

المحاضرة الثالثة: تصنيفات الاشهار وأسسها النفسية والاجتماعية

يعتمد الاشهار على مجموعة من التصنيفات وذلك تبعاً للكثير من المتغيرات أبرزها الغاية والهدف من كل تصنيف ، حيث يحاول كل صنف تحقيق هدف أو أهداف محددة عبر استخدام مجموعة من الأساليب والإجراءات ، وفي ما يلي أهم تصنيفات الإشهار:

1 - تصنيفات الاشهار :

هناك عدة تصنيفات للإشهار نذكر منها :

- الاشهار الاعلامي : يتمثل في تعريف المنتج ومميزاته وطرق استعماله.
- الاشهار الاقناعي: يهدف الى اقناع المستهلك بمنافع المنتج أو العلامة بمقارنة مع المنتج المنافس.
- الاشهار التأكيدي: يهدف الى التأكيد للجمهور على فعالية وإيجابية المنتج أو العلامة.
- الاشهار التذكيري : يهدف الى تذكير المستهلك بمدى فعالية ونجاح المنتج مقارنة بالمنتج المنافس.¹

وهناك تصنيف آخر يقسمه الى :²

- إشهار العلامة: يعمل على التعريف بالمنتج ومميزاته أو العلامة.
- الاشهار الانطباعي: يهدف الى بناء فكرة وصورة حسنة عن المؤسسة.
- الاشهار الجماعي: اشهار تقوم به مجموعة من المؤسسات مثل مؤسسات الحليب أو اللحوم ... وهذا من أجل تحسين المنتج أو العلامة.
- إشهار الفكرة : الاشهار الذي يقوم على تحسيس الجمهور المستهدف ودفعه الى تمويل بعض المسائل الانسانية والاجتماعية مثل: البحوث الطبية، المساعدات الانسانية في حالة الكوارث...
- إشهار المنفعة العامة: يعتبر إشهار وقائي كالوقاية الصحية من بعض الأمراض أو الوقاية من حوادث المرور مثلاً.
- الاشهار التعاوني : هو إشهار موجه للتعاونيات كالتعاونيات الفلاحية مثلاً.

الأسس النفسية والاجتماعية للإشهار:

1 - الأسس النفسية:

يعتمد الاشهار على مخاطبة نفسية الجمهور المتلقي للرسالة الاشهارية التي يجب أن تتضمن أساليب فنية وتعبيرات وقوالب تسهم في مخاطبة العواطف والأحاسيس لدى الجمهور بغية محاولة اقناعه بتغيير أو تعديل السلوك الشرائي لديه أو ترسيخ فكرة حول المنتج أو العلامة لديه ، على اعتبار أن الجانب النفسي يلعب دوره في اغواء الجمهور عبر تصوير المنتج والعلامة على أنها الأفضل والأجمل وأنها مثالية ومناسبة جداً لـ رغباته وميوله وامكانياته أو أنها صممت خصيصاً لأجله وهذا ما يسعى الاشهار الى تحقيقه.

2 - الأسس الاجتماعية:

¹ ريم الفول، مادة الاشهار، مطبوعة دروس مقدمة لطلبة السنة الثانية ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة خميس مليانة، 2023/2022، ص26.
² نفس المرجع ، ص41.

يسعى الاشهار إلى الاعتماد على استخدام و ترسيخ بعض القيم الاجتماعية لدى الجمهور بغية إقناعه بفعالية المنتج أو الخدمة وتقديم صورة جيدة عن المؤسسة أو العلامة ، عبر وضع مختلف الأساليب الفنية والديكورات والشخصيات في سياق اجتماعي يتلائم مع طبيعة الجمهور المستهدف من الرسالة الاشهارية كأن يتم تصوير الاشهار بحي شعبي أو منطقة أثرية أو سياحية تبرز خصائص وجماليات منطقة معينة كالصحراء الجزائرية مثلا أو تضمين الاشهار عبارات أو مشاهد تمثل عادات وتقاليد وثقافة الجمهور المستهدف كالعادات الرمضانية وطقوس الأعياد والمناسبات الدينية ، أو عبر الاعتماد على شخصيات محبوبة في الأوساط المجتمعية كبعض الممثلين أو الرياضيين وغيرهم من الشخصيات الفاعلة في المجتمع.