

## 3-أنواع الإشهار :

- الإشهار وفقاً لنوعية المستهلكين: هو النوع الأول من الإشهار، ويقسم إلى قسمين هما: الإشهار الموجه للمستهلكين النهائيين للسلع أو الخدمات، ويُطلق عليه أيضاً الإشهار الاستهلاكيّ. الإشهار الموجه إلى رجال الأعمال ويُعرف باسم إشهار الأعمال؛ لأنه يوفر مجموعة من الخدمات للمؤسسات، مثل الاستشارات المتخصصة.

- الإشهار وفقاً للمنطقة الجغرافية: هو نوع من أنواع الإشهار يقسم إلى الآتي: الإشهار المحليّ: هو الذي يُطبّق الدعاية على مستوى المدينة أو المحافظة. الإشهار الوطنيّ: هو الموجه إلى كافة الأفراد الذين يعيشون ضمن حدود دولة ما، وغالباً يصدر عن المنشآت التي تعتمد على نشاطات كبرى، مثل المصارف. الإشهار العالميّ: هو الذي يتجاوز حدود الدول، وينتشر بين أكثر من دولة، مثل الإشهار الخاص في شركات الطيران الدوليّة. الإشهار وفقاً للأهداف: هو الإشهار الذي يرتبط مع آراء الوكالات الإشهارية المتخصصة.

- يقسم إلى الأنواع الآتية: الإشهار الإرشاديّ: هو توصيل المعلومات حول المنتجات إلى الأفراد بأقلّ وقت وجهد وتكلفة. الإشهار الإعلاميّ: هو دعم صناعة محددة أو نوع ما من الخدمات والسلع؛ من خلال تقديم معلومات للأفراد عنها باستخدام وسائل الإعلام. الإشهار التذكيريّ: هو المساهمة في تذكير الأفراد بخدمات أو سلع معينة؛ بهدف المحافظة على تأثيرها وعدم نسيانها. الإشهار التنافسيّ: هو تفعيل دور المنافسة بين الخدمات والسلع التي تتساوى معاً من حيث النوع، ويعتمد نجاح هذا الإشهار على النفقات التي يقدمها المعلنون مقابل نجاح منتجاتهم في التغلب على منتجات منافسيهم.

أنواع الإشهار حسب وسائل الإعلام والاتصال:

. الإشهار المكتوب: ويتخذ وسيلة له الصحف والمجلات والكتب والنشرات والتقارير والملصقات على جدران المدن أو في ساحاتها العامة حيث يكثر الناس وذلك ما نلاحظه من صور لزجاجات العطر أو أنواع الصابون أو الساعات... الخ.

والأمر نفسه لما نلاحظه من إشهار على اللوحات الإعلانية الثابتة أو المتحركة في ملاعب كرة القدم مثلاً، لأنّ ذلك يجعلها تشيع ويتسع مداها وتصل إلى أكبر قدر ممكن من المتلقين...

أي أن الإشهار المكتوب يتمثل في:

- الإعلانات المطبوعة، وهي الأقدم على الإطلاق بين فنون الإعلان وهي إعلانات الصحف والمجلات والدوريات والمنشورات والملصقات.
- الإعلانات الغير مباشرة ومنها الكتيبات والمطويات التي ترسل بالبريد لأشخاص بعينهم.
- الإعلانات الخارجية، إعلانات الشوارع والمعارض والإعلانات على جوانب الحافلات العامة.
- الإشهار المسموع: ويتم من خلال الكلمة المسموعة في الإذاعات والمحاضرات والندوات والخطب... وتعد الكلمة المسموعة أقدم وسيلة استعملها الإنسان في الإشهار، وأهم ما يميزها هو طريقة أدائها، إذ يلعب الصوت دوراً بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبر والجهر والهمس، وتصحب الكلمة المسموعة أحياناً الموسيقى فتزيدها طاقة كبرى على الإيحاء والوهم والتخيل، وعملاً على استثارة الحلم وإيقاظ الراقد في الأعماق.
- الإشهار المسموع والمكتوب (السمعي . البصري): وسيلته الأساسية التلفزيون، ويتم بالصورة واللون والموسيقى وطريقة الأداء والحركة والموضوع، فهو، إن صح التعبير، عبارة عن "ميكروفيلم" يتعاون على إنتاجه وإنجازه فريق عمل متخصص في: الإخراج والديكور ووضع الأثاث، والحلاقة والتجميل، والإضاءة والتسجيل وضبط الصوت والتركيب والتمثيل...الخ.
- الإعلان الإلكتروني: ويتمثل في الإعلانات على شبكة الإنترنت ، وقد زادت أهميتها بازدياد أهمية شبكة المعلومات العالمية كوسيط إعلامي هائل وتطورت إعلاناتها حتى وصلت إلى المستوى المتقدم الذي نراه اليوم. إضافة إلى الإعلانات على شاشة الهاتف الجوال بعد ازدياد عدد مستخدميه حول العالم فأصبح وسيلة إعلامية هامة.
- أنواع حسب نوع الرسالة الإشهارية المتضمنة أو حسب المجال:
- إشهار تجاري: ويرتبط بالاستثمار والمنافسة، ولذلك فإن استراتيجيات التسويق واستراتيجيات الإشهار مرتبطة ببعضها.
- إشهار سياسي: ويرتبط بالتعبير عن الآراء المختلفة ومحاولة التأثير على الرأي العام بتقديم الإشهار في شكل يبرز أهمية الرأي بأنه هو الأحسن وهو الأفضل من بين كل الآراء الأخرى المتواجدة في الساحة، كما هو الحال في الدعاية للحملات الانتخابية.
- إشهار اجتماعي: ويهدف إلى تقديم خدمة أو منفعة عامة للمجتمع، مثلاً: الإعلان عن مواعيد تلقيح الأطفال أو إسداء نصائح للفلاحين، أو الدعوة إلى الوقاية والحذر من أمراض معينة. ولذلك نلاحظ هذا النوع من الإشهار غالباً ما يأتي تحت عنوان: "حملة ذات منفعة عامة" كما هو الحال في التلفزيون الجزائري.

- الإعلان التعليمي: وهو الذي يتعلق بتسويق السلع الجديدة التي لم يسبق لها وجود في السوق من قبل أو السلع القديمة المعروفة التي ظهرت لها استعلامات لم تكن معروفة لدى المستهلكين.
- الإعلان الإرشادي أو الإخباري: وتتلخص وظيفة هذا النوع من الإعلان في أخبار الجمهور بالمعلومات التي تُيسر له الحصول على الشيء المعلن عنه بأقل جهد ممكن وفي أقصر وقت وبأقل نفقات، وفي إرشاد الجمهور إلى كيفية إشباع حاجاته.
- الإعلان الإعلامي: وهو يعمل على تقوية صناعة أي نوع من السلع أو الخدمات أو إحدى المنشآت. وذلك بتقديم بيانات الجمهور يؤدي نشرها أو إذاعتها بين الأفراد إلى تقوية الصلة بينهم وبين المنتج. مما يعث الثقة.
- الإعلان التذكيري: وهو يتعلق بسلع أو خدمات أو أفكار أو منشآت معروفة بطبيعتها ومعروفة خصائصها للجمهور بقصد تذكير ذلك الجمهور بها والتغلب على عادة النسيان لدى الجمهور.
- الإعلان التنافسي: ويشترط أن يكون الإعلان فيه عن سلع أو خدمات متنافسة بمعنى أن تكون متكافئة في النوع ومتساوية مع بعضها من حيث الخصائص وظروف الاستعمال والتحقق وما إلى ذلك. ويعتمد نجاح هذا النوع من الإعلان على ما ينفقه المعلنون على نشره من أموال مما يُهيئ لهم في التغلب على المنافسين، إلى جانب الأفكار الجديدة المبتكرة في الرسائل الإعلانية المنشورة أم المداعة والتي تلقى قبولاً أكثر من الجمهور.