IJHER International Journal of Humanities and Educational Research
ISSN: 2757-5403
Volume 5, Issue 6, December 2023

Received: 17/08/2023 **Accepted:** 19/10/2023 **Published:** 01/12/2023

CULTURAL REPRESENTATIONS IN THE ADVERTISING MEDIA DISCOURSE

Fadhila HELIMAOUI [1]

Researcher, University of Algiers.2, Algeria

Fatiha LALAOUI

Prof.Dr, University of Algiers.2, Algeria

Abstract:

The advertising discourse is one of the discourses that penetrated the society largely. The scholar, who studies it, does not give up trying to analyze its representations and its compact structure; the linguistics and met linguistics. We found that this kind of discourse with its different purposes, economic, social… performs instructive and influential tasks in order to convince the receiver. The receiver receives the discourse in a teaser image in which language and audiovisual mechanisms have been overlapped.

In the present study, we intended to apply some theoretical data in analyzing advertisements. That one may stand at the cultural representations deposited in the language of the advertising discourse. Also we intended to examine the extent of its importance in creating ideational affiliation and preserving the collective cultural memory.

We relied on the descriptive method beside the analysis. It is the appropriate methods to analyze the advertisement discourse, in which we have to decipher all the meaningful code. We concluded that the producer of the advertisement discourse, uses the cultural representations in intentional to access the society's memory and cultural identity. In this way, the producer can achieve the promotional goals. We also reached through the language of the advertisement discourse to examine the ideological and socio-cultural reality stacked in reflective patterns.

Key Words: Communication, Media Discourse, Advertising Discourse, Cultural Representations.

http://dx.doi.org/10.47832/2757-5403.23.4

[1] doctorat.fadela.helimaoui@gmail.com

الأنساق الثقافية في الخطاب الإعلامي الإشهاري

فضيلة حليماوي

ط.د.، جامعة الجزائر.2، الجزائر

فتيحة لعلاوي

أ.د.، جامعة الجزائر.2، الجزائر

الملخص:

إنّ الخطاب الإشهاري من بين الخطابات المتغلغلة بشكل كبير في المجتمع، ودَارسه لا ينزح عن محاولة تحليل أنساقه المتظافرة وآلياته المحكمة اللسانية وغير اللسانية، فنجد هذا النوع من الخطاب مع اختلاف أغراضه اقتصادية واجتماعية وغيرها...يؤدي مهاماً توجيهياً وتأثيرياً، قصد إقناع الجمهور الذي يتلقاه في صورة تشويقية تداخلت فيها اللغة وآليات سمعية بصرية، يروم هذا البحث إلى تطبيق بعض المعطيات النظرية في تحليل وُصلات إشهارية من أجل الوقوف على الأنساق الثقافية المترسبة في لغة الخطاب الإشهاري، وكشف مدى أهميتها في خلق انتماء فكري والمحافظة على الذاكرة الثقافية الجماعية، اعتمدنا في البحث المنهج الوصفي بجانب التحليل، المناسب لنوع الخطاب الذي يستوجب تفكيك كل الشفرات الإيحائية فيه، فتوصلنا إلى أنّ منتج الخطاب الإشهاري يعمد إلى توظيف أنساق ثقافية بكيفية مقصودة ومدروسة للولوج في ذاكرة المجتمع وهويته الثقافية، وتحقيق أهدافه الترويجية كما توصلنا من خلال لغة الخطاب الإشهاري إلى استنطاق واقع ايديولوجي واجتماعي ثقافي مكّدس في أنساق لغوية عاكسة .

الكلمات المفتاحية: التواصل، الخطاب الإعلامي، الخطاب الإشهاري، النسق الثقافي .

المقدمة:

الخطاب بغض النظر عن كونه مظاهر لسانية وغير لسانية، يُنظر إليه كمجموعة من الصّور الثقافية والاجتماعية و السّياسية... تداخلت لتظهر في اللغة العادية بما يُعرف بالأنساق الثقافية، وهذا ما أسفرت عنه الدراسات اللغوية مؤخراً، يأخذنا هذا الحديث إلى التفكير في علاقة اللسانيات بالثقافة، أو بالأحرى إلى التغيّر الكبير في مسار البحث اللساني من تأسيس دي سوسير اعتماداً على المنظور البنوي المحض إلى جهود مالينوفسكي وليفي شتراوس، وطرحهما لعلاقة اللغة بالثقافة وصولاً إلى الأبحاث التداولية بنظرياتها التي اهتمت بالكلام ومستعمليه إنتاجاً وتأويلاً، فانفتاح الدراسات اللسانية على عدة مجالات معرفية أخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس والفلسفة وغيرها، أدت إلى ظهور تخصصات لغوية علمية متكاملة؛ كعلم النفس اللغوي واللسانيات الاجتماعية وحتى اللسانيات العصبية، وأساس هذا الانفتاح هو الاستعمال اللغوي الذي لا يمكن فصله عن البيئة الاجتماعية والممارسة الثقافية والسياسية والجانب النفسي الذي تمثله الذات الإنسانية، هذا التطور العلمي لم تنفرد به اللسانيات فقط، بل نجد بالمقابل الدراسات الأدبية التي شقت طريقا في هذا الموضوع، انتقالا من النقد الأدبي إلى النقد الثقافي، يشير إلى هذا عبد الفتاح أحمد يوسف "من الأمور التي زادت من قناعتي في البحث بين اللسانيات والثقافة بعض رواد النقد الثقافي عند العرب، ومن أبرزهم عبد الله الغذامي الأمر الذي دفعني للتأمل في الحدود المعرفية التي تربط بين المعارف المختلفة داخل الخطابات" (عبد الفتاح، 2010، صفحة 17)

تبنت الدراسات النقدية المنهج الجديد المتحرر من الشكل السّطحي للنص (البنوي) على غرار الدراسات اللسانية، إذ انتقل الناقد من دراسة النّص كصورة جمالية ببلاغة أساليبها وصوّرها ومحسّناتها إلى دراسة علاقة النص بسياقه الثّقافي والسّياسي والاجتماعي ....إلخ، لاكتشاف أنساق ثقافية مضمرة غير واعية التي لا تظهر على سطح اللغة بل تختبئ وتتخفّى مع مرور الزّمن وتعاقب الأجيال، وجهود الأستاذ عبد الله الغذامي واجتهاداته كثيرة في السّعي إلى توسيع دائرة الدّراسة الأدبية للنصوص إلى دراسة ثقافية مشيراً إلى أنّ الجماهير تتأثر بخطابات تفاعلية، كالنّكت والأغاني الشبابية والخطابات الإعلامية، مقارنة مع قصائد شعرية تراثية، ويقول: " نحن لو نظرنا في أمر المبحث النقدي لهالنا الاهتمام المفرط بكل ما هو أدبي جمالي بالمفهوم الرسمي للأدبي، وفي المقابل نرى أنّ الفعل الجماهيري والثقافي يقع تحت تأثير ما هو غير رسمي، فالأغنية الشبابية والنكتة واللغة الرياضية والإعلامية والدراما التلفزيونية.....هو ما يؤثر فعلاً أكثر من قصيدة لأدوننيس.." (الغذامي، 2005، صفحة 15) نفهم من خلال هذا التوسّع أن المتلقي يميل إلى ما يعكس صورته الاجتماعية وما يماثل واقعه وتجاربه الانفعالية، بل و يتنفس من خلال البرامج التلفزيونية والعروض المقدمة لوجود ذاتيته والأنا الاجتماعي فيها.

والنظر إلى الخطاب على أنّه أُنتج في زمن معيّن وسياق محدّد، يجعل التّفاعل يشمل المرسل والمتلقي معا، أمآ تجريده من سياقه وظروف إنتاجه لا يمكننا من تحديد بنياته الثقافية المضمرة، بل يتعذر تأويله وفي هذا السّياق يقول الباحث المغربي سعيد يقطين: "يُكتب النص في زمن تاريخي ويتحدد هنا الزمن أو السّياق اجتماعي وثقافي ولا يمكن لإنتاج الكاتب النّص أن يكون خارجاً عن هذا السّياق الذي يتفاعل معه....وهذا التّفاعل مع البنيات الثقافية هو الذي يعطي للقراءة المفتوحة عبر الزمن إمكانية توليد الدلالات وإنتاجها" (يقطين، 2001، صفحة 34)وعلى ذكر التّفاعل فمن بين الخطابات التفاعلية الخطاب الإعلامي القائم على أسس ثقافية وتاريخية واجتماعية اقتصادية، والموّجه إلى مجتمع معيّن تحكمه عاداته وتاريخه ومقوّماته.

فالخطاب الإعلامي هو أحد الوسائل الأساسية المؤثرة على الوعي الجماعي في مجالات وقطاعات مختلفة، إذ يمكن اعتباره عاكس لعقلية المجتمع، وبالنسبة إلى هذه الورقة البحثية، اخترنا الخطاب الإشهاري دراسةً وتحليلاً، وغايتنا في ذلك؛ استخراج الأنساق الثقافية منه، ومعرفة مدى انعكاس الميزات الاجتماعية والثقافية، وعليه يمكن صياغة الإشكالية على النّحو الآتي:

كيف يتجلى النّسق الثقافي في لغة الخطاب الاشهاري؟

ننطلق في هذا المقال من تصّور بسيط مفاده أنّ الإعلان لا ينفصل عن الثقافة، فانتاج وتوجيه هذا الخطاب باستعمال لغة نابعة من ثقافة معيّنة بميزات خاصّة بالذهنية والفكر الجماعي لفئة معيّنة أو مجتمع ما هو إلا سعي إلى تحقيق أهداف ما بعد التّواصل كالتّوجيه والتّأثير .

إن كلّ خطاب إعلامي موجّه إلى مجتمع معيّن هو بالضرورة نابع من خصائص وميزات هذا المجتمع، فلا يُعقل أن يوّجه خطاباً إعلامياً تتنافى ميزاته مع عقائد ومعتقدات المجتمع الموجه إليه، كأن يوّجه خطاب ديني إسلامي إلى مجتمع مسيحي أو العكس.

1.الخطاب الإعلامي:

الخطاب الإعلامي حسب بشير ابرير "منتوج لغوي وأخبار منوّعة في إطار بيئة اجتماعية ثقافية Socioculturelle محدّدة فهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، وله قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي" (صويلح، 2011، صفحة 256). يقصد من الخطاب الإعلامي الإخبار من أجل تحسيس وتثقيف المتلقي، بل التأثير في الرأي العام وتوجيهه، فهو مركّب من عناصر تتفاعل بما فيها الجانب اللّساني وغير اللساني مشّكلة وحدة خطابية تتجسد في وسائل الإعلام، كالجرائد والتلفزة والراديو وغيرها، وتختلف طبيعته باختلاف الوسيلة؛ فقد يكون خطاباً إعلامياً مكتوباً، مسموعاً أو مسموعاً مرئياً، ويحمل صورة واقعية في تجليّات نصيّة عبر دلالات وقيّم وتصوّرات محدّدة و"يعدّ الخطاب الإعلامي صنفا من بين أهمّ أصناف الخطابات اللّغوية المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المعبّرة عن كلّ مجالاتها الحياتية المؤثرة فيها والمتأثرة بها" (ابرير، 2009، صفحة 90).

مهما كانت طبيعة الخطاب الإعلامي فله دور اتصالي فعّال مؤثر في المتلقي، بل يتعدّى هذا ليصبح أداة للسيطرة وتحقيق الغاية، حيث حيث تسعى الدول من خلاله الى قضاء مصالحها عن طريق توجيه الرأي العام باستغلال وسائل الإعلام وتوجيه و إعداد الجماهير بعده طرق كالأفلام والتنظيمات و البرامج الثقافية الرياضية والسّياسية ومختلف الوسائل التي تمس جميع القضايا.

والجدير بالذكر أنّ الخطاب الإعلامي عالج عامة القضايا التي تخصّ الرأي العام؛ فهو مصدر خبر، تقرير وتوجيه، فمثلا نجد تعدّد مواضيع الخطاب الإعلامي الجزائري المحلي بحسب الواقع السّياسي والاجتماعي والاقتصادي وحتّى الرياضي والصّحي. فمن المواضيع التي أخذت حيّزاً كبيراً في الخطاب الإعلامي في الآونة الأخيرة هي:

- **اجتماعياً**: حافلات الموت ترعب الجزائريين.
- **اقتصادياً**: آخر تعديلات مشروع قانون المالية2020
- **سياسياً**: الجزائر ترمي بكل ثقلها لحل الأزمة الليبية والأنظار صوب برلين.
- **رياضياً**: تفاعل كبير للصحف العالمية مع تتويج الخضر للكان.
- **صحياً**: كورونا فيروس كوفيد19.

1-1.الخطاب الإشهاري:

الإشهار جزء لا يتجزّأ من الثقافة وهو شكل من أشكال الاتصال المؤسساتي، يقصد منه ترويج لمنتوج ما أو خدمة معيّنة ويقوم على استراتيجيات لغوية وغير لغوية وهو موجّه إلى المتلقّي (الجمهور)، بعد دراسة معمّقة حول احتياجاته وتوجّهاته، ففيه يُعتَمد الإقناع من أجل التأثير و التوجيه لاقتناء سلع ما، ويعد" استراتيجية إبلاغية قائمة على الإقناع تُستَعمَل لذلك كلّ وسائل الاتصال من كلمة وصورة ورمز في أفق التأثير على المتلقّي والدّفع به إلى اقتناء منتوج ما" (البدوي، 1997، صفحة 17).

كما يعد الخطاب الإشهاري وسيلة تواصلية تستغَلُّ فيها اللّغة والصّور وديناميكيتها، إضافة إلى الموسيقى والألوان باعتماد الوسائل التكنولوجية (التصوير والتركيب...الخ).

2.1 أنواعه:

يرتبط الخطاب الإشهاري بعدّة ميادين في صور مختلفة، هي:

الإشهار المسموع: وهو خطاب شفاهي يُبَثُّ عبر الاذاعات أو الملتقيات وغيرها من التجمّعات.

الإشهار المكتوب: نجده في الجرائد اليومية والمجلّات والملصقات واللّوحات الإعلانية في الشوارع وغيرها من الكتب والمجلّات...الخ.

الإشهار السّمعي البصري: يبث هذا النّوع غالبا في التلفزة التي اجتاحت جميع البيوت والمراكز، فينقل التلفاز صورة وألواناً وموسيقى في حركية وتكرار، ويكون إنتاجاً مدروساً من قبل مختصّين في الميدان.

3.1 عناصر الخطاب الإشهاري:

✓ **المرسل**: هو منتج الخطاب حيث يقوم بإنتاج الخطاب مراعيا عدّة عوامل منها العوامل الثقافية والاجتماعية وغيرها، فهو على اطّلاع ومعرفة كاملة بالمتلقّي (الجمهور) من أجل انتقاء ما يناسب ويسهّل استقبال الرّسالة وتحقيق أهدافها، المرسل هو الّذي يشكل الخطاب وينتقي المواد الإشهارية اللازمة والمتناسبة مع الموضوع الّذي يدور حوله الاشهار، ويُسَمّى أحيانا المصدر لأنّه منبع الإرسال وتتحقّق هنا الوظيفة التّعبيرية.

✓ **المتلقّي (المرسَل إليه):** هو عنصر ثان والمقصود بالإشهار، وهو الوجهة الّتي توجّه إليها الرسالة إذ يعمل المتلقّي على فكّ رموز الرسالة الإشارية من أجل فهمها وتأويلها، ونجد هنا الوظيفة المتحقّقة الوظيفة الإفهامية.

✓ **الرسالة الإشهارية**: تتمثّل في الأنساق الدلالية اللّسانية والسيميائية فهي متعدّدة (كلمات، صوّر، حركات ألوان...) وهنا تكون الوظيفة الشعرية.

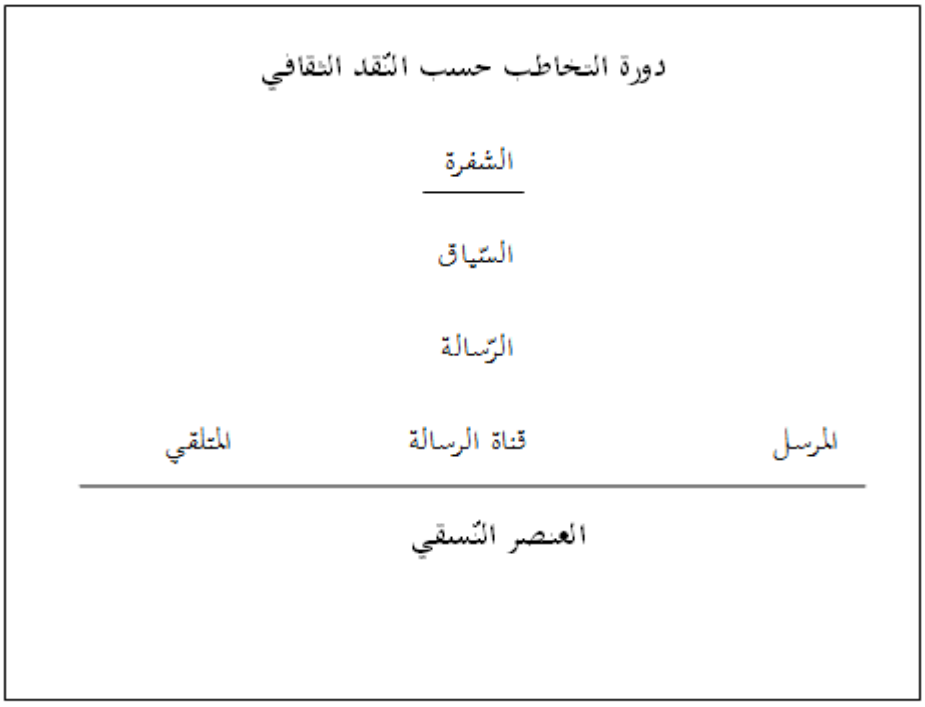
✓ **المقام**: إنّ أحوال المجتمع في تغيّر مستمرّ فالمرسل عند إعداده للرسالة الإشهارية، يأخذ في الحسبان المقام وأحوال الخطاب والأحداث والمستجدّات، فيتم انتقاء علامات لسانية مناسبة، فالمقام أو المرجع هو جامع لكلّ من المرسل والمرسَل إليه، خاصّة في ظل التسارع والتطوّر الاجتماعي والسّياسي والاقتصادي الحاصل، ونجد هنا الوظيفة المرجعية.

✓ **القناة:** هي الوسيلة الّتي يتمّ من خلالها إيصال الخطاب الإشهاري فقد يتنوّع بحسب تنوّع طبيعة الخطاب (مسموع، مكتوب...الخ) فهي تتشكّل في الوظيفة الانتباهية.

✓ **الشفرة:** هي مجموعة من الرّموز والتعابير الّتي يعبّر بها مجتمع ما وكيفية أدائها، إضافة إلى التّراث الثقافي والعقيدة والأفكار الّتي تفرض اختيار أساليب معينة، وتحقّق بها الوظيفة المعجمية.

هذه الوظائف حدّدها رومان ياكبسون في شكل الدّائرة التواصلية، وما يمكن الإشارة إليه هو الوظيفة السابعة الّتي أضافها عبد الله الغدامي، حيث يقول: " لذا فإنّنا نقترح هنا إجراء تعديل أساسي في النموذج وذلك بإضافة عنصر سابع و هو ما نسمّيه العنصر النّسقي" (الغدامي، 2005، صفحة 65). إنّ هذا التغيير أو الإضافة التي تبنّاها عبد الله الغدامي قصد من خلالها إيجاد الدّلالات المضمرة الّتي تتحكّم في خطاباتنا، ويرى كذلك أنّ " النّسق من حيث هو دلالة مضمرة فإنّ هذه الدّلالة ليست مصنوعة من مؤلّف ولكنّها منغرسة في الخطاب مؤلفتها الثقافة" (الغدامي، 2005، صفحة 81)

***1** (الغدامي، 2005، صفحة 66)*



2 .الأنساق الثقافية: إن كلمة النّسق وجدت عند العرب منذ القديم ويقصد بها النظام أو الشكل الواحد من كل شيء، فالكلمة تعطي معنى التشابه والتلاحم والتتابع في نظام واحد متكامل. وعرفه ابن منظور بقوله:" النَّسَقُ من كل شيء: ما كان على طريقة نِظام واحد، عامٌّ في الأشياء، وقد نَسَّقْتُهُ تَنْسِيقًا" (ابن منظور، 1990، صفحة 353)

كما تعني عند اليونانين النظام والكلية والترابط الداخلي بين العناصر الجزئية، وقد جاء هذا المصطلح في اللّسانيات البنوية système متأثرة بالعلوم البيولوجية بنظرتها إلى الكائن الحيّ كنسق متكامل وكل عضو فيه له وظيفة يستند إلى عضو آخر من أجل البقاء، والكائن الحيّ عند البنويين هو اللغة كنظام منّسق ومنظم مترابط في أجزائه. وفي الدراسات اللسانية الاجتماعية هي العناصر المتفاعلة فيما بينها قد تكون عناصر داخلية في اللغة كعلامة لسانية أو خارجية في محيط هذه اللغة، و"تدل كلمة النسق في المعاجم الأجنبية الحديثة والمعاصرة، على مجموعة من العلامات اللسانية والأدبية والثقافية، أو على مجموعة من العناصر والبنيات التي تتفاعل فيما بينها، وفق مجموعة من المبادىء والقواعد والمعايير. ويتحدد النّسق أيضاً بواسطة مكوّناته وعناصره وبنياته التي يتضمنها؛ ومن خلال مختلف التفاعلات التي تقيمها العناصر فيما بينها؛ وعبر الحدود التي تفصل بين العنصر الذي ينتمي إلى النسق الداخلي، أو الذي ينتمي إلى محيطه الخارجي" (حمداوي، 2020، صفحة 07) فاللغة عند استعمالها تخضع لظروف إنتاج تظهر على مستوى الخطاب، مما يجعل الخطابات مختلفة باختلاف الأنساق.

كما " يمكننا أن نحدد مفهوم الأنساق الثقافية بأنها نظم بعضها كامن وبعضها ظاهر في أية ثقافة من الثقافات، تتفاعل في هذه النظم العلاقات المجازية والعرق والدّين والأعراف الاجتماعية والقيود السياسية ....وهذه النظم ذات علاقة وثيقة بإنتاج الخطاب". ويرى آخر أنّ " النسق الثقافي يحمل جملة من المعتقدات والأفكار " فالنّسق الثقافي يختلف من مجتمع إلى مجتمع آخر من حيث هو مظاهر تاريخية عرقية واجتماعية تحكمها مقوّمات ومعتقدات دينية أو تقاليد توارثتها أجيال متعاقبة عبر التاريخ ومنه " فالنسق الثقافي هو مجموعة من التصوّرات والأفكار والمبادئ المترابطة والمحترمة في سلسلتها " (الكعبي، 2005، صفحة 22).

إنّ الأبحاث الّتي تناولت موضوع الأنساق الثقافية اعتمدت على تأويل المدوّنة في الدراسات اللّسانية والأدبية النقدية، حيث يقول أحد الباحثين: " الدراسات التي اشتعلت على قراءة الأنساق الثقافية تجد مجالاً منفتحاً على التأويل وهذا النّسق يخضع بدوره إلى شروط موضوعية تتمثل في الجوانب الاجتماعية والثقافية " (يوسف، 2010، صفحة 149) وانطلاقاً من هذا الطرح عمدنا في هذه الدراسة على اختيار مدوّنة في المجال الإعلامي الإشهاري الجزائري .

2-1.تجلّيات الأنساق الثقافية في الخطاب الإشهاري الجزائري:

يخضع الأفراد في المجتمع الواحد لمعارف وفنون وأخلاق ومعتقدات ولغة مشتركة، قد لا يظهر النّسق الثقافي في شكل واع، ولكنّه يوجد في الصّورة الاجتماعية للأفراد ويتأثرون به بل يتوارثونه ويتناقلونه من جيل إلى جيل، بما في ذلك البعد التاريخي والثقافي في المجتمع الواحد، فهو وحدة ثقافية دالة قد تتحقق في أفكار أو مدلول معيّن أو أحاسيس، وتتشكل هذه الوحدة الثقافية من أنساق تاريخية، اجتماعية، اقتصادية، دينية وسياسية، تتفاعل لترسّخ في الصّورة الذهنية للأفراد فتؤثر على لغتهم، فكل عنصر أو منطقة تختلف في الاستعمال اللّغوي مقارنة مع منطقة أخرى تشترك معها في اللّسان، وهو يظهر في صورة جملة من السّلوكات الجماعية والثقافية الشّفاهية " (عبد الفتاح، 2010، صفحة 148)، فالأنساق لا حياة لها في النّص كشكل سطحي، بل تعيش في الخطاب بظروفه وسياقه، وكل عناصره من منتج ومتلقي، وتختفي بين علاماته اللّغوية مشكّلة تمّثلات مختلفة، والنّسق المضمر في الخطاب يتشكل من أنساق ثقافية وتاريخية لمجتمعات متعددة وحضارات مختلفة تثبت في الخطاب وتتدخل في توجيه عقلية المتلقي، فهي أنساق عاملة

تتفاعل ولا تظهر في الصّورة السّطحية للخطاب وتساعد في عملية التأويل، والتحليل هنا له دور فعال في كشف هذا الإضمار الّذي يفكّك الخطاب ويكشف أنساقه .

3 تحليل المدونة:

3-1.نوعها

لقد تمّ اختيارنا لوصلات إشهارية مدوّنة للدراسة، وهي محلّية خاصة بمنتجات وخدمات، تُعرَض باستمرارية في القنوات الفضائية الجزائرية مثل القناة الثالثة وقناة خاصّة كالشّروق وغيرها، حيث سنحاول التّركيز على العلامات اللّسانية مستَخرجين الأنساق المضمرة الموجودة في الخطاب .

3-2 عرض المدونات

الوصلة الإشهارية الأولى: إشهار خاص بعجائن ماما

https/www.youtube.com.watchv=NP2yK96c

- (وليدي شحال يحب يلعب البالون)
- (كي يكمّل اللّعب ويجي جيعان ما يشبعُو غير سباقيتي ماما)
- (نهار فرحو قال لعماتُو ما إلّا كسكس ماما)
- (وليدي دار حالة في عرسوو صحابو لكل فرحولو)
- (نهار زدنا فرحنالو بملاك معلوم طمينتنا غير سميد ماما)
- (ملاك يا لعميرة كبرت وصامت رمضان درنا عليها سهرة)
- (هديك الصامصة لعزيزة غير بفرينة ماما)
- (أنا وعايلتي عمرنا ما نستغناو على ماما)
- (شحال عزيزة يا ماما)

الوصلة الإشهارية الثانية: إشهار خاص بعجائن عمر بن عمر

https/www.youtube.com.watchv =VNwsooxdcxo

- (هذه هي عايلتي)
- (هادوك هوما عايلتي)
- (دزيري ياخو)
- (زغاريد)
- (Tout le monde est ma famille
- (الجزائر أكبر عائلة في العالم)
- (عمر بن عمر لعائلة الفضيل إلى الأفضل)

الوصلة الإشهارية الثالثة :إشهار خاص بعروض اتصالات موبيليس

https/www.youtube.com.watchv =LBR4POddqJW

(بصّح شحال كانت الساعة، خلاص خلاص راني برّا)

(ياخي لاباس هذا رايك ولا صح، مصباح وأنا نعيطلك)

(معلابالیش استنا راني مجوايه ديدوش مراد، صح عندنا قريب ساعتين وحنا نهدر، وسمّيتو مهدي لرقم أو رقمين موبليس من اختياركم حسب اشتراككم 061 الآن المكالمات مجّانية وغير محدودة موبليس والكلّ يتكلّم).

Selon votre forfait 061 vers 1 ou 2 numéros

Les appels sont gratuits et illimités

الوصلة الإشهارية الرابعة :إشهار خاص بعروض اتصالات موبيليس

https/www.youtube.com.watchv sj60Wnl8qoi

(آباؤنا وأمّهاتنا تاج راسنا جزء من تاريخنا هاد رمضان كلّ ما شريتو خط جديد عبأتو رصيدكم بأكثر من 200 دج أو سدّدتم فاتورة موبيليس رايح يصرف 10 دج عن كل عملية تقومو بها ويعطيكم فرصة تساهمو في عمل خيري ب 10دينار وتمكنو مع بعض لهاذ الناس لكبار في ديار العجزة وديار الرحمة باش يحجّو في مكّة المكرّمة وكل ما يزيد عددكم كلما راح نساعد عدد أكبر من آبائنا وأمّهاتنا موبليس والكلّ يتكلّم).

3-3. دراسة لغة الخطاب الإشهاري في الجزائر:

تعد اللّغة من أهمّ المظاهر الّتي تحمل سمات ثقافية، فهي ليست أداة تواصل فقط، بل متحف للأثريات الثقافية، وهي جزء من العناصر الّتي يبنى عليها المجتمع وفهمنا لها مرتبط بمعرفة الثقافة التي تنتمي إليها، والخطاب الاشهاري لغتة في الغالب منطوقة بحسب قناة الإيصال السّمعية البصرية، فالمتلقي يكون على اتّصال بواسطة الإصغاء والمشاهدة.

لغة الخطابات في الوصلات المنتقاة ليست لغة أكاديمية محضة، حيث تغلب عليها لّغة الدّارجة ولغة الحياة اليومية العادية والّتي يفهمها ويمارسها المتلقّي الجزائري، ورغم وجود تعدّد لهجي، فهي تعبّر عن العفوية وتتميّز بالخفّة وسرعة إيصال الفهم، تُستَعمَل أيضا من أجل تقريب المتلقّي إلى الصّورة المبتغاة في جوّ من الإنتماء والحميمية.

وردت بعض التعابير باللّغة الفصحى في هذه الخطابات بشكل ضئيل، مما يعكس الواقع اللّغوي الجزائري، زد إلى توطين مفردات من اللّغة الفرنسية وإدماجها في الدّارجة، مما يدلّ على طبيعة لغة التواصل الحالية في المجتمع الجزائري والبنية الإيديولوجية له، وهذا أيضاً يومئ إلى تاريخ الجزائر والاستدمار الغربي، الّذي حاول طمس الهوّية الجزائرية، بما فيها اللّغة العربية وتأثير لغة المستدمر عليها.

3-3- أ.توظيف اللّغة الفرنسية:

من خلال بعض مفردات اللّغة الفرنسية الواردة في الخطاب الاشهاري ظهرت لغة المستدمر الّتي استطاعت أن تحفر في ثقافة المجتمع الجزائري مثل

- ✓ Tout le monde et ma famille
- ✓ .....Selon votre forfait 061 vers 1 ou 2 numéros,

3-3-ب.توظيف اللهجة العامية:

- طغت اللهجة العاميّة على الخطاب الإشهاري بنسبة كبيرة جدّا، فهي تحتلّ الرتبة الأولى في لغة الإشهار. مثل:

- ✓ كي يكمّل اللّعب ويجي جيعان ما يشبعُو غير سباقيتي ماما.
- ✓ مصباح وأنا نعيّطلك: منذ الصباح وأنا اتّصل بك.
- ✓ وليدي شحال يحب يلعب البالون.

كلمة "بالون" و"سباقيتي" هي اقتباس لغوي وما أكثره في اللّهجة الجزائرية وبالتالي في لغة الخطاب الإشهاري، يلجأ إليه منتج الخطاب من أجل تحقيق التواصل مع جميع فئات المجتمع المثقف وغير المثقف، وهنا تظهر حالة اللّغة العربية في الجزائر حيث يرى الحاج صالح، أنّ " اللغات تكثر من الاقتباس حتى فيما يوجد مقابل لها وحتى يشمل المفاهيم العادية غير العلمية فهذا الكون دليلاً قاطعاً على ضعفها وعجزها داخل موطنها" (الحاج صالح، 2012، صفحة 101) لكن هذا العجز لا يخص اللغة العربية في طبيعتها بل عجز نرجعه الى مستعملي اللغة أنفسهم .

3-3-ت.توظيف اللّغة العربية الفصحى:

كان توظيف اللّغة العربية الفصحى بشكّل قليل في الخطاب الإشهاري.

- ✓ موبليس من اختياركم حسب اشتراككم 061 الآن المكالمات مجّانية وغير محدودة موبليس والكلّ يتكلّم.

من خلال الوصلات الاشهارية لمسنا طبيعة الممارسة اللغوية القائمة في المجتمع الجزائري واستنتجنا ما يلي:

3-4.الأنساق المعنوية:

أ/ نسق لغوي ثقافي: اللّغة العربية الفصحى ليست اللّغة اليومية المستعمَلة داخل المجتمع الجزائري وإنّ هذا الأخير يتقن الكلام باللّغة الفرنسية أي أنّ المجتمع الجزائري له ازدواجية اللّغة.

ب/ نسق تاريخي: وجود مزج في اللّغة اليومية بين العامية واللّغة الفرنسية مما يعكس سياسة الاستدمار الفرنسي الذي حاول طمس اللّغة العربية ونشر اللّغة الفرنسية.

ت/ نسق ديني اجتماعي: تجلّت بعض المفاهيم ذات المرجعية الدّينية والثقافية والاجتماعية في خطاب الوصلات المُختارة، الّتي تعكس طبيعة الهوّية والقومية والانتماء الدّيني والتّاريخي للمجتمع، وفيها وظّف المنتج مناسبة مقدّسة في الدّين الإسلامي وهي شهر رمضان؛ الشهر الفضيل الّذي يميّز المسلمين عن باقي الأجناس الأخرى، ففي خطاب الوصلة

الأولى ذُكر شهر رمضان على أساس اجتماع العائلة في السهرات وتبادل الزّيارات بين الأقارب، إضافة إلى تحفيز الأطفال على الصيّام وإقامة سهرة خاصّة على شرف الطفل الّذي بدأ الصيام .

أمّا في الوصلة الثالثة، فارتبط معنى الشهر بالصدقات والتعاون والمساهمة في مساندة دار العجزة عن طريق تعبئة الرصيد، وظهرت معاني هذه المناسبة الدّينية من خلال استعمال علامات لسانية منها الرحمة، العمل الخيري، مكّة المكرّمة الّتي هي قِبلة المسلمين بحيث، يتمّ جمع التّبرّعات والمساهمات من أجل أخذ مسنّي دار العجزة إلى مكّة المكرّمة، فالمجتمع الجزائري مجتمع مسلم يتحلى بصفات الرحمة والتعاون والمساندة، وجميع هذه الصفات تندرج ضمن أنساق ثقافة المجتمع الجزائري المعنوية

ث/ نسق اجتماعي ثقافي:

العائلة هي اللّبنة الأساسية في بناء المجتمعات، وهي الأساس الّذي تقوم عليه التربية، وتعني الاستقرار والأمان والحضن الّذي يضمّ جميع أفراد الأسرة، بل هي مفهوم مقدّس في ذهنية المجتمع الجزائري، إذ تقوم على الحب والتفاهم والانتماء، فهي نعمة لا تُقدر بثمن، وبنية المجتمع الجزائري تركّز على قداسة هذا المفهوم؛ لأنّ غياب العائلة حسبه هو الضيّاع والتّشرّد والانحطاط، وكم من تعابير لغوية في اللّهجة الجزائرية تحمل في طيّاتها هذه القداسة مثل "فلان ابن عايلة" وتأخذ في طيّات معانيها دلالة على الانتماء والوحدة والاستقرار، "وهي نظام اجتماعي يمليه عقل الجميع وتتحكّم فيه، كما أنّ نظامها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بدين وبمعتقدات المجتمع وتقاليده وتاريخه الخلقي، وما يسير عليه من نظم في شؤون السياسة والاقتصاد و التّرفيه" (وافي، 1976، صفحة 04).

- ✓ أنا وعايلتي عمرنا ما نستغناوعلى ماما.
- ✓ هذه هي عايلتي....هادوك هوما عايلتي.
- ✓ الجزائر أكبر عائلة في العالم .

- منتج الإشهار يعتمد في خطابه على توظيف هذا المفهوم من أجل كسب ثقة المتلقّي، والتّقرّب إليه بحجّة الانتماء ووحدة الهوّية وجعله في مكانة المهتم بالعائلة وتقديم أحسن ما يليق به.

3-5.الأنساق المادية:

أ/ النسق الاجتماعي الثقافي :

- العادات والتقاليد: هي مجموعة من السّلوكات المتوارثة النّاشئة من الأوساط الاجتماعية والّتي تفرض سلطتها على المجتمع وتتحقّق أيضا بممارسة الأفراد لها.

· **العرس:** ورد في الخطاب الإشهاري في الوصلة الأولى كلمة ....نهار فرحو... قال لعماتو ما إلاّ كسكس ماما. في المجتمع الجزائري هو حفل خاص بعقد قران يتمّ عن طريق إقامة وليمة، وهو حفل تختلف طرقه من منطقة إلى أخرى في مناطق الوطن، ولكنّ تتّفق أغلبها في إقامة حفل تتخلّله أُكلات تقليدية.

· **الاحتفال بالمولود الجديد:** هو احتفال خاص بمجيء المولود الجديد، فهو مناسبة سعيدة تتقاسمها العائلة مع الأقارب والأحبة، وتُخَصّص فيها أكلات معيّنة وحلويات خاصّة على رأسها طبق "الطّمينة".

· **الزغاريد:** أو " التْوَلْوِيل" كما يُسمَّى بالعامية، هو طقس اجتماعي مصاحب للاحتفالات، وهو وسيلة إخبارية إعلانية ووظيفة نفسية بها يتمّ التعبير عن الفرح، وهي ذات طابع نسوي، نجده في المجتمعات العربية خاصّة ويكثر في مناطق

شمال إفريقيا وفيه تختلف طريقة آدائه؛ فالمجتمع الجزائري يتميّز بهذه الميزة في الاحتفالات الشعبية (الوَعْدَات) والختان والنّجاحات الدّراسية ناهيك عن الأعراس.

- **الأطباق الجزائرية**: ورد في الخطاب الاشهاري في الوصلة الأولى العلامات اللّسانية المذكورة وهي خاصّة بالأطباق الجزائرية والتقليدية مثل:

· **الكسكس:** الّذي يحتلّ المرتبة الأولى في المطبخ الجزائري، خاصّة مطبخ المغرب العربي عامّة، فهو طبق تقليدي يُصنَع من طحين القمح في شكل حبيبات يُطبْخ بالبخار مصحوبا بالمرق واللّحم والخضار، وهذا الطبق لا يغيب عن المائدة الجزائرية ولا المناسبات كالأعراس والأعياد وغيرها من المناسبات الدّينية أو الثقافية.

· **الطّمينة:** هي حلوى تُقَدَّم عند قدوم مولود جديد، وهي رمز للفرحة عند الجزائريين وتُقَدَّم أيضاً في مناسبة المولد النّبوي الشّريف.

· **الصامصة:** هي حلوى تقليدية قديمة في المطبخ الجزائري، تُقدَّم خاصّة في سهرات شهر رمضان وتُباع في المحلاّت التّجارية بكثرة في هذا شهر.

- **الأماكن:** نسق تاريخي:

ذُكر اسم حي جزائري في الوصلة الثانية وهو حي ديدوش مراد، هذا الاسم الّذي يعكس تاريخ شهيد توفّي في الثورة الجزائرية، ديدوش مراد كان من أبرز أعضاء اللّجنة الثورية الّتي قرّرت اندلاع الثورة الجزائرية 1954 وأُطلق اسمه على أحد أعرق أحياء العاصمة حيّ ديدوش مراد، وهو من بين الأحياء التّراثية القديمة.

خاتمة:

اللّغة من أهمّ المقوّمات التي تنقل في داخلها الموروث التاريخي والاجتماعي، الديني والثقافي لمجتمع ما، وبغض النظر عن كونها أداة للتواصل هي في الوقت نفسه صورة عاكسة لنظم ومظاهر ثقافية. فقد توصلنا من خلال دراسة لغة الخطاب الإشهاري المتلفز إلى تسجيل عدّة أنساق ثقافية، تعدّدت وتنوّعت من سلوكات ومفاهيم دينية واجتماعية ترسّبت في الموروث الثقافي الجزائري، والّتي لا نجد لها ظهوراً في الأعيان أحياناً، بل تظهر من خلال العلامات اللّسانية، لا في شكلها بل في مضامين دلالاتها.

كما توصلنا من خلال دراسة لغة الخطاب الاشهاري إلى معرفة إيديولوجية المجتمع الجزائري وواقع اللّغة الأمّ وصراعها مع لغة الاستدمار ممّا يعكس تاريخاً مرّاً، و لا يزال راسّخاً في الذهنية الجزائرية. فاللّغة لا تنفصل عن الثقافة بل هي أحد بواباتها، والنّظر إلى اللّغة من خلال الأنساق الثقافية هو النّظر إلى بنية مجتمع بتاريخه وأصالته وهوّيته وانتمائه.

قائمة المراجع

أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور. (1990). *لسان العرب*. بيروت: دار صادر.

أحمد يوسف. (2010). *القراءة النسقية سلطة البنية*. الجزائر: منشورات الاختلاف.

أحمديوسف عبد الفتاح. (2010). *لسانيات الخطاب وأنساق الثقافة* (الإصدار 01). الجزائر: منشورات الاختلاف.

الصافي محمد البدوي. (30 06، 1997). الخطاب الاشهاري والدعاية السياسية. *مجلة علامات*، الصفحات 1-6.

بشير ابرير. (01 10، 2009). استثمار علوم اللّغة في تحليل الخطاب الاعلامي. *اللّغة العربية*، الصفحات 87-133.

جميل حمداوي. (2020). *نحو نظرية أدبية ونقدية جديدة(نظرية الأنساق المتعددة)*. المغرب: الشاملة الذهبية.

سعيد يقطين. (2001). *انفتاح النص الروائي .النص والسياق* (الإصدار 01). الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي.

ضياء الكعبي. (2005). *الأنساق الثقافية وإشكالية التأويل* (الإصدار 01). البحرين: دراسات أدب.

عبد الرحمان الحاج صالح. (2012). *بحوث ودراسات في اللسانيات العربية*. الجزائر: المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية.

عبد الواحد وافي. (1976). *الأسرة والمجتمع* (الإصدار 06). القاهرة: مكتبة النهضة.

عبدالله الغدامي. (2005). *النقد الثقافي .قراءة في الأنساق الثقافية العربية* (الإصدار 03). دار البيضاء: المغرب: المركز الثقافي العربي.

هشام صويلح. (01 01، 2011). بلاغة الاقناع في الخطاب الاعلامي. *لخطاب*، الصفحات 272-255.