



المركز الوطني للمجتمع المدني



كفاءات + للتدريب و تطوير قدرات المجتمع المدني
منصة تكوين عن بعد خاصة بالمجتمع المدني

إستراتيجية إدارة حملة إعلامية لمنظمات المجتمع المدني

المدرية حريش أمينة

أهداف الدورة

1. التعرف على مفهوم استراتيجية إدارة حملة إعلامية لمنظمات المجتمع المدني ،
2. التحكم في تقنيات و الأدوات المستخدمة في إدارة حملة إعلامية

توصيف عام للدورة

ستمكن هذه الدورة مختلف فاعلي المجتمع المدني من التحكم في أدوات و تقنيات إدارة حملة إعلامية الموافقة لكل فئة من جمهور منظمة المجتمع المدني



محاورة الدورة

1. إختيار موضوع الحملة ،
2. تحديد الهدف الحملة،
3. تحديد الجمهور المستهدف من الحملة ،
4. إختيار الوسائل المناسبة للحملة
5. تسخير الموارد البشرية للحملة
6. اختبار المكان والزمان الأنسب لإدارة الحملة
7. انتهاج رسالة الخطاب الاقناعي



1- اختيار موضوع الحملة

طبيعة الموضوع

تحسيبي - إعلامي - توعوي - فكري
ثقافي ...

التعريف الموضوع دراسة الحالة :
(الثقافة المرورية)



2- تحديد هدف الحملة

- استغلال مختلف الآليات وأنجع الوسائل للتأثير في الجمهور المواطن وترسيخ ثقافة الثقافة المرورية

- تحديد الأهداف المراد بلوغها على المدى القريب (إنجاح الحملة) والمدى البعيد (ترسيخ الثقافة المرورية لدى المواطن)

3- تحديد الجمهور المستهدف

طبيعة الجمهور

شباب - كهول - شيوخ - نساء - النخبة المثقفة - النخبة الجمعوية / جمهور ثقافي / جمهور الطلبة / جمهور رياضي / جمهور فكري ... الخ،

- دراسة حاجات وميولات الجمهور وأذواقه،
- دراسة الذهنيات والتركيبة المجتمعية للبيئة المراد إقناعها: لأن الثقافة المرورية تكاد منعدمة في مجتمعنا إذن ما هو طبيعة الخطاب الموجه للفئة المستهدفة الذي يتم انتهاجه من أجل إقناع المواطن بهذه الثقافة ،



4- إختيار الوسائل المناسبة للحملة

لابد من الاختيار الأمثل لأهم الوسائل المؤثرة في شرائح عديدة من المواطنين لترسيخ الثقافة المرورية والسعي على نشر- خطابات ورسائل مؤثرة بأنجع الوسائل لإقناع المواطن بهذه الثقافة الإنسانية ، فكلما كانت الوسيلة أكثر اهتماما لدى الجمهور كلما كان المحتوى أكثر تأثيرا وإقناعا

- نظرية الحتمية التكنولوجية مارشال ماكلوهان -



4- إختيار الوسائل المناسبة للحملة

- الملتصقات الاشهارية
- الإعلانات

الاختيار الأنسب للألوان والدلالات / الخلفية /
شعار الحملة / الأيقونات البصرية والألسنية

5-تسخير الموارد البشرية لإدارة الحملة

- تسخير فريق للتنظيم والتأطير
- إمكانية عقد اتفاقية مع جمعيات أخرى لتوسيع شراكة الحملة
- تسخير خلية إعلامية لتوثيق التظاهرة

العتاد والوسائل :

- كاميرا - تصوير فوتوغرافي - طاقم للإخراج -
- التركيب والمونتاج - صانع محتوى ومعلق صوتي
- محرر ...

6- اختيار المكان والزمان الأنسب لإدارة الحملة

الظرف المكاني والزمني مهم جدا لنجاح الحملة التحسيسية

زمان إجراء الحملة (فترة صباحية / منتصف النهار / فترة مسائية خاصة في فصل الصيف / يوم مشمس / ممطر... الخ

مكان إجراء الحملة (مهم جدا) : استغلال التظاهرات / الدورات الرياضية / الأنشطة الثقافية / المناسبات والأعياد الدينية والوطنية / دور الشباب والثقافة / المساحات الخضراء / فضاعات الترفيه / المستشفيات / المراكز الطبية



6- اختيار المكان والزمان الأنسب لإدارة الحملة

الظرف المكاني والزمني مهم جدا لنجاح الحملة التحسيسية

زمان إجراء الحملة (فترة صباحية / منتصف النهار / فترة مسائية خاصة في فصل الصيف / يوم مشمس / ممطر... الخ

مكان إجراء الحملة (مهم جدا) : استغلال التظاهرات / الدورات الرياضية / الأنشطة الثقافية / المناسبات والأعياد الدينية والوطنية / دور الشباب والثقافة / المساحات الخضراء / فضاعات الترفيه / المستشفيات / المراكز الطبية

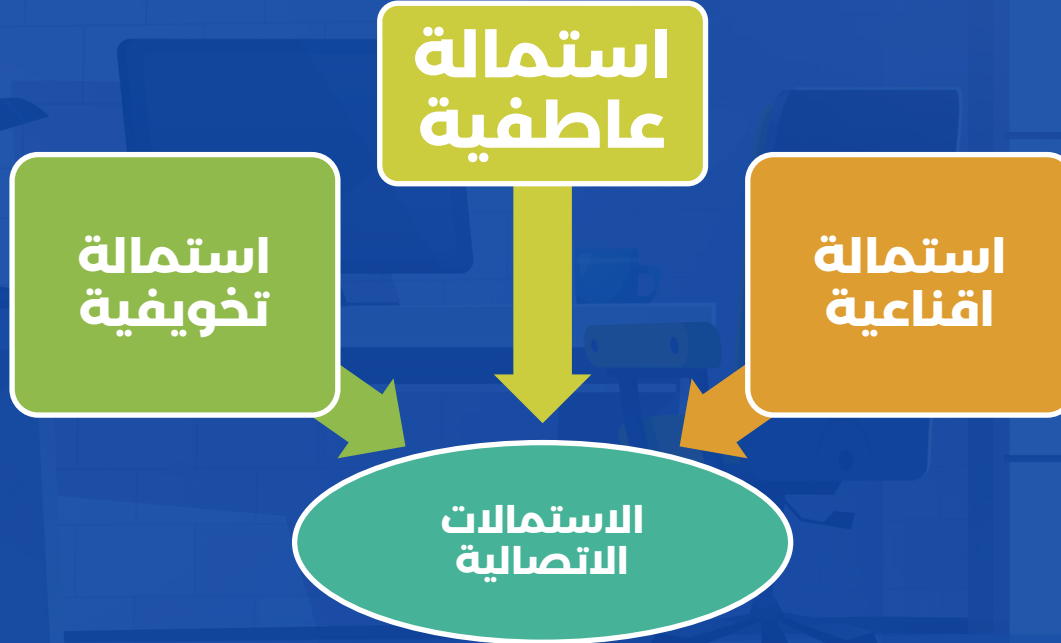
7- انتهاء رسالة الخطاب الاقناعي

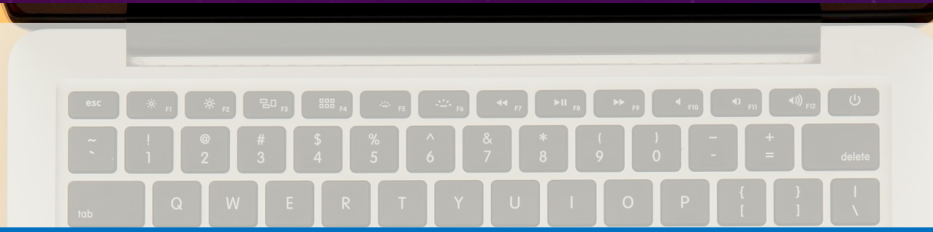
الخطاب الاقناعي (الاتصال الشفوي)
توظيف العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية لحملة
ترسيخ الصورة النمطية لدى المواطن للتقيد وتبني هذه
الثقافة باعتبارها قضية إنسانية .

التقيد بمعايير صياغة الرسالة الإعلامية :
المصداقية والوضوح الشفافية والنزاهة الجيدة
والموضوعية - العقلانية في الطرح



7- توظيف الاستمالات في حملة الثقافة المرورية





استمالات عاطفية

تنتهج خطاب الذي يمكن أن ترسخ فيه ثقافة الثقافة المرورية لدى المواطن من خلال إثارة مشاعره وعواطفه وغرائزه وأن القضية إنسانية وجب التضامن والتعاطف معها.

استمالات اقناعية

ترسيخ فكرة الثقافة المرورية في أذهان المواطن من أجل الاقتناع بالفكرة وهذا النوع يخاطب به كثير أصحاب العقول الراقية والمتفتحة لاسيما الطبقة المثقفة

استمالات التخويف

والتخويف هنا غرضه التذكير بالانعكاسات والآثار الناجمة عن عدم الإقناع التي قد تلحق ضرار بالنسيج الاجتماعي أسلوب ترتيب الحجج من الأكثر تأثيرا وإقناعا إلى الأقل إقناعا