

المحاضرة السابعة : الاشهار الازاعي

يتمتع الراديو منذ بدايته الأولى في العشرينيات من هذا القرن 20 بمجموعة من الخصائص جعلت منه وسيلة إشهارية جذابة وفاعلة للمعلن تساعده على الوصول إلى تحقيق أهدافه بسرعة، وعلى نطاق جماهيري واسع وبشكل يختلف عما سبقه من وسائل إشهارية، من صحف ودوريات وملصقات أي المواد المطبوعة والمرسومة عموماً، والتي تخاطب أساساً حاسة النظر، وتطورت خصائص الراديو وزادة كفاءته وجودته مع ما شهده من تطور وتحسين في فنونه وتقنياته ليس فقط على مستوى الإنتاج وعمليات البث، واكتشاف الموجات الإذاعية عالية الجودة كالموجة القصيرة وموجة الـ FM ولكن أيضاً على مستوى أجهزة الاستقبال.

وقد بدأ في استخدام الإذاعة كوسيلة إشهارية مع بداية ظهور الاختراع سنة 1920 وطرحه بالأسواق، وذلك لخدمة شركة " وستغهاوس " الأمريكية المنتجة لجهاز الراديو، للترويج عنه كاختراع جديد، يوفر خدمات غير مسبقة للمتلقي... وبدأت البرامج المكفولة والتي يعلن المعلن عن نفسه من خلالها بشكل غير مباشر، اعتباراً من 1925 في كل من فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية، وقد كان مقتصرًا على إشهار الخدمات المتعلقة بمجال الاتصالات بدرجة أولى (خدمة الاتصال الهاتفي والتلغراف). وبامتداد خدمات وأشكال المحطات الإذاعية في عصرنا هذا وتطور فنون الإلقاء والمهارات الإذاعية والتقنيات الحديثة، أصبحت الإذاعة سبيلاً للمعلنين بشتى أنواعهم، لإيصال مختلف المعلومات عن السلع والخدمات التي يعرضونها، وأصبح تصميم الرسالة الإشهارية المسموعة يخضع لأساليب علمية وتقنيات عالية من حيث التأثير والإقناع.

1-تعريف الإشهار الازاعي:

يعرف الإشهار في الإذاعة (المسموع) على انه: " استخدام الكلمة المسموعة من خلال استخدام بعض الإذاعات التي تبث إشهارات بين الفقرات والبرامج الإذاعية... و يلعب الصوت والموسيقى واللحن دوراً كبيراً في حسن التأثير.

ويعرفه آخرون على انه: "مجموعة من الأصوات المصممة لتحفيز الأشخاص لاتخاذ إجراء ما... وهو طريقة مثيرة ومؤثرة لنشر المعلومات، وموضوع مختصر يوضع بين البرامج أو يتخلل إذاعتها"...

2- أشكال الإشهار الازاعي :

يتخذ الإشهار الازاعي عدة أشكال يمكن توضيحها على النحو التالي :

أ - الإشهار المباشر:

ويتكون هذا الإشهار من نص يلقيه المذيع أو حديث بين صوتين أو على شكل أغنية أو تمثيلية تتعلق بموضوع الإشهار عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها بطريقة مباشرة. وقد يتخذ الإشهار المباشر عدة أشكال :

- إشهار المذيع الواحد :

يعتمد على إلقاء المذيع للنص المكتوب و قد لا يستعين بموسيقى أو مؤثرات صوتية .

- إشهار متعدد الأصوات :

و يكون هناك أكثر من صوت يخاطب المستمع عن السلعة أو الخدمة بما فيها الاستشهاد بآراء بعض المواطنين عن جودة السلعة أو الخدمة .

- الإشهار الدرامي :

ويستخدم في هذا النوع تقنية الحوار و العناصر الدرامية الأخرى مثل الموسيقى و المؤثرات الصوتية .

- إشهارات الصورة الذهنية :

تعتمد هذه الاشهارات على إيجاد صورة ذهنية لدى المستمع بحيث تصاحب المعلومات التي يقدمها الإشهار مؤثرات صوتية و موسيقى.

- الإشهار الموسيقي أو الغنائي :

تلعب هنا الموسيقى أو الغناء دورا هاما للتعبير عن موضوع الإشهار أو الشعار الإشهاري أو قد تستخدم كخلفية مساعدة للإشهار أو قد تستخدم كمؤثر صوتي أو للإيحاء بالمناخ العام للإشهار

- لإشهار الفكاهي :

يعتمد هذا النوع على ابتكار موقف فكاهي ليتم بث الرسالة الإشهارية في هذا لإطار. ومن المهم الإشارة إلى أن تكون الفكاهة متصلة بالموقف ذاته و ليس سخرية أو نتيجة استخدام السلعة أو الخدمة ذاتها ...

ب- الإشهار غير المباشر :

يتم ذكر اسم المعلن أو إحدى سلعه أو خدماته من خلال برنامج دون توضيح كون ذلك إشهارا مما يتطلب أن يتسق موضوع الإشهار مع موضوع البرنامج وطبيعته.

- البرنامج المكفول :

و يتم فيه ذكر اسم المعلن أو منتجاته في بداية البرنامج أو نهايته أو خلاله وفقا لظروف البرنامج و مضمونه . و يتحمل المعلن تكاليف إنتاج هذا النوع من البرامج سواء أجور الفنانين و مقدم البرنامج و كافة تكاليف تنفيذه و الوقت الذي يستغرقه .

3- عناصر إنتاج الإشهار المسموع :

يرتكز إنتاج الإشهار المسموع على ثلاث عناصر :

- الحوار أو النص المكتوب :

يجب أن يكون الحوار للإشهار المسموع بعيدا عن الصنعة و التكلفة بل يقوم على سلامة العبارة ووضوح الألفاظ و انساب الكلمات فضلا عن طبيعة الإلقاء و قوة التأثير و يقوم مؤلف النص بتحرير فكرة النص عدة مراحل حتى يصل إلى الأسلوب الأمثل لتقديمها، و تأتي أفكار الإشهارات من مصادر عديدة و تتطلب ثقافة واسعة و متابعة لوسائل الإعلام المختلفة و رصد و تسجيل كافة الإشهارات الخاصة بالسلع المماثلة و يلاحظ في كتابة نص الإشهار أن يؤخذ في الاعتبار ما يلي :

- يبدأ نص الإشهار بأكثر النقاط أو الأفكار أهمية للجمهور المستهدف و مخاطبته بأسباب دعوته لشراء السلعة

- أن تكون كلمات النص واقعية و تمثل حقائق

- أن تتناسب لغة الإشهار مع الجمهور المستهدف على أن يكون بلغة المفرد و كأن

الإشهار يخاطب فردا واحدا و هو المستمع للتأكيد على أهمية الذات.

- المؤثرات الصوتية:

إن المؤثرات الصوتية والتعبيرية تصور ملامح الشخصية والمكان والزمان، والإيماءات كما تصور العلاقة الإيقاعية الموزونة بين سائر مسامع الإشهار. والمؤثرات الصوتية نوعان:

➤ المؤثرات الصوتية الحية: كخريف المياه، وزئير الأسد، وصياح الديك... والأصوات الطبيعية المألوفة، مثل انسكاب المياه، أو اشتعال سيجارة، أو ارتطام شيء على الأرض ودقات الساعة.

➤ المؤثرات الصوتية المصطنعة:

وهي التي تنتج عن غير مصادرها، فالمعروف أن الميكروفون حساس جدا لسائر الأصوات التي يمكن تأليفها وتضخيمها من مصادر اصطناعية غير طبيعية، فمن الممكن استخدام الرمال والزجاج والحجارة... في العناصر التي ينتج عن احتكاكها أو هزها أصواتا معينة، وهذه هي الحيل الإذاعية، فتحريك بعض الأوراق الناعمة مثلا أمام الميكروفون يعطي مؤشرا صوتيا يعبر عن اندلاع النيران... لهذا فان للمؤثرات الصوتية على نوعيها، قيمة إيحائية للتعبير عن المكان والزمان، ولتوفير الخلفية اللازمة للتمثيلية الإذاعية عموما أمام الميكروفون، وخلق الجو النفسي، حيث يكفي الاستماع لصوت القطار ممزوجا بأصوات الباعة للإيحاء بجو محطة السكة الحديدية، وصوت فتح زجاجة وخرج الغاز منها، يوحي بجو الانتعاش، كما هو الحال في إشهار المشروبات الغازية. وللتعبير عن الزمان مؤثرات شتى، كدقات الساعة وصياح الديك عن الفجر، وصوت الخفير الليلي عن الليل... وتحقق المثيرات الصوتية، إضافة الخلفية الاجتماعية والنفسية، فنداء الباعة المختلط بأصوات الناس يوفر خلفية معبرة عن السوق.

- الموسيقى :

وتعتبر الموسيقى قطب الفن الإشهاري بوجه عام وفن الإشهار الإذاعي بوجه خاص، ويكمن دور الموسيقى في النقاط التالية:

- الدخول الإشهاري أو افتتاحية الإشهار، وهي بذلك توحى بالجو العام للإشهار.

- تهيئة نفسية المتلقي لتقبل الجو العام للإشهار (جذب الانتباه).
- التعبير عن المحسوسات بدلا عن المؤثرات الصوتية.
- التعبير عن مضمون موضوع الإشهار.
- تعزيز الحوار بجو هادئ أو مضطرب، بحسب دورها في الرسالة.
- الفاصلة الموسيقية ويستخدم هذا الأسلوب للانتقال الهادئ أو خلق تركيز عالي للمستمع في لحظة التشويق الإشهارية وظهور الموسيقى وتلاشيها، ينبغي أن يحدث انسيابية مقنعة تتداخل مع الحوار بأسلوب متكامل فيه عناصر الحوار والموسيقى، للتعبير الأمثل عن فكرة الإشهار، وتتلازم كلمات الحوار وتتزامن مع المؤثرات الصوتية والموسيقى في امتزاج معبر، لكن ذلك يتطلب براعة ومهارة فائقتين لأن الصخب في الأصوات يضايق الأذن ويثقل عليها ما لم تستخدم هذه الأساليب الفنية بدراية وحنكة، والقاعدة الأساسية أن الصوت الإنساني أو حوار الشخصية هو الأساس الذي لا ينبغي أن تغطي عليه المؤثرات الصوتية الأخرى في الإشهار الإذاعي.