

## تصميم الحملات الإعلامية التوعوية لمخاطر تعاطي المخدرات

## Designing Media campaigns about the risks of drug abuse

جميلة قادم<sup>1</sup><sup>1</sup> جامعة الجزائر 03 ، كلية علوم الإعلام والاتصال (الجزائر)، kadem.djamila@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: مارس/2023

تاريخ القبول: 2023/02/23

تاريخ الإرسال: 2022/07/20

## المخلص:

تناولت الدراسة الحالية دور الحملات الإعلامية في تعزيز الوعي الإعلامي للحد من انتشار المخدرات وتعاطيها بغية التركيز على خطورة تلك المشكلة وتهديدها حيث تحاول ورقتنا البحثية تسليط الضوء على واحدة من الآليات المعتمدة في التعامل مع تعاطي المخدرات، وتتمثل في إدارة وتنظيم حملات تحسيسية وتوعوية، للبحث في الظاهرة وأسبابها، آثارها وانعكاساتها، وسبل الوقاية منها. حيث اعتمدت الباحثة على تصميم أنموذج لإدارة (حملة تحسيسية توعوية) تعالج الموضوع المدروس.

وخلصت الدراسة بضرورة تفعيل الحملات الإعلامية بشتى أنواعها الكفيلة ببناء شخصية سوية للفرد كما ينبغي تطوير تصاميم هذه الحملات لتتوافق من تطلعات الشباب حتى يقبلوا عليها و يقتنعوا بفحواها ومضمونها. كما أكدت ضرورة تكثيف الحملات الإعلامية للحد من مخاطر الآفات الاجتماعية بأنواعها.

**الكلمات المفتاحية:** تعزيز الوعي؛ الحملات الإعلامية؛ المخدرات ؛ الإدمان؛ الشباب.

**Abstract:**

The present study aims to reveal the importance of media campaigns in limiting the spread and abuse of drugs. We focused on one of the adopted mechanisms in dealing with drug abuse, which is the organization of sensitization and awareness campaigns to research the causes, effects and repercussions of this phenomenon and to show the ways of preventing and dealing with it.

The study concluded that it is necessary to activate media campaigns to build a normal personality of the individual. The design of these campaigns should be developed to conform to the aspirations of youth and convince them. It also emphasized the need to mobilize media compagns in order to raise awareness and intensify media campaigns in reducing the risks of social pests.

**Key words:** promoting awareness; media campaigns; drugs; Addiction; Youth.

## مقدمة:

تعد مشكلة الإدمان على المخدرات من المشاكل المعقدة التي تواجه كل المجتمعات في وقتنا الحاضر، لما لها من آثار سيئة على مستوى الفرد والأسرة وبالتالي المجتمع، والإدمان بالنسبة للمراهقين يعد من أعقد المشاكل التي يواجهونها في هذه المرحلة العمرية، لأن السموم التي يتناولها المراهق توقعه في حالات صحية خطيرة، سواء على الصعيد الجسدي أو على الصعيد النفسي، وفي هذه المرحلة يتبنى المراهق غالباً تصورات مبالغاً فيها حول تحويل مجتمعه أو تغييره إلى الأفضل.

لعبت وسائل الإعلام دوراً كبيراً وفعالاً في الحد من ظاهرة انتشار المخدرات وتعاطيها، وذلك من خلال الرسالة الإعلامية التي تبثها إلى الجمهور من برامج وافية ومنظورة قابلة للتحديث، لكي تحصل على أعلى درجات الإقناع بغية الوصول إلى المتلقي وتوليد الثقة عنده لتصبح برامج الوسيلة الإعلامية مقبولة، وبذلك تحقق الهدف المنشود من الرسالة الإعلامية. وتحل وسائل الإعلام بكافة أشكالها المراكز الأولى والأساسية للتعرف والتفاعل مع مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تحاكي المجتمع.

ويتحمل الإعلام مسؤوليات كبيرة وأساسية في مستوى الوعي العام الذي يعيشه أي مجتمع دون استثناء، وفي قضية مثل المخدرات التي تعانيتها جميع المجتمعات العالمية لمالها من آثار مدمرة وانعكاسات هائلة على مختلف قطاعات المجتمع وفئاته وبالتالي لا بد من أن نوضح أهم النقاط الأساسية التي ينبغي على الإعلام بشكل عام التركيز على أهميتها لكي يكون للإعلام دور في مكافحة ظاهرة المخدرات.

في إطار واجبات ومهام محددة، وخطط وبرامج فاعلة ومؤثرة، توظف الإمكانيات الهائلة والأشكال والمضامين الإعلامية الجذابة والمشوقة التي تحظى بكثافة استماع ومشاهدة عالية من قبل الجمهور وقدرة فائقة على التأثير في العقل والوجدان.

ويعد الإعلام خط المواجهة الأول لمخاطر تعاطي وإدمان المخدرات والحد من انتشارها والطلب عليها وذلك من خلال وسائل الإعلام المتعددة. وأهمها الحملات الإعلامية التي تستند على بعض الفنيات السلوكية والمعرفية التي أثبتت فاعليتها في مثل هذه الموضوعات، حيث تهدف هذه الحملات التوعوية إلى تغيير كل التصورات الخاطئة حول المخدر إلى تصورات صحيحة تبرز خطر هذه المواد على حياة الفرد ومجتمعه، وكذا تعليمهم بعض المهارات المهمة في الحياة اليومية لتفادي بعض الصعوبات التي يواجهونها وقد تؤدي بهم إلى الإدمان.

وعلى هذا الأساس فإننا دراستنا تعالج بإسهاب أهمية الحملات الإعلامية في مكافحة الإدمان على المخدرات، وكيفية تصميم برنامج وقائي إعلامي يجسد مكافحة إدمان الشباب على المؤثرات العقلية. وبناء على ما تقدم فإن مشكلة الدراسة تتمحور أساساً في دور وسائل الإعلام-الحملات الإعلامية- لتعزيز الوعي الإعلامي في الوقاية من انتشار المؤثرات العقلية في أوساط الشباب والمراهقين من خلال فك الإشكال التالي:

" كيف تساهم الحملات التوعوية عبر وسائل الإعلام في غرس الوعي الفكري لدى الشباب في مكافحة المخدرات والوقاية منها ؟ وكيف يتم تصميم حملة إعلامية تجسد ميدانيا مكافحة تعاطي المخدرات والمؤثرات العقلية " .

تهدف هذه الورقة البحثية لإبراز الدور المحوري للتوعية الإعلامية في الوقاية من المخدرات والحد من انتشارها، وذلك من خلال الحملة الإعلامية الموجهة للجمهور التي تهدف إلى نشر مواد مقنعة ومؤثرة من أجل التنقيف والتوجيه والتوعية وغرس الوعي لدى الأفراد المجتمع بخطورة استهلاك المخدرات، وبضرورة تجنب تعاطيها حيث تؤدي الحملات الإعلامية دورا محوريا في توعية الأفراد المجتمع وتحسيسهم بأهم المشكلات والآفات المنتشرة بين مختلف الفئات، وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى قدرتها على التأثير بشكل كبير في نفسيات الجماهير، ومن هذا المنطلق فان الإعلام يلعب دورا أساسيا في محاربة ظاهرة استهلاك المخدرات، والمتاجرة بها.

لهذا ارتأينا أن نعالج هذا الموضوع، وفق خطة منهجية من خلال المحاور التالية:

- **المحور الأول:** الإطار المفاهيمي للمخدرات نتناول فيه مفهوم المخدرات وأسباب التعاطي ومخاطرها.
- **المحور الثاني:** أساسيات حول الحملات الإعلامية والاتصال الإجتماعي نتعرض فيه إلى مفهوم الحملات الإعلامية وأهدافها، وعلاقتها بالإتصال الإجتماعي، ودورها وأهميتها في التوعية والإرشاد والتوجيه.
- **المحور الثالث:** يمثل الجانب التطبيقي للدراسة، نتناول فيه الحملات الإعلامية ودورها بالتوعية الإعلامية الصحية في مكافحة المخدرات لدى الشباب، وسوف نركز على نموذج تصميم برنامج وقائي وإعلامي- تصميم حملة إعلامية- حول مكافحة المخدرات، والاستراتيجية المقترحة للوقاية من انتشار المخدرات.

## 1- الإطار المفاهيمي للمخدرات:

ولا شك أن المخدرات تعد من المشكلات التي تعاني منها دول العالم كافة؛ لما لها من أضرار بالغة على النواحي الاجتماعية والصحية واقتصاديات الدول، وما زالت تعد المصدر الأخطر في تهديد العالم على امتداد التاريخ، الماضي والحاضر وربما المستقبل.

ويتفق الباحثون، وخبراء مكافحة، والمهتمون بمشكلة المخدرات، على أنها ظاهرة اجتماعية أمنية، تحكمها الأبعاد السياسية، والقانونية، والاقتصادية، والثقافية، والدينية، والتربوية، والإعلامية، في كل مجتمع. وتبرز خطورة المشكلة، عندما تتمكن من عمود المجتمع الفقري، وهم الشباب.<sup>1</sup>

لهذا ارتأينا في هذا الجانب من الدراسة أن نتعرض لتأصيل المفاهيمي للمخدرات، نتناول فيه عدداً محدداً من المفاهيم والمصطلحات، وأسباب التعاطي ومخاطرها، بغرض الإلمام بأبعاد المشكلة.

### 1.1- مفهوم المخدرات

أ. **المخدرات لغة:** جمع مخدر، وهو مأخوذ من الخدر وهو: الضعف والكسل والفتور والاسترخاء، والخادر: الفاتر الكسلان، والخدرُ: الستر الذي يمد للجارية في ناحية البيت. والخدرة: الظلمة الشديدة.<sup>2</sup>

والخدر: من الشراب والدواء؛ فتور يعتري الشارب وضع فمادة (المخدر) في اللغة تطلق على عدة معان منها: الضعف والكسل والفتور والاسترخاء والستر والظلمة الشديدة، وكل هذه المعاني متحققة في المخدرات مائعا وجامدها<sup>3</sup>.

ب. اصطلاحا : يعرف المغربي المادة المخدرة على أنها: " كل مادة خام أو مستحضرة تحتوي على عناصر منبهة أو مسكنة من شأنها إذا استخدمت في غير الأغراض الطبية والصناعية الموجهة أن تؤدي إلى حالة من التعود أو الإدمان عليها، مما يضر بالفرد والمجتمع جسماً ونفسياً واجتماعياً<sup>4</sup>. وتعرف بأنها عقاقير تؤثر على الجهاز العصبي المركزي بالتنشيط أو التثبيط أو تسبب الهلوسة والتخيلات، وتؤدي بمقتضاها إلى التعود أو الإدمان وتضر بالإنسان صحياً واجتماعياً، وينتج عن ذلك أضرار اقتصادية واجتماعية للفرد والمجتمع. ولقد حاول بعض الباحثين تعريف المخدرات قانونياً والآخر علمياً

### 1. أما من ناحية القانونية: توجد عدة تعاريف قانونية للمخدرات، منها:

✦ عرف المخدر على أنه "المادة التي تشكل خطراً على صحة الفرد وعلى المجتمع".  
 ✦ هي مجموعة من المواد، التي تسبب الإدمان، وتسمم الجهاز العصبي، ويحظر تداولها، أو زراعتها، أو تصنيعها، إلا لأغراض يحددها القانون، ولا تُستعمل إلا بواسطة من يُرخص له بذلك.  
 مجموعة من المواد التي تسبب الإدمان وترهق الجهاز العصبي، ويحضر تداولها أو زراعتها أو صنعها إلا لأغراض يحددها القانون، وال تستعمل إلا بواسطة من يرخص له بذلك<sup>5</sup>

2. أما علمياً: هناك تعريفات علمية متعددة للمخدرات، اجتهد العلماء في تحديدها، حيث اعتبرت بأنها كل مادة كيميائية تسبب النعاس والنوم أو غياب الوعي المصحوب بتسكين الألم ذلك لا تعتبر المنشطات ولا العقاقير المهلوسة وفق التعريف العلمي من المخدرات بينما يعتبر الخمر من المخدرات. أو هي كل مادة طبيعية، أو مستحضرة، من شأنها، إذا استخدمت، في غير الأغراض الطبية والصناعية الموجهة، أن تؤدي إلى حالة من التعود، أو الإدمان، يضر بالصحة النفسية للفرد والمجتمع.

### 2.1- مفهوم الإدمان على المخدرات:

ويعرف الإدمان لغة، بأنه يقصد به الفعل أدمن والمقصود واعتياد وتعود واعتماد الإنسان على شيء وقد يكون الإدمان ضار للفرد. أما اصطلاحاً فيقصد به تكرار المواد المخدرة الطبيعية وتعود الشخص عليها إلى درجة الاعتماد<sup>6</sup>. والإدمان على المخدرات أو الكحوليات يقصد به التعاطي المتكرر لمادة نفسية أو لمواد نفسية لدرجة أن المتعاطي يكشف عن انشغال شديد بالتعاطي، كما يكشف عن عجز أو رفض الانقطاع، أو لتعديل تعاطيه، وكثيراً ما تظهر عليه أعراض الانسحاب إذا ما انقطع عن التعاطي، وتصبح حياة المدمن تحت سيطرة التعاطي إلى درجة تصل إلى استبعاد أي نشاط آخر<sup>7</sup>.  
 إدمان المخدرات، ويُسمى أيضاً اضطراب استخدام المواد، مرض يؤثر على مخ الشخص وسلوكه ويؤدي إلى العجز عن التحكم في استخدام العقار أو الدواء القانوني أو غير القانوني. كما تُعتبر مواد مثل

الكحول والماريجوانا والنيكوتين من المخدرات. عندما تكون مدمناً، قد تستمر في تعاطي المخدرات على الرغم من الأذى التي تسببه.

ويعرف إجرائياً بأنه ذلك التعاطي المستمر دون توفيق للمواد المحظورة ومنها المخدرات حيث ان الفرد لا يستطيع الانقطاع او التوقف عن تناولها ولا يمكنه تركها ابدا ويلجأ لها مهما كان الامر أكثر خطورة. ومن خصائص الإدمان:

- ✦ الرغبة الملحة في الاستمرار على تعاطي العقار والحصول عليه بأي وسيلة.
- ✦ زيادة الجرعة بصورة متزايدة لتعود الجسم على العقار .
- ✦ الاعتماد النفسي والعضوي على العقار.
- ✦ ظهور أعراض نفسية وجسدية مميزة لكل عقار عند الامتناع عنه فجأة.
- الآثار الضارة على الفرد المدمن والمجتمع.<sup>8</sup>

### 3.1. أسباب تعاطي المخدرات

يتعاطى الناس المخدرات لأسباب مختلفة: للشعور بالتحسن، أو لليقظة أكبر مدة ممكنة، أو لنسيان مشاكل ما، أو لعدم الشعور بالآلام. ولكن كلما زاد الإقبال على تعاطي المخدرات، كلما زاد خطر تحولها إلى إدمان. حيث يتعود الجسد على المخدر، ويجب عندئذ على الشخص زيادة عدد مرات التعاطي أو زيادة الجرعة، للشعور بنفس التأثير مرة أخرى. وبدءاً من نقطة معينة يصبح الهدف من التعاطي تجنب الأعراض الانسحابية.

تختلف المخدرات ليس فقط في تأثيرها، ولكن أيضاً في مدى سرعتها في ترسيخ الشعور بالإدمان . فبعض المخدرات يكفي تعاطيها عدد من المرات لتوليد الشعور بالإدمان، في حين ينطور الشعور بالإدمان مع أنواع أخرى من المخدرات على مدى فترات طويلة نسبياً.

ولأن الشخص بمقدوره التخلي عن هذه المخدرات لعدة أيام في الفترة الأولى، فإنه يشعر ولفترة طويلة بقدرته على السيطرة عليها وأنه غير مدمن.

وفي أحيان كثيرة يلاحظ الأقارب والأصدقاء أعراض الإدمان أكثر من الشخص المصاب نفسه. إن أي شخص يمكن أن يتحول إلى مدمن، والأشخاص المعرضين للإدمان بصفة خاصة هم:

- ✦ الذين يمرون بظروف حياتية محبطة للغاية.
- ✦ الغير المستقرين نفسياً أو ذوي النفوس الضعيفة.
- ✦ الذين يتواجدون في محيط به مشاكل إدمان أصلاً.
- ✦ الذين يمكنهم الوصول إلى المخدرات بسهولة.

هناك مجموعة من الأسباب تؤدي إلى تعاطي المخدرات، تعرضت لها بعض الدراسات مثلما أفردتها العريني ويمكن تلخيص أهم هذه الأسباب بما يلي :

✦ وجود المخدرات وتداولها وسهولة الحصول عليها ، ويعتبر هذا هو السبب الرئيسي في هذا الجانب، وتقع مسؤولية توفر هذا الداء في متناول الشباب عامة على المسؤولين عن مكافحة المخدرات.

✦ توفر المال في أيدي الشباب، وعدم مراقبة الوالدين للمصروف الذي يعطى لأبنائهم.

✦ الفراغ العملي، والروحي، والعاطفي لدى مستهلكي هذه المواد.

✦ انصراف الوالدين وانشغالهم عن أبنائهم، إضافة إلى المشاكل الأسرية و التي تجعل العديد من الأبناء يلجؤون إلى استهلاك المخدرات هرباً من صخب المشاكل الأسرية .

✦ الأصدقاء والرفاق السوء والذي يعتبرون أهم العوامل في استهلاك المخدرات و الإدمان عليها.

كما تعد وسائل الإعلام والاتصال صالح ذو حدين فهي تعد حسب العديد من الدراسات من أهم الأسباب المساهمة في تعاطي المخدرات، كما أنها من الأدوات التي تسمح في محاربة هذه الظاهرة والحد من انتشارها وسط الشباب خاصة.<sup>9</sup>

أما عن الآثار المترتبة على تعاطي المخدرات، فإنه يؤدي استخدامها والإدمان عليها إلى أنواع من الأضرار النفسية والعقلية والعصبية والعضوية ومن أخطرها الاضطرابات النفسية والعقلية التي تنجم عن الإدمان، فيؤدي ذلك إلى اضطرابات الحواس، مثل: حاستي البصر والسمع، وسوء إدراك المكان والزمان، وسوء تقدير المسافات والوقت.

كما تؤدي بعض العقاقير إلى فقدان الذاكرة ، وقد تؤدي بعض الأنواع إلى حدوث تغيرات سلوكية وعقلية ونفسية، مثل تدني الانضباط السلوكي، وانحلال الشخصية والاكنتاب النفسي، وانفصام الشخصية والقلق واضطرابات النوم، والذهان وجنون العظمة واضطرابات العاطفة والتوهيمات، والخوف من الاختناق.<sup>10</sup>

وقد يؤدي ذلك إلى مصائب كبيرة تتمثل في إيذاء الشخص لنفسه أو الأفراد المحيطين به، فقد يصيب نفسه بالجروح أو يقدم على الانتحار، وقد يقترب المدمن جرائم قتل واغتصاب وهو تحت تأثير مادة الإدمان.

## 2- أساسيات حول الحملات الإعلامية والاتصال الإجتماعي:

تعتبر حملات التوعية في الوقت الحالي ضرورة ملحة في دول العالم النامية، وتهدف هذه الحملات إلى الرفع من مستوى الوعي العام، وتعزيز مشاركة الجماهير في العملية التنموية بالإضافة إلى رفع المستوى الثقافي مما يساهم في تحديث المجتمع ويساعد في قبول الأفكار والأنماط السلوكية الحديثة ويعجل من عملية تنمية المجتمع.<sup>11</sup>

ويتصدر موضوع مكافحة إدمان وتعاطي المخدرات قائمة الاهتمام في العديد من البلاد العربية التي تسعى جاهدة نحو حماية أهم وأثمن ثرواتها وهم الشباب الذين يتعرضون دائماً لخطر التعاطي والإدمان والذي يؤثر على الصحة النفسية والبدنية والذهنية لهذا الشباب.<sup>12</sup> وبالتالي فأصبحت الحاجة إلى حملات التوعية الإعلامية أمراً ملحاً وضرورياً لتوظيفها لمكافحة الإدمان والمخدرات نظراً للدور الإقناعي الذي يقوم به الإعلام في المجتمع وذلك على اعتبار ان الاعلام أحد مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع. ونظراً لأهمية الحملات الإعلامية في تعزيز الوعي الإعلامي في مكافحة الإدمان على

المخدرات والوقاية منها لدى الشباب ارتأينا أن نسلط الضوء على مفهوم الحملة مفهوم الحملات الإعلامية وأنواعها وأهميتها في التوعية والإرشاد والتوجيه

## 1.2- مفهوم الحملة الإعلامية وعناصرها الأساسية

1. مفهوم الحملة الإعلامية: يعرف معجم الإتصال الحملة الإعلامية على أنها مجموعة الأعمال أو النشاطات المتوافقة والمنسجمة والتي تتداول على فترة محددة حيث توفر المعلومات بشأن المتغيرات والعوامل المؤثرة في المجتمع والظروف البيئية السائدة مع دراسة خصائص الجمهور المستهدف. يعرفها "ميشال لوني" : "على أنها عمل فني يستعمل فيها كل التقنيات الخاصة بالإتصال ووسائله وتطبق المنطق في كل مراحلها".<sup>13</sup>

ويعرفها أحمد زكي بدوي " أنها برامج اعلامية موجهة وفق خطة مسبقة تتناول موضوعا وتتوجه إلى فئة بقصد تغيير السلوك، وذلك بدراسة الوسائل الإعلامية المتاحة..."<sup>14</sup> كما تعرف الحملة الإعلامية أنها تلك الجهود المنظمة التي يقوم بها المختصون في العمل الإعلامي بوسائله المختلفة، بهدف تحقيق غاية معينة، أو مجموعة من الغايات والأهداف المحددة سلفاً، وتخاطب فئة معينة بلغتها التي تعرفها، ومن خلال أطر ثقافية تعيش من خلالها، وذلك لفترة زمنية محددة، كما تعتمد على تحديد الجمهور المستهدف تحديداً دقيقاً، واختيار الوسائل الإعلامية التي تتناسب معه".<sup>15</sup>

الحملة الإعلامية على العموم، عمل ابداعي فني تستعمل التقنيات الاتصالية بطرق معينة وبجدية لتصل إلى التحفيز والإقناع. وتعتمد على قواعد وأسس أهمها تلك التي يطلق عليها بقاعدة الوحدات الثلاث (3T) وهي الموضوع (Thème)، الوقت (Le Temps)، الكلية (Le Tout). ويمكن تعريفها إجرائياً 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 عن طريق جهود متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدد.

2. العناصر الأساسية الواجب توفرها لإدارة حملة التغيير: هناك مجموعة من العناصر التي يجب توفيرها لإدارة الحملة، هي :

- ✦ قضية الحملة: أي أن تكون هناك قضية محل احتياج واهتمام الناس .
- ✦ الجمهور: ضرورة وجود جمهور له مصلحة مباشرة في القضية التي يدافع عنها، أو المراد تغييرها.
- ✦ الموارد: يجب توفير الموارد البشرية والمادية ومصادر المعلومات الأساسية.
- ✦ الرسالة: دقة حملة التغيير ووضوحها، واعتمادها على حقائق ومعلومات صحيحة، مع مراعاة تعدد صياغات الرسالة وفقاً للجمهور الذي يخاطب.
- ✦ الجهات المستهدفة: من الضروري التحديد الدقيق للجهات المستهدفة من الدعوة، التي بيدها صناعة القرارات واتخاذها، أو التأثير على صانعي القرار ومتخذي.

✦ حسن اختيار القائمين لتوصيل الرسالة: من حيث مدى وملاءمتها للجمهور.<sup>16</sup> الذي يخاطب، ونوع الوسيلة المستخدمة.

## 2.2- أهداف الحملة الإعلامية

يمكن إيراد الأهداف التي تسعى الحملات الإعلامية الاجتماعية إلى تحقيقها بشكل عام على النحو الآتي :

✦ تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوافرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم المطلوب إحداث التعديلات المطلوبة فيها.

✦ إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، وحول قضايا عامة كقضايا البيئة والتسول والبطالة وغيرها، باستخدام استراتيجيات وتكتيكات مقبولة من قبلهم.

✦ تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة، بما يحقق وفورات مادية، أو بما يقلل من حجم الخسائر في أنماط سلوكية شرائية واستهلاكية محددة، خاصة أوقات الأزمات.

✦ إشعار الرأي العام بقضية معينة في المجتمع حتى لا تتعرض للنسيان، كالقيام بحملات للإشعار بقضية المعوقين أو فئة المحرومين اجتماعياً، والغرض من هذه الحملات تنبيه المجتمع لمثل هذه القضايا بهدف الزيادة في درجة التضامن والتكافل.<sup>17</sup>

## 3.2 علاقة الإتصال الإجتماعي بالحملات الإعلامية

في هذا الجزء من الدراسة سنحاول أن نتعرض للعلاقة الموجودة بين الإتصال الإجتماعي والحملات الإعلامية ودورها في التوعية والإرشاد، على أساس أن الاتصال الإجتماعي أصبح ضرورة ملحة في المجتمعات التي تريد أن تحيا حياة صحيحة، باعتباره الوسيلة الوحيدة لإقناع الأفراد بضرورة تغيير سلوكياتهم نحو الأفضل لصالح مجتمعهم.

### 1.3.2 مفهوم الإتصال الإجتماعي:

هو ذلك الإتصال الذي يهدف إلى خلق اتجاهات وسلوكيات ايجابية لدى المواطنين حول القضايا الإجتماعية ذات المنفعة العامة. و يعرفه عبد الباسط محمد الحسن الإتصال الإجتماعي على أنه الاجراء الذي يتم فيه تبادل الفهم بين الكائنات البشرية أو هو العمل الذي عن طريقه تنتقل المعاني من انسان لآخر أو جماعة لأخرى، وهو نقل رسالة إعلامية للمجتمع عن طريق حملات إعلامية والتي تحمل أفكار واضحة ومفيدة تخدم الصالح العام.

يهدف الإتصال الإجتماعي إلى المنفعة العامة، فحسب " Pierre Zémor " فإن " الصالح العام هو الخاصية التي تحدد طبيعة الإتصال الإجتماعي". ومنه فهو اتصال بعيد عن الأهداف التجارية، جمهور المستهدف ليس المستهلك بل المواطن.

كثيرا ما يشير إلى الإتصال الإجتماعي على أنه تبادل للمعلومات، فالإتصال لا يعني الإعلام والاستعلام فقط، وانما يعني الإقناع أي تغيير آراء وسلوك الآخرين ويتم الركون إلى الإتصال الإجتماعي

كلما دعت الحاجة للبحث عن التغيير لفائدة إصلاح المجتمع ككل، فالإتصال يصبح اجتماعيا عندما يبحث عن تغيير وتعديل لصالح المجتمع برمته، عندما يجيب إلى تطلعات ومصالح أعضاء هذا المجتمع في مسائل تهمة (مثل معالجة المشاكل الإجتماعية، ترويج قيم انسانية) ويصبح اتصالا اجتماعيا عندما يكون هدفه الأول تصحيح سلوكيات اعتبرت مجحفة بالقدر الكافي لتبرير عملية جماعية، فيسمح بذلك بجذب موافقة أكبر عدد ممكن للقيام بمهمة مشتركة التي تدفع كل فرد لأخذ حصته من المسؤولية لخدمة المجتمع.<sup>18</sup>

### 2.3.2 علاقة الإتصال الإجتماعي بالحملات الإعلامية

ومن خلال التعاريف المقدمة للإتصال الإجتماعي، يمكننا القول أن مهمته الأساسية مرتبطة أساسا بالرغبة في تغيير سلوك الأفراد، ويتعلق الأمر هنا بحملات التوعية والوقاية في المجال الصحي (الإيدز، السرطان....)، أو ما تعلق بالأمن (العنف المنزلي، أمن الطرقات، وحوادث المرور....)، أو تلك المرتبطة برهانات التنمية المستدامة. وكما نعلم أن للحملة الإعلامية أهمية كبيرة من ناحية تطويع و تعديل السلوك الإنساني في الاتجاه المرغوب فيه من قبل المعنيين بها، ذلك أن الحملات إذا تم تخطيطها وتنفيذها من قبل الجهات المؤهلة فإنها تؤدي إلى توعية الجهات المستهدفة منها على استخدام السبل الصحيحة لتحقيق الأهداف المرجوة، فهي التي تساعد على التعرف على نقاط القوة و الضعف الكامنة في قضية كما أنها معنية بتصويب المسيرة الاجتماعية وبذلك فإن هنالك تداخلا بين الإتصال الإجتماعي والحملات الإعلامية، يستعمل فيه الإتصال الإجتماعي الحملات الإعلامية كأداة لتحقيق وتنفيذ أهدافه.

### 4.2 الحملة الإعلامية وأهميتها في التوعية والإرشاد والتوجيه

للحملة الإعلامية أهمية كبيرة من ناحية تطويع و تعديل السلوك الإنساني في الاتجاه المرغوب فيه من قبل المعنيين بها، ذلك أن الحملات إذا تم تخطيطها وتنفيذها من قبل الجهات المؤهلة فإنها تؤدي إلى توعية الجهات المستهدفة منها على استخدام السبل الصحيحة لتحقيق الأهداف المرجوة، فهي التي تساعد على التعرف على نقاط القوة والضعف الكامنة في قضية كما أنها معنية بتصويب المسيرة الاجتماعية/توجيه المستهلك نحو منتج معين/ إقناع ببرنامج حزب سياسي معين للجهات المستهدفة نحو تحقيق الأهداف المنشود كخطوة ثانية.<sup>19</sup>

يقع على عاتق وسائل الإعلام جميعها مسؤولية إنسانية كبيرة لتنفيذ خطط وبرامج تنفذ المجتمع من الأوبئة الاجتماعية التي تنتشر كالنار في الهشيم من أجل التغيير في السلوكيات والأنماط السائدة وبما يتناسب مع المصلحة العامة. وتعد الحملات الإعلامية الأكثر نفعا وإيجابية لتغطية هكذا موضوعات لها تأثيرها في حياة المواطنين وفق ما نعينه بمفهوم الحملات من تكثيف مدروس ومخطط له لمضامين ومواد تقدم عبر الصحف والإذاعة والتلفزيون إزاء قضية ما أو مشكلة ما يعاني منها المجتمع اعتمادا على أساليب فنية مؤثرة ومقنعة وبما يتناسب مع طبيعة كل وسيلة.

ويذكر المتخصصون في هذا الجانب إن نجاح الحملات الإعلامية يتأتى من دقة إدارة تلك الحملات أثناء مواجهة الأزمات والمشكلات وتأتي الحاجة هنا إلى مضاعفة الجهد بهدف تجاوز تلك الأزمات والمشكلات بهدف تنمية التوعية بشأن موضوعات الترتيبية التي تظهر بين الحين والآخر، وتبرز هنا إمكانية المخطط الإعلامي على خلق إدارات موازية للإدارات الإعلامية المتواجدة في الأجهزة المتخصصة كالصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية.<sup>20</sup>

## 5.2 مراحل تصميم حملة إعلامية

لنفرض أننا أمام خطة إعلامية تستهدف مكافحة المخدرات لذلك وجب علينا أن نضع في حسابنا عددا من النقاط عند التخطيط والتنفيذ لحملة اعلامية وهي:

- **معرفة الجمهور المستهدف:** حتى نعرف لمن نوجه رسالتنا لان هذه الرسالة إذا وجهت لمن لا يحتاجونها فقد تثمر عكس نتائجها بإثارة حب الاستطلاع الذي قد يؤدي للممارسة. وتساعد نتائج الدراسات في الكشف عن مدى انتشار التعاطي وأنماطه مما يساعد على وضع خطط الوقاية، وقد أجريت بحوث كثيرة في ما يسمى بالجماعات الهشة ووجد أن أكثر الأشخاص المعرضين لمشكلة المخدرات هو أولئك:

- ❑ الذي يوجد تاريخ للتعاطي أو الإدمان داخل أسرهم.
- ❑ الانهيار الأسري / طلاق/ خلافات شديدة.
- ❑ اختلال الضبط الأسري (انضباط أخلاقي).
- ❑ ضعف الوازع الديني.
- ❑ صحبة الأقران من متعاطين أو مدمنين.
- ❑ تدخين السجائر قبل سن الثانية عشر.
- ❑ الظروف السيئة في العمل أو السجل المدرسي السيئ.

- **الاستعداد النفسي والعقلي للجمهور:** يلعب الاستعداد النفسي والتحضير العقلي للجمهور المستهدف دورا أساسيا في تقبل البرامج الموجهة للمكانة فقبل أعوام عديدة كان هناك نوع من التوجه للتعطيم على الكثير من المشكلات في هذا المجال باعتبارها ظواهر مؤقتة وغير منتشرة ومن ثم فلا داعي لتعريض الصورة المشرفة للإنسان الجزائري للتشويه، غير أن التوجه نحو مواجهة المشكلات وطرح الحلول والتوعية حولها وتبني أجهزة الدولة هذا المدخل خلق جوا نفسيا وعقليا يساعد على استيعاب الجهود المبذولة في هذا المجال.<sup>21</sup>

- **طبيعة محتوى الرسالة الإعلامية الموجهة:** عند التفكير في محتوى الرسالة الإعلامية الموجهة لمكافحة مشكلة المخدرات يجب ملاحظة الآتي:

- ✘ انتهاء مبدأ التخطيط السليم بدلا من ردود الفعل على أحداث مفاجئة أي ضرورة وجود خطط طويلة الأجل على المستوى الإعلامي.
- ✘ الاستعانة بنتائج البحوث والدراسات العلمية الحديثة .
- ✘ الموضوعية والصدق في تناول والبعد عن التهويل والمبالغة.
- ✘ استخدام التقنيات الحديثة في عمل البرامج فالجمهور المستهدف هو الجيل الحاضر الذي يتوقع مستويات فنية متقدمة ويهزأ ويسخر ولا يبالي بالبرامج التقليدية.
- ✘ تجنب الخوض في التفاصيل الدقيقة وذلك حتى لا يعتمد البعض للتقليد مثلا الامتناع كلية عن الكلام تفصيلا حول طرق التعاطي لأي مخدر.
- ✘ الالتزام بالأسلوب التربوي المتكامل بدلا من أسلوب التلقين المعتمد على نقل المعلومة وان ينقل الحديث عن المخدرات لطرحه ضمن سياق قيمى متكامل وضمن بند سلوكي يمكن لخلق اتجاه سلوكي معين مع إثارة مشاعر معينة .
- ✘ التأكيد والتتوير حول التبعات القانونية لتعاطي أو نشر المخدرات.

• **نوعية الوسيلة المستخدمة:** هل هي تلفزيون؟ إذاعة/ملصقات/ نشرات: أي ماذا يتناسب مع الجمهور المتلقي وماذا يتناسب مع الوسيلة المستخدمة لتحقيق الغرض من البرنامج المقدم؟<sup>22</sup>

### 3. تصميم نموذج لحملة إعلامية حول مكافحة المخدرات والمؤثرات العقلية لدى الشباب

يمثل هذا الجزء من الدراسة الجانب الميداني حيث سنحاول تصميم نموذج برنامج وقائي اعلامي تطبيقي حول مكافحة المخدرات لدى الشباب واستراتيجية المقترحة للوقاية من انتشار المخدرات، تطبيقا واحتراما لمراحل تصميم حملة إعلامية التي تم التطرق إليها نظريا.

#### 1.3 النموذج التطبيقي: حملة إعلامية للحد من تداول المخدرات وعلاج الإدمان والتعاطي " أوقف

##### المخدرات غير حياتك"

يعتبر الإدمان على المخدرات وتعاطيها من أحد أبرز الظواهر التي شهدتها العالم بأسره، فالإدمان أصبح منتشرا بين مختلف الشرائح الاجتماعية و بين مختلف الفئات العمرية فهو يعتبر من أهم المخاطر التي يتعرض لها الإنسان و التي تهدد حياته الأسرية والاجتماعية والمهنية النفسية فالمجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات العالمية، هو الآخر لم يسلم من هذه الآفة الخطيرة إذ تفشت ظاهرة تعاطي المخدرات بين شرائح اجتماعية مختلفة لاسيما شريحة الشباب، لهذا كان موضوع الحملة التي قمنا بها " أوقف المخدرات غير حياتك" كما هو موضح في الشكل أدناه.

## الشكل رقم 01: يمثل حملة إعلامية للوقاية من آفة المخدرات



المصدر: مداح زكرياء<sup>23</sup>

1. اختيار موضوع الحملة الإعلامية: أو الفكرة المراد الترويج لها: تتعرض الحملة الإعلامية التي قمنا بها عن زيادة نسبة المخدرات في الجزائر وعن الأضرار الناتجة عن تعاطي المخدرات، كمان ان الفكرة المراد الترويج لها خطورة انتشار هذه الآفة. والسبب من اختيار هذه الفكرة للترويج لها هو ملاحظة زيادة تعامل الناس مع المخدرات، وهو أمر ليس مقبولا صحيا ولا مجتمعا ولا حتى دينيا، وهذا ما تعرضنا إليه في هذه الحملة.

2. أهداف الحملة الإعلامية للوقاية من المخدرات: تهدف الحملة الإعلامية التي تم تصميمها للتوعية الصحية أساسا إلى ما يلي :

• أولا : تغيير كل التصورات الخاطئة حول المخدر إلى تصورات صحيحة تبرز خطر هذه المواد على حياة الفرد ومجتمعه.

• ثانيا: تعليم الشباب بعض المهارات المهمة في الحياة اليومية لتفادي بعض الصعوبات التي يواجهونها وقد تؤدي بهم إلى الإدمان.

• ثالثا: يعتبر الهدف الرئيسي للحملة هو المتعلق بعرض حقائق حول آفة المخدرات، وتحسيس الشباب والمجتمع حولها، والدور الواجب القيام به للوقاية منها وتأمين أفراد المجتمع، من خلال:

✓ إبراز خطورة المخدرات وحجم تأثيرها المدمر على الفرد والمجتمع على حد سواء.

✓ التعرف على أهم الأسباب المؤدية إلى تعاطي المخدرات

✓ تعريف بدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية للمساهمة في التصدي للظاهرة.

✓ تصحيح بعض الأفكار الخاطئة عن تعاطي المخدرات إلى تصورات إيجابية

✓ تقديم بعض النصائح والإرشادات.

3. فريق عمل الحملة الإعلامية للوقاية من المخدرات: تم عرض هذه الحملة بمناسبة اليوم العالمي

لمكافحة المخدرات يوم 26 جوان 2021 ، بكلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03. يقوم فريق

عمل الحملة المتكون من الأساتذة والطلبة، وهم القائمين عليها، ليشمل بعض الشركاء الذين ساهموا في إدارة الحملة: مثل بعض الجمعيات الخاصة بمكافحة المخدرات، وممثلين لمديرية النشاطات الثقافية والرياضية، وممثلين عن ديوان مؤسسات الشباب، وعناصر للأمن الولائي بالجزائر العاصمة.

4. مهام فريق إدارة الحملة الإعلامية: قام فريق إدارة الحملة الإعلامية بمجموعة من المهام يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

✓ جمع معلومات حول الموضوع.(الإحصائيات والأرقام التي تشير إلى انتشار ظاهرة المخدرات في الجزائر).

✓ تحديد مراحل وخطوات تصميم الحملة خطوة بخطوة.

✓ جمع صور حول الموضوع.

✓ التوجه نحو مديرية النشاطات الثقافية والرياضية بغرض الحصول على معدات تساعد على تنظيم الحملة.

✓ التوجه نحو مديرية ديوان الشباب، للحصول على المعلومات الوثائق، وكذلك مشاركة فريق منها في تنظيم اليوم الدراسي.

5. الجمهور المستهدف من الحملة الإعلامية حول مخاطر المخدرات:.. تضمن الجمهور المستهدف

من الحملة الإعلامية المصممة حول مخاطر المخدرات، مجموعة من الشرائح التي تم تقسيمها كالتالي:

✓ فئة الشباب: باعتبارهم الفئة المستهدفة من المخاطر بالدرجة الأولى وخاصة الشباب الجامعي وأكثر تحديدا طلبة جامعة الجزائر 03.

✓ الأساتذة والمختصين في هذا المجال: والمعنيين بشكل مباشر بدعم الحملة الإعلامية، ودعم جهود المجتمع المدني عموما للتصدي لكل أشكال الانحراف.

5-الرسائل الاتصالية للحملة الإعلامية حول مخاطر المخدرات: تضمنت الحملة الإعلامية مجموعة

من الرسائل التي أرادت من ورائها فرقة إدارة الحملة توصيلها للجمهور المستهدف، وتمثلت في أساسا في ترسيخ والتأكيد على ما يلي:

• شعار الحملة: جاء شعار الحملة، والذي يشكل رسالتها الاتصالية وفقا للفكرة التالية وبلغة بسيطة

بغية التمكن من مخاطبة الجمهور المستهدف ، وكانت فكرته الجوهرية: (أوقف المخدرات، غير حياتك)

• مضمون الحملة: لا تحاول تعاطي المخدرات لأنها هي التي ستأخذ منك صحتك... أموالك....

وحرمتك... ومستقبلك، نعم للحياة لا لوهم السعادة في جحيم المخدرات، وتم التأكيد وترسيخ فكرة :

محاربة المخدرات مسؤولية الجميع"

6- الوسائل الاتصالية للحملة الإعلامية: استوجبت الحملة الإعلامية حول مخاطر المخدرات توفير

مجموعة من الوسائل حتى يتم من خلالها مخاطبة الجمهور المستهدف منها، وقد قام فريق الحملة

باستخدام واستغلال العديد من الوسائل الاتصالية تمكنه من تحقيق الأهداف المرجوة:

✓ **الاتصال الشخصي:** تم استخدامه بشكل مباشر وبأساليب إقناعيه من طرف فريق الحملة من خلال الحديث مع الشباب واستخدام الاستمالات العاطفية والعقلية.

✓ **المطويات:** حيث تم استخدام مطويات عديدة ومتنوعة وتوزيعها على جميع الحضور وخاصة منهم الشباب تم الشرح فيها الأسباب المؤدية للمخدرات، وأضرارها، وكيفية العلاج منها.

✓ **الملصقات:** تم استخدام العديد من الملصقات الحائطية والجداريات التي تناولت خطورة الإدمان على المخدرات وتأثيراتها على الفرد والمجتمع ، وقد تم استخدام الملصقات والجداريات لأنها من الوسائل الأكثر جذبا لانتباه الجمهور خاصة إذا كانت ذات حجم كبير وألوان معبرة ومعلومات سهلة، بسيطة، مختصرة.

✓ **الوسائل السمعية البصرية:** حيث تم الاستعانة بها حيث قمنا بإعداد شريط فيديو عن بعض العينات الحية و النماذج للشباب المتعاطين للمخدرات، وعرضها بغرض تقريب الصورة للشباب والتعرف عن قرب عن تجربة حقيقية، في محاولة تعاطي المؤثرات العقلية وتكون عبرة لغيرهم.

✓ **موقع التواصل الاجتماعي:** حيث تم انشاء صفحة على الفيس بوك باعتباره الأداة الاتصالية الأكثر شيوعا واستخداما بين الشباب والموقع الأكثر تصفحا من طرفهم، ومن مختلف الفئات العمرية، حيث يتيح لهم التعبير عن آرائهم ومقترحاتهم، سواء تحت أسماء مستعارة أو حقيقية.

✓ **تنظيم ندوة ويوم دراسي من طرف الأساتذة والمختصين:** بمناسبة اليوم العالمي لمكافحة المخدرات يوم 26 جوان 2021 ، بكلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، حول خطورة تعاطي المخدرات والمؤثرات العقلية ودور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تعزيز الوعي الفكري لدى الشباب بخصوص الظاهرة المدروسة.

- **تقييم الحملة الإعلامية حول الوقاية من المخدرات:** بعد عرض الحملة التحسيسية بمخاطر المخدرات وتطبيقها على أرض الواقع ، سجل فريق العمل العديد من النقاط الأساسية وعلى رأسها، أن الحملة حققت نجاحا نسبيا في القيام بدورها التحسيس والتوعوي، حيث لاحظنا اهتمام الشباب من خلال تفاعله سواء من خلال المحاضرات التي قدمها الأساتذة المختصين في الندوة المقدمة أو سواء من خلال البرامج السمعية البصرية التي بثت أو من خلال الصفحة التي تم انشاؤها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### خاتمة:

يتصدر موضوع مكافحة إدمان وتعاطي المخدرات قائمة الاهتمام في العديد البلدان التي تسعى جاهدة نحو حماية أهم وأثمن ثرواتها وهم الشباب الذين يتعرضون دائما لخطر التعاطي والإدمان والذي يؤثر علي الصحة النفسية والبدنية والذهنية لهذا الشباب، وبالتالي فأصبحت الحاجة إلى حملات التوعية الإعلامية أمراً ملحا وضروريا لتوظيفها لمكافحة الإدمان والمخدرات نظرا للدور الإقناعي الذي يقوم به الإعلام في المجتمع وذلك على اعتبار ان الاعلام أحد مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع.

إن مشكلة تعاطي المراهقين للمخدرات أو تجريبها مشكلة اجتماعية يجب الإقرار بوجودها وبما أفرزته من مشاكل أخرى وهي أيضا تحتاج إلى تضافر كل الجهود للتقليل من حدتها وانتشارها، وذلك من خلال إعداد برامج توعوية متنوعة تهدف إلى إكساب المراهق السلوك الصحي من أجل المحافظة على الذات والتخلي عن المعتقدات الخاطئة، التي تظهر فيما بعد على شكل تصورات إيجابية نحو هذا الموضوع الخطير - الإدمان على المخدرات -.

تلعب الحملات الإعلامية دورا مهما في التوعية بمخاطر المخدرات ولهذا يجب وضع سياسة إعلامية واضحة، يتم جدولة المخدرات كقضية اجتماعية تحتاج إلى دراسة وتحليل ومناقشة وحلول منطقية وموضوعية تتوافق مع واقع المجتمع وأخلاقياته وسلوكياته، من خلال استغلال الإمكانيات الفنية والتقنية والكوادر البشرية المؤهلة للاستخدام الأمثل في إنتاج البرامج الوثائقية وتصميم الملصقات وفتح حوارات مع متناولي المخدرات، لاستعراض تجاربهم حول الإدمان على المخدرات والمؤثرات العقلية.

تعتبر حملات التوعية في الوقت الحالي ضرورة ملحة حيث تهدف أساسا إلى الرفع من مستوى الوعي العام، وتعزيز مشاركة الجماهير في العملية التنموية بالإضافة إلى رفع المستوى الثقافي مما يساهم في تحديث المجتمع ويساعد في قبول الأفكار والأنماط السلوكية الحديثة ويعجل من عملية تنمية المجتمع وفي نهاية المطاف تؤكد على أهمية ودور وسائل الإعلام وخاصة الحملات الإعلامية على أهمية ووضع وتنفيذ استراتيجية اتصال واضحة المعالم وضرورة الأخذ برأي المختصين في هذا المجال.

#### • توصيات ومقترحات: خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات نجلها في النقاط التالية:

- ✦ التوعية بمخاطر المخدرات وعلى كل المستويات.
- ✦ التأكيد على أهمية وضع وتنفيذ استراتيجية اتصال واضحة المعالم.
- ✦ إنشاء مؤسسات خاصة تساهم بالشراكة مع وسائل الإعلام في الحث عن خطورة المخدرات وتعاطيها.
- ✦ تجنيد كافة مؤسسات التنشئة الاجتماعية في التوعية وتكثيف الحملات الإعلامية للحد من مخاطر الآفات الاجتماعية بأنواعها.

- ✦ اشراك المؤسسات الأمنية ومؤسسات المجتمع المدني ومساهمتها في الترويج للحملات الإعلامية ودعمها.
- ✦ تطوير تصاميم هذه الحملات كإخراجها في صورتها النهائية لتتوافق من تطلعات الشباب حتى يقبلوا عليها و يقتنعوا بفحواها ومضمونها.

- ✦ الأخذ برأي المختصين في كل المجالات المعنية بظاهرة المخدرات واشراكهم في العملية التوعوية والتحسيسية.
- ✦ ضرورة حسن اختيار الوقت المناسب، الوسائل والرسائل، الجمهور المستهدف لتوصيل الرسائل الاتصالية مهم جدا، بحكم أن المكان والزمان والجمهور عناصر مهمة لدعم وإنجاح الحملة.

## الهوامش:

- 1- محمد سخري، مواجهة مشكلة لمخدرات: بين الواقع والمستقبل على الموقع: <https://www.politics-dz.com/> تاريخ الولوج: 2022/01/06 على الساعة: 6سا و 30.
- 2- ابن منظور، لسان العرب، المجلد جزء1، بيروت، دار صادر. ص232
- 3- الأزهرى الهروي محمد بن أحمد، تهذيب اللغة. بيروت: دار إحياء التراث العربي. 2001، ص 12.
- 4- سعد المغربي ، ظاهرة تعاطي المخدرات. القاهرة: المكتب العربي لشؤون المخدرات، 1971، ص14.
- 5- عبد الحليم عمارة، جمال قواس، وسائل الإعلام الجديدة، والتوعية بمخاطر المخدرات، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم بواقي، المجلد7، العدد 03، ديسمبر 2020 ص385.
- 6- الأزهر ضيف، محمد ذيب: التوعية الإعلامية ودورها في مكافحة المخدرات والوقاية منها لدى الشباب، مجلة المجتمع والرياضة المجلد 1 والعدد 2 ،ديسمبر 2018 ص140.
- 7- مصطفى سويف، المخدرات والمجتمع نظرة تكاملية، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1997 ص 17 و 18.
- 8- عادل الدمرداش، الإدمان مظاهره وعلاجه، عالم المعرفة، الكويت، 1982، ص27.
- 9- ابراهيم محمد يسري، الحياة الاجتماعية للمدمن. الإسكندرية: دار المطبوعات الجديدة. 1991، ص 99.
- 10- المرجع السابق، ص89.
- 11- سلوى العوادلي التسويق الاجتماعي، القاهرة، دار النهضة العربية، 2011 ص94.
- 12- مها عبد المجيد صلاح، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة المخدرات، دراسة علي موقع شبكة الفيسبوك، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 29، العدد57، 2012، ص343.
- 13-Michel le Net: L'Etat Annonceur, Technique, Doctrine et Morale de la Communication Social, France, Edition d'Organisation, 1981, P150.
- 14- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، الطبعة الأولى، 1989، ص93.
- 15- صابر سليمان عسران، تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية، مجلة الفن الإذاعي، العدد 179، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، يوليو، 2005، ص31
- 16- رائد بن عبد الرحمان العمرو، دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب في مكافحة المخدرات ، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء 4، العدد 58، يوليو 2021، ص 1995.
- 17- المرجع السابق، ص 1996
- 18- نبيلة بوخيزة، الإتصال العمومي: أسس وتقنيات، دار الهومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 18.
- 19- محمد ابراهيم عبيدات، التسويق الاجتماعي الأخضر البيئي، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان، 2014، ص 16.
- 20- نزهت محمود الليمي، فاعلية الإعلام الحر في معالجة لمشكلات الاجتماعية ، مجلة لبحث الإعلامي، العدد التاسع. 2010 ص 134 .
- 21- الأزهر ضيف، محمد ذيب، التوعية الإعلامية ودورها في مكافحة المخدرات والوقاية منها لدى الشباب، مجلة المجتمع والرياضة، المجلد 1، العدد2، ديسمبر 2018، ص 154.
- 22- منير طيبي ، دور وسائل الإعلام في الوقاية من تعاطي المخدرات، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، المجلد 02، العدد 02 ديسمبر 2019 ص107.
- 23-مداح زكرياء، جلفة أنفو حملة تحسيسية واسعة حول آفة المخدرات، على الموقع <https://www.djelfainfo.dz/ar/health/1512.html> تاريخ الاطلاع ، يوم 2022/06/20 على الساعة 13سا.