

## المحاضرة السابعة: الاشهار الازاعي تعريفه، خصائصه وتطبيقاته.

تعد الإذاعة من بين أهم وسائل الاعلام الجماهيرية نظرا لما تقدمه من خدمات إعلامية واتصالية لكم هائل من الجماهير على اعتبار أنها وسيلة متاحة للجميع ، تخاطب حاسة السمع بلغة سهلة وواضحة يفهمها الأغلبية ، وهذا ما يجعل من المؤسسات الانتاجية والخدماتية تتوجه نحو استخدامها من أجل الوصول الى الجماهير عبر الاشهار الازاعي.

### 1/ تعريف الاشهار الازاعي:

هو عبارة عن عملية اتصالية مدفوعة وغير شخصية تعتمد على الكلمة المنطوقة في عرض المنتوجات والسلع والخدمات عن طريق استخدام الإذاعة.

### 2/ خصائص الإشهار الإذاعي:

أ/ **الجماهيرية:** يعد الاشهار الازاعي وسيلة اتصال وإعلام جماهيرية حيث تساهم الازاعة في الوصول الى قاعدة جماهيرية كبيرة جدا مقارنة بوسائل الاعلام الأخرى حيث تعتبر من بين الوسائل الأكثر متابعة من طرف الجماهير نظرا لتوسع البث الازاعي واتاحته ، وتخطي الحواجز الزمنية بحكم البث الازاعي مستمر على مدار ساعات اليوم وأيام الأسبوع، وبالتالي فان الاشهار الازاعي يتميز بمتابعة جمهور أكبر من بعض وسائل الإعلام الأخرى.

ب/ **التحديد:** يتميز الاشهار الازاعي بإمكانية تحديد الجمهور الذي توجه له الرسالة الاشهارية بحكم وجود محطات اذاعية محلية وجهوية مرتبطة بتغطية البث الازاعي لرقعة جغرافية محدودة وهذا ما يتناسب مع أهداف الكثير من المعلنين الذين يسعون الى الترويج لمنتجاتهم في مناطق جغرافية محددة مرتبطة بقدراتهم التوزيعية مثلا فيسعون لاستخدام نوعية اذاعة معينة تتناسب مع هدفهم وجمهورهم.

ج/ **انخفاض التكلفة:** يعتبر الاشهار الازاعي أقل تكلفة من أنواع اشهارية أخرى كالأشهار التلفزيوني مثلا، باعتبار أن انتاج الاشهار الازاعي في حد ذاته لا يتطلب تكلفة كبيرة اذ يستخدم التسجيل الصوتي فقط حيث يمكن لشخص واحد القيام برسالة اشهارية ، كما أن تكلفة بث الاشهار الازاعي منخفضة أيضا بالمقارنة مع الاشهار التلفزيوني وهذا ما يعطيها ميزة انخفاض التكلفة.

د/ **السهولة والمرونة:** الإشهار الإذاعي سهل الانتاج حيث لا يحتاج الى معدات كبيرة، فقط قد تحتاج مثلا الى مسجلة ونص وشخص يقرأ النص بطريقة معينة، كما يتصف بالمرونة حيث يمكن تغيير طرق عرضه بأشكال مختلفة كاستخدام صحفي في لقاء النص الاشهاري أو الاعتماد على شخصية مشهورة مثلا ، تقليص وتمديد وقت الرسالة، وغيرها من التغييرات والتعديلات المختلفة.

ه/ **البساطة:** يتصف الإشهار الإذاعي ببساطته حيث يعتمد على استخدام المصطلحات البسيطة المفهومة لدى عامة الناس، كما يعتمد على النصوص البسيطة وبعض الموسيقى أو المؤثرات السمعية البسيطة البعيدة عن التعقيد والتي قد يصعب فهمها أو تفسيرها.

و/ **التكرار:** ويقصد به امكانية تكرار الرسالة الاشهارية الإذاعية أكثر من مرة في أوقات متعددة على اعتبار أن البث الإذاعي متواصل طيلة اليوم وأيام الأسبوع.

ز/ **الآنية:** يعتمد البث الإذاعي في غالبيته على البث المباشر لمختلف البرامج والحصص وهو ما يتيح إمكانية تقديم رسائل اشهارية انية مباشرة سواء عبر الإشهار المباشر المعد مسبقاً أو غير المباشر الذي يكون ضمناً في محتويات إعلامية متنوعة.

### 3/ تطبيقات الإشهار الإذاعي:

يعمل الإشهار الإذاعي على ثلاث تطبيقات رئيسية وهي:

1/3 **الكلمة أو النص :** وهي أساس الرسالة الاشهارية الإذاعية حيث يعتمد عليه في ربط العلاقة بين المعلن والجمهور عبر مخاطبته بكلمات يفهمها ونصوص واضحة وسهلة الفهم.

2/3 **المؤثرات الصوتية :** قد تعتمد بعض الرسائل الاشهارية الإذاعية على مجموعة من المؤثرات الصوتية المصاحبة للنص المنطوق بغية تدعيمه وتضمينه معاني معينة حسب سياق الرسالة الاشهارية وهي نوعين مؤثرات سمعية طبيعية كأصوات البشر أو الحيوانات أو بعض الأشياء، ومؤثرات اصطناعية مستوحاة من أصوات طبيعة أو أصوات خيالية.

3/3 **الموسيقى:** يعتمد الإشهار الإذاعي على استخدام الموسيقى المصاحبة للنص من أجل دعم النص والتعبير عنه أكثر من خلال إدراج موسيقى معينة تعبر عن مدلول الإشهار كالشعور بالفرحة أو البهجة مثلا وتضفي جمالية أكبر على النص الجدي الجامد .