المحاضرة الحادي عشر: الحملة الصحفية

تعريف الحملة الصحفية:

- الحملة الصحفية ليست فناً من فنون التحرير وإنما فن استخدام فنون التحرير المختلفة في تحقيق الهدف الذي عدت الحملة من أجله.
- شكل من أشكال الاستخدام الجيد لفنون التحرير.
- تبدأ بخبر، ثم تتطور إلى تقرير و تحقيق ..او بمقال

وظائف الحملة الصحفية:

- تعبئة الرأي العام مع سياسة معينة
- تنظيف المجتمع من الفساد

أنواع الحملات الصحفية:

الحملة الصحفية المخططة: ويقصد بها الحملات الصحفية التي يتم التخطيط لها مسبقاً، قبل البدء بها بواسطة طاقم التحرير الصحفي الموجود في الصحيفة؛ بحيث يقوم الكثير من الكتّاب والمحررين في صياغتها معتمدين على الأدلة، الدراسات والأبحاث. وعليه لا يتم البدء بالحملة الصحفية إلا بعد الإعداد الكامل والجيد للحملة؛ بحيث تكون جاهزة للنشر، مثل: حملات التوعية بالسرطانات وبالأخص سرطان الثدي لدى فئة النساء.

الحملة الصحفية المفاجئة: وهي الحملة التي لا تحتاج إلى إعداد مسبق للتخطيط لها. وتكون مفروضة من قبل المجتمع والأحداث المحيطة بهم،

مثل: تناول خبر صغير في الصحيفة وبعدها تقوم الصحيفة نفسها بتتابعها في أخبار متتالية، ليكون بمثابة قنبلة تهرز المجتمع بأكمله.

عناصر الحملة الصحفية:

موضوع الحملة: والتي يقصد بها المادة الصحفية المكوّنة من قضايا ومشاكل، تهتمّ فئات المجتمع وتمسّ الشعب ومصالحة بحيث تكون صالحة لتصبح حملة صحفية ناجحة.

هدف الحملة: بحيث يكون واضح ومحدد في بداية التخطيط، التي تساهم في جعل القارئ في وضع يسهل عليه تبنيها. وأمّا في حال كانت الأهداف غير واضحة، سيساهم ذلك في فقدان المتلقّي القارئ ثقته بالصحيفة وبحملتها.

جمهور الحملة: وعليه يجب تحديد الجمهور المستهدف والتي تسعى الحملة الصحفية في التأثير عليهم؛ وذلك لنجاح تعبئة الرأي العام في القضية المطروحة، فالقوة الضاغطة تلعب دوراً هاماً في نجاح الحملة وتحقيق أهدافها التي أُعدت لها.

عوامل نجاح الحملة الصحفية:

- ضرورة الإعداد المُسبق للحملة الصحفية؛ وذلك من خلال جمع البيانات والتفاصيل الكافية التي تساهم في إقناع الرأي العام. عندما تكون الحملة الصحفية مفاجئة، لا بُدّ من توافر الإحصائيات والبيانات والحصول عليها بشكل سريع لتدعيم موقفها.

- ضرورة المتابعة المستمرة للجوانب المختلفة من موضوع الحملة، ففي حال توقفت الصحيفة عن متابعتها فذلك يساهم في فقدانها للحياة.

- ضرورة مشاركة أبرز وأنجح المحررين والكتّاب في إنجاح الحملة الصحفية. ضرورة أن تكون مواضيع الحملة ذات موضوعية، كذلك عدم توجيه الاتهامات لأي فئة دون توافر الأدلة والبراهين الكاملة. - ضرورة اختيار الوقت المناسب. وضع شعار للحملة الصحفية ويكون متناسق والحملة.

- ضرورة الحصول على المعلومات الصحيحة من كافة المصادر. ضرورة تقديم تغطية متوازنة.

- ضرورة اختيار الوقت المناسب لشنّ الحملة الصحفية.

- ضرورة تحديد الوقت المناسب لمتابعة واستمرارية الحملة الصحفية. اختيار الضمامين المناسبة.

- ضرورة تحديد طاقم التنفيذ. ضرورة تحديد نطاق الحملة وهدفها التي تسعى إليه.

عناصر الحملة الصحفية:

1- موضوع الحملة : قضية أو مشكلة تهم الرأي العام وتمس مصالح الشعب.

2- هدف الحملة : واضحًا ومحددًا من البداية.

3- جمهور الحملة : من الضروري إشراك الرأي العام في تبني القضية.

خصائص الحملة:

قد تشترك فيها جميع اقسام المؤسسة وجميع الوسائل الاعلامية

- تستمر وقتا معيننا

- معالجة شاملة للظاهرة

- التخطيط المحبك

مراحل الحملة:

- اختيار الموضوع والهدف

- التخطيط

- التنفيذ التقييم المرحلي

- متابعة التنفيذ

- التقييم النهائي