

توظيف مقومات الهوية الثقافية في الخطاب الإشهاري التقليدي

Employing the components of cultural identity in the traditional advertising discourse

بوقزولة مفيدة^{1*}، د. قجالي آمنة²

¹ جامعة صالح بونبندر قسنطينة 3، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة
moufida.boukazoula@univ-constantine3.dz

² جامعة صالح بونبندر قسنطينة 3، الجزائر، مخبر الاتصال الرقمي وتكنولوجيات الإعلام
amina.guedjali@univ-constantine3.dz،

تاريخ الاستلام: 2022/03/17 تاريخ القبول: 2022/09/14 تاريخ النشر: 2022/12/24

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في مقومات الهوية الثقافية وعلاقتها بفن الإشهار، من خلال الكشف عن كيفية توظيفها ضمن الخطاب الإشهاري التلفزيوني والبحث في دلالاتها ومقاصدها. وخلصت الدراسة إلى أنّ توظيفها في الخطاب الإشهاري يساهم في العملية الاقناعية للإشهار كما أنها تضيف جمالية عليه.

كلمات مفتاحية: مقومات، هوية ثقافية، خطاب إشهاري، تحليل سيميولوجي.

Abstract:

This study aims to investigate the components of cultural identity and its relationship to the Art of advertising; by revealing how to employ them within the TV advertising discourse and researching its connotations and purposes, the study concluded that its use in the Adv discourses contributes to persuasive process of Adv as it adds aesthetics to it.

Keywords: components, cultural identity, advertising discourse, semiotic analysis.

1. مقدمة:

تُعد الخصائص البشرية من الناحية الفيزيولوجية متشابهة عند أغلب الناس على اختلاف أعراقهم وأجناسهم، وأماكن تواجدهم؛ إلا أنّ المعيار المتبع لتمييز الشعوب والأمم يكمن في مجموع الأفكار والمبادئ التي تبنتها هذه الشعوب وتجسدت في صور مختلفة بداية من اللغة المستعملة في التواصل، أسلوب العيش، الدين والممارسات الشعائرية، القيم والعادات والتقاليد الممارسة ومختلف المقومات التي تشكل ما يعرف بالهوية من ثقافة وآداب وفنون.

لعل ما يميّز العصر الحالي في مجال الفنون، هو ذلك التنوع الكبير فيه، سواء من ناحية الخامات المستخدمة والأساليب أو الأفكار والفلسفات المجسدة في قوالب فنية مختلفة، ويُصنّف الإشهار ضمن الفنون البصرية المعاصرة كونه يعتمد على جوانب إبداعية وصيغ واستراتيجيات فنية متنوعة في تركيبه، ليحقق بذلك مختلف وظائفه الاتصالية، والتعريفية، الإقناعية والجمالية؛ وفيما يتعلق بمسألة جمالية الخطاب الإشهاري فقد أكد رولان بارت **Roland Barthes** (1915-1980) بقوله: "أنّ الخطاب الإشهاري يتضمن مستويين للمعنى تقريرِي وإيحائي، وأن وظيفة الصورة تتضمن وظيفة جمالية تُوزّع على النسقين معا من خلال إعادة إنتاج الواقع وتمثيل الأشياء من خلالها"¹، أي أنّ للصورة قوة تأثيرية على المتلقي من خلال ما تحمله من مدلولات ثقافية خصوصا إذا دُعِمَت بالمؤثرات المختلفة (تحريك وصوت وموسيقى، علامات لسانية...)، وهذا ما يميّز الإشهار التلفزيوني.

وبناء على ما سبق يمكننا طرح التساؤلات التالية:

- كيف يتم توظيف مقومات الهوية الثقافية في الخطاب الإشهاري التلفزيوني؟ وما الدلالات التي تحملها؟

إن طبيعة وأهداف هذه الدراسة الرامية إلى الكشف عن طبيعة مقومات الهوية الثقافية الموظفة في الومضة الإشهارية "حضنة" ورمزيتها تتطلب الاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي، ولأن الومضة الإشهارية مركبة من عناصر عدة (الصورة المتحركة، الصوت الملفوظ، العلامات المكتوبة، الموسيقى والمؤثرات الصوتية) فهي تتقاطع والعناصر المركبة للفيلم. حيث لجأنا في جمع وتحليل البيانات على أداة الملاحظة العلمية، وشبكة التحليل السيميولوجي التي تستند على المراحل الثلاثة لتحليل الفيلم والمتمثلة في: التقطيع التقني للومضة ثم المرحلة التعيينية أين يتم تحليل المشاهد (التجزئة) وتحديد مختلف العلامات الدالة وخصائصها، ثم المرحلة التضمنية التي نغوص فيها أكثر في البحث عن مدلولات تلك الدوال الموظفة في الومضة الإشهارية "حضنة" والتي تم إنتاجها سنة 2021 وعُرضت على العديد من القنوات الخاصة والحكومية.

2. مقومات الهوية الثقافية والاشهار التقليدي:

1.2 الهوية الثقافية:

إن مصطلح الهوية الثقافية مركب من كلمتين الهوية والثقافة، حيث لا يمكن تقديم مفهوم لها دون الرجوع إلى مفهوم وأصل كل جزئية تكونها لذا سنعرض فيما يأتي:

1.1.2. مفهوم الهوية:

إن مصطلح الهوية يقابله في اللغة الفرنسية (Identité)، وفي الإنجليزية (Identity) و"الهوية مشتقة من "الهو" كما تُشتق الانسانية من الإنسان، والرجولة من الرجل، إنما فعل ذلك بعض المترجمون لأنهم رأوا أنها أقل تغليظاً من اسم "الوجود" إذ كان شكله اسم مشتق؛ ويُراد بـ"الهو" أساساً ما يبقى ثابتاً بالرغم مما يطرأ عليه من تغييرات فالجوهر "هو هو" وإن تغيرت أغراضه"² كما تعني الهوية "حقيقة الشيء أو الشخص التي تميزه عن غيره"³

أما في الاصطلاح فتعتبر الهوية "جسرا يعبر من خلاله الفرد إلى بيئته الاجتماعية والثقافية فهي احساس بالانتماء والتعلق بمجموعة ما، وعليه فالقدرة على إثبات الهوية مرتبطة بالوضعية التي تحتلها الجماعة في المنظومة الاجتماعية ونسق العلاقات فيها".⁴ وقد اختلفت وجهات نظر الفلاسفة في تحديد خصوصية هذا المفهوم، فنجد أن أرسطو الذي يُعد أول من وضع مفهوما للهوية على أن الشيء "هو هو" أي أ=أ، كما أكد مبدأ ثبات الهوية بحيث يكون الشيء متطابقا مع ذاته في حالة سكون ولا يتغير، وبذلك تكون الهوية تفردا وثباتا؛ بينما يرى الفيلسوف المادي هيغل أنها غير ثابتة بفعل "التغير والتناقض"، وقد أكد مبدأ التعددية في الهوية من خلال إعطاء الأهمية لكل ما يحدث من تغيرٍ وتداخلٍ وتضاربٍ في الأفكار والأحداث السائدة في المجتمع، و بذلك يكون مفهوم الهوية في ديناميكية مستمرة.⁵

أما نديم البيطار فيرى أن الهوية "نسبية وتاريخية ومنظورة لا ثابتة ولا جامدة، ليست جوهرًا متأسلا بل هي خلاصة وتاريخ خاص من التجارب الثقافية والحضارية لأمة من الأمم، وهي بهذا المعنى أمر قابل للتعديل وللتكييف والتفاعل مع الهويات الأخرى، شريطة أن يتم ذلك باختيار واعٍ ضمن معادلة متكافئة ولحاجة تفرضها الضرورة القومية والارادة الجماعية لكل أفراد الأمة في ظروف وشروط موضوعية".⁶

من خلال ما سبق ذكره نجد أن مفهوم الهوية معقد ومركب وهذا راجع لخصوصية العناصر المُكوّنة له وللخصائص العديدة التي تميّزه وأولها خاصية التفرد والتي جاءت نتيجة لعوامل مختلفة كالعامل الاجتماعي والنظم والأفكار التي من شأنها تحديد الطبيعة الاجتماعية والسلوكية لمجتمع ما، بالإضافة إلى التاريخ الذي مرت به أمة ما وكيف أثرت التغيرات التاريخية على طبيعة هويتها، كما نجد أن الهوية تتداخل مع الثقافة في جملة من العناصر كالعادات والتقاليد، اللغة، الفن، الدين وغيرها.

2.1.2. مفهوم الثقافة:

مصطلح الثقافة "culture" ذات الأصل اللاتيني "cultura" في اللغة "تقفه، يتقفه، ثقفا، غلبه في الحذق، ويقال ثقف الرجل ويقف يتقفه ثقفا، ثقافة، صار حاذقا، خفيفا، فطنا".⁷

تعددت المفاهيم الخاصة بالثقافة بتعدد رؤى واتجاهات المفكرين والباحثين في هذا المجال، فنجد من فسر ذلك الكل المعقد والمركب من العناصر التي تُمثل الثقافة في سياق انثروبولوجي، والآخر اجتماعي نفسي، وايدولوجي وغيرها، ولعل أكثر التعاريف شهرة وربما أقدمها هو تعريف ادوارد تايلور **Edward Tylor** فيرى أنها "ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات وكل القدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الانسان بوصفه عضوا في المجتمع".⁸ إن هذا التعريف يوحى بالطبيعة الاجتماعية للثقافة وأنها صفة قد يتم اكتسابها من خلال مجمع الأحداث والممارسات اليومية التي تميز مجتمعا ما، كما أنه أشار إلى طبيعتها الانتقالية عبر الأجيال بحكم توارث الأفراد لعادات وتقاليد الأجداد باستمرار.

أما كارل ماركس **Karl Marx** فقد قارب مفهومه للإيديولوجيا مفهوم الثقافة حيث جعل الأول واسعا عاما وشاملا لمختلف النظم الاجتماعية والأخلاقية، الدين، الممارسات السياسية وكذا طريقة التفكير والعيش، وحتى السلوكيات والعادات، ليصبح بذلك مفهوم الثقافة عنده مرتبطا بالأفكار الخاصة بالطبقة المسيطرة والقوية،⁹ ويعرف رالف لينتون **Ralph Linton** ثقافة المجتمع على أنها "طريقة حياة أفراد، وهي مجموعة الأفكار والعادات التي تعلموها وساهموا فيها ثم تناقلوها من جيل لآخر".¹⁰

3.1.2. مفهوم الهوية الثقافية:

إن هذا المفهوم مركب من جزئين الهوية والثقافة، ولو لاحظنا التعاريف السابقة لكلا المفهومين لوجدنا أنها تتقارب بل وتتقاطع في الكثير من النقاط وبذلك فالهوية الثقافية تُعرّف على أنها "الارث والتراث الاجتماعي المادي والأدبي، وهي أيضا كل ما يميز المجتمع عن غيره من المجتمعات الأخرى، كالتيارات الدينية والروحانية، الميول والأذواق والمعايير الأخلاقية والجمالية، فهي عموما خزان لكل حضارة".¹¹ وعليه فالتعريف السالف الذكر يؤكد على أنّ الهوية الثقافية تعد ميزة أساسية تشكل الفارق والاختلاف بين المجتمعات والأمم، حيث أنها وحدة متكاملة، وصفات متماثلة عند مختلف أفراد المجتمع الواحد؛ لكنّ هذا القول لا ينفي وجود بعض العناصر الثقافية الفرعية التي تُميز بعض مناطق وأفراد المجتمع الواحد وهذا راجع لعدة اعتبارات.

لو قمنا بإسقاط المستويات الثلاث للهوية التي وضعها الدكتور محمد عابد الجابري والمتمثلة في الهوية الفردية (القبيلة، الطائفة...)، الهوية الجموعية (جماعة داخل أمة)، الهوية الوطنية (وتكون أكثر اتساعا وتنوعا)¹² على المجتمع الجزائري لوجدنا أن هذه المستويات تتوفر فيه، وهذا راجع أولا لاتساع الرقعة الجغرافية التي يحتلها، وبالتالي تعددت اللهجات، العادات، التقاليد، الممارسات والسلوكيات اليومية لكن كل هاته الجزئيات تدخل في تكوين المقومات الأساسية المشتركة والمشكلة للهوية الثقافية الجزائرية.

2.2. مقومات الهوية الثقافية:

إنّ الهوية الثقافية تتشكل انطلاقا من وجود الكثير من العناصر المشتركة والممارسة في مجتمع واحد ويمكن الإشارة إلى أبرز المقومات فيما يأتي:

1.2.2. اللغة:

إنّ من أكثر السمات والعناصر التي من شأنها إبراز هوية شخص أو مجتمع ما هي اللغة التي يستعملها، فهي "أقدم تجليات الهوية لدى الجماعات البشرية، حيث حاولت هذه

الأخيرة ايجاد وسيلة للتواصل والتفاهم فيما بينها، وإذا كنا لا نعرف على-وجه الدقة- طبيعة هذه الوسيلة فإنه من المؤكد أنها مع بعض التجاوز "لغة" وأنها هي التي مكنتها من أن تكون مجتمعا مميزا، ويتميز أفرادها بفضلها".¹³

2.2.2. التاريخ:

التاريخ المشترك بين أفراد المجتمع والثقافة الواحدة يعزز حلقات الترابط بينهم، "وليس التاريخ مجرد وقائع تُروى وأحداث تُسرد ولكنه في حقيقته وجوهه سريان الماضي في الحاضر بما يعنيه هذا السريان من الوعي بالإطار الثقافي لهذا التاريخ والذي يبلور ويكرس بأن الانتماء العقدي والفكري لأمة ما".¹⁴

3.2.2. الدين:

تعد فكرة الاعتقاد في شيء ما أو قوى معينة سمة بشرية ميّزت الإنسان عن غيره من المخلوقات بداية من الإنسان الأول (البدائي) الذي كان يُرجع تفسير الظواهر والمشاعر الغامضة إلى قوى عظيمة خفية مسؤولة عن ذلك فسعى لعبادتها وتبجيلها، وتصححت فكرة العبادة والتدين مع نزول الوحي والديانات الابراهيمية، أمّا عن المفهوم الدقيق للدين فيرجعه الباحثون في هذا المجال إلى كونه "حالة نفسية وعقلية ووجدانية يتصف بها شخص معين، ونسميها التدين وهو مجموعة من المبادئ والقيم التي تدين بها أمة أو جماعة اعتقادا أو عملا وتظهر في كتب ومراجع وروايات وتتمثل في عادات خارجية أو آثار اجتماعية".¹⁵ فهو إيمانٌ خالص وعملٌ بمبادئ سامية تتجسد في الواقع في عدّة أشكال ومظاهر.

4.2.2. العادات والتقاليد:

تنبثق العادات الاجتماعية من الممارسات اليومية بمختلف أنماط العيش والأساليب التي يعتمد عليها أفراد مجتمع ما في التعبير عن احتياجاتهم وأفكارهم، والتي تكون بصفة مستمرة

ومتكررة يوميًا، وبذلك تُعتبر العادات الدعائم الأولى التي يقوم عليها التراث الثقافي في كل مجتمع، إنّ تلك الممارسات تصبح عادات أصيلة وأعرافا يعتزون بها وبالتالي تصبح مقوما أساسيا في تشكيل الهوية الثقافية للمجتمعات،¹⁶ أمّا التقاليد فتعبر عن "درجة ارتباط المجتمع بالماضي الذي أنتجه وبالتالي تُعبر عن مدى ارتباط الفرد بتراثه المادي والروحي وهو الأمر الذي يرسخ العادات الاجتماعية في وعي ولا وعي الجماعة التي تصبح تشعر اتجاهها بنوع من التقديس"،¹⁷ حيث يحرص أفراد المجتمع الواحد على تجسيد مظاهرها وتفاصيلها بكل حب وتقان لتكون على درجة عالية من التشابه مع النموذج الأول الذي توارثوه عن الأجداد.

3.2. الخطاب الإشهاري التقليدي:

تعد الخطابة أرسطو "ملكة التنظير لما هو مناسب للإقناع في كل حالة"،¹⁸ والخطاب الإشهاري عبارة عن مزيج من عدة عناصر تُصاغ بطريقة تُمكن المرسل (الباث) من التأثير في المرسل إليه (المتلقي) وإقناعه بفحوى الرسالة (المضمون)، لكن وظيفة الخطاب الإشهاري لا تتوقف عند فعل الإقناع، إنما تتعدى ذلك من خلال إمكانية تشفيره وتعزيز مضمونه بعلامات دالة، تحمل مدلولات ومعاني خفية من شأنها التأثير في فكر وثقافة وقيم الجمهور المستهدف، حيث يرى سعيد بنكراد "بأنّ عالم الوصلة الإشهارية هو عالم الهوية: هوية لفظية طباعية (المكتوب)، أو هوية لفظية صوتية (المسموع)، أو هوية بصرية (مرئي)، ذلك أنها تسعى دائما إلى تأثيث عالم إنساني يتوسطه أو يزينه كيان متميز ولهذا فإنها تسعى دائما من خلال طرائقها في بناء دلالاتها ومن خلال موضوعاتها وكنائنها وأبعادها التشكيلية إلى تأسيس هوية تستوعب الشيء المدرج للتداول وتتوب عنه".¹⁹

مهما كان نوع الخطاب الإشهاري فهو يعتمد على الجانب الفني الإبداعي في صياغة وتصميم محتواه الذي يُمكنه من جذب انتباه الجمهور المستهدف نحوه، وبالتالي يخلق الرغبة والدافع نحو ما يعرضه من سلع أو خدمات أو أفكار، بالإضافة إلى قوة وسلطة

عناصره ومدى تأثيرها المباشر وغير المباشر على وعي الجمهور، مما يجعله معرضا باستمرار لبرمجة فكره عن طريق الخطابات الاشهارية التي عادة ما ترسيخ القيم والمبادئ وحتى الثقافات الجديدة في ذاكرته، وبالتالي تنعكس على سلوكياته في الواقع وتتمظهر في نمط الحياة التي ينتهجها، طريقة كلامه، وتفكيره...الخ.

1.3.2. أنواع الإشهار التقليدي:

نقصد بالإشهار التقليدي ذلك النوع من الإشهار الذي يعتمد على الوسائل والطرق المتعارف عليها في نشره قبل ظهور الوسائل التكنولوجية الإلكترونية، خاصة تلك التي تعتمد على الأنترنت وخصائصها في نشره، ووجب التنويه لوجود عدة معايير متبعة في تصنيف أنواع الإشهار، فقد صنفه بعض الدارسين لهذا المجال على أساس النطاق الجغرافي، أو على عينة الجمهور المستهدف، أو انطلاقا من الهدف من العملية الإشهارية وغيرها، وارتأينا الاعتماد على التصنيف الذي يركز على الوسيلة المستخدمة في الإشهار كمعيار في التصنيف، وقد تم تقسيم الإشهار إلى ما يأتي:

1. إعلانات* الوسائل المقروءة: هي تلك التي تنشر في الصحف/ المجلات/ اليافطات/ الكاتالوجات/ الكتيبات/ الإعلانات التي ترسل بالبريد؛
2. إعلانات الوسائل المسموعة: وتتمثل في إعلانات الراديو/ إعلانات العربات التي تستخدم مكبرات الصوت؛
3. إعلانات الوسائل المرئية والمسموعة: وتتمثل في إعلانات التلفزيون/ إعلانات السينما/ إعلانات الفيديو.²⁰

2.3.2. مكونات الخطاب الإشهاري:

أ_ علامات لسانية: وهي التي تتجلى في البنية اللغوية بمختلف أشكالها، فاللغة المكتوبة ليست وسيطا ولا نظاما بل هي التحام لغتين: اللغة المنطوقة ولغة الأثر وقد عدها جاك ديريدا Jacques Derrida (دال الدال)، أما رولان بارت Roland Barthes فنظر إليها على أنها ليست لغة ولا أسلوبا، إنما هي وظيفة بين الإبداع والمجتمع [...] واللغة معطى اجتماعي مشحون بالدلالات"،²¹ فاللغة المكتوبة خاصة في الخطاب الإشهاري يجب أن تتسم بجملة من الخصائص أولها أن تكون مفهومة، وتحمل خصائص المجتمع الموجهة إليه، بالإضافة إلى توفر عنصر الإبداع في توظيفها بشكلها المكتوب من حيث نوع الخط، سُمكه، بارز، مائل، مزخرف... وهذا لتحقيق الهدف الجزئي الأساسي من الخطاب وهو لفت الانتباه.

"إن تكلم لغة ما يعني إنجاز أفعال لغوية، على غرار تقديم تأكيدات وإعطاء الأوامر وطرح الأسئلة والوعود [...] وبعدها تكون تلك الأفعال اللغوية ممكنة عموما من خلال قواعد معينة تضبط استعماله العناصر اللسانية فتتحقق تلك الأفعال وفقا لتلك القواعد اللسانية"،²² إن الخطاب الإشهاري باعتماده على اللغة الملفوظة التي تتميز بالإيحاء والتقرير وكذا النبرة في تجسيد الفكرة يتمكن من تحقيق بعض أهداف العملية الإشهارية خصوصا إذا اقترن وجود هذه العلامات اللسانية مع العلامات غير اللسانية.

ب- علامات غير لسانية (أيقونية): تعتبر الصورة من أهم العناصر الأيقونية "حيث تتميز بكونها مرنة من حيث التجسيد والتمثيل وذلك بفضل مكوناتها (أشكال، ألوان...) وتعد إحدى التقنيات التي تقدم إمكانية تمثيلية كبرى لنقل الموضوعات المختلفة وإعادة إنتاج الواقع البصري"،²³ وهذا ما أكده رولان بارت بكون الصورة "نظام منتج للمعنى ويؤدي وظائف محددة كما أنها تتميز بنسقين: الأيقوني المشفر الإيحائي، والأيقوني غير المشفر التقريري".²⁴ أي أن متلقي الخطاب الإشهاري يمكنه إيجاد المعنى وفهم فحوى الخطاب

انطلاقا مما هو ظاهر فعليا، بالإضافة إلى استنتاج ما هو ضمني من خلال الاستعانة بالعلامات اللسانية التي تؤدي وظيفة الإيضاح والتوجيه نحو المعنى.

3. القراءة التحليلية للومضة الإشهارية "حُضنة":

1.3. المستوى التعيني:

1.1.3. بطاقة تقنية:

- العنوان: حُضنة؛
- سنة الإنتاج: 2021؛
- النوع: إشهار تلفزيوني؛
- المدة: 1 دقيقة و18 ثانية؛
- عدد اللقطات: 40؛
- المصدر: <https://www.youtube.com/watch?v=ILhleWYM5mU>

2.1.3. التجزئة (تحليل مشاهد الفيلم الإشهاري):

سنعمل على تجزئة الفيلم الإشهاري حُضنة بناء على الوحدات السردية التي تحقق كل مشهد، خصوصا وأن كل مشهد هو نتاج سلسلة من اللقطات المترابطة التي تخدم فكرة واحدة، وعليه تحصلنا على خمس مشاهد قُسمت حسب التصنيف الذي ظهر في الومضة (خمس مناطق: الجزائر العاصمة، منطقة القبائل، الصحراء، وهران، باتنة).

الجدول 1: جدول تحليل المشاهد الأساسية للفيلم الإشهاري " حُضنة"

طبيعة المشهد وخصائصه	دراسة المتغيرات المشهدية			تحليل الثوابت المتعلقة بالسيناريو
	متغير الزمن	التسلسل المشهدى	الإيقاع المشهدى	
المشهد 01 يبدأ بلقطة عامة تُظهر مقام الشهيد والساحة الكبرى التي تحيط به وجزء من المدينة، كما تظهر كلمة Alger باللون الأبيض أعلى يمين الشاشة، يليها عرض لمجموعة من الشباب في الشارع يرقصون على أنغام موسيقى "الراب".	صيغة الزمن حقيقة فهي تجسد مراحل وحالات الشباب أثناء الرقص.	تسلسل منطقي فمجموع اللقطات يُظهر كل عنصر من المجموعة وهو يرقص وهم يتبادلون علبة منتوج " حضنة"	إيقاع منسجم وانتقال سلسل بين اللقطات	إن الموسيقى المصاحبة للمشهد " RAP " بإيقاع سريع أما الكلمات فهي تصف المنتج " حضنة" كانت في تجانس تام مع محتوى الصور فالجو العام يظهر مجموعة من الشباب يرقصون " Break Dance " في الشارع الذي زينت جدرانها برسومات الجرافتي.
المشهد 02 كانت البداية بمنظر للطبيعة الجبلية وقت الغروب، - إبراز شخصيتين محوريتين (زوجين يوم الزفاف) - وجود لقطات تظهر الديكور - لقطات تظهر الجو العام للفرح - لقطات تبرز تقديم الأم/ الجدة حليب " حضنة" للعروس.	صيغة الزمن "مركزة" حيث تم عرض العديد من مراحل العرس في زمن وجيز وجزئيات صغيرة .	تم الاعتماد على المونتاج الروائي فهو يعرض أجزاء من طريقة الاحتفال في الأعراس في منطقة القبائل لكن التتابع في اللقطات كان سريعا.	الإيقاع الداخلي كان متسلسلا وسريعا أما فيما يتعلق بالمشهد السابق فالانسجام كان ناقصا من حيث الموضوع لكنه محقق من حيث الحالة	العلامات اللسانية الموظفة : Kabylie الموسيقى كانت سريعة الإيقاع تعبر عن منطقة القبائل، كلمات الأغنية بالأمازيغية تصف فوائد المنتج، أما المؤثرات الصوتية بصفة عامة تؤكد على جو الفرح وحالة السعادة التي يعيشها الشخصيات

العلامات اللغوية المكتوبة تمثلت في: Sahara العلامات اللغوية الملفوظة كانت في شكل كلمات الأغنية وهي عبارة عن ذكر لأنواع النكهات المتوفرة في المنتج الموسيقى كانت تعبر عن الطبيعة الصحراوية.	انسجام داخلي وخارجي محقق.	تسلسل منطقي ومتتابع للقطات تجسد الحدث الحقيقي (وضع الطعام وتناوله).	متغير الزمن حقيقي.	المشهد 03 مشهد ليلي ويظهر فضاء نصف مفتوح (خيمة)، الشخصيات تنقسم إلى مجموعتين "نساء تحضر الطعام ورجال تقدم" لبن حضنة".
العلامات اللغوية المكتوبة: Oran العلامات اللغوية الملفوظة كانت مزيج بين اللغة الفرنسية والدارجة تؤكد على حالة الفرح التي يحققها منتج "حضنة" وأنه سبب الجمعة الجميلة السعيدة أما الموسيقى كانت خفيفة وايقاعها سلس متناسب مع الصور وتتابعها	ايقاع بطيء نسبيا، وانسجام محقق على المستوى الداخلي والخارجي للمشهد	تسلسل منطقي	متغير الزمن حقيقي	المشهد 04 تظهر في غرفة ذات ديكور أبيض وعدد من البالونات الملونة 3 فتيات بلباس نوم تدخل عليهن أخرى تحمل علب زبادي "حضنة" في جو احتفالي.
العلامات اللغوية المكتوبة: Batna العلامات اللغوية الملفوظة كانت بصوت رجالي ضمن أغنية تؤكد على أن منتج "حضنة" يساهم في جمع العائلة وخلق جو سعيد.	ايقاع بطيء، وانسجام داخلي وخارجي محقق في المشهد	تسلسل منطقي يعكس مجموع اللفظيات المتسلسلة والتي تجسد الفكرة	متغير الزمن حقيقي	المشهد 05 في فضاء داخلي، وديكور تقليدي بسيط يعكس حياة الفرد الشاوي تجلس الوالدة قبالة مائدة طعام وتخدم في الكأس المصنوع من الفخار حليب "حضنة" لابنها الذي دخل وقبل رأسها.

المصدر: إعداد شخصي بالاعتماد على معلومات من (أطروحة الدكتوراه)، ليخلف فايزة، بعنوان:

"خصوصية الاشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي"، 2005.

3.1.3. تحليل طبيعة العلاقة بين شريط الصوت والصورة:

ركز هذا الفيلم الإشهاري على الجانب الأيقوني بصفة كبيرة، ونلاحظ غياب الحوارات نهائيا، في حين تم توظيف خمس قطع موسيقية مختلفة، كما أنّ الصوت بما يضمه من موسيقى وحوارات وكلمات الأغاني كلها كانت منسجمة وتخدم الفكرة العامة للإشهار كونها تُقدم تعريفا للمنتج المُشهر عنه، مبرزة أهم العناصر المميزة له في كل مشهد، كما أنها توحى للمتلقي بالمحتوى الانفعالي وحالة الفرح والغبطة التي ربطها باستعمال المنتج وأكدتها العبارة الختامية في الفيلم، كما نلاحظ استخدام خمس لهجات محلية جزائرية تمثل خمس مناطق من الوطن (العاصمية، القبائلية، التارقية، الوهرانية، الشاوية).

3.1.3. تحليل العبارة الخطية في الفيلم الإشهاري "حضنة":

أ- من الناحية التقنية: تضمن هذا الخطاب الإشهاري علامات لسانية تمثلت في شعار (حضنة... ديمّا تجمعنا)، والذي كان باللون الأبيض على خلفية خضراء، وكتب بالبنط العريض، أما أعلى هذه العبارة فنجد شعار (Logo) والذي كُتب باللغة الفرنسية "Hodna Lait" باللون الأزرق الداكن وعلى خلفية بيضاء.

ب- من الناحية السيميولوجية: تكرر ظهور العلامة الخاصة بالمنتج حضنة فكان في شكل أيقوني (7 مرات)، وقد صاحب هذا الظهور لفظ حضنة في الأغنية المصاحبة للإشهار حوالي (11 مرة)، وبالتالي فإن هذا التكرار يهدف إلى تحقيق وظيفة الترسّخ، بالإضافة إلى تعزيز معنى الصورة من خلال اللفظ وبالتالي تحققت وظيفة الدعم من خلالها.

4.1.3. المقاربة الإبداعية المستخدمة في الفيلم الإشهاري " حضنة":

اعتمد القائمون على هذا الإشهار عددا من الاستراتيجيات الإبداعية في بناءه، وتمثلت في استراتيجية الوعد الابتكاري، وذلك من خلال توظيف الشعار حضنة... ديمّا تجمعنا، وهو وعد ضمنى على الحالة التي سيؤول إليها المستهلك في حالة استخدامه لهذا المنتج، حيث سيكون محاطا بمن يُحب في جو يغلب عليه السعادة والأفراح وقد تعزز هذا

المعنى من خلال توظيف استراتيجية أخرى تمثلت في استراتيجية دعم الادعاء، والتي تُقدم أدلة مادية وتجسيدا تمثيلا يُحقق ما حملته العبارة الخطية من وعود لكن ترتيب استخدام هذه الاستراتيجيات لم يكن بالطريقة سائلة الذكر، إنما ركز الفيلم على عرض التجسيد الفعلي وتحقيق الوعد من خلال المشاهد التي تعكس الفرح والسعادة جراء استهلاك المنتج "حضنة" وختم الفيلم بالعبارة المؤكدة على الوعد ويحقق بذلك وظيفة الترسخ.

• الصياغة الفنية للفيلم الإشهاري:

جاء الفيلم في قالبٍ غنائيٍّ مصور، وقد جسدت المشاهد عرضا للمنتج وفوائده، بالإضافة إلى خصائصه وميزاته، والأذواق المتوفرة فيه بطريقة ضمنية من خلال اللوحات الخمس التي جسدت كل منها جزئية معينة، وقد كانت الأغنية شارحة ومؤكدة على معنى وفكرة كل مشهد من الفيلم.

• نوع الرسالة الإشهارية المستخدمة:

إن الملاحظ في طريقة عرض محتوى الفيلم الإشهاري الذي تكوّن من عدة عناصر كالموسيقى، وكلمات الأغنية التي صاحبة المشهد، الصورة، فتوظيف العلامات الألسنية كان بطريقة تكاملية، ويعبر عن حالات: الفرح، التقارب، المتعة، وكل هذه الحالات ربطها المُشهر بالمنتج وبالتالي فإنه وظف ما يعرف بالرسالة الرمز حيث يصبح المنتج رمزا للفرح والبهجة التي عرضها الإشهار والتي يشترك فيها المتلقي.

2.3. القراءة التضمينية للومضة الإشهارية "حضنة":

1.2.3. التمثيلات الأيقونية:

إن كل مشهد من المشاهد الخمسة المكونة لهذا الخطاب الإشهاري وكأنه يعكس هوية ثقافية جزئية، ومن خلال تأملنا لهذا العمل يمكننا أن نقسمه من خلال مضمون المشاهد.

المشهد 1 و 4 إن لم يكن مدعما بصورة بانورامية تعبر عن المكان ومدعمة بعبارة (Alger/ Oran)، حيث لا يمكن التأكيد أن من يظهر في الصور هم جزائريون، فقد أظهروا مجموعة من الشباب يرقصون في الشارع، يعكسون ثقافة غربية بحتة بداية من طريقة اللباس، رقص الـ Break dance والجو العام الذي يظهر جدران بها رسومات الجرافيتي، والحال نفسه مع مشهد وهران؛ أما المشهد 2 فقد أظهر زفافا تقليديا بطابع عصري في منطقة القبائل، حيث أبرز جزء من عادات وتقاليد الزواج من ارتشاف العروس للحليب، اللباس التقليدي القبائلي، الطعام، الرقص، لكن الديكور لم يكن تقليديا، إضافة إلى الاختلاط بين الجنسين في صالة واحدة؛ في حين مثل المشهدين (5/3) مناطق داخلية وحمل علامات ورموز توحى بالهوية الثقافية الصحراوية والشاوية والتي تعد جزء من الهوية الثقافية الجزائرية، وبالتالي يمكن القول أن مضمون هذا الخطاب الإشهاري ظاهريا يحمل فكرة الفرح والبهجة التي ترتبط رمزيا والمنتج المُشهر عنه "حضنة"، إلا أن ذلك التقسيم يعطي أبعادا أخرى توحى بأن المدن الكبرى الشمالية غير متمسكة بثقافتها في حين المناطق الداخلية أكثر تمسكا بأصالتها، وهذا ما عكسه اللباس وطريقة الجلوس والتعامل والديكور الخاص بالفضاءات الداخلية.

2.2.3. المدونة اللونية:

لا شك أن توظيف الألوان في الخطاب الإشهاري لا يكون عشوائيا بل هو مدروس، وكل لون فيه يحمل رمزية سيكولوجية وثقافية، وما لاحظناه هو التركيز على استخدام اللون الأبيض والأزرق بكثرة وهما اللونين المشكلين لشعار المنتج، والقصد من وراء هذا الاستخدام

هو ترسيخ صورة المنتج وألوانه في ذهن المتلقي؛ أما الألوان الحارة والتمثلة في اللون الأحمر ظهر من خلال لباس الشخص يحمل رمزية الانتماء، الحب والشغف، ويعكس حالة الدفء العائلي، وبالتالي يؤكد على حالة "اللمة" والفرح الذي يركز عليها الإشهار؛ أما استخدام اللون الأصفر فكان عاكسا لحالة البهجة والحيوية، الأمل ومعززا لإيقاع عرض الإشهار، بالإضافة إلى اللون الأخضر الذي برز في اللقطة الأخيرة من الإشهار والذي يوحي بأن مصدر الحليب طبيعي ويعزز ثقة المستهلك في المنتج "حضنة"؛ كما ظهرت مجموعة من الألوان الأخرى كالبنفسجي، الوردي، الذهبي بكميات قليلة ولم تكن في موضع تركيز في العرض.

3.2.3. الإضاءة: كانت الإضاءة في كل المشاهد اصطناعية ومركزة بصفة مباشرة على ملامح الشخص لإبراز انفعالاتهم وحالة البهجة والفرح التي تبدو عليهم وقد كانت شدتها (أي الإضاءة) متساوية وتلك المسطرة على المنتج لإعطائهم نفس الأهمية وبالتالي التركيز على الرسالة الرمز التي تم اعتمادها في الإشهار.

4.2.3. الشخصيات: فيما تعلق بالشخصيات فقد اعتمد الفيلم الإشهاري على أفراد غير معروفين في الوسط الفني بل هم من عامة الناس، وهذا لتقريب محتوى خطابه من المتلقي فيحس أنه جزء من هذا العالم ومنسجم معه فهو يعكس عاداته، ويوميته وبالتالي يرفع من الاحساس بالانتماء نحوه وبذلك يتحقق هدف الإقناع.

5.2.3. الموسيقى: إنّ توظيف الموسيقى المستلهمة من التراث والمقدمة بلهجات مختلفة وإيقاعات بهيجة عزز معنى الجانب الأيقوني الذي يعبر عن فكرة الفرحة وروح الانتماء كما أنه أضفى مصداقية أكبر على العمل.

فيما يتعلق بالأساليب الإقناعية فإن أسلوب التكرار والتتابع كان طاعيا في هذا الخطاب الإشهاري (تكرار اسم المنتج، تكرار حالات الفرح...)، بالإضافة إلى استعمال صورة العلامة وربطها رمزيا بالجو الانفعالي الذي يوحي بالبهجة والسعادة، كما أن للأسلوب الغنائي في الإشهار أثر إقناعي خصوصا عند توظيف موسيقى سلسلة وخفيفة وسهلة التذكر فهذا يساهم في تذكر العلامة.

4. خاتمة:

يمكننا القول أن مقومات الهوية الثقافية على تنوعها واختلافها (اللغة، العادات والتقاليد، اللباس، الديكور، الغناء، نمط الحياة)، يمكن استخدامها في الإشهار التقليدي لتحقيق جملة من الأهداف، لعل أهمها المساهمة في تحقيق هدف الإقناع من خلال جذب انتباه المتلقي بواسطتها، ويتعزز بذلك الشعور بالانتماء لا إراديا عنده نحو ما يُعرض، وبالتالي تخلق رغبة في نفسه للوصول إلى تحقيق نفس الحالة الشعورية التي يعكسها الإشهار (الفرح واجتماع العائلة)، مما يجعله يُقدم على فعل الاقبال على المنتج أو الخدمة المشهر عنها، بالإضافة إلى أن هذه المقومات والعناصر التي تمثل الهوية الثقافية للمجتمع تحقق بعدا جماليا في الإشهار ويتم تقبله والتفاعل معه من طرف المتلقي بسهولة.

5. الهوامش

¹ نورالدين هميسي، فصول من النقد السيميائي والثقافي للإشهار، دروب ثقافية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 23-24.

² مراد وهبة، المعجم الفلسفي، القاهرة، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، 2007، ص 667.

³ جماعة من كبار اللغويين العرب، العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتعلميها، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، لاروس، 1989، ص 1276.

- ⁴ أسماء بن تركي، الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحدثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية،(الجزائر)، عدد خاص، 2011، ص 632.
- ⁵ ميمونة مناصرية، هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة، (أطروحة دكتوراه)، علم اجتماع التنمية، عبد الرحمان برقوق، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012، ص 73-74.
- ⁶ غفيف البوني، في الهوية القومية العربية، رياض زكي قاسم (تحرير): الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر، بيروت، مركز الدراسات الوحدة العربية، 2013، ص26.
- ⁷ بطرس البستاني، المحيط: قاموس مطول للغة العربية، باب الثاء مكتبة لبنان، ص 82.
- ⁸ دنيس كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، تر: منير السعيداني، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2007، ط.1، ص31.
- ⁹ الربيع جصاص، علم اجتماع الثقافة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2003، ص 22.
- ¹⁰ هارلمس وهولبورن، سوسيولوجيا الثقافة والهوية، تر: حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دب، 2010، ص8.
- ¹¹ صليحة بردي، التراث المحلي والوافد في الهوية الثقافية الجزائرية قراءة في إشكالية المفهوم والممارسة، مجلة التعليمية (الجزائر)، العدد الخامس عشر، سبتمبر 2018، ص30.
- ¹² محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات، مجلة فكر ونقد(المغرب)، ع 6 1998، ص15
- ¹³ الحفيان فيصل، اللغة والهوية اشكاليات المفاهيم وجدل العلاقات، مجلة إشكاليات، ع.5، 2004، ص 85.
- ¹⁴ مولاي أحمد، ملامح الهوية في السينما الجزائرية،(إشراف) بن ذهبية بن نكاع ، (أطروحة دكتوراه)، قسم الفنون الدرامية، كلية الآداب واللغات والفنون 2013، ص146.
- ¹⁵ المرجع السابق، ص 99.

¹⁶ أمال رقيبة، خصوصية الهوية الثقافية في الاشهار التلفزيوني، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، 2019، ص 139.

¹⁷ عماد عبد الغني، (د.ت)، العادات والأعراف والتقاليد والتراث الشعبي في العلوم الاجتماعية، تم الاطلاع عليه يوم: 2022/03/02، على الساعة 14:43، ينظر إلى

http://www.tourathtripoli.com/phocadownload/dirasset_fi_3ilm_al3am/al3dumima3ia.pdf

¹⁸ محمد الولي، بلاغة الاشهار، مجلة علامات، ع.18، 2004، ص 63.

¹⁹ سعيد بنكراد، الصورة الإشهارية المرجعية والجمالية والمدلول الايديولوجي، مجلة الفكر العربي المعاصر (لبنان)، ع. 112-113، 2000، ص 101.

* إن مصطلحي "الإعلان" و "الإشهار" تُستخدمان للدلالة على نفس المعنى، وهذا راجع للاختلافات الموجودة في المراجع، فكلمة "إعلان" تستخدم بكثرة في كتابات الباحثين من دول المشرق العربي، عكس دول المغرب العربي التي تستخدم مصطلح "الاشهار" بكثرة في كتاباتها.

²⁰ محمود عزت اللحام وآخرون، مقدمة في الإعلان، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط.1، الأردن، 2016، ص 36.

²¹ مليك زعلان، المرأة في الخطاب الإشهاري بين الصورة واللغة (رسالة ماجستير)، تخصص اللسانيات وتحليل الخطاب، (إشراف) بشير إبرير، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة باجي مختار، 2010، ص 76.

²² نسيمة بكاري، الإشهار بوصفه ظاهرة خطابية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، م.12، ع.02، 2020، ص 119.

²³ عبد النور بوصابة، بلاغة الاشهار التلفزيوني وقدرته على التأثير، الخطاب، ع.19، 2015، ص 264.

²⁴ نور الدين هميسي، فصول من النقد السيميائي والثقافي للإشهار، دروب ثقافية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 30.

6. قائمة المراجع

الكتب:

1. بطرس البستاني، محيط المحيط: قاموس مطول للغة العربية، مكتبة لبنان، سنة.
2. البوني عفيف، في الهوية القومية العربية، الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر، بيروت، مركز الدراسات الوحدة العربية، 2013.
3. جماعة من كبار اللغويين العرب، العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتعلميها، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، لاروس، 1989.
4. الربيع جصاص، علم اجتماع الثقافة، الجزائر، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 2003.
5. اللحام محمود عزت، الشامية ماهر عودة، الضلاعين علي فلاح ، خولة ضامن كافي يوسف مصطفى مقدمة في الإعلان، الأردن، دار الاصدار العلمي للنشر والتوزيع، ط.1، 2016.
6. كوش دنيس، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، تر: منير السعيداني، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2007.
7. هارلمس وهولبورن، سوسيولوجيا الثقافة والهوية، تر: حاتم حميد محسن، دب، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.
8. هميسي نورالدين، فصول من النقد السيميائي والثقافي للإشهار، الأردن، دروب ثقافية للنشر والتوزيع، 2016.
9. وهبة مراد، المعجم الفلسفي، القاهرة، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، 2007.

الدوريات:

1. بردي صليحة، التراث المحلي والوافد في الهوية الثقافية الجزائرية قراءة في إشكالية المفهوم والممارسة، التعليمية (الجزائر)، ع.15، سبتمبر 2018.
2. بكاري نسيم، الإشهار بوصفه ظاهرة خطابية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية (الجزائر)، م.12، ع.02، 2020.
3. بنكراد سعيد، الصورة الإشهارية المرجعية والجمالية والمدلول الايديولوجي، مجلة الفكر العربي المعاصر (لبنان)، ع. 112-113، 2000

4. بن تركي أسماء، الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحدثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية (الجزائر)، عدد خاص، 2011.
5. بوصابة عبد النور، بلاغة الاشهار التلفزيوني وقدرته على التأثير، الخطاب (الجزائر)، ع.19، 2015.
6. الجابري محمد عابد، العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات، مجلة فكر ونقد (المغرب)، ع.6، 1998.
7. الحفيان فيصل، اللغة والهوية اشكاليات المفاهيم وجدل العلاقات، مجلة إشكاليات، ع.2015، 5.
8. رقية أمال، خصوصية الهوية الثقافية في الاشهار التلفزيوني، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية (الجزائر)، 2019.
9. الولي محمد، بلاغة الاشهار، مجلة علامات، (المغرب) ع.18، 2004.

الرسائل الجامعية:

1. زعلان مليك، المرأة في الخطاب الإشهاري بين الصورة واللغة (رسالة ماجستير)، تخصص اللسانيات وتحليل الخطاب، (إشراف) بشير إبرير، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة باجي مختار، 2010.
2. مناصرية ميمونة، هوية المجتمع المحلي في مواجهة العولمة من منظور أساتذة جامعة بسكرة، (أطروحة دكتوراه)، علم اجتماع التنمية، عبد الرحمان برقوق، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012.
3. مولاي أحمد، ملامح الهوية في السينما الجزائرية، (أطروحة دكتوراه)، (إشراف) بن ذهبية بن نكاع، قسم الفنون الدرامية، كلية الآداب واللغات والفنون، 2013.

النصوص الالكترونية:

1. عماد عبد الغني، العادات والأعراف والتقاليد والتراث الشعبي في العلوم الاجتماعية، (د.ت)، تم الاطلاع عليه يوم: 2022/03/02، على الساعة 14:43، ينظر إلى:
http://www.tourathtripoli.com/phocadownload/dirasset_fi_3ilm_al3am/al3dumima3ia.pdf