

جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي-

قسم العلوم الإنسانية
المستوى: ثانية ماستر سمعي بصري

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
الموسم الدراسي: 2022/2021

الإجابة النموذجية في مقياس الحملات الإعلامية

الجواب الأول : شرح المصطلحات : (4ن)

الحملات الإعلامية العسكرية: وهذا النوع يستخدم للردع الخارجي وزرع الثقة بالجمهور بمقدرة القوات المسلحة الوطنية من جهة وحملات التغطية الحربية من جهة أخرى.
الأهداف العملية " الأهداف التكتيكية: هي الأهداف التفصيلية قصيرة المدى والتي تقود إلى إعادة بلورة أهداف مشتقة من الأهداف الإستراتيجية ولكنها قابلة للتنفيذ خلال مدة زمنية قصيرة.

الجمهور الأولي : 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 .

الاتصال السياسي : يرى دومينيك فولتون أن في البداية كان الاتصال السياسي يعني دراسة الاتصال الحكومي في اتجاه الناخبين ثم تحول إلى تبادل الخطب السياسية بين الأغلبية والمعارضة وانتقل إلى دراسة دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام ثم تأطير استطلاعات الرأي في الحياة السياسية واليوم أصبح يشمل مجال دراسة دور الاتصال في الحياة السياسية بشكل أوسع يضم وسائل الإعلام واستطلاعات الرأي والتسويق السياسي والأشهار، ويمكن اعتبار الاتصال السياسي الآن كل اتصال يهتم بالسياسة كموضوع .

الجواب الثاني: مبادئ وأسس الاتصال العمومي : يتجسد الاتصال العمومي في جوهره من عدة مبادئ من أهمها حسب بيار زيمور (Pierre Zémor) : (6ن)

1. **عدم اختزال المواطن إلى مستهلك:** حيث يرى بيار زيمور على أن المؤسسات العمومية التي تقدم الخدمة العمومية تتجنب نظرة المؤسسات الهادفة للربح (التجارية) للمواطن بوصفه مستهلك في مجال القضايا العامة .

2. **التميز عن الاتصال السياسي:** يؤكد بيار زيمور في هذا الاتجاه على ضرورة التمييز بين الاتصال العمومي عن الاتصال السياسي في أدائه باعتبار هذا الأخير يرتبط بممارسات السلطة وتموقعاتها السياسية و الإتصال 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

3. **المراهنة على إشراك المواطن:** إن تقاسم المعلومات والبيانات عبر الاتصال العمومي يهدف إلى غاية نهائية هي الدفع بالمواطن نحو المشاركة والانخراط في الشأن العام بشكل مستمر ويومي من خلال ممارسة الديمقراطية التشاركية وليس الديمقراطية التمثيلية

4. **تقاسم الوظيفة الإعلامية مع وسائل الإعلام:** تسيطر وسائل الإعلام على وظيفة الإعلام داخل الفضاء العام ولكن يجب الإشارة إلى خصوصية دور وسائل الإعلام الذي لا يرتبط بتقديم الخدمة العمومية ولكن يميل أكثر لما يسمى بالبراديجم الصحفي في المؤسسات العمومية التي تكون مخولة أكثر من الناحية القانونية إلى تبادل ونقل المعلومات والبيانات ذات الطابع العمومي، وتوجيه النقاش العام نحو المواضيع الأكثر أهمية ونحو شفافية إجراءات الفعل العمومي.

5. **التحكم في آلية الانترنت :** يشكل هذا المبدأ تحديدا الوجه المعاصر للاتصال العمومي حيث ساهمت الانترنت في تكريس التفاعل في تناقل المعلومات وفي دعم المشاركة الفاعلة في نشر المعرفة في إبداء

الرأي والتنشيط الحوار بين مختلف أطراف العملية وبذلك أصبحت هذه الشبكة مرحلة متطورة في مجال المشاركة في تبادل المعلومات و أسلوب من أساليب الديمقراطية بتسيير الشؤون العامة من خلال تعزيز مبدأ الحق في الوصول إلى المعلومة .

6. **الأساس التربوي للاتصال العمومي :** إذا كان على التربية أن تحافظ على ثوابت والأخلاق والقيام فإن عليها أيضا أن تجدد الفكر وتطور العلم وتجعل الجيل رائد عصره وعبقري زمانه ، ولا يتعدى ذلك إلا بتربية جيل مسلم مربى على عين الحقيقة الإسلامية فالمتبع للمنهج الإسلامي التربوي يجده يقوم في أكثر مساحته على مبدأ الوقاية فكان لزاما على التربية أن ترعى هذا الأصل وتحافظ عليه من الانحراف والسقوط ، كما أن المنهج الإسلامي يقوم على مبدأ التوعية والشرح.

الجواب الثالث : (5ن)

1- **تعريف التسويق الإجتماعي :** هو عملية تسويق أفكار تهدف إلى تغيير سلوك بإستخدام التقنيات والأساليب التسويقية والتعاون مع صناع القرار والمتخصصين والمهتمين من خلال برامج تهدف إلى إحداث التغيير المجتمعي .

2- **علاقة التسويق الاجتماعي بالمسؤولية الاجتماعية :** تهدف مختلف المؤسسات خاصة ذات الطابع الاقتصادي والعمومي أن تقدم خدمة للمجتمع في إطار مسؤولياتها الاجتماعية بهدف تحسين الحياة الاجتماعية للأفراد من خلال ترويجها للأفكار الجديدة والايجابية والقضاء على السلوكيات السلبية وعدم اللامبالاة التي من شأنها تشويه المنظر العام للمجتمع ، فالنموذج الاجتماعي في هذا الإطار يتكون من الفكرة الاجتماعية التي تتضمن المعتقدات والقيم والاتجاهات التي يتم ترويجها للجمهور المستهدف وتحتاج إلى تثقيف حملات التسويق الاجتماعي ترسيخها في ذهن الجمهور ، و الممارسة الاجتماعية : تعتمد على خلق سلوك أو فعل اجتماعي ايجابي عند الجمهور المستهدف ويمكن لوسائل الاعلام ومختلف الأنشطة الاتصالية الترويج له لجعله مقبول اجتماعيا بيتبناها الجمهور مثل: حملة التسويق الاجتماعي لسلسلة المطاعم الشهيرة Domino's Pizza ، في إطار برنامج المسؤولية الاجتماعية في 2017.

الجواب الرابع : أهمية الحملات الإعلامية : (5ن)

1. يمكن الحملة الإعلامية أن تؤدي إلى تكوين صورة قوية للمؤسسة وإلى زيادة في حجم المبيعات وتحسين الأرباح
2. يمكن أن تقوم الحملة لغرض تحسين صورة مهنة معينة لدفع المواطنين للإقبال عليها مثل : حملات التعريف بالحرف التقليدية... الخ
3. تغيير السلوك الذي لا يتناسب مع المحيط الاجتماعي عن طريق إقناع الفرد بعدم صحة ما يقوم به أو بيان مخاطر وتعداد الخصائص السيئة له وذلك يحمل الفرد على تغيير سلوكه إزاءه
4. تحسيس الرأي العام بقضية معينة في المجتمع لئلا تتعرض للنسيان، كالقيام بحملة تحسيس بفئة ذوي الاحتياجات الخاصة أو ضحايا الكوارث أو فئة المحرومين اجتماعيا حيث تهدف هذه الحملات إلى زيادة درجة التضامن والتكافل والتعاون
5. توضيح الحقائق وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع كالحملات التي تستهدف توعية المواطنين بقوانين المرور