

المحاضرة السادسة : أنواع حملات الإعلامية

تصنيف الحملات الإعلامية إلى مجموعة من التصنيفات التي تساعد القائمين عليها في اختيار الحملة الإعلامية الأنسب للجمهور المستهدف والتي تساعد في التأثير عليه ومن بين هاه التصنيفات نجد مايلي :

أولا : تصنيف حسب الهدف من الحملة الإعلامية :

التغيير في المعتقدات : فالمعتقدات تُعتبر إطار مرجعي فهي تُعبر عن الدين أو الإيديولوجية أو الاجتماعية، كالتقاليد السائدة في بلداً ما والعادات الراسخة في مجتمع معين حيث تعتبر الأسرة المصدر الأول والرئيسي في ترسيخ المعتقدات، فقد يكون التغيير في المعتقدات الخاطئة صعب جداً؛ وذلك بسبب حاجتها لمئات السنين لترسيخها. وعليه تلعب المعتقدات دوراً هاماً في التحكم في سلوكيات الأفراد فهنا تتطلب أن تكون المعالجة على مستوى عالي من القادة، سواء الروحانيين أو الاجتماعيين فهم عبارة عن قادة رأي يساهمون في تغيير السلبي إلى إيجابي.

التغيير في الأفكار: تأتي أهمية التغيير في الأفكار بعد أهمية التغيير في المعتقدات في المجتمعات الإنسانية. وهي قدرة الفرد على تخيل أفكار عن الظاهرة المتناولة، مع ضرورة تزويد الأفراد بالمعلومات التي تساهم في زيادة وعيهم. فتعتبر الحملات التي تقوم على تغيير الأفكار من أبسط حملات التغيير الاجتماعي في المجتمعات البشرية؛ لأنها لا تقوم على التعمق في تغيير السلوك فقد تكون بمثابة مدخل تمهيدي للقيام بالحملات السلوكية.

التغيير في السلوك: حملات تعديل السلوك: هي نوع من الحملات التي تحاول تغيير وتعديل الاتجاهات والسلوكيات الموجودة لدى بعض أفراد الجمهور، وهي من أكثر الحملات صعوبة وتعقيداً لأنها تستهدف تغيير السلوك أو الاتجاه لدى الفرد، ومن أمثلتها الحملات المعاصرة حول تعاطي التدخين حملات التوعية المرورية ومكافحة المخدرات وغيرها.

التغيير في القيم : تهدف إلى تغيير القيم والمعتقدات وعادة ما ينخفض معدل النجاح فيها الى حد كبير حيث يصعب تحريك القيام والمعتقدات التي يحتفظ بها الأفراد منذ فترة زمنية طويلة وقد تلجأ الجهات التي ترغب بالتغيير في هذا النوع من الحملات إلى استخدام القوانين والتشريعات التي تلزم الأفراد بها مثل الحملات الإعلامية التبشيرية

حملة التوعية الجماهيرية : تصمم لجعل الجمهور على معرفة بشيء ما وهذا النوع من الحملات تتراوح معلوماته من شيء بسيط مثل تاريخ فتح مدرسة إلى حدث محلي أو وطني أو دولي كبير .

حملات تربية وتعليمية: هي حملة للتعلم تذهب بخطوة اضافية خلف الوعي والمعلومات الى التفسير ومقدرة الجمهور على تطبيق المعلومات وتحويلها الى سلوك يومي .

حملة توضيح الحقوق والحقائق : تتمثل في تعريف المواطنين بالعناصر الجديدة لما لهم من حقوق وما عليها من واجبات مثل حقوق المرأة والمسنين والمهاجرين

الحملات الإخبارية: وتركز على عملية إيصال بعض المعلومات التوعوية المهمة للجمهور . وتهدف بشكل رئيسي إلى إخبار الجمهور بما حدث أو سيحدث في مواضيع تهم فئات كبيرة من الناس.

حملات الصورة الذهنية: يطلق على هذا النوع من الحملات حملات العلاقات العامة وتركز حملات الصورة الذهنية على تغيير الاتجاهات والسلوك وربما لا تسعى إلى الإقناع.

تتميز هذه النوعية من الحملات بما يلي:

- أنها تهدف إلى التعريف أكثر من الإقناع

-أنها تسعى إلى التأثير على الاتجاهات والسلوك

-تقدم هذه النوعية من الحملات الدول ومؤسساتها والمنشآت وأقسامها في صورة مشرقة

الحملات الإقناعية: تهدف هذه النوعية من الحملات إلى تدعيم الاتجاهات وتعديلها حتى لا تضعف أمام حملات مضادة أو مستجدات ستحدث للجمهور المتلقي. وتحتاج الحملات الإقناعية إلى التخطيط الدقيق.

عملية التدعيم والتعزيز تكون أسهل من عملية تغيير الاتجاه الذي هو بدوره أسهل من عملية تغيير السلوك. فتغيير السلوك هو الهدف الرئيس من الحملة الإقناعية

ثانيا : تصنيف حسب القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية :

- الحملات الإعلامية الخاصة : وتقوم بها جماعات وأفراد لأهداف مختلفة مثل : حملة راحة القهوة في

أمريكا في الخمسينيات (coffee break) والتي أطلقتها الرابطة الأمريكية للقهوة بين الموظفين حيث أصبحت هذه الثقافة الأمريكية ثقافة عالمية .

- حملات إعلامية حكومية عامة : تقوم بها الحكومات والسلطات العليا للدولة وتكون عادة توعوية ، تثقيفية، إقناعية ، انتخابية ، تعديل سلوكيات في المجال الثقافي أو السلوكي الخ .

ثالثا : تصنيف حسب موضوع الحملة :

- الحملات المعلوماتية: هي حملة معلومات عامة تسعى وراء معرفة الجمهور وإدراكه لحدث ما، وتزويده ببعض المعلومات العامة الحيوية.

- الحملات الأمنية: نوع من الحملات التي تستهدف خلق وعي أمني من المخاطر والتهديدات المختلفة لدى الجمهور (التركيز على متابعة النشاطات المشبوهة المتعلقة بالإرهاب والجريمة المنظمة).
- الحملات الانتخابية: هذا النوع من الحملات دوري ويتركز قبل الانتخابات في الدول ويعمل على إيصال الرسالة السياسية للمرشح ومنهجيته القادمة بغية انتخابه.
- حملات الحرب الدعائية: تستخدم هذه الحملات في الحروب والنزاعات وتستهدف المجتمعات بغية التأثير على معنوياتهم والاستسلام للطرف الآخر.
- حملات الدعاية المضادة: هذا النوع ينفذ لمعالجة حملات الدعاية المضادة التي تستهدف المجتمع وخلق حالة توازن فكري ومعلوماتي ونفسي للوقاية من الدعاية المضادة.
- الحملات الإعلامية العسكرية: وهذا النوع يستخدم للردع الخارجي وزرع الثقة بالجمهور بمقدرة القوات المسلحة الوطنية من جهة وحملات التغطية الحربية من جهة أخرى.

رابعاً : تصنيف حسب النطاق الزمني للحملة الإعلامية :

- حملة طويلة الأمد : والتي تستمر سنة أو أكثر وعادة تهدف هذه الحملات إلى تغيير سلوكيات أو معتقدات وقيم يصعب تغييرها في فترات زمنية قصيرة مثل حملات القضاء على إدمان المخدرات.... الخ .
- حملة متوسطة الأمد : وهي محددة بزمان شهرين أو أكثر مثل : الحملات الانتخابية .
- حملة قصيرة الأمد : وهي الحملات الطارئة قصيرة الأجل مثل : الحملات المتعلقة بالأمراض المفاجئة كجائحة كورونا (كوفيد 19) ، الحملات الأمنية ، العسكرية... الخ .

خامساً :تصنيف حسب النطاق الجغرافي للحملات الإعلامية :

- الحملة المحلية: وهي حملة تستهدف منطقه أو مدينه محددة يراد منها معالجه مواضيع تهم ساكني هذه المناطق أو المدن مثل الحملات التحسيسية حول النظافة .
- الحملة الوطنية : وهي الحملات التي تستهدف الجمهور في عموم البلد بمدنه و إيديولوجياته وقوميته ومؤسساته وتناول معالجة مواضيع تهم أبناء البلد ككل في جميع المناطق مثل: الحملة الإعلامية الوطنية حول التشجير في الجزائر .

- **الحملة العالمية** : وتهتم هذه الحملات بالجمهور العالمي بمختلف قاراته ودوله وتعتني بالرسائل الموجهة له مثل : تلك الحملات التي تتبناها منظمة الصحة الدولية أو الأمم المتحدة لمعالجة مشاكل معينة كإنتشار الأمراض أو الحروب

الحملات الإعلامية د. هبة طارق