

دور الفيسبوك في الخطاب الإشهاري الجزائري منشورات معرض الكتاب الدولي 2018

د. براهيم فطيمة

جامعة الجيلالي ليابس - سيدي بلعباس

تاريخ النشر	تاريخ القبول	تاريخ الإرسال
2020/06/05	2019/02/17	2018/12/31

مُلخَصُ البَحْثِ

يشكل الخطاب الاشهاري أحد أبرز الخطابات التي يتم الاعتماد عليها في مختلف ميادين الحياة ، وهو أداة تأثير على الفرد و الجماعات ، و ذلك من خلال الرسائل التي تصلهم عن طريق قنوات اتصال مختلفة ، من بينها الوسائط الإلكترونية كالفيسبوك الذي انتشر على نطاق واسع ، و أهم خطاب اشهاري استعان به معرض الكتاب الدولي 2018 هو الفيسبوك في تقديم دور النشر و الشركات الوطنية و المؤسسات في ابراز المؤلفات المعروضة للبيع .

الكلمات المفتاحية : دور الفيسبوك ، الخطاب الاشهاري الجزائري ، معرض الجزائر ، دور النشر ...

Abstract

Announcement discourse is one of the most important addressing means which is put into use in different life aspect. It is considered as a tool of making effect on individual and groups via messages come through many different communication channels and mediums, like for example the widely spread facebook. In fact, the most important announcement discourse employed by The Book International Fair of 2018 is facebook, particularly in presenting publication houses and national institutions and companies, in order to exhibit the books for sale.

Key words :The role of facebook , the Algerian speech the announcements, subject Algeria, role of the spreading ...

مقدمة :

حظي الخطاب الاشهاري بعناية الباحثين و المختصين في مختلف المجالات ، و ذهبوا إلى الاستعانة به للتأثير على الأفراد و الجماعات ، و ذلك لتمرير رسائل عبر قنوات اتصال مختلفة ، يشهد العالم اليوم تطورا تكنولوجيا هائلا ، مما يساعد على رواج السلع و تقربها من المستهلك في ظرف وجيز جدا .
لم يبق الخطاب الاشهاري الجزائري بمنأى عن هذا التطور الحاصل في التكنولوجيات و مواقع التواصل الاجتماعي و على رأسها منصة الفيسبوك ، باعتباره أكثر موقع تفاعلي بين الأشخاص ، لذا اعتمد عليه المنظمون في المعرض الدولي للكتاب في طبعته 23 في الجزائر العاصمة .

الإشكالية المطروحة هنا كيف لعب الفيسبوك دوره في الخطاب الاشهاري الجزائري مع معرض الكتاب ؟ و هل استطاع إيصال رسالته الاشهارية في استقطاب المهتمين بالكتاب؟ و ماهي أهم المكونات التي ارتكز عليها ؟ هذه الإشكاليات و غيرها سيتم الإجابة عنها من خلال هذه المداخلة إن شاء الله .

1- مفهوم الخطاب الاشهاري الجزائري :

قبل الحديث عن الخطاب الاشهاري الجزائري لا بأس من تحديد بعض المفاهيم المتعلقة بالخطاب ، الخطاب الاشهاري ، و الوسائط الإلكترونية .
أ- مفهوم الخطاب :

وردت لفظة الخطاب بمفاهيم مختلفة عند الباحثين و المفكرين قدامى و محدثين عرب و غرب ، ذكر "الزمخشري" في كتابه " أساس البلاغة " أنّ لفظة خطاب تعني : « خطب : خاطبه أحسن الخطاب ، و هو المواجهة بالكلام ، و خطب الخطيب خطبة حسنة..... »⁽¹⁾ . كما نظر "عبد الرحمن بن خلدون " الخطاب قائلا : « فالمتكلم من العرب حين كانت ملكته اللغة العربية موجودة فيهم ، يسمع كلام أهل جيله ، و أساليبهم في مخاطبتهم و كيفية تعبيرهم عن مقاصدهم »⁽²⁾ . يضاف إلى هذا قول "سعيد يقطين " : « ...فعل الإنتاج اللفظي ، و نتيجة ملموسة و مسموعة و مرئية »⁽³⁾ . وصف "رامان سلدن Ramane Salden " الخطاب بأنه : « الطريقة التي بها تتشكل الجمل مكونة نظاما متتابعا ساهم به في تشكيل نسق كلي مغاير و متحد الخواص ، و على نحو يمكن معه أن تتألق في خطاب بعينه لتشكل نصا مفردا ، أو تتألف النصوص نفسها في نظام متتابع لتشكل خطابا أوسع ينطوي على أكثر من نص مفرد »⁽⁴⁾ . ويرى عبد "المنقور عبد الجليل" : « ان الخطاب يخضع للتشكيل النمطي فيحدد مستواه بناء على وعي الباث بخصوصية مستويات متلقي الخطاب هو إعادة تشكيل انساق اللغة ، و إخراجها من موضع الثبات المعجمي تبعا لتجدد سياقاتها العامة التي توصف باللامتناهي و اللاتجانس »⁽⁵⁾ . هذه بعض التعاريف الموجزة حول مفهوم الخطاب .

ب- مفهوم الخطاب الاشهار :

يحتل الخطاب الاشهاري حضورا قويا في الحياة الاجتماعية للإنسان عبر وسائل اتصال و اعلام مختلفة : التلفزيون ، الإذاعة ، لافتات إعلانات في الشوارع وفي وسائل التكنولوجيا على اختلاف أنواعها، و يبرز الخطاب الاشهاري بشكل لافت للانتباه ، و إذا ذهبنا إلى تعريف الاشهار في قاموس "روبار Robert" : « على أنه فن ممارسة فن نفسي على الجمهور لغايات تجارية ، و من وسائله الإعلان التجاري و الملصق ... و ميزته جماعية معروفة »⁽⁶⁾ . يذكر "جون كلود داستو Jean Claude Dastot" أن الخطاب الاشهاري : « علامة أو مجموعة علامات ذات بنية ايحائية ، كونها تحمل قيما معرفية حول حاجة أو حول فكرة ما »⁽⁷⁾ . في حين يعتبر كل من الباحثين "برنارد بلاس و هنري فرديير Bernard Plas et Henri Verdier" أن الخطاب الاشهاري مجموعة : « تقنيات ذات الأثر الجماعي ، التي تسخرها المؤسسة أو مجموع المؤسسات قصد كسب الزبائن »⁽⁸⁾ . و هناك من يطلق على الاشهار مفهوم الإعلان الذي هو عبارة عن : « عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لتوصيل معلومات معينة إلى فئات المستهلكين ، حيث يفصح المعلن عن شخصيته في الإعلان »⁽⁹⁾ .

و يذهب "عبد العالي بوطيب" إلى اعتبار : « الخطاب الإشهاري دونا عن غيره من الخطاب الأخرى يتميز ببناء خاص تتضافر مكوناته التعبيرية بقصد تبليغ رسالة وحيدة محدد ، و لا يمكن و لا ينبغي أبدا أن يخطئها القارئ المستهدف LeLecteur Cible و الزبون المحتمل Le Client Éventuel و إلا اعتبر ذلك دليلا على فشله الذريع »⁽¹⁰⁾ .

يرتبط الاشهار : « لغويا بالتشهير ، كما يرتبط بالشهرة ، فهو تشهير يهدف إلى تسويد مشهد سياسي أو صورة شخصية { أو فنية ... } و هو شهرة حيث يهدف إلى انجاز عكس ذلك.... »⁽¹¹⁾ . الخطاب الاشهاري سواء كان مجموعة تقنيات أو مجموعة علامات فإنّ الهدف الرئيسي هو إيصال رسالة ترويجية إلى جمهور المتلقين .

2- مواقع التواصل الاجتماعي :

شهدت وسائل الاتصال الجماهيري تطورا هائلا في الفترات الأخيرة ، و لازال هذا التطور في ديمومة مستمرة في ظل الثورة المتسارعة في شبكة الاتصال و التكنولوجيات ، فقد أصبحت هذه الوسائل ضرورة ملحة في جميع مجالات الحياة. أصبحت أيضا عملية تبادل المعارف و المعلومات و نقلها إلى الغير من أقصى نقطة في العالم إلى أقرب نقطة في العالم ، و ذلك بفضل سهولة و سرعة هذه الوسائل أو الوسائط في توصيل المعلومة إلى الجميع .

و المعروف عن مواقع التواصل الاجتماعي أنها مواقع إلكترونية اجتماعية على الشبكة العنكبوتية ، و قد صارت من الدعائم المهمة في إرساء معالم الاتصال الجديد ، كما يمكن اعتبارها بديلا عن قنوات الاتصال الكلاسيكية ، فقد اتاحت للجميع التواصل فيما بينهم عبر فضاء افتراضي .

يعيش العالم :« في عصر التواصل الاجتماعي .إن الفيسبوك و تويتر و جوجل و لينكد ان إنّ جميعها أمثلة على التحول في حياة الناس ، في التفاعلات و الهويات و النقاشات و الآراء إلى ساحة جديدة يختلط فيها العام بالخاص ، و إلى مشاع اجتماعي رقمي واسع و يجري هذا التحول على نطاق واسع و غير مسبوق ، لك أن تعرف أنه الفيسبوك وحده ، تجري إضافة 250 مليون صورة يوميا ، و كذلك تضاف 200 مليون تغريدة إلى التويتر و أربعة مليارات مشاهدة فيديو يوميا على اليوتيوب »⁽¹²⁾ . بالإضافة إلى هذا أنّ مواقع التواصل الاجتماعي :« التي تتيح للأفراد او الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي ، أتاح إنشاء المواقع الاجتماعية لمتصفحها و إمكانية مشاركة الملفات و الصور و تبادل مقاطع الفيديو ، و كذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية ، و إجراء المحادثات الفورية و ارسال الرسائل ، و من مزايا تلك الشبكات الاجتماعية التواصل الفعال بين المشتركين فيها ، و سهولة التعامل معها »⁽¹³⁾ . و بهذا اكتسبت مواقع التواصل الاجتماعي حضورا و حضوة في الوسط الاجتماعي ، كما مواقع التواصل الاجتماعي متعددة من بينها : البريد الإلكتروني ، الفيس بوك ، اسكايبي ، ماسنجر ، تويتر ، الفلكر ، ماي سبيس ، فليوجر ، أوركت ، هاي فايف ، يوتيوب ، و يكيديا ، الواتس آب ، كيك ، سناب شات ، تانغو ، قوقل بلاص ، انستغرام ، بلاك بيري ، مسنجر ، فايبر ، باث.....

- ماهية الفيس بوك :

يشكل الفيس بوك : « شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تجاوب من الناس ، خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم ، و هي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في نشاتها في شباط عام (2004 م) في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج) ، فتخطت شهرتها حدود الجامعة ،... و ظلت مقتصرة على أعداد من الزوار حتى عام (2007) ، ،.....، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة و منها إتاحة فرصة للمطورين مما زاد من شهرة الفيس بوكببزورها باستمرار و يتبادلون فيما بينهم الملفاتو يعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء و أفكار و موضوعات متنوعة و جديدة ، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة ، و غالبا ما تكون في المحادثات و الدردشات »⁽¹⁴⁾ . يتسم الفيسبوك بالمجانة في الاستخدام ، و الأشخاص بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها هيئات (مجموعات التي لها علاقة مجالات مختلفة و تخصصات معينة) ، و الهدف هو تسهيل عملية الاتصال بين الناس .

3- دور الفيسبوك في فعالية معرض الكتاب الدولي 2018 :



اعتمد المهتمون بمعرض الكتاب الدولي في بعض طبعات سابقة على قنوات اتصال بسيطة و كلاسيكية في الترويج لفعاليته (الصحف ، التلفزيون ، الإذاعة) ، لكن بعد التطور الكبير في تكنولوجيات الاتصال و الإلكترونيات و مواكبتها مما استدعى توظيفها في الفعاليات الثقافية التي لديها اهتمام قوي لدى كل شرائح المجتمع ، لذا كان لزاما عليهم البحث عن موقع أكثر فعالية و تأثير ، فكان الاتجاه نحو الفيس بوك باعتباره موقع أكثر استخداما و انتشارا و تواملا مع كل فئات المجتمع .

و لهذا يرى الكثير أنّ اليوم نعيش: « في مجتمع المعلومات ، و ذلك المجتمع الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة في انتاج المعلومات الوفيرة و ايصالها من أجل تقديم كافة الخدمات على نحو سريع و فعال »⁽¹⁵⁾ . و بهذا لعب الفيسبوك دورا في عملية الخطاب الاشهاري لمعرض الكتاب بالجزائر العاصمة 2018 و سيتجلى ذلك من خلال عرض بعض النماذج من صور للمعرض.

أ-شعار المعرض :

إذا ما حاولنا تعريف الشعار يمكن أن نقول بأنه الصورة البصرية الرمزية التي توضح شعار تلك المؤسسات أو الشركات أو هيئات ثقافية حول منتج معين ، و عادة ما يكون محددًا ، و الشعار غالبا ما يكون عبارة عن رسومات أو شعار تعبيرية أو حروفها مختصرة ، و في هذا السياق يذكر "بيرنار كاتولا" : « لا يستطيع الاشهاري الوصول إلى الزبون و الدفع به إلى الشراء إلا إذا كان عارفا بكل تفاصيل حياته : نفسيته و وضعه الاجتماعي و سنه و جنسه و انتماؤه المهني ، و كذلك تاريخه و ثقافته العانة و الثقافات الفرعية ...تعد هذه المعرفة عنصرا مركزيا في عملية صياغة الوصلة و بناء خطابها و اختيار ألوانها و أشكالها و كذلك شعاراتها اللفظية »⁽¹⁶⁾ . و انطلاقا من هذا فإنّ الشعار الذي تم اختياره ينسجم و فعالية المعرض ، يظهر تصميمه بشكل بسيط و بأحرف قليلة ، فيمكن لجمهور المتلقين فهمه بسهولة و تذكره و فهم دلالاته اللغوية .

تم اختيار الراعي الرسمي لشعار المعرض هو شركة "سيلا SILA" التي تموله فعالياته بإضافة إلى مساهمين آخرين كشركاء و تحت رعاية وزارة الثقافة الجزائرية ، حيث يظهر الشعار بأربعة ألوان اللون الأصفر ، الأحمر ، الأخضر ، و الأزرق و هي مرتبة حسب كتابتها باللغة الفرنسية و تتجلى دلالة الألوان على حضور أجناس مختلفة من العالم لهذه الفعالية من خلال دور النشر ، و أحد الحروف (I) الذي يبرز في صورة شخص يرفع بيديه كتاب مفتوح و كأنه يفتح على خريطة العالم و هي دلالة على عالمية المعرض . و شعار سيلا SILA كتب باللغة الفرنسية و هي Salon International Du Livres D'algerie وهي تقابلها باللغة الفرنسية : الصالون الدولي للكتاب بالجزائر و ترجع هذه الكتابة باللغة الفرنسية بدلا من العربية تبعا لثقافة المجتمع الذي يتعامل باللغة الفرنسية بشكل كبير ، كما اعتمد شعار آخر بلغتين العربية و الفرنسية ، و اللهجة الأمازيغية و يحدد تاريخ انطلاق المعرض و اختتامه ، والشعار الذي تم الاتفاق كعبارة هو "العيش مع الكتاب" ، يضاف إلى هذا الشعار نجد شعار سيلا مدمج مع علم الجزائر و علم الصين .



الصالون الدولي للكتاب بالجزائر
Ο ÷ Λ Θ . † . Σ Ο ÷ Ψ Η . Η † | : . Λ Η Ξ Θ Η Ζ . Η ÷ Ο
SALON INTERNATIONAL DU LIVRE D'ALGER
من 29 أكتوبر إلى 10 نوفمبر 2018 Du 29 octobre au 10 Novembre 2018



أما إذا تحدثنا عن لافتة (يافطة) المعرض تظهر تحمل رموز كتابات و ألوان و كلها لها دلالات لدى المتلقي ، فاللون الغالب هو اللون الأحمر الدموي أخذ حيزا كبيرا فيها و هو لون يعمل جذب و لفت الانتباه الجمهور ، حيث يظهر أشخاص كلهم يحملون الكتب و شخصين (امراة و رجل) مشتركين في حمل كتاب مفتوح

؛ أي قراءته كما تبرز صورة امرأة مرتديا ستار يغطي شعرها ، هي دلالة على ثقافة و قيم الشعب الجزائري ، و مادام اختيار حول السلم و الأمن هي خطاب حول احترام الحريات الشخصية .

يوجد ضمن هذه الياقطة اشهار حول اعلام الجمهور بوجود ضيف شرف في المعرض الدولي للكتاب بالجزائر الذي هو الصين . أما بخصوص اختيار اللون الأحمر لم يكن اختيار عشوائي و إنما المعروف أنّ الشعب الصيني يفضل اللون الأحمر فهو يمثل بالنسبة إليهم الرخاء و السعادة ، و اللافتة الموالية تشبه اللافتات السابقة لكن توجد فقط صورة رجل يحمل كاتب و هي دلالة واضحة على قيمة و أهمية الكتاب فكانت هذه رسالة في المدخل الرئيسي لزوار المعرض حتى تلفت انتباههم و هو يرحب بالجمهور فهي صورة ذات دلالة موحية و بالتالي أدت تقنية العرض دورها في استقطاب المتلقين وفق عبارات أدت إلى حصول الدلالة و معاني و ترسخت في الأذهان .



ب-المعرض الدولي على صفحات الفيسبوك :

افتتاح المعرض - زوار المعرض





اتجه القائمين على المعرض الدولي للكتاب بالجزائر إلى مواقع التواصل الاجتماعي و على رأسها الفيس بوك في نشر ما يتعلق به من أجل تبليغ رسالة ، و هذه الأخيرة لا تتأتى إلا من خلال فضاء أوسع صوتا و ألفاظا ليتم نشر لافتة خاصة بالمعرض مع الإشارة إلى ذكر دور النشر المشاركة التي كانت بعدد هائل جدا و الصورة أدناه توضح فتح صفحتين للمعرض في الفيسبوك إلى جانب فتح مجموعات مهمتها عرض ما يتعلق بالمعرض الدولي للكتاب .



معرض الجزائر الدولي للكتاب 2018



أخبار معرض الجزائر الدولي للكتاب 2018

فهذين الصفحتين على الفيسبوك ساهمت لامحالة في تقريب المتلقين من المعرض و معايشة حيثياته .
ج- دور النشر (نماذج) :

لعب الفيسبوك دورا رياديا في بلورة الخطاب الإشهاري المتعلق بمعرض الكتاب الدولي بالجزائر ، فكان الموجه و المرشد للملاقي في كيفية الوصول إلى المعرض ، و ذلك من خلال ادخال بعض التطبيقات الخاصة بمعرض سيلا (الأندرويد) هذا من جهة و من جهة أخرى التعريف بدور النشر المشاركة في المعرض فقد تجاوزت 970 دار نشر .



دار النشر الجمهورية الصحراوية



دار نشر مصرية - الأعلام الهادفة للنشر و التوزيع



دار النشر عصير الكتب مصر



دار التنوير - و دار أوكرائية



تم اختيار بعض صور لدور نشر فكل دار تحاول إبراز الكتب بطريقة جذابة و مغرية الأضواء ، الصور ، الألوان أمام الزبائن من أجل اقتنائها وعدد دور النشر كبير جدا(970) فالمقام لا يتسع لذكرها كلها .

خاتمة :

وخلص البحث إلى مجموعة نتائج مهمة تتعلق بدور الفيسبوك الخطاب الإشهاري الخاص بالمعرض الدولي للكتاب بالجزائر و هي كالآتي :

- الخطاب الإشهاري للمعرض الدولي للكتاب على منصة الفيسبوك هو خطاب اجتماعي ، ثقافي ، نفعي ...
- شكل الفيسبوك حلقة وصل المتلقين و فعاليات المعرض الكتاب باعتباره مساحة ذات انتشار واسع ، لأن الجمهور دأب على حضور أجواءه الثقافية .
- الخطاب الإشهاري في منصة الفيسبوك تميز بسرعة الانتشار و كثافة التغطية .
- اعتمد الخطاب لمعرض الكتاب على آليات اقناعية مجسدة في عدة أدوات لغوية ، صور، ألوان وغيرها من أجل استمالة الزبائن .
- إن لغة الخطاب الإشهاري فتحمل دلالات تتعلق الهوية الوطنية و العروبة و الإسلام .
- اللغة الإشهارية مدمجة مع الثقافة الأجنبية .

إحالات البحث

- 1-أبي قاسم الزمخشري أساس البلاغة ، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع ، بيروت ، لبنان ، ط 1، 2006م ، ص 167 .
- 2-عبد الرحمن بن خلدون ، مقدمة ، تح درويش جويدي ، طبعة جديدة و منقحة ، المكتبة العصرية للطباعة و النشر ، صيدا ، بيروت ، ، ط 1 ، 1423هـ-2002م ، ص554-ص555 .
- 3-سعید يقطين ، انفتاح النص الروائي ، منشورات المركز الثقافي العربي ، بيروت ، الدار البيضاء ، ط 1 ، 1989م ، ص 16 .
- 4-ينظر رمان سلدن ، النظرية الأدبية ، تر جابر عصفور ، دار الفكر للدراسات و النشر و التوزيع ، بيروت ، ط 1، 1991م ، ص 168 .
- 5-المنفور عبد الجليل ، الخطاب و التأويل "مدخل إلى الخطاب الديني" ، مجلة النقد و الدراسات الأدبية و اللغوية ، العدد 01 ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية ، قسم اللغة العربية و آدابها ، جامعة جيلالي ليايس ، سيدي بلعباس ، مكتبة الرشاد ، الجزائر ، 1426هـ-2005م ، ص 80 .
- 6-Alain Rey, Le Robert Dictionnaire D'haujourdhuit France, Loisirs, Paris, France,1955,P 825 .
- 7- Jean Claude Dastot,La Publicité Principes et Méthodes, Éd manabout ,Paris ,1973 , P 14.
- 8- Bernard Plas et Henri Verdier ,La Publicité, Éd Que Sais Je, Paris ,1973 ,P05 .
- 9-علي السلمي ، الإعلان ، مكتبة غريب للطباعة ، القاهرة ، مصر ، 1978 م، ص 10 ، ص 11 .
- 10-عبد العالي بوطيب ، آليات الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات في النقد ، المجلد 13 ، الجزء 49 ، نادي جدة الأدبي ، المملكة العربية السعودية ، 2003 م ، ص 312 .
- 11-محمد شكري سلام ، ثورة الاتصال و الاعلام ، من الأيديولوجيا إلى الميديولوجيا ، مجلة عالم الفكر ، العدد الأول ، المجلد 22 ، ص 109 .
- 12-السير دفيد و آخران ، دراسات عالمية ، استخبارات وسائل التواصل الاجتماعي ، تصوير أحمد ياسين ، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية ، العدد 125، الإمارات ، ط 1 ، 2014 م، ص 09 .
- 13-عبد الرحمن إبراهيم الشاعر ، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 1 ، 1436هـ-2015م ، ص 18 .
- 14-المرجع نفسه ، ص 63 .
- 15-حسن عماد مكايي ، تكتولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، مصر ، ط 2 ، 1997 م، ص 15 .
- 16-بيرنار كاتولا ، الاشهار و المجتمع ، تر سعيد بنكراد ، دار الحوار للنشر و التوزيع ، سوريا ، ط 1 ، 2012 م، ص 08 .

