

علم النفس الإعلامي

Media Psychology

Prepared by Dr. Amera A. Soliman

DGM315

علم النفس الإعلامي

Intro Lecture



علم النفس الإعلامي

Media Psychology

Intro Lecture

DGM 315

علم النفس الإعلامي

Prepared by
Dr. Amera A. Soliman

أستاذ الإعلام الرقمي المساعد بكلية الإعلام والتسويق .
حاصلة على درجة الدكتوراه في الإعلام الرقمي تخصص التصميم الرقمي ،
ودرجة الماجستير في الصحافة تخصص التصوير والإخراج الصحفي . لديها خبرة
أكاديمية متنوعة بالعمل بالجامعات في جمهورية مصر العربية والمملكة
العربية السعودية ، كما لديها خبرة عملية بالعمل كمصمم جرافيكي لعدة
شركات محلية ودولية.
ومن اهتماماتها البحثية : نشر أبحاث حول فوضى المعلومات وتأثيرها على
مصادقية شبكات التواصل الاجتماعي، وتوظيف شبكة الإنترنت في العمل
التطوعي للأطفال . كما صدر كتب "الإنترنت والوسائط المتعددة"
و"سيكولوجية التسويق الرقمي: هندسة الإقناع في عصر الذكاء الاصطناعي".



Intro Lecture

Content

Course Description

1. توصيف المقرر

Course Outcomes

2. مخرجات التعلم

Assessment

3. التقييم الطلابي

Course Topics

4. موضوعات المقرر

Introduction

5. مقدمة

Intro
Lecture

➤ 1. توصيف المقرر Course Description

مقرر علم النفس الإعلامي هو تجربة أكاديمية تعليمية تستهدف تطوير قدرات الطلاب في مجال علم النفس الإعلامي الرقمي، بحيث يُقدم المقرر للطلاب الذين يرغبون في تطوير مهاراتهم في مجال الإعلام الرقمي والتسويق الرقمي بشكل شامل، بما يساهم في تعزيز قدرات الطلاب في ابتكار رسائل إعلامية وتسويقية فعالة ومؤثرة. ويركز المقرر على دراسة العلاقة بين علم النفس والإعلام الرقمي من جانب، وعلم النفس والتسويق الرقمي من جانب آخر. ورصد المبادئ الأساسية والنظريات التي تفسر كيفية تأثير الإعلام الرقمي على الأفراد والمجتمعات، والعوامل النفسية المؤثرة في تصميم الرسائل الإعلامية والحملات التسويقية الفعالة، من خلال دراسة حالات تطبيقية تُعزز القدرة التنافسية في سوق العمل.

Intro Lecture



توصيف المقرر

➤ 2. مخرجات التعلم Course Outcomes

في نهاية المقرر، سيكون الطلاب قادرين على ما يلي:

1. معرفة مفاهيم علم النفس الإعلامي، ومبادئ علم النفس الإعلامي ووظائفه وعلاقته بالعلوم الأخرى .
2. رصد الفروق بين مبادئ علم النفس الإعلامي الرقمي وعلم النفس التسويقي الرقمي.
3. التعرف على دوافع تعرض الجمهور للأخبار والمعلومات الرقمية وأساليب الإقناع المستخدمة في المحتوى الرقمي.
4. فهم تأثير وسائل الإعلام الرقمية على السلوك البشري: سيتمكن الطالب من تحليل كيفية تأثير المحتوى الإعلامي الرقمي على مشاعر وسلوك وإدراك ومعرفة الأفراد.

Intro Lecture



Course Outcomes مخرجات التعلم ➤

5. تطبيق مبادئ علم النفس في تصميم محتوى إعلامي يجذب الجمهور ويؤثر عليه بفعالية.
6. فهم الحرب النفسية والإعلام الرقمي: (أهدافها وأهم الاستراتيجيات المستخدمة للتأثير النفسي والإعلامي، وأساليبها كالدعاية والشائعات).
7. التعرف على تأثير منصات التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات، وكيفية انتشار الشائعات في المجتمع، وتأثيرها على سلوك الأفراد.
8. القدرة على البحث والتحقق من صحة المعلومات، بما في ذلك البحث عن المصادر الموثوقة.
9. فهم العوامل النفسية التي تؤثر على قرارات الشراء وسلوك المستهلك في البيئة الرقمية.

Intro Lecture

Course Outcomes مخرجات التعلم ➤

10. تقييم التأثيرات النفسية للإعلانات الرقمية على سلوك المستهلكين و سيكولوجية الألوان وكيف يمكن تحسين الإعلانات لتحقيق نتائج أفضل.
11. تطبيق مبادئ علم النفس في استراتيجيات التسويق، والاستهداف السيكولوجي للجمهور المناسب والتسعير السيكولوجي.
12. تطبيق الأساليب النفسية التي تساهم في زيادة والحفاظ على ولاء العملاء.
13. تطوير استراتيجيات التفاعل مع الجمهور تعتمد على فهم نفسية الجمهور واحتياجاته .
14. التعرف على الاحتراق الوظيفي في العمل الإعلامي، أسبابه وخطورته وسبل حل المشكلات التي تواجه الإعلامي.

Intro Lecture

3.التقييم الطلابي ➤

حلقة نقاش أسبوعية

تكليف تطبيقي (اختياري)

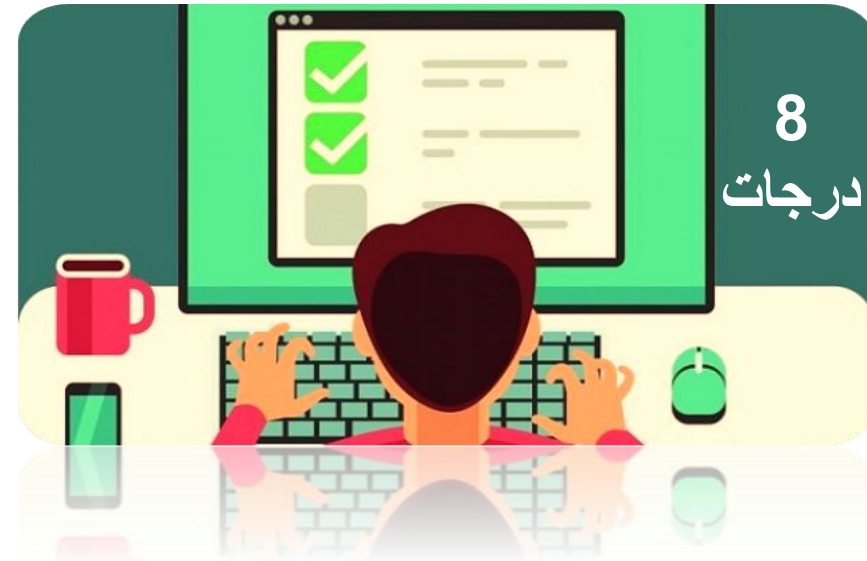


3. التقييم الطلابي ➤

الاختبار النهائي



اختبار أسبوعي



4. موضوعات المقرر ➤



موضوعات المقرر ➤

1. مقدمة في علم النفس الإعلامي (مفهوم علم النفس الإعلامي وأهميته ، مبادئ علم النفس الإعلامي ووظائفه وخصائصه، علاقة علم النفس الإعلامي بفروع علم النفس الأخرى، سيكولوجية الاتصال)
2. سيكولوجية الرسالة الإعلامية: تمثيل الأخبار والمعلومات الرقمية.
3. سيكولوجية الرسالة الإعلامية (التأثيرات الوجدانية والسلوكية)
4. الحرب النفسية في الإعلام الرقمي.
5. الشائعات والإعلام الرقمي.

موضوعات المقرر ➤

6. مبادئ التسويق الرقمي السيكولوجي.
7. سيكولوجية الإعلان الرقمي.
8. الاستهداف السيكولوجي.
9. التسعير السيكولوجي والولاء السيكولوجي.
10. الاحتراق الوظيفي في العمل الإعلامي الرقمي.
11. مراجعة المقرر ومعرفة طريقة الاختبار النهائي.
12. الاختبار النهائي.

Intro
Lecture

مقدمة ➤

أصبح الإعلام الرقمي من الأمور التي تشغل حيزاً كبيراً في حياتنا اليومية، خاصة وأنه أصبح جزءاً لا يتجزأ من حركة التطور التكنولوجي التي يشهدها عصرنا الراهن. مع تزايد استخدام الإنترنت، أصبح الجمهور يعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية للحصول على الأخبار والمعلومات؛ مما يتيح للأفراد سهولة الوصول إلى المعلومات والتفاعل معها بشكل لم يسبق له مثيل. وتشمل هذه المنصات: المواقع الإخبارية، والمدونات، والبودكاست، ومنصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية. وفي هذا السياق، تبرز أهمية دراسة علم النفس الإعلامي الرقمي كفرع من فروع علم النفس، يركز على دراسة كيفية تأثير الإعلام الرقمي على الإدراك والسلوك البشري.



Digital Media
Psychology

Intro Lecture

ومع زيادة اعتماد الجمهور على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المحتوى الإخباري والترفيهي، يلعب علم النفس الإعلامي دورًا مهمًا في تفسير كيفية استجابة الأفراد للمحتوى الذي يتعرضون له عبر هذه الوسائل. تشمل هذه الاستجابات مجموعة من العوامل المعرفية والعاطفية التي تؤثر على طريقة فهم الناس للمعلومات وتفسيرها. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تؤدي الرسائل الإعلامية إلى تعديل أو تغيير في الآراء والمعتقدات حول قضايا معينة، كما يمكن أن تُثير مشاعر قوية مثل الخوف أو السعادة. فأظهرت نتائج الدراسات أن التعرض للأخبار السلبية يمكن أن يؤدي إلى زيادة القلق والتوتر، كما أن التحديثات المستمرة للأحداث المؤلمة تخلق شعورًا متزايدًا بالتهديد والتوتر.



Intro Lecture

تتسم بيئة الأخبار اليوم بالسرعة والتنوع، مما يجعل استهلاك الأخبار سلوكًا متكررًا لدى كثير من الأفراد. ومع زيادة الوصول إلى المعلومات، يواجه الجمهور تحديات جديدة تمثل التأثيرات السلبية للإعلام، مثل الاستهلاك المفرط للأخبار الذي ينعكس سلبيًا على الصحة النفسية. كما تساهم منصات الإعلام الرقمي في سرعة انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة والتضليل الإعلامي؛ هذا الانتشار السريع يجعل من الصعب على الأفراد التحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها؛ مما يؤدي إلى تأثيرات سلبية على المجتمع. وتميل بعض المنصات إلى تعزيز المحتوى الذي يتوافق مع اهتمامات المستخدمين وآرائهم السابقة (خوارزميات التخصيص)، يمكن أن يؤدي إلى "فقاعات المعلومات"، حيث يتم عرض معلومات معينة فقط للمستخدمين، مما يزيد من احتمال تصديقهم للشائعات والمعلومات المضللة.



Intro Lecture

في العصر الرقمي، تعتبر سيكولوجية التسويق الرقمي ضرورة لنجاح الشركات في البيئة الرقمية. لمعرفة العوامل النفسية التي تؤثر على سلوك المستهلكين. وقد لخص Pareto، صاحب نظرية 80-20، أهمية دراسة التأثير النفسي للتسويق في: أن 80% من النتائج تأتي نتيجة 20% من المؤثرات. لذا تسعى الشركات إلى استخدام تقنيات تحليل البيانات الضخمة لفهم وتحليل سلوك المستهلكين عبر الإنترنت، لاستهداف الجمهور المناسب بناءً على سماتهم النفسية، وتوجيه رسائل مخصصة Tailored Messages بشكل يتناسب مع اهتمامات وتفضيلات المستهلكين، مما يجعل الرسائل الإعلانية أكثر تأثيرًا. فمهما كانت الرسالة الإعلانية قوية ومؤثرة، فربما يتلاشى هذا التأثير نتيجة لوصولها للجمهور الخاطئ.



Intro Lecture



~~\$40.00~~ \$40.29

زيادة المبيعات

ويعتبر التأثير النفسي للتسعير عنصرًا حاسمًا في التسويق الرقمي لفهم سلوك المستهلك واتخاذ قرار الشراء، لذا تسعى الشركات إلى تطبيق أساليب علم النفس الحديثة لعرض السعر بأسلوب يؤثر في المستهلك ويدفعه لتنفيذ عملية الشراء. فالإنسان يميل إلى شراء المنتج، حتى يواجه عقبة السعر، الذي يُثير لديه مشاعر سلبية تتمثل في التضحية والألم بسبب دفع المال. ومن أساليب التسعير النفسي: استراتيجية الفاصلة والكسور (مثل 9.99 بدلاً من 10) لجعل السعر يبدو أقل مما هو عليه بالفعل. فالمستهلكون يميلون إلى التركيز على الرقم الأول في السعر. تُعد برامج الولاء للعلامة التجارية من أهم استراتيجيات التسويق الرقمي الفعال والتي تهدف إلى مكافأة العملاء على ولائهم المستمر، مما يشجعهم على تكرار الشراء والتفاعل مع العلامة التجارية. فاستخدام العواطف والدوافع النفسية في التسويق يساعد في بناء علاقات قوية مع العملاء، مما يؤدي إلى زيادة التفاعل مع العلامة التجارية والاحتفاظ بهم.

Intro
Lecture

مثال: كيف تصيغ خبراً يؤثر؟ (نفس الحدث...وصياغتان مختلفتان)

الخبر الثاني:

مأساة على الطريق السريع... رحلة عمل انتهت بكارثة في مشهد يدمي القلوب، تحول الطريق السريع بمدينة نيويورك صباح اليوم إلى ساحة مأساة. شاحنة مسرعة اصطدمت بثلاث سيارات، لتتحول في لحظات إلى دمار ودماء. شخصان فقدوا حياتهما في الحال، بينما خمسة آخرون يعانون من إصابات خطيرة. أسر كانت تنتظر أبنائها، تلقت اتصالاً أنهى كل شيء. وفيما واصلت فرق الإسعاف جهودها لنقل الجرحى، فتحت الجهات الأمنية تحقيقاً مكثفاً للكشف عن ملابسات الكارثة التي حولت بداية هذا اليوم إلى مأساة إنسانية تعتمر القلوب.

الخبر الأول:

حادث تصادم على الطريق السريع: وفاتان و5 إصابات.
وقع صباح اليوم حادث تصادم بين شاحنة وثلاث سيارات على الطريق السريع بمدينة نيويورك. أسفر الحادث عن وفاة شخصين وإصابة خمسة آخرين. توقف حركة المرور لعدة ساعات، فيما هرعت فرق الإسعاف والمرور إلى الموقع. تم نقل المصابين إلى المستشفى لتلقي العلاج، وفتحت السلطات تحقيقاً لمعرفة أسباب الحادث.

Intro
Lecture

مثال: كيف تختار الصورة التي تبيع؟



2



1



3



2

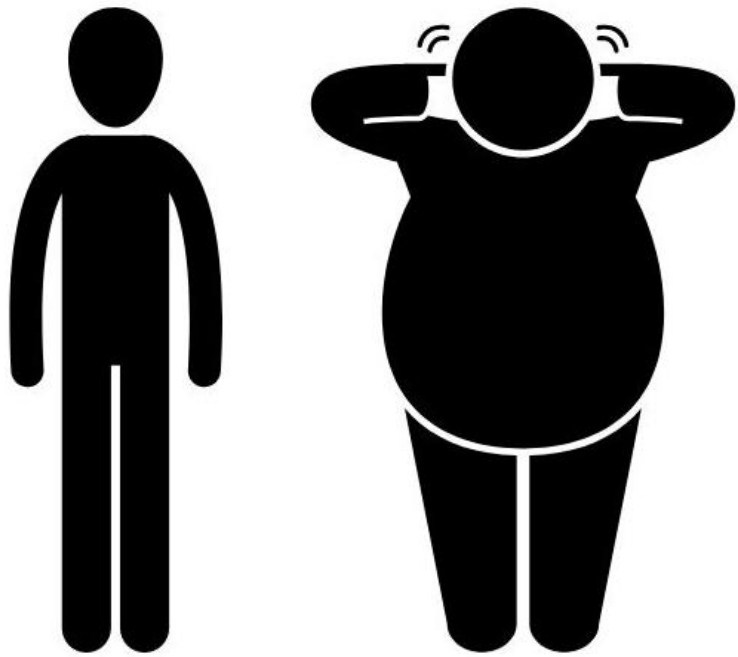


1

خاتمة ➤

في ختام هذه المحاضرة، يمكننا أن نستنتج أن:

علم النفس الإعلامي الرقمي Digital Media Psychology هو مجال متناميًا يدرس تأثير وسائل الإعلام الرقمية على سلوك الأفراد والمجتمعات. يتناول هذا العلم كيفية تفاعل الأفراد مع المحتوى الرقمي، وكيف تؤثر هذه التفاعلات على مشاعرهم وأفكارهم وسلوكياتهم. في عصر تتزايد فيه المعلومات بشكل غير مسبوق، يصبح فهم الديناميكيات النفسية وراء استهلاك المحتوى الرقمي أمرًا بالغ الأهمية. يساعد هذا الفهم في تطوير استراتيجيات فعالة للتواصل، وتعزيز الوعي حول الشائعات والتضليل الإعلامي، وتحسين جودة المعلومات المتاحة للجمهور لمواجهة تحديات العصر الرقمي. ومع تزايد المنافسة بين الشركات وتشابه المنتجات والخدمات من حيث السعر والجودة، أصبح فهم سلوك المستهلك وتأثيره أمرًا حيويًا. فمن خلال دراسة علم النفس الإعلامي الرقمي، يمكننا تعزيز التفكير النقدي لدى الأفراد وتمكينهم من اتخاذ قرارات مستنيرة في بيئة إعلامية معقدة ومتغيرة باستمرار.



Signature HOT PANINI

OUR OWN FRESHLY GRILLED BREAD

EN ON FOCACCIA 7.69

chicken, smoked, lean ham, sweet
chipotle mayo & sun-dried

KEY® ON THREE CHEESE 6.99

old-smoked bacon, smoked cheddar
mustard.

4® ON FOCACCIA 6.99

tomatoes, mozzarella, onions, fresh basil

E ON FOCACCIA 6.99

artichoke spread, Asiago, tomatoes

RELLA ON CIABATTA 6.89

fresh tomatoes, fresh basil
tomato pesto.

Panera KIDS™

WHOLE SOME WHITE WHOLE GRAIN BREAD

ed with a squeezable organic yogurt 4.99

CHEESE 3.59

cheddar cheese sauce over shell pasta.

JELLY 3.59

TH ORGANIC AMERICAN CHEESE 3.59

ANIC AMERICAN CHEESE 2.29

am, smoked turkey or roast beef.

with whipped cream & chocolate sauce.

ICE 1.69

CHOCOLATE MILK 1.69

Pro

All you'll ever need

\$99 /mo (paid annually)

250,000

VISITS PER MONTH

100

ACTIVE PAGES

Hourly

REPORTS

- Advanced Filtering
- Mobile Heatmaps
- Priority Email Support
- Priority Phone Support

Start Your Free Trial

Plus

Most popular

\$49 /mo (paid annually)

100,000

VISITS PER MONTH

50

ACTIVE PAGES

Hourly

REPORTS

- Advanced Filtering
- Mobile Heatmaps
- Priority Email Support

Start Your Free Trial

Standard

For growing businesses

\$19 /mo (paid annually)

25,000

VISITS PER MONTH

20

ACTIVE PAGES

Daily

REPORTS

Start Your Free Trial

Basic

Starting out

\$9 /mo (paid annually)

10,000

VISITS PER MONTH

10

ACTIVE PAGES

Daily

REPORTS

Start Your Free Trial

اليوم فقط، سعر المنتج 1500 بدلا من 2000

بدلا من 2000، اليوم فقط، سعر المنتج 1500



تمنياتي بالتوفيق