

تصميم حملات التوعية الإعلانية لتغيير الاتجاه نحو أصحاب الهمم "دورة الألعاب البارالمبية نموذجاً"

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

أستاذ مساعد بكلية الإعلام جامعة مصر الدولية / دكتوراه في الفنون التطبيقية / تخصص الإعلان

alyaa.treify@miuegypt.edu.eg

ملخص البحث

إن الاتجاه هو مفهوم يصف أفكاراً، أو قرارات، أو مواقف، أو أساليب تخص شخصاً أو جماعة ويظهر عند التعبير، أو التفاعل مع موضوع، أو موقف، أو قضية. ويصمم البحث استراتيجية تغيير الاتجاه في حملات التوعية الإعلانية التي يمكنها المساعدة في اختيار الرسائل والعناصر التصميمية مما يجعل إمكانية تغيير الاتجاه نحو موضوعات ما شيئاً ممكناً. وتعتبر بطولة الألعاب البارالمبية ٢٠٢٠ نموذجاً لما تود الدراسة التحقق منه وتحقيقه ومن هنا تحددت مشكلة البحث وهي مواجهة بعض فئات المجتمع صعوبات في الانخراط المجتمعي والتعامل مع الأفراد بشكل طبيعي وسهل حيث يهدف البحث إلى وضع استراتيجية تصميمية "استراتيجية تغيير الاتجاه" لحملات التوعية الإعلانية لتغيير الفكر المجتمعي نحو فئة ذوي الهمم. وصيغت تساؤلات البحث عن كيفية الاستفادة من مفهوم الاتجاه في تصميم حملات التوعية الإعلانية لذوي الهمم والمساعدة في تغيير الفكر المجتمعي نحوهم، وطرق اختيار الرسائل الإعلانية المناسبة لهذه الحملات، وإلى أي مدى يمكن اختيار عناصر تصميمية تساعد على توصيل الرسائل الإعلانية لهذه الحملات. وقد استخدم البحث تحليل المحتوى لبعض النماذج الإعلانية الخاصة بفئة ذوي الهمم التي تم استخدامها في دورة الألعاب البارالمبية ٢٠٢٠، وتصميم النماذج التطبيقية لحملات التوعية الإعلانية التي تعتمد على استراتيجية تغيير الاتجاه. والاستبيان الذي سوف يتم توزيعه على الخبراء في مجالي الإعلام والإعلان. وتطبيق استراتيجية التغيير من خلال مكوناته الثلاثة يعمل على إظهار البعد المعرفي، والعاطفي، والسلوكي لمضمون الموضوع التوعوي للحملة. ومن أهم النتائج أن استخدام الرسائل الإعلانية المعتمدة على مكونات الاتجاه المعرفي والعاطفي والسلوكي تلائم هذا النوع من الحملات. وأن استخدام صور لأصحاب الهمم ممزوجة بعناصر تصميمية أخرى بحيث لا تكون صورهم الشخصية هي البطل الوحيد في تصميم الحملة الإعلانية.

الكلمات المفتاحية:

الألعاب البارالمبية – مفهوم الاتجاه – تصميم حملات التوعية الإعلانية.