ووسيلة.
- التأكيد على الشعور بالانتماء وتوفير الاستجابات المتبادلة الضرورية.
- تدريب وتأهيل العاملين نفسياً على التوافق مع انفسهم وقدراتهم وكيفية التكيف مع زملائهم.

#### مراحل تطور علم النفس الإعلامي:

- من خلال التتبع التاريخي للدراسات الإعلامية والنفسية التي مرت بها والتي حددتها (عمارة) لتطور علم النفس الإعلامي بأربع مراحل رئيسية<sup>(22)</sup>، يمكن تلخيصها في التالي:
- **مرحلة البزوغ والظهور:** بدأت هذه المرحلة في سنة 1930 وحتى 1950م حيث ظهرت ثلاثة كتب ودراسة كان لها الاثر الكبير على علم النفس الاعلامي بشكل خاص، والدراسات الإعلامية بشكل عام. ويعد كتاب " الرأي العام" للصحفي الامريكي (والتر ليبمان) أول هذه الكتب والذي اهتم فيه على مفهوم الصورة النمطية وكيفية تأثيرها على سلوك البشر، ومركزاً على دور وسائل الإعلام في تكوين هذه الصورة، وتأثيراتها السلبية في الفكر والسلوك. أما الكتاب الثاني في هذه المرحلة

مدخل إلى علم النفس الإعلامي

فكان للكاتبين (البورت، وكانتريل) اللذين كانا من أشهر علماء النفس في ذلك الزمن، حيث ألفا هذا الكتاب تحت مسمى " سيكولوجية الراديو" في سنة 1935م، وقد أهتم هذا الكتاب بعملية غسيل الادمغة، والدعاية السياسية وما تمثله من اخطار على مستمعيها خلال الحربين الاولى والثانية.

في حين كان الكتاب الثالث يتحدث عن سيكولوجية الامم تحت مسمى " غزو من المريخ" في سنة 1938م. وقد تحدث هذا الكتاب عن الحالة النفسية المرعبة التي سيطرت على المجتمع الامريكي وذلك بعد إذاعة برنامج " غزو من المريخ" والذي تناول قصة هبوط كائنات من المريخ على سطح الارض وقيامهم بتدمير امريكا الامر الذي احدث خوفاً ورعباً شديدين في المجتمع الامريكي.

أما الدراسة فكانت (لهير تزوج وزملائها) في سنة 1949م وعنوانها " دوافع استماع المرأة إلى الراديو" وتعد هذه الدراسة البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات الإشباعية بأبعدها ومتغيراتها النفسية والاجتماعية. ومن هنا يمكن القول بأن هذه المرحلة تشكل فيها اهم المراحل الاساسية لهذا العلم الجديد من خلال الكتب والدراسة المذكورين سابقاً.

- **مرحلة التكوين والتأصيل:** بدأت هذه المرحلة في سنة 1950م وحتى 1970م، وقد تميزت بوجود عدة ظواهر بحثية كان لها بالغ الأثر في تطور علم النفس الإعلامي، وأهم هذه الظواهر: التحول إلى دراسة التأثيرات قصيرة المدى، دراسة العنف التلفزيوني وتأثيراته على الاطفال والمراهقين، مثل دراسات (بانديورا وزملائه)، والتي كانت لها الفضل الكبير في تأسيس عدة نظريات، مثل نظرية التعلم الاجتماعي، نظرية النموذج، ونظرية التوحد الاجتماعي، وغيرها والتي ربطت بين العنف والميول العدوانية لدى الاطفال والشباب من ناحية والتلفزيون من ناحية اخرى. كما زخرت هذه المرحلة ايضا بظهور النظريات المعرفية وانتشارها في المجالات النفسية والاجتماعية بل وسيطرتها على اغلب التوجهات البحثية.
- **مرحلة الازدهار والانتشار:** وبدأت هذه المرحلة في سنة 1970م وحتى 1990م. وتعد هذه المرحلة من اغزر المراحل السابقة من حيث الانتاج العلمي، والتنوع في الابحاث.

مدخل إلى علم النفس الإعلامي

وقد تميزت هذه المرحلة ايضا بالاهتمام وبتكيز شديد على المتغيرات والعوامل النفسية السابقة على عملية التعرض لوسائل الاعلام، وعلى السمات الشخصية وعلاقتها بأنماط التعرض، وكذلك إلى الاهتمام بالعمليات النفسية المصاحبة للتعرض لوسائل الإعلام والمتداخلة مع هذه العملية. ونشير ايضا في هذه المرحلة إلى بروز العديد من النظريات منها: نظرية الغرس الثقافي وصاحبها (جورج جوينر)، نظرية الاستخدامات الإشباعية والتي أسسها (كاتز وزملائه)، ونظرية الاعتماد ومؤسسها (ميلفين دوفلور)، وغيرها.

- مرحلة إعادة التفكير في الاصول: بدأت هذه المرحلة في سنة 1990م وحتى الان.

وتتميز هذه المرحلة عن سابقتها بعدة خصائص من:

- 1- الميل إلى إعادة النظر في الاصول والاسس النظرية لكثير من النظريات الإعلامية وذلك وصولاً إلى أسسها النفسية والاجتماعية، مثل نظريه الغرس الثقافي حيث بدأ الاهتمام بالنماذج النفسية والمعرفية المهياة لعملية الغرس والدافعة إليها، ومن ذلك نموذج العملية العقلية لشروم، والذي يتناول فيه كيفية حدوث الغرس من الناحية النفسية والمعرفية، وغيرها.
- 2- ظهور المداخل التوافقية والتكاملية في دراسة التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام. فعلى سبيل المثال حدث تداخل وتكامل بين نظريتي الغرس والاستخدامات الإشباعية، وظهرت نظرية النظريات، التأثيرات، وغيرها من نظرية مشتركة.
- 3- بروز نظريات جديدة تهتم بسلوكية الرأي العام بعيداً عن نماذج التأثيرات المألوفة، ومن هذه النظريات، ونظريات الجهل الجمعي، ونظرية دوامة الصمت، وغيرها.

والجدير بالذكر هنا الإشارة إلى أنه لا توجد نقاط زمنية محددة وفاصلة يمكن القول عندها لقد انتهت مرحلة من المراحل الاربعة في هذه السنة، وبدأت مرحلة أخرى، فالبدائيات والنهايات متداخلة للغاية ومستمرة، فوجود مرحلة جديدة لا يعني انتهاء المرحلة التي تسبقها وانما يعني سيادته وبرزها النسبي. كما ان موضوع علم النفس الاعلامي وقضيته الاساسية منذ بداية هذا العلم ونشأته هي التأثيرات السلبية فقط أي لا وجود للتأثيرات الايجابية والصحية وهذا عكس ما نراه في علم النفس العام الذي يدرس النفس البشرية في

مدخل إلى علم النفس الإعلامي

حالتى الصحة والمرض، وحالة السواء وحالة الشواذ، وأن موضوع علم النفس الإعلامي هو الآثار المرضية والتأثيرات الشاذة.

كما أن موضوعات هذا العلم كانت في السابق يعبر عنها بمصطلح التأثيرات والذي كان مرادفاً لكلمة الآثار النفسية للميديا، لذلك لا نجد غرابية في عدم ذكر كلمة علم النفس الإعلامي في مرحلة معينة ، ولا يجب علينا الاندهاش إن وجدنا مصطلح التأثيرات بارزاً في كل هذه المراحل، فهما مترادفان حتى وان لم يتم الإشارة بشكل صريح على ذلك.

**موضوعات علم النفس الإعلامي:**

يتطرق علم النفس الإعلامي للعديد من الموضوعات التي تدخل من ضمن اهتماماته لتحقيق اهدافه نذكر منها التالي:

- 1- السلوك الإنساني، والدوافع
- 2- الشخصية في الإعلام.
- 3- الجماعة في العمل الإعلامي
- 4- الرأي العام والاتجاهات النفسية في علم النفس الإعلامي.
- 5- الإعلام والصورة الذهنية.
- 6- الإعلام والصورة النمطية.
- 7- سيكولوجة الاتصال الإعلامي
- 8- لإعلام والحرب النفسية.
- 9- التأثيرات النفسية لوسائل الإعلام.
- 10- نظريات تأثير وسائل الإعلام.
- 11- التأثيرات النفسية. للإعلام الجديد.

**الخاتمة**

من خلال ما تقدم في هذا البحث يمكن استخلاص أهم النتائج التالية:

- 1- يعد علم النفس الاجتماعي احد فروع علم النفس الحديث ، والذي يهدف إلى دراسة السلوك البشري، وذلك لكشفه، وفهمه ، وتفسيره ، والتنبؤ بما سيكون عليه، والتحكم فيه من خلال تطبيق مبادئ وقوانين علم النفس.

### مدخل إلى علم النفس الإعلامي

- 2- يتميز علم النفس الإعلامي عن فروع علم النفس الأخرى بأنه نشأ وترعرع في كنف الدراسات الإعلامية.
- 3- لقد ظهر علم النفس الإعلامي تاريخياً مع بداية ظهور الدراسات الإعلامية وكان يشار إليه بمصطلح التأثيرات والذي كان مرادفاً لكلمة الآثار النفسية.
- 4- تعرض هذا البحث للمعالم الرئيسية لهذا العلم من خلال تسليط الضوء على بعض تعريفات علم النفس، والإعلام ثم الوصول إلى التعريفات المتعددة لعلم النفس الاجتماعي والتي اختلفت في شكل صياغتها إلا أن مضمونها يكاد يقترب من بعضه، والذي يؤكد على تطبيق مبادئ وقوانين علم النفس في إعداد الرسالة الإعلامية، وتقويمها بما يتناسب مع طبيعة المستقبل لهذه الرسالة بهدف التأثير فيه لغرض تعديل سلوكه، واتجاهاته بما يتلاءم مع أهداف المجتمع.
- 5- تعرض هذا البحث أيضاً إلى خصائص هذا العلم، وعلاقته بفروع علم النفس، وأهمية دراسته في المؤسسات التعليمية بالمجتمع. وأهدافه، ووظائفه ثم الوصول إلى مراح تطوره، وأهم موضوعات دراساته.
- 5- أصبح الإعلام التقليدي والإعلام الجديد (الإعلام الإلكتروني) مسيطراً على حياتنا اليومية واشغلنا على أعمالنا اليومية، الأمر الذي يستدعي إقامة الدراسات والبحوث لدراسة هذه الظاهرة المنتشرة في بلادنا والعالم الآخر، وهنا يكمن دور علم النفس الإعلامي.

### هوامش البحث

- (1) عبدالمجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو التلفزيون (القاهرة: دار الفكر العربي، 1996م) ص 14.
- (2) المرجع السابق، ص 53.
- (3) نبيه صالح السامرائي علم النفس الإعلامي، (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2007م) ص 13.
- (4) احمد عزت رابح، اصول علم النفس، (القاهرة: دار المعارف، 1991م) ص 20.
- (5) عبدالرحمن عدس ونايفه قطامي، مبادئ علم النفس، (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2002م) ص 13.
- (6) حسني أجبالي، علم النفس الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: مكتبة أنجلو المصرية، 200) ص 10.
- (7) فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010م) ص 13.

مدخل إلى علم النفس الإعلامي

- (8) إبراهيم عبدالله المسلمي، نشأة وسائل الإعلام وتطورها، ط2(القاهرة، دار الفكر العربي، 2005م) ص 39.
- (9) حسين عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 3(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2002م) ص 8.
- (10) ايمن خميس أبونقيرة، مساق علم النفس الإعلامي، متاح 2019/8/20م  
Site iguanids/anoquaira
- (11) نبيه صالح السامرائي علم النفس الإعلامي، مرجع سابق، ص16.
- (12) سامي محسن ختانة، و احمد عبد اللطيف ابوسعد، علم النفس الإعلامي،(عمان: دار المسرة، 2010م)، ص 19.
- (13) نائلة عمارة، علم النفس الإعلامي،(القاهرة: دار النهضة العربية، 2008م) ص19
- (14)المصدر السابق، ص 20.
- (15) سوزان القليني، علم النفس الإعلامي، (القاهرة، دن، 2007 م ) ص 10.
- (16) فتحي حسين عامر، علم النفس الإعلامي،(القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2012م)، ص18.
- (17)جبارة عطية جبارة، علم الاجتماع الإعلامي، (الرياض: عالم الكتب، 1985م) في نبيهة السامرائي، مرجع سابق، ص 16.
- (18) نبيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي، مرجع سابق، ص 20.
- (19)سوزان القليني، مرجع سابق، ص14.
- (20) تأثيرات وسائل الاعلام bazhngafiles.s3.us-west-2. Amazonaws.com متاح 2019/8/15. ص 11
- (21)نبيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي، مرجع سابق، ص 23.
- (22) نائلة عمارة، علم النفس الإعلامي، مرجع سابق، ص 23.