

المحاضرة الثانية : نشأة الإشهار وتطوره:

يعد الإشهار نشاطا قديما قدم المجتمعات الإنسانية نفسها ، يمتد تاريخه إلى بدايتها كأحد السبل التي لجأ إليها الإنسان البدائي (الأول) لتلبية احتياجاته المعيشية منذ العصور الأولى القديمة، والتعبير عن متطلباته للآخرين بهدف إقامة العلاقات التبادلية وتحقيق المصالح والمنفعة المشتركة بالشكل الذي يتلائم مع طبيعة العصر. وقد عرف الإشهار عند العرب في الجاهلية، خاصة في سوق عكاظ الذي كان يعد اكبر تجمع اقتصادي وثقافي وفني للعرب آنذاك، وتدل كثير من الشواهد التاريخية على أن الإشهار عرف في الكثير من الحضارات القديمة، عند الآشوريين والرومان، والبابليين والفينيقيين بمختلف الوسائل والأساليب المتاحة في كل عصر ولكل حضارة. وأكبر دليل على ذلك، هي الرسوم المنقوشة على المعابد والصخور التي تعلن وتسجل تاريخ الحضارات القديمة وتقاليدها وفنونها وأنشطتها... فالرسوم والنقوش الفرعونية، هي تسجيل الوقائع في ذلك الوقت وذات طابع وهدف إعلامي إخباري، أو تسجيلي، لجأ إليه الإنسان من خلال ما عرفه من فنون الرسم والنقش والنحت، مما يجعلها أقرب إلى الإشهارات التسجيلية الوثائقية في وقتنا الحالي ثم مر الإشهار بمراحل فرعية أخرى، قبل أن يوجد على صورته الحديثة، فمن المناداة التي شاعت كشكل من أشكال الإشهار الكلاسيكي والترويج للبضائع في الشوارع والمساحات العمومية في القرون الوسطى. وأصبحت في ذلك الوقت حرفة أو مهنة للإشهار عن البضائع حتى بلغ عدد المنادين المرخص لهم في باريس في منتصف القرن السابع عشر 400 منادي .

وبعد مرحلة المناداة تأتي مرحلة استخدام الإشارات و الرموز وذلك راجع لزيادة المنافسة بالإضافة إلى أن الأمية و عدم القراءة كانت منتشرة بين الشعوب ،ومازلنا لحد الآن نجد الحذاء الخشبي رمزا لصانع الأحذية والثعبان و الكأس رمزا للصيدلية. ثم يأتي بعد ذلك الإشهار المكتوب الذي لا يزال قائما في مدينة بومباي وهركلانيوم وفي المتحف البريطاني تتواجد رقعة بردي اكتشفت في بقايا مدينة طيبة المصرية يعود تاريخها إلى ثلاث آلاف سنة مكتوب عليها إشهار من طرف أحد

ملاك الأرض يعرض فيه مكافأة لمن يرد له عبدا هرب منه. وهو ما يمكن تشبيهه حاليا بإشهارات المفقودين وتطورت وسائل الاتصال وتنوعت وخضعت لأطوار متعددة حتى ظهور المطبعة بفضل جوتنبرغ في 1452 ومثلت بذلك انطلاقة للأشكال الأولى للإشهار في الوسائل المطبوعة.

أما الإشهار الحديث فقد ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية في شكل كتالوجات يرسلها المعلنون إلى مختلف أنحاء البلاد للتعريف بمنتجاتهم، منهم الوراقون ومنتجو الحبوب، فنشأت الشركات العامة للبيع بالمراسلة في السبعينات من القرن 19 ومع نهاية ذات القرن بدأت ظاهرة الإشهار تتوسع إلى ميادين أخرى كالمنتجات الطبية والصيدلانية، وخاصة بظهور أول أشكال المعلبات.

ومع مطلع القرن العشرين فتح عهد جديد في تاريخ الإشهار، فتقدم وتطور الإبداع التقني ولا سيما الكهرباء، والتي سمحت بظهور الإشهار الخارجي. وقد استخدم الراديو كوسيلة إشهارية، مع بداية ظهور الاختراع سنة 1920، وطرحه بالأسواق وهذا ما أدى إلى ظهور و تطور نوع جديد من الإشهار هو الإشهار المسموع .

وامتدت هذه العملية الاتصالية إلى التلفزيون منذ البدايات الأولى لانتشاره على المستوى الجماهيري منذ سنة 1941 وخلال الربع الأخير من القرن العشرين وصل الإشهار إلى كافة الوسائل وأصبح عاملا حاسما في استراتيجيات المؤسسة مع اشتداد موجة التنافس في الوقت الذي كان فيه المجتمع الاستهلاكي في أوج توسعه وقد تميزت هذه المرحلة بدخول مفاهيم وتقنيات ووسطاء جدد في العملية فظهر ما يسمى بالوكالات الإشهارية المتخصصة مما أتاح فرصة أكبر للمنافسة و الابتكار ورفع مستوى الجودة في مجال الإنتاج الإشهاري شكلا ومضمونا، وظهر الأفكار والأساليب الجديدة و المستحدثة فيه نتيجة تعدد المختصين من محررين ومصممين ومنفذين حيث انعكس ذلك على زيادة قبول أهمية الإشهار و ضرورته للمعلنين باختلاف مجالات الأنشطة، ولعل التطور الهائل في وسائل الاتصال وتعدد أسهم إلى حد كبير في تطور النشاط الإشهاري حيث صار القائم بالإشهار يصل إلى جماهيره وقطاعاته المستهدفة بسهولة. وكذلك دخول الشبكة العنكبوتية العالمية

"انترنت" والتي أحدث ثورة جديدة في عالم الإشهار حيث ظهر أسلوب جديد في استغلال المساحات الإشهارية وهو الرعاية **sponsoring** مما سمح للمعلنين باستغلال مساحات داخل البرامج المسموعة والمرئية بعدما كان الإشهار في هذه الوسائل يقتصر بثه كفاصل بين البرامج .

ولعل ظهور الإشهار بمظهره الحديث في الجزائر، يرتبط ارتباطا وثيقا بإنشاء الوكالة الوطنية للنشر والإشهار A.N.E.P ، حيث أسندت إليها كافة مهام الاتصال والإشهار آنذاك، مما يعني احتكار الدولة لهذا الميدان الحيوي و الحساس، إلى إن تم إقرار التعددية الإعلامية، وسمح بموجبها إنشاء وكالات خاصة بالإشهار، وقد تأسست الوكالة الوطنية للنشر والإشهار بموجب الأمر رقم: 279-67 بتاريخ: 20 ديسمبر 1967 .

وهناك مجموعة من العوامل و الأسباب التي أدت إلى بروز الحاجة للإشهار كما توفرت مجموعة من المقومات التي ساهمت في تطويره بحيث أصبح استجابة للعديد من المتطلبات و انعكاسا لسلسلة من التطورات، و من أهم هذه العوامل ما يلي :

- ارتفاع الطاقة الإنتاجية وازدياد معدل التصنيع مما أدى إلى ضرورة تنشيط الأسواق لاستيعاب هذه الزيادة

- ظهور أعداد كبيرة من المستهلكين ضمن ما يسمى بالأسواق الكبيرة مما جعل اتصال المنتجين بجميع المستهلكين أمر يصعب تحقيقه إلا من خلال الإشهار .

- استمرار التطور التكنولوجي والصناعي بشكل متزايد وهو ما أدى إلى ضرورة وضع سياسات تسويقية و إشهارية و ترويجية .

- زيادة الدخل الفردي المتاح للإنفاق وهو ما أدى إلى زيادة الاستهلاك".

- زيادة الإقبال على التعليم وارتفاع مستوياته مما أدى إلى تغيير النظرة إلى الإشهار كأسلوب للاتصال والإعلام .

التنوع في مجال السلع و الخدمات بحيث أصبح الإشهار الأداة التنافسية المثلى في مجال التسويق للسلع والخدمات .

- تعمق التنظيمات الصناعية و الخدمية و توسعها عالميا و محليا .

- زيادة عدد المتاجر والأسواق ذات الطبيعة الخاصة كالسوبرماركات .

