

المحاضرة الثانية : مضمون الإشهار وخصائصه

يعتبر الإشهار جزء من المضامين الاعلامية المختلفة والتي تعددت نتيجة التطورات المجتمعية وكذا تطور البحوث المتعلقة بالاعلام وطرق وأساليب التحرير الصحفي وتنوع المحتويات الاعلامية بفعل تفعيل التقنيات والتكنولوجيات الحديثة في مجال الاتصال وصناعة المحتوى كالحواسيب والهواتف الذكية والتطبيقات المساعدة على التحرير والتدقيق والتصوير والتركيب، البث والنشر وغيرها من المميزات التي أتاحتها هذه الاكتشافات والتحديثات الجديدة ، وهذا ما جعل من المضامين الاشهارية تتكيف مع هذه النقلة النوعية في مجال التكنولوجيا.

1 مضمون الإشهار:

يعتبر المضمون الاشهاري محتوى اعلامي يتميز عن غيره من المحتويات من خلال مواضيعه وأهدافه وخصائصه ، حيث يجمع المضمون الاشهاري بين الجانب التعريفي أي تعريف الجمهور بالمنتج أو السلعة أو الخدمة والجانب الفني أو الابداعي الذي يحاول تقريب الفكرة من الجمهور حول موضوع الاشهار ، كما يرتبط مضمون الاشهار بمواضيع محددة وهي غالبا تصب في شكل منتج أو سلعة أو خدمة ، ويختلف غرض مضمون الاشهار عن المضامين الاعلامية الاخرى في كونه يهدف الى التأثير على السلوك الشرائي للجماهير عبر محاولة اقناع الجمهور باقتناء أو شراء المنتج أو الاستفادة من الخدمة ، كما يعتبر مضمون الاشهار محتوى مدفوع في كل مراحله بداية من فكرة وانتاج المضمون الاشهاري أو نشر أو بث هذا المحتوى عبر وسائل الاعلام المختلفة ، كما يتميز مضمون الاشهار بخصائص معينة تشترك وتختلف فيها مع المضامين الاعلامية الاخرى.

2 خصائص الاشهار:

للاشهار مجموعة من الخصائص التي نذكر أهمها :

– الاشهار هو وسيلة مدفوعة أي مرتبطة بدفع أجر معين بمقابل انتاج ونشر أو بث الاشهار عبر وسائل الاعلام المختلفة.

- الاشهار وسيلة اتصال غير شخصية أي يشترط أن يستخدم الاشهار وسائل اتصال واعلام مختلفة ولكن غير شخصية.
- الاشهار وسيلة اتصالية تربط علاقة بين المؤسسة المعلنة وجمهورها (كالزبائن المحتملين).
- الاشهار نشاط اتصالي يتم بين عدة أطراف .
- الاشهار يعتبر نشاط اتصالي يهدف الى اقناع الجماهير بفكرة معينة حول منتج أو سلعة أو خدمة.
- الاشهار يتم فيه تبيان شخصية المعلن بوضوح لانه يعتبر صاحب السلعة أو المنتج أو الخدمة.
- الاشهار يهدف الى تحقيق مصلحة المعلن كتغيير السلوكات الشرائية أو تعديلها.
- الاشهار وسيلة تعتمد على التكرار من أجل ترسيخ الافكار حول طبيعة وقيمة المنتج أو السلعة أو الخدمة ، وهذا يتم من خلال اعادة نشر أو بث المضامين باستمرار من أجل ضمان استيعاب الجماهير لطبيعة المنتج .
- يتوجه الاشهار الى جماعات أو قطاعات محددة من الافراد بناء على سابق معرفتهم بخصائصهم وعاداتهم الشرائية والاستهلاكية وأنماط تعرضهم للوسائل الاتصالية وبالتالي فهم ليس بالضرورة كل جمهور الوسيلة أو المادة الاعلانية التي تلي الاشهار أو تسبقه.¹
- الاشهار قد يكون بصور متعددة ، اشهار مباشر واضح المعالم ، صريح ومعلن ، وقد يكون غير مباشر من خلال مواد اعلامية مختلفة كالافلام السينمائية والتلفزيونية، البرامج المكفولة، المسلسلات الدرامية ، حصص وبرامج المسابقات وغيرها من المواد الاعلامية التي تدمج فيها فقرات أو احياءات اشهارية متعددة الأشكال والمضامين.
- الاشهار يعتبر نشاط فني من خلال الاساليب الفنية المتنوعة والمتجددة باستمرار والتي تستخدم في انتاجه من أجل مواصلة لفت انتباه الجمهور بعيدا عن الافكار السابقة .
- الاشهار يخاطب الجانب النفسي والعقلي للجمهور ، حيث يجمع بين الاقناع المنطقي والاقناع الناتج عن طريق مخاطبة العواطف والأحاسيس وخيال الجمهور.

¹ منى الحديدى سعيد، علي سلوى امام، الاعلان (أسسه، وسائله، فنونه)، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005، ص40.