

تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصية
الثقافية والأبعاد الدلالية- مقارنة وصفية لتمثلات الخطابات الإشهارية عبر
الفيديسبوك

**Manifestations of symbolic capital in the Algerian
advertising discourse between cultural specificity and
semantic dimensions.- A descriptive approach to
representations of advertising discourses on Facebook**

سعاد سراي¹، يسمينة بن عمار²

¹ جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، - serai.souad@univ-

biskra.dz

² جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، - yassmina.benammar@univ-

biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2022/11/25 تاريخ القبول: 2023 /02/08 تاريخ النشر: 2023 /06/04

ملخص: يركّز البحث في تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري على استجلاء الجانب الدلالي للبعد الرمزي من خلال التعمق في بنية الخطاب الإشهاري، قصد مقارنة الرأسمال الرمزي واكتشاف مدى ارتباطه بالخصوصية الثقافية ضمن الإستراتيجية الرمزية؛ والتي تبرز لها تمثلات في الإشهار الإلكتروني عبر الفيسبوك لذا ورقنتا البحثية هي مقارنة وصفية تحليلية اتخذت من أداة تحليل المحتوى الدلالي الأداة الرئيسة في حصر هذا التمثل من خلال قراءة لعينة من الخطابات الإشهارية.

و لقد أظهرت قراءتنا التحليلية أنّ هناك مراكمة للرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري ، وضمن هذه الحدود يسير الرأسمال الرمزي في ازدواجية مع الأنواع الأخرى (الاقتصادي ، الثقافي ..) ليشكل لنا الإستراتيجية الرمزية الحاوية للخصوصية الثقافية والتي تشكل الإطار الحاوي لتمثّل الرأسمال الرمزي والذي

ينعكس في مظاهر تكشف تمثُّلات لها ذات بعدا دلالي للمكانة والتَّميز والقوة والإبداع .

كلمات مفتاحية: رأسمال رمزي، خطاب إشهاري، خصوصية ثقافية، إشهار إلكتروني، فيسبوك

Abstract:

The research on the manifestations of symbolic capital in the advertising discourse focuses on elucidating the semantic side of the symbolic dimension by delving into the structure of the advertising discourse , in order to approach the symbolic capital and discover the extent to which it is related to cultural specificity within the symbolic strategy; Which have ations in electronic advertising via Facebook , so our represent research paper is a descriptive and analytical approach taken from the semantic content analysis tool as the main tool in limiting this representation by reading a sample of advertising esrsiscou .

And our analytical reading has shown that there is an accumulation of symbolic capital in the advertising discourse , and within these limits symbolic capital runs in duality with other types (economic, cultural..) to form for us the symbolic contains cultural specificity, which constitutes the strategy that containment framework for the representation of the Razzi and those in the Ram capital. It -manifestations of al reveals representations of it having a semantic dimension of .nd creativitytatus, distinction, strength a

Keywords: symbolic capital, advertising discourse, cultural privacy, electronic advertising, Facebook.

تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصية الثقافية والأبعاد الدلالية- مقارنة وصفية لتمثلات الخطابات الإشهارية عبر الفيسبوك

1. مقدمة

ينعكس الإشهار الإلكتروني في تمظهرات عدّة في حياتنا فأصبحنا نتواجه يومياً مع كم هائل من الخطابات الإشهارية عبر عديد الصفحات المختلفة، حيث استغلت عديد المؤسسات الفضاء الرقمي لتنقل أفكارها، ولتحقق انتشارا كبيرا لمنتجاتها وعبر أنحاء كبيرة من العالم؛ أين يكون الإشهار ذو بعد تجاري، ومن ناحية ثانية قد تسعى المؤسسات إلى تكريس اتجاه آخر في تصميم استراتيجيتها ولا سيما إذا تعلق الأمر ببنية الخطاب الإشهاري، والتي لا تكتشف في تجليها المباشر وإنما هي إستراتيجية مبدعة من قبل المؤسسة تمّ تضمينها في رسائلها الإشهارية، حيث تنوع الخطابات الإشهارية لتشمل لنا جوانب مختلفة ولتعكس في جزء منها واقع ثقافي للمجتمع المستهلك ومع التحوّلات المتسارعة وجدت المؤسسات ضرورة لبناء إستراتيجيتها حتى تغرس أنواعا مختلفة من الرّساميل والتي قد تتحد في كثير منها حسب اتجاه الفاعلين و أنماطهم الاستهلاكية وتأثير الإشهار عليهم وفي أحيان كثيرة في ضوء الخصوصية الثقافية لمضامين مؤثّرة على السّلوك الاستهلاكي؛ والذي ينبني في ضوء المعطى الرمزي في تمثله عبر مختلف الخطابات. هذا وقد باتت عديد الصفحات الجزائرية واقعا رمزياً لتمثّل رأسمال يعكس الأبعاد الخطابية لتأثير المنتج من جهة، ومن جهة ثانية الأبعاد المنعكسة في سلوك المستهلك الجزائري، والتي قد تعكس في كثير منها الخصوصية الثقافية والتي تحوي أطر الرأسمال الثقافي المحدّد لتمثّلات الخطاب الإشهاري ولا سيما في البيئة الرقمية؛ أين تنعكس عديد التّجليات.. ومن ذلك يتحدد تساؤلنا الرئيس: كيف تظهر تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري عبر الفيسبوك؟

سعاد سراي، يسمينة بن عمار

مستهدفين من خلال هذا التساؤل :

كشف طبيعة مضامين الخطابات الإشهارية عبر صفحات الفيسوك الجزائرية واستجلاء الرأسمال الرمزي عبر مضامين الخطابات الإشهارية للوصول إلى حصر مساهمة الخصوصية الثقافية في تشكيل أطر الرأسمال الرمزي عبر الخطابات الإشهارية الجزائرية.

وللوصول إلى الأهداف ستكون ورقتنا البحثية بمثابة مقارنة وصفية تحليلية كانت على عتنة من الخطابات الإشهارية عبر صفحات الفيسوك الجزائرية محاولين الاقتراب من مضامينها ، حيث انطلقنا من خلال إطار منهجي نعرض فيه أدبيات البحث المنهجية، وإطار تطبيقي من خلال قراءة الظاهر والكامن في المستوى الدلالي لمضامين خطابات إشهارية عبر الفيسوك.

2. الإطار المنهجي للدراسة:

1.2 تساؤلات الدراسة :

لقد تحدّد تساؤلنا الرئيس في البحث عن تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري عبر الفيسوك.

وضمن بنية تساؤلنا تتحدد جملة من التساؤلات الفرعية والتي نحددها في

الآتي:

- كيف تظهر طبيعة مضامين الخطابات الإشهارية الجزائرية عبر الفيسوك؟
- ما مظاهر الرأسمال الرمزي عبر مضامين الخطابات الإشهارية الجزائرية؟
- كيف ساهمت الخصوصية الثقافية في تشكيل أطر الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري عبر الفيسوك؟

2.2 تحديد أهمية الدراسة:

يتناول موضوع دراستنا البحث في تجليات وتمثّلات الرأسمال الرمزي عبر مضامين الخطابات الإشهارية الجزائرية، وهو موضوع تبرز أهميته ولا سيما مع

تجليات الرأسمال الرّمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصيّة الثقافيّة والأبعاد الدلاليّة- مقارنة وصفية لتمثّلات الخطابات الإشهاريّة عبر الفيسبوك

التّحول الكبير الذي عرفه مجال الإشهار ولا سيما بعد تأثير التّكنولوجيا، حيث بتنا نتحدث على الإشهار الإلكتروني كواقع جديد للخطاب، كما أنّ موضوعنا هو مقارنة كيفية لوصف واقعه واستكشاف لتمثله وأبعاده الدلاليّة ولا سيما في البيئة الرّقمية؛ فهي مقارنة لإعطاء قراءة لواقع المضامين الإشهاريّة في الفيسبوك والتي فيها انعكاس لكشف واقع الخصوصيّة الثقافيّة وقدرتها على تحديد أطر الرأسمال الرّمزي والمرتبط بالسلوك الإستهلاكي للفرد الجزائري.

3.2 مفاهيم الدّراسة :

تتحدد في موضوعنا البحثي عديد المفاهيم ، والتي تعتبر المرتكز الأساسي في تحديد جوانب موضوعنا وعرض إشكاليته ، حيث يمكننا تحديد المفاهيم المرتبطة بموضوعنا من الجانب الاصطلاحي والإجرائي فيما يلي:

أ- الإشهار الإلكتروني : عرّفه المشرّع الجزائري في المادة 6/6 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنّه:"إعلان يهدف بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج وبيع سلع أو خدمات عن طريق الاتّصالات الالكترونيّة." (نورة ،2021، ص:672). ومن الناحية الإجرائية هو الإشهار الذي يتمّ نشره عبر الفيسبوك بهدف التّرويج لمنتج أو خدمة.

ب- الخطاب الإشهاري: إنّ الخطاب الإشهاري الإلكتروني هو الخطاب المتواجد على شبكة الإنترنت، وقد زادت أهميتها بازدياد أهمية شبكة المعلومات العالميّة كوسيط إعلامي هائل، وتطورت إعلاناتها حتى وصلت إلى المستوى المتقدم الذي نراه اليوم .. وإجرائيًّا الخطاب الإشهاري هو: المحتوى الذي ينشر عبر مساحات وصفحات الفيسبوك بغية التّرويج لمنتجات مؤسسة أو للتعريف بخدماتها لمتابعي الصفحة أو المنضمين لها. (نبيل، 2017، ص:100)

سعاد سراي، بسمينة بن عمار

ت- الخُصُوصية الثَّقافية: يطرح مفهوم الخُصُوصية عندما تأتي الأفكار من المجتمعات الغربية المتقدمة المختلفة عن المجتمعات النامية، من حيث الدِّين واللغة والعادات والتقاليد، في كل ما يتعلق بالثقافة المحليّة، أي من حيث طريقة التّفكير والسُّلوكيات والممارسات اليوميّة .. (محمّد، 2017، ص:08) ومن الناحية الإجرائية الخُصُوصية الثَّقافية هي الوعاء الحاوي لحياة الأفراد حيث تحوي قيم وعادات وتقاليد المجتمع الجزائري .

ث- الرّأسمال الرّمزي: هو ذو أصل تجاري يمكن أن يكون ماليًا أو اجتماعيًا أو ثقافيًا، يحظى بمكانة كبيرة عند مجتمع من المجتمعات أو عند مجموعة بشرية أو مهنية ضمن مجتمع ما . ويرتبط مفهوم الأصل التّجاري ارتباطًا وثيقًا بالنّص الإشهاري... ويمكن للرّأسمال الرّمزي أن يجمع بين الثّقافة والاقتصاد أو بالأحرى بين الرّأسمال الاقتصادي ورّأسمال الثّقافي، أي بين الأخلاق والرّيح وهي ازدواجية نجدها في مستوى الخطاب الإشهاري باعتباره من هذا المنظور (عبد الزّاق، 2011، ص:28)

يتعلق الرّأسمال الرّمزي بالسمعة وله جذور في الأشكال الأخرى للرّأسمال الرّمزي الذي يمتلكه الفاعل الاجتماعي بما في ذلك الرّأسمال الاجتماعي والاقتصادي والثّقافي يدعو إلى منظور حول كيفية محاولة المؤسسات ووضع نفسها في مكان مختلف السّياقات، ... ، فالرّأسمال الرّمزي مرتبط في حالات أخرى بالقدرة على جني الأرباح (Øyvind ، 2018 ، ص: 01) إجرائيًا الرّأسمال الرّمزي يعد بمثابة المعايير التي تركّز عليها المؤسسة في بنائها لخطاباتها الإشهارية حيث تضمن رسائلها بأبعاد رمزيّة ضمن إستراتيجيتها الإبداعية بهدف إحداث الإقناع والتّأثير.

ج- الفيسبوك: هو موقع للتواصل الاجتماعي وقد عرف موقع ويب - أوبيديا على أنّه: "التّعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصيّة ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين

تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصية الثقافية والأبعاد الدلالية- مقارنة وصفية لتمثّلات الخطابات الإشهارية عبر الفيسبوك
آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية . (ليلي ، 2012، ص: 51) من الناحية الإجرائية يعدّ موقع الفيسوك المساحة التي تخصصها المؤسسة المنتجة لعرض منتجاتها وخدماتها والتعريف بها لإحداث أكبر انتشار وتأثير.

4.2 الدراسات السابقة:

لقد رصدنا الدراسة الموسومة : "بأبجديات البلاغة الشعبية ترجمة الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري"؛ للباحث "عبد الرزاق بنور" كدراسة أكثر اقترابا من موضوعنا ، وهو مقال نشر بمجلة المترجم ، سنة 2011 . (عبد الرزاق، 2011، ص ص 7-38).

يدعو هذا المقال إلى نهج أكثر ملائمة لترجمة هذا النوع من الخطاب استنادا إلى اعتماد سيميائية جديدة ، حيث بحث المقال في إشكالية خصوصية الإشهار فيما إذا كان يمكن اعتباره جنسًا متفردًا، تجعل من الترجمة الإشهارية عملية خاصة بمعنى البحث فيما كان الخطاب الإشهاري جنسًا تواصلياً خاصًا. لقد تطرق الباحث إلى السيمياء الاندماجية وخصائصها من خلال أنّه تناول أحد مكوناتها وهو الرأسمال الرمزي باعتباره ذو أصل تجاري (مالي اجتماعي ثقافي) ، وله ارتباط وثيق بالنص الإشهاري ، فالرأسمال الرمزي موجود في الخطاب الإشهاري باعتباره ضرب من الرأسمال الإعلامي فهو من وجهة نظر ما رأسمال أرقى. موضوع الباحث هو قراءة لترجمة الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري على خلاف دراستنا والتي هي مقارنة كيفية لحصر هذا التجلي ومظاهره، ولا سيما في البيئة الرقمية ... ورغم جوانب الاختلاف إلا أنّ هذه الدراسة كانت مدخلا هامًا في الاقتراب من الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري

سعاد سراي، يسمينة بن عمار

ولا سيما من الناحية المفهوميّة والنّظرية في التّأسيس لهذا المفهوم وتحديد أنواعه .

2. 5 منهج الدّراسة أدواته:

تنتهي دراستنا إلى الدّراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل خصائص مجموعة معينة أو موقف يغلب عليه صفة التّحديد أو دراسة الحقائق الرّاهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف معيّن أو مجموعة من النّاس أو مجموعة من الأحداث أو من الأوضاع ، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها . (سمير، 2006، ص:131) ، أي أنّ موضوعنا البحثي يستهدف حصر معلومات عن وصف الرّأسمال الرّمزي في الخطابات الإشهارية على مستوى الفيسبوك وكشف طبيعته ومظاهره في البيئة الرّقمية.

والدّراسات الوصفية تعتمد على المنهج المسحي بتصميماته المتعددة بما فيها تحليل المحتوى... ويعتبر المنهج المسحي من المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها (سعد، 2017، ص: 163) و تطبيقنا للمنهج المسحي سيكون من خلال مسح محتويات الخطابات الإشهارية حتى نتحصل على المعلومات المرتبطة بموضوعنا البحثي.

وباعتبار أننا نستهدف الخطابات الإشهارية فقد استعنا بأداتي الملاحظة من خلال ملاحظتنا لعينة من الصّفحات عبر الفيسبوك، وتتبعنا لمنشوراتها التي حوت خطابات إشهارية تصب في زاويتنا البحثية ، و أداة تحليل المحتوى كأداة رئيسة ، حيث " أنّ تحليل المحتوى يستعمل في كل أصناف الرّسائل سواء كانت مكتوبة أو سمعية أو بصرية أو سمعية بصرية أو عبر الإنترنت، وعلى هذا الأساس تعد تقنية تحليل المحتوى تقنية شاملة". (يوسف، 2007، ص:13)

تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصية الثقافية والأبعاد الدلالية- مقارنة وصفية لتمثلات الخطابات الإشهارية عبر الفيسبوك
كما ركزنا على الاعتماد على هذه الأداة من خلال مستويين .

أ- تحليل المحتوى الظاهري: والذي يقوم على دراسة كل ما هو معلن عنه بشكل واضح في الوثيقة أي ما تعرضه الوثيقة حقيقة. (قراءة ظاهر الخطاب بما يتوافق وزاوية إشكالتنا)

ب- تحليل المحتوى المستتر: هو كل ما لم يتم التعبير عنه بشكل واضح في الوثيقة (قراءة الجانب الخفي من خلال حصر الأبعاد الدلالية لتجلي الرأسمال الرمزي عبر الخطاب الإشهاري) (موريس، 2004، ص:218) .

و تحليل المحتوى الدلالي يمكننا اعتباره ضمن مستويات فهم المحتوى الخفي حيث يمكننا الوصول إلى الجانب المستتر من الخطاب أي كشف المعاني والتي هي واحدة من مؤشرات فهم المحتوى الكامن لأي رسالة اتصالية: فتحليل المحتوى هو "شكل من أشكال علم الدلالة أي أنّ الوحدات التي يتم تحليلها ليست الكلمات عموما بل مدلول هذه الكلمات وما تحمله من معنى". (رشدي ، 2014، ص:72)

6.2 مجتمع الدراسة والعينة: نستهدف من خلال دراستنا تحليل محتوى الخطابات الإشهارية عبر صفحات الفيسبوك الجزائرية ، ومن ذلك يتحدد مجتمع دراستنا في الاقتراب من هذه الصفحات وحصر خطاباتها من خلال اختيار: صفحات جزائرية ، ليتم بعدها حصر الخطابات الإشهارية التي تتوافق وزاويتنا البحثية وأهدافنا المرسومة من خلال مسح المحتويات التي تتضمن في محتوياتها أبعادا لتجلي رأسمال رمزي ، وكون أننا لا نمتلك إطارا كاملا لأسماء هذه الصفحات سنلجأ إلى التّطبيق على عينة قصديّة (عمديّة): وهي " التي تتضمن أفرادا أو عناصر مختارين على أساس خصائص أو صفات محددة ولا تتعامل مع أولئك الذين لا تنطبق عليهم هذه المعايير "(روجر، جوزيف، 2013، ص ص 177-

سعاد سراي، يسمينة بن عمار

(178)، أي أننا نستهدف بالدرجة الأولى الوحدات التي تتوفر فيها خصائص الرأسمال الرمزي حيث تمّ اختيار خمس وحدات وجدنا فيها تطابقاً وإشكالياتنا المطروحة.

3. الإطار التطبيقي للدراسة: إنّ الاقتراب من استجلاء الرأسمال الرمزي ضمن محتويات الخطابات الإشهارية، يقوم على فهم المستوى الظاهر والمستوى الكامن (الدلالي)، وكلاهما يكتملان في بناء الرسالة الإشهارية، ولإعطاء قراءة للإستراتيجية الرمزية لمضمون الخطابات الإشهارية ستمت القراءة على هذين المستويين؛ مستوى بنية الخطاب الإشهاري من خلال حصر طبيعة المحتوى وإدراك مظاهره للوصول في الأخير إلى تحديد الإطار الحاوي لخصوصية الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري عبر الفيسبوك. وفيما يلي قراءتنا التحليلية لعينتنا المحددة في خطابات إشهارية عبر صفحات الفيسبوك الجزائرية.

1.3 التحليل الدلالي للخطاب رقم 01:



المصدر: <https://www.facebook.com/AromaCafeDZ/>

يمثل الخطاب الإشهاري إشهار لقهوة أروما عبر صفحة الفيسبوك الخاصة بها، وهو ترويج لمنتج اقتصادي قهوة "أروما" وهي من بين المنتجات التي تعرض منتجاتها على المستهلك الجزائري.

صمم هذا الخطاب الإشهاري من خلال مراكمة رأسمال رمزي يعكس تميز المنتج " قهوة أروما La star des stars نجم النجوم هذا يعطينا قراءة دلالية لتميُّز المنتج على غرار المنتجات الأخرى (القهوة) و المؤسسات المروجة لها، ولإبراز هذا المنتج وإظهاره تمّ التصميم من خلال ربط المنتج بشخصية رائدة في المجتمع

تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصية الثقافية والأبعاد الدلالية- مقارنة وصفية لتمثلات الخطابات الإشهارية عبر الفيسبوك
(رائد الفضاء) شخصية محترفة شخصية متميزة على فئات المجتمع من خلال ريادتها للفضاء.

حمل هذا الخطاب الإشهاري دلالة رمزية من خلال ارتباط رأسمال رمزي عبر محتوى الخطاب الإشهاري برجل الفضاء مما يحمل دلالة المكانة والرفعة والإرادة والطموح، وبلوغ الهدف، "أروما la star" يبين لنا هذا إثبات مكانة المنتج وقوة المؤسسة.

هي إستراتيجية ذات بعد رمزي للتمركز في عالم إنتاج القهوة، يحمل هذا تمثلاً من خلال هيمنة هذا المنتج على السلوك الاستهلاكي للأفراد (المستهلك الجزائري)، وهنا ربط مكانة المنتج بتكريس الريادة الاجتماعية والتميز، وهذا يتيح للفرد مكانة اجتماعية في إطار نمط استهلاكي لقهوة أروما، وإنّ الاستهلاك الرمزي لمنتج أروما يعطينا قراءة لارتباط مكانة الفرد بمكانة المنتج نجم النجوم، وهذه دلالة على ريادة المنتج وتمركزه في فضاء إنتاج القهوة.

ضمن حدود النمط الاستهلاكي وخصوصية المجتمع الجزائري هناك طريقة حياة تعكس التطلع والإرادة، حياة تعكس الارتقاء بالفرد تنعكس في امتلاكه جملة من المهارات في ضوء خصوصية تطمح لافتح والتطور لمواكبة المجتمعات المتطورة "أروما في الفضاء" توحى برقي المنتج وريادته واحتراف المؤسسة في إنتاج هذا المنتج.

3.2 التحليل الدلالي للخطاب رقم: 02



/ <https://www.facebook.com/OoredooDZ>:المصدر

سعاد سراي، بسمينة بن عمار

الخطاب الذي بين أيدينا هو بهدف الترويج للعلامة التجارية ooredoo والترويج لخدمتها فيما يخص الإنترنت، وهو إشهار ذو بعد اقتصادي تستهدف المؤسسة من خلاله التعريف بخدمتها في الحقل الاتصالي ، ونشر هذا المحتوى على صفحة المؤسسة.

ضمن محتوى هذا الخطاب تبرز لنا مراكمة رأسمال رمزي يعكس قوّة المنتج والخدمة من قبل المؤسسة . لقد ربط هذا المنتج بالكائن الأسطوري "دراغون dragon" هذا يعطينا قراءة دلاليّة لقوّة المنتج . ولإبراز الامتيازات وقدره المنتج والخدمة تمّ ربطه مع هذا الكائن الأسطوري أي أنّ الخدمة ربطت بشهرة (الكائن الأسطوري التنين) الذي يحمل بعدا رمزيًا في الثقافة الغربية (ذو القوى الخارقة مما يعكس لنا قوّة المنتج وتميُّزه في حقل الشبكات الاتصاليّة.

ضمن حدود هذا الخطاب دلالة رمزية من خلال ارتباط الرأسمال الرمزي للمنتج بالكائن الأسطوري "دراغون الخيالي"؛ والذي يحمل دلالات للامتيازات الكبيرة لهذا المنتج من خلال امتلاكه وإمكانيات وحدود خارقة في الحقل الاتصالي، كما أنّ ربط المنتج بهذا الكائن يعكس لنا قوّة المؤسسة.

هي إستراتيجية رمزيّة للتمركز وضمان مكانة وهيبة في فضاء الاتصالات وهذا التموضع يعكس تمثُّل الفرد لهذه العلامة من خلال وضعها في مركز ريادي في حقل الاتصال ، فالاستهلاك الرمزي يهدف إل إثبات المكانة الاجتماعيّة والتي تتحدد في ضوء إظهار قوّة المنتج . ضمن خصوصية تحدّد لنا طريقة حياة تعكس ربط الحياة الخاصة بالاتصال ببعد أسطوري حياة تعكس عيش الأفراد في العالم الخيالي لإظهار التميّز وامتلاك المهارات اللازمة في مجال الاتصال .

تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصية الثقافية والأبعاد الدلالية- مقارنة وصفية لتمثلات الخطابات الإشهارية عبر الفيسبوك

3.3 التحليل الدلالي للخطاب رقم: 03



/ <https://www.facebook.com/Chocolat.Optilla> المصدر

يمثل المحتوى الذي بين أيدينا خطابا إشهارياً لمنتج اقتصادي هو شكولاتة "OPTILLA" أوبتيلا" ، ولقد صُمم هذا المنتج من خلال مراكمة رأسمال رمزي يعكس الجانب الإبداعي التمثيلي الذي يميز منتج أوبتيلا.

هو خطاب إشهاري في محتواه الترويج لمنتج موجه للأطفال الجزائريين ، حيث يعكس الجانب التمثيلي فيه محاولة إضفاء لمسة إبداعية وترفيه على الخطاب الإشهاري " Batman كلا أوبتيلا ماشي أنا" بمعنى هذه الشخصية المعروفة بذكائها وخفتها كشخصية محبوبة عند الأطفال ربطت بالمنتج لتعكس جو المغامرة حيث يفتح لنا هذا التمثيل مجالاً لإبداع الطفل من خلال التفكير والبحث، ولإظهار تميز المنتج تمّ تصميم الإشهار بناء على الشخصية الخيالية - شخصية باتمان - المعروفة مما حمل هذا الخطاب الإشهاري دلالة رمزية من خلال ارتباط الرأسمال الرمزي على محتوى الخطاب بالرجل الوطواط؛ هذا يحدد مكانة المنتج من خلال ربط شهرته بالشخصية المشهورة في عالم الكرتون. (باتمان تناولها حتى أصبح مثله لا بد لي أن أتناولها) تمثل رؤية الأطفال المستهلكين لها

هي إستراتيجية إبداعية ذات بعد رمزي ضمن عالم الخيال عند الأطفال يحمل هذا تمثلاً عن رؤية في استهلاك المنتج وربطه بجو المغامرة والبحث والتفكير. وضمن حدود النمط الاستهلاكي وخصوصية المجتمع الجزائري يعطينا هذا الخطاب الإشهاري طريقة تفكير تحمل ميزة إبداعية لتمثل عديد القيم التي

سعاد سراي، يسمينة بن عمار

ستنعكس في شخص المستهلك الطّفل الجزائري من خلال ثقافة استهلاكية تسرح بالخيال والتّفكير من خلال عرض الخطاب بقلب مقترن بشخصية باتمان حتى تضيفي على الخطاب بعدا تمثيليًّا يهدف إلى التأثير.

4.3 التّحليل الدّلالي للخطاب رقم : 04



المصدر:

<https://www.facebook.com/niziere.espresso/posts/243344536383373>

يمثل الخطاب الذي بين أيدينا خطابا إشهارياً لمنتج القهوة المسماة "قهوة نزيار"، هذه المرة المنتج ضمن نوع آخر من القهوة هو "قهوة السّبع" والتي هي الأخرى تدخل ضمن النّمط الاستهلاكي للمستهلك الجزائري عبر الصّفحة المعلنة . صُمّم محتوى الترويج لهذا المنتج (القهوة) من خلال مراكمة رأسمال رمزي يعكس الجانب الإبداعي للمنتج حيث يعطينا هذا المحتوى قراءة دلالية لجانب إبداعي يتركه المنتج في مستهلكيه، فالتأمّل للجانب المكتوب في محتوى الخطاب اللفظي المنشور: "عندما يكون الفنان مصدره فنان قهوة النتيجة إبداع في فن يستحق كل التّشجيع." فالقهوة كانت محصلتها هذه اللوحة الفنية، و لقد صممت هذه اللوحة من قبل الفنان "علي بالحبيب" وهي لوحة مبدعة رسمها هذا الرّسام بقهوة وأبدع فيها (قهوة السّبع).

ربط شعار هذا المنتج بالسّبع أو الأسد ؛ الذي يحمل معاني القوة المتمازجة هنا مع اللمسة الإبداعية أين أبدع الرّسام بريشته، لكن هذه المرة ليس بالألوان، بل من خلال القهوة ، حيث حلّت القهوة مكان الألوان ليبعد الرّسام لوحة فنيّة

تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصية الثقافية والأبعاد الدلالية- مقارنة وصفية لتمثّلات الخطابات الإشهارية عبر الفيسبوك
تعطي طابعا ملهما ومبدعا للمنتج. وهي دلالة رمزية على أنّ "قهوة نزيار" هي قهوة ترمز للإبداع والإلهام .

كما أنّ ربط الصُورة بالأسد أو السبع (كما هو في الثقافة الجزائرية) يعطينا قراءة رمزية لقوّة المنتج ومكانته. ليقودنا هذا إلى أنّ منتج "نزيار" ملك القهوة وهذا يعطي دلالة لهيبة للمؤسسة و تموضعها في مركز قوي في مجال إنتاج القهوة.

هي إستراتيجية ذات بعد رمزي إبداعي تعطينا تمثّلا عن رؤية الأفراد للمنتج من خلال أنّه ملك القهوة وهذا يحمل دلالة التّميز مما يعزّز من مكانة الفرد الاجتماعية من خلال اختياره لهذا النمط الاستهلاكي من القهوة (مكانة الفرد من مكانة المنتج) .

ضمن حدود الخصوصية الثقافية يتحدّد رأسمال رمزي يعكس جانبا إبداعيا (القهوة مصدر الإبداع والإلهام) ، مع ارتباط هذا المنتج بصورة السُنبله والتي تعكس الخير والكتاب العلم وكوب القهوة والتي تعكس مجتمعة الفضاءات الكبيرة للمنتج فهو الأصل هو فضاء للإبداع أو للكتابة... لتجتمع في الأخير عديد المهارات الإبداعية ملخصها أن القهوة إلى جانب فوائدها الكثيرة هناك أهمّ امتياز هو الجانب الإبداعي والملمم الذي تركه في نفوس مستهلكها .

5.3 التحليل الدلالي للخطاب رقم: 05



المصدر:

<https://www.facebook.com/niziere.espresso/posts/243344536383>

373

سعاد سراي، بسمينة بن عمار

يمثل الخطاب الإشهاري الذي بين أيدينا الترويج لمنتج "قهوة نزيار" أيضا (قهوة السبع ، لكن هذه المرة من خلال مراكمة رأسمال رمزي يعكس بعدا ثقافياً في طابع احتفالي بالعام الجديد :رأس السنّة الأمازيغية - يناير- والذي يحتفل به الأمازيغ كل 12 من شهر جانفي ، هذا يحمل دلالة لاحتواء الجانب المناسباتي الثّقافي من خلال "قهوة نزيار" ، حيث يحمل لنا الخطاب في محتواه بعدا رمزياً من خلال احتواء رموز ثقافية (الحلي التقليدية ، غلاف الكوب هو رمز للزّداء الأمازيغي للمرأة)على كوب القهوة يحمل هذا لرمزية للتراث الأمازيغي العريق ، والتي هي انعكاس للاحتفال بالمناسبة مما يحمل دلالة الحضور مع المناسبة والتي تشكل جزء كبير من الهوية الثقافية الجزائرية.

هذه المرة حمل لنا الطابع التصميمي للمنتج بعدا ثقافياً ينقلنا إلى الأصالة، وإنّ ربط صورة المنتج بالرموز الثقافية يعطينا قراءة لبعد ثقافي مرتكزه التعريف بأصالة هذه الثقافة المحلية ،هذا يعطي مكانة لها في الفضاء الثقافي الجزائري كجزء لا يتجزأ من الخصوصية الثقافية الجزائرية المتنوعة .

هي إستراتيجية ذات بعد رمزي تعطينا تمثلاً عن رؤية الأفراد لهذا المنتج وحضوره عبر كل المظاهر الاحتفالية والتي فيها امتداد للحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري مما يحمل دلالة التنوع الثقافي والحضور والتميز ، وضمن حدود الخصوصية الثقافية تتحدد لنا أطر رأسمال رمزي يعكس العادات والتقاليد والحفاظ على الموروث الثقافي والتعريف والاعتزاز به، فالثقافة الأمازيغية هي جزء من الهوية الجزائرية وحضور الخطاب الإشهاري ضمن هذا الموقع هو تأكيد على مكانتها والاعتزاز بها كثقافة محلية في فضاء الثقافة الجزائرية والبعد الثقافي استغله المنتج هنا ليحمل له الريادة والسبق من خلال تشكيل رأسمال رمزي لكن هذه المرة بازواجية مع رأسمال الثقافي ، مما يعكس الاهتمام بالجانب الثقافي والاعتزاز به .

تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصية الثقافية والأبعاد الدلالية- مقارنة وصفية لتمثلات الخطابات الإشهارية عبر الفيسبوك
4. خاتمة

يشكل الإشهار الإلكتروني ركيزة أساسية في الترويج للمنتجات ، وعلى الرغم من أنّ الهدف الرئيس للإشهار هو تحقيق ربح ؛ أي تعزيز رأسمال التجاري غير أنّ هناك رأسمال من نوع آخر يسير وهذا النوع من الرأسمال ، والذي يبرز من خلال عديد المظاهر والتجليات؛ إنّه الرأسمال الرمزي الذي تتحدد طبيعته ضمن مضامين الخطابات الإشهارية على مستوى الفيسبوك في ازدواجية مع الرأسمال الاقتصادي حيث يقوم عليه مجموعة من الفاعلين مستهدفين الربح المادي من خلال إخضاع منجاتهم للعرض ومن ثم الطلب من جهة ، ومحاولة تكريس نمط استهلاكي معيّن هدفه غرس ثقافة استهلاكية في ضوء عديد القيم الرمزية من جهة ثانية ، ومع أنّ الرأسمال الرمزي يحمل في طابعه بعدا تجاريًا فإنّ له تمثّلات تشكلت من خلال جوانب عدة قامت على مراكمته ، وكان ذلك من خلال اختيار أبعاد وقيم وشخصيات رمزية قام المصمم بتوظيفها لتحقيق التأثير (إبراز الرأسمال الرمزي للمنتج) ، والذي يرتبط في تجلّيه بجملة الموارد التي تتيحها الإستراتيجية المتبعة مثل المكانة والهيبة والشهرة والتي تمّ إدراكها من قبل المستهلك الجزائري وربطها من خلال اقتنائه أو استهلاكه للمنتج فهناك منتجات تروج للمكانة وهناك للتمييز ، وهناك للقوة ، أي أنها تسير من خلال تكوين إستراتيجية رمزية تتنوع بين الجانب الإبداعي الذي يحتاجه تصميم المنتج حتى يحقق التأثير.

لقد تنوّعت مظاهر الرأسمال الرمزي عبر الخطابات الإشهارية رغم تجلي البعد التجاري فيها فهناك الجانب التكنولوجي (أروما في الفضاء) ، الجانب الأسطوي الخيالي (إشهار أوريدو) ، الجانب القصصي والإثارة (أوتيليا)،

سعاد سراي، يسمينة بن عمار

الجانب الإبداعي الملهم (الرّسم بقهوة نزيار) ، والجانب الثّقافي (الاحتفال برأس السنّة الأمازيغيّة) .

إنّ هذه المظاهر تركز لعدد من القيم في ضوء خصوصيّة ثقافيّة أطرت حدود الرّأسمال الرّمزي ، فضمن المحتوى الدّلالي ترسيمات لمحتوى رمزي ذو أبعاد تعكس تجلّيات الرّأسمال الرّمزي في ضوء عديد التّمثّلات والتي هي محتواه في واقع المجتمع الجزائري . وعلى هذا الأساس حتى يبقى الخطاب الإشهاري يحمل رمزية للخصوصية الثّقافيّة الجزائريّة وضعنا عديد المقترحات والتي نجملها في الآتي:

1- وضع الأطر الرّقابية على الصّفحات المعلنة التي لا تركز القيم الإيجابيّة عند عرض المنتج وخاصة بالنسبة لفئة الأطفال.

2- التّوسيع من إطار الضّبط الإشهاري الأخلاقي والقانوني ولا سيما على مستوى الإشهار الإلكتروني ، من خلال فضاء الحرية المتاح عبر صفحات الفيسبوك.

تجليات الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري الجزائري بين الخصوصية الثقافية والأبعاد الدلالية- مقارنة وصفية لتمثلات الخطابات الإشهارية عبر الفيسبوك

Bibliographie

Øyvind, Ihlen. «Symbolic Capital.»

<https://www.researchgate.net/publication/327879497>, 2018.

المشهداني، سعد سلمان (2017). *مناهج البحث الإعلامي*. دار الكتاب الجامعي : الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية.

بنور، عبد الرزاق. (2011). *أبجديات البلاغة الشعبية ترجمة الرأسمال الرمزي في الخطاب الإشهاري، المترجم، (23)*، 38-07 عبر الرابط:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/33/11/1/90267>

تمار، يوسف (2007). *تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين*. طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع: الجزائر.

جبارة، نورة. (2021). *الإشهار الإلكتروني كوسيلة للإعلام، مجلة الدراسات القانونية*.

، المجلد 07 (02)، 688-672 عبر الرابط:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/318/7/2/156231>

جرار، ليلي أحمد . (2012). *الفيسبوك والشباب العربي*. الكويت ، الإمارات العربية المتحدة، الأردن ، مصر: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

خمشون، محمد. (2017). *إشكالية الخصوصية الثقافية في نظريات التنمية دراسة تحليلية مجلة العلوم الإنسانية، مجلد ب (48) 16-07* عبر الرابط:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/23/28/4/89301>

شايب، نبيل. (2017). *آليات التحليل السيميولوجي للخطاب الإشهاري والتلفزيوني... من التمثيل إلى التأويل، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، (30)*، 108-99 عبر الرابط:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/119/9/30/78367>

طعمية، رشدي (2014). *تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه أسسه واستخداماته، القاهرة: دار الفكر العربي*.

سعاد سراي، يسمينة بن عمار

محمد حسين، سمير (2006). بحوث الإعلام دراسات في مناهج البحث الإعلامي . القاهرة :عالم الكتب للنشر والتوزيع .

موريس، أنجرس .(2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات عملية ط 02. Édité par بوزيد صحراوي، كمال بوشرف et سعيد سبعون، الجزائر :دار القصة للنشر والتوزيع.

ويمر ,روجر et ,جوزيف دومينيك (2013) .مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي . Édité par صالح أبو أصبع et فاروق أبو زيد، بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية.
المواقع:

1-صفحة فيسبوك قهوة أروما (2022)، إشهار أروما في الفضاء ، تمّ التحميل من

، تاريخ:2022/08/31، <https://www.facebook.com/AromaCafeDZ>،
توقيت:17:06

2- صفحة فيسبوك Ooredoo، (2022) ، إشهار أريديو إنترنت دراغون، تمّ التحميل من الموقع :

، بتاريخ :2022/08/31، <https://www.facebook.com/OoredooDZ>،
توقيت:14:17.

3- صفحة فيسبوك Optilla ، (2022) ، خطاب إشهاري Batman كلا Optilla ماشي أنا، تمّ التّحميل من الموقع:

، بتاريخ:2002/09/01، <https://www.facebook.com/Chocolat.Optilla>،
يتوقيت:15:55

4- صفحة فيسبوك /niziere.espresso، (2022)، خطاب إشهاري نزيار بلوحة فنية ، نزيار والاحتفال برأس السنّة الأمازيغيّة، تمّ التحميل من الموقع:

4<https://www.facebook.com/niziere.espresso/posts/243344536383373> بتاريخ:2022/08/31، بتوقيت:17:37/17:42.