

المحاضرة الأولى: مفهوم الاشهار وأهدافه

أهداف المحاضرة:

- العرف على أبرز مفاهيم الاشهار.
- التعرف على نشأة وتطور الاشهار.
- التعرف على أهم أهداف الاشهار.

يعتبر الاشهار نشاط اتصالي قديم قدم الحياة الانسانية عرف استخدامه من طرف
عديد الحضارات الانسانية من أجل التعريف بمختلف السلع المعروضة في الاسواق التقليدية
والقوافل التجارية، غير أن الطرق المستخدمة في الاشهار اختلفت وتتنوعت بين الوسائل
الصوتية الكلاسيكية كقرع الطبول واستخدام الالحن والاصوات وبين الكتابة والصور
الجرمانية وسنتطرق في هذه المحاضرة الى أهم تعريفات الاشهار وتطوره التاريخي وأهم
أهدافه.

مفهوم الاشهار :

لغويا : إِنْشَاهُ أَمْرٌ ، إِنْشَاهُهُ شَهِيرٌ
-يُقَدِّمُ التَّلْفَازُ إِنْشَاهًا لِمَوَادٍّ غِذَائِيَّةٍ ... إلخ :- يُقَدِّمُ إِعْلَانًا مُشَوِّقًا عَنْهَا يَجْلِبُ الْمُسْتَهْلِكَ إِلَى
شِرَائِهَا.

الشُّهُرَةُ: ظهور الشيء في شُئْعَةٍ حتى يَشْهَرَهُ الناس
الشُّهُرَةُ وَضُوحُ الأَمْرِ ، وقد شَهَرَ يَشْهَرُهُ شَهْرًا وشُهُرَةً فَاشْتَهَرَ وشَهْرَهُ تَشْهِيرًا واشْتَهَرَهُ فَاشْتَهَرَ .
اشتهر الأمرُ انتشر وذاع خبره:- اشتهر الخبرُ ، -اشتهرت الأغنيةُ.
•اشتهرت المدينةُ بصناعة الزُّجاج /اشتهرت المدينةُ في صناعة الزُّجاج: عُرِفَتْ وتَمَيَّزَتْ به
-:اشتهر بأعمال حميدة: لَفَتَ الأنظارَ بما حَقَّقَهُ منها ، -اشتهر بشجاعته¹.
اصطلاحا:

يعدّ الإشهار المرتكز الترويجي لأيّ سلعة/ خدمة لجذب أكبر عدد من الجمهور.²
يعرف الاشهار على أنه وسيلة أساسية من وسائل الاتصال، فالمؤسسة يمكن أن

¹موقع المعاني ، <https://2u.pw/SHsDXi0> ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 04 فيفري 2024 على الساعة 13.12.
² موقع المجلس الأعلى للغة العربية، <https://2u.pw/QydiQhN> ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 04 فيفري 2024 على الساعة 13.24.

تستخدمها لترويج عدد لا يحصى من الأفكار، السلع أو الهيئات ويرمي إلى تغيير مواقف وسلوك المستهلكين³

كما يعتبر الاشهار نشاط اتصالي يهدف الى التعريف بمختلف السلع والخدمات ومحاولة اقناع الزبائن المحتملين باقتناء السلعة او الخدمة. ويعد الاشهار فن من فنون الترويج لصورة المؤسسات المختلفة وعرض السلع والخدمات في صورة جميلة تساهم في تغيير المواقف والسلوكات اتجاهها.

نشأة وتطور الاشهار:

يعتبر الاشهار نشاط قديم، اعتمده الانسان منذ القدم من أجل الترويج لمختلف أفكاره وسلعه وخدماته وتعددت طرق العرض من حضارة الى حضارة حسب امكانياتها وتطورها، غير انها في الغالب كانت تعتمد على طرق الاشهار الكلاسيكية المتمثلة في استخدام قرع الطبول وصوت الانسان عبر الهتافات والألحان وكذا والاتصال عبر الكتابات والرسوم والنقوش الجدارية والكتابة على جلود الحيوانات وأوراق النباتات.

وقد عرف الاشهار عن المصريين من خلال الحضارة الفرعونية وما عرفته من رسومات ونقوش صخرية تحمل أخبارا وصورا لها مدلولات اشهارية، وعرف الاشهار عند العرب في الجاهلية عبر سوق عكاظ الذي كانت تتجمع فيه مختلف القوافل التجارية القادمة من كل مكان وتعمل على الترويج لسلعها عبر ذكر محاسنها ومزاياها.

اختلفت طرق الاشهار تبعا لامكانيات كل حضارة وحقبة زمنية، ولقد ساهمت التطورات الحاصلة في المجتمعات الإنسانية وتطور وسائل الإنتاج، ما ساهم في ظهور عدة عوامل كان لها الأثر الكبير على تطور الاشهار ومن هذه العوامل نذكر:

- الثورة الصناعية في العالم.
- تنامي المجتمعات الإنسانية وكبر حجم المدن.
- ظهور عدة مؤسسات إنتاجية وخدمائية تتنافس في السوق.
- تطور التجارة في العالم.
- ظهور وسائل الاعلام وتطور الطباعة والصحافة المكتوبة، وظهور الإذاعة والتلفزيون...

³ محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرزاي، مختار الصحاح، دار الحديث، القاهرة، 2003، ص197.

- تطور الوسائل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في نقل الرسالة الاشهارية في كل بقاع العالم.

أهداف الاشهار:

يمكن تقسيم أهداف الاشهار الى قسمين أهداف تجارية وأهداف اتصالية.
الأهداف التجارية (التسويقية):

تكتسي هذه الاهداف طابعا اقتصاديا من حيث ارتباطها بالوظائف التالية:

-وظيفة تعميم الاستهلاك : عن طريق توزيع العلامة التجارية في كل الشبكات التي تراها الجهات المعلنة مهمة وذات أولوية كالاسواق الكبيرة التي تنتشر على نطاق جغرافي واسع.

-وظيفة إقامة العادات : ترتبط مهمة الرفع من نسب الاستهلاك بضرورة خلق عادات استهلاكية دائمة تحافظ على وتيرة البيع أو تطورها، وتتعرز هذه الوظيفة بـ:

-خلق التفضيل لسلعة أو خدمة ما.

-تشجيع الوفاء لموضوع الاشهار.

-اقتراح مناسبات جديدة لاستعمال السلعة أو الاستفادة من الخدمة.

الأهداف الاتصالية (الاقناعية):

هذه الأهداف تعمل بالموازاة مع الأهداف التجارية في ثلاث مستويات أساسية وهي:

- مستوى التعريف بالمنتج من خلال عرض الرسالة

- مستوى ترسيخ خصائص المنتج من خلا التذكير بالرسالة.

-مستوى خلق موقف موال للمنتج.

ويعتمد القائم بالاشهار في بلوغ هذه المستويات على البرهنة والاستدلال في تصوير

المحور السيكولوجي المناسب وعلى البراعة في صياغة المفهوم الاتصالي اللازم لتوليد الرغبة والحاجة في نفسية المستهلك.⁴

ويمكن كذلك تصنيف أهداف الاشهار كما يلي :

1- الاشهار الإعلامي: يتمثل في تعريف المنتج ومميزاته وطرق استعماله.

⁴ يخلف فايزة، خصوصية الاشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي-دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الاشهارية،رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر ، 2005، ص32.

2- **الاشهار الاقناعي:** هدفه اقناع المستهلك بمزايا ومنافع المنتج أو العلامة بالمقارنة مع المنتج المنافس.

3- **الاشهار التأكيدي:** يهدف للتأكيد للجمهور على فعالية وإيجابية المنتج أو العلامة.

4- **الاشهار التذكيري:** يهدف الى تذكير الجمهور بمدى نجاح وفعالية المنتج بالمقارنة مع المنافسين.

ويمكن تلخيص أهداف الاشهار في محاور ومستويات أخرى منها:⁵

- 1- **الأهداف الإدراكية:** تهدف للتعريف بوجود المنتج أو السلعة أو الخدمة وأهم مميزاتها وطرق استعمالها وتهدف لتزويد الجمهور بمختلف المعلومات الخاصة بالمنتج أو الخدمة من أجل أخذه فكرة كافية عنه.
 - 2- **الأهداف العاطفية:** والتي تسعى لاقتناع الجمهور عبر الترغيب باقتناء المنتج أو الخدمة من خلال ربط علاقة عاطفية بين المستهلك والمنتج، كما تسعى الى تغيير رغبات الجمهور وهذا قد يدخل فيه عوامل أخرى كثيرة كالظروف الاجتماعية والقدرة الشرائية والتوزيع والاحتياج الفعلي للمنتج وغيرها من العوامل.
 - 3- **الأهداف السلوكية:** وتتمثل في السعي نحو ترجمة الرغبة لدى الجمهور الى فعل الشراء أو اقتناء المنتج أو الخدمة أي محاولة تحريك ردة فعل المستهلك المحتمل نحو اتخاذ قرار الشراء أو طلب معلومات إضافية قبل تقرير عملية الشراء.⁶
- وبشكل عام يسعى الاشراف الى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:
- التعريف بالمؤسسة أو المنظمة عبر تقديم نفسها للجمهور من خلال عرض امكانياتها خدماتها ومنتجاتها.
 - بناء وتحسين صورة المؤسسات والمنظمات المختلفة.
 - التعريف بمختلف المنتجات والسلع والخدمات عبر عرض مزاياها وطرق استعمالها.
 - ربط علاقات دائمة بين المنتج والمستهلك عبر تزويده بمختلف المعلومات حول مختلف السلع والخدمات الجديدة.

⁵ ريم الفول، مادة الاشهار، مطبوعة دروس مقدمة لطلبة السنة الثانية الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام، جامعة خميس مليانة، 2022/2023، ص 26.

⁶ نفس المرجع، ص 27.

- اشباع رغبات الجمهور في الحصول على المعلومات حول المنتجات والسلع والخدمات التي تهمه من أجل المساعدة وتسهيل مهمته على اتخاذ قرار الشراء والمفضلة بين المنتجات.
- الزيادة في حجم الاستهلاك لدى الجمهور وغرس ثقافة استهلاكية للمنتجات المعلن عنها.
- لاشهار أهداف ربحية تستفيد منها المؤسسات المنتجة من خلال تسهيل بيع منتجاتها وتستفيد منه المؤسسات الاشهارية المنتجة لاشهار، كما تستفيد منه المؤسسات الناشرة لاشهار كوسائل الاعلام المختلفة التي تعتمد على عائدات الاشهار من اجل تمويل المؤسسة الإعلامية.
- اختراق أسواق جديدة لم يتم الوصول اليها بالطرق التقليدية.
- أداة للترويج الثقافي كالترويج للعادات والتقاليد المجتمعية كالأطباق التقليدية واللباس وغيرها.
- أداة للترويج السياحي كالترويج للمناطق السياحية للدولة أو منطقة معينة.