

الإستراتيجيات الفلسفية لتصميم حملات إعلانية لدعم المنظومة الأخلاقية والقيمية بالمجتمع

Philosophical strategies to design advertising campaigns to support the moral and value system of society

أ.م.د/ عبير علي الدسوقي إبراهيم سالم

أستاذ مساعد - قسم التصميم الجرافيكي كلية الزهراء للبنات مسقط - سلطنة عمان

أ.م.د/ إيمان صلاح أحمد حنفي

أستاذ مساعد - قسم التصميم الجرافيكي كلية الزهراء للبنات مسقط - سلطنة عمان

المقدمة:

تتعرض المجتمعات في الآونة الأخيرة للعديد من التغيرات الاجتماعية الاقتصادية والسياسية والتي تؤثر بدورها علي المكون الاجتماعي والتركيبات السيكولوجية لبنية الأفراد مما يؤثر علي الجوانب السلوكية والمنظومة الأخلاقية والقيمية للمجتمع. هذا وتتنوع آثار تلك التغيرات علي أفراد المجتمع ما بين السلبية والتي تؤدي إلي انحراف القيم والأخلاق الاجتماعية عن مسارها الصحيح وهو ما يحتاج للتعديل والتقويم والتغيير، وما بين الآثار الإيجابية والتي تحتاج إلي تعزيزها وتأصيلها بين أفراد المجتمع، وهو ما يحتاج إلي آليات للتصحيح والتغيير والتعزيز، ليأتي الاتصال الإعلاني الفعال ليصبح إحدى هذه الآليات للتغيير، وذلك من خلال حملات إعلانية موجهة تستهدف إعادة المنظومة الأخلاقية والقيمية للمجتمع إلي مسارها الطبيعي، باعتبارها المحرك الأساسي لدوافع وردود أفعال أفراد هذا المجتمع، حيث ظهرت في الآونة الأخيرة العديد من الحملات الإعلانية المصرية والعربية والتي تسعى نحو تصحيح وتقويم القيم والأخلاقيات الاجتماعية، أخفق بعضها في تحقيق الأهداف المرجوة ومنها، ونجح البعض الآخر في إحداث تغييرات اجتماعية إيجابية تستحق التوقف عندها للوقوف علي عوامل النجاح والكشف عن الأبعاد الفلسفية للاستراتيجيات الإعلانية لتلك الحملات.

مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث في الإجابة علي التساؤلات التالية:

- 1- ما هي الاستراتيجيات الفلسفية والتصميمية المتبعة حالياً لتصميم هذا النوع من الحملات؟
- 2- ما هي مستويات التغيير الاجتماعي التي تستهدفها تلك الحملات لتحقيقها؟
- 3- ما هي طبيعة الرسالة الإعلانية الداعمة للقيم والأخلاق؟
- 4- ما هي الآثار الاجتماعية المترتبة علي هذا النوع من الحملات؟