

المحاضرة الثامنة :

استخدام الوسائط الجديدة في الحملات الإعلامية

1-تعريف الحملات الإعلامية :

تعرف الحملة الإعلامية بأنها سلسلة من الرسائل الإعلامية المتصلة والموظفة بمقاييس محددة لتحقيق أهداف بعينها، معتمدة في ذلك على وسائل إعلامية متعددة، والتركيز على استخدام تقنيات متطورة وضرورية لمتابعة مسارات الحملة الإعلامية، مع ضرورة أن تتسق رسائل الحملة مع الوسائط الإعلامية التي تقوم بنقلها، وذلك بهدف الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق أكبر قدر من التأثير.

كما تعرف بأنها الاستخدام المخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية والأساليب الابتكارية لحث المجتمع عامة وبعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو أفكار تتبناها وتدعمها وذلك باستخدام استراتيجية أو أكثر من استراتيجية عن طريق جهود متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدد.

2-خصائص الحملات الإعلامية في الفضاء الرقمي :

- تعتمد بشكل أساسي على المهارات التقنية كالتصميم الجرافيكي وتركيب المقاطع السمعية البصرية وتقنيات تسيير الفضاءات الرقمية كشبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات وغيرها.
- تركز الحملات الإعلامية الرقمية على توظيف بعض الأدوات المتاحة عبر شبكة الانترنت لضمان الانتشار الواسع
للحملة كإعلانات REDZONE عبر اليوتيوب أو خدمة الوسوم (الهاشتاغ) المتوفرة عبر أغلب شبكات التواصل الاجتماعي.

-تعتبر التفاعلية من أهم خصائص هذا النوع من الحملات، حيث تضمن طريقة ووسيلة عرض الحملة للجمهور سهولة وسرعة التجاوب والتفاعل مع المحتوى، مع صانع المحتوى ومع باقي المستخدمين، ولعل خدمة التعليق أهم الخدمات التي تتيح التفاعلية وتفتح حلقات حوارية لامتناهية.
-تمتاز الحملات المنتشرة عبر الفضاءات الافتراضية بسهولة تعديل محتوياتها وإجراء تحديثات بصفة مستمرة، نظرا لمرونة المحتوى والأدوات المعتمدة أثناء عملية التسويق له.

- تُعرف الحملات الإعلامية الرقمية بسرعة انتشارها و هذا لارتباط بعض الشبكات ببعضها البعض (فإيسبوك وانستغرام على سبيل المثال) وتوفر خدمة إعادة نشر وإرسال المنشورات بين مختلف شبكات التواصل الاجتماعي من جهة أخرى.

- نجد أن إمكانية تتبع الحملة أمرا هينا في هذا النوع من الحملات حيث تتيح أغلب شبكات التواصل الاجتماعي خدمة الاطلاع المستمر على الاحصائيات المرتبطة بالحملة كالخصائص السوسيوديمغرافية للجمهور، ونسبة إعادة نشر الحملة وانتشارها الجغرافي وأوقات ذروة الاستجابة وغيرها من المعلومات التي يحتاجها القائمون على الحملة في مرحلة التقييم. ونذكر في هذا السياق خدمة تحليل الحملات وتتبعها Analytics Twitter المتاحة مجانا عبر موقع تويتر.

3- الميزات التي يمكن أن تقدمها الوسائط الجديدة للحملات الإعلامية:

- جمهور واسع:

وهو ما يعني اتساع قاعدة المستهدفين في حالة توجيه حملة إعلامية. على أن هذه النقطة لا يمكن أخذها على إطلاقها، فالمستخدمون في المجتمعات الافتراضية لهم خصائصهم الفكرية والنفسية التي تختلف أو تتفق مع شخصياتهم الحقيقية في العالم الحقيقي كناخبين وفاعلين في الفعل السياسي والاتصال .

- تكاليف منخفضة:

يروى بيمبر وديفيس في قصة الانتخابات الأمريكية عام 2001 أن التكاليف الإجمالية للترويج السياسي للحملات الانتخابية من نهاية التسعينات الميلادية كانت باهظة للغاية، مما جعل احتمالية أن لا تكون الإنترنت في متناول كل الناخبين الأمريكيين في تلك الحقبة بسبب ارتفاع تكلفتها كل هذه المعطيات جعلت منظمي الحملات يتشككون في قدرة الانتقال إلى مرحلة الاتصال التفاعلي على خلق فارق في صالح الحملة. لكن النتائج أتت بالعكس تماما، إذ حينما قارن مديرو الحملات حجم تكاليف إدارة موقع إلكتروني للحملة وتكاليف المتابعة مع الرسائل الإلكترونية التي ترسل بشكل شخصي للترويج للحملات، فإن هذه التكاليف كانت منخفضة جدا في مقارنة تكاليف أساليب الترويج العادي، ولعل هذا هو واحد من جوانب انخفاض تكلفة الاتصال في الحملات الإعلامية.

- رجوع صدى مباشر وسريع :

تمنح سرعة الحصول على رجوع الصدى في الاتصال التفاعلي بعدا لتحفيز الأفراد على المشاركة ناتج من تدفق المحتوى وتضاعفه، فقد وضح البروفيسور روبرت ستيوارت في ورقته (السوشل ميديا تحيط بنا) أن تضاعف عدد المستخدمين لشبكات التواصل حول العالم يأتي ترجمة لرغبة واعية عند الجماهير في أن يكونوا جزءا من الحراك الجمعي العالمي،

وهذا ما يجعل المستخدم الفرد يحصل على تغذية متواصلة من الشبكات على مدار الساعة، مما يساعده في تلقي و نشر الحملات الإعلامية .

- **الجمهور المستهدف فاعل وليس خاملا:**

لعل هذه الميزة تعني إمكانية إشراك الجمهور في الترويج للحملة بين جمهور آخر لا يعرفه القائمون على الحملة، وذلك بطريقة الترابط العنقودي، مثل أن تصل الرسالة للمستخدم أ و ب و ج فيروّجوا لها في دوائرهم الاجتماعية ومن ثم تقوم دوائرهم الاجتماعية بنقل الرسالة إلى دوائرهم وهكذا.

- **تقنيات متعددة للإنتاج والتصميم:**

عندما نقرر أن نوظّف الاتصال التفاعلي في حملة جماهيرية ما، يمكننا أن نختار من طائفة واسعة من الخيارات التقنية لإنتاج المحتوى، وتنتمي في عامتها إلى بيئات برمجية متناسقة بحيث يمكن التوفيق بين الصيغ التي ينتج بواسطتها المحتوى.