

الإجابة النموذجية (مقياس الحملات الإعلامية)

العنوان: حملة توعية للتحسيس من مخاطر تعاطي المخدرات لفائدة تلاميذ المدارس 1

يحدد الطالب هدفين إجرائيين: 2

50 الأول: يجب أن يتضمن تقليص تعاطي المخدرات في أوساط التلاميذ بنسبة معينة (أشهر مثلا). 3 بالمئة مثلا) و يحدد مدة زمنية معينة (لا تتجاوز

الثاني: يجب تحديد الطرف المكاني الذي يشمل بلوغ هذا الهدف (كأن نخصه بمنطقة معينة، البلدة مثلا)

خصائص الأهداف الإجرائية: ذات مدى قصير - يمكن قياسها - محددة بالزمن والدرجة - تمثل امتدادات للأهداف العامة

الشعار: من إبداع الطالب مع ضرورة أن يحث من خلاله التلميذ على أهمية الابتعاد عن 3

المخدرات

يقدم الطالب رأيه في استخدام أسلوب التخويف ويقدم إجابيات وسلبيات الاعتماد عليه 4 في حملته، وهذا بالاعتماد على رأي العلماء في هذا الموضوع. يرتبط التخويف بمصادقية المصدر ويختلف حسب درجة المبالغة في إثارة التخويف وكذا بالتجارب السابقة للمتلقي. يختلف أيضا حسب درجة المفاجأة وكذا البعد عن مركز الخطر. لهذا خرج بعدة توصيات في حالة استعمال الخوف في الحملات الإعلامية.

فقد ترفض الرسائل المخيفة أكثر من قبل الأشخاص المتجاوبين بسهولة وكذا من قبل الأشخاص ذوي الصحة الهشة، وتقبل بصفة أفضل من قبل الأشخاص الذين لديهم شبه غرور.

يرتبط التخويف بحرية التعرض، ففي حالة التعرض الجبري لا يفضل الاستعانة بالاستمالات عالية التخويف لأنها تنفر المتلقي.

يقدم الطالب استنتاجاً مفاده أن التخويف المعتدل يحقق نتائج أفضل من التخويف القوي، ويستند الطالب إلى آراء بعض العلماء كما جاء في المحاضرة

يساهم تحديد الأهداف للحملة الإعلامية في: 5

تحديد الجمهور المستهدف تحديدا دقيقا.

تحديد نوع المعلومات والمهارات التي يمكن تزويدهم بها.

اختيار الوسائل المناسبة لتحقيق الهدف.

وضع ميزانية الحملة وتوجيهها الاتجاه السليم.

توفر المجال الذي تتخذ فيه القرارات الخاصة بالحملة وبمسؤولياتها الإدارية والمالية والفنية.

يمكن استخدامها كمقياس للرقابة أثناء التنفيذ وبعده.

توفر معايير تقييم الحملة (إذ أن عملية التقييم هي عملية مقارنة بين الأهداف المتوقعة و الأهداف الفعلية التي يتم تحقيقها).
تحديد المدة الزمنية اللازمة لإنجاز الحملة و تحقيق الأهداف.