المحاضرة العاشرة: الاشهار التلفزيوني

تمهيد

مما لا شك فيه أن التلفزيون قد دخل عالم التسويق بسرعة مذهلة، جعلت منه في مقدمة وسائل الإعلام تأثيرا في حياة الجماهير، و هذا راجع لما يتميز به من مزايا:

أ/ **يجمع بين الصوت و الصورة:** الأمر الذي يجعل المشاهد يشعر بالمشاركة الوجدانية والحيوية و الحياة و الواقعية في البرامج التلفزيونية.

ب/ **التغطية الجماهيرية:** حيث أن هذا الجهاز يتوافر لدى جل الأسر إن لم نقل كلها. إضافة إلى البث المتواصل طول اليوم الذي يساعد الجميع على مشاهدة البرامج في الأوقات المناسبة لهم.

ج/ **القدرة على جذب انتباه المشاهدين:** حيث يتمتع التلفزيون بشعبية كبيرة لدى الناس إذ يجد معظم المشاهدون متعة في مشاهدتهم و يولون هذا الأمر اهتماما بالغا.

و الإشهار التلفزيوني، يتم فيه استخدام التلفزيون كوسيلة إشهارية واسعة الانتشار حيث تتميز بقوة الإقناع و التأثير وقدرتها على مخاطبة المستهلكين بمختلف توجهاتهم و ثقافاتهم.

1-تعريف الاشهار التلفزيوني:

ويعرف الإشهار التلفزيوني بأنه: "مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل التلفزيون إلى المعلن، بقصد تعريف الجمهور بسلعة أو خدمة أو فكرة بالشكل والمضمون الذي يؤثر في معلوماته و ميوله و قيمه و سلوكه الاستهلاكي و أفعاله و سائر المقومات الثقافية الأخرى.

وعلى هذا الأساس فإن الإشهار التلفزيوني هو شكل من أشكال الاتصال مدفوع الأجر الموجه إلى الجمهور لتعريفه بمنتوج ما أو فكرة قصد التأثير عليه و دفعه إلى سلوك ما أو لتغيير سلوك ما لديه.

وما يميز الإشهار التلفزيوني إلى جانب الصوت والصورة هو الحركة وإمكانيات استخدامها بلا حدود لإنتاج تأثيرات مختلفة و للتعبير عن الأفكار الإعلانية المختلفة مهما بلغت غرابتها أو صعوبة تصورها.

2-خصائص الاشهار التلفزيوني:

يتميز الإشهار التلفزيوني بجملة من المزايا و الخصائص ينفرد بها دون الاشهارات في وسائل الإعلام الأخرى، ونذكر منها:

***تعدد الحواس:** يعتمد الإشهار التلفزيوني على حاستي السمع و البصر مستخدما في ذلك الصوت و الصورة بكل أشكالها و أنواعها ويستأثر بتركيز المشاهد و انتباهه الكامل بالإضافة إلى استخدام اللون مما يدعم و يثبت الفكرة الإشهارية في ذهن المشاهد.

***تجسيم شكل الإشهار وفكرته:** من خلال استخدام الديكورات و الملابس و التركيز على التفاصيل للسلع و المنتجات مما يضفي على هذا التقديم الشكل المادي الواضح للفكرة الإعلانية، كل هذا يجعل من الإشهار التلفزيوني مماثلا للواقع أو مختلفا عنه بما يخدم أغراض وأهداف المعلن.

* **الصدق:** اكتسب التلفزيون بمرور الوقت ميزة الصدق، إذ أصبح الوسيلة الأولى التي يستقي منها الجمهور أخباره، و هذه الميزة انطبعت على جل البرامج التلفزيونية حتى وإن كان الأمر نسبي، و من بينها الإعلانات، ويقترن صدق الإشهار التلفزيوني بالشخصيات المؤدية للإشهار، طريقة التقديم، الحجج والبراهين المعتمدة في الإشهار، التجربة الشخصية لمتتبع الإشهار، وغيرها من الأمور.

***مخاطبة الأسرة:** يمثل التلفزيون إحدى أكثر الوسائل إقبالا من الجماهير على اختلاف خصائصهم، مما يجعل المواد المعروضة أكثر عرضة للمشاهدة، ويضمن التلفزيون للإشهار الانتقال إلى العائلة كوحدة بكافة أعمارها ومستوياتها التعليمية المختلفة، هذا الأمر –المشاهدة العائلية– الذي لا يمكن تطبيقه في حال الصحف والمجلات.

***التغطية الجغرافية:** يمكن للمعلن أن يغطي كل أنحاء البلاد أو أسواق مختلفة في أي وقت وفي أي ساعة خلال اليوم من خلال إشهارات التلفزيون، خاصة مع انتشار وتنوع

القنوات التلفزيونية و امتداد الارسال على مدى الأربع والعشرين ساعة، و دخول التلفزيون عصر الفضاء والقنوات المتخصصة، مما ألغى الحواجز و المسافات و حتى اختلاف اللغات.

***الإمكانيات الفنية:** يمد التلفزيون المعلن بفرصة العمل الخلاق وذلك من خلال استخدام الحيل التصويرية المختلفة على النحو الذي يركز على بعض أجزاء السلعة، و كذلك فنون التحريك بما يوفر لمصمم الإشهار مساحة كبيرة من حرية التخيل والمبالغة وتقديم ما يصعب تقديمه في بقية الوسائل، الأمر الذي يحقق أعلى درجات جذب الانتباه و الإبهار.