

الحملة الإعلامية في مكافحة مظاهر انحراف الشباب: نحو تصميم حملات إعلامية تطبيقية

د. ليلي فقيري

(جامعة محمد بوضياف بالمسيلة - الجزائر)



ملخص:

كثيراً ما نتساءل عن انحراف الشباب والأسباب والدوافع التي تجعلهم ينحرفون، سواء تعاطي المخدرات أو ارتكاب سلوكيات خاطئة، مثل المعاكسات أو التقليد الأعمى للغرب والأخذ من سلوكهم الذي لا يتوافق مع ديننا الحنيف ولا عاداتنا ولا قيمنا ولا أخلاقنا الحميدة. ومن هنا نرى الأسباب كثيرة ومتنوعة خصوصاً في بداية مرحلة تكوين الشخصية، حيث يكون الشباب على جانب كبير من التطور الجسمي والفكري والعقلي، ولأنها مرحلة انتقالية في النمو، فيحدث فيها تطورات سريعة في التحول والتقلب، لهذا جاء هذا المقال للمحاولة الجدية لإيجاد حملات إعلامية مناسبة و تصميم صحيح ميداني، كما سيكون في المضمون.

Abstract:

Often we wonder about youth delinquency and the reasons and motivations that make them deviate, either taking drugs or committing wrong behaviors, such as hazing or blind imitation of the West in their behavior, which is not compatible with our religion and our traditions and our values and our ethics. we see many and varied reasons, especially in the beginning of the formation of personality stage, where the young people endures great physical, intellectual and mental development, and because it is a transition phase in the growth, which leads to the rapid developments in the transition, so this article try seriously to find a suitable media campaigns designed in the field true, as will be secured.

مقدمة:

إن عدم الحركة تبدل الفكر تكون النفس مهياً للأفكار الشيطانية كسبب من الأسباب التي تؤدي إلى انحراف الشباب، وأيضاً الكبار الذين يشاهدون هذا الانحراف من الشباب أو غيرهم ويقفون حيارى عاجزين عن تقويمهم وإصلاحهم وإرشادهم، فينتج عن ذلك عدم المبالاة من الشباب لافتقارهم القدوة وعدم وجود من يرعاهم ومن يحاسبهم ويشعرهم بخطئهم، كما أن للصحة الأثر الكبير في الانحراف أو الاستقامة وكما قال الرسول - صلى الله عليه وسلم: " المرء على دين خليله فلينظر أحكم ممن يخال". وقال صلى الله عليه وسلم: " مثل المجلس السوء كنافخ الكير إما أن يحرق ثيابك وإما أن تجد منه رائحة كريهة"، كما أن لقراءة الكتب الهدامة من

رسائل وصحف ومجلات وقنوات هابطة وغيرها السبب المباشر في الانحراف وتشكيك المرء في دينه وعقيدته مما يجره إلى الهاوية وعدم التمسك بالأخلاق الفاضلة فيقع في الفكر والرذيلة، فإذا لم يكن عند الشباب منعه قويه من الثقافة الدينية العميقة والفكر الثاقب كي يتمكن بذلك من التفريق بين الحق والباطل وبين النافع والضار فسيكون صيد سهل لتلك الأفكار الهدامة التي تفسد العقيدة، كما أن بعض الشباب يظن أن الإسلام مقيد للحريات وكابت للطاقت فينفر من الإسلام مما يحول بينهم وبين التقدم والرقي فالإسلام ليس مقيداً للحريات ولكنه منظم لها بالتوجيه السليم حتى لا تصطدم حرية شخص بحرية آخرين فتنتشر الفوضى ويحل الفساد، هذه بعض أسباب الانحراف وان كنت أراها للأسف كثيرة مثل التفكك الأسري ومشكلة الطلاق والثقة الزائدة من أولياء الأمور وغيرها.

إن الحملات الإعلامية تلعب دوراً هاماً في قلب مفاهيم انحراف الشباب و تفسير سلوكياتهم المنحرفة، لذا فهي تعد عنصر الاهتمام في الإشارة إلى قضايا عديدة تخص الشباب و ميولاتهم، فالحملات الإعلامية تحاول القيام بواجبها تجاه دين الأمة وفكر الشباب... ، وسخرت كل أقلامها وأدواتها لفكر تعديل و تهذيب النفس من خلال تصاميمها المختلفة (ملصق إعلامي، حملة إعلامية سمعية، حملة إعلامية سمعية بصرية، نشرات و دوريات...)، فالحملات تعمل على توعية الشباب من مظاهر الانحراف، و تحثهم على الاندفاع نحو خدمة الأمة، و الابتعاد عن المظاهر السلبية والانغماس في الشهوات والتعلق بالأضواء والقشور، في وقت أصبح الشباب وهو في عمر الورود يتطلع إلى البطولة أو إبراز الذات أو النجاح من خلال مغامرات سخيفة أملاها عليه فيلم سينمائي أو قصة مكتوبة أو برنامج مذاع أو دعايات مكثفة...

من خلال ما سبق نطرح التساؤل التالي: فيما تتجلى أهمية الحملات الإعلامية في مكافحة انحراف الشباب ؟، وكيف يتم تصميم حملة إعلامية تجسد مكافحة انحراف الشباب؟
تحاول ورقتنا العلمية الإجابة على التساؤلين من خلال تطرقنا للعناصر الآتية:

1. انحراف الشباب: الماهية و النماذج

1.1 مفهوم الانحراف

الانحراف مجموعة المخالفات ضدّ قوانين المجتمع، أي التّعدي على قوانين وعادات وتقاليد المجتمع الذي يعيش فيه الفرد، فالمنحرف هو الذي يرتكب مخالفة يعاقب عليها بعقوبات تأديبية، بمعنى آخر هو الذي يرتكب مخالفة للقانون الجزائري .

الحدث في الشريعة الإسلامية: الحدث يطلق على صغير السن الذي لم يبلغ الحلم، وقد ورد في السنة النبوية بهذا المعنى في أحاديث كثيرة منها: حديث أبي هريرة رضي الله عنه قال سمعتُ الصادق يقول: "هَلَكْتُ أُمَّتِي عَلَى يَدِ غُلَمَةٍ فَقَالَ أَبُو هُرَيْرَةَ لَوْ شِئْتُ أَنْ أَقُولَ بَنِي فُلَانٍ وَبَنِي فُلَانٍ لَفَعَلْتُ فَكُنْتُ أَخْرَجُ مَعَ جَدِّي إِلَى بَنِي مَرْوَانَ حَيْثُ هَلَكُوا فَإِذَا رَأَاهُمْ غُلَمَانًا أَحْدَاثًا قَالَ لَنَا: عَسَى هَؤُلَاءِ أَنْ يَكُونُوا مِنْهُمْ؟ قُلْنَا أَنْتَ أَعْلَمُ" . و ورد لفظ

الحدث في بعض الأحاديث بمعنى الصغير المنحرف كما في حديث عبد الله بن مسعود قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " يخرج في آخر الزمان قوم أحداث الأسنان سفهاء الأحلام يقولون من خير قول الناس يقرؤون القرآن لا يجاوز تراقيهم يمزقون من الإسلام كما يمزق السهم من الرمية. "

الحدث عند علماء الاجتماع: هو الصّغير منذ ولادته حتى يتمّ نُضجُه الاجتماعي والنفسي وتكاملَ لديه عناصرُ الرُّشد. وذكر السّاعاتي: أنّ الحدّث ما بين 8 سنواتٍ كحد أدنى إلى 18 سنةً كحد أقصى. ويختلف تحديد سن الحدث من دولة إلى أخرى،

وفيما يخص سن الحدث في الجزائر فنجد أن قانون العقوبات الجزائري يصرح في فقرته الأولى من المادة 49 بأن سن الحدث يتراوح بين 13 و 18 سنة. الحدث عند علماء النفس: هو الذي تسيطر عليه رغبات اللهو على ممنوعات الذات العليا أو بتعبير آخر هو الذي تتغلّب عنده الدوافع الغريزية، والرغبات على القيم، والتقاليد الاجتماعية الصحيحة. (الدوري، ع.1985: 89)

2.1. النظريات المفسرة للانحراف

أولاً. النظرية الوراثية: إنّ الحديث عن الجانب الوراثي لظاهرة الانحراف يجعلنا نشير إلى Lombroso الذي أيد ودافع عن نظرية "الوليد المجرم" أي أنّ الإنسان قد يرث صفة الإجمام من أجداده وآبائه. كما أنّ الإصابات ما قبل الولادة أو بعدها تحدث تغييرا في الطفل وبالتالي تكون قادرة على إحداث اضطرابات عاطفية سلوكية قد تؤدي بالشخص فيما بعد إلى القيام بأفعال جانحة. (الخليفة، ع.1413: 112)

ثانياً. النظرية الاجتماعية: هناك العديد من الكتاب وخاصة علماء الاجتماع يعتبرون جنوح الأحداث أنه نتيجة وخلاصة الظروف الاجتماعية القاسية سواء كانت اقتصادية، اجتماعية أو عائلية، فالانحراف يعتبر عرضا لعدم التكيف الاجتماعي.

علماء الاجتماع ينظرون إلى مشكلة انحراف الأحداث على أنها مشكلة اجتماعية في جوهرها وأصولها، ولذا نجد دوركايم يعتبر الانحراف ظاهرة اجتماعية وبالتالي دراستها لا بد أن تتم بالطريقة الاجتماعية، ومن هذا نستنتج أن علماء الاجتماع يركزون على الظروف الاجتماعية في دراسة انحراف الأحداث.

ثالثاً. النظرية النفسية: علماء النفس يرون أنّ السلوك المنحرف هو نتيجة لمشكلات نفسية مختلفة تفصح عن نفسها في صورة سلوكيات غير اجتماعية أو سلوكيات مضادة للقانون، ونجد أن التيار النفسي ينطلق من محاولة تحليل السلوك المنحرف من خلال البعد الذاتي لشخصية المنحرف ولا يعتبره ظاهرة اجتماعية، فالتفسيرات النفسية الأساسية لسلوك الحدث المنحرف والشائعة حالياً تعتمد على منطلقات كان للتحليل النفسي دور في صياغتها: كمشكلة العلاقات مع الوالدين، مشكلة التقمصات الأولية، مسألة الحرمان العاطفي وغيرها...

ففيما يخص التقمصات الأولية نجد أنّ المنحرف لم يتمكن من إقامة التقمصات الأولية بالأم والأب والأسرة لأن صور هؤلاء لم تكن حاضرة بشكل كاف أو هي غير ثابتة في حضورها، وفي نوعية هذا الحضور، وكذلك قد تكون هذه

الصور الوالدية مفتقدةً للصفة الإيجابية وللشحنة العاطفية الكافية لتكوين نموذج إيجابي من العلاقات مع الآخرين. يقول "spitz إن الحرمان من العلاقة الأولية بين الطفل والأم في السنة الأولى من الحياة قد تؤدي إلى اضطرابات ومنها الانحراف".

3.1. مستويات الانحراف و نماذج حية من واقع الشباب المنحرفين

يمكن أن يحدث على مستويات ثلاث:

أولاً: الانحراف الفردي: وهو نتيجة لضغوط نفسية داخلية تؤثر مباشرة على الفرد فتدفعه للانحراف.

ثانياً: الانحراف الاجتماعي: وهو الذي يحدث نتيجة تنظيم اجتماعي مثل عصابة ترى أن الانحراف سلوك سوي أو مجموعة من الشواذ.

ثالثاً: الانحراف الظرفي: ينشأ نتيجة التعرض إلى بعض الضغوط البيئية أو العوامل الظرفية التي لا تترك للفرد فرصة كبيرة للتريث والاختيار بين السلوك السوي والسلوك المنحرف.

والانحراف بأشكاله الثلاثة لا يحدث فجأة ولكنه يحدث بالتدرج بمحاولات أولية، وقد وضع ليمرت عدة مراحل

لتبلور واكتمال السلوك المنحرف على النحو التالي:

- 1- يرتكب الفرد سلوكاً منحرفاً كبادرة لاختبار رد فعل المجتمع إزاء هذا السلوك.
- 2- يرد المجتمع على التصرفات بالمعاقبة.
- 3- يقوم الفرد بارتكاب انحرافه الثاني ولكن بنسبة أو كمية أكبر من الانحراف الأول.
- 4- يقوم المجتمع بالرد على الانحراف الثاني بعقوبة أشد ورفض أقوى من الأولى.
- 5- يزداد الانحراف مصحوباً بشعور الكراهية والعدوان على أولئك الذين يمارسون العقاب.
- 6- يقوم المجتمع بردوده الفعلية الرسمية التي تضفي على الفاعل المجرم صفة الانحراف.
- 7- يزداد الانحراف لمحاكمة المجتمع الذي أعطاه الوصم بالانحراف.
- 8- في هذه المرحلة يقبل المنحرف صفة الانحراف مع محاولة التكيف والتوافق مع مركزه الاجتماعي الجديد كفرد منبوذ من المجتمع.

ويشير ليمرت إلى أن مضمون هذه الأفعال وردود الفعل التي تبدأ من السلوك الأولي تنتهي إلى السلوك

الجناح الثانوي الكامل تتباين تبايناً كبيراً وفقاً لصفة الانحراف وللغرد المنحرف وللمضمون الاجتماعي الذي يحدث فيه

السلوك المنحرف. (الدوري، ع.1991: 79)

من أهم أنواع انحراف الشباب ما يلي: **الانحراف الفكري و الانحراف السلوكي**، لذا سنهتم في هذا العنصر بالنوع الثاني المتمثل في نماذج من الانحرافات السلوكية.

هذا العنصر يدرس الأسباب الكامنة وراء ارتكاب الشباب لبعض المخالفات، التي تضعهم في خانة الخارجين على القانون، والمجتمع، لتلمس مواطن الداء، واقتراح الحلول المناسبة والكفيلة للقضاء على تلك الظاهرة، والعمل على الحد منها. وتتمثل جوهر هذه الورقة العلمية في تحديد بعض المشكلات السلوكية التي تصدر عن الشباب، مثل: العزوف عن الدراسة، والمعاكسات، والمخالفات المرورية، والإدمان، ووصف تلك المشكلات، وتحديد الأسباب المؤدية إليها، وتقترح الورقة الوسائل والطرق العلاجية المناسبة لها، وتؤكد أهمية ورقتنا العلمية في أنه يُعنى بفضة الشباب، من خلال معالجة بعض مشكلاتهم السلوكية، لوضع الأسس المناسبة للتعامل معهم، والابتعاد بهم عن الانحراف ومسبباته.

- بعض المشكلات السلوكية:

أ- المعاكسات: المراد بها في بحثنا ما يقوم به الشباب من العبث في استخدام الهاتف والاتصال على خطوط الآخرين بهدف الإزعاج أو محادثة السيدات ومغازلتهم وكم من الفتيات قد وقعن في هذا الفخ واستجبن لوعود وإغراءات الشباب على الخط الآخر.

والمعاكسات الهاتفية تصدر من الشباب الذكور والإناث إلا أنها من جانب الذكور أكثر منها من جانب الإناث ولعل أهم الأسباب المؤدية لها:

- انعدام الرقابة من قبل أولياء الأمور فكثير من الأسر تمنح ابنها الثقة المطلقة في تصرفاته بل قد يكون له خط هاتفي خاص به في حجرته الخاصة.

- وجود المؤثرات الخارجية مثل مشاهدة الأفلام والتأثر بما يشاهدونه من إثارة جنسية.

- وجود وقت الفراغ وعدم إشغاله بالنافع المفيد.

- تزيين قرناء السوء لهذا الأمر واعتباره من الأعمال التي يتباهون بها بين أقرانهم.

- حب الشباب للإثارة والمغامرة يدفعهم لولوج هذا الباب على ما فيه من أخطار.

وقد كان لهذا الأمر انعكاساته الضارة على الشباب خصوصاً والمجتمع عموماً ومن ذلك الظواهر والآثار التالية:

- تقصير الشباب في التحصيل العلمي نتيجة لإضاعة الوقت في العبث بجهاز الهاتف.

- حدوث العديد من الاضطرابات النفسية لدى الشباب المعاكس تفقده هدوئه واتزانه بل قد تدفع به إلى ارتكاب الفاحشة.

ب- المخالفات المرورية

لا تعد المخالفات المرورية من قضايا الجنوح ولكنها مخالفات تستوجب العقوبة بالتوقيف المؤقت أو بالغرامة المالية أو بهما معاً وذلك لما يترتب عليها من تعريض حياة الآخرين للخطر وحفاظاً على سلامة مستخدمي الطريق، ويعد قطع الإشارات والسرعة الزائدة والركن وسط الطرقات، من المخالفات التي يرتكبها الشباب أكثر من غيرهم. وبنظرة سريعة إلى إحصائية الإدارة العامة للمرور حول أسباب الحوادث في الجزائر و خاصة في السنوات الأخيرة، نجد أن السرعة الزائدة تحتل المركز الأول من بين أسباب الحوادث يليها عدم التقيد بإشارات المرور...

ج- الإدمان وتعاطي المخدرات

"إن مشكلة تعاطي المخدرات مشكلة دولية تحرص الكثير من الدول والهيئات المختلفة على القضاء عليها أو الحد منها حفاظاً على شعوبهم وأوطانهم من هذا الوباء الخطير، والمملكة العربية السعودية جزء لا يتجزأ من هذا العالم تتأثر به وتتفاعل معه، ولهذا لم تسلم من ظاهرة المخدرات، ولو أن حجم الظاهرة قليل مقارنة بغيرها من الدول التي انتشر فيها هذا الوباء"، وحول تعاطي الشباب في الجزائر للمخدرات فقد أظهرت الكثير من الدراسات و كذا إحصاءات الأمن الوطن و مصالح الدرك الوطني عن:

العوامل الشخصية المؤدية إلى تعاطي الشباب للمخدرات والتي من أبرزها:

- إثبات الرحولة - التقليد والمسايرة - إشاعة جو المرح - نسيان المشكلات والهموم.

أما العوامل الاجتماعية المساعدة فكان من أبرزها:

- عدم وجود رقابة من قبل الوالدين - تعاطي أحد أفراد الأسرة للمخدرات- القسوة في المعاملة- عدم التزام الوالدين بالواجبات الدينية- انشغال الوالدين في الأعمال الخاصة- التدليل الزائد في المعاملة- وجود خلافات بينهما- انفصال الوالدين بالطلاق- زواج الوالد بأكثر من امرأة- وفاة أحد الوالدين. (الجريسي، خ. 2008: 9)

يجسن بنا أن نتعرف على بعض النماذج الحية لواقع الشباب المنحرف في الجزائر وتعبير موجز عن حال الشباب أثناء قيامه بالسلوك الانحرافي والأسباب والدوافع التي حملته على سلوك هذا السبيل من وجهة نظره هو وبتعبيره وبخط بنانه وذلك من واقع صبر آراء على بعض الشباب المنحرفين بإحدى دور الملاحظة الاجتماعية لمعرفة تفصيل الوقائع التي أودت بهم إلى دخول الدار، وكان لنا دور يسير في صياغة تفاصيل القضية حيث كانت الصياغة غير مستقيمة من قبل الكثير منهم لعدم تأهلهم لذلك من الناحية التعليمية، مع حرصنا على الإبقاء على روح النص ومعانيه.

وقد اخترنا نماذج لبعض من أنواع السلوك الانحراقي - طبقاً لتصميم الحملات كما سيأتي - التي تحدثنا عنها وهي
بواقع أنموذجين لكلٍ من: المعاكسات، والإدمان على المخدرات، والمخالفات المرورية:

- النموذج الأول: انحراف (معاكسة)

السن: 20 سنة.

المستوى الثقافي: ثلاثة ثانوي.

المستوى الاقتصادي: متوسط.

مسببات ارتكاب السلوك الانحراقي: الفراغ، أصدقاء السوء، الهروبية، إثبات الذات و تموقع اجتماعي

- **وضع القضية في قالبها التفسيري:** (كنت أتجول مع صديق لي بالسيارة قرب ثانوية الحي وحين رأينا تلميذتين
تمشيان على الرصيف أوقفنا سيارتنا بالقرب منهما، قاصدين إعطائهما رقمينا الهاتفيين وحاولنا إركابهما عنوةً، ولم يتم
لنا ما نريد، وحين كنا نتمشى معهما أوقفنا سيارة الأمن الوطني فحاولنا الهرب فلم نستطع فتم القبض علينا و
التحقيق معنا في القضية).

- النموذج الثاني: انحراف (تعاطي مخدرات)

السن: 22 سنة.

المستوى الثقافي: سنة تاسعة متوسط (سابقاً).

المستوى الاقتصادي: متوسط.

مسببات ارتكاب السلوك الانحراقي: الفراغ، أصدقاء السوء، الهروبية، إثبات الذات و تموقع اجتماعي، توفر المال
أحياناً.

- **وضع القضية في قالبها التفسيري:** (كنت في الحي الشعبي الذي أسكن فيه في حالة غير طبيعية من أثر
المخدرات وكنت فاقداً للوعي تقريباً فتشاجرت مع جار لي ثم هربت إلى المنزل هائماً على وجهي ويظهر من حركاتي
أثر المخدر فتعاركت مع أخي الأكبر، مما سببت بلبلة في الحي، فتم اقتيادي لمركز الشرطة القريب من بيتي و تم إيداعي
الحبس المؤقت).

- النموذج الثالث: انحراف (ارتكاب حادث مرور مميت)

السن: 19 سنة.

المستوى الثقافي: أولى جامعي

المستوى الاقتصادي: حسن جدا.

مسببات ارتكاب السلوك الانحرافي: السرعة المفرطة، أصدقاء السوء، إثبات الذات و تموقع اجتماعي، عدم الخبرة في السياقة (رخصة سياقة جديدة).

- **وضع القضية في قالبها التفسيري:** (سرت مفاتيح السيارة الخاصة بوالدي من جيب هندامه، أثناء انشغاله بالعمل في ورشة النجارة الخاصة به، وقمت بالتجوال بها بعيدا عن الحي الذي اسكن فيه، وكنت حينها متحصل على رخصة سياقة جديدة و ليست لدي أي خبرة للسياسة، وفجأة أثناء قيادتي للسيارة بسرعة جنونية (تجاوزت 80 كم/سا) ظهرت أمامي امرأة تحمل كيس خضر ، فلم استطع التحكم في عجلة القيادة، فارتطمت بها، مسببا لها جروحا بلغية، وحضر رجال الأمن وكان الخطأ مني بنسبة 100% وتم بعد ذلك إيداعي في مركز الشرطة).

- **النموذج الرابع: انحراف (تدخين)**

السن: 17 سنة.

المستوى الثقافي: ثانية ثانوي

المستوى الاقتصادي: حسن.

مسببات ارتكاب السلوك الانحرافي: رفقاء السوء، إثبات الذات و تموقع اجتماعي، التقليد

- **وضع القضية في قالبها التفسيري:** (كنت بجانب كشك لبيع التبغ و الكبريت أتعاطي سيجارة تدخين، بعد خروجي من الثانوية في وقت الظهيرة، و لما عدت للمنزل اقتربت من والدي أثناء دردشة أسرية فثنّ أبي رائحة التبغ تفوح من فمي و ملابسي، حينها أنبي و أنحال بكلامي قاسي و نابي، كما قام بتفتيش ملابسي و لوازمي المدرسية، كما حقق معي في قضية استهلاكي للتبغ و أسباب ذلك، مما منع إعطائي أية مصاريف مستقبلا، كما توترت علاقتي بوالدي و أفراد أسرتي إلى اليوم).

2. الحملات الإعلامية بين التصميم و إستراتيجية الإقناع:

وسائل الإعلام الجماهيرية (مثل الصحف والراديو والتلفزيون والإنترنت) وسيلة أساسية يمكن إيصال الرسائل عبرها إلى مجموعات كبيرة ومتنوعة من الناس. وتقدم وسائل الإعلام لمنظمات حرية التعبير وسيلة أساسية لنقل المعلومات لجمهور يشمل الجميع ابتداء من العامة إلى صناع القرار في الحكومة. وتحتاج منظمات حرية التعبير أن تكون إستراتيجية لدى محاولتها إسماع صوتها. عادة ما تكون الوسائل الإعلامية شركات كبيرة وبيروقراطية تتوقع أن يتم التواصل معها بطريقة محددة. وكنتيجة لذلك فمن أجل زيادة فرصك في الحصول على تغطية إعلامية، تحتاج إلى تأطير

رسالتك بطريقة تتوافق مع الكيفية التي تصوغ بها وسائل الإعلام موضوعاتها. والطريقة الأكثر فعالية للقيام بذلك هي تطوير إستراتيجية إعلامية خاصة بالحملة الإعلامية.

1.2. الحملات الإعلامية: مدخل تعريفي

الحملات الإعلامية Advertising campaigns : هي سلسلة من الإعلانات المختلفة أو إعلان واحد في واحدة أو أكثر من وسائل الإعلام، يجمعها هدف واحد وتستهدف جمهوراً محدداً (الشباب المنحرف مثلاً)وتقوم على امتداد فترة زمنية قد تطول أو تقصر على حسب هدف الشركة من هذه الحملة، وغالباً تستخدم التكرار والخطاب الإعلاني الإعلامي المكثف لتحقيق هدف الشركة من هذه الحملة والذي قد يكون طرح منتج جديد أو تعزيز صورة أو مبيعات منتج قديم أو للعمل على تغيير أو تدعيم صورة الشركة والمنتج أو المؤسسة المعلنة أو الجمعية المعلمة في أذهان الجمهور المستهدف من إعلامها..

ويمكن تعريف الحملة الإعلامية هي مجموعة الجهود الإعلامية المتكاملة الخاصة بسلعة أو خدمة معينة أو فكرة أو سلوك، خلال فترة زمنية معينة، والتي تحتوي على عدة رسائل إعلامية، ترتبط بموضوع أو فكرة مشتركة، أو تعديل سلوك، أو تغييره توجه عبر وسائل إعلامية متعددة.(أبو قحف، ع.2005: 35)

فمفهوم الحملة الإعلامية يمثل برنامجاً إعلامي له أهداف محددة، خلال فترة زمنية معينة، بمخصصات مالية، والحملة الإعلامية عبارة عن برنامج إعلامي موجه إلى فئات معينة من المتلقين الحاليين والمرتقبين، ويسعى إلى تحقيق أهداف اتصالية معينة من خلال مجموعة من الجهود المخططة والمدروسة، وعادة ما تغطي الحملة الإعلامية فترة زمنية معينة يتم خلالها التركيز على عدد من الرسائل الإعلانية و في بعض الأحيان رسالة إعلانية واحدة. (النجار، ن.1996: 42)

2.2. إستراتيجية الإقناع في الحملات الإعلامية

استمالة الرأي العام نحو فكرة هي هدف كل قائم بعملية الإقناع والتأثير لذلك اتجه اهتمام القائمين بعملية الإقناع والتأثير على أفضل السبل وأقلها كلفة وجهدا للوصول إلى تغيير اتجاهات الرأي العام أو بناء اتجاهات جديدة .

كما تراكمت البحوث في هذا الميدان ولم يصبح الإقناع طريقة فنية تمارس وإنما علما يدرس وبدأ يزداد الاهتمام بالإقناع بعد ظاهرة الدعاية النازية والدعاية الشيوعية بعد الحرب العالمية الأولى، أيضا امتدت إلى عدة مجالات منها مجال تسويق البضائع من خلال إعطاءه أهمية كبرى من خلال بث رسائل إعلامية في وسائل الإعلام وغيرها من المجالات.

يرى محمد عبد الرحمان عيسوي أن الإقناع يخضع للقوانين التي تحكم عملية الإدراك و المعرفة و الدافعية فهو يقول في ذلك " أن الفرد يميل إلى الاقتناع بالإيحاءات التي يعتقد أنها تصدر من الأشخاص ذوو المكانة الاجتماعية

البراقة" (مصباح، ع.2006: 16)، وتعرفه ليلي داوود بأنه "آلية رئيسية لتكوين الآراء و المواقف" كما يعرفه والاس بأنه "تأثير المصدر في المستقبلين بطريقة مناسبة و مساعدة على تحقيق الأهداف المرغوب فيها عن طريق عملية معينة أين تكون الرسائل محددة لهذا التأثير.

كما نجد ولبشرام و دونالد روبرت يعرفان الإقناع بأنه "عملية اتصال تتضمن بعض المعلومات التي تؤدي بالمستقبل إلى إعادة تقييم إدراكه لمحيطه أو إعادة النظر في حاجاته و طرق التفاتها أو علاقاته الاجتماعية أو معتقداته أو اتجاهاته ومن هنا تعتبر عملية الإقناع بأنها عملية ترمي إلى توضيح و بيان طرق إشباع حاجات الفرد و تحقيق رغباته و لكن في حقيقة الأمر الإقناع أوسع و أدق في نفس الوقت من ذلك فعملية الإقناع هي ظاهرة تؤدي عبر مراحل معينة. (رشتي، ج.2004: 171)

تؤكد بعض النظريات الاتصالية على السلوك العلني الذي يمكن ملاحظته في حين يرى البعض الآخر انه الشيء التابع القابل للتغيير و الصارم بشكل سافر و هناك وسائل أخرى لتعريف الإقناع منها ما يؤكد على التغييرات في الأفكار و الآراء الذاتية للفرد أو مواقفه باعتبارها معيار الدلالة على نجاح الإقناع وتفترض مثل هذه التعريفات انه إذا كانت التغييرات و العوامل الذاتية التي من هذا القبيل فان تعديلات في السلوك سوف تتبع ذلك للتأكيد و من اجل بعض الأغراض فان الإقناع القائم على مفاهيم أو أفكار بهذه الطريقة قد يكون على درجة كبيرة من الأهمية .

يؤكد بعض الباحثين على إن السلوك العلني باعتباره المعيار الناجح للإقناع تأسيسا على إن السلوك هو العامل المهم في الحملات و قد يكون تغيير أفكار الناس و مشاعرهم شيئا مستحبا و لكن مثل هذه النتائج أهميتها ثقيلة إذا قورنت بالسلوك العلني في محاولة التنشيط و التبرع وما إلى ذلك.

و تأسيسا على هذا الفهم فان العملية الإقناعية تقوم على استراتيجيات أساسية في تخطيط الحملات الإقناعية الناجحة بهدف تشجيع نوع معين من السلوك خاصة و أن الإقناع حسب كارليز و بيلسون كان كمن يمارس منذ قرون أما علم الإقناع الذي انشق فهو نتاج القرن العشرين.

و عليه فان ميلفين لورانس ديلفور يعرف إستراتيجية الإقناع بأنها "خطوط توجيهية تشير إلى أنواع العوامل و المتغيرات التي ينبغي أن توضع في تفسيرات أكثر تفصيلا للإقناع و هي استخدام وسائل الإعلام لتقديم رسائل مخططة عمدا لاستنباط أشكال معينة من العمل من جانب جماهير القراء و المستمعين أو المشاهير.

3.2. العوامل المؤثرة في تصميم الحملات الإعلامية

أولا. التصميم:

هو عملية التكوين والابتكار أي جمع عناصر من البيئة ووضعها في تكوين معين، و تعني أيضا ترتيب الأجزاء والمكونات والنظم الفرعية في هيكل متكامل وبطريقة تساهم في تحقيق الأهداف المشتركة للنظام كما يعرف التصميم بأنه كل الإجراءات العملية الملموسة لتكوين وبناء منظومات بمواصفات ووظائف محددة. (بختيل، ع، 2009: 45)

و للتصميم عناصر معروفة نوردتها فيما يلي (برغوث، ع.2008: 25) العناوين، المتن، الصورة، المساحة، الخلفيات، الخطوط والأشكال، الرموز، الألوان، اسم المعلن، العلامة التجارية، عنوان المعلن، التوقيع.

ثانياً. مقاييس نجاح تصميم الإعلان و الأساليب الإقناعية المستخدمة

من مقاييس نجاح الحملات الإعلامية نورد الآتي: جذب الانتباه، إثارة الاهتمام، إثارة وخلق الرغبة، الإقناع، الحث على الاستجابة، التثبيت بالذاكرة.

أما عن الأساليب الإقناعية المستخدمة في الحملة:

- أسلوب الدراما
 - أسلوب الإقناع
 - أسلوب الدراما وهو الذي يقدم الرسالة على شكل مسرحية
 - أسلوب المكافئة يعتمد على الخطاب الإيحائي
 - أسلوب الإقناع يعتمد على خطاب واضح ذو طابع تربوي ومنطقي
3. تصميم حملات إعلامية لمكافحة انحراف الشباب من خلال ثلاث نماذج ناجحة
- 1.3 حملات إعلامية لمكافحة انحراف الشباب لظاهرة تعاطي المخدرات



قراءة سيميولوجية على الملصق الإعلامي حول ظاهرة تعاطي المخدرات

تعتمد الحملة التي بين أيدينا على الوسيلة المتمثلة في الملصقة و نجد أن فيها دعوى لمكافحة آفة المخدرات، وقد جاء تصميم هذه الملصقة بخلفية خضراء وهي لنبته الأفيون التي تستخلص منها المخدرات وهي في شكل حقل تحيط به أسوار في صورة متاهة، ويتوسط هذا الحقل شاب يرتدي اللون الأسود و يضع يديه على رأسه لشدة الحالة التي يعيشها بعدما أدمن على هذه الحشيش، وهو في حلقة حمراء توحى بالخطر مكتوب عليها بحبوب المخدرات stop، منتصف الملصقة نجد شعار الحملة مكتوب بالأصفر للفت الانتباه "لا تترك المخدرات تسيطر على حياتك"، وفي آخر هذه الملصقة نجد من الجهة اليمنى رمز راعي هذه الحملة I.N.S.P أما الجهة اليسرى فنجد رمز الحملة وهو مثلث أصفر يحمل صورة شاب جالس لون الرسم اسود، وبين هذين الرمزين نجد راعي هذه الحملة "وزارة الصحة و السكان وإصلاح المستشفيات"

2.3. حملات إعلامية لمكافحة انحراف الشباب لظاهرة ارتكاب حوادث المرور



قراءة سيميولوجية على الملصق الإعلامي حول ظاهرة ارتكاب حوادث المرور

تهدف الحملة في هذه الملصقة إلى توعية وتحذير سائقي المركبات من المخاطر والآثار المترتبة عن حوادث المرور، وقد جاءت الملصقة برعاية مديرية النقل والوقاية عبر الطرقات حيث نجد هذه الجهة المعنية بالحملة في أعلى الملصقة، بخصوص الشعار: "لا تضيع حياتك....بالسرعة"، هذا الأخير جاء باللون الأصفر كون هذا الأخير له دلالة على جذب الانتباه وما يلاحظ على الشعار تصميمه في أسفل الملصقة، كما تم إدراجه في جزأين تفصل بينهما نقاط بمعنى انه بعد السرعة والتي هي السبب الرئيسي لحوادث المرور تضيع حياة الأفراد، بالنسبة للتعليق عن الملصقة: نلاحظ من خلال الصور الموجودة في الملصقة وجود مركبتين في حالة اصطدام وكذلك وجود أعوان الأمن والحماية المدنية، والاهم وجود ضحية إمامهم ونلاحظ كذلك من خلال الملصقة الطريق الذي يسمح بالتجاوز رغم انه في مكان يمنع فيه مس خط التجاوز بالإضافة إلى السرعة المحددة ب80 كلم في الساعة، والمشهد البارز في الملصقة تلك العائلة بجوار الحادث وهي في وضعية حزن لفقدانها عزيز عليها، أما خلفية الملصقة فقد جاءت باللون الأبيض و الأحمر لدلالة الأول للهدوء والسير الحسن للحياة أما اللون الثاني فهو يرمز للخطر، حيث عمدنا إلى إقحام صورة الأسرة الحزينة وسط الملصقة، واهم ما يلاحظ عن الملصقة أنها معبرة إلا أنها كانت ممثلة في رسوم كرتونية.

3.3. حملات إعلامية لمكافحة انحراف الشباب لظاهرة التدخين



قراءة سيميولوجية على الملصق الإعلامي حول ظاهرة التدخين

تهدف الحملة في هذه الملصقة إلى توعية متعاطي التدخين من أخطاره، وتحذير الشباب من الآثار المترتبة عن استهلاكه، وقد جاءت الملصقة برعاية وزارة الصحة و السكان و إصلاح المستشفيات، حيث نجد هذه الجهة المعنية بالحملة في أعلى الملصقة، بخصوص الشعار: "التدخين مضر بالصحة"، هذا الأخير جاء باللون الأحمر للدلالة السيميولوجية الدالة بالخطر، أما النصيحة المقدمة فجاءت كالتالي: "الحياة أجمل بلا تدخين" هذه الأخيرة جاءت باللون الأخضر له دلالة على جذب الانتباه كما له دلالة على الأمل، وما يلاحظ على الشعار تصميمه في أعلى الملصقة، لجلب انتباه المتلقي، كما تم إدراجه في جزأين (شعار و نصيحة) تفصل بينهما صورة لمتعاطي تدخين، بالنسبة للتعليق عن الملصقة: نلاحظ من خلال الصور الموجودة في الملصقة وجود صور و كلمات و رموز، والأهم وجود نص قرآني ديني له خلفية أو تفسير تحريمي لهذه الظاهرة، أما خلفية الملصقة فقد جاءت زاحمة بالصور و الدلالات و كذا الكلمات، وأهم ما يلاحظ عن الملصقة أنها معبرة جدا.

خاتمة:

يتضح من خلال الورقة العلمية المقدمة أهمية الشباب الذين هم عماد الأمة ورجال المستقبل وبالتالي أهمية الحملات الإعلامية التي توجه سلوكهم وتحدد ملامح شخصيتهم ومن ذلك الملصقات الإعلامية، الحملات السمعية، و السمعية بصرية داخل البيئة التي يعيشون فيها، و من خلال مؤسسات المجتمع المدني التي يتربون يتفاعلون من خلالها كالبيت، المدرسة و المجتمع وغير ذلك من العوامل المؤثرة في بناء شخصية الفرد.

و هنا في هذا العنصر نوصي بضرورة تفعيل الحملات الإعلامية بشتى أنواعها الكفيلة ببناء شخصية سوية للفرد سواء داخل الأسرة أو خارجها ومن ذلك تطوير تصاميم هذه الحملات و إخراجها في صورتها النهائية لتتوافق وتطلعات الشباب حتى يقبلوا عليها و يقتنعوا بفحواها و مضمونها. كذلك إعداد المصممين و العاملين على الحملات الإعلامية إعداداً فنياً إبداعياً لتكون القدرة الكاملة و الكافية لإقناع الشباب في تغيير أو تعديل أو إضافة سلوكيات حسنة على نمط حياتهم، إذ أن الصورة و الصوت و الكلمة هي التي تربي الفرد و توجهه منذ نعومة أظفارهم و هي التي تصوغ التوجهات لديهم منذ طفولتهم الأولى فبصلاحها يصلح من يتربى تحت ضلالها والعكس صحيح.

بالإضافة إلى ضرورة بث الروح الإيمانية بين الشباب من خلال وكالات الاتصال و الإشهار المتخصصة في تصميم الحملات الإعلامية و الخاصة التي ينبغي العناية بها وملئها بالبرامج الفنية التي تجذب الشباب من خلال إبداعها و حسن تصميمها .

قائمة المراجع

- الخليفة، عبد الله (1413هـ): المحددات الاجتماعية لتوزيع الجريمة على أحياء مدينة الرياض، الرياض، مركز أبحاث مكافحة الجريمة، وزارة الداخلية.
- الدوري، عدنان(1985): جناح الأحداث المشكلة والسبب، الكويت، ذات السلاسل.
- الدوري عدنان: الانحراف الاجتماعي: دراسة في النظريات والمشكلات، ذات السلاسل، الكويت، 1991.
- رشتي، جيهان احمد(2006): الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفجر.
- الجريسي، خالد (2008): انحراف الشباب، الرياض، مكتبة مشكاة الإسلامية.
- مصباح، عامر(2006): الإقناع الاجتماعي، بن عكنون، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية.
- أبو قحف، عبد السلام (2005): هندسة الإعلان، القاهرة، دار الجامعة.
- بختيل، عبد الرحمان (2009): المشكلات الاجتماعية و الإعلام، الجزائر العاصمة، دار طاكسيج كوم.
- برغوت، علي (2008): دليل التصميم و الإنتاج الفني، فلسطين، جامعة نابلس.
- النجار، نبيل الحسيني(1996): الإعلان والمهارات البيعية، مصر، الشركة العربية للنشر والتوزيع.