

## الخطاب الإشهاري في زمن الحرية/التونسية

قراءة سمبولوجية

أنيسة مجبري علوي

جامعة منوبة، تونس

نموذج إجرائي من القراءة السيميائية للومضة الإشهارية:

علينا التساؤل: كيف سنعمد في هذا المقال العلمي إلى مقارنة إحدى الومضات الإشهارية التي مرّرت سنة 2012 في التلفرات التونسية، العامة والخاصة، سيميائياً؟ ولتيسير هذه الدراسة قدرنا أنه قد يكون من المجدي طرح التساؤل التالي: ما هي الشفرات التي تتضمنها الومضة الغشهارية المختارة؟

صحيح أن الوكالات الدعاية قد تكون تسرّعت بمناسبة كأس إفريقيا (2012) في إنتاج الومضات الإشهارية لبعض المؤسسات الاقتصادية المختصة في المنتجات الغذائية والمشروبات. وقامت بدورها بحملة إعلانية واسعة وعملت على تمريرها بصفة مكثفة في القنوات التلفزيونية العامة والخاصة مبشرة بالانتصار الذي سيحققه المنتخب الوطني. ولكن من بين ما شدّني من الومضات الإشهارية هي وصلة لمشروب غازي ( كوكا كولا). فلعلّ أول ما يسترعي الانتباه عند مشاهدة الومضة الموسومة بـ "خرج لقرينتنا الى فيك"، هو وجود مستويين: مستوى لغويّ ومستوى أيقونيّ، وبالنظر إلى المستوى الأول، نلاحظ أن كاتب هذا المكوّن اللساني، إلى جانب كونه عمداً إلى توظيف منهج التكرار وإعادة العبارات والترصيع باعتبارهما يمثّلان أسلوباً حجاجياً فعالاً، ولما يميّز به من قدرة

كبيرة على الإقناع، بالإضافة إلى كونه دالاً على معاني اجتماعية مهمة، فقد نحا أيضاً المنحى الإيجائي وعمل على تكاثف الدلالات من خلال جمل بسيطة قصد إثراء الصورة والإيقاع سيميائياً وإثراء الكلمات رمزياً. فلو تمعنا في هذه الكلمات الدخيلة على الخطاب بواسطة المنتج: (لا صوت يعلو فوق صوت الجماهير)، لوجدناه يذكر المشاهد بأحداث الثورة ويخبره بأن الانتصار دائماً للشعب مجسداً إياه في العناصر السردية المستعملة في ومضة كوكا كولا من ديكور وإكسسوارات وموسيقى وكلمات وشخصيات ودلالات ترمز إلى المجتمع التونسي.

أضف إلى ذلك، عمل المرسل على إدماج الفصحى باللغة العامية واستحضار ضمير الجمع (نحن) قصد تشريك المشاهد وإشعاره بالراحة والأمان، حيث يتجلى هذا في المثال الآتي: (هاو نحسو هانا وراكم بكار وصغار واقفين وراكم، الكلها تسال عال حالكم في العلاي نحب نراوكم). كما عمل أيضاً على ترسيخ قيم اجتماعية و خطاب إيديولوجي لدى العامة بغية ضمان ضرورة اقتناء المنتج وبالطريقة الحماسية التي قدم بها هذا النص الدخيل على الومضة مثلها ذكرنا منذ قليل. وتسمى هذه التقنية بالفرنسية *voix off*: (الله الله الله على النسور، الله على رجال الخضر، الله على أولادك يا بلادي)...

يُقرُّ رولان بارط في كتابه المغامرة السيميولوجية (1) بأن الخطاب الإشهاري خطاب إيجائي. وبالتوازي مع هذا الإقرار، فإنه يستشهد بهذه المقولة: "... كما يظهر لنا أن الرسالة الأولى في الصورة الإشهارية بكاملها تكون دالّ الرسالة الثانية. لذلك، يقال إن الرسالة الثانية تُوحى بالأولى. فنكون، في هذه الحالة، إذن، بصدد بنية رسائل: إن الرسالة الأولى، والمكونة من اجتماع دوال ومدلولات، تغدو مجرد دالّ للرسالة الثانية، وفق عملية تقليص، بما أن عنصراً واحداً من الرسالة الثانية (دالها) يسع الرسالة الأولى بكاملها"(2).

ويمكن أن نستشف من هذه المقولة أن المُخاطب حاول الاهتمام ببلاغة النص إلى جانب بلاغة الصورة والجسد: فالمصمم الإشهاري كثيرا ما وظف الاستعارة والأيقونة والكناية بغية بيع "موضوع متوهم"<sup>(3)</sup> للمتلقّي. لقد ركز على إثراء خطابه إيحائيا بالالتجاء إلى المجاز والتوازي وتقطيع الجمل نبرا وتنغيما وإيقاعا. فمن خلال هذه القولة ( تسعين دقيقة انسى فيها لبوليتيك) يبدو وكأنّ الكاتب يُوجي لنا بأن استدعاء العامة لحضور هذه المباراة يعتبر مُتنفّسا وملاذا لهم. ويُوهمنا بِسحر هذا المشروب الغازي الذي يجرد اقتنائه سنغيب عن الزمن الواقعي ونرحل إلى الزمن اللاواقعي ونستغرق في عالم النسيان، في عالم يُنسنا ذلك الوضع السياسي المُرهِق. وربما يتولّى المرسل، ههنا، مراوغتنا بين ثنائية الحضور والغياب، فيذكرنا بنعيم "الحرية" الذي أضحينا نعيشه. فمن كان، في السابق قبل الثورة، يحتوي خطابه على مُفردة سياسية إلاّ ولا حظنا ما يرافقها من مشاعر الامتنان لإنجازات النظام البائد؛ فلا تلفزات ولا راديوها ولا ومضات تتجراً وتُضفي في خطابها النقد السياسي، وربما هذه الجملة الشهيرة تكون شاهد على كلامي: ( اسكت، حتى الحيوط عندها وذنين). وقد عمل الخطاب على استحضار أزمة تضمينية كزمن الحاضر (زمن الحرية) وزمن الماضي (زمن الرقابة). وما عساه يكون دور الإشهار إن لم يكن خلق ضرب من الأسطورة تجعل المتلقّي/المستهلك المنشود يتعاطى معها بواسطة الاعتقاد لا بواسطة الفهم والتحليل. فالأسطورة توجه كما يقول (رولان بارط) نفسه الدلالة بحسب مفهوم وتصور معيّنين هُما لا محالة تاريخيّان وطارئان<sup>(4)</sup>؛ ولكن يظلّ للأسطورة مع ذلك طابع "إلزامي وتحكّمي"<sup>(5)</sup>. فعلى غرار رسالة الأسطورة الموجهة إلى شخص بعينه، يُمكن القول بأن رسالة الإشهار تكون هي أيضا مُوجهة إلى المستهلك بحيث أن كلّ ما تبرع فيه من حذق ومهارة يتمثل أساسا في

إخفاء "ريائها" duplicité وذلك بإعلانها عن معنى واضح تماما مثل الأسطورة التي تعرض نفسها على أنها ليست البتة اعتبارية<sup>(6)</sup>، أي هي موجودة لحكمة ما.

كل هذه التأمّلات تبقى رهن المتابعة والدراسة، فهي ليست في واقع الأمر غير تأويلات شخصية لمقاربة الخطاب الإشهاري، تستأنس بالمنجز السيميولوجي في هذا السياق بما هو أفق قراءة لأنساق العلامات بما في ذلك العلامات الإشهارية، وتستأنس أيضا ببعض المقاربات التي أضحي بعض المفكرين والكتاب العرب يضطلعون بها نظير ما يقوم به الكاتب سعيد بنكراد حيث يتوصّل تقريبا إلى خلاصة مشابهة من خلال تقويمه للأبحاث التي خُصصت للإشهار، فقد كتب:

"الصورة فضاء مفتوح على كل التأويلات، لهذا تكون مرفقة في أغلب الأحيان بتعليق لغوي يُسمى الشعار. وفي هذا الإطار تحيلنا الصورة على قراءة النص الذي يثبت فيه الداعي أفكاره وحججه"<sup>(7)</sup>.

ولعله ينبغي أن أذكر أنّ محاولتي إنجاز قراءة سيميولوجية للخطاب الإشهاري قد دفعني إلى التركيز على مستويات مُعيّنة كالمستوى اللساني الذي حاولت الاهتمام فيه بالبنية الصرفية والتركيبية، فضلا عن البنية البلاغية أكثر من البنية الصوتية والإيقاعية نظرا إلى عدم إمكان الإلمام بهذا الجانب [لقصور ذاتي؛ سأحاول تفاديه في مناسبات أخرى بالإقبال على التكوّن قدر الإمكان في هذا المجال]. وعليّ أن أشير ههنا إلى أنّه قد يكون آن الأوان لأتطرّق إلى المستوى الثاني الذي يُعنى بدراسة العلامات البصرية والأيقونية.

فمن الملاحظ أيضا أنّه لا يمكن فهم دلالات هذا الخطاب دون ذكر المستوى التداولي الذي يُعنى بدراسة المقاصد المباشرة وغير المباشرة له. وهذا ما يدفعني إلى محاولة

قراءة ما بين الأسطر لعناصر الومضة في مسعى تأويلي قد يمكنني من استنباط تلك الشفرات حتى أصل إلى الدلالات الخفية وإلى المعنى الثاوي فيها. وهذا ما يقتضي التركيز على القراءة التأويلية أكثر من التركيز على الاكتفاء بالوصف الدقيق لبعض الومضات؛ ولا يتأتى ذلك إلا من خلال دراسة الحيز الزمني الذي تقوم ضمنه معالمها الأيقونية، فضلا عن ضرورة تأطيرها وتحديد أبعادها. وهذا ما يقتضي، أيضا، قراءة المستوى التعيني وإسقاط الشفرة تلو الأخرى على الومضة الإشهارية لمشروب (كوكا كولا).

فلنشرع بمعالجة شفرة الألغاز. فالمتعمّن في هذه الوصلة، يجدها تدعو للتلاحم حتى يتحقق الفوز وترفع راية الوطن مُذكّرة بالانتصارات الشّبابية التّونسية. وبخصوص شفرة الأفعال التي قامت بأدائها شخصيات عادية إضافة إلى لاعبي المنتخب. نجد مجموعة من الشّباب جالسين في المقهى يشجّعون المنتخب، كما نرى مجموعة أخرى تصرخ حيث يرفع بعضهم اليدين إلى الأعلى في حركة استغاثة إلى المولى طلبا للنّصر. أضف إلى ذلك القسم الذي أدّاه أحد لاعبي كرة القدم بالفوز، وأضف إلى ذلك أيضا تعانق الشابّ مع المسنّ، وارتداء الشاب للرّاية التّونسية واضعا إيّاها فوق كتفيه بحيث لا يكون ذلك غير إصرار على حماية هذا الوطن والدّود عنه. بقي أن نشير إلى أن الشّفرات المتبقية يصعب فصل بعضها عن بعض، وأقصد شفرة الدّلالة والشفرة الرمزية والشفرة الثقافية، لذا أحافظ عليها في تكاملها لتكون موضوع مقارنة واحدة. ويمكن طبعا الفصل بينها منهجيا، ولكن تفادينا ذلك حفاظا على وحدتها العضوية.

وهنا يحق لنا القول بأن وصلة المشروب الغازي إلى جانب تركيزها على ثقافة المكان للمجتمع التونسي حيث ظهرت في أماكن شعبية كالمقهى، وفي محلّ لبيع الأكلة الشعبية المميّزة لنا والدّكان... بحيث أضفت على هذه الأماكن أبعادا جمالية وفنية، كما عملت أيضا

على إظهار جماليات الإضاءة والألوان مُعدّدة استخداماتها الفنية والشعرية من خلال جماليّة المونتاج وشعريّة الزمن. فلو تمعنا أكثر في هذه الإرسالية الإشهارية للاحظنا أيضا وسامة الشخصيات ووقار شخصتهم الانفعالية التي ما انفكت تغيب عن أغلبية اللقطات. فتبلغ هذه الشحنة تتطلّب من الوصلة إنتاج خطاب سمعيّ وبصريّ بالغ الكثافة. ولكن هذه العلامات المرئية والمسموعة تجري ضمن أداء يعتمد على منهج الثنائيات؛ فثلما نجد الانفعال والحماس، نجد أيضا الغبطة أو الفرحة كاسية وجوه الشباب افتخارا بوطنهم وبما يزرع به من من عادات وتقاليد وثقافات توارثوها عن الأجداد فما انفكت تترسخ لدى الأجيال المتلاحقة. ويظهر ذلك في هذا التوقيت من الومضة (00:00:17) (8)، وفي (00:01:06) وفي (00:01:29). ولا نخاله اعتباريا استحضر الحشود (9)، وجلّهم من فئة الشباب، خاصّة وقد رافقهم الحضور المكثّف لعلم البلاد التونسية. فإن لم نجده في لباسهم وجدناه مرسوما على وجوههم مجملا باللون الأحمر والأبيض (10)، ولا تكاد لقطة من لقطات الومضة تخلو تقريبا من صورة العلم (11). وهنا نتساءل عما ذهب إليه الخطاب الإشهاري؛ أترأه يريد أن يخبرنا بضرورة حاجة وطننا إلى هذه الفئة من المجتمع؟ وأن تلك الشحنة الانفعالية-المجسّدة في الأفواه الصارخة والقبضة الحديدية والضوضاء الاصطناعية- جاءت لتصف حب الشباب الهائل لوطنهم وتدحض الظاهرة الجديدة التي أضحت تُميّز بلادنا ألا وهي تونس التي تحتل المرتبة الأولى في تصديرها للشباب الإرهابي والنّاكر لجميل هذا الوطن العزيز؟ وهذا ما يؤلم الكثيرين، بل معظمنا على ما أظنّ، خاصّة بعد تميّزها بتصدير كفاءاتها العلميّة وطاقاتها المتفوّقة قبيل ظهور هذا التعصب الديني المتطرف. فلعلّ هذه الومضة انتبهت إلى هذه الكارثة وعملت على ما يصبو إليه الوضع التونسيّ فاشتغلت على التخفيف من حدّتها. فالملتقي أثناء مشاهدتها يعيش واقع حياته اليوميّة وواقع النصّ بحيث

تبدو له بمثابة الدعوة إلى الوحدة لتجميع الصفوف لمعالجة واقع حياتنا اليومي حتى يتحقق الفوز قاصدة من وراء ذلك أيضا إلى تحفيز أغلبية لاعبي منتخب كرة القدم لمزيد إشعارهم أكثر بالمسؤولية وضرورة حماية وطنهم. فالحشود التي جاءت بالانتصار الداخلي يوم 14 جانفي 2011 (12) مُطالبة الآن أن تتجمع مرة أخرى وتأتي بالنصر في هذه المواجهة الخارجية.

أما بالنسبة إلى حركة الشباب في هذا التوقيت من الومضة (00:01:08)(13) التي كانت بالنظرة الحادة إلى الأمام، فإنه من شأن هذه اللقطة أن توحى - أو هي أحوت لي هكذا على الأقل - بإبداعات "بول كلي" فأخذتني إلى لوحته المسماة: "الملاك الجديد" (14)، فهذا الشخص يُحاكي ذلك الملاك ولهما نفس الهيئة؛ إذ كلاهما يُحدّقان في شيء ما بقوة والعينان جاحظتان والفم فاغر. ومثلها الملاك مُشرّع أجنحته مُستعد للطيران، فكذلك فهذا الشاب أيضا يرفع يديه بكلّ حماس حاملا على عاتقه همّ وطنه. وهذه العاصفة تدفعهما غصبا عنهما نحو المستقبل الذي يدير إليهما بظهره. وشغلتهما الشاغل هو البقاء والدفاع عن هدفهما وحلّهما رغم الهزات والصعوبات. فهذه الومضة تقدّم نفسها على أنّها بمثابة دعوة لتوحيد كل التونسيين وتوجيههم نحو هدف مشترك من خلال إحياء الرغبة في الفوز خاصة وأنّهم يصدّد البحث عن لحظات من السعادة والأمل رغم صعوبة الظروف.

لقد صُمّمت هذه الإرسالية الإشهارية على قواعد بناء بصرية وسمعية مُحكّمة على نحو يبدو معه أن النية الإيحائية منها هو السفر بالمتقبل من العالم الحسي إلى العالم اللا محسوس. فالمفعول الساحر الناتج عن اقتنائك لمشروب كوكا كولا ليس إلّا ملء لهذا الخواء وإتقان فنّ بيع الوهم، وكأنّ بالمُخاطَب يُعلمنا بملجئنا الوحيد في تلك الزمنية الحماسية هو شرب الكوكا التي سيقودك تأثيره إلى تكوين عوالم حلمية وعيش النخوة والنشوة الوهمية لإطفاء

ذلك العطش العابر. وفي هذا السياق، يُمكننا أن نختم بقول بعضهم، وهو يُلخّص في حقيقة الأمر إستراتيجية الإشهار كما ضبطها رولان بارت: "إذا كانت رسالة الإشهار الأولى صريحة، فإن رسالته الثانية إيحائية. ومن ثم تُسم الصورة الإشهارية بعدة سمات ومكونات كالنّفعيّة، والمجانبة، والحدّة الإلزامية، والتأرجح بين التصريح والإيحاء، وتشغيل بلاغة اللسان والصّورة، والتركيز على المقصدية الإقناعية والتأثيرية، علاوة على خاصية الدّعاية والإعلان، وخاصية التحفيز، والتشديد المضاعف على الرسالة... وكلّ هذا من أجل تحقيق تواصل بين القارئ والموضوعات البشرية الكبرى، بغية تحقيق المتعة واللذة، وبناء عوالم حلميّة ممكنة على أساس التحفيز، التملك والاقتناء والاستهلاك"(15).

خاتمة:

ما يعنيني من وراء المقاربة السّيميولوجية للتحوّلات التي طرأت على الخطاب الإشهاري وعلى حضوره في القنوات التّلفزيونيّة العامّة والخاصّة هو تناول الأبعاد الدّلالية والجماليّة فيه. ولذلك، فإنّني حاولت الاعتماد على منهج سيميائيّ يجمع بين ما هو لساني وما هو أيقوني، وفي اعتقادي أنّ هذا المنهج هو الأنسب للموضوع باعتبار أنّ الومضة الإشهارية ليست - في خاتمة المطاف - إلّا فيلماً قصيراً جداً هدفه الإبلاغ والتأثير وخلق الحاجة لدى المُتقبّل.

ومن الواضح أنّني لم أُحِط في هذا المقال العلميّ بِجُلّ جوانب الموضوع؛ فهو أمر يتسع لأكثر مما قدمت؛ خاصّة في ما يتعلّق بالجانب الموسيقيّ كما ذكرتُ آنفاً.. ولا بدّ من أجل تحقيق رهانات هذا المقال من قراءة المُكوّن الموسيقيّ-من الموسيقى المستخدمة والاصوات الشبيهة- خاصّة وأنّ ظهور فنّاني البوب والراب أو بعض أغانيهم أصبح من "المباح" في التّلفزات والإذاعات، فضلاً عن مواقع التّواصل الاجتماعيّة بعدما كان

مقصيًا في الماضي وخاضعا لسيف الرقابة المسلط على الإبداعات الفنية، ومن بينها الإبداع في الإشهار.

### الملحق

المكوّن اللساني للخطاب الإشهاري الذي أعدته إحدى شركات المشروبات الغازية. هذا الخطاب السّمي  
كتب كلماته وقام بتلحينه وأدائه أحد فناني البوب المسمى "سي لمهف".  
والله لو ضاع الصوت والله لو بحت الأصوات  
لا صوت يعلو فوق صوت النّسور  
جماهير وراك الاف و ملايين  
الكل ما بعضنا هاو الدبكة غني معانا و ما تنكي  
انسي التعب الخوف و الربكة نجو نروغوها في الشبكة  
هاو نحسو هانا وراكم كبار و صغار واقفين وراكم  
الكلها تسال عال حالكم في العالاي نجب نراوكم  
يا شعب بلادي كل عام حيين بخير  
حد ما يوقفنا كان العالي الكبير  
فبراج يفبري على الطلبة والبندير  
لا صوت يعلو فوق صوت الجماهير  
أوي... أوي... هاك معانا وشعليك  
90 دقيقة انسي فيها "بوليتيك"  
أوي... أوي... تحب الجو هذا الي بيك  
كانك تونسّي هزّ يدك  
ونحرج القرينتا الي فيك.....  
صحاب العايلة و المدام ملهومين تقول اعتصام  
هانا بدينا بك العام اين انت يا عصام  
صور بوتو يا بيكاسو فيه ملاعي يركي براسو

الشعب التونسي يحب الهيجة يحلف براس بهيجة.....

يا شعب بلادي كل عام حين بخير

حد ما يوقفنا كان العالي الكبير

فيراج يفبري على الطلبة والبندير

لا صوت يعلو فوق صوت الجماهير

أوي... أوي... هاك معنا وشعليك

90 دقيقة انسى فيها "بوليتيك"

أوي... أوي... تحب الجو هذا الي بيك

كانك تونسي هز يدك

ونخرج القرينتا الي فيك.....

الله الله على النصور

الله على رجال الخضر

الله على اولادك يا بلادي

بعض اللقطات المختارة من الخطاب البصري للموضة الاشهارية الموسومة بـ "Kharrej Legrinta Elli

"(Fik (Official Clip by Coca-Cola



الصورة رقم 1



الصورة رقم 3



الصورة رقم 2



الصورة رقم 5



الصورة رقم 4



الصورة رقم 7



الصورة رقم 6



الصورة رقم 9



الصورة رقم 8



الصورة رقم 11



الصورة رقم 10



الصورة رقم 12

الصورة رقم 13



الصورة رقم 15

الصورة رقم 14



الصورة رقم 17

الصورة رقم 16



الصورة رقم 19

الصورة رقم 18



الصورة رقم 21

الصورة رقم 20



الصورة رقم 23



الصورة رقم 22



الصورة رقم 25



الصورة رقم 24



-----  
 1- Roland Barthes, *L'Aventure sémiologique*, Ed. Seuil, coll. Points, 1985.

2- *Ibid*, p. 245.

3- لا نستخدم هذا التعبير كحكم قيمة سلبى؛ ولكن نعتبره وصفا لهذا الموضوع المسوّق أكثر منه حكما قيميّا. وإن كان ذلك لا يضير كثيرا طالما أنّ (رولان بارط) يتعاطى نقديّا مع الصّورة الإشهارية.

4- Roland Barthes, *Mythologies*, Ed. Seuil, coll. Points, 2014 (1957), p. 209.

5- *Ibid.*, p. 211.

6- *Ibid*, p. 204.

7- سعيد بنكراد، تجليات الصّورة- سيميائيات الأنساق البصرية، المركز الثقافي للكتاب للنشر والتوزيع، المغرب، 2019، ص. 64.

8- عدد التّواني والدّقائى و السّاعات من الخطاب الإشهاري.

9- انظر الملحق، وتحديدًا الصّور المواليّة عدد: (6)، (7)، (10)، (11)، (12)، (13)، (17)، (18)، (19)، (20)، (21)، (22)، (23)، و(24).

10- انظر الملحق، وتحديدًا الصّور المواليّة عدد: (6)، (8)، (12)، (13)، (14)، (15)، (17)، (18)، (19)، (20)، (21)، و(22).

11- نظر الملحق، وتحديدًا الصّور المواليّة عدد: (7)، (16)، (23)، (25)، (26).

12- انظر الصورة عدد (26).

13- انظر الصّورة عدد (3)، على غرار الصور عدد (2)، (3)، (4)، (5).

14- انظر الصّورة عدد (1).

15- جميل الحمدداوي، بناء المعنى السيميائي في النصوص والخطابات، دار الألوكة للنشر، 2013، ص 410.

## صدر حديثا

