

قد 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 لا بد أن نتعلم مجموعة من الأسس والمبادئ قبل الإقبال على أي حملة إعلامية، ونحن بطبيعة الحال لا نقوم بعمل هاته الحملات الإعلامية إلا لهدف محدد. فكيف يتم التخطيط للحملة حتى تنجح ويتحقق الهدف المراد الوصول إليه؟

### المطلب الأول: مفاهيم أساسية.

تعد الحملة الإعلامية من النشاطات الاتصالية المهمة مما دفع العديد من الباحثين والمهتمين بشؤون الاتصال إلى تقديم تعريفات وتحديد مفاهيم مختلفة لها منطلقين من اهتماماتهم وطبيعة اختصاصاتهم والوظائف التي تؤديها الحملة والأهداف المراد تحقيقها من جراء تنظيمها، إضافة إلى عناصرها وخصائصها .

وسنتناول في هذا البحث عددا من تعريفات الحملة الإعلامية كما وردت في تعريفات عدد من الباحثين في عدد من التخصصات بغية الوصول إلى تعريف شامل لمفهوم الحملة الإعلامية .

#### 1- التعريف الأول :

: يعرف غوران هدبرو (HIDBROW) الحملة الإعلامية بأنها (النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل). ويلاحظ على هذا التعريف انه يهمل جوانب عديدة في النشاط الاتصالي الذي تمثله الحملة، وهي:  
أ- المصدر (القائم بالحملة الإعلامية).  
ب- الجمهور المستهدف في الحملة .  
ج- أهداف الحملة الإعلامية.

#### 2 - التعريف الثاني :

يعرف دينس ما كويل ( DENIS MCQUIL) الحملة الإعلامية بأنها (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). ولا يشير هذا التعريف إلى:

أ- الوسائل التي ينبغي إن تعتمد عليها الحملة الإعلامية في إيصال رسائلها.  
ب- يفترض إن جميع الحملات تهدف إلى تحقيق أهداف اجتماعية مقبولة, في حين إن أدبيات الحملات الإعلامية تؤشر لنا العديد من الحملات التي تتناقض مع هذا المفهوم ولا تعتمد عليه , مثل بعض الحملات الدعائية السياسية التي تعتمد على التضليل والخداع لتحقيق أهداف مغرضة أو حملات تحديد النسل في مجتمع محافظ.

### 3. التعريف الثالث :

ويعرف كتاب مفاهيم رئيسة في عملية الاتصال الحملة الإعلامية بأنها :  
(عملية إقناع منظمة ومتناسقة تقوم بها عادة وسائل الإعلام الجماهيرية وتتوجه إلى الرأي العام والسلوك في محاولة لتحقيق مجموعة من الأهداف، ويمكن أن تقوم بها طائفة واسعة من المؤسسات والمجموعات والأشخاص في سعيهم لتحقيق مصالحهم الخاصة)  
يتصف هذا التعريف بالشمولية في كثير من جوانبه إلا أنه :  
أ. لا يشير إلى استخدام وسائل الاتصال الشخصي في الحملة على الرغم من الأهمية الكبيرة التي تضطلع بها هذه الوسائل في الحملات.  
ب. يفترض إن القائم بالحملة الإعلامية، مؤسسات ومجموعات وأشخاص يسعون إلى تحقيق مصالحهم الخاصة، فيما نرى إن العديد من الحملات تكون لها أهداف نبيلة تسعى إلى خدمة المجتمع وليس المصالح الخاصة، كما في حملات التنمية.  
ج. يهمل عنصر الزمن في الحملة .

### 4- التعريف الرابع :

أما ببسلي ( PAISLEY ) فيعرف الحملة بأنها:  
(نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور، و إن مفهوم إعادة التشكيل يعد من أهم السمات التي تميزها كنشاط اتصالي سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى أنماط الحياة الفردية)  
وعلى الرغم من أن هذا التعريف يركز على جوانب مهمة من الحملة ، ومنها التأثير وأسلوب التعامل مع الجمهور، إلا أنه:  
أ. لا يحدد طبيعة القائم بالحملة الإعلامية .  
ب. لا يحدد الوسائل التي تستخدم في نقل مضامين الرسائل التي يعدها القائمون على الحملة.  
ج. لا يشير إلى الفترة الزمنية للحملة.

### 5- التعريف الخامس :

ويعرف الدكتور إبراهيم أبو عرقوب الحملة فيقول 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 اقل من ذلك )  
ويهمل هذا التعريف عددا من العناصر التي تقوم عليها الحملة منها:  
أ. القائم بالاتصال.  
ب. أهداف الحملة.  
ج. جمهور الحملة.  
د. كما يبدو متناقضا في تحديده للفترة الزمنية التي تستغرقها الحملة، فهو يذكر إن الحملة خطة قصيرة الأمد، وفي الوقت نفسه يؤكد بأنها تمتد إلى سنة.

## 6- التعريف السادس:

وترى الدكتورة سامية محمد جابر إن الحملة هي التي تشتمل على مجموعة تدابير واستعدادات مثل الحملات السياسية والانتخابية والمعلومات العامة والإعلان وبعض أشكال التعليم واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية أو في مجال نشر التجديدات, ويكون لها أهداف محددة تخطط من أجل إنجازها, وتقوم بنشاطها في فترة زمنية محددة غالبا ما تكون وجيزة ومكثفة وتستهدف جمهورا كبيرا نسبيا, وغالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركة)

ويقترَب هذا التعريف من إعطاء صورة متكاملة لمفهوم الحملة إلا أنه يتجاهل وسائل الاتصال الشخصي في الحملة.

## 7. التعريف السابع:

ويقول الدكتور كرم شلبي إن مفهوم الحملة هو: ( 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:

أ. القائم بالحملة.

ب. الجمهور الذي تتوجه إليه.

## 8. التعريف الثامن :

ويرى جلال الدين الحما مصي الحملة بأنها مبنية على أساس الدراسات العميقة والمطولة, التي يرمى كاتبها من ورائها أن ينبه إلى حالة ما قد تسيء إلى كيان المجتمع مثلا أو إلى وضع يجب أن يتغير من أساسه لانه قائم ضد مصلحة الجمهور أو الرأي العام).

ولنا الملاحظات الآتية على هذا التعريف :

أ. يشير إلى أن مضامين الحملة تتكون من الدراسات فقط في حين إن الحملة تستخدم مختلف الفنون الإعلامية.

ب. يضيف على الحملة صفة شخصية بإشارته إلى (الكاتب ) على أساس انه القائم بالاتصال, ولكن الحملة غالبا ما تأخذ صفة جمعية مؤسساتية.

ج. لا يتطرق إلى الوسائل المستخدمة في الحملة.

د. يحدد أهداف الحملة على أساس أنها تأخذ طابع التغيير الإيجابي فقط, في حين هناك أهداف عديدة أخرى تنطوي عليها العديد من الحملات, قد تتصف بالطابع السلبي من حيث أهدافها.

هـ. لا يشير التعريف إلى جمهور الحملة والفترة الزمنية المحددة لها.

## 9. التعريف التاسع:

ويشير الدكتور فاروق أبو زيد إلى إن الحملة هي فن استخدام فنون التحرير المختلفة في تحقيق الهدف الذي أعدت الحملة من أجله، أي إنها فن توظيف فنون التحرير لخدمة الموضوع، ويقتصر هذا التعريف على ذكر جانب محدد بما يتصل بالحملة وهو أساليب إعداد الرسائل الإعلامية وهدف الحملة، الذي يشير إليه بشكل مقتضب، ويغفل الجوانب الأساسية والمهمة الأخرى في الحملة.

## 10. التعريف العاشر:

ويعرف الدكتور محمود ادهم الحملة بأنها أسلوب صحفي فريد لما يمكن أن تسفر عنه من نتائج تتصل بالرأي العام، وتحاول أن تقدم الحلول للمشكلات التي تقلق المجتمع وتؤرق أفراد، وتهاجم الأوضاع السيئة وتدعو إلى الإصلاح في ميادينه المختلفة، وإلى دعم وتأييد الأفكار المضيئة التي تنشد الكمال وتقدم لكل ما يستحق

يهمل هذا التعريف الجوانب الآتية في الحملة :

أ. القائم بالحملة.

ب. جمهور الحملة.

ج. يحدد الأهداف على أساس شعارات إيجابية، ولا يتطرق للأهداف الأخرى لبعض الحملات، سيما الدعائية أو الإعلانية منها. التي تميزها كنشاط اتصالي سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى أنماط الحياة الفردية)

وعلى الرغم من إن هذا التعريف يركز على جوانب مهمة من الحملة , ومنها التأثير وأسلوب التعامل مع الجمهور، إلا أنه:

أ. لا يحدد طبيعة القائم بالحملة الإعلامية .

ب. لا يحدد الوسائل التي تستخدم في نقل مضامين الرسائل التي يعدها القائمون على الحملة.

ج. لا يشير إلى الفترة الزمنية للحملة.

## نحو تعريف شامل للحملة الإعلامية:

بعد استعراض التعريفات السابقة للحملة الإعلامية ومناقشتها تبين للباحث وهو الدكتور رافد حداد إنها لم تقدم تصورا دقيقا وشاملا للحملة الإعلامية كعملية اتصالية متكاملة، وقد حاول الباحث أن يضع تعريفا متكاملا لمفهوم الحملة الإعلامية، وهذا نصه:

" الحملة الإعلامية هي نشاط اتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقييم، 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 "

وزيادة في الإيضاح نقدم التفسير التالي لعناصر تعريفنا :

## 1. نشاط اتصالي:

والمقصود بهذا إن الحملة الإعلامية هي عملية متكاملة تقوم على أساس التفاعل بين مرسل ورسالة ومنتلق في مضامين اجتماعية معينة تقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.

## 2. مخطط ومنظم وخاضع للمتابعة والتقويم:

ويعني الباحث إن الحملة تتطلب إدارة من حيث وضع التصورات الخاصة بها بما يتصل بالأهداف والوسائل والرسائل والجمهور المستهدف , وتحقيق التنسيق بين العوامل المتاحة بما يكفل تنفيذ خطة الحملة بكفاءة وفاعلية , مما يتطلب جهودا رقابية للتأكد من تنفيذ الخطط المقررة , ومعالجة التلكر والاختلافات والانحرافات في خط سير الحملة, وبعد إنجاز الحملة يتطلب إعطاء أحكام بشأن جدواها ومدى نجاحها في تحقيق أهدافها الأصلية.

## 3. تقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد:

يرى الباحث إن الحملة الإعلامية قد تنظمها مؤسسات كبرى , مثل ( الحكومات , أو المؤسسات الإعلامية , أو الأحزاب ) , أو مجموعات تسعى إلى أهداف محددة مثل مجموعة تدعو للحفاظ على البيئة ) , أو أفراد مثل ( الحملات الإعلانية التي يقوم بها بعض النجوم للحصول على تبرعات لمرضى الإيدز) , ولكن في جميع الحالات تتم الاستعانة بوسائل الاتصال لهذا الغرض.

## 4. ويمتد لفترة زمنية:

أي إن الحملة يجب أن تتحدد لها فترة زمنية تبدأ فيها , وتتوقف بعد إنجاز أهدافها , والحملة قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد حسب متطلبات الموقف.

## 5. بهدف تحقيق أهداف معينة:

والمقصود هنا إن لكل حملة غايات تسعى إلى تحقيقها , وإن تحديد القائم بالحملة لهدفه له أهمية كبيرة في نجاحها.

## 6. باستخدام وسائل الاتصال المختلفة وسلسلة من الرسائل الإعلامية:

ونعني بذلك إن القائم بالحملة يجب أن يحدد القنوات التي سيستخدمها , سواء كانت ( وسائل الاتصال الشخصي أم الجماهيري ) لنقل نتاج أفكاره إلى الجمهور عن موضوع الحملة.

## 7. باعتماد أساليب استمالة مؤثرة:

ويقصد بذلك إن القائم بالحملة يجب أن يعد مضامين رسالته بأسلوب يحفز المتلقي ويجذب انتباهه ويدفعه إلى التفاعل مع رسالته والاستجابة لها .

## 8. بشأن موضوع محدد:

لكل حملة إعلامية موضوع محدد تنظم على أساسه , وتعد رسائلها بما يتصل به , وكلما حدد موضوع الحملة كلما تمكن القائمون بها من تغطيته من مختلف جوانبه.

## 9. يكون معه أو ضده:

ونقصد بذلك إن الحملة الإعلامية ليس شرطا إن تكون مؤيدة للموضوع الذي تتناوله , فإنها قد تكون مؤيدة ومساندة له وقد تكون معارضة له , وهي في كلتا الحالتين تتبنى موقفا وتسعى إلى دفع الجمهور لتأييده , وتحديد موقفه تبعا لما تهدف إليه.

## 10. ويستهدف جمهورا كبيرا نسبيا:

تتناول الحملات الإعلامية موضوعات مهمة وحيوية , تحظى باهتمام أكبر عدد من الجمهور وبذلك فهي على الدوام تكون موجهة إلى جمهور كبير نسبيا.

=====