

المحاضرة الثالثة: الصورة الإشهارية

للصورة الإشهارية دور هام في جذب المتلقي ذهنيا ووجدانيا وحركيا والتأثير عليه واقناعه من أجل دفعه للقيام بفعل الشراء.

1- مفهوم الصورة الإشهارية:

هي تلك الصورة الإعلامية والإخبارية لإثارة المتلقي ذهنيا ووجدانيا والتأثير عليه حسيا وحركيا لدفعه قصد اقتناء سلعة أو منتج تجاري معين.

2- ظهور الصورة الإشهارية:

وقد ارتبطت الصورة الإشهارية بالرأسمالية الغربية منذ ق19 وازدهرت في القرن 20 مع تطور وسائل البث والإعلان ورقيا ورقميا، وقد ظهرت الصورة الإشهارية استجابة لمستلزمات اقتصاد السوق الذي يعتمد على الصناعة والفلاحة و التجارة.

وإذا كانت المجتمعات الاشتراكية والشيوعية واليسارية قد قامت على الشعارات السياسية الثورية أو ما يسمى بالصورة الإشهارية السياسية، فإن المجتمعات الغربية الرأسمالية قد أعطت اهتماما للصورة الإشهارية التجارية.

3- أوجه البلاغة في الصورة الإشهارية:

يعتبر "جاك دوران" أول من اهتم بدراسة البلاغة في الصورة الإشهارية ، إذ يعتبر أن الصورة تخضع لبعض قواعد البلاغة، فالصورة عنده مثل الجملة، ولا تقف البلاغة عند حدود النص المكتوب بل أن الصورة أيضا يمكن أن تتضمن أيضا أحداثا بلاغية على عكس ما كان سائدا عند البعض من أن البلاغة حكرا للغة، وأن الصورة هي نسق جد بدائي قياسا إلى اللغة، ويرى البعض الآخر أن الدلالة تستند ثراء الصورة الذي لا يمكن وصفه.