[](https://www.alloschool.com/) « [ اﻟﻠﻐﺔ اﻟﻌﺮﺑﻴﺔ: اﻷوﻟﻰ ﺑﺎﻛﺎﻟﻮرﻳﺎ ﻋﻠﻮم رﻳﺎﺿﻴﺔ](https://www.alloschool.com/course/allgha-alarbia-alaola-bakaloria-alom-riadhia) « [دروس اﻟﻨﺼﻮص : اﻟﺪورة اﻷوﻟﻰ](https://www.alloschool.com/course/allgha-alarbia-alaola-bakaloria-alom-riadhia#section-297) « [اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري - ﻣﺪﺧﻞ ﻣﻔﺎﻫﻴﻤﻲ](https://www.alloschool.com/element/79287)

# ﻣﻔﻬﻮم اﻹﺷﻬﺎر

اﻹﺷﻬﺎر ﻇﺎﻫﺮة ﺣﻀﺎرﻳﺔ ﻣﺮﺗﺒﻄﺔ ﺑﺎﻹﻧﺴﺎن ﺑﺎﻋﺘﺒﺎره ﻛﺎﺋﻨﺎ اﻗﺘﺼﺎدﻳﺎ، ﻳﻠﺰﻣﻪ اﻟﺒﺤﺚ ﻋﻦ اﻷﺳﺎﻟﻴﺐ اﻟﺘﻲ ﺗﻤﻜﻨﻪ ﻣﻦ ﺗﺴﻮﻳﻖ ﻣﻨﺘﺠﺎﺗﻪ واﺑﺘﻴﺎع

ﻣﺴﺘﻠﺰﻣﺎﺗﻪ ﻣﻦ اﻟﺒﻀﺎﺋﻊ واﻟﺨﺪﻣﺎت ﻓﻲ ﺳﻮق ﺗﻄﺒﻌﻪ اﻟﻮﻓﺮة واﻟﺘﻨﺎﻓﺲ اﻟﻤﺘﺮﺗﺐ ﻋﻠﻰ ﻫﺬه اﻟﻮﻓﺮة.

ﻓﺎﻹﺷﻬﺎر إذن وﻟﻴﺪ ﻇﺮوف اﻗﺘﺼﺎدﻳﺔ ﺗﺰدﻫﺮ ﻓﻴﻬﺎ اﻟﺘﺠﺎرة، وﺗﺠﻌﻞ اﻟﺘﺎﺟﺮ أو اﻟﻤﻨﺘﺞ ﻓﻲ ﺣﺎﺟﺔ إﻟﻰ اﻟﺒﺤﺚ ﻋﻦ اﻟﻮﺳﺎﺋﻞ واﻷﺳﺎﻟﻴﺐ اﻟﺘﻲ

ﺗﻤﻜﻨﻪ ﻣﻦ ﺑﻴﻊ ﺑﻀﺎﻋﺘﻪ أو ﺧﺪﻣﺎﺗﻪ ﻟﻠﻐﻴﺮ.

إﻧﻪ ﻋﻤﻠﻴﺔ ﺑﻴﻊ ﻣﻦ ﺷﺨﺺ أو ﺟﻤﺎﻋﺔ ﻟﻤﺸﺘﺮ ﻗﺪ ﻳﻜﻮن أﻳﻀﺎ ﻓﺮدا أو ﺟﻤﺎﻋﺔ، ﻟﻜﻦ ﻣﺠﺎل ﻋﻤﻠﻪ ﻳﻨﺤﺼﺮ ﻓﻲ ﻧﻘﻞ اﻟﺨﺒﺰ وﺧﻠﻖ اﻟﻤﻨﺎخ

ﻻﺳﺘﻘﺒﺎل وﻗﺒﻮل اﻟﻤﻨﺘﻮج اﻟﺬي ﻳﺘﻢ اﻹﻋﻼن ﻋﻨﻪ.

# اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري

ﻫﻮ ﻧﻮع ﻣﻦ أﻧﻮاع اﻟﺨﻄﺎﺑﺎت اﻟﻤﺴﺘﺨﺪﻣﺔ ﻓﻲ اﻟﻌﺪﻳﺪ ﻣﻦ اﻟﻤﺠﺎﻻت ﺳﻮا ًء اﻹﻋﻼﻣ ّﻴﺔ، أم اﻟﺘﺠﺎر ّﻳﺔ، أم اﻟﺘﻌﻠﻴﻤ ّﻴﺔ، وﻳﺴﺎﻫﻢ ﻓﻲ ﺗﻮﺿﻴﺢ

ب، أو

اﻟﻌﺪﻳﺪ ﻣﻦ اﻷﺷﻴﺎء اﻟﺘﻲ ﻟﻢ ﺗﻜﻦ ﻣﻌﺮوﻓ ًﺔ ﻋﻨﺪ اﻷﻓﺮاد اﻟﻤﺴﺘﻬﺪﻓﻴﻦ ﻣﻦ ﻫﺬا اﻟﺨﻄﺎب، و ُﻳﻌﺮف اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري أﻳﻀ ًﺎ ﺑﺄﻧﻪ ﻧﺺ ﻣﻜﺘﻮ

ٌﺔ ﻣﻦ اﻟﻔﻘﺮات اﻟﺘﻲ ﻳﺤﻔﻈﻬﺎ ﻓﺮ ٌد ﻣﺎ ﻣﻦ أﺟﻞ أن ﻳﻠﻘﻴﻬﺎ ﻋﻠﻰ ﻣﺴﺎﻣﻊ أﻓﺮا ٍد آﺧﺮﻳﻦ، وﻳﻌﺰز اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري اﻟﻘﻴﻢ اﻟ ُﻤﺮﺗﺒﻄ ِﺔ ﺑ ِﻪ ﻣﺠﻤﻮﻋ

ﻣﻦ اﻟﺨﻄﺎﺑﺎت ﻋﻠﻰ اﻟﺘﻘ ّﻴ ِﺪ ﺑﻘﻮاﻋﺪ اﻹﻟﻘﺎء اﻟﻠﻐﻮي اﻟﺴﻠﻴﻤﺔ ﺣﺘﻰ ﻳﺘﻤﻜ َﻦ ﻣﻦ

ﻛﺎﻟﻘﻴﻢ اﻻﺟﺘﻤﺎﻋﻴﺔ، واﻷﺧﻼﻗﻴﺔ، وﻳﺠﺐ أن ﻳﻌﺘﻤ َﺪ ﻫﺬا اﻟﻨﻮع

ب اﻹﺷﻬﺎري ﺑﺸﻜﻞٍ ﺻﺤﻴﺢ.

ﺗﺤﻘﻴﻖِ اﻷﻫﺪاف اﻟ ُﻤﺮﺗﺒﻄﺔ ﺑﺎﻟﺨﻄﺎ

# ﺧﺼﺎﺋﺺ اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري

ب ﻣﻦ اﻷﺳﺎﻟﻴﺐ اﻟﺘﻮﺿﻴﺤ ّﻴﺔ اﻟﻤﺴﺘﺨﺪﻣﺔ ﻓﻲ اﻟﺘﻌﺮﻳﻒ ﺑﺎﻷﺷﺨﺎص، واﻟﺴﻠﻊ، واﻟﺨﺪﻣﺎت، وﻏﻴﺮﻫﺎ ﻣﻦ اﻷﺷﻴﺎء اﻷﺧﺮى

ﻳﺼﻨﻒ ﻛﺄﺳﻠﻮ

اﻟﺘﻲ ﺗﻔﻴﺪ اﻟﻨﺎس.

 اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري - ﻣﺪﺧﻞ ﻣﻔﺎﻫﻴﻤﻲ

ﻳﻌﺘﺒﺮ وﺳﻴﻠ ًﺔ ﻣﻦ اﻟﻮﺳﺎﺋﻞ اﻟﻤﺴﺘﺨﺪﻣﺔ ﻓﻲ اﻟﺤﺪﻳﺚ ﻋﻦ ﺷﻲ ٍء ﻣﺎ، ﻋﻦ ﻃﺮﻳﻖ ﺗﻮﺿﻴﺢ ﻛﺎﻓﺔ اﻟﺘﻔﺎﺻﻴﻞ، واﻟﻤﻜ ّﻮﻧﺎت اﻟﺨﺎﺻﺔ ﺑﻪ.

ﻳﺸﻤﻞ ﻛﺎﻓﺔ اﻟﻮﺳﺎﺋﻞ اﻹﻋﻼﻣ ّﻴﺔ اﻟﻤﺴﺘﺨﺪﻣﺔ ﻓﻲ اﻹﻋﻼﻧﺎت اﻟﺘﺠﺎرﻳﺔ اﻟﻤﺮﺋ ّﻴﺔ، واﻟﻤﺴﻤﻮﻋﺔ.

ﻳﻌﺘﻤﺪ ﻋﻠﻰ اﺳﺘﺨﺪام اﻷدوات اﻟﺘﻲ ﺗﻌﺰز ﻣﻦ ﻧﺺ اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري ﻛﺎﻟﺼﻮر، واﻷﺻﻮات.

ﻳﻌﺪ ﻃﺮﻳﻘ ًﺔ ﻣﻦ اﻟﻄﺮق اﻟﻤﺴﺘﺨﺪﻣﺔ ﻓﻲ اﻻﺗﺼﺎل ﻣﻊ اﻟﺠﻤﻬﻮر، أو اﻷﻓﺮاد ﻣﻦ أﺟﻞ إرﺳﺎل ﻓﻜﺮ ٍة، أو ﺗﻮﺿﻴﺢ ﻣﻌﻠﻮﻣ ٍﺔ ﻣﻌ ّﻴﻨﺔ.

# أﻧﻮاع اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري

## اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري اﻷوﻟﻲ

ﻫﻮ اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري اﻟﺬي ﻳﺴﺘﺨﺪم ﻓﻲ اﻟﺘﻌﺮﻳﻒ ﺑﺸﻲ ٍء ﺟﺪﻳﺪ ﻏﻴﺮ ﻣﻌﺮوف ﻣﻦ ﻗﺒﻞ، وﻋﺎد ًة ﻻ ﻳﺤﺘﻮي ﻋﻠﻰ ﻛﺎﻓ ِﺔ اﻟﻤﻌﻠﻮﻣﺎت اﻟﻤﺘﻌ ّﻠﻘﺔ ﺑﺎﻟﻤﻮﺿﻮع اﻟﺮﺋﻴﺴ ّﻲ ﻟﻠﺨﻄﺎب، وذﻟﻚ ﻣﻦ أﺟﻞ ﺗﺤﻔﻴﺰ اﻷﻓﺮاد ﻟﻼﻫﺘﻤﺎم ﺑﻤﺘﺎﺑﻌﺘ ِﻪ ﻟﻤﻌﺮﻓﺔ ﻛﺎﻓﺔ اﻟﺘﻔﺎﺻﻴﻞ اﻷﺧﺮى، واﻟﻬﺪف ﻣﻦ ﻫﺬا اﻟﻨﻮع ﻣﻦ

اﻟﺨﻄﺎﺑﺎت زﻳﺎدة اﺳﺘﻬﻼك، أو اﺳﺘﺨﺪام اﻷﻓﺮاد ﻟﻠﺸﻲء اﻟﻤﺮﺗﺒﻂ ﺑﻤﻀﻤﻮن اﻟﺨﻄﺎب.

## اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري اﻟﺘﺬﻛﻴﺮي

ﻫﻮ اﻟﺨﻄﺎب اﻟﺬي ﻳﺬﻛﺮ اﻟﻨﺎس ﺑﺴﻠﻌ ٍﺔ، أو ﺧﺪﻣ ٍﺔ ﻣﻌﻴﻨﺔ، وﺧﺼﻮﺻ ًﺎ ﻓﻲ ﺣﺎل ﻣﻌﺎﻧﺎﺗﻬﺎ ﻣﻦ ﺗﺪﻫﻮ ٍر اﻗﺘﺼﺎديٍ ﻣﺮﺗﺒ ٍﻂ ﺑﻘﻠﺔ اﻟﻄﻠﺐ ﻋﻠﻴﻬﺎ، ﻓﺘﺴﻌﻰ اﻟﺸﺮﻛﺔ اﻟﻤﻨﺘﺠﺔ إﻟﻰ اﺳﺘﺨﺪام اﻟﺨﻄﺎب اﻟﺘﺬﻛﻴﺮي ﻛﻮﺳﻴﻠ ٍﺔ إﻋﻼﻧﻴ ٍﺔ ﻣﻦ أﺟﻞ ﺗﺬﻛﻴﺮ اﻷﻓﺮاد ﺑﻀﺮورة، وأﻫﻤﻴﺔ ﻫﺬه اﻟﺴﻠﻌﺔ، أو

اﻟﺨﺪﻣﺔ، وﻗﺪ ﻳﺘﻀﻤﻦ ﻫﺬا اﻟﺨﻄﺎب ﻣﺠﻤﻮﻋ ًﺔ ﻣﻦ اﻟﻌﺮوض اﻟﺠﺪﻳﺪة اﻟﺘﻲ ﺗﺴﺎﻫﻢ ﻓﻲ اﻟﻤﺴﺎﻋﺪة ﻋﻠﻰ زﻳﺎدة اﻟﻄﻠﺐ ﻣﺠﺪد ًا.

## اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري اﻟﺘﻨﺎﻓﺴﻲ

ﻫﻮ اﻟﺨﻄﺎب اﻟﺬي ﺗﺴﺘﺨﺪﻣﻪ ﻛﺎﻓﺔ اﻟﺸﺮﻛﺎت، واﻟﻤﺆﺳﺴﺎت اﻟﺘﺠﺎر ّﻳﺔ، واﻟﺨﺪﻣﻴﺔ اﻟﺘﻲ ﺗﻌﻤﻞ ﻓﻲ ﻣﺠﺎلٍ واﺣ ٍﺪ، ﻛﺎﻟﺸﺮﻛﺎت اﻟﺘﻲ ﺗﻘﺪم ﺧﺪﻣﺎت اﻻﺗﺼﺎﻻت، أو اﻟﺘﻲ ﺗﻨﺘﺞ اﻟﻤﺸﺮوﺑﺎت اﻟﻐﺎزﻳﺔ، ﻓﺘﺴﻌﻰ ﻫﺬه اﻟﺸﺮﻛﺎت إﻟﻰ اﺳﺘﺨﺪام ﺧﻄﺎﺑﺎت ﺗﺤﺘﻮي ﻋﻠﻰ ﻣﻤﻴﺰات ﺗﻨﺎﻓﺴ ّﻴﺔ، واﻟﻬﺪف ﻣﻨﻬﺎ

اﻟﻤﺤﺎﻓﻈﺔ ﻋﻠﻰ اﻟﻌﻤﻼء اﻟﺤﺎﻟﻴﻴﻦ، وﺟﺬب ﻋﻤﻼ ٍء ﺟﺪد.

## اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري اﻟ ُﻤﻘﺎرن

ﻫﻮ اﻟﺨﻄﺎب اﻟﺬي ﻳﺴﺎﻫﻢ ﻓﻲ ﺗﻌﺰﻳﺰ دور اﻟﺨﻄﺎب اﻟﺘﻨﺎﻓﺴ ّﻲ ﻓﻲ ﺳﻮق اﻟﻌﻤﻞ، واﻟﻬﺪف ﻣﻨﻪ وﺿﻊ ﻣﻘﺎرﻧﺔ ﺑﻴﻦ اﻟﺴﻠﻊ، واﻟﺨﺪﻣﺎت اﻟﺘﻲ ﺗﻌﻤﻞ ﻓﻲ ﻣﺠﺎلٍ ﻣﺘﺸﺎﺑﻪ، ﻣﺜﻞ: اﻹﻋﻼﻧﺎت اﻟﺘﺠﺎر ّﻳﺔ اﻟﺘﻲ ﺗﻬﺘﻢ ﺑﻤﺴﺎﺣﻴﻖ اﻟﻐﺴﻴﻞ ﻓﺘﻘﺎرن اﻟﺸﺮﻛﺔ ﻣﺪى ﻛﻔﺎءة وﻓﺎﻋﻠﻴﺔ اﻟﻤﺴﺤﻮق اﻟﺨﺎص ﺑﻬﺎ، ﻣﻊ

اﻟﻤﺴﺎﺣﻴﻖ اﻟﺘﺠﺎر ّﻳﺔ اﻷﺧﺮى.

# أﻫﺪاف اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري

ﻳﻬﺪف اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري إﻟﻰ ﺗﺤﻘﻴﻖ ﻣﺠﻤﻮﻋﺔ ﻣﻦ اﻷﻫﺪاف، وﻫﻲ:

ﺗﻨﺘﺠﻬﺎ

ﺗﺄﻣﻴﻦ اﻟ ّﺪﻋﺎﻳﺔ اﻟﻼزﻣﺔ ﻣﻦ أﺟﻞ اﻟﺤﺼﻮل ﻋﻠﻰ اﻟ ُﻤﺴﺘﻬﻠﻜﻴﻦ واﻟﻌﻤﻼء اﻟ ُﻤﻨﺎﺳﺒﻴﻦ ﻟﻨﺠﺎح ﺗﻘﺪﻳﻢ اﻟﺨﺪﻣﺎت أو ﺑﻴﻊ اﻟﺴﻠﻊ اﻟﺘﻲ

اﻟ ّﺸﺮﻛﺔ، وﺗﻄﺮﺣﻬﺎ ﻓﻲ اﻷﺳﻮاق.

ﺗﺴﺎﻋﺪ ﻋﻠﻰ اﺳﺘﻘﻄﺎب اﻟ ُﻤﺴﺘﻬﻠﻜﻴﻦ

اﻟ ُﻤﺴﺎﻫﻤﺔ ﻓﻲ ﺗﺨﻔﻴﺾ ﺗﻜﺎﻟﻴﻒ اﻹﻋﻼن، ﻣﻦ ﺧﻼل ﺻﻴﺎﻏﺔ ﻣﺠﻤﻮﻋﺔ ﻣﻦ اﻷﻓﻜﺎر اﻟ ُﻤﺴﺘﺤ َﺪﺛﺔ اﻟﺘﻲ

ﺑﺎﻻﻋﺘﻤﺎد ﻋﻠﻰ اﻟﻌﺪﻳﺪ ﻣﻦ اﻟﻮﺳﺎﺋﻞ اﻟﺤﺪﻳﺜﺔ واﻹﺑﺪاﻋ ّﻴﺔ ﻓﻲ اﻟ ّﺘﺴﻮﻳﻖ ﻟﻠ ُﻤﻨﺘﺠﺎت.

اﻻﺳﺘﻌﺎﻧﺔ ﺑﺂراء اﻟ ُﻤ َﺪ َراء واﻟﺨﺒﺮاء ﻓﻲ ﻣﺠﺎل اﻟ ّﺘﺴﻮﻳﻖ واﻹﺷﻬﺎر؛ ﻣ ّﻤﺎ ﻳﺴﺎﻫﻢ ﻓﻲ وﺿﻊ اﻟﺨﻄﻂ اﻻﺳﺘﺮاﺗﻴﺠ ّﻴﺔ اﻟ ُﻤﻨﺎﺳﺒﺔ ﻟﺘﻄﺒﻴﻖ

اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري، واﻟ ُﻤﺴﺎﻋﺪة ﻓﻲ ﺗﺤﻘﻴﻖ ﻫﺪﻓﻪ.

ﻳﺴﺎﻋﺪ ذﻟﻚ ﻓﻲ زﻳﺎدة ﺣﺠﻢ اﻻﺳﺘﺜﻤﺎرات، وﺗﻄﻮﻳﺮ اﻷداء

دﻋﻢ ﺗﻄ ّﻮر اﻟ ُﻤﺆ ّﺳﺴﺎت واﻟ ّﺸﺮﻛﺎت، وإﻧﺸﺎء ﻣﺠﻤﻮﻋﺔ ﻣﻦ اﻟ ّﺘﺤﺎﻟﻔﺎت ﺑﻴﻨﻬﺎ.

اﻟﻮﻇﻴﻔ ّﻲ ﻟﻬﺎ اﻟﺬي ﻳﻨﻌﻜﺲ إﻳﺠﺎﺑ ّﻴ ًﺎ ﻋﻠﻰ ﻧﺴﺒﺔ ﻃﻠﺐ اﻟ ُﻤﺴﺘﻬﻠﻜﻴﻦ ﻟﻠ ّﺴﻠﻊ واﻟﺨﺪﻣﺎت.

ﺧﻄﻂ

ﺗﻌﺰﻳﺰ ﻣﺼﺪاﻗ ّﻴﺔ اﻟ ّﺸﺮﻛﺔ ﻓﻲ ﻇ ّﻞ اﻟ ُﻤﻨﺎﻓﺴﺔ ﻣﻊ اﻟ ّﺸﺮﻛﺎت اﻷﺧﺮى؛ ﻷن اﻟﺨﻄﺎﺑﺎت اﻹﺷﻬﺎر ّﻳﺔ ﻋﻤﻮﻣ ًﺎ ﺗﺴﺘﻤ ّﺪ اﻟ ّﺪﻋﻢ اﻟﺨﺎص ﺑﻬﺎ ﻣﻦ

ﺗﻌﻠﻦ اﻟ ّﺸﺮﻛﺔ ﻋﻦ أﻓﻜﺎر ﺣﻘﻴﻘ ّﻴﺔ وﻗﺎﺑﻠﺔ ﻟﻠ ّﺘﻄﺒﻴﻖ؛ ﻋﻨﺪﻫﺎ

ﻣﻌ ّﻴﻨﺔ، ﻓﻌﻨﺪﻣﺎ

ًﺎ ﺧﻼل ﻓﺘﺮة زﻣﻨ ّﻴﺔ ﻣﺴﺒﻘ

اﻟﻌﻤﻞ اﻟﺘﻲ ﻳﺘ ﻢ اﻟ ّﺘﺨﻄﻴﻂ ﻟﻬﺎ

ﺗﺴﺘﻄﻴﻊ اﻟ ّﻨﺠﺎح ﻓﻲ ﻋﻤﻠﻬﺎ.