

الاستاذة : ريغي أسماء

مقياس:إشهار

المحاضرة الثانية:ظهور و تطور الاشهار:

الاشهار ليس وليد الحضارة المعاصرة حيث كان هناك في التاريخ ما يثبت أن الانسان في رحلته الطويلة بحثا عن وسائل العيش و تحسينها، فقد عثر في شمال افريقيا على صفائح من فضة تحمل صورا لنبات عشبي كان شائعا في علاج عدة أمراض وكان الهدف من هذه الصفائح اقناع الناس باقتنائه.

في بابل كشفت كتابات يمتد تاريخها الى 500 الف سنة تمجد أحد الصناع و تعلي من شأنه،كما ازدهرت الاسواق الصينية في القرن الثامن قبل الميلاد حركات اشهارية كانت تقدم على شكل أنغام معزوفة على الناي.

أما في التراث الاسلامي القديم من خلال التجارة بالماء ،دون ان ننسى حكايات البراح ودوره في الترويج للسلع و الخدمات في القرى و الارياف و الاسواق النائية.

في القرن 17ظهر الاشهار المطبوع بامكانيات فنية وذلك بتطور فن الخط مع الانجليزي REVEL اض يعتبر أو من أسس وحدة صغيرة لتشكيل اللافتات الاشهارية.

أما في فرنسا فق قام تيو فاست غنودو و بالتحديد سنة 1630 بفتح مكتب لبيع المعلومات و الأخبار و استقبال و ارسال الرسائل - شبيهة بوكالة الانباء الحالية-كما عمل على تصميم اشهارات صغيرة على أوراق منفردة لترويج جريدته LA gazette de France .

و بعدما أنجزت النهضة الأوربية الحديثة أخر حلقاتها المتمثلة في الثورة الصناعية في القرن 19 ظهرت الاشهار التجاري خاصة في اوربا و أمريكا الشمالية .حيث أصدرت الولايات المتحدة

الامريكية أو جريدة متخصصة في الاشهار كما تم فتح في فيلادلفيا أو وكالة اشهارية.وفي القرن 20 دخل الى الراديو و التلفزيون.

### خصائص الاشهار و الأصول التي يقوم عليها:

- \* الاشهار عبارة عن اتصال جماهيري بما أنه ينشر و يبث في وسيلة جماهيرية .
- \* عملية أو نظام اتصالي يحتوي على جميع عناصر العملية الاتصالية.
- \* هو مضمون اعلامي هدفه التأثير و الاقناع في وقت قصير يتراوح ما بين 25 و 30 ثانية في السمعي او السمعي البصري أما المكتوب حسب المساحة الورقية.
- \* انه نشاط فني ابداعي ،اجتماعي ثقافي،سياسي ينقل لنا أنماط و عادات و تقاليد .
- \* انتاج اعلامي ،المقصود من ورائه الربح فهو سلعة يجب أن تشتري.

### الأصول أو الضوابط التي يقوم عليها الاشهار:

- الاعتماد على الاسلوب العلمي.
- المصادقية.
- التوافق و عدم التصادم مع الدين، الاعراف و التقاليد.
- الوصول الى أكبر عدد من المتلقين.
- عدم التغيرير:يعني الخداع بالباطل و التعريض للهلاك بوعود كاذبة لا تتحقق عن الممارسة العملية عند التمكن من السلعة أو الخدمة.
- بناء الثقة.
- الاقناع.