الأنباء
الخميس 7 نوفمبر 2013

● رندى مرعي

اللواء فيصل الجزاف وماضي الخميس يتوسطان المكرمين في الحفل (هاني عبدالله)

صلاح المباركي متحدثا

خلال تمثيله وزير الإعلام ووزير الدولة لشؤون الشباب في الحفل الثاني لجائزة الإبداع الإعلاني

المباركي: الكويت احتلت المرتبة الرابعة عربياً في قطاع الإعلانات بحجم إنفاق يقدر بحوالي 969 مليون دولار لعام 2012

ماضي الخميس متحدثا

رئيس واعضاء الجمعية الدولية للاعلان (IAA)

تكريم الزميل فريد سلوم من «الانباء»

أكد وكيل وزارة الإعلام صلاح المباركي أن الوزارة تولي اهتماما كبيرا لعملية التسويق الذي يعتبر علامة فارقة لأي منتج وأي نشاط، لافتا الى حاجة الكويت لتسويق انشطتها الإعلامية والاعلانية، مشيرا إلى حرص وزير الاعلام على دعم هذا النوع من الأنشطة في الكويت خاصة أن هناك انشطة كثيرة تحتاج الى تغطية اعلانية وتسويق. كما عبر عن سروره بأن ترعى وزارة الاعلام الحفل الثاني لجائزة الإبداع الاعلاني الذي ينظمه الملتقى الاعلامي العربي بمبادرة، مضيفا ان الكويت تتميز بمستوى متقدم من الحرفية والحرية في جميع المجالات، لاسيما في مجال صناعة الدعاية والاعلان التجاري، مما يسمح للمبدعين في تلك المجالات بالتميز في ابتكاراتهم وانتاجهم الاعلامي، مشيرا الى ان حجم الانفاق الاعلاني لعام 2012 يقدر بحوالي 969 مليون دولار مما أهل الكويت لتحتل المرتبة الرابعة عربيا في هذا القطاع.

واشار المباركي، خلال تمثيله وزير الاعلام الشيخ سلمان الحمود في الحفل الثاني لجائزة الابداع الاعلاني الذي نظمه الملتقى الاعلامي العربي اول من امس بقاعة الراية، الى مدى مساهمة الاعلانات في خلق فرص عمل جديدة واطلاق عجلة الاقتصاد والنمو، والتعريف بثقافة المجتمع الكويتي وعاداته وكل قطاعاته المنتجة، وبالسياسات العامة التي تنتهجها الحكومة ومجلس الامة، مما يشجع المستثمرين على الاستثمار بالكويت والسياح على زيارة الكويت والذي يعكس صورة حضارية عنا لا يمكن الاستهانة بأهميتها.

ولفت الى أن فكرة اطلاق جائزة الابداع الاعلاني تأتي في توقيت مثالي حيث حاز مشروع البيئة الاعلامية مباركة مجلس الوزراء، والتي يدخل في اطارها الترويج لسياسات الدولة ومشاريعها على جميع الاصعدة، شأننا في ذلك شأن جميع الدول المتقدمة، حتى يطلع المواطن على الخدمات المقدمة من الدولة ونوعيتها ليصبح شريكا في نجاحها، داعيا جميع الشركات العالمية وكل الشركات المعلنة إلى الاخذ بعين الاعتبار ان تعكس اعلاناتهم قيم الكويت وقدرها وان تتوجه مباشرة بمسؤولية للمستهلكين، كما دعا الى التفكير بحملات دعائية لتعزيز المواطنة والمسؤولية المشتركة بين جميع فئات المجتمع ليصبح الاعلان حاملا لرسالة حضارية ووطنية ليست فقط تجارية، لأن الغاية من كل ذلك هي الرخاء المجتمعي ونوعية الخدمات والتميز والعطاء. واضاف المباركي انه لا مصداقية لأي جائزة من دون لجنة تحكيم متنوعة التخصصات ومتميزة بإبداعات افرادها وايضا موضوعيتهم، وهذا ما تتمتع به لجنة تحكيم هذه الجائزة والتي أوجه إليها أصدق التحيات، كما اهنئ جميع المشاركين على مساهماتهم في تحصين اقتصاد الكويت واكتشاف المواهب والترفيه عن المجتمع عسى ان يكون ذلك بداية خير للمجتمع كي نرفع اسم الكويت عاليا في جميع المجالات. من جهته، تحدث رئيس الجمعية الدولية للإعلان فارس بوحمد عن التطور الذي تشهده صناعة الاعلانات، وهذا ما شدد عليه المتحدثون في الحفل الذي اطلقته الجمعية العام الماضي في لندن ما يؤكد على عودة الثقة بصناعة الاعلام نفسه. وتحدث بوحمد في كلمته عن المشاكل التي تواجه الاعلام بشكل عام والاعلان بشكل خاص والتي يعمل القائمون على المجال الاعلاني على تقليصها. وقال ان الجمعية الدولية للاعلان في الكويت تبذل جهودا بهذا الاطار من خلال التثقيف الاعلامي، وتحدث عن مؤتمر الطالب المتدرب الذي سيقام في دبي في الثامن والتاسع من الشهر الجاري والذي سيضم خريجين جامعيين من الشرق الاوسط والعالم ليتعرفوا من خلاله على صناعة الاعلام وكيفية تطويره وتأثيره على الاقتصاد.

بدوره، قال امين عام الملتقى الاعلامي العربي ماضي الخميس إنه ليس أمرا سهلا أن تكون مؤثرا في الآخرين، وقادرا على إقناعهم بسلوك ما او التعاطف مع قضية أو شخص، أو شراء سلعة بعينها دون أخرى، وأن تمتلك القدرة على جذب انتباه الآخر، وتغيير رأيه وجعله يختار الطريق الذي تريد له أن يسير فيه، فتلك هي القدرة السحرية والموهبة الخطيرة التي ترتكز عليها صناعة الإعلان، انها القدرة على الإقناع باختصار شديد. فهناك العديد من التعريفات التي حاول من خلالها عدد من العلماء والباحثين تحديد مفهوم الدعاية والإعلان، فقد جاء في دائرة المعارف الفرنسية ان الإعلان هو «مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية وإقناعه بتميز منتجاتها والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليها»، في حين عرفته الجمعية الأميركية للتسويق بأنه - أي الإعلان - هو «مختلف الأنشطة التي تؤدي إلى نشر وإذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع أو خدمات، أو من أجل التقبل الطيب لأفكار أشخاص أو منشآت معلن عنها». ومن خلال تلك التعريفات يمكننا القول إن عماد هذه الصناعة وأساسها كامن في القدرة على الإقناع والتأثير في الآخر.

الخميس: «الدعاية والإعلان» لم تقف عند كونها مجرد فكرة إبداعية تخدم غرضاً وتسوق له بل توسعت وانتشرت وتمكنت لتكون علماً مستقلاً بذاته

وليد الخشتي من زين

ضاري حمد الوزان و نور حمد الوزان من circus bc

حسين قمر من بنك الخليج

الشيخة انتصار سالم العلي من وكالة نويري

سعيد زين الدين من وكالة هورايزون

نبيل توما من وكالة ميماك او جلفي

احمد العجوز من وكالة ام سي جروب

تكريم وكالة الوقع والصدى

هيثم حجي من شركة كافيار

اعضاء لجنة التحكيم (شارلي عماد ـ سيزار جهشان ـ ايلي ابو شعيا)

داود مجاعص من شركة فورفيلمز

سهيل عرابي من وكالة بايتس بان جلف