

المحاضرة السادسة يتبع

3 - أهداف الحملات الإعلامية

- تكون للحملات الإعلامية أهدافاً إيجابية واضحة، كأن تهدف إلى إثراء قيم إيجابية معينة.
- السعي إلى نشر مفاهيم معرفية مهمة، ككيفية الوقاية من بعض الأوبئة والأمراض.
- محاولة تغيير سلوكيات سلبية ضارة بالبيئة، كالحملات التوعوية الإقناعية التي تهدف إلى إقناع الجمهور بتبني سلوكيات إيجابية معينة.
- التوعية، التحسيس، الإرشاد، التوجيه، رفع الحس المدني، غرس قيم المواطنة...

2- أنواع الحملات الإعلامية

- أ- الحملات الإخبارية:** وتركز على عملية إيصال بعض المعلومات الإخبارية المهمة للجمهور، تهدف بشكل رئيسي إلى إخبار الجمهور بما حدث أو سيحدث في مواضيع تهم فئات كبيرة من الناس.
- ب- حملات تغيير السلوك:** تكون هذه الحملات الأقل تعقيدا مقارنة بحملات تغيير المعتقدات كونها تستهدف سلوكا عاديا خاطئا قد يكون ناتج عن جهل أو قلة اهتمام من قبل الأفراد، وبالتالي تهدف الحملة إلى تغييره أو تعديله أحيانا عن طريق تزويد الأفراد بالمعلومات المتعلقة بذلك السلوك الخاطئ أو تنبيههم إليه وإلى المخاطر المترتبة عنه والتي يمكن أنهم لم ينتبهوا لها. وترتبط هذه السلوكيات عادة بالحياة اليومية للأفراد، مثل حملات التوعية بالنظافة والمحيط التي تطلقها المؤسسات الرسمية مثل وزارة البيئة ومديرياتها والجمعيات وغيرها. وهذا النوع من الحملات يتطلب استمرارا وإحاحا لتثبيت العادات الجديدة مثل مكافحة التلوث والتوعية بحوادث الاختناق بفعل الغاز وغيرها من الحوادث المنزلية الناتجة عن السلوكيات الخاطئة، كإعدام التهوية وعدم القيام بالصيانة لأجهزة التسخين. وتوضيح الحقائق وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع، كالحملات التي تستهدف توعية المواطنين بقوانين المرور.
- ج- حملات تهدف إلى تغيير المعتقدات:** المعتقدات هي أقوى ما يؤمن به الفرد. ويمكن أن تكون هذه المعتقدات ذات أساس ديني، عقائدي، اجتماعي، إيديولوجي وغيرها. وتعتبر عملية تغيير المعتقدات الخاطئة من أصعب عمليات التغيير الاجتماعي لأنها تحكم سلوكيات الفرد، مثل حملات تغيير المعتقدات الخاطئة المتمثلة في التبرك بالأولياء الصالحين والشعوذة وذلك من أجل تحقيق مصلحة عامة تتمثل في القضاء على الخرافات ومحاربة المشعوذين والدجالين.
- د- حملات تغيير الأفكار:** حملات التغيير في الأفكار، تعتبر أقل تعقيدا مقارنة بالتغيير في المعتقدات، وتغيير الأفكار يقصد به تغيير التصور الخاطئ للأفراد حول الظواهر والأشياء والتي تتحكم في سلوك الفرد اتجاهها، ومن هنا فإن الحملات في هذه الحالة تهدف إلى تغيير هذا التصور الخاطئ الذي يحمله الفرد وتزويده بالفكرة الصحيحة حول موضوع معين وبالتالي دفعه إلى تغيير سلوكه وتحقيق مصلحة عامة. ومن الأمثلة على ذلك حملات التغيير في النظام الغذائي والتوقف عن تناول السكر المكرر، وتصحيح فكرة الأشخاص الخاطئة عنه بأنه مفيد وتوعيتهم بأضراره ومخاطره وبالتالي دفعهم إلى تغيير سلوكهم والتوقف عن شرائه واستهلاكه نظرا لتأثيراته الصحية.

هـ- **حملات تغيير الاتجاهات:** إن تغيير الاتجاهات يتطلب غرس اتجاهات نفسية إيجابية في نفوس الجيل نحو موضوعات أساسية في حياتهم. كما يتم تخليصهم من الاتجاهات السلبية التي لا تتماشى مع الأهداف الاجتماعية وهذا التغيير ممكن لأن الاتجاهات تتميز بالثبات النسبي. وتختلف درجة تغيير الاتجاهات من فرد إلى آخر، طبقا لطبيعة ودرجة تعقد الموقف الذي يمر به وينتج عن درجة التغيير في الاتجاه ظهور أنواع أخرى منها، تغيير الاتجاه في نفس المسار، أي ليس التغيير الجذري، أو تغيير الاتجاه في مسار معاكس وهنا التغيير يكون جذريا.

و- **حملات التغيير المعرفي:** وهذا النوع الأسهل على الإطلاق، تقوم هذه الحملات على تزويد الأفراد بالمعلومات وزيادة وعيهم بقضية ما أو اتجاه موضوع محدد مثل حملات توعية الحجاج وتعليمهم أركان الحج وغيرها. وكذلك الحملات التي تهدف إلى توعية الأمهات وتزويدهم بمعلومات حول أهمية الرضاعة الطبيعية وغيرها. ويبرز هذا النوع من حملات الاتصال العمومي في المجال الصحي مثل حملات الهلال الأحمر للتبرع بالدم. وتشمل أيضا حملات تحسيس الرأي العام بقضية معينة في المجتمع كالقيام بحملة للتحسيس بفئة المعوقين وذوي الاحتياجات الخاصة، أو ضحايا الكوارث وفئة المحرومين اجتماعيا. وتهدف هذه الحملات إلى الزيادة من درجة التضامن والتكافل والتعاون في المجتمع.