

أجب عن الأسئلة التالية في نقاط.

(٥ درجات)

السؤال الأول:

الإجابة طبقاً لأبحاث الطلاب في المادة (إجابات مختلفة)

(٧ درجات)

السؤال الثاني:

أ- ما هو الاتصال؟

الاتصال: process

مصطلح من مصطلحات الاتصال والتعريفات تتغير طبقاً لمن يقدم التعريف، فالإتصال يعنى نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات من فرد إلى آخر وهو تفاعل إجتماعى إنسانى.. يؤثر فيه الفرد فيمن حوله، ويعد الإتصال الركن الأساسى لدراسة النفس البشرية وفهم وإدراك معاناتها فالإتصال يعنى مشاركة وتلاقى العقول على إيجاد مجموعة من الرموز المشتركة.. ولفظ اتصال يترجم أيضاً communication وهى مشتقة من اللاتينية communis ومعناها common أى مشترك أو عام وهى عملية إنسانية يقدم فيها المرسل الرسالة للمتلقى لإحداث التفاعل والتواصل بينهما وتنوعت وتعددت التعريفات لخبراء الإعلام فى ذلك.

ب- أنواع الاتصال

١- اتصال ذاتى ٢- اتصال شخصى ٣- اتصال جماهيرى

٤- اتصال تنظيمى ٥- اتصال جمعى ٦- اتصال إقناعى

ج- أشرح أحد أنواع الاتصال وبيان دوره فى ترويج الأفكار التسويقية؟

يختار الطالب إحداهما حسب رغبته ويبين دوره فى التسويق والترويج الإعلانى للسلع.

(٨ درجات)

السؤال الثالث:

خصائص التليفزيون كأحد أهم الوسائل الإعلانية

١- التليفزيون يتخطى الحواجز الأممية والجغرافية.

٢- يلعب التليفزيون دوراً حيوياً فى نقل المعلومات.

٣- تأثير أكبر فى الجمهور لأنه يقدم الصوت والصورة المتحركة .. ويبقى تأثيره طويلاً فى نفس المشاهد.

٤- تغطية واسعة وعريضة لقطاعات كبيرة من الجماهير المتنوعة.

٥- البث التليفزيونى أتاح الفرصة لاستخدام الكثير من الإمكانيات الفنية لفنون الحوار والسيناريو والإخراج وفرز الألوان واستخدام الكاميرات الرقمية.

٦- زيادة التأثير العاطفى فى نفس المشاهد كالقضايا القومية والوطنية نظراً لنقل الأحداث لحظة وقوعها للجماهير العريضة.

٧- القدرة على جذب وشد انتباه المشاهدين محلياً وعالمياً ودولياً.

٨- مصدر هام من مصادر الأخبار بين وسائل الإعلام المختلفة يتمتع بالمصدقية حيث أن الكاميرا تنقل الحقيقة من أرض الواقع وهذا يؤدى إلى أهداف الرسالة الإعلامية.

٩- وقوع الجمهور تحت تأثير الرسائل الإعلامية التى تبثها الفضائيات لتغيير السلوك السلبى إلى الإيجابى.

(١٠ درجات)

السؤال الرابع: ضع علامة (✓) أو (×)

- ١- تعد إعلانات الطرق من أقدم أشكال الإعلانات وتزايدت أهميتها نتيجة الزيادة الكبيرة فى عدد السكان. (✓)
- ٢- الاتصال الجماهيرى يعمل ضمن إطار إجتماعى غير معقد ويستهدف الوصول إلى جماهير غير متخصصة. (×)
- ٣- الاتصال المرئى هو نوع من التفاعل الذى يحدث بواسطة الرموز لتحقيق المشاركة. (✓)
- ٤- الحالة المزاجية والنفسية للمرسل والتى تظهر فى اتجاهاته وأفكاره وثقته بنفسه يجب على المتلقى التعامل معها. (×)
- ٥- نظرية الرصاصة الإعلانية تفترض أن الجماهير كائنات سلبية يمكن قيادتها والتأثير فيها. (✓)
- ٦- الاتصال الشخصى يتم بين الفرد وذاته وليس بين الشخص أو أكثر فى موضوع مشترك. (×)
- ٧- فى نظرية الاستعمالات يكون الجمهور سلبى لا رأى له أمام قوة الرسالة وتأثيرها. (✓)
- ٨- لغة الإشارة تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة وهى من أنواع الاتصال اللفظى. (×)
- ٩- الإصدار اليومى للجرائد تسمح للقائم بالاتصال الإعلانى بإمكانية التحرك السريع لمقابلة الفرص التسويقية المفاجئة. (✓)
- ١٠- تعد الملصقات أحد أهم الوسائل الإعلانية التى تعتمد على الانسجام اللونى وتبتعد عن التباين فى التكوين والألوان والخطوط. (×)

أطيب التمنيات بالنجاح

أ.د/ شوقى الدسوقي