

النسق القيمي في الصور المصاحبة للإشهار

-دراسة تحليلية لعينة من الإشهارات في قنوات تلفزيونية عربية-

د.لمياء مرتاض-نفوسي جامعة مستغانم/الجزائر

مقدمة:

تحدث تغيرات في المجتمعات العربية تمس بناها الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، ويتحول من خلالها النسق القيمي الخاص بهذه المجتمعات. وهنا يتدخل الخطاب الإشهاري بما يفرزه من رموز ونسق قيمي يعكس ما يود القائم بالاتصال إيصاله للجمهور المشاهد. يُعتبر إنتاجا تجاريا يخضع لضوابط تسويقية، إعلاميا يخضع لمعايير تقنية وثقافيا يخضع لمحددات قيمية. لذلك، نجد بركته يركز على المتلقي، طبيعته، سماته وتوجهاته التي بدورها ستوجه مضمون الخطاب وتحدد معالمة. وتستخدم لأجل ذلك وسائل لجلبه وإقناعه. أضحت الصور الإشهارية تقتحم كل جوانب الحياة، حيث وُجد الفرد: الصحف، التلفزيون، الإنترنت، الشارع، المدرسة، كلها فضاءات تتكون فيها بشكل عام صور ذهنية توجه سلوكيات الأفراد نحو نمط معين مشبع بنسق قيمي خاص. غير أن الجديد في الإشهارات التي تُبث في بعض القنوات التلفزيونية العربية هو الصور الخاصة التي ترافقها بغية التأثير على المشاهد وتمير رسائل معينة. لهذه الصور دلالات معينة، نسق قيمي معين وإيديولوجية محددة باعتبار الأخيرة كممارسة لسلطة رمزية على الأفراد متجسدة في دراستنا هذه في تأثير الأفكار التي يتم بثها في قيم ومعتقدات الأفراد وتصرفاتهم من خلال الصور المصاحبة للإشهار. غير أن التأثير المرجو هو ليس من خلال الإشهار في حد ذاته، بل من خلال هذه الصور المصاحبة له والتي تُبث باستمرار وبشكل متكرر.

والتحدث عن الإشهار والصورة يستدعي بالتأكيد التحدث عن الاتصال ووظائفه.

- وظائف الاتصال:

الاتصال ليس بالظاهرة الجديدة. فقد وجد منذ الأزل بأساليب مختلفة، رافقته منذ فجر التاريخ. بدأ بالأساليب التقليدية التي استخدمها الإنسان للاتصال بذويه كضرورة اجتماعية كقرع الطبول، الحمام الزاجل، الدخان، إلخ... ثم، تطورت وانتشرت بشكل لم تشهده البشرية منذ اختراع وسائل الإعلام والاتصال التقليدية ثم الجديدة منها. إلا أن الاتصال كما كان عليه فهو يؤدي وظائف محددة في المجتمع، حيث يحدد Harold Lasswell في معالجة الظواهر الخاصة بالاتصال -مطبعا عليها المقاربة

الوظيفية-صيرورة الاتصال في المجتمع بثلاث وظائف أساسية:

-مراقبة المحيط، بكيفية جمع وبت المعلومات التي لها علاقة بالمحيط.

- ربط أجزاء المجتمع في استجابته للمحيط، بتقديم قواعد السلوك الملائمة كرد فعل على الأحداث الواقعة.

-نقل الإرث الثقافي من جيل إلى جيل".

وهكذا يرى Lasswell بأنه في عملية الاتصال، تتحقق عدة وظائف:

الأولى، تتعلق بمراقبة المحيط في جمع ونشر المعلومات التي لها علاقة بالأحداث التي تحدث في المجتمع، "بالكشف عما يمكن أن يهدد نسق قيمه وأجزاء منه.

أما الثانية فتتعلق بربط أجزاء المجتمع في استجابته للمحيط بوضع قاعدة للتصرف والتكيف مع الأحداث. وفي الأخير، تتعلق الوظيفة الثالثة بنقل الإرث الثقافي من جيل إلى جيل، حيث يخزن المجتمع قيمه ومعاييره بنقلها إلى الأجيال الأخرى، مما يؤدي إلى المحافظة على هذا الإرث.

ولا يجب النظر إلى هذه الوظائف "كل واحدة على حدة، ولكن في تكاملها تشكل نظاما في ذاته يؤدي وظائف معينة". ومن بين التقنيات التي يستخدمها القائم بالاتصال للتأثير أكثر على الجمهور المتلقي نجد الصورة التي تُستخدم لتمرير رسائل معينة، إذ يعتبرها Régis Debray وسيطا "من أهم وسائط الثورة الميديولوجية

- مكانة الصورة في وسائل الإعلام والاتصال:

للصورة تأثير قوي على المتلقي، وهي تحمل دلالات ومعان مختلفة، يستخدمها القائم بالاتصال للتأثير على الجمهور. هي مكان ظهور المعلومات. تتمثل وظيفتها الأساسية في أنها تخبرنا عن العالم بتقديم مجموعة من المعلومات عنه. تحتوي على أنساق من الدلالات. هي تشير إلى أشياء، مواضيع، أحاسيس، وهي بذلك تتكلم مكونة خطابا يجب تفكيكه إلى عناصره لإدراك معانيه. ومن بين رموز الصورة هناك الرمز الأيقوني الذي "يحدد علاقة الصورة بالواقع".

والأيقونة لا تقوم بوضع وصف لما يراد أيقنته فحسب، بل تسعى كذلك إلى "ترتيب هذه الصورة وتأويلها".

وقد تتعلق الأيقونة "بفرد أو بعصر أو خاصة بدين" عبر عرض تمثالات الصورة عند كل حالة في فترة زمنية معينة، ما يرمز إليه أفراد معينون، رسوم في فترة زمنية ما، وتأويل مواضيع دينية. بالرغم من المكانة التي احتلتها الصورة في التاريخ البشري، إلا أن هذا التأثير زاد حدة مع الثورة التكنولوجية على المستوى المعلوماتي إذ أنه "زادت من سلطة الصورة التحولات السريعة التي شهدتها مجال الاتصال الإعلامي والناجحة خصوصا عن تطور تقنيات التلفزيون التي فرضت مفهوم "الخبر المباشر" وتاليها سرعة البث وسرعة التلقي".

لقد كان للصورة عبر العصور التاريخية المختلفة تمثالات خاصة بها. غير أنه مع الثورة التقنية التي شهدتها وسائل الإعلام والاتصال سيما الجديدة منها فقد أضحت للصورة مكانة مميزة، سيما عند انتقال البشرية من المقروء إلى المرئي، الذي فتح عوالم جديدة يختلط فيها الزيف بالحقيقة والواقع بالخيال.

للصورة سلطة لا تضاهيها سلطة أخرى، هي مجال بسط الهيمنة، التحكم في المعلومة، في إنتاجها، توزيعها وحتى تلقيها.

- نتائج الدراسة:

سنحاول في هذا المقال تسليط الضوء على عينة من الإشهارات التي تُبث عبر القنوات التلفزيونية: الخاصة بالصور المصاحبة لإشهار (سواء قبل الإشهار أو بعده مباشرة) والتي تمت متابعتها من بداية جوان 2015 إلى غاية نهاية نوفمبر 2015 بغية توضيح القيم المراد تسييرها ووسائل الإقناع فيها باستخدام تقنية تحليل المحتوى. سيتم تحليل هذه الصور بتحديدنا للفئات التالية: فئة الموضوع، الأهداف، القيم وأساليب الإقناع.

1- فئة الموضوع:

تستهدف هذه الفئة الإجابة عن السؤال: حول ماذا يدور الموضوع؟

وتستخدم أساسا بغرض الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى بالمواضيع المختلفة. تُعتبر هذه الفئة أساسية يتم على أساسها تحديد الفئات الأخرى، ولا يمكن الانتقال إلى فئات أخرى بدون تحديد هذه الفئة. يجب أن يجدد الباحث حول ماذا يدور الموضوع في الوثيقة أو الوثائق. كما تساعد هذه الفئة "في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى" لتحديد اهتمامات القائم

بالاتصال ومعرفة طبيعة المواضيع المعروضة. في دراستنا، يتعلق الأمر باكتشاف ماهية الصور المصاحبة للإشهار بتحديد المواضيع التي تعرضها.

2- فئة الأهداف:

بمعنى ما هي الأهداف التي يسعى صاحب الخطاب أو الرسالة إلى تحقيقها من خلال رسالته؟ وهنا يتعلق الأمر بتحديد الغاية من بث الصور المصاحبة للإشهار في كل قناة تلفزيونية.

3- فئة القيم:

تستهدف الإجابة عن السؤال: "ما هي القيمة المراد إبرازها من خلال الاتصال؟" والقيمة لغة هي "ثمن الشيء بالتقويم. وهي الاستقامة، أي اعتدال الشيء واستواؤه." ويعتبرها عبد الرحمن عزري "بمناة الطاقة المعنوية الروحية الدافعة"، نحو سلوك يُراد سلكه. كما تُعتبر القيم "حقائق أساسية هامة في البناء الاجتماعي (...هي) عناصر بنائية تشتق أساسا من التفاعل الاجتماعي". والقيم على اختلاف المجتمعات هي خاصة بكل واحد منها، وهي "نسبية تتضمن بالإضافة إلى ذلك شحنة انفعالية، وتستدعي انتماء عاطفيا وأحاسيس قوية." لهذه الفئة أهمية كبرى تمكن الباحث من تصنيف المعتقدات والعادات سواء لدى الأفراد أو الجماعات، إن كانت جلية أو ضمنية داخل الوثيقة. وتُتخذ "أساسا لتخطيط السياسات الإعلامية أو الاستدلال عليها من خلال المحتوى." وقد قمنا بتحديد فئة القيم لمعرفة النسق القيمي المراد تمريره عبر الصور المصاحبة للإشهار.

4- فئة وسائل الإقناع:

أي ما الذي يقترحه المؤلف من طرق عمل لبلوغ هذه القيمة أو تلك؟ تهديد، إقناع، قوة، حوار... وتُسمى كذلك بفئة طرق تحقيق الأهداف أو فئة الأساليب. تجيب هذه الفئة عن السؤال: ما هي الأساليب المستخدمة لتحقيق الأهداف؟ هنا، سي طرح الباحث السؤال: كيف؟ بمعنى تحديد الوسائل التي استخدمها القائم بالاتصال لإخراج الومضة الإشهارية، بالبحث في "شكل البلاغ ذاته وطبيعته في الوصول إلى المستقبل، وما هو السند الذي يعتمد عليه لتحقيق هدفه المرسوم." وهنا، نستخدم فئة وسائل الإقناع لمعرفة الوسائل التي استخدمها القائم بالاتصال لإقناع المتلقي من خلال توظيفه لمجموعة من الصور. فالصورة تحاطب العواطف، اللاشعور والوجدان. وحتى نبين دلالة الصور المصاحبة للإشهار، قمنا بتحليل محتوى عينة منها تم بثها في القنوات التلفزيونية العربية التالية: 2m، Dudai، أبو ظبي الأولى وأبو ظبي دراما** و Nessma. هذه الصور تبث منذ مدة طويلة في هذه القنوات التلفزيونية. غير أن في قناتي: أبو ظبي الأولى ودراما فهناك صور خاصة تظهر في مناسبات خاصة، وليست هي دائما نفس الصور.

| القناة | الصور(المواضيع المعروضة) | الأهداف | القيم | وسائل الإقناع |
|--------|--|----------------------|---|--|
| 2m | 1-شاب يرقص "المهيبوب" 2-شيخ وهو يلبس اللباس التقليدي المغربي وهو يستخدم الهاتف النقال 3-عائلة متكونة من الوالدين وثلاثة أطفال والكل فرح 4-امرأتان: الأولى وهي تلبس الحجاب والثانية فلا تضعه وهما تحملان أغراضا قامت بشراؤها 5-رجل مرتد العباءة المغربية مع ابنه وهما يلبسان البذلة العصرية 6-رجلان وهما يرقصان "المهيبوب": أحدهما شاب والآخر مسن 7-صورة لامرأتين اثنتين: الأولى من الصحراء الغربية، والثانية مرتدية الزي "البربري" وهما مع | الحث على الاندماج | الانسجام- التلاحم- الاختلاف- السعادة- التفاهم- الاندماج- | استظهار الاختلافات والتفاهم السائد بين الأفراد |

| | | | | |
|----------------|---|---|---|---|
| | | | <p>بعض جنباً إلى جنب</p> <p>8-رجلان يلعبان الشطرنج في وئام: أحدهما وهو يلبس لباساً عصرياً. أما الآخرون فيرتدي الزي التقليدي المغربي</p> <p>9-صورة أم مع ابنها وهي تحمل الكمبيوتر المحمول والابن منهمك في شرح كيفية استخدامه</p> | |
| أبو ظبي الأولى | - في شهر رمضان *** : 1-مساعدة امرأة مسنة على تجاوز الطريق 2-مساعدة رجل مسن على جر عربته 3-عمل جماعي لتنظيف الحي وطلاء جدرانها 4-بعد قتل 65 إماراتياً في معركة ضد الحوثيين: عرض قصيدة شعرية باللغة العربية الفصحى **** | الحث على المواطنة والتلاحم | التلاحم الاجتماعي - المواطنة | استظهار العلم الإماراتي |
| أبو ظبي دراما | - في شهر رمضان: 1-مساعدة امرأة مسنة على تجاوز الطريق 2-مساعدة رجل مسن على جر عربته 3-عمل جماعي لتنظيف الحي وطلاء جدرانها 4-بعد قتل 65 إماراتياً في معركة ضد الحوثيين: عرض قصيدة شعرية باللغة العربية الفصحى | الحث على المواطنة والتلاحم | التلاحم الاجتماعي - المواطنة | استظهار العلم الإماراتي - |
| Duba i | 1-امرأة وهي تقود دراجة نارية بأقصى سرعة، مجتازة البحر، ومتسلقة ناطحات السحاب لتصل إلى السماء 2-امرأة طويلة وهي تشاهد المدينة ليلاً حيث الطرق السريعة والأضواء البراقة التي تعم المدينة 4-صورة امرأة يرافقتها رجل آلي وهما يستمتعان بالمدينة ليلاً 5-رجال يلعبون "العباب بملوانية في ارتفاع كبير عن الأرض وهما في وضعية متناسقة 6-رجال ونساء يطبرون في الفضاء وفي علو كبير بدون مظلات تُستعرض فيه ناطحات السحاب في الإمارات العربية المتحدة والبنائات ذات الهندسة المعقدة والفريدة من نوعها مع تناغم مع ألوان باهية. 7-صورة شيخ يصنع شبكة، بنت تقبل أمها، شاب يقبل يد والده، استظهار سيارة شرطة تقوم بمناوبة ليلية واستظهار العلم الإماراتي 8-فتاة مع أمها وهي تضع لها حلي تقليدية 9-طفل في مسرح وهو يحمل لعبة لرجل آلي صغير استطاع أن يتحكم فيها في الأخير 10-طاقم طبي وهو يناقش وضع جنين والوالدان سعيدان لرؤية ذلك 11- قصيدة من الشعر النبطي تمجد الإمارات ورجالها ***** | الحث على البحث العلمي - المواطنة والتلاحم | السرعة - التحكم في الأمر - الانسجام - الحداثة - الجمال - الأصالة - | استظهار العلم الإماراتي - استظهار الفن المعماري الإماراتي |
| Ness ma | -صورة تحمل شعار "نسمة قناة العائلة" | الحث على المواطنة والتلاحم | المواطنة - التلاحم الاجتماعي | شعار القناة الوحدوي والتلاحمي |

- مناقشة النتائج:

بعد قراءتنا للجدول أعلاه، سنعرض أهم النتائج المستنبطة من خلاله والتي تخص طبيعة الصور المرافقة للإشهار التي تم تحليلها والتي سيتم على أساسها تحديد فئة الموضوع، ثم تحديد فئة الأهداف المرجوة عبر عرض هذه الصور، فالتقييم المتضمنة، وفي الأخير عرض الأساليب الإقناعية المستخدمة فيها.

- فيما يخص الصور المصاحبة للإشهار في قناة 2m :

تدعو كل الصور المصاحبة للإشهار التي تبث على القناة التلفزيونية 2m إلى الاندماج، إدماج الأقليات، الاختلافات، هذا الإدماج يحدد "حركة الفرد أو الأفراد نحو الجماعة".

هذا الاندماج يجب أن يتم مهما كانت الفوارق الاجتماعية، العرقية، الثقافية وحتى الصراع بين الأجيال.

يتم ذلك عبر بث صور تعكس تماثلات خاصة بالمجتمع المغربي، باختلافاته التي يريد القائم بالاتصال استظهارها عبر صور: شاب يرقص الهيبهوب؛ شيخ وهو يلبس اللباس التقليدي المغربي وهو يستخدم الهاتف النقال؛ عائلة متكونة من الوالدين وثلاثة أطفال والكل فرح؛ رجل وهو يرتدي هنداما تقليديا مغربيا وآخر معه يرتدي هنداما عصريا؛ أب يرتدي الهندام المغربي التقليدي مع ابنه وهما يرتديان الزي العصري؛ أم تبدو أمية مع ابنها وهو يطلعها على محتويات الكمبيوتر؛ امرأتان: الأولى وهي تلبس الحجاب والثانية فلا تضعه وهما تحملان أغراضا متنوعة؛ رجلا وهما يرقصان "الهيبهوب": أحدهما شاب والآخر مسن؛ وصورة لامرأتين اثنتين: الأولى من الصحراء الغربية، والثانية مرتدية الزي "البربري" وهما مع بعض جنبا إلى جنب. كلها صور تنم عن تناقضات موجودة في كل المجتمعات وأخرى خاصة بالمجتمع المغربي والتي يمكن امتصاصها من خلال نسق قيمي خاص يحوي على قيم: التلاحم، الاختلاف، السعادة، التفاهم، الاندماج. فبإمكان الكل أن يتفاهم، أن يتلاحم، أن يندمج في المجتمع المغربي ليعم السلم والسعادة.

ووسائل الإقناع المستخدمة لتمرير هذه القيم وتحقيق الهدف المنشود من خلال بث هذه الصور المصاحبة للإشهار في هذه القناة التلفزيونية تتمثل في استظهار الاختلافات والتفاهم والسعادة التي يمكن أن تعم إن تم ذلك.

- فيما يخص الصور المصاحبة للإشهار في قناة Dubai :

تحت الصور المصاحبة للإشهار في قناة Dubai على البحث العلمي والبناء الحديث، من خلال استظهار صور معمارية وفنية راقية ومصممة بشكل هندسي حديث يجمع بين أناقة البناء والأضواء اللامعة في كل المدينة، في فن معماري متميز. هذا ما دعت إليه معظم الصور المصاحبة للإشهار في هذه القناة.

يعبر الفن المعماري عن درجة تقدم المجتمع في هذا المجال، حيث تطورت أساليب البناء واخترت أدوات ومواد جديدة للبناء، وأصبحت المدن تتباهى بناطحات السحاب والبنائات ذات الشكل الهندسي المعقد الذي استحال إلى وقت قريب تحقيقه.

وبذلك، فقد تجسدت "معالم الحداثة في فن العمارة حينما استجدت طرق جديدة في تصنيع الحديد الصلب، وظهرت أولى محصلاته في تصميم الجسور والبيوت الزجاجية في إنجلترا وألمانيا وفرنسا وغيرها".

لم يعد يُنظر للبيت كمجرد مأوى يقي من الحر والبرد والمطر، كتجسيد لذلك الحلم في تحقيق منزل يؤدي هذه الوظيفة بالتأكيد، بل أضحى كذلك يحقق وظيفة جمالية وجودية، تتحقق بذلك المزج بين الخارج والداخل، بإدخال النور على كل ركن في البيت، يبقى متواجدا من الصباح إلى غروب الشمس، عاكسا النور الرياني في كل رقعة منه، وكأن هذه المنازل هي امتداد للفن المعماري الذي كان متبعا لبناء الكنائس والذي كان يحرص فيه المصممون على عنصر أساسي ألا وهو الاعتماد على وضع الكثير من النوافذ وتزيينها بزجاج مختلف الألوان لكي يتفاعل عند سقوط ضوء النهار عليه، وكأن هذه الكنائس تعكس النور الرياني داخلها فينبهر الزائر بهذا الجمال.

وامتد هذا التصور إلى يومنا هذا في أكبر الدول العربية ليتجسد في منازل الأثرياء بما تحويه من زجاج يحافظ على تواجد النور فيها كمناطحات السحاب بأمريكا والفندق الزجاجي بتركيا.

وتمتد هذا المنطق في أيامنا إلى البلدان العربية حيث يتجسد في البناءات الإدارية وحتى الشقق الخاصة التي تحويها العمارات العملاقة ذات الزجاج البراق والتي لا تحافظ البتة على أصالة هذه البلدان وخصوصيتها، محطة ما بقي من تاريخها الهش باسم الحداثة والتقدم.

ونجد نماذج عن هذه البناءات في دول الخليج وبوجه الخصوص بالإمارات العربية المتحدة التي تبدو من خلال برج العرب أو Capital gate أنها تتحدى الطبيعة وحتى الزمن والمكان بتلك الهندسة الفريدة المتميزة متحديّة تغير درجات الحرارة واتجاه وشدة الرياح في هذه البيئة المقفرة. وقد قام برفع هذا التحدي مهندسون من تخصصات وجنسيات مختلفة قاموا بإنجاز هذه الأعمال المعمارية. غير أننا نتساءل: هل لهذه البناءات منفعة أم أنها مجرد ترف وكأن القائمين عليها يودون من خلالها إبراز رمز الترف والمال والجاه والسلطة والتحكم التكنولوجي؟

تتجسد معالم الحداثة في فن العمارة من خلال تصميم الجسور والبيوت الزجاجية. ولكن، هل ذلك كاف للاعتقاد بأن مجتمعا ما قد وصل إلى أوج الحضارة؟

ربط ابن خلدون الحضارة ببعض الصفات التي يتسم بها أهل الحضرة مؤكدا على أن حياتهم تتسم بالترف والجري وراء الكماليات وأشكال الحياة المادية. كما أن الذي يميز المدينة حسب رأيه هو بناء المنازل الكبيرة والتخطيط لبنائها وكذلك تنوع الصناعات. أما مالك بن نبي فيتصور أنه لتكوين حضارة يجب توفر ثلاثة عناصر: الإنسان، التراب والوقت، ولكن شريطة إيجاد العلاقة الضرورية بين هذه العناصر. الإنسان الذي يعنيه مالك بن نبي هو ذلك الذي بقدرته تحريك التاريخ، من خلال حمله لمشروع مجتمع يريد تحقيقه، من خلال أفكار ستتحرك هذا المجتمع وترتقي به. أما عنصر التراب فهو مرتبط بالاهتمام بطبيعته وقيّمته لدى أفراد المجتمع. وفي الأخير، يكون عنصر الوقت عنصرا مهما في بناء الحضارة إذا استُغل بشكل عقلائي.

فلا تقتصر الحضارة على مجرد الزينة والزخرفة كما يحدث حاليا في بعض البلدان العربية. فبدل البحث عن العناصر الضرورية لتشييد الحضارة من خلال مشاريع تنموية تأخذ بالحسبان الموارد البشرية، وباستثمار الأفكار المحلية، قمنا فقط بتكديس منتجات الحضارة كمجرد زينة تنباهي بما أمام المجتمعات الأخرى متناسين أمورا أهم منها، معتقدين أنه بذلك الأمر سنرتقي بمجتمعاتنا. غير أن نماذج البناءات الحديثة هذه التي غزت المدينة العربية تأتي على أنقاد الطراز العربي العريق، فتحتطمه باسم عولمة العمران والرقى بالمدينة العربية.

تتجسد معالم الحداثة في فن العمارة من خلال تصميم الجسور والبيوت الزجاجية. ولكن، هل ذلك كاف للاعتقاد بأن مجتمعا ما قد وصل إلى أوج الحضارة؟

ربط ابن خلدون الحضارة ببعض الصفات التي يتسم بها أهل الحضرة مؤكدا على أن حياتهم تتسم بالترف والجري وراء الكماليات وأشكال الحياة المادية. كما أن الذي يميز المدينة حسب رأيه هو بناء المنازل الكبيرة والتخطيط لبنائها وكذلك تنوع الصناعات. أما مالك بن نبي فيتصور أنه لتكوين حضارة يجب توفر ثلاثة عناصر: الإنسان، التراب والوقت، ولكن شريطة إيجاد العلاقة الضرورية بين هذه العناصر. الإنسان الذي يعنيه مالك بن نبي هو ذلك الذي بقدرته تحريك التاريخ، من خلال حمله لمشروع مجتمع يريد تحقيقه، من خلال أفكار ستتحرك هذا المجتمع وترتقي به. أما عنصر التراب فهو مرتبط بالاهتمام بطبيعته وقيّمته لدى أفراد المجتمع. وفي الأخير، يكون عنصر الوقت عنصرا مهما في بناء الحضارة إذا استُغل بشكل عقلائي.

فمن بين خصائص العمارة الحديثة وجود "هياكل من الخرسانة المسلحة بدلا من الحوائط، ابتكار أشكال وهيئات معمارية جديدة، ارتباط البناء بالمحيط الخارجي والزخارف والنقوش كجزء متكامل مع التصميم العام".

وقد راعى المسؤولون في الخليج العربي وتحديدا بالإمارات العربية المتحدة كل هذه الخصائص، آخذين بالحسبان عند تصميمهم لبناتهم صلابة البناء نظرا للعلو المرتفع الذي تعول عليه وحتى يتحمل البناء ثقل المواد المستخدمة، ثم ابتكار أشكال هندسية يقوم بتصميمها مهندسون من جنسيات مختلفة يتم على أساسها اختيار واحد منها حسب اتجاه وتصور المسؤولين، كما يجب أن تراعى الخصائص المناخية للمنطقة (من رياح وجفاف)، ما نحن للشكل النهائي زخرفا وزينة ترتقي إلى مستوى التصميم المعمارية المعاصرة والعالمية. وتتجسد هذه الخصائص لما تعرض قناة Dubai التلفزيونية هذه الأمور من خلال الصور المصاحبة للإشهار كرمز للتميز والأناقة والحداثة. ويتجسد هذا الواقع عن طريق بث صور تكثر فيها الحركة، الأضواء في الليل والألوان، كيف لا ومن يزور دبي يتيقن بأنها مدينة لا تنام ليلا.

وأعتقد أن همّ هذه البلدان العربية المتميزة بطرازها العمراني الفذ هو إضفاء نوع من التحضر على مجتمعاتها من خلال تطبيق فكرة مفادها أن العمران المتطور دليل على تحضر المجتمعات. غير أن الحضارة حسب تصور مالك بن نبي هي نتاج فكرة مركزية تجعل هذا المجتمع أو ذاك ينطلق وينتقل من مرحلة مجتمع ما قبل التحضر إلى مجتمع متحضر.

يحدد ابن خلدون أن أهل المدينة (أو ما يسميهم بالحضر) هم أناس استقروا في مناطق معينة، بنوا منازلهم بعدما حققوا ضرورياتهم. وهم في وضعية يتمتعون فيها بالاستقرار، حيث يعيشون على الكماليات بعدما توفرت لديهم الضروريات، كما تتوفر لديهم الكثير من الأمور التي لا توجد لدى البدو، ولعل أبرزها بناء المنازل الكبيرة والتخطيط لبنائها. ويبرر العلامة ذلك بقوله: "البناء واحتطاط المنازل إنما هو من منازع الحضارة التي يدعو إليها الترف والدعة. وذلك متأخر عن البداوة ومناعها. وأيضا فالمدن والأمصار ذات هياكل وأجرام عظيمة وبناء كبير."

فالمدن التي يتم تدشينها لدى الحضر تتميز ببنائات كبيرة يُحطط لبنائها، ولا تُبنى بشكل عشوائي كما هو الحال لدى البدو، وهذا ما تبينه آثار الحضارات القديمة.*****

هذه الأفكار التي تحولت إلى عمارات وبنائات مجسدة هي التي جعلت من دول الخليج إلى ما هي عليه من تطور عمراني. غير أن الأفكار التي تحرك المجتمعات لا يجب أن يقتصر على مجرد الزينة والزخرفة."

كما هو الحال في بعض المجتمعات التي تدعى أنها وصلت إلى ركب الأمم المتحضرة. يجب أن تكون مصحوبة بمشاريع اجتماعية تهدف إلى البناء الكامل والمتكامل للفرد العربي.

كان ذلك عن الصور المصاحبة للإشهار في قناة والتي تعكس قيمة الجمال والأناقة والحداثة. كما نجد صورا أخرى بثت في نوفمبر 2015 والتي تحث على التمسك بالأصالة والوطن، وصور أخرى تتجلى فيها القدرة على التحكم من خلال صورة الطفل الذي يسير رجلا آليا صغيرا من خلال جهاز تحكم في يده اليسرى (على شكل قفاز)، وصورة العلماء وهم يرون وضع الجنين في تلفاز خاص، وصور: الأشخاص الذين يقومون بحركات بهلوانية في الفضاء والذين يطيرون فيه بدون استخدام مظلات، والمرأة التي تسير في دراجة نارية متحدية قانون الجاذبية وذلك الرجل الآلي الذي يقف بجانب ربة البيت.

وبذلك، تتمثل القيم التي تحملها الصور المصاحبة للإشهار في هذه القناة فيما يلي: السرعة-التحكم في الأمور-الحداثة- الانسجام-الجمال-الأصالة.

القيم الثلاثة الأولى مرتبطة ببعضها البعض: فالسرعة هنا هي رمز لمواكبة التقدم والحداثة. وهي ليست أية سرعة. هي سرعة في الأداء والتحكم التقني مما يجعل هذه المدينة المصورة نموذجا عن التقدم العلمي والتحكم في تسييرها. وهنا، تظهر قيمة أخرى تنجر عن هذا التحكم التقني والبناء الهندسي المتميز ألا وهي قيمة الجمال كنتيجة طبيعية لما صنعه الإنسان.

والاهتمام بالجمال نشأ قديما لدى الإنسان كإهتمام بمظهره من خلال تصميم ألبسة تتماشى وذوق العصر الذي ينتمي إليه، وعن طريق تعطره بأنواع معينة من العطور، وخلق حلي يتزين بها وبنائ منازل تعكس البهاء والجمال والتميز. هذا الجمال في البناء

يعكسه التصميم الحديث والأضواء البراقة التي لا تنطفئ أبدا مهما تأخر الوقت ليلا وفي تنوع الألوان. أما قيمة الانسجام فنعتقد بأنها القيمة الأسمى المراد إبرازها من خلال عرض هذه الصور المصاحبة للإشهار. ثم، عرضت صور أخرى تعكس أصالة المجتمع الإماراتي ومحافظته على تراثه الأصيل. وفي الواقع، لا تتعارض القيم الأولى مع قيمة الأصالة إذ يبدو أن القائم بالاتصال في هذه القناة يود تمرير رسالة مفادها أن المجتمع الإماراتي قادر على مواكبة التقدم بدون المساس بأسسه الثقافية الأصيلة لأنها هي التي تمثل قوة وعزيمة شعبه.

ووسائل الإقناع المستخدمة لتمرير هذه القيم وتحقيق الهدف المنشود من خلال بث هذه الصور المصاحبة للإشهار في هذه القناة التلفزيونية تتمثل في استظهار العلم الإماراتي- استظهار الفن المعماري الإماراتي واستظهار بعض الصور الدالة على أصالة الشعب الإماراتي.

- فيما يخص الصور المصاحبة للإشهار في قناتي: أبو ظبي الأولى وأبو ظبي دراما:

تهدف الصور المصاحبة للإشهار في هاتين القناتين إلى الحث على التذكير بأهمية الوطن والرجال الذين صنعوا الإمارات العربية المتحدة وجعلوا منها ما هي عليه اليوم. فكل الصور تدعو إلى هذه المسألة كتوجه عام للقناتين ترديدان من خلالها دفع المشاهد إلى التمسك بها وبذل الجهد بالتركيز عليها.

أما القيم المراد التأكيد عليها لتحقيق هذا الهدف فتتمثلان في قيمتين مركبتين ألا وهما: المواطنة والتلاحم الاجتماعي. تلعب قيمة المواطنة (Citoyenneté) وحب الوطن دورا جوهريا في الكثير من المجتمعات الحديثة. وهي سمة أو خاصية من الخصائص التي تميز الدول الحديثة عن سابقتها، إذ يراد تمرير فكرة مفادها أن الذي يجعل الأفراد متماسكين ومتلاحمين ليس الدين أو علاقات القرابة بل الالتفاف حول قيمة المواطنة بكل ما تعنيه من وجوب التضحية من أجل الوطن بالنفس والنفيس. ثم، تأتي قيمة التلاحم التي هي في الواقع نتاج لقيمة المواطنة. فالأفراد يتحدون ويلتفون حول بعضهم البعض لأنه يجمعهم هدف واحد ألا وهو حب الوطن والدفاع عنه مهما كانت التضحيات.

ووسائل الإقناع المستخدمة لتمرير هذه القيم وتحقيق الهدف المنشود من خلال بث هذه الصور المصاحبة للإشهار في هذه القناة التلفزيونية تتمثل في استظهار العلم الإماراتي وعرض قصائد شعرية كيف لا وقد نعتت المستشرقة الألمانية زيغريد هونكه العرب "بشعب من الشعراء" نظرا لمكانة الشعر في حياتهم وكثرة الشعراء بينهم وتأثير الشعر على أحاسيسهم وتصوراتهم.

- فيما يخص الصور المصاحبة للإشهار في قناة Nessma :

وجدنا صورة واحدة مصاحبة للإشهار في هذه القناة التلفزيونية التي تدعو إلى تمجيد الوطن والدعوة إلى التلاحم، من خلال نسق قيمتي محمل بقيمتين مركبتين ألا وهما: المواطنة والتلاحم. كما تغنت المطربة في هذه القناة بمقطع غنائي تدعو عبره إلى محبة تونس الكامنة في قلوب التونسيين ومدى تمسكهم بوطنهم. كما تدعو القناة إلى التلاحم من خلال استظهار شعار: "Nessma قناة العائلة".

قد يفهم البعض بأن القائم بالاتصال يقصد بهذا الشعار بأن البرامج عائلية، بمعنى أنها خالية من مشاهد مخلة بالحياء. غير أن هذه النقطة هي جزء من تفسير ماهية الشعار. أما الجزء الثاني من تفسيره فهو يرجع إلى كون أنه من خلال هذه القناة التلفزيونية يتحقق الرباط العائلي الذي يسمح بالتجمع من جهة، ومن جهة أخرى فهو يسمح بالتماسك والتآزر والاتحاد والمساندة.

أما عن وسائل الإقناع للصور المصاحبة للإشهار في هذه القناة التلفزيونية فتتمثل في ذلك الشعار الوجداني الذي يذكرنا بأهمية العائلة والجو العائلي الذي هو فضاء للاستمتاع والإحساس بالأمان والتلاحم وفي المقطع الغنائي القصير ولكنه مشبع بقيم تضامنية تآزرية.

- تركيب:

تختلف القيم المتضمنة في الصور المصاحبة للإشهار بين القنوات التلفزيونية العربية التي قمنا بتسليط الضوء عليها لمعرفة النسق القيمي المدرج فيها. فمنها من كانت تحمل قيما متنوعة كقناة 2m والمتمثلة في قيم: الانسجام-التلاحم-الاختلاف-السعادة- التفاهم-الاندماج، ومنها من يحمل نفس القيم والتي نجدها في القنوات التلفزيونية: أبو ظبي دراما وأبو ظبي الأولى وNessma والمتمثلة في قيمتي: المواطنة والتلاحم الاجتماعي. في حين كانت قناة Dubai محملة بقيم مختلفة ولكنها متكاملة في آن واحد والمتمثلة في: السرعة، التحكم في الأمور، الانسجام، الحداثة، الجمال والأصالة. الهدف من كل هذه الصور المصاحبة للإشهار هو حث الجمهور على تبني النسق القيمي المحمل عبرها باستخدام وسائل للإقناع متباينة: قد يتعلق الأمر باستظهار الاختلافات والتفاهم السائد بين الأفراد بالنسبة لقناة 2m، و استظهار العلم الإماراتي بالنسبة لقناتي: أبو ظبي دراما وأبو ظبي الأولى، واستظهار العلم الإماراتي من جهة و الفن المعماري الإماراتي من جهة أخرى بالنسبة لقناة Dubai. وفي الأخير، رفع شعار يدعو إلى الوحدة والتلاحم والتغني بمقطع غنائي يمجّد الوطن في قناة Nessma.

وبذلك تتمثل القيمة الغالبة في هذه الصور المصاحبة للإشهار في قيمة: التلاحم الاجتماعي (Cohésion sociale) الذي هو نتاج نوع من تطابق كل الضمائر الفردية لنمط مشترك الذي ماهو إلا النمط النفسي للمجتمع المعني استخدم ابن خلدون مفهوم التلاحم في حالتين اثنتين:

-الحالة الأولى، في الفصل الثامن المتعلق بموضوع العصبية، فيرى أنه "يكون من الالتحام بالنسب أو ما في معناه(...). والفائدة من هذا النسب هو هذا الالتحام الذي يُوجب صلة الأرحام حتى تقع المناصرة".

-أما في الحالة الثانية، فيذكره في الفصل العشرين الخاصّ بأحوال الموالي والمصطنعين في الدّول، حيث يُشير إلى أن"المصطنعين في الدول يتفاوتون في الالتحام بصاحبها.

في الحالة الأولى، ربط ابن خلدون الالتحام بتأثير العصبية في خلق ذلك الترابط والتماسك بين الأفراد، ويبيّن كيف أن النسب بين المتناصرين يؤدي إلى الاتحاد، أي دور العصبية في خلق التلاحم قبل بناء الدولة. في الحالة الثانية، يشير إلى أن هذا الالتحام يكون قويا قبل الوصول إلى الملك، أما بعد حصول ذلك، فإنّ هذه الروابط تكون أقلّ قوة وتأثيرا. فالمناصرة تضعف في الدولة التي تكون في آخر مرحلة لها، ولا تبقى تلك الروح الجماعية التي كانت موجودة في بداية بناء الدولة.

وفي علم النفس الاجتماعي، يَنشُج التماسك عن "الإنجذاب المتبادل، أو عن التّكامل بين الأفراد الذين ينتمون لنفس الجماعة، في منظومة من الأهداف، الفعل، المعايير، وأحيانا للأصل أو الإخلاص لنفس الزعيم".

خاتمة:

يبدو من خلال تحليلنا للصور المصاحبة للإشهار في القنوات العربية التي تم تحليلها بأنّها:

- تساير أحداثا جديدة

- تحمل نسقا قيميا يساير طبيعة المجتمعات والتغيرات التي تحدث فيها

- تعكس تطلعات وتوجهات القائم بالاتصال التي يود تحقيقها عبر بثّ هذه الصور

تستخدم الصور المصاحبة للإشهار أساليب إقناع متباينة، منها التي تعتمد على قيمة معينة(كالمواطنة، التلاحم الاجتماعي) ومنها التي تركز على استظهار الفن المعماري في بعض المجتمعات، ومنها التي تركز على استظهار العلم الوطني، ومنها التي تركز على استظهار الاختلافات الاجتماعية والثقافية والعرقية والتي تعبر في آخر المطاف عن طبيعة بعض المجتمعات وتكوينها الثقافي والعرفي. نحن في زمن تسيطر فيه الصورة على حياتنا، حيثما توجهنا أو وجدنا نشاهدنا. وقد أضحي "مجتمع الصورة" حاضرا باستمرار كمتنافس وكوسيلة لتمرير قيم ما وتغيير أساليب التفكير والاستهلاك كفضاء إيديولوجي يتم عبر التأثير على الأفكار التي يتم بثها

في قيم ومعتقدات الأفراد وتصرفاتهم، كيف لا ونحن نتعامل مع الصورة كوسيط، كرمز، كقوة وكسلطة تؤثر على المتلقي وتوجه سلوكه.

الحواشي والهوامش

* تُعرض هذه الصور قبل أو بعد الإشهار مباشرة في بعض القنوات التلفزيونية العربية

- Armand et Michèle Mattelard, **Histoire des théories de la communication**, Paris, la Découverte, 2002, p.21
- 1- عزيز لبنان، الخليفة النظرية لبحوث الإعلام، الجزائر، مجلة الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الرابع، دار الهومة، 2003، ص.15
- 2- سعاد عالمي، مفهوم الصورة عند ريجيس دوبري، المغرب، أفريقيا الشرق، 1999، ص.13
- 3- مخلوف حميدة، سلطة الصورة، دار سحر للنشر، 2004، ص.21
- 4- سعاد عالمي، مرجع سبق ذكره، ص.56
- 5- نفس المرجع السابق
- 6- نفس المرجع السابق، ص.55
- 7- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجزائرية، 1958، ص.121
- 8- نفس المرجع السابق، ص.230
- 9- ابن منظور، لسان العرب، المجلد 16، بيروت، دار صادر، 1990
- 10- حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، الجزائر، دار ورسم للنشر والتوزيع، 2010، ص.14
- 11- محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2006
- 12- عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، 2006، ص.292
- 13- محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص.126
- 14- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، الجزائر، دار القصبية، 2004، ص.278
- 15- أحمد أوزي، تحليل المضمون ومنهجية البحث، المغرب، جامعة محمد الخامس، كلية علوم التربية، 1993، ص.39
- **تبت في قناتي: أبو ظبي دراما وأبو ظبي الأولى نفس الصور
- *** لم تعد تبت هذه الصور بعد انقضاء شهر رمضان
- **** لم تعد تبت هذه الصورة
- ***** الصور: 7 و8 و9 و10 و11 بدأ بثها في نوفمبر 2015
- Madeleine Grawitz, **Lexique des sciences sociales**, Paris, Dalloz, 7eme édition, 1999, p.6917
- 18- حفناوي بعلي، مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن، بيروت، الدار العربية للعلوم، الطبعة الأولى، 2007، ص.329
- 19- حمدي خميس، التذوق الفني ودور الفنان والمستمع، مصر، دار المعارف، 2000، ص.74-76
- 20- ابن خلدون عبد الرحمن، المقدمة، لبنان، دار الفكر، 2004، ص.326
- ***** كما يضيف ابن خلدون تنوع الصنائع وكثرة العلم كعاملين أساسيين آخرين لنشأة المدينة.
- 21- مالك بن نبي، مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، دمشق، دار الفكر، 1988، ص.42
- Georges Gurvitch, **La vocation actuelle de la sociologie**, France, PUF, 4eme édition, 1968, 2 2 p.21
- 23- ابن خلدون. مرجع سبق ذكره، ص.132-133
- 24- نفس المرجع السابق، ص.183
- Grawitz, Madeleine, op.cit., p.69 52

- المراجع باللغة الفرنسية:

- Grawitz Madeleine, **Lexique des sciences sociales**, Paris, Dalloz, 7eme édition, 1999 -
Gurvitch Georges, **La vocation actuelle de la sociologie**, France, PUF, 4eme édition, 1968-

Armand et Michèle, **Histoire des théories de la communication**, Paris, la Découverte, Mattelard-
2002