

المحاضرة 2: مفاهيم مشابهة للإعلام (1- الإشهار)

من المفاهيم المشابهة للإعلام هناك: الدعاية، الإشاعة، العلاقات العامة والإعلان أو الإشهار، وفي هذا الجزء من المحاضرة نعرّف هذه المفاهيم باختصار (مفهومها، خصائصها، أهدافها، وأنواعها).

1- الإعلان (الإشهار):

1- تعريفه:

الإشهار هو وسيلة للإعلام والدعاية لمنتج معين يقوم من خلاله صاحب المنتج بدفع ثمن هذا الإشهار لوسيلة من وسائل الإعلام من أجل النشر والتعريف بمنتجه، وقد أضحت الإشهار اليوم محرّكا اقتصاديا مهماً فهو يوجّه الأفكار ويؤثر على سلوك المستهلكين.

يعرّف فيليب كوتلر المختص في مجال التسويق الإعلان فيقول هو أي مظهر اتصال غير شخصي لغرض ترويج أفكار أو سلع أو خدمات صادر عن معلوم على نفقته (-cte.univ-setif2.dz)

وتعرفه الجمعية الأمريكية للتسويق: هو الوسيلة غير الشخصية لتقديم السلع والخدمات والأفكار بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر معلوم (محاضرات من مقياس مدخل لوسائل الإعلام والاتصال جامعة سطيف cte.univ-setif2.dz).

ويعرفه Graw Walter قائلا: هو فن إغراء الأفراد على سلوك معين بطريقة معينة.

2- خصائص الإعلان:

- الإعلان وسيلة إعلامية واسعة الانتشار ويمس فئة كبيرة من جمهور المستهلكين.

- ذو تكلفة عالية ولكن عائداته أيضا مرتفعة جدا.

- يتميز بالإعادة والتكرار والاستمرارية في بث الرسائل الإعلانية والإشهارية.

- يتميز بالشمولية فهو موجّه لجميع الناس.

- يتميز بسرعة التأثير على المستهلك.

3- أهداف الإعلان:

- التعريف بالمنتج وتوفير المعلومات والبيانات التي يجهلها المستهلك عنه وجذب انتباهه له.

- تغيير السلوك الاستهلاكي (تغيير الاتجاهات) ومحاولة التأثير على المستهلك من خلال اقتراح استخدامات جديدة للمنتج وإبراز فوائده.

- الحث على التصرف وهو ما يعرف أيضا بالاستجابة المباشرة للمستهلك فالإعلان يهدف إلى الحصول على نتائج ملموسة.

4- أنواع الإعلان:

تختلف الاعلانات في أنواعها من حيث الوظيفة التسويقية (إعلان تعليمي- إعلان إرشادي...) ومن حيث الوسيلة (إعلان تلفزيوني- إعلان إذاعي- إعلان مكتوب...) ومن حيث النطاق الجغرافي (إعلان دولي- إعلان وطني- إعلان محلي...) ومن حيث الجمهور المستهدف (إعلان سياحي- إعلان سياسي- إعلان تجاري...).