

## مفهوم الاعلان الصحفي

ورد مصطلح الإعلان في قاموس المصطلحات الإعلامية بمعنى : اذاع ، نشر وروج ). فالإعلان بالمعنى اللغوي: (هو الإظهار، والإشهار، والجهر بشيء ما او امر ما او أي طريقة من طرق الجهر والإظهار والإشهار المتعارف عليها في أي مجتمع من المجتمعات). وكان المعلم (بطرس البستاني) الذي منح الإعلان مفهوما لغويا بمعنى آخر اذ يقول: ان الإعلان في اللغة هو (الاطهار والنشر).

ومن ناحيتي الميدان والتطبيق او على مستوى اللغة العربية بشكل عام هناك تعبيران يستخدمان في مجال الحديث عن الإعلان على المستوى المهني (التطبيق التقني)، وعلى المستوى الأكاديمي التعليمي والبحثي، حيث تستخدم كلمة (الإعلان) في دول المشرق العربي (مصر، الاردن و...الخ)، في حين تستخدم كلمة (الإشهار) للتعبير عن نفس المعنى في دول المغرب العربي (تونس والمغرب و...الخ). ويقابل ذلك في الترجمة الإنجليزية Advertising وفي الترجمة التابعة لمصادر وكتب المغرب العربي او تونس فتكتب .Advertisement. ولقد وردت كلمة الإعلان وتكررت مشتقاتها في القرآن الكريم ست عشرة مرة، نذكر منها قوله تعالى: (والله يعلم ما تسرون وما تعلنون وقوله تعالى: ( ثم اني اعلنت لهم واسررت لهم اسرارا) .

واما من الناحية الإصطلاحية، فلإعلان تعريفات كثيرة اختلفت باختلاف الأنظمة والمجتمعات والثقافات، واقدم تعريفات الإعلان واهمها هو التعريف الذي صدر عن جمعية التسويق الامريكية وتعرفه شكل من اشكال الإتصال المدفوع الأجر، وغير الشخصي لترويج سلع وافكار وخدمات لحساب ممول ومعروف. "

في حين عرفته الموسوعة الفرنسية انه: "مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية او صناعية، واقناعه بميزات منتجاتها، والإيعاز اليه بطريقة ما بحاجته اليها" .

وتعرف الجمعية البريطانية الإعلان بأنه: وسيلة للتعريف بسلعة أو خدمة لغرض البيع او الشراء والإعلان: "هو فن التعريف" The art of marking known

وقد عرفه ستاتون (Staton): " هو كافة الأنشطة التي تقدم كمجموعة وبطريقة غير الشخصية على شكل رسالة معلومة للمعلن (مرئية او شفوية تتعلق بسلعة أو خدمة او فكرة " .

اما كوتلر (Kotler) فقد عرف الإعلان بأنه: شكل من الأشكال غير الشخصية للإتصالات عبر وسيلة مدفوعة الأجر وبوساطة جهة معلومة ومعينة".

كذلك يعرف الإعلان على انه: " فن عرض الأفكار او السلع او الخدمات لترويجها، ويتم ذلك لتحقيق هدف او مصلحة مادية لصالح "المعلن". والإعلان: "يمثل الجهود غير الشخصية مدفوعة الثمن من قبل ممول معين يكون شخص او منظمة لعرض الأفكار او السلع او الخدمات وترويجها. ويعرف الإعلان بانه: النشاط الذي يقدم الرسائل الاعلانية المرئية او المسموعة الى الجمهور لإغرائه على شراء سلعة أو خدمة مقابل اجر مدفوع ويمكن تعريفه: عملية اتصال تهدف الى التأثير في المشتري على اساس غير شخصي، حيث يفصح المعلن عن شخصيته ، ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال، كما انه يعتبر وسيلة لتعريف الناس بسلعة أو خدمة أو حدث أو عمل عن طريق الكلمة او الصورة وأنه " عملية إتصال تهدف إلى التأثير من بائع إلى مشتري على أساس غير شخصي حيث يفصح المعلن عن شخصيته، ويتم الإتصال من خلال وسائل الإتصال العامة." ويهدف الإعلان الى انجاح "حث المتلقي او اغرائه".

### الاعلان و الدعاية

يُسهّم الاعلان في الدعوة المباشرة الى شراء المنتجات وتحفيز القوة التأثيرية لتحقيق الاقناع ، إذ يمثل " فن مسايرة الناس ومجاراتهم " لمد جسور التواصل الاستهلاكي، فمن الناحية الوظيفية يلتقي والاعلام وصولا للموائمة بين فعل وسلوك الجماهير والجهة المعلنة سواء كانت مؤسسة صحفية او وكالة اعلانية . اما " الدعاية فهي اقرب فن من فنون الاتصال الجماهيري للاعلان" وقد تعددت التعريفات التي توضح الدعاية بسبب مرادفتها لكثير من الكلمات منها الاقتصاد والسياسة والحرب والاعلام والثقافة فهي من اهم وسائل الغزو الثقافي والفكري والتجاري والعسكري في العصر الحديث.

ومن احد اهم التعريفات للدعاية :

السعي المخطط والمنظم لتشكيل تصور للمتلقين والتلاعب بمعارفهم وتوجيه سلوكهم عبر الولوج الى العقل الباطن والتأثير اللاواعي على اهتمامهم ورغباتهم لتتفق ومصالح الدعاية "

لكن التعريف الأكثر إيجازاً هو "إنها فن توجيه الناس لاعتناق فكرة معينة) سياسية أو اقتصادية أو دينية أو تجارية...". والدعاية التجارية هي الأقرب إلى فن الإعلان من بين فنون الاتصال الجماهيري الأخرى لأن هدف الإعلان المباشر هو زيادة مبيعات المنشأة من منتج معين، أما الهدف المباشر للدعاية هو رفع اسم المنشأة بين الجمهور وتحسين سمعتها وتزيين مواصفات المنتج لتحقيق التمايز عن المنافسين في السوق، بينما الإعلان يستعمل أسلوب الحث والدعوة المباشرة للشراء أما الدعاية تستخدم أسلوب الإيحاء الباطن موضحة تأريخ المنشأة وأعمالها وصفاتها ورجالاتها ومزايا منتجاتها، مع التنبيه أن الفرق الأساس بين الإعلان والدعاية يكمن في أن شخصية المعلن تكون معروفة للناس والإعلان مدفوع الثمن، لكن لا يعرف على الأغلب صاحب الدعاية ولا تكون مدفوعة الثمن هذا لا يعني عدم وجود تداخل في صفات كلا من الإعلان والدعاية في نفس الرسالة الاتصالية كإعلان شركة ما في أنها ستمنح جائزة ضخمة لمن يستطيع إيجاد عيب في واحد في منتجاتها، فهذا النمط من الإعلان يسمى الإعلان الدعائي لأن المنشأة تحت الجمهور بأن منتجاتها من النوع الفاخر ذا الجودة العالية. مما يصعب إيجاد أي عيب فيها

### الإعلام والإعلان

الإعلام المتعارف عليه: هو نشر للحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بهدف تنمية الوعي السياسي والاجتماعي ويعد الصدق ركناً من أركانه والحقيقة هدفاً من أهدافه، فإذا فقد الصدق أو الحقيقة فقد الإعلام خصائصه ومقوماته.

يمكن المقارنة بالقول أن الإعلام يقوم أساساً على عنصر (الصدق والحقيقة) بعيداً عن البهجة والاثارة والكذب، أما الإعلان فيعتمد بشكل أساسي على عنصر (المبالغة والتهويل في وصف المنظمة ومنتجاتها ومدى إسهامها في خدمة المستهلكين بشكل خاص وفي خدمة الاقتصاد والمجتمع بشكل عام) وكلما اقترب الإعلان من الصدق والحقيقة اقترب من الإعلام.

من مجموع التعارضات والترابط بين المفاهيم التي تم ذكرها أعلاه نجد أن الإعلان هو :

1- نشاط مدفوع الأجر.

2- نشاط غير شخصي، فالإتصال بين المعلن وجمهور المستقبلين يتم عن طريق وسيط

اعلاني كرجل الإعلان او وكالة الإعلان.

- 3 - فن لتقديم سلعة أو خدمة من المعلن الى المعلن اليه (المستهلك).
- 4- عملية اتصالية، والتي تهدف الى التأثير على المشتري لقبول شراء السلعة.
- 5- يوظف جميع الوسائل الاعلامية لنقل الرسائل الإعلانية.
- 6- يستخدم كافة قنوات الاتصال للاتصال بالجمهور لبيع السلع او تقديم الخدمات.
- 7 -عملية اعلامية، ويستخدم فيها مختلف الأساليب الإقناعية بهدف اقناع المستهلك لشراء السلع او الخدمات.