**استراتيجية المنبه والاستجابة**

 تعتبر هذه الإستراتيجية من أقوى الاستراتيجيات التي تستعملها كثير من وسائل الاتصال الحديثة فهي تعتمد في عملها على نظرية العالم الفيزيولوجي "**بافلوف**" مع جمهورها المستهدف، من خلال إثارة قضية ما سياسية، اجتماعية..، شرط أن تكون قضية تلقى صمت اجتماعي ثم تثيرها بشكل ما.

 إن الهدف من وراء هذه الإستراتيجية هو استعمال عملية الوخز كمنبه حول هذه القضية، ثم انتظار ردة فعل الجماهير التي هي محل استهداف، كاستجابة لما أثير من أجله وبذلك تكون الرسالة الاتصالية قد حققت أهدافها التي قد تخص زيادة مبيعاتها أو مشاهديها أو متابعيها أو خدماتها.

 **إستراتيجية الصور الذهنية (البروباغاندا)**

 تركز هذه الإستراتيجية على محاولة التأثير في الأشخاص مع السيطرة على سلوكياتهم في المجتمع لتحقيق أهداف قد تكون علمية أو غير ثابتة (مشكوك فيها)، وقد يكون هناك دليل إثبات وقد لا يكون.

تستخدم هذه الإستراتيجية الدعاية بمختلف ألوانها:

* **الدعاية البيضاء:** تقوم فيها بذكر المصدر فيكون معروفا وتكون أهدافها محددة.
* **الدعاية الرمادية:** وتكون فيها مضمرة لخطابها المعلن
* **الدعاية السوداء:** تقوم فيها بإخفاء الأهداف والأهمية ...

**إستراتيجية الصرف (التحويل/الإلهاء/صرف الانتباه)**

 يعد التحويل أو الإلهاء عنصر مهم جدا في التحكم بالمجتمع حيث تقوم هذه الإستراتيجية على تحويل انتباه الجمهور عن المشاكل الأساسية والتحولات التي أرادها الحاكم السياسي أو الاقتصادي عن طريق بث مضامين للمتابعين وتكون فارغة من دلالاتها في قالب ترفيهي.

 إن إستراتيجية التحويل مهمة جدا لمنع الجمهور من الاهتمام بالمعرف الأهم (في ميادين العلم، الاقتصاد،...)، ويعتبر الصرف شكلا من أشكال التلاعب وهو موجه لشد انتباه الخصم عن النقطة التي سوف يهاجم فيها.

**استراتيجية الاستحواذ على المتلقي:**

 ترتبط هذه الإستراتيجية بمدى حسن استغلال وسائل الاتصال ومدى قوتها وتأثيرها وفقا لما يؤهلها للاستحواذ على المتلقي، ونجاح هذه الإستراتيجية مرهون بدرجة تعامل وفهم وتوظيف جيد ومدروس لعناصر العملية الاتصالية على تعددها، ولتنجح هذه الإستراتيجية يجب أن تشتمل على تحقيق وتوفر جملة من العناصر هي:

* إجراء الدراسات المسبقة لتحديد الجمهور المستهدف (للتعرف على خصائصه، حاجاته، رغباته، اهتماماته، توجهاته...).
* إعداد الرسالة وصياغتها حسب ذوق الجمهور المستهدف.
* استخدام الوسائل الملائمة لتوصيل الرسالة للجمهور المناسب مع محاولة التركيز على الوسائل التكنولوجية الاتصالية لزيادة فرص الوصول إلى الجمهور وإقناعه

**استراتيجية نشر الأفكار المستحدثة**

 إن الأفكار المستحدثة تشكل جوهر الاتصال الذي يستهدف تطوير فكر أفراد المجتمع وتكوين الاتجاهات الايجابية نحو برامج التنمية للوصول إلى سلوكيات تترجم السياسات.

 نظرا لأهمية الأفكار المستحدثة هناك عناصر أساسية في تبني الأفكار الجديدة منه التجديد أو الابتكار في الفكرة المستحدثة نفسها، وقنوات الاتصال والتركيب الاجتماعي للبيئة أو النسق الاجتماعي، والفترة الزمنية الضرورية للانتقال، وهذه الإستراتيجية تمر بعدة مراحل هي

* مرحلة الشعور بالفكرة (أو إدراك الفكرة)
* مرحلة الاهتمام
* مرحلة التقييم
* مرحلة التجريب المحددة
* مرحلة تبني الفكرة.