

المحاضرة 02: حملات الاتصال العمومي: مدخل مفاهيمي

للحملات دور مهم ومركزي اليوم وتعتبر من النشاطات التي لزم علي الهيئات العمومية أن تقوم بها، وفي مقدمة هذه الحملات نجد الحملات الاجتماعية الإعلامية.

مفهوم الحملة:

لغة: جمعها حملات وهو ما يحمل دفعة واحدة، وكلمة الحملة تعني (الكر، الغارة، الغزو، الحرب) بمعنى الاقتحام والهجوم على العدو بكل الإمكانيات لتحقيق هدف الاقتحام .

أما في القواميس الأجنبية فكلمة حملة تعني في اللغة الانجليزية Campaign وقد اوضحت دائرة المعارف البريطانية معنى هذه الكلمة على أنها سلسلة متواصلة من العمليات العسكرية.

🌈 يتضح من خلال المفهوم اللغوي أن الباحثين اتفقوا أن الحملة هي هجوم معد لبلوغ غاية أو هدف، ولكن سرعان ما انسحبت دلالات ومعاني كلمة الحملة في المجال العسكري إلى مجالات أخرى كالسويق، السياسة، الإعلام، الصحة، ومختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية.

المفهوم الاصطلاحي للحملة:

هي تصميم وتنفيذ وعمل برنامج محكم يستهدف زيادة نسبة تقبل فكرة اجتماعية واكتساب عادة أو سلوك معين لدى الجماهير المستهدفة آخذين في الاعتبار التخطيط والمنهج والترويج والتوزيع وبحوث التسويق. وهي الاستخدام المخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية والأساليب الابتكارية لحث المجتمع عامة وبعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو أفكار وتبنيها ودعمها، وذلك باستخدام استراتيجية أو أكثر من خلال جهود متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدد.

والحملات تلعب دورا أساسيا وفعالا في الحياة الاجتماعية للأفراد وذلك من خلال النصائح والارشادات التي تقدمها قصد توعية وتحسين الجمهور المستهدف.

ويعرفها **ميشال لونات**: عمل يستعمل كل التقنيات الخاصة بالاتصال ووسائله وتستدعي استعمال المنطق في كل مراحل انجازها بالإضافة إلى ذلك الجدية والعمال المكثف، وهي تقوم على العمل الطويل والمركز في انجازها وجهود جمهور مستهدف، وهي **تركز على 3 أسس وهي:**

- اختيار الموضوع المناسب للعمل والطرق التي تحقق أكبر اقناع للجمهور .
- الرسالة التي يتم بثها من خلال هذه المرحلة يجب أن تؤدي إلى إدراك فعلي للظاهرة من قبل الجمهور للوصول إلى التغيير .

- على القائم بالاتصال أن يبذل جهده لتحقيق التلاؤم بين الموضوع المختار لحملة وتقنيات الاتصال العمومي.

ويرى Denis Makwil أن الحملة تتسجم مع النظم والمعايير والقيم الاجتماعية السائدة وغالبا ما يكون الهدف تعديل أو تعزيز توجهات جماهيرية نحو أهداف مقبولة اجتماعيا.

نجد أيضا تعريف Denis lindon ربط بين الحملة الإعلامية والاتصال العمومي ذي الطابع الاجتماعي، حيث أشار بشكل مباشر إلى علاقة الحملة الإعلامية ذات الأثر العمومي بجانب الإستراتيجية، وفي رأيه الحملة الإعلامية عمل مبرمج يراعي تحديد الجمهور وخصائصه وانشغالاته تقرر تحديد الأهداف من هذه الحملة، وفي اعتقاده أن الحملة تتحرك بعناصر إستراتيجية وفي هذا شبه نظام الحملة الإعلامية بنظام العمل العسكري الحربي مبني على إستراتيجية في التنظيم وتكون محكمة.

ومن هنا نستنتج أن الحملة هي سلسلة من الجهود الاتصالية والإعلامية المخططة والمتناسقة تقوم بها مؤسسة أو مجموعة أو أفراد من أجل تحقيق أهداف محددة كما أنها خطة عمل متكاملة من رسائل ووسائل اتصالية متنوعة تسعى إلى تحقيق الهدف وموجهة إلى فئة معينة من الجمهور المستهدف أو إلى عدد من الفئات خلال جدولة زمنية مدروسة وموازنات محددة خاضعة للمتابعة والتقييم.

أهمية الحملة العمومية: هو إيصال رسالة معينة إلى جمهور محدد عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، وفي ممارستها لوظيفتها الإعلامية من إخبار وإعلام وتعليم وتنقيف، فإنها تقدم اتصالا عموميا هدفه الصالح العام وتحسين الخدمة العمومية، فيطلق الباحثون على الحملات الإعلامية أنها حملات غير ربحية أو حملات الخدمة العامة، أو حملات التسويق الاجتماعي، أما الحملات الاعلانية فهي حملات ربحية أو حملات التسويق التجاري والحملات الانتخابية.

أهداف الحملات الاعلامية العمومية الاجتماعية:

- **الوعي:** أي مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب الوعي بالقضية أو المشكلة.
- **المعرفة:** وتعني مساعدة أو محاولة الأفراد والجماعات على اكتساب خبرات متنوعة والتزود بفهم الأساس للقضية.

- **الاتجاهات:** أي معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من القيم والاهتمام بالقضية وحوافز المشاركة الايجابية في حل مشكلاتها أو زيادة عوائدها
- **المشاركة:** أي إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات في المشاركة ضمن الأنشطة على كافة المستويات إزاء القضية.
- ترويج الأفكار باستخدام رسائل متعددة عبر وسائل مختلفة خلال فترة زمنية معينة.
- تغيير السلوك الذي لا يتناسب مع المحيط الاجتماعي عن طريق اقتناع الفرد بعدم صحة ما يقوم به أو بيان المخاطر الناجمة عن ذلك السلوك
- إثارة انتباه الرأي العام بقضايا مجتمعية المتعلقة بالفئات المهمشة كحملات تناول مشكلات ذوي الاحتياجات الخاصة، المتشربين، أطفال الشوارع، الفئات المرومة اجتماعيا، إذ تنبه هذه الحملات المجتمع بهدف التضامن أو التكافل أو التعاون مع هذه الفئات.

خصائص الحملة:

- 1- **التكرار:** من خلال تكرار الرسائل لتثبيت الرسالة في ذهن الجمهور والالاحاح لدفع الجمهور على تقبل الرسائل التي يتم بثها أو نشرها وإتاحة الفرصة لعدد من الجماهير ليتعرفوا على مضمونها
- 2- **الاستمرارية:** أي عدم التوقف النهائي أو المؤقت عن بث الرسائل ضمن الفترة الزمنية المحددة لنشر وبث الرسائل لأن الاستمرار يؤدي إلى تحقيق الهدف المنشود
- 3- **استخدام كافة وسائل الاتصال :** وفق ما يتوفر لدى القائم بالاتصال في الحملة من إمكانيات بشرية ومادية بما يتوافق مع الجمهور المستهدف.
- 4- **كثافة التغطية** أي اغراق الجمهور المستهدف بوابل من الرسائل والآراء والأفكار ومعتقدات القائم بالاتصال في الحملة.

5- ذات إدارة منظمة وهذا يؤدي إلى الهدف المنشود

6- ذات مدة زمنية محددة

أنواع الحملات: هناك العديد من القضايا الاجتماعية التي يمكن أن تجذب العمل الاجتماعي، وقد تهدف بعض القضايا إلى علاج مشكلة اجتماعية كتعاطي المخدرات أو التلوث البيئي، وتهدف كل قضية هدف اجتماعي، وهذا الهدف يتضمن أحداث تغيير في سلوك الأفراد ومن بين أنواع الحملات مايلي:

- **حملات التغيير المعرفي:** وتعرف بالحملات العامة أو التعليم العام، تهدف بعض حملات التغيير الاجتماعي إلى تزويد الأفراد بمعلومات وزيادة وعيهم بقضية ما، أي العمل على إحداث التغيير المعرفي، وهذا النوع من حملات المعلومات العامة أو التعليم العام يشمل تلك الحملات التي تتعلق بالقيمة الغذائية لأنواع الطعام المختلفة والعمل على زيادة وعي الأفراد بأهمية التغذية الصحية، أو إعطاء معلومات لأفراد عن كيفية تجنب التعرض للإصابة بمرض ما وهذا النوع من أسهل الحملات لأنها لا تهدف إلى إحداث تغيير عميق في السلوك وإنما يتحقق هدفها في إعطاء الأفراد المعلومات التي تتعلق بالقضية الاجتماعية
- **حملات تغيير الفعل (العمل):** تهدف إلى إقناع أكبر عدد ممكن من الأفراد للقيام بعمل معين خلال وقت محدد، وتهدف هذه الحملات لإقناع الأفراد مثلاً بضرورة التطعيم لوقاية من بعض الأمراض أو التبرع بالدم، وهذه الحملات لا تتطلب فقط إخبار الجماهير وإعطاءهم المعلومة لكن حثهم على عمل أو فعل ما
- **حملات التغيير السلوكي:** تهدف إلى حث الأفراد على تغيير بعض أنماط السلوك وهي ما تعرف بالحملات السلوكية كحملة تحث الأفراد على تغيير السلوك الاجتماعي من سلوك خاطئ إلى سلوك مقبول اجتماعياً، كحملة الإقلاع عن التدخين، أو تغيير عادات الأكل والشرب للتخلص من الوزن الزائد، وهي من أصعب الحملات حيث يصعب تغيير بعض أنماط السلوك والعادات التي دأب الأفراد القيام بها
- **حملات تغيير القيم:** وهي الحملات التي تهدف تغيير القيم والمعتقدات مثل حملات تنظيم الأسرة، وينخفض معدل النجاح إلى حد كبير في هذا النوع من الحملات حيث يصعب تحريك القيم والمعتقدات التي يحتفظ بها الأفراد منذ فترة طويلة، وقد تلجأ الجهات التي ترغب في التغيير في هذا النوع من الحملات إلى استخدام القوانين والتشريعات التي تلزم الأفراد بتغيير قيمهم ومعتقداتهم التي لا يمكن أن يغروها من تلقاء أنفسهم وبشكل طوعي.