**اسس وعناصر الإعلان الصحفي:**

سبق ان ذكرنا في الموضوعات الاولى مراحل الإعلان الصحفي وما مرت به من تطورات مذهلة خلال الحقب التاريخية المختلفة، فمن مرحلة المناداة الى مرحلة الطباعة الى ان اصبح مع ظهور الكومبيوتر وتطور الصحيفة المقروءة من ناحية الشكل والمضمون ان الإعلان الصحفي يرغم الصحافة على جعل اخراجها يتطابق مع المتطلبات المتجددة للإعلان. ويرجع التطور في مجال الألوان الى ابراز الإعلان المصور، فالإخراج والإعلان يؤثران على شكل الجرائد فهناك كثير من الصفحات المتنوعة هدفها ان كمنتج لقطاع تجاري معين. تنصب على الإعلان لا على العمل على اشباع اذواق القراء، وتوجد بعض المطبوعات التي تبدو بأكملها كمنتج كقطاع تجاري معين.

يعد الإعلان الصحفي ذا اهمية كبيرة بالنسبة للقاريء بوصفه وسيلة للمعلومات والتسويق، وللمعلن بوصفه وسيلة للترويج، وكذلك للمؤسسات الصحفية والوكالات الإعلانية بوصفه مصدرا تمويليا مهما، وبالتالي لإقتصاد المجتمع بشكل عام، لذلك يتم اعداده اعدادا يعتمد على الأسس العلمية.

**عناصر الإعلان الصحفي:**

يتكون الإعلان من مجموعة من العناصر لكل منها وظيفة معينة تعمل في شكل متناسق ومتكامل مع العناصر الأخرى وتتمثل هذه العناصر في:

اولا : العنوان :

وهو ذلك الجزء الهام من عناصر الإعلان الصحفي، والذي ينشر ويصمم بشكل متميز عن باقي عناصر الإعلان ويرتبط بها، وهو أكثر العناصر فاعلية بالنسبة للمصمم في تحقيق اهدافه، ويتم تصميم العنوان بمفرده مع الصور والرسوم لجذب انتباه القراء الى الإعلان.

وهناك نوعان من العنوان وهما:

أ- العنوان الرئيس :

يعد العنوان الرئيس عنصرا هاما من عناصر الإعلان اذ يعمل باشتراك مع الرسم او الصورة الى لقت نظر المعلن اليه الى بقية الإعلان

وللعنوان مجموعة من الوظائف التي يؤديها وهي:

1 . جذب الإنتباه للإعلان.

2 . احداث تأثير سريع ومباشر على القارئ.

3 . اثارة اهتمام القارئ.

.4 استمالة المستهلك المرتقب لقراءة النص الإعلاني.

.5 اعطاء فكرة سريعة عن محتويات الإعلان.

وهناك العديد من انواع العناوين الرئيسية هي:

1 العنوان الإستفهامي :

وهو العنوان الذي يكون بصيغة سؤال، ويصمم هذا النوع من العناوين لجذب اهتمام المستهلك المستهدف، وتشجيعه على قراءة الإعلان، ومن ثم يجب ان تكون هناك اجابة على السؤال المطروح في العنوان، وتظهر الإجابة اما في العنوان الفرعي او محتويات الرسالة نفسها، مثل ذلك هل ترغبين ان يكون شعرك اكثر نعومة وانسيابية(؟)، ثم بعد ذلك استعملي الشامبو .. المدعم بالأعشاب الطبيعية).

 2 العنوان الأمري :

وفي هذا النوع من العناوين يقوم المعلن بتوجيه المعلومات الى الجمهور المستهدف بصفة الأمر مثال ذلك افتح حسابا في البنك التجاري (العربي) او ارحم اسرتك بالتأمين على الحياة).

3. العنوان الذي يتكون من اسم السلعة: ويستخدم عادة عندما يكون اسم السلعة معروفا للجمهور معرفة كاملة ويترتب على ذكره اثارة اهتمام المعلن اليه اما اذا كانت السلعة غير معروفة فلا ينصح باستخدام هذا الشكل من العناوين.

4 . العنوان الصحفي: وهنا يكون العنوان في شكل جملة كاملة مقررة لحقيقة ما مثل افتتاح فرع لبنك اسلامي (بالعراق) ويفيد في تزويد القراء او المعلن اليهم بالمعلومات ويجذب انتباههم لبقية الإعلان.

 5 . العنوان المثير للشعور: وهو الذي يتعمد اثارة شعور المعلن اليهم وتنبيه حواسهم وتفكيرهم فيما يرمى اليه المعلن من الإعلان مثال على ذلك لا تشتري منزلا ثم يلحق بما يفسره دون ان تفكر في توفير وسائل تكييف الهواء حيث يثير الجزء الأول لدى المعلن اليه الإستطلاع والفضول لمعرفة السبب ويشد اهتمامه لتكملة الإعلان.

ب العنوان الفرعي:

ويمثل العنوان الفرعي همزة الوصل بين العنوان الرئيس والنص الإعلاني. وعادة ما يظهر العنوان الفرعي بلون مختلف ومختلف عن العنوان الرئيس

ويستخدم العنوان الفرعي بهدف:

1 . تأكيد ما جاء في العنوان الرئيس.

2 . تقديم فكرة مختصرة عن الرسالة الإعلانية.

.3 استدراج القاريء نحو تكملة الإعلان.

ثانيا : الرسالة الإعلانية:

* إعداد وتحرير الرسالة الاعلانية:

ماذا يقصد بالرسالة الاعلانية؟ هي شرح الفكرة الرئيسية للاعلان او ما يريد المعلن ان يقوله للجمهور المستهدف او المرتقب عن المنتج .

ولابد من الاشارة في هذا السياق الى ان بناء واعداد الرسالة الاعلانية وتصميم الاعلان يتحددان في ضوء الوسيلة المستخدمة للاعلان، فبناء وصياغة الرسائل المطبوعة يختلف نسبياً عن بناء وصياغة الرسائل التي تستخدم الوسائل المسموعة او المرئية او الاعلان المباشر.

* الابتكار وتحرير الرسالة الاعلانية
* مداخل بناء الافكار الاعلانية: تتكون من فقرة او عدة فقرات، وتتضمن الفكرة الرئيسة للإعلان المطلوب توصيلها الى القراء والمستهلكين، وقد تتكون الرسالة الاعلانية من كلمة او كلمتين، أو جملة مصاغة بطريقة معينة.
* هيكل الرسالة الاعلانية: والمقصود بهيكل الرسالة هنا الجسم المبنى على مجموعة من العناصر الرئيسة المكونة للرسالة سواء كانت الرسالة مطبوعة او مسموعة او مرئية فمن الضروري توافر عناصر عدة رئيسة تكون هيكلها كما يلي:
* التقديم : يعكس الفكرة التي تحتويها الرسالة الاعلانية والتي يمكن التعبير عنها في العنوان الرئيسي والعناوين الفرعية.
* العنوان الرئيس ويشمل على وعد المستهلك بتحقيق منفعة معينة.
* العنوان الفرعي: وظيفته الرئيسية ايجاد صلة بين العنوان الرئيسي والنص الاعلاني كما يستخدم للتأكيد على نقاط بيعية او نقل القارئ او المشاهد من فقرة الى اخرى فمثلا :-

راني (عنوان) رئيسي اشرب وانتعش عنوان فرعي عصير طبيعي فاخر. زين العراق (عنوان رئيسي) مع زين العراق وبس ( عنوان فرعي) اتصال محلي دولي.

* النص (مضمون الرسالة: يجب ان يحتوي على معلومات تفصيلية عن السلعة وخصائصها كما يجب ان يتضمن على شرح للمنافع التي ستعود على مستخدميها والتي يمكن أن تخلق الرغبة لدى المستهلك المرتقب لتجربة السلعة.
* البرهان والاثبات .
* الانهاء