

تصميم الحملات الإعلانية للتوعية ضد سلوك التحرش لتحقيق أهداف التنمية المستدامة للرؤية المصرية ٢٠٣٠

إ.م.د/ علياء عبد السلام طريفي

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

alyaa.treify@miuegypt.edu.eg

ملخص البحث

يقترح البحث خمس تصميمات لحملات توعوية إعلانية ضد تحرش الرجل بالمرأة مستخدمة استراتيجية الضغط الاجتماعي التي تفترض أن الثواب والعقاب الاجتماعي هما من المحفزات التي تعمل على تغيير سلوك المتلقي خوفاً على السمعة وضماناً للموافقة الاجتماعية وتطبيقها من خلال اتباع خمس أساليب تم اقتراحهم بناءً على توضيح المعايير الخاصة لاختيار الأساليب التي تم استخدامها لتطبيق استراتيجية الضغط الاجتماعي في الحملات وهي الموضوع، والمتلقي، وارتباط الموضوع بثقافة المجتمع والأساليب هي أسلوب التشوية والتحريف، وأسلوب عكس المتوقع، وأسلوب عرض النتيجة، وأسلوب الرمز، وأسلوب الأمر. ويتم تطبيق هذه الأساليب في تصميم الحملات من خلال استخدام الأشكال، والصور، والألوان، والخطوط المستخدمة، والرسائل الإعلانية داعمة بذلك رؤية مصر ٢٠٣٠ التي احتوت على ثمان أهداف ويهتم البحث بالهدف الثاني "عدالة واندماج"، وهو هدف يسعى لتحقيق المساواة المجتمعية التي تتضمن حقوق المرأة. فجاءت مشكلة البحث في قلة حملات التوعية الإعلانية في موضوع تحرش الرجل بالمرأة وكان معظمها حملات موجهة للمرأة، وهو ما دفع الباحثة إلى تصميم حملات إعلانية ونماذج تطبيقية للتوعية ضد تحرش الرجل بالمرأة فهي حملات تتميز بكونها موجهة للرجل وليس للمرأة. وقد احتوت الحملة الإعلانية التوعوية على تصميم التالي: شعار للحملة، وورق مكاتبة، وملصق داخلي، وملصق خارجي، وإعلان جريدة، وإعلان رقمي، ومطوية. وقد تم توزيع استبيان يعرض هذه النماذج على مجموعة من المتخصصين في مجالي الإعلان والإعلام وكانت من أبرز النتائج ترتيب أفضلية استخدام الأساليب المقترحة لتصميم حملات توعوية إعلانية لهذا الموضوع المجتمعي الشائك. واستطاعت حملات التوعية الإعلانية أن تساهم في تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة حيث أن النسب المنوية لإجابة الاستبيان الخاص بالحملات الاعلانية من قبل المتخصصين كانت أغلبها إيجابية.

الكلمات المفتاحية:

استراتيجية الضغط الاجتماعي – أسلوب التشوية أو التحريف – أسلوب عكس المتوقع – أسلوب عرض النتيجة – أسلوب الأمر – أسلوب الرمز.