

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

سنة ثالثة تخصص اتصال

الإجابة النموذجية لامتحان في مقياس حملات الاتصال العمومي

المقدمة: (03 نقاط)

في مقدمة هذا المقال يركز الطالب على النقاط التالية :

يشير الطالب هنا إلى طبيعة موضوع الدراسة من خلال الإشارة إلى موضوع حوادث المرور في الجزائر وتداعياتها الخطيرة على الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي والسياسي ودور حملات الاتصال العمومي التي تقوم به بعض المؤسسات الحكومية من أجل نشر الوعي بمدى خطورة هذه الظاهرة أي كخلفية عامة حول الموضوع ثم التدرج أي الانتقال من العام إلى الخاص من خلال إشارته إلى مفهوم حملة الاتصال العمومي من خلال إعطاء تعريف موجز حول هذا المفهوم ثم ينتقل الطالب إلى ذكر بإختصار أهمية هذه الحملات الاتصالية العمومية كآلية أساسية في الوقاية والتوعية من خلال صميم وتنفيذ حملات اتصالية عمومية وطنية تهدف إلى الحد من هذه الظاهرة.

العرض: (من خلال تقسيمه إلى فقرات كل فقرة تعالج خطوة من خطوات حملة الاتصال العمومي، دعم الإجابة بأمثلة، الربط بين الأفكار والتسلسل المنهجي في تحرير صلب المقال، الكتابة بلغة علمية واضحة ودقيقة)

المرحلة الأولى: مرحلة التشخيص والتحليل (02 نقاط) تشخيص ظاهرة حوادث المرور في الجزائر (الإشارة إلى أهم الأسباب البشرية والتقنية المؤدية إلى حوادث المرور، الإشارة إلى دور مرحلة التشخيص والتحليل في تصميم وبناء الحملة، تحديد أبعادها)

المرحلة الثانية: مرحلة تحديد الأهداف الاتصالية للحملة (02 نقاط) هنا يتم ذكر أهداف حملة الاتصال العمومي والتي تنقسم إلى أهداف عامة وأهداف خاصة (العمل على التقليل من حوادث المرور للحد من

الخسائر البشرية والمادية، نشر الوعي بمدى خطورة هذه الظاهرة، نشر الوعي بثقافة السلامة المرورية وثقافة احترام قوانين المرور)

المرحلة الثالثة: تحديد الجمهور المستهدف (02 نقاط) في هذه المرحلة يتم تحديد طبيعة الجمهور المستهدف بدقة أي الفئات الاجتماعية التي تسعى الحملة إلى التأثير في معارفها واتجاهاتها وسلوكياتها حيث أن التحديد الدقيق للجمهور المستهدف يساهم في صياغة خطاب اتصالي موجه قادر على أحداث التغيير الفعلي في سلوك الأفراد (السائقون، الشباب، المترجلون)

المرحلة الرابعة: مرحلة صياغة الرسالة الاتصالية (02 نقاط) تصميم الرسالة الاتصالية (طبيعة محتوى رسالة الحملة الاتصالية العمومية، يجب أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة ومؤثرة، تصميم وبناء محتوى الرسالة حسب طبيعة الجمهور المستهدف، استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية)

المرحلة الخامسة: مرحلة اختيار الوسائل والقنوات (02 نقاط) اختيار الوسائل والوسائط الاتصالية المناسبة للحملة الاتصالية العمومية (استخدام وسائل الاعلام التقليدية مثل التلفزيون، والإذاعة والصحافة المطبوعة، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) حيث تعتبر من أهم المراحل الأساسية في تصميم حملة الاتصال العمومي والتي تضمن وصول الرسالة الاتصالية إلى الجمهور المستهدف بأكبر قدر من التأثير والفعالية)

المرحلة السادسة: مرحلة التخطيط والتطبيق في الميدان (02 نقاط) وهي مرحلة مهمة في حملة الاتصال العمومي حيث يتم تحويل الأهداف إلى أنشطة اتصالية واقعية على أرض الميدان (تحديد البرنامج الزمني للحملة، ضبط الميزانية، اختيار الأماكن لتطبيق الحملة، تنظيم حملات توعية ميدانية، تنظيم أيام دراسية، توزيع مطويات وملصقات تحسيسية)

المرحلة السابعة: مرحلة المتابعة والتقييم (02 نقاط) وهي المرحلة الختامية تسعى لتقييم مدى نجاح الحملة الاتصالية العمومية (التأكد من مدى وصول الرسائل إلى الجمهور المستهدف، رصد تفاعل الجمهور مع محتوى الحملة، مقارنة نتائج الحملة مع الأهداف المسطرة، تقييم مدى فعالية الوسائل الاتصالية).

الخاتمة: (التركيز على تلخيص الأفكار الرئيسية) (03 نقطة)

في الخاتمة نركز على العديد من النقاط من بينها: (تلخيص أهم ما جاء في صلب المقال (الإشارة إلى أهم المراحل الكبرى ، ابراز أهمية الموضوع والنتائج المتوصل إليها، ذكر التوصيات والآفاق المستقبلية)