

المستوى: ثلاثة

التخصص: إتصال

الاجابة النموذجية في مقياس حملات الاتصال العمومي

الجواب الأول: إشرح المصطلحات التالية : (4 ن)

- التسويق الاجتماعي: هو عبارة عن تسويق الافكار والسلوكيات والقيم الاجتماعية والأخلاقية بأدوات وأساليب وطرق تسويقية تجارية بهدف إحداث التغيير المجتمعي الإيجابي .
- الخدمة العمومية : هي مجموعة من الأنشطة والخدمات التي تقدمها المرافق العمومية والهيئات الحكومية للمواطنين بهدف تحقيق المنفعة العامة لهم دون تمييز بينهم .
- الأهداف التفصيلية : هي الأهداف التفصيلية قصيرة المدى والتي تقود إلى إعادة بلورة أهداف مشتقة من الأهداف الإستراتيجية ولكنها قابلة للتنفيذ خلال مدة زمنية قصيرة.
- الاتصال الإجتماعي : هي العملية التي يتم من خلالها تبادل المعلومات والأراء والأفكار والمشاعر بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع من أجل تحقيق التفاعل الاجتماعي والتفاهم والتأثير المتبادل .

الجواب الثاني: ما الفرق بين الاتصال العمومي والاتصال السياسي؟(3 ن)

يرتبط الاتصال السياسي بعمليات السلطة وتموقعاتها السياسية والإتصال العمومي من حيث المبدأ يختلف تماما على الاتصال السياسي لأنـه يختص بنشاط المؤسسات التي تبحث عن شرعيةـها من منطلق تقديمـها للحق في الخدمة العمومية بينما يرتبط الاتصال العمومي بالمؤسسات العمومية المستقلة التي لا تتبع أي جهة سياسية وهو في ذلك يبحث عن أحداث التناسق والتفاهم اللازم لتسهيل الفعل العمومي والخدمة العمومية

الجواب الثالث: أذكر أهم خصائص الاتصال العمومي مع الشرح (5 ن)

- الاتصال العمومي مجالـه السـلـطـاتـ العـمـومـيـةـ وـالـخـدـمـةـ العـاـمـةـ وـالـتـأـثـيرـ عـلـىـ سـلـوكـ الفـرـدـ
- الاتصال العمومي يتمـيزـ بـأنـ كلـ الأـنـشـطـةـ الـتـيـ تـتـمـ فـيـ إـطـارـهـ هـيـ لـصـالـحـ المـوـاـطـنـ وـالـمـصـلـحـةـ العـاـمـةـ
- الاتصال العمومي عملية إنسانية ديناميكية تبادلية .
- الاتصال العمومي وسيلة أساسية لتغيير اتجاهات الأفراد من أجل توفير الرفاهية الفردية والمصلحة العامة
- الاتصال العمومي رهانـهـ أـخـلـاقـيـةـ بـالـأسـاسـ لـأـنـهـ يـسـعـيـ لـلـتـعـامـلـ بـصـدـقـ وـشـفـافـيـةـ مـعـ الـوـاقـعـ الـاجـتمـاعـيـ .

الجواب الرابع : (5 ن)

تتم عملية إعداد الرسالة في الحملة عبر عدة خطوات هي :

- أسلوب الرسالة : يتساءل المرسل هنا هل ينصح أم يأمر؟ لقد أثبتت التجارب في هذا المجال أن الرسالة ذات الأسلوب المرح والجميل والاجابي هي الرسالة المقبولة والأكثر فعالية لدى الجمهور.
- مضمون الرسالة : يتمثل المضمون في تحديد أشكال الرموز المناسبة للحملة و المستخدمة في الرسالة الاعلامية، وعليه ينبغي اختيار الكلمات و الرسومات والإشارات المناسبة والتي تتلائم مع الحملة
- عرض الرسالة: بمعنى كيف يتم تقديم الرسالة؟ هل تركز على الشكل أو المضمون؟ أو كلاما معا؟ هل نستعمل الصور الحقيقية أو الرسومات أو البيانات والأرقام معا إذ يجب أن تعبر الرسالة عن فكرة واضحة وهذه الفكرة يجب أن تعكس انشغالاً ما وتقدم الرسالة في حد ذاته يتعين أن يكون مثيراً للانتباه ومحققاً بالحججة
- المؤثرات الصوتية : وهو عبارة عن قطعة موسيقية مميزة يختارها المرسل لتزافق بث الرسالة من بدايتها إلى نهايتها فالمنبه الصوتي يجلب السمع ويدعم حاسة البصر لترسيخ الشعار في الذهن
- الشعار والرمز : حيث يجب أن يختصر الشعار الرسالة في جملة واحدة، يكون على نداء صريح وايجابي يحمل معنى الحملة وفكرتها هدفه جلب الانتباه أما الرمز فهو شكل هندسي للشعار يلخص من خلاله المصمم مضمون حملته وأهدافها

الجواب الخامس : (3 ن)

الجمهور المستهدف : هو المتلقى للرسالة الاتصالية والذي يجب معرفة معامله بدقة وتحديد أبعاده وإتجاهاته وإنتماءاته ، وهذا الصياغة الرسالة للحملة وفقاً للأهداف المنشودة ، وينقسم الجمهور المستهدف إلى قسمين رئيسيين هما :

- الجمهور الرئيسي : هو الجمهور الذي يطمح المخططون والمنفذون لتلك الحملة من الوصول إليه والعمل لأجله ليس من ناحية واحدة فقط بل من جميع النواحي سواء كانت اقتصادية او اجتماعية او فكرية او عمرية وهذا من شأنه أن يساعد في اختيار الرسالة والوسيلة الاعلامية في حملة الاعلامية
- الجمهور الثانوي : وهو الجمهور الذي يمكن أن يساعد في نجاح الحملة بسبب اتصاله المباشر وغير المباشر في الجمهور الأول ويعتبر جمهور غير تقليدي ومن المحتمل أن يكون لهم تأثير وهم يمثلون في : الجماعات المهنية ، الأطباء ، العاملون الصحيون ،.... الخ