

## الصدمة في إعلان الخدمات العامة

أ. م. د. / سمر هاني السعيد أبو دنيا  
أستاذ مساعد - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - مصر

### ملخص البحث : Abstract

شهدت إعلانات الخدمات العامة الصادمة علي مستوي العديد من دول العالم خلال العقود القليلة الماضية انتشاراً و رواجاً كبيراً، فبدأ المعلنون ينظرون إليها علي أنها وسيلة فعالة يمكن عن طريقها لفت الانتباه والإقناع و التأثير، وذلك باستخدام الصور المروعة للتخويف أو الرسائل الجريئة أو الاستفزازية، ومع زيادة المنافسة في مجال الإعلان اتجهت الكثير من المنظمات الغير قابلة للربح إلي توظيف الصدمة في إعلاناتها، للرفع من تأثير وقوة الإعلان ولزيادة الوعي وتغيير السلوك حول القضايا الاجتماعية المختلف، وخاصة بالموضوعات المتعلقة بقضايا الصحة أو الوقاية من الإصابات مثل ضرورة ربط حزام الأمان أثناء القيادة ، والأمراض المنقولة عن طريق الاتصال الجنسي ونقص المناعة ( الايدز ) والتدخين أو القضايا الإنسانية مثل إساءة معاملة الأطفال أو العنف الأسري أو التحرش .

وقد ناقش رجال الإعلان والمسوقون والأطباء النفسيون وعلماء الاجتماع فاعلية الإعلان الصادم وقد وجدت آراء متضاربة حول فاعلية الإعلان الصادم فانقسمت الآراء مابين مؤيد ومعارض، ولأن العالم العربي أصبح مرشحاً لهذا النوع من الإعلان طالما أنه حقق توسعاً علي المستوي العالمي بشكل واضح، فمن هنا تظهر مشكلة البحث والتي يمكن تلخيصها في محاولة الاجابة علي التساؤل الآتي :

كيف يمكن الاستفادة من عنصر الصدمة في تصميم إعلان الخدمات العامة في مصر بشكل ناجح وفعال لتحقيق أعلى درجات جذب الانتباه إلي الإعلان و للتأثير والإبهار لتحقيق أهداف الإعلان ؟  
ويهدف البحث إلي لفت انتباه وتشجيع الجهات والمؤسسات المعنية بإعلانات الخدمات العامة بمصر، إلي إمكانية توظيف عنصر الصدمة في تصميم إعلان الخدمات العامة، وتقديم حلول لمشكلات المجتمع والتي تعتبر من أهم أهداف تلك الجهات والمؤسسات للاستحواذ علي عين و ذهن المتلقي لأطول فترة ممكنة لتحقيق الغرض من الإعلان .

ويتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي لبعض من نماذج إعلانات الخدمات العامة سواء العربية أو العالمية التي وظفت الصدمة في محاولة لإيجاد مجموعة من المعايير التي يتبعها مصمم الإعلان للوصول إلي إعلان ناجح باستخدام الصدمة يليه عمل استبيان علي نماذج إعلانية مصرية وأجنبية لنفس موضوع الإعلان ( أخطار التدخين ) للمقارنة بين قوة الصدمة المقدمة في النماذج الإعلانية المصرية والأجنبية والوقوف علي مدى تأثيرها علي المتلقي المصري .

وقد توصلت الدراسة إلي أن الإعلان الصادم هو سلاح ذو حدين فأحياناً يكون توظيف الصدمة في الإعلان مناسباً خاصة عند توظيفه حول مواضيع قضايا الصحة أو السلامة، وأحياناً يكون منفراً مع إحداث تأثير سلبي يترتب عليه تجنب العلامة التجارية.

### كلمات مفتاحية : Keywords

الإعلان الصادم Shockvertising - إعلان الخدمات العامة  
Public Service Advertising