

## تمهيد :

يحتل الإشهار أهمية خاصة في حياتنا مبعثها الأهمية الاقتصادية والاجتماعية له من منطلق دوره في العملية التسويقية وفي الحياة الاجتماعية، وهذا لارتباطه بمختلف الوسائل الاتصالية الحديثة ، وما انعكس على انتشار أوسع للممارسات الإشهارية.

وسنحاول من خلال هذه المحاضرات تسليط الضوء على مفهوم الإشهار و بعض المفاهيم المشابهة و كذا أنواعه وأهدافه ووظائفه، وصولا إلى مضمون الرسالة الإشهارية وأهم الجوانب التصميمية والفنية لإعدادها.

## المحاضرة الاولى : مفهوم الاشهار والمفاهيم المشابهة له :

### \*تعريف مفهوم الإشهار:

يمثل الإشهار عملية متعددة الأبعاد حيث يمكن النظر إليه كشكل من أشكال الاتصال وكجزء أساسي من النسق الاقتصادي، وكأساس لتمويل وسائل الإعلام وكتطور تكنولوجي وكموجه اجتماعي .

وتعددت التعريفات التي تناولت مصطلح الإشهار من المهتمين به من الباحثين حيث تشابهت في بعض الجوانب إلى حد الاتفاق والتطابق واختلفت في بعضها الآخر تماما، فمن حيث المصطلح نجد أكثرها شيوعا تشير إلى مصطلح الإشهار مطابقا لمصطلح الإعلان .

فيشير فضيل دليو إلى أن " الاستعمال الشائع في وسائل الإعلام (الإذاعة ، التلفزيون الجرائد ، المجلات) ومختلف الكتابات و الملصقات ... في دول المشرق العربي هو تعبير الاعلان، بينما تعبير الإشهار بدلا منه في دول المغرب العربي . " حيث يرجع إشكالية المصطلح إلى البيئته وتوافقه في ذلك " منى الحديدي" في انه: " على مستوى اللغة العربية هناك تعبيران يستخدمان في مجال الحديث عن الإعلان على المستوى المهني ( الممارسة)، وعى المستوى الأكاديمي التعليمي والبحثي حيث تستخدم كلمة الإعلان في دول المشرق العربي ( مصر ، الأردن...)، في حين

تستخدم كلمة الإشهار لتعبير عن نفس المعنى في دول المغرب العربي ( تونس، الجزائر...)، ويقابل ذلك في اللغة الفرنسية تعبير LA PUBLICITE وفي اللغة الإنجليزية تعبير advertising ، وفي اللغة الألمانية anzeige وفي اللغة الإيطالية publicité ."

ولذلك نشير إلى أننا سنتعامل في بحثنا هذا، مع مصطلح الإشهار والإعلان بمعنى واحد ونستخدم أكثر المصطلح الأول نسبة لبيئتنا. و نجد أكثر التعريفات شيوعا هي: **تعريف أوكسفورد :** "الإشهار هو عبارة عن عملية اتصال تهدف إلى التأثير من البائع إلى المشتري على أساس غير شخصي ،حيث يفصح المعلن عن شخصيته و يتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة".

✓ وعرفه زهير احدان أنه "مجموعة من الوسائل التقنية تستعمل لإعلام الجمهور و إقناعه بضرورة استعمال خدمة معينة أو استهلاك منتج معين ."

✓ حسب الموسوعة الفرنسية لا روس، الإشهار عبارة عن: " نشاط يهدف إلى التعريف بماركة تجارية معينة، وحث الجمهور لشراء سلعة ما، أو استعمال خدمة ما ، والإشهار يبحث عن خلق حاجة لدى المستهلك"

✓ وفي مجال التسويق، يعرفه "عبد السلام أبو قحف": "شكل من أشكال الاتصال غير الشخصي، مدفوع القيمة، لإرسال فكرة أو معلومة، ترتبط بسلعة أو خدمة ، وذلك بواسطة شخص محدد أو منظمة ."

ويمكن القول أن التعريف الأكثر اتفاقا بين المتخصصين في هذا المجال هو الذي أورده جمعية التسويق الأمريكية حيث عرفت الإشهار: "بكونه وسائل غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة و مقابل أجر مدفوع " وهي تعتبر الإشهار أحد عناصر المزيج الترويجي الرئيسية.

**\* المفاهيم المشابهة للإشهار :**

- الإشهار و الإعلام:

يعرف الإعلام أنه " تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة". يظهر من خلال التعريف الفارق الرئيسي بين الإشهار والاعلام حيث يلتزم هذا

الأخير بتوفير المعرفة الكاملة الدقيقة في حين يقدم الإشهار المعلومات التي تخدم القائم بالإشهار أساسا (المعلن ) ولا يلتزم هذا الأخير بعنصر المعلومة الكاملة مما يجعل ما يقدمه من معلومات ناقصة .

مع أن التعريف السابق لم يشر إلى عنصر الأنية و الحالية للإعلام و هو أحد أهم جوانب الاختلاف مع الإشهار، حيث يعتمد الإشهار على التكرار والإلحاح وطول الفترة الزمنية التي تعيشها الحملة الاشهارية، عكس الاعلام الذي يبحث عن الجديد وغير المألوف، وما يهم الناس بالفعل و يمسه، كما يتسم بالموضوعية و الدقة لتوفير المعرفة الكمية للجمهور .

#### - الإشهار و الدعاية :

تعددت تعاريف الدعاية وتتوعت حسب اتجاهاتها ، ودوافع وأهداف القائمين على صنعها وتوظيفها، وترى جيهان أحمد رشتي أن الدعاية "هي محاولة متعددة من فرد أو جماعة باستخدام وسائل لتكوين الاتجاهات أو السيطرة عليها لتحقيق هدف معين. والدعاية هي الوسيلة غير الشخصية والمجانية لتقديم السلع و الخدمات أو الأفكار للجمهور بواسطة جهة محددة، و تهدف إلى التأثير على سلوك القارئ أو المستمع ... من خلال وسائل الاتصال المختلفة .

#### والاختلاف بين مفهومي الإشهار و الدعاية يكمن في :

- ✓ هدف الدعاية يقتصر على تعريف الجمهور بحدث معين دون محاولة الإقناع ، أما الإشهار فيهدف إلى تحقيق وظيفتي "التعريف و الإقناع " معا .
- ✓ تنتشر الدعاية أو تبث لمدة واحدة، أما الرسالة الإشهارية فيمكن تكرار نشرها أو إذاعتها عدة مرات .
- ✓ الدعاية مجانية أما الإشهار فهو يكلف مبالغ كبيرة .
- ✓ للدعاية هدف اقتصادي أو سياسي محدد، بينما يهدف الإشهار إلى تحفيز المستهلك ودفعه نحو شراء السلعة .

#### - الإشهار و العلاقات العامة :

أوضح المعهد البريطاني أن العلاقات العامة هي : " الجهود الإدارية و المخططة و المستمرة لبناء وتدعيم التفاهم المتبادل بين مؤسسة ما و جماهيرها "

كما عرف فرايك جيفكنيز: "العلاقات العامة بأنها تتكون من كافة نماذج و أشكال الاتصال المخطط خارجيا و داخليا بين المنظمة و جماهيرها بغرض تحقيق أهداف محددة و مرتبطة بالفهم المتبادل بين الطرفين ."

### **وتظهر الفروقات بين الإشهار و العلاقات العامة في النقاط التالية :**

- ✓ يركز الإشهار على تسويق السلع و الخدمات بهدف زيادة المبيعات و تحقيق الأرباح ، أما العلاقات العامة فتهدف إلى تعزيز سمعة المؤسسة و مكانتها في المجتمع .
- ✓ يعرض الإشهار الحقيقة بصورة جذابة و مغرية ، أما العلاقات العامة تظهر المؤسسة على حقيقتها أمام الجمهور .
- ✓ ينقل الإشهار المعلومات والأخبار لنشرها في وسائل الاتصال المختلفة مقابل أجر، بينما العلاقات العامة تزود الجمهور بالمعلومات والاخبار دون مقابل وبدون ضغط.