

استخدام القيم الجوهرية في تصميم الحملات الإعلانية كمنهج للتوعية الاجتماعية

أ.م.د/ علياء عبد السلام عبد اللطيف طريفي

أستاذ مساعد الإعلان، قسم الإعلام، كلية الألسن والإعلام، جامعة مصر الدولية

alyaa.treify@miuegypt.edu.eg

المستخلص

اصبحت القيم المادية في المرتبة الأولى عند معظم أفراد المجتمع المصري وقد يرجع ذلك لمحاولتهم إشباع بعض احتياجاتهم من خلال امتلاكهم للأشياء. وقد استطاعت العديد من المؤسسات الاستفادة من هذا التوجه كوسيلة بيعيه، بل واستغلت فكره حب الفرد لذاته - الأنا - واستطاعت تسمية وربط بعض المنتجات بالذات. وقد انتشر في السنوات الأخيرة مفهوم المسؤولية المؤسسية وهي "المساهمات والالتزامات المادية والمعنوية التي تقوم بها المؤسسة تطوعاً واستجابة منها لبعض احتياجات وتوقعات جماهيرها الداخلية والخارجية". ولأن أغلب المؤسسات تعتمد على الوسيلة الإعلانية للإعلان عن منتجاتها، أو خدماتها، أو أفكارها، فتمثلت أهمية البحث في محاولة إضافة القيم الجوهرية في تصميم الحملات الإعلانية والاستفادة من ذلك كنوع من أنواع التوعية الاجتماعية هذا بجانب تحقيق الأهداف الاتصالية للمعلن. والقيم الجوهرية تمثل قيمة أو معنى الشيء في حد ذاته، وهي القيم الأساسية الإنسانية النابعة من الفرد نفسه وتتسم بأنها غير مثمّنه حيث تهدف هذه القيم إلى مصلحة الإنسان. ويهدف البحث إلى وضع استراتيجية تساعد مصممي الحملات الإعلانية استخدام القيم الجوهرية التي تضم القيم الاجتماعية، والقيم الثقافية، والقيم البيئية، والقيم الشخصية في تصميم الحملات الإعلانية محاوله بذلك تحقيق اولاً أهداف المعلن، وثانياً خدمة المؤسسة للمجتمع والمحافظة على الإطار الأخلاقي لها مع نشر التوعية الاجتماعية التي تتناسب مع أهداف المؤسسة للمتلقى المستهدف. ويتبع البحث المنهج الوصفي متبوعاً بدراسة تحليلية لوصف وتحليل الحملات الإعلانية لشركات الاتصال المصرية (فودافون، اورانج، اتصالات، وى) كشركات تنافسية تقدم نفس الخدمات وتحاول جذب المتلقى المستهدف لتحقيق أهدافها الاتصالية. وقد تم اختيار العينة التحليلية وهي الحملات الإعلانية لهذه المؤسسات التي تم اذاعتها في شهر رمضان ٢٠١٨، حيث أنه شهر له قيمته الاجتماعية والدينية لدى المتلقين فهو يعد موسماً تستعد له المؤسسات بالحملات الإعلانية كل عام. وسوف يتم رصد القيم الجوهرية المستخدمة في هذه الحملات وصولاً بذلك لوضع استراتيجية لاستخدام القيم الجوهرية محققه بذلك بُعد التوعية الاجتماعية والأهداف الاتصالية للمعلن. هذا بالإضافة إلى توزيع استبيان على عينة تمثل الأكاديميين في مجال الإعلام وتصميم الإعلان للتحقق من نتائج الدراسة التحليلية

الكلمات الرئيسية

القيم الجوهرية، القيم الظاهرية، التوعية الاجتماعية، مسؤولية المؤسسات