

جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

السنة الأولى ماستر/ اتصال وعلاقات عامة

السداسي: الأول

عنوان الوحدة: وحدة تعليم اساسية

المادة: الاتصال والتسويق العمومي

الأستاذ مسؤول المادة: زيايطة يونس

yzieita@yahoo.fr

الرصيد: 5 المعامل : 2

المحاضرة 5: الاتصال الإقناعي في التسويق العمومي (2)

- الجمهور المتلقي:
 - الطرف الأساسي والمستهدف بالعملية الاتصالية.
 - يجب على القائم بالاتصال دراسة، فهم وتحليل خصائص المتلقي لسهولة اقناعه ولتصميم رسائل تماشى مع هذه الخصائص.
 - معرفة المتلقي تمكن من اختيار الأساليب الاتصالية المناسبة وكذا المداخل النفسية التي تمكن من تحقيق الاقناع: الترغيب، الترهيب، التخويف، الاثارة، المدخل العقلي، المدخل العاطفي...
- الوسيلة:
 - القناة الاتصالية التي تنقل عبرها مختلف الرسائل الإقناعية.
 - يجب أن تكون الوسيلة الاتصالية متاحة لدى المتلقي.
 - إن القنوات الاتصالية غير متساوية الكفاءة في نقل الرسائل الإقناعية، وهذا راجع إلى الخصائص التقنية والتكنولوجية التي تشتمل عليها كل وسيلة اتصالية.
 - تحدد فاعلية الوسيلة من خلال القدرة على استهداف أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف بالرسالة.
 - يجب ان تنسجم مع الرسالة المنقولة عبرها.
 - يجب أن تكون فعالة عبر تسهيل عملية ادراك الرسالة من قبل المتلقي.

• رجع الصدى:

- يتعين على القائم بالاتصال رصد رجع الصدى الصادر عن المتلقي لمعرفة مدى نجاح العملية الاتصالية
- تقييم مدى تحقيق العملية الاتصالية لأهدافها الاقناعية
- بغية تصحيح الأخطاء وإعادة النظر في مختلف العوائق التي حالة دون تحقيق التأثير المرغوب.

1- الاستراتيجيات الاقناعية:

- الإستراتيجية الديناميكية النفسية

- الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية

- إستراتيجية إنشاء المعاني

* الإستراتيجية الديناميكية النفسية:

- تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على فكرة أن السلوك تتم السيطرة عليه من الداخل، وتم دمج الافتراضات الأساسية لعلم النفس داخل صيغة المؤثر - الفرد - الاستجابة.
- حيث يتم استقبال المؤثرات بواسطة الحواس من العالم الخارجي وأن خصائص الفرد ستشكل نوعية الاستجابة التي ستحدث ومن ثم السلوك الذي سيتبع.
- تتكون شخصية النفسية الفرد عالم نفسي إدراكي (عبر مختلف الحواس) وعاطفي وجداني يتأثر بمدركات العالم الخارجي، خاصة مختلف العمليات الاتصالية التي قد تتسبب في ردود فعل معينة.
- إن الاتجاه يؤكد على القوى الداخلية للفرد (الاحتياجات، الدوافع، المعتقدات، المصالح المخاوف، القيم، الآراء، المواقف ...) في تكوين السلوك.
- إن مفتاح الإقناع يكمن في تعلم جديد من خلال معلومات يقدمها القائم بالاتصال لكي تغير البناء النفسي الداخلي للفرد المستهدف مما يؤدي إلى السلوك العلني المرغوب فيه.

* الاستراتيجية الثقافية - الاجتماعية:

- بينما تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على أن السلوك يمكن السيطرة عليه من قوى داخل الفرد، فإن العلوم الاجتماعية الأخرى تفترض أن قدرا كبيرا من السلوك الإنساني تشكله قوى من خارج الفرد، أبرزها العوامل الاجتماعية والثقافية (التنشئة الاجتماعية)

- تقوم هذه الإستراتيجية على فكرة مفادها أن الثقافة تؤدي وظيفة حيوية في تشكيل سلوك الفرد، وتتحكم في أنماطه السلوكية.

- إذا أردنا تبرير بعض السلوكيات الغريبة والشاذة للأفراد، فلا نجد ذلك التبرير إلا ضمن الثقافة التي نشأ فيها الفرد، فالثقافة تحمل في طياتها الأشكال السلوكية والقوالب الفكرية التي يطبع عليها الفرد. (العنف، رمي النفايات...).

- الضوابط والمعايير الاجتماعية (التي تضعها الأسرة، الجماعة، المجتمع...) يمكن أن تجعل الفرد يلتزم بسلوكات معينة حتى ولو لم يكن مقتنعا بها === التوقعات الاجتماعية.

- التوقعات الاجتماعية = الفرد يتفاعل بناء على ما يطلبه ويتوقعه الآخرون أحيانا حتى ولو كان ذلك عكس رغباته وميولاته وأولوياته.

- تستخدم هذه الاستراتيجيات بكثرة في الحملات الإعلامية من خلال تعيين شخصية معروفة جماهريا أو أحد كبار المسؤولين (قائد رأي) لإثارة الحماس والتعاون من جانب المنظمات المختلفة وأفراد الجمهور.

- تتمثل هذه الاستراتيجية في == ارسال رسائل اقناعية = بسلوك اجتماعي = بناء على أهداف إعلامية = تلقى تأييدا اجتماعيا = عدم الالتزام بها = الحكم على الفرد بالانحراف والشذوذ.

*استراتيجية إنشاء المعاني:

- تسعى هذه الاستراتيجية إلى التأثير على المعاني أو انشائها

- يتصرف الإنسان حيال العالم الخارجي بناء على ما يحمله من معان، وهذه البنية الداخلية تزود الإنسان بتعريفات للمواقف التي تواجهه، ومن ثم فالتصرف إزاءه ينبثق من بنيته المعرفية الداخلية.

- يرى مختصو الاتصال أن الصحف تشكل الصور في أذهاننا وتؤثر في الطرق التي نتصرف بها إزاء المسائل العامة الراهنة.

- تنمي وسائل الإعلام تصوراتنا عن العالم الخارجي.

- تنشئ وسائل الاعلام وتستبدل وتثبت المعاني للكلمات في لغتنا عبر إعطائنا مضمونا معرفيا مميزا، بحيث نتصرف على منواله.

- يمكن عبر هذه الاستراتيجية أن نخلق ارتباطات لسلوكات مع معاني معينة، بحيث تمكن من تحقيق الاقناع.

- ربط سلوكيات معينة بالجانب الديني بالسلب أو الإيجاب لتحقيق التبري أو التبرك
- خلق معاني الرجولة مع ربطها بقيم أو أفكار معينة.
- النظافة من الإيمان = خلق لمعنى معين مرتبط بالنظافة ألا وهو الإيمان
- خلق معاني مرتبطة بحدوث المرور، معاناة ومآسي العائلة بعد التعرض لحدوث سير بسبب السرعة، استعمال الهاتف الخ...
- التدخين = السرطان
- العلاقات غير الشرعية غير المحمية = أمراض فتاكة كالسيديا
- الكشف المبكر للسرطان = الحفاظ على جمال المرأة وأنوثتها.
- **** يتم تحديد الاستراتيجية الأمثل بناء على طبيعة الموضوع وخصائص الجماهير
- **** هل يمكن اعتماد أكثر من استراتيجية في حملة واحدة ؟
- عندما نتحدث عن استراتيجية اقناعية فإننا نتحدث عن الاستراتيجية المعتمدة في الرسالة/رسائل الحملة.