

## الفصل الرابع

تصور مقترح لنموذج الإستخدامات والإشبهات في مجال الإعلان

الصحفي

**من خلال هذا العرض لفصول هذا الكتاب يري الباحث أن هناك مجموعة من العوامل التي يجب أن يلتزم بها القائمين على صناعة الإعلان في مصر وهي :**

( ١ ) ضرورة الاهتمام بالإعلانات من قبل المعلنين ، والمؤسسات الصحفية ، والوكالات الإعلانية من حيث الشكل أى ؛ التوظيف الجيد للألوان ، والصور ، والحجم ، والعناصر المختلفة ومن حيث المضمون، أى : مخاطبتها لاحتياجاتهم ودوافعهم الحقيقية ومراعاتها لتقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم .

( ٢ ) استغلال الإعلانات كأدوات تربوية وتعليمية تساعد في جهود التنمية

( ٣ ) ضرورة توجيه الرسالة الإعلانية بشكل مباشر غير مغالى فيه أو مبهرج ، وأن يحتوى المعلومات التى يحتاجها القارئ ، وذلك لأنه أصبح ذكياً يعرف ماذا يريد بالضبط .

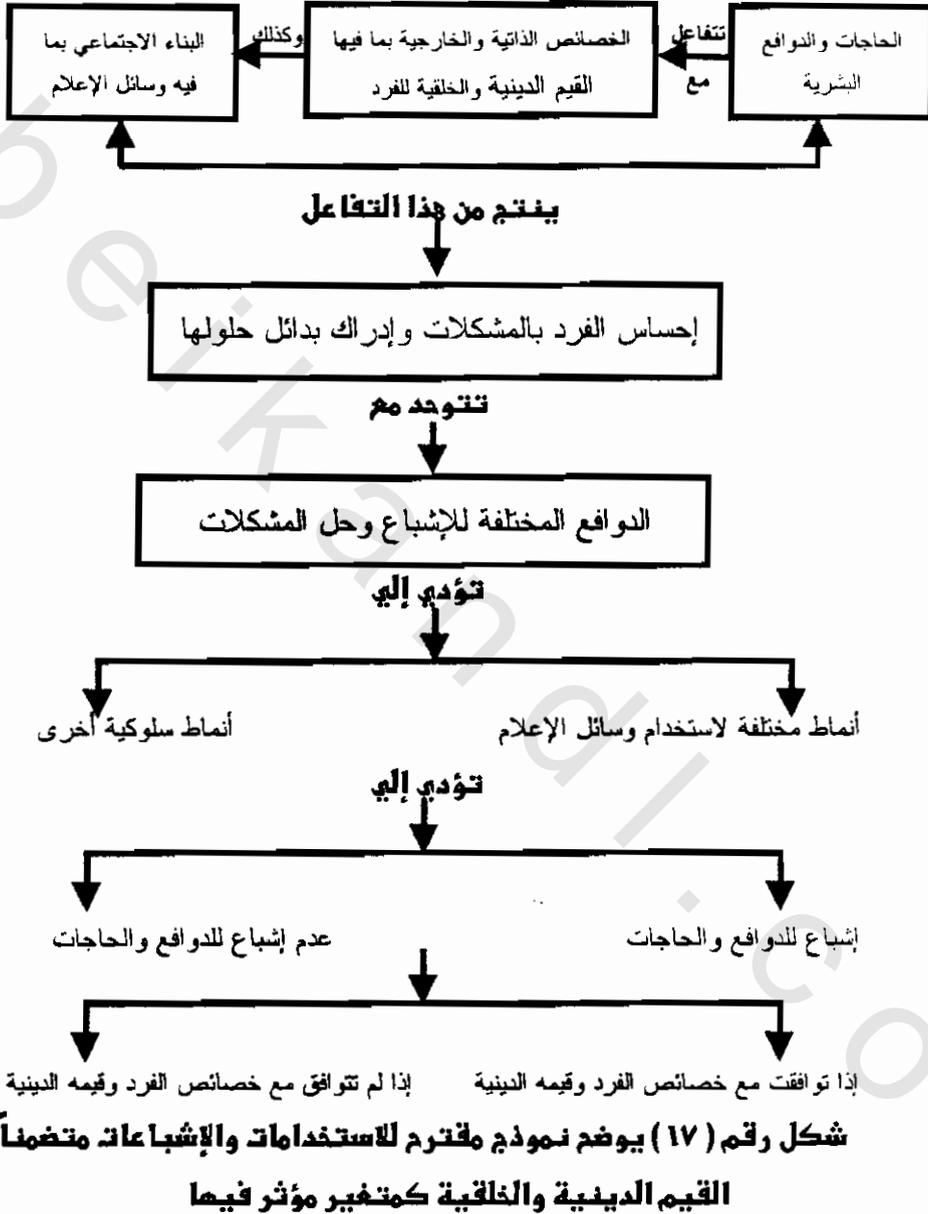
( ٤ ) ضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول استخدامات الجمهور للإعلانات الصحفية وإشباعاته المتحققة منها وذلك لترشيد استخدام الرسائل الإعلانية ، وتوجيهها عبر الوسائل التى يتعرض لها الجمهور المقصود ، حتى تحقق الإعلانات الصحفية أهدافها ، ولا تكون مجرد إنفاق ضائع لا مبرر منه .

( ٥ ) ضرورة اهتمام الاعلانات الصحفية بمتغير القيم الدينية والخلقية فى شكلها ومضمونها ، وضرورة اختباره من خلال الدراسات المستقبلية فى الاستخدامات والإشباعات على المضامين الإعلامية والإعلانية المختلفة.

وتبرز أهمية هذا المتغير فى هذا النوع من الدراسات ، حيث يتم توجيه الدوافع البشرية من خلال الرسائل الإعلانية توجيهاً خاطئاً وذلك باللعب على أوتار الجنس والعواطف واستغلال الكلمات والمرأة استغلالاً سيئاً قد يعكس على الإعلانات بالسلب ، - وأيضاً - ربما يؤثر فى جهود التنمية .

( ٦ ) ضرورة أن تقوم الجمعية المصرية للإعلان ، وجمعيات حماية المستهلك بدور نشط وفعال وأن يتم منحهما المزيد من التسهيلات لمراقبة النشاط الإعلاني ، ومحاسبة من لا يلتزم بشروط الإعلان الجيد شكلاً ومضموناً سواء كان المعلن أو المؤسسة الصحفية أو الوكالات الإعلانية .

وطرح الباحث تصوراً مقترحاً لما ينبغي أن يكون عليه نموذج الاستخدامات والإشباع في مجالات الإعلام عامة والإعلان الصحفي بصفة خاصة وذلك على النحو التالي :-



ويمكن التعبير عن هذا التصور في النموذج المقترح كما يأتي :

( ١ ) يبدأ النموذج بظهور الحاجات والدوافع التي تتفاعل مع خصائص الفرد الذاتية والخارجية ومنها قيمه الدينية والخلقية كأهم الأطر المرجعية التي تتكيف من خلالها دوافعه واحتياجاته ، وأيضاً البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه بناء وسائل الإعلام .

( ٢ ) خلال ذلك تظهر مشكلات للفرد يتراوح شعوره بها بين القوة والضعف ويبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة في محاولة للسلوك الذي يؤدي إلى الإشباع أو حل المشكلات .

( ٣ ) وفي إطار خصائص الفرد الذاتية والخارجية ، وقيمه الدينية والخلقية يظهر نمط استخدامه لوسائل الإعلام أو غيرها من السلوكيات في محاولة لإشباع هذه الحاجات أو حل المشكلات.

( ٤ ) يتم الإشباع إذا توافق مضمون الإعلام مع خصائص الفرد ، وقيمه الدينية والخلقية التي يؤمن بها ولا يتم إذا كان عكس ذلك .

من هذا المنطلق يجب أن تتناول الدراسات الإعلامية في مجال الاستخدامات والإشباع المتغير الخاص بالقيم الدينية والخلقية بالدراسة والتحليل لمعرفة مدى تأثيره .

حيث كشفت نتائج الدراسات العلمية عن أهمية التزام الإعلانات الصحفية بمتغير القيم الدينية والخلقية؛ لأنه يؤثر في استخدامات الجمهور لها وإشباعاته المتحققة منها بالإيجاب، إن التزمت الإعلانات به وبالسلب إن لم تلتزم.

ويستدعي ذلك من المؤسسات الصحفية ووكالات الإعلان والمعلنين الاهتمام بهذا المتغير عند تصميم وتحرير الرسائل الإعلامية .

والتصور المقترح يبنى لدى الباحث على فلسفة معينة ومجموعة من الأهداف والإجراءات والضمانات الكفيلة بتحقيقه وهي كما يلي :

### ( ١ ) فلسفة التصور المقترح لنموذج الاستخدامات والإشباعات:

يؤسس التصور الذي يقترحه الباحث لنموذج الاستخدامات والإشباعات على فلسفة تنطلق من أن - للإعلانات الصحفية غير الملتزمة شكلاً ومضموناً بالقيم الدينية والخلفية تأثيراً سلبياً في أفراد المجتمع المصري .

ولذلك يجب على إدارات المؤسسات الصحفية والجمعية المصرية للإعلان وجمعيات حماية المستهلك أن تقوم بدور فعال في مواجهة هذه الآثار السلبية ، ومحاسبة من يتعدى شروط وأداب الإعلان الجيد .

### ( ٢ ) دعائم فلسفة التصور المقترح :

وترتكز فلسفة التصور المقترح على مجموعة من الدعائم وهي كما يلي :

( ١ ) قيام الجمعية المصرية للإعلان بصياغة ميثاق الشرف المقترح لمهنة الإعلان وتحويله إلى أرض الواقع بتصديق نقابة الصحفيين والمجلس الأعلى للصحافة .

( ٢ ) قيام نقابة الصحفيين بدور فعال في هذا الشأن ومحاسبة أى جريدة أو مجلة تعلن عن أشياء ضارة بالدين والعقول والصحة العامة ، وذلك لأن الإعلان بهذه الصورة يسئ للصحافة المصرية لدى الجمهور .

( ٣ ) الاقتناع من قبل المعلنين والمؤسسات الصحفية ووكالات الإعلان بأن احترام الجمهور والصدق معه وعدم مداعبة غرائزه هو السبيل الوحيد لترويج السلع والخدمات ، وإلا سيظل الإعلان إنفاقاً ضائعاً لا مبرر منه .

(٤) استغلال التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الطباعة بالتأثير الإيجابي على القراء وإظهار المنتج والخدمة بالشكل اللائق دون إثارة لدوافع ورغبات شريرة قد تتعكس بالسلب على المنتج والخدمة والقارئ ، وبالتالي المجتمع كله .

### (٣) أهداف التصور المقترح لنموذج الاستخدامات والإشباعاات :

يستهدف الباحث من هذا التصور المقترح مجموعة من الأهداف وهي :

( أ ) الحد من الآثار السلبية للإعلانات الصحفية ( دينياً وفكرياً واجتماعياً واقتصادياً ) فهي أصبحت أداة تربوية مهمة ، ومن خلال بعض الممارسات الحالية غير الملتزمة شكلاً ومضموناً بالقيم الخلقية ، قد تؤثر بقيم جديدة لها انعكاسات سلبية في هذه المجالات المذكورة .

(ب) إقناع الأطراف المختلفة في مجال صناعة الإعلان من معطن ومؤسسة صحفية ووكالة إعلان؛ بضرورة القيام بهذا الدور للمحافظة على كيان المجتمع بعدم انفصامه بين قيم وأطر مرجعية يؤمن بها وقيم جديدة تطرح عليه من خلال الإعلان تصارعه وتشككه فيما يؤمن به.

( ج ) تحفيز هؤلاء الأطراف بضرورة الالتزام بمتغير القيم الدينية والخلقية في إعلاناتهم لتحقيق الهدف منها ، فالجمهور قد يقبل على الإعلانات المنيرة وتجذب انتباهه لكنها غير مؤثرة في قراره الشرائي ولا يحترمها لأنها لا تتفق وأطره المرجعية من قيم وأخلاقيات .

### (٤) إجراءات التصور المقترح :

يتطلب تحقيق أهداف التصور المقترح لنموذج الاستخدامات والإشباعاات قيام الأطراف المسؤولة عن صناعة الإعلان في مصر بمسئوليات محددة يقتنعون بها ، أو يفرضها عليهم المجتمع من خلال القانون وهي كما يلي : -

**أولاً : المؤسسة الصحفية :**

إن المؤسسة الصحفية رسالة قبل أن تكون صناعة ويصنفها علماء التربية بأنها من المؤسسات التعليمية والتربوية المهمة في المجتمع ، وبالتالي للمحافظة على هذا الدور الوظيفي يجب أن تقوم في مجال الإعلانات بما يلي :

( أ ) عدم الرضوخ لأي معلن لا يلتزم بشروط الإعلان مهما كانت إغراءاته المالية .

(ب) أن تلتزم المؤسسة سياسة تحريرية وإعلانية واضحة ، وأن تشير للإعلانات بأنها "إعلانات" لتمييزها عن التحرير ، وألا تخلط بين التحرير والإعلان حتى لا تخدع وتضل الجماهير .

(ج) مراقبة مندوبي الإعلانات ومحاسبتهم إن لم يلتزموا بأخلاقيات المؤسسة .

( د ) التحقق من السلعة أو الخدمة المعلن عنها ، "بالنسبة للسلع من خلال تحليل عينة منها في معامل وزارة الصحة والتموين قبل الإعلان عنها" ، وبالنسبة للخدمات وخاصة الإعلانات المبوبة كالعقارات والأراضى " التحقق من الأوراق الدالة على ملكية المعلن لها وذلك - أيضاً- قبل الإعلان عنه .

**ثانياً : المعلن :**

( أ ) أن يقتنع المعلن بأن الصندق أقرب الطرق للوصول إلى المستهلك والمحافظة عليه ليكون عميل دائم لمؤسته .

(ب) أن يحترم المعلن قيم وأخلاقيات المجتمع في إعلاناته تحريراً وإخراجاً ليحظى بثقة الجمهور واحترام المجتمع .

(ج) أن يقتنع بمسئوليته الاجتماعية تجاه المجتمع وأنه ابن من أبنائه يسعى لرفعته وتقدمه ويتحقق ذلك من خلال صياغة وتحرير رسالة ترويجية للسلع والخدمات وكذلك للقيم والأخلاقيات .

## ملحق إعلانات صحفية

( التعادلةية بين الدوافع والضوابط )

- إعلانات ملتزمة شكلاً ومضموناً .
- إعلانات غير ملتزمة شكلاً ومضموناً .

obbeikandi.com

مطبعة اقتصاديات الأهرام

# الأهرام

تحت إشراف وزارة الثقافة

يوزع مجاناً مع مجلة

- الأهرام المصري السبت ٧/٧
- الأهرام الاقتصادي الاثنين ٧/٩
- الأهرام الرياضي الأربعاء ٧/١٨

برعاية



Al-Ahram Station

إنتاج شركة انور (احمد عبده وشركاه) - توزيع شركة سيناد ١١٩ ٣٠٥٠

إعلان يستخدم الآيات القرآنية والشخصيات الإسلامية المستغفيرة

الأهرام ٢٠٠٣/٧/٥ م

بسم الله الرحمن الرحيم  
 "يا أيها الذين آمنوا هل أدلكم على تجارة تصحونكم من عذاب أليم  
 تؤمنون بالله ورسوله وتاهدون في سبيل الله بأمواتكم وأنفسكم  
 ذلكم خير لكم إن كنتم تعلمون" صدق الله العظيم

# لورد

شركة مصرية ١٠٥%

المساهمين و مجلس الإدارة

و جميع العاملين

استجابة لتداء الضمير بضرورة

دعم و مساندة الشعب الفلسطيني

من أجل رفع الظلم

والعانة عن شعب فلسطين

وتحرير المقاطعات الإسلامية والمسيحية

بشركة

مجموعة شركات لورد

بالتفعة الثانية وقدرها

تستحق حيازة مصرية

من خلال

الأحمر المصري

بفضل الله والوطن والقيامة

بفضل من يريد التعاون والتعاون

بفضل من يريد التعاون والتعاون

الأهرام ٢٠٠٢/٥/٩ م

بسم الله الرحمن الرحيم  
 "يخرج من بطوننا شراب  
 مختلف الؤاله فيه شفاء للناس"  
 صدق الله العظيم

# طبع الصحراء للأجبان والتوريدات

يسر الشركة: ان نعلن عن باكورة إنتاجها في السوق المصري  
 من عسل النحل الطبيعي  
 وذلك بعد التصاح الباهر في الأسواق  
 السعودية والإماراتية ودول الأتحاد الأوروبي

وان تقدم إنتاجها من العسل الجبلي:

- ١- عسل لعلاج السكر
- ٢- عسل لضبط الدم
- ٣- عسل للتهول اللازادي
- ٤- عسل هروس B
- ٥- عسل هروس C



- ٦- عسل لضبط الجنسي
- ٧- عسل لقوة الذكورة
- ٨- عسل للتشاهد والحيوية
- ٩- عسل لزيادة الوزن (التحافة)
- ١٠- عسل للتشميس
- ١١- عسل لفتح البشرة
- ١٢- عسل لعلاج حب الشباب
- ١٣- عسل لشدة التحمض
- ١٤- عسل الهالين السوزة

كما يوجد لدينا  
 جميع الأحجام  
 من العسل النحل الجبلي  
 الميشتي - اللبني

ولدينا أيضاً حبوب اللقاح  
 وغذاء ملكي طازج وجاف  
 ووردان

٣٦٩١١٣٣

محمول: ٠١٢٣٩٧٣٢ - ٠١٥٥٥٦٧ - ٠١٢٣٦٨٨٧١

الأهرام ٢٠٠٧/٧/٢٩ م



اكتشف نبيذ المسلة المصري أوبيليسك

إعلان عن خمور وكحوليات وقد حرمتها الأديان

منشور بمجلة روز اليوسف ١٢-١٨ فبراير ٢٠٠٢م العدد ٣٧٤٠ - الصفحة الخامسة والسبعون -

الصفحة الأخيرة

## دنيا الشباب بعد الخمسين مستشفى جراحات اليوم الواحد

(قسم جراحات التجميل)

قررت إدارة المستشفى

إدخال السرور "بهجة"

لجميع أصحاب

العمليات التالية:



• شد الوجه والرقبة

← قيمة العملية ٨٠٠٠

← الآن ٥٥٠٠

• شد الصدر

• تكبير الصدر

• تصغير الصدر



احتفظ  
بهذا الإعلان  
عند الكشف



شاملة  
الإقامة  
وبراعي الصيام  
عند الضرور

أخبار الحوادث - العدد ٥٣٨

السنة العاشرة - ٢٠٠٢/٥/١٦م - ص. ٢٥



هايز نقابل شاكيرا  
وفي نورينا...

اتصل بـ 1416

بالمسؤولين في مدينة

"Laundry Service"

وجوائز قيمة كثير

١٠٠٠ ١٠٠٠ ١٠٠٠

أخبار اليوم - الملحق الرياضي

السبت ٢٠٠٢/٦/١م - ص. ٧

إعلان إثارة وتوظيف لغرائز الشباب على حساب

الاهتمامات التسموية



ما العلاقة بين الصورة والسيارة

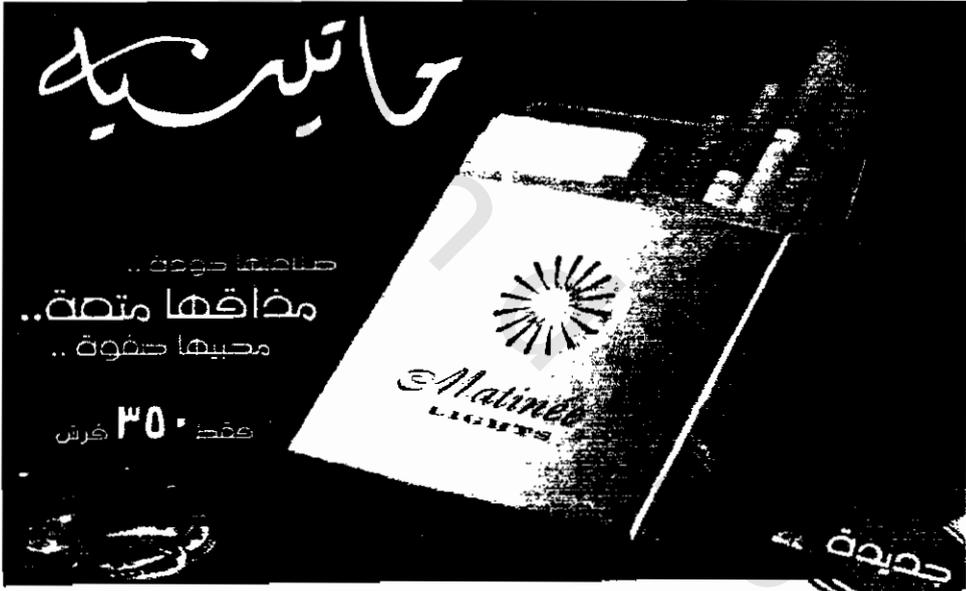
إثارة واستغلال للدوافع البشرية

صوت الأمة : الاثنين ٢٠٠٢/٩/٣م ص. ٢٦



أخبار اليوم - ملحق أخبار السيارات - ٢٥/٥/٢٠٠٢م - ص. ٩

إعلان عن سيارة باستخدام امرأة شبه عارية مما ينعكس بالسلب على المنتج والمجتمع



التدخين ضار جداً بالصحة

تولم لله الوقت حيث أنت ( مجاناً ) 0800 4443444

الأهرام ٢٣/٥/٢٠٠٢م

( إعلان عن السجائر - والمجتمع يحارب هذه العادة الضارة عبر برامج إعلامه )

والدين حرهما لأضرارها صحياً ومادياً

الأهرام - ٢٠٠١/٨/١٤ م - ص ٢٠

السيرج الكويستو سترالينج



**HIGH - CARE  
ZIMT - CREM**

• يهدئ مساحة الجسم ٢-٣ سم في ساعة  
• يهدئ فطرية كلف الجسم  
• مرطب طبيعي  
• يهدئ حساسية عند شراوك  
• خدمة التوصيل لجميع أنحاء الجمهورية

**HIGH CARE**  
٢/٦٣٧٧١٥٨ ت

الأهرام - السبت : ٢٠٠٢/٨/٣١

**لبعض الجمهور**

الجمهور المحترم،

أنا أكتب لكم هذه السطور لكي أعرفكم على بعض من أهم القضايا التي تواجهنا في هذه المرحلة الحرجة من تاريخنا، والتي تتطلب منا جميعاً أن نكون على قدر من المسؤولية والالتزام.

أنا أكتب لكم هذه السطور لكي أعرفكم على بعض من أهم القضايا التي تواجهنا في هذه المرحلة الحرجة من تاريخنا، والتي تتطلب منا جميعاً أن نكون على قدر من المسؤولية والالتزام.

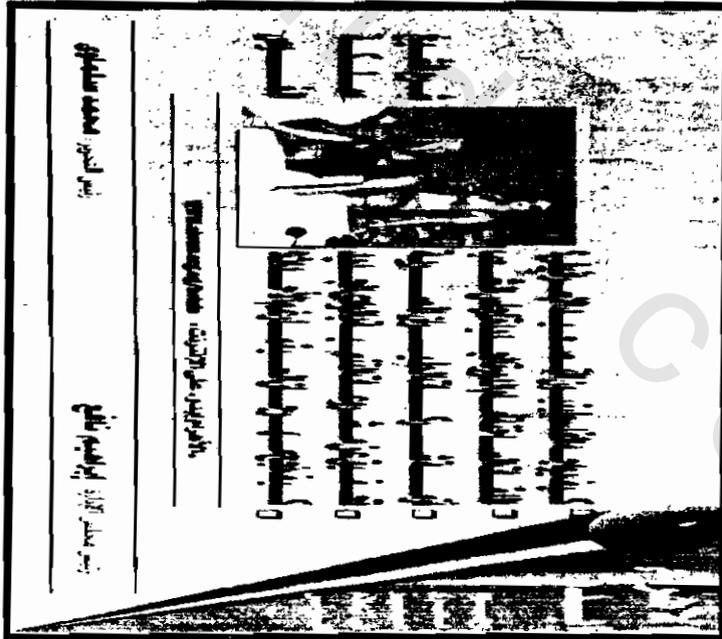
**عنات السمك**

الجمهور المحترم،

أنا أكتب لكم هذه السطور لكي أعرفكم على بعض من أهم القضايا التي تواجهنا في هذه المرحلة الحرجة من تاريخنا، والتي تتطلب منا جميعاً أن نكون على قدر من المسؤولية والالتزام.

مطبعة

**LEE**



الجمهور المحترم،

أنا أكتب لكم هذه السطور لكي أعرفكم على بعض من أهم القضايا التي تواجهنا في هذه المرحلة الحرجة من تاريخنا، والتي تتطلب منا جميعاً أن نكون على قدر من المسؤولية والالتزام.

أنا أكتب لكم هذه السطور لكي أعرفكم على بعض من أهم القضايا التي تواجهنا في هذه المرحلة الحرجة من تاريخنا، والتي تتطلب منا جميعاً أن نكون على قدر من المسؤولية والالتزام.

إعلان إجازة و لعب على أوتار المواقف  
البشرية .

جريدة الأهرام - السبت الموافق ٢٧/١٠