

المحاضرة الرابعة: مدخل لمفهوم الإشهار وتطوره التاريخي

تمهيد:

يمثل الإشهار أحد أهم أشكال الاتصال في المجتمع الإنساني المعاصر، وحضوره يكاد يكون يوميا في مختلف المجتمعات بالنظر لدوره المهم جدا في التعريف بالمنتجات التي تعرضها مختلف المؤسسات من جهة، وتوجيه المستهلكين إلى الطرق المثلى لإشباع حاجاتهم. لقد ارتبط الإشهار على نحو وثيق بنمط الإنتاج الرأسمالي وشكل مجتمع الاستهلاك الذي يفرزه، لدرجة أن الاقتصادي الكبير جون كينيث غالبريث يقول: "لا يمكن لنمط الإنتاج الرأسمالي أن يستمر من دون آلية الإشهار...".

1- تعريف الإشهار:

بقدر ما كانت هناك محاولات لتحديد مفهوم الإشهار ضمن نطاق معين، بقدر ما يختلط هذا المفهوم مع الكثير من المفاهيم الأخرى، فالأصل اللغوي لكلمة إشهار أو إعلان Publicité يشير إلى خاصية كل ما هو مشهور ومعروف من طرف عدد كبير من الناس، وبهذا فالإشهار لا يختلف عن بقية الأنشطة الأخرى من إعلام ودعاية لأن الهدف واحد، وهو تحقيق الذبوع والشهرة العمومية.

يمكن تعريف الإشهار بشكل مجمل كما يعرفه ستانتون بأنه "كافة الأنشطة التي تقدم كمجموعة بطريقة غير شخصية -مرئية، مكتوبة أو شفوية- عن طرق رسالة معلومات تتعلق بسلعة أو خدمة أو فكرة معينة".

أما أكثر التعاريف ضبطا وتقبلا من قبل الباحثين فهو ذلك الذي تقترحه جمعية التسويق الأمريكية، والذي يعرفه بأنه "وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والترويج للسلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع".

2- أهمية الإشهار:

الإشهار هو آلية مهمة سواء بالنسبة للشركات أو وسائل الإعلام أو حتى المستهلكين، ويمكن تفصيل ذلك في ما يلي:

- بالنسبة للشركات:

يعتبر الإشهار نشاطا ترويجيا مهماً داخل الإستراتيجية التسويقية العامة للشركة، فتصميم وإعداد المنتجات التي تشبع احتياجات المستهلكين وتسعيها وتوفيرها بطريقة مناسبة يتم وفقا لزيادة الطلب عليها وخلق الإدراك والرغبة في الحصول على هذه المنتجات، وهذا بالتحديد ما يقوم به الإشهار.

- بالنسبة لوسائل الإعلام:

يمثل الإشهار في كثير من الأنظمة الإعلامية المصدر الرئيسي لتمويل وسائل الإعلام وإبقائها على قيد الحياة، خصوصا في الأنظمة الإعلامية الليبرالية، أين لا تجد وسائل الإعلام المختلفة السمعية البصرية أو المكتوبة أو المسموعة أو الإلكترونية وسيلة أخرى لتغطية تكاليفها المتعاظمة سوى بيع جزء من مساحاتها وأوقاتها كفضاءات إشهارية.

- بالنسبة للمستهلكين:

تزداد أهمية الإشهار بالنسبة للمستهلكين من خلال المعلومات التي يقدمها لهم حول السلع والخدمات المتوفرة، وبناء على هذه المعلومات يقوم المستهلك بالاختيار بين مختلف العروض وانتقاء أفضلها لتلبية احتياجاته.

3- التطور التاريخي للإشهار:

ليس الإشهار ظاهرة جديدة عموما، وإنما هو قديم قدم البشرية ذاتها، إذ هناك العديد من الشواهد التاريخية والأركيولوجية التي تعود إلى الحضارات القديمة، والتي تبرز وجود ممارسات قريبة أو شبيهة بالإشهار، حيث كانت الجدران أول فضاء عام للإعلان عن الأشياء المهمة، ولعل أبرزها الإعلان عن مكافآت مقابل خدمات معينة. وتشير شواهد أخرى إلى استخدام الصوت وقرع الطبول في الساحات العامة من قبل بعض الملوك لإبلاغ الناس عن أشياء مهمة.

واستخدم الصوت داخل العمل التجاري من خلال ما يسمى بـ"المناداة" Réclama، حيث يلجأ التجار لاستخدام أصواتهم للترويج لسلعهم أو لإبلاغ بعضهم البعض في الموانئ بقوم البواخر التي تحمل السلع.

بالتدرج تطور الأمر إلى استخدام اللافتات فوق المحلات وعلى واجهاتها، ونتج عن ذلك بداية بروز صناعة الرموز، حيث لم تعد اللافتة فضاء للكتابة فقط، بل للرمز أيضا (لعل أبرز الرموز في القرون الوسطى هو حدوة الحصان للدلالة على محل الحداد ما يشبه حاليا رمز الأفعى والكأس للصيدلي).

وبعد أن ظهرت الطباعة الجماهيرية الحديثة على يد غوتنبرغ عام 1438 م انتشرت الوثائق بشكل ملحوظ، فظهرت الصحف ومعها تطور الإعلان المطبوع الذي استفاد من الفضاءات الصحفية، وأول من طور الممارسات الإشهارية كان الأدباء، ثم الصحفيون، غير أن الأمر تطور نحو نشأة نشاط متخصص.

بالتدرج بدأت مهنة الإشهار تستقل عن الصحافة، وظهرت لأول مرة وكالات الدعاية والإشهار التي بدأت نشاطها بالمتاجرة في فضاءات الإشهار، ولكنها تحولت فيما بعد إلى صناعات تصميم الإشهار وإدارته.

في بدايات القرن العشرين، تحول الإشهار إلى وسائل الإعلام الجديدة حينها: الراديو والسينما والتلفزيون، بدأ في الراديو عام 1922، ثم غزا شاشات السينما والتلفزيون، أين عرف نشاط الإشهار نقلة نوعية بفضل تطور تقنيات الصورة المتحركة.

بعد الحرب العالمية الثانية، عرف نشاط الإشهار تطورا آخر لا يقل أهمية، ففي سياق تطور دراسات الإعلام، ازدهر البحث الأكاديمي في مجال الإشهار مستفيدا كثيرا من دراسات علم النفس العسكري والدعاية التي ميزت الحرب، وبالتدرج أصبح الإشهار مجالا أكاديميا واسعا بالإضافة إلى كونه ممارسة مهنية ثرية.