

المستوى: ثالثة

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 والاخلاقية بأدوات وأساليب وطرق تسويقية تجارية بهدف إحداث التغيير المجتمعي الايجابي .
- 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 الاجتماعي : هي العملية التي يتم من خلالها تبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشاعر بين الافراد 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 بممارسات السلطة وتموقعاتها السياسية وإتصال العمومي من حيث المبدأ يختلف تماما على الاتصال السياسي لأنه يختص بنشاط المؤسسات التي تبحث عن شرعيتها من منطلق تقديمها 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 لتسيير الفعل العمومي والخدمة العمومية

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

- الاتصال العمومي مجاله السلطات العمومية والخدمة العامة والتأثير على سلوك الفرد
- الاتصال العمومي يتميز بأن كل الأنشطة التي تتم في إطاره هي لصالح المواطن والمصلحة العامة
- الاتصال العمومي عملية إنسانية ديناميكية تبادلية .
- الاتصال العمومي وسيلة أساسية لتغيير الاتجاهات الافراد من أجل توفير الرفاهية الفردية والمصلحة العامة
- الاتصال العمومي رهاناته أخلاقية بالأساس لأنه يسعى للتعامل بصدق وشفافية مع الواقع الاجتماعي .

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 و الجميل و الاجابي 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 كلاهما معا؟ هل نستعمل الصور الحقيقية أو الرسومات أو البيانات و الأرقام معا إذ يجب أن تعبر الرسالة عن فكرة واضحة وهذه الفكرة يجب أن تعكس انشغالنا ما وتقديم الرسالة في حد ذاته يتعين أن يكون مثيرا للانتباه ومقنعا بالحجة
- المؤثرات الصوتية : وهو عبارة عن قطعة موسيقية مميزة يختارها المرسل لترافق 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 وإيجابي 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 المتلقي للرسالة الاتصالية والذي يجب معرفة معالمه بدقة وتحديد أبعاده واتجاهاته وإنتماءاته ، وهذا لصياغة الرسالة للحملة وفقا 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 أكانت اقتصادية او اجتماعية أو فكرية أو عمرية وهذا من شأنه أن يساعد في اختيار الرسالة والوسيلة الاعلامية في حملة الاعلامية
- الجمهور الثانوي : و 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 يتمثلون في :الجماعات المهنية ،الأطباء ،العاملون الصحيون ،....الخ