

المحاضرة الخامسة : الحملات الاعلامية ومراحل إعدادها

تمهيد:

نحتاج في الكثير من الأحيان إلى القيام بتنفيذ حملات إعلامية سواء كانت لنشر أفكار أو معلومات أو تعديل سلوكيات أو تعميمها على شريحة معينة لما فيه منفعتهم كحملات التوعية الصحية وتبيين مخاطر التدخين ونشر الثقافة البيئية لنظافة الأحياء ... إلخ، وهنا لابد أن نتعلم مجموعة من الأسس والمبادئ قبل الإقبال على أي حملة إعلامية ونحن بطبيعة الحال لا نقوم باعداد الحملات الاعلامية إلا لهدف محدد.

1 - تعريف الحملات الاعلامية:

"الحملة الإعلامية هي نشاط اتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقويم، تقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد، ويمتد لفترة زمنية، بهدف تحقيق أهداف معينة، باستخدام وسائل الاتصال المختلفة، وسلسلة من الرسائل الإعلامية، وباعتماد أساليب استمالة مؤثرة، بشأن موضوع محدد، يكون معه أو ضده، ويستهدف جمهورا كبيرا نسبيا"، حسب تعريف الدكتور رافد حداد.

حسب تعريف "غوران هديرو" "فالحملة الاعلامية هي "النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل"، ويلاحظ على هذا التعريف إنه يهمل جوانب عديدة في النشاط الاتصالي الذي تمثله الحملة، المصدر (القائم بالحملة الإعلامية)، الجمهور المستهدف في الحملة، أهداف الحملة الإعلامية.

"دينس ما كويل": هي "جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور، نحو أهداف مقبولة اجتماعيا، مثل التصويت وشراء السلع والتبرعات وتحقيق أمن أكبر وصحة أفضل وغيرها".

تعريف الدكتور إبراهيم أبو عرقوب: "هي عبارة عن خطة مكتوبة شاملة وقصيرة الأمد تحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المتصلة والمترابطة التي تظهر في وسائل الاتصال أو الإعلام في فترة زمنية محددة قد تمتد إلى سنة أو أقل من ذلك). يهمل هذا التعريف عددا من العناصر التي تقوم عليها الحملة منها القائم بالاتصال، أهداف الحملة وجمهور الحملة.

تعريف الدكتور كرم شلبي: هي "الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر، وبكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما، ويمكن أن تكون الحملة مع شيء أو ضد شيء معين"، ولا يتطرق هذا التعريف إلى عنصرين أساسيين تقوم عليهما الحملة الإعلامية هما القائم بالحملة، الجمهور الذي تتوجه إليه.

خلاصات التعريفات: الحملة الاعلامية اذن هي:

نشاط اتصالي: فهي عملية متكاملة تقوم على أساس التفاعل بين مرسل ورسالة ومتلق في مضامين اجتماعية معينة تقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.

مخطط ومنظم وخاضع للمتابعة والتقويم، تقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد، يمتد لفترة زمنية أي أن الحملة يجب أن تتحدد لها فترة زمنية تبدأ فيها، وتتوقف بعد إنجاز أهدافها، والحملة قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد حسب متطلبات الموقف، بهدف تحقيق أهداف معينة والمقصود هنا

أن لكل حملة غايات تسعى إلى تحقيقها، وأن تحديد القائم بالحملة لهدفه له أهمية كبيرة في نجاحها، باستخدام وسائل الاتصال المختلفة وسلسلة من الرسائل الإعلامية أي أن القائم بالحملة يجب أن يحدد القنوات التي سيستخدمها سواء كانت (وسائل الاتصال الشخصي أم الجماهيري) لنقل نتاج أفكاره إلى الجمهور عن موضوع الحملة، باعتماد أساليب استمالة مؤثرة، ويقصد بذلك أن القائم بالحملة يجب أن يعد مضامين رسالته بأسلوب يحفز المتلقي ويجذب انتباهه ويدفعه إلى التفاعل مع رسالته والاستجابة لها، بشأن موضوع محدد حيث لكل حملة إعلامية موضوع محدد تنظم على أساسه.

الحملة الإعلامية ليس شرطاً أن تكون مؤيدة للموضوع الذي تتناوله فإنها قد تكون مؤيدة ومساندة له وقد تكون معارضة له، وهي في كلتا الحالتين تتبنى موقفاً وتسعى إلى دفع الجمهور لتأييده وتحديد موقفه تبعاً لما تهدف إليه.

ويستهدف جمهوراً كبيراً نسبياً، حيث تتناول الحملات الإعلامية موضوعات مهمة وحيوية تحظى باهتمام أكبر عدد من الجمهور وبذلك فهي على الدوام تكون موجهة إلى جمهور كبير نسبياً.

2- خصائص الحملات الإعلامية:

- * أن تكون الحملة الإعلامية ذات رسالة واضحة تلمس احتياجات واهتمامات الجمهور المستهدف.
- * تتضمن عبارات موجزة قوية ومؤثره لكي تحقق التأثير على الجمهور بدلاً من العبارات الفضفاضة التي تشعر الجمهور بالملل فينصرف عنها.
- * مخططة ومرتبطة بشكل دقيق ومحكم، وفي ذات الوقت تتسم بالمرونة لكي تستوعب أي تغيرات تطرأ على مسارها.
- * محددة بأهداف واضحة، وفترة زمنية معينة.
- * تنتشر بسهولة وسرعة، وإلا ستكون غير فعالة.
- * لها شعار يعبر عنها، يوضع على الموقع الخاص بالحملة.
- * تتوافق مع قيم ومعايير المجتمع وإلا ستواجه صعوبة في انتشارها.
- * تعتمد على توظيف كافة الوسائط الإعلامية المتعددة، لتحقيق التواصل والتفاعل مع الجمهور.