

## طبيعة علم النفس وأهدافه

علم النفس هو العلم الذي يختص بالدراسة العلمية والمنظمة لسلوك الانسان أي محاولة فهم ووصف وتفسير السلوك الإنساني ومحاولة التنبؤ بما سيكون عليه هذا السلوك في المستقبل، بهذا يهدف علم النفس الى فهم السلوك وتفسيره، والتنبؤ بما سيكون عليه السلوك، وضبط السلوك والتحكم به.

بهذا ينبثق علم النفس الإعلامي من علم النفس الاجتماعي لذا سيتم التطرق لمفهوم علم النفس الاجتماعي فهو فرع من فروع علم النفس وهو عبارته عن الدراسة العلمية لسلوك الكائن الحي ككائن بشري اجتماعي يعيش في مجتمع مع اقرانه، يتفاعل معهم فيتأثر بهم ويؤثر فيهم، أي يتأثر بسلوكهم ويؤثر في سلوكهم.

## اهداف علم النفس الاجتماعي

١. فهم السلوك الاجتماعي وتفسيره ومعرفة أسباب حدوثه والعوامل التي تؤثر فيه.
٢. التنبؤ بما سيكون عليه السلوك الاجتماعي وذلك استنادا الى معرفة العلاقات الموجودة بين الظواهر الاجتماعية ذات العلاقة بهذا المجال.
٣. ضبط السلوك الاجتماعي والتحكم فيه بتعديله وتحسينه الى ما هو مرغوب فيه، وغالبا ما تكون الآراء حول كيفية ضبط وتوجيه الحياة مثل معرفة أفضل الطرق لتنشئة الأطفال واكتساب الأصدقاء والتأثير على الآخرين وضبط الغضب.

## أهمية علم النفس الاجتماعي

لعلم النفس الاجتماعي أهمية علمية وعملية في كثير من مجالات الحياة، أهمها:  
أولاً: التربية والتعليم: ان التلاميذ في المدرسة يتعلمون في جماعات وكل جماعة مدرس او مشرف او قائد، يجب ان يكون ملما ومدربا على القيادة الديمقراطية والعلاقات الإنسانية.

ثانياً: الصحة النفسية والعلاج النفسي: يأخذ علم النفس علم الصحة النفسية والعلاج النفسي من علم النفس الاجتماعي ويعطيه الكثير فدراسة أسباب الامراض النفسية وتوضيح الدور

الذي تلعبه الأسباب الاجتماعية ويعتمد التشخيص على دراسة الجوانب الاجتماعية والسلوك الاجتماعي للمريض والعلاج النفسي يتضمن العلاج النفسي والاجتماعي.

ثالثا: الخدمة الاجتماعية: هي طريقة علمية لخدمة الانسان ونظام اجتماعي يقوم بحل مشكلاته، وتنمية قدراته ومساعدة النظم الاجتماعية الموجودة في المجتمع للقيام بدورها.

رابعا: الإنتاج: تتجه الجهود القومية بشكل واسع وقوي نحو التصنيع ورفع الكفاءة الإنتاجية والعمل، وهذا يتطلب الى جانب النواحي التكنولوجية الاهتمام بالجوانب الإنسانية في الصناعة والعمل.

رابعا: القواعد المسلحة: تلعب القوات المسلحة دورا هاما في المجتمع فعملها حماية البلاد وحماية بناء المجتمع، ولعلم النفس الاجتماعي أهمية بالغة في المجتمع العسكري في دراسة أسس السلوك والتفاعل الاجتماعي بين الافراد والجماعة والوحدات العسكرية في وقت السلم ووقت الحرب وفي عمليات التعليم في المواقع التدريبية.

خامسا: الاعلام والعلاقات العامة: يلعب الاعلام والعلاقات العامة والدعاية ودراية الراي العام دورا كبيرا في التأثير في سلوك الفرد والجماعة ويمكن ان تكون عاملا هاما من عوامل التقدم الإنساني وهناك حاجة الى توعية الجماهير حتى تصل فلسفة العمل الوطني الى جميع العالمين في الوطن في كافة المجالات بطريقة علمية بهذا ان يهتم الاعلاميون بوضوح الفكر القائم على الأساس العلمي.

### علم النفس الإعلامي

هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة واخبار وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية واراء راجحة للجماهير مع مصادرها خدمة للصالح العام والاعلام يخاطب، عقول الجماهير، عواطفهم السامية، ويقوم على مناقشة الأفكار والحوار والاقناع، وينزع نزعة ديمقراطية، وعلى هذا الأساس لابد من ان تتسم العملية الإعلامية بالأمانة والموضوعية، بهذا يهدف الاعلام الى النمو، اليقظة، التوافق الثقافي والحضاري، الارتقاء بمستوى الراي العان وتنويره وثقافته.

علم النفس الإعلامي وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى

### أولا: علاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس المستهلك

عند النظر الى الاعلام كصناعة عندئذ يجب تلازم هذه الصناعة مع التسويق والتسويق هو عملية اشباع رغبات جمهور المستهلكين بأحسن كفاية حيث ان العالمين في قطاع الاعلام يعملون على اشباع رغبات القراء ويحاولون اكتشاف حاجات ورغبات جديدة او اثارة رغبات وحاجات المستهلكين.

وهذه الاثارة تعني نشاط التسويق في نظر المستهلك هي اشباع الحاجات والرغبات التي تدفعه الى الشراء اما في المؤسسة الإعلامية ورجال الاعلام فهم ينظرون الى نجاح

مشاريعهم وتوسيع كفايتها وتحقيق الربح من خلال الجذب الإعلامي لتسويق المادة الإعلامية التي تقدم من قبلهم.

اما المجتمع فينظر الى الاعلام من خلال الرغبة في زيادة الدخل القومي الذي يؤدي الى ارتفاع مستوى المعيشة والمستهلك لديه رغبات ودوافع يسعى الى اشباعها في شراء خدمات الاعلام كالكتب والمجلات وهو في الوقت نفسه قد يعاني من ضعف قوته الشرائية.

### ثانيا: علاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس الإداري

حيث يحدد علم النفس الإداري المهارات والموهب والقدرات التي يحتاج لها موظف الاعلام في ممارسة عمله وتكيف أدائه وتدريبه لتحسين زيادة انتاجه في العمل الإعلامي وهو يدرس الانعكاسات النفسية للعالمين وتأثيرها على أدائهم للأعمال وكيفية تفهم سلوكهم والتنبؤ به والتحكم فيه، والتعامل مع دوافع العاملين وشخصياتهم والاتصال بهم وفهم العلاقات بينهم والتأثير فيهم وتحليل المواقف الصعبة واستخلاص النتائج واحتواء المواقف وتحديد المشاكل وإيجاد البدائل وتحليلها وتحديد أسبابها، وتستند الإدارة الإعلامية الى مفاهيم علم النفس الإداري والاستفادة منه في إدارة الطلب الإعلامي وعرض الخدمات الإعلامية في السوق لغرض الجذب الإعلامي الذي له دور مهم في نشر المعرفة وتصحيح الاتجاهات واستثمار الأموال وإيجاد فرص عمل للشباب وزيادة دخلهم.

### عناصر الاعلام

١. الاعلام علم وفن في ان واحد.
٢. علم له أسس ومنطلقاته الفكرية.
٣. يعتمد على الصورة والكلمة او احدهما.
٤. مرئي ومسموع ومكتوب.

### مجالات الاعلام

**أولاً: العلاقات العامة:** يعتبر الاعلام احدى أدوات تحقيق برنامج العلاقات العامة، والاعلام في العلاقات العامة السليمة التي تؤمن بالمسؤولية لا بد ان يهتم بأبراز سياسية العمق والبناء والجد وتبادل المعلومات الهامة والمجدية ونشر المعلومات الغنية والانسجام الاجتماعي، ويقوم الاعلام الداخلي في مجال العلاقات العامة بدور فعال في تقديم الاخبار والمعلومات الى العاملين في المؤسسة او طلاب الجامعة او المدرسة او أطباء المستشفى او موظفيها ويستخدم في ذلك كافة وسائل الاعلام المختلفة وكذلك فان الاعلام الخارجي في مجال العلاقات العامة يقوم بنشر الاخبار والمعلومات الدقيقة على جماهير المؤسسة المستهلكين او المساهمين او الموردين او الموزعين او الجمهور المحلي او الجمهور العام عن طريق وسائل الاعلام المختلفة.

ثانيا: الإعلان: تعد وسائل الإعلان الأداة التي يتم عن طريقها ابلاغ رسالة الإعلان علما ان الإعلان هو نشر المعلومات او البيانات عن السلع او الخدمات او الأفكار في وسائل الاعلام المختلفة لإيجاد حالة من الرضا النفسي في الجمهور بقصد بيعها والمساعدة في بيعها او تقبلها او الترويج لها نظير دفع مقابل، ولقد تطور الاعلام مجال العلاقات العامة بصفة خاصة من مجرد أداة لزيادة الإنتاج والتوزيع الى اعلام وظيفية المؤسسة في المجتمع والدور الذي تلعبه في الحضارة وذلك بغية كسب الراي العام.

ثالثا: الدعاية: يقدم الإعلان حقائق مجردة بعضها سار وبعضها غير سار وليس للإعلامي غرض معين ينشره على الجمهور الا الإعلان في حد ذاته، والأفكار التي ينقلها الإعلامي تكون موضوعية تماما او هكذا يجب ان تكون، اما في الدعاية نجد ان الذي يقوم بالدعاية يستخدم حقيقة مجردة ويستغلها بطريقة مباشرة في تأييد وجهة نظره والقضية التي يعالجها ويهدف هذا الشخص الى هدف معين وهو ترويج فكرته او مذهبه والاستحواذ على زمام فكر الافراد والجماعات ودفعه الى سلوم معين ، وعلى العموم فان علم النفس يرى في الدعاية محاولة في التأثير في اتجاهات الافراد وآرائهم ومن ثم سلوكهم بحيث تأخذ الوجهة التي يرغب فيها الشخص الذي يقوم بالدعاية ويحدث هذا عن طريق الإيحاء اكثر مما يحدث بواسطة الحقائق والمنطق.

### علم النفس الإعلامي وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى

أولاً: عند النظر الى الاعلام كصناعة عندئذ يجب تلازم هذه الصناعة مع التسويق، التسويق هو عملية اشباع رغبات جمهور المستهلكين بأحسن كفاية، حيث ان العاملين في قطاع الاعلام يعملون على اشباع رغبات القراء ويحاولون اكتشاف حاجات ورغبات جديدة او اثاره رغبات وحاجات المستهلكين.

وهذه الاثارة تعني نشاط التسويق فالتسويق في نظر المستهلك هي اشباع الحاجات والرغبات التي تدفعه الى الشراء اما في المؤسسة الإعلامية ورجال الاعلام فهم ينظرون الى نجاح مشاريعهم وتوسيع كفايتها وتحقيق الربح من خلال الجذب الإعلامي لتسويق المادة الإعلامية التي تقدم من قبلهم.

اما المجتمع فينظر الى الاعلام من خلال الرغبة في زيادة الدخل القومي الذي يؤدي الى ارتفاع مستوى المعية والمستهلك لديه رغبات ودوافع يسعى الى اشباعها في شراء خدمات الاعلام كالكتب والمجلات وهو في الوقت نفسه قد يعاني من ضعف قوته الشرائية.

### ثانيا: علاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس الإداري

حيث يحدد علم النفس الإداري المهارات والمواهب والقدرات التي يحتاج لها موظف الاعلام في ممارسة عمله وتكيف أداة وتدريبه لتحسين زيادة انتاجه في العكل الإعلامي وهو يدرس الانعكاسات النفسية للعاملين وتأثيرها على أدائهم للأعمال وكيفية تفهم سلوكهم والتنبؤ به والتحكم فيه، والتعامل مع دوافع العاملين وشخصياتهم والاتصال بهم وفهم العلاقات بينهم

والتأثير فيهم، وتحليل المواقف الصعبة واستخلاص النتائج واحتواء المواقف وتحديد المشاكل وإيجاد البدائل وتحليلها وتحديد أسبابها. وتستند الإدارة الإعلامية الى مفاهيم علم النفس الإداري والاستفادة منه في إدارة الطلب الإعلامي وعرض الخدمات الإعلامية في السوق لغرض الجذب الإعلامي الذي له دور مهم في نشر المعرفة وتصحيح الاتجاهات واستثمار الأموال وإيجاد فرص عمل للشباب وزيادة دخلهم.

ثالثاً: علاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس الصناعي

ان مجال اهتمام علم النفس الإعلامي وعلم النفس الصناعي بتطبيق مبادئ علم النفس العام في حل المشكلات المتعلقة بالعمل كمشكلات العمال والإدارة واختيار العامل المناسب لعمل معين وتدريبه وتقويمه، وتستخدم الاختبارات النفسية لاختبار أفضل العمال ووضعهم في المهن المناسبة لاستعدادهم العقلية والنفسية والتأكيد على أهمية الاستفادة من نظريات الاحتراق النفسي في تهيئة الأماكن المناسبة للعمال وتوفير حاجاتهم النفسية.

رابعاً: ان مجال اهتمام علم النفس التجاري دراسة دوافع الشراء وحاجات المستهلك - متلقي الخدمة الإعلامية غير المشبعة وتقدير اتجاهاتهم النفسية نحو الخدمات ويهتم كذلك في فن الإعلان وطرق معاملة متلقي خدمة الاعلام وكيفية جذبها لإقبال على الشراء.

خامساً: علاقة علم النفس الإعلامي بعلم النفس الاجتماعي

ويهدف علم النفس الاجتماعي الى دراسة سلوك الافراد والجماعات في المواقف الاجتماعية المختلفة ويدرس الصور المختلفة للتفاعل الاجتماعي والتأثير المتبادل بين الافراد وعلم النفس الاجتماعي يدرس سلوك الافراد العاملين والجماعات والمواقف والاحداث المختلفة.

## اهداف علم النفس الإعلامي

١. زيادة وتحسين الخدمات الإعلامية وتحسين نوعيتها وطرق العمل فيها وتطوير المؤسسات الإعلامية.
٢. زيادة توافق العاملين مع عملهم بمتابعة تدريبهم وفق الأسس العلمية والعملية.
٣. انشاء نوع من الاستقرار الإعلامي وذلك بالسعي الى إزالة مصادر الشكوى لدى العاملين وتقديم أفضل الخدمات وصيانة وتطوير العمل الإعلامي.
٤. معرفة متطلبات العمل من الخصائص الشخصية ومعرفة مدى ما يمتلكه العاملين من هذه الخصائص حتى يمكن وضع الفرد المناسب في المكان المناسب.
٥. تقليل التعب والملل وزيادة الراحة النفسية لدى العاملين في حقل الاعلام.
٦. تحقيق التواصل الفعال بين المتلقي للخدمة الإعلامية والمقدم لها، بحيث يهدف ذلك الى إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الصحيح.

٧. معرفة الخلل الذي يحدث في بعض الرسائل الإعلامية والذي قد يؤثر على المتلقين فيحدث مشكلات لديهم في التخطيط والإدارة الذاتية والعمل على تصحيح هذه الرسائل المشوشة.

٨. تحسين لغة الإعلاميين بحيث تصبح قادرة على إيصال الرسالة بالشكل الصحيح وان يصبح لدى الافراد الإعلاميين قدرة على الاقناع تناسب ما يريدون ايصاله.

٩. مساعدة الافراد على تجاوز اثر وسائل الاعلام في تقليل من الروح المعنوية لدى افراد المجتمع ومساعدتهم في مواجهة الحرب النفسية التي تصنعها وسائل الاعلام.

١٠. مساعدة المربين على معرفة فوائد وعيوب وسائل الاتصال المختلفة وكيف التعامل معها مما يخدم المجتمع بكافة فئاته.