

مقدمة :



تقوم المؤسسات التي تصنع السجائر ، وغيرها من منتجات التبغ ، بتوظيف إعلانات ملفتة مدعمة بالعديد من الوسائل السمعية والبصرية التي تغري الزبائن لشراء واستخدام بضائعها . وقد علمت سابقا أن العقل والصحة نعمة كبرى من نعم الله سبحانه وتعالى على الإنسان ، وقد دعانا للحفاظ على هذه النعمة واجتناب كل ما يؤثر عليها كالخمر والتدخين والمخدرات . وهناك دراسات عديدة أكدت على الأضرار الاجتماعية والاقتصادية والصحية للتدخين . لذا من خلال هذا المشروع ستتاح لك الفرصة لكي تنشئ بيئة ابتكارية تساعدك في إعلام الآخرين بمثل هذه الأضرار المحتملة . قم بزيارة المراكز الصحية والمستشفيات وامض بعض الوقت في البحث خلال الإنترنت عن أضرار التدخين ولاحظ الطرق التي تستخدمها الشركات المنتجة للتبغ في الاعلان عن منتجاتها . فكر كيف يمكنك توظيف طرق لتساعدك في ترويج فكرة "بيئة صحية خالية من التدخين" . ابتكر أفلاما أو عرضا بالشرائح أو إعلانات تجارية في الإذاعة أو التلفزيون ، أو إعلانا في مجلة ، أو ملصق إعلانات أو أية وسيلة أخرى تراها مناسبة . سوف تحتاج في حملتك ضد التدخين إلى الكثير من التخطيط إذا أردت النجاح لمشروعك .

التخطيط :

اعمل مع أعضاء مجموعتك لإنشاء خطة العمل ، قم بعملية عصف ذهني حول الطرق الممكنة التي يمكنك إتباعها . حاول الرسالة الدقيقة التي ترغب في توصيلها للمتلقي . فكر : هل ستكون مروجاً لطيفاً أم حاداً للحملة ؟ وهل ستكون جاداً تماماً أم ستلجأ إلى بعض الدعابة ؟ ما البيانات الإحصائية التي ستحتاجها ؟ ما المصادر الموثوقة التي ستقتبسها ؟ ما الوسائط التي ستختارها لعرض أفكارك ؟ . عليك أن تتخذ القرارات بشأن جميع هذه الأسئلة وغيرها في مرحلة التخطيط .



مصادر المعلومات :



ينبغي أن يستند إعلاناتك إلى بيانات واقعية . ولإعداد عرض تقديمي مقنع ستحتاج إلى جمع الكثير من المعلومات وتوثيقها . فالبيانات الإحصائية المتعلقة بسرطان الرئة أو أمراض القلب قد تكون مفيدة . كما أن لقاءات مع أشخاص قد أفلحوا عن التدخين بسبب الأضرار التي عانوها منه ، وتسجيل اعترافاتهم مهمة أيضا . ابحث عن إجابات لتساؤلات أخرى مثل : كم يبلغ حجم المبالغ التي تنفق على منتجات التبغ ؟ ما كمية الأرباح العائدة من هذه المنتجات ؟ وما تكاليف علاج أولئك الذين يعانون من الأمراض الناتجة عن التدخين ؟ ... كل ذلك سوف يساعدك في بدء بحثك .

الاستفادة من مشاركة الآخرين :



اعلن عن خطتك البحثية على موقع **Journal Zone** الخاص بالمدرسة . وتذكر دائما أن العمل في بيئة تعاونية أفضل من العمل بمفردك ، حيث تساعدك ملاحظات واقتراحات الآخرين كثيرا في التركيز وسرعة إنجاز العمل بالجودة المطلوبة ، وتأكد من أن تشارك كمساهم ، وقم بالإدلاء بملاحظاتك ومقترحاتك للآخرين حول المشاريع التي يقومون بها ، ولا تكن مجرد متلق لأفكار الآخرين .

التصميم :

الاعتماد على البيانات الإحصائية فقط ، قد يثير مللا لدى المتلقين . فكّر في طرق لجعل عملية عرض الإحصائيات مدهشة لجذب انتباه المتلقي أو فكاهية ومسلية تُشجع على متابعة العرض لمعرفة المزيد . فكر : ما الصور التي تستطيع جمعها أو تصميمها وأيّها سيجذب انتباه المتلقي ؟ كيف يمكن للرسوم المتحركة أو الأصوات أو مقاطع الفيديو أن تساعدك في ذلك ؟



توزيع المهام :



يتمتع كل عضو في مجموعتك بمواهب أو قدرات مختلفة ، عليك أن تحاول الاستفادة من ذلك بتوزيع العمل بين أفراد المجموعة . وكجزء من خطتك ينبغي أن تحدد مسؤوليات إنهاء المهام المختلفة لكل عضو . وقد تكون مهمة أحد الأعضاء تنسيق جهود الآخرين والتأكد من انتهاء جميع المهام في الموعد المحدد .

الإنتاج والتجريب والمراجعة :

تقع مسؤولية المهمة الفعلية للإنتاج على عاتق مجموعة مختارة داخل فريقك ، حيث يقوم أعضاء المجموعة بالبحث عن البيانات والصور وغيرها من الوسائط ومن ثم دمجها لبناء منتج قادر على إيصال الرسالة التي تنوي مجموعتك إيصالها للمتلقي . يحدد الفريق نوع الإعلان الذي سيتم تطويره وذلك اعتمادا على معلومات ومهارات الأعضاء . فور إكمالك للإعلان ينبغي القيام بالاختبار التجريبي من قبل مجموعة يمثلها أعضاء من المتلقين المقصودين ، ويجب أن لا يتم تدريبهم مسبقاً على التفاعل مع محتوى الإعلان ، بل عليهم التفاعل معه بشكل تلقائي . سجل ملاحظاتك حول الطرق التي يراها أعضاء مجموعتك مناسبة لتطوير العمل ثم ابدأ عملية المراجعة قبل الاختبار التجريبي التالي . استمر في عمليتي الاختبار التجريبي والمراجعة حتى يحقّق المنتج الاستجابة لدى المتلقي ، وعندما يكون المنتج جاهزا للنشر . اطلب من المعلم تحديد الموعد المناسب لعرضه على زملائك في الصف أو حتى دائرة أوسع من المتلقين .

