

المحاضرة الخامسة : الصوت والصورة في الإشهار التلفزيوني

يعتبر الاشهار التلفزيوني من أقوى الوسائل المستخدمة في عرض المنتجات والخدمات للجماهير نظرا لما يتيح التلفزيون من خصائص تميزه عن غيره من الوسائل الإعلامية ومن أبرزها أنه يجمع بين الصوت والصورة في آن واحد وهو ما يتيح إمكانية العرض الجيد إذ يخاطب أكثر من حاسة لدى الجماهير وهو ما يدعم الرسالة الاشهارية أكثر.

عوامل فاعلية الصوت والصورة في الاشهار التلفزيوني :

تعمل الرسالة الاشهارية في التلفزيون على مخاطبة أقوى حواس الانسان وهما البصر والسمع وهو ما يساهم في اوصول المعلومات والأساليب الاقناعية إلى الجماهير بفعالية ومن بين عوامل فاعلية الصوت والصورة في الاشهار التلفزيوني نذكر مايلي:

- الصورة تساهم بشكل كبير في تعزيز مصداقية الرسالة الاشهارية حيث يقال أن الصورة أبلغ من أي تعبير أو الرؤية هي الصدق ويقال أيضا في الأمثال الشعبية المحلية الجزائرية " عندما تنتظر العين تترك السؤال " .

- تساهم الصورة في الرسالة الاشهارية التلفزيونية على إيصال الأفكار حول المنتج أو الخدمة للجماهير المختلفة بغض النظر عن مستواهم التعليمي أو الثقافي عكس الصوت أو الكتابة اللذان قد يحتاج المتلقي إلى مستوى تعليمي معين من أجل استيعاب الرسالة.

- الصورة في الاشهار التلفزيوني تساهم في توثيق الأمكنة والأزمنة التي تؤثر على فهم الرسالة الاشهارية حيث تعطيها سياق معين يساهم في استيعاب الأفكار والأساليب الاقناعية من خلال تصوير مكان معين كالمدينة أو الريف أو حي شعبي مثلا أو استخدام ديكور معين أو ملابس خاصة توحى بمهنة معينة ، أو التصوير في جو مشمس أو شتوي أو ثلجي وهذا ما يوحى بمدلولات معينة حول طبيعة المنتج أو الخدمة ومميزاتها وظروف الاستفادة منها.

- للاشهار التلفزيوني لغة تعبيرية خاصة تجمع بين الصوت والصورة والكتابة معا حيث يساهم ذلك في إمكانية توصيل كافة المعلومات حول المنتج أو الخدمة بفعالية كبيرة .

- للصورة والصوت فعالية اقناعية أكبر عند اجتماعهما في الرسالة الاشهارية التلفزيونية حيث يعملان على ضمان جذب انتباه المشاهد .

- تعمل الصورة والصوت في الرسالة الاشهارية التلفزيونية تنمية وتعزيز الخيال لدى المشاهد خاصة لدى فئة الطفولة .

- الجمع بين الصورة والصوت يعطي إمكانية للجماهير في استيعاب الرسالة الاشهارية بفعالية أكبر حيث يعطيه قوة عبر الدمج بين عنصر الصورة والصوت المصاحب لها كداعم للصورة أو قد يكون منفردا عنها ويعطي الفرصة للمتلقي بفهم الرسالة الاشهارية من خلال عنصر واحد على الأقل مثلا في حالة تخلفه عن مشاهدة لقطة معينة أو عدم سماع مقطع صوتي معين.

- إمكانية التنوع في عرض الصورة وفق أساليب فنية متعددة كحركات الكاميرا المختلفة للأمام والخلف أو للأعلى والأسفل أو حركات بانورامية ، حركات التقريب زوم zoom .. الخ

- إمكانية التنوع في عرض اللقطات وفق رؤية اخراجية معينة تتناسب مع طبيعة الفكرة المؤطرة للرسالة الاشهارية التلفزيونية كاللقطات العامة والمكبرة والصدرية أو المتوسطة أو تقسيم الشاشة وغيرها من اللقطات التي لديها مدلولات خاصة في اللغة السمعية البصرية.

- اجتماع الصورة والصوت في الرسالة الاشهارية التلفزيونية يعمل على تعزيز المتعة لدى الجماهير كمضمون ابداعي ترفيهي يساهم في الترويج عن المشاهد.

- تعمل الصورة والصوت في الرسالة الاشهارية التلفزيونية كوعاء حامل لثقافة المجتمع المحلي والقيم المجتمعية حيث تتيح امكانية دمج القيم والعادات والتقاليد المجتمعية عن طريق استخدام الصورة والصوت وهو ما يساهم في نقل الثقافة والترويج لها خاصة لدى الجمهور الأجنبي.

يساهم كل من الصورة والصوت في توصيل الرسالة الاشهارية للجماهير المختلفة بكل كفاءة حيث تتيح فرصا أكبر للمتلقي في استيعاب المعلومات حول المنتج أو الخدمة بأشكال متعددة تمكنه من أخذ فكرة كافية تساهم في تعزيز اتخاذ قراره حول الاقتناء أو المفاضلة بين المنتجات أو تعزيز ثقافته الاستهلاكية .