

الوصلات الإشهارية في التلفزة الجزائرية

Danette - Danone أنموذجا

— مقارنة أسلوبية —

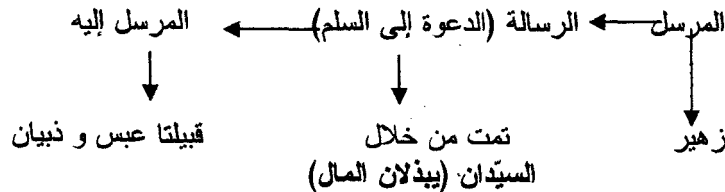
حلومة التجاني
جامعة الجزائر

يحظى الخطاب الإشهاري باهتمام كبير في عصرنا هذا، إذ باتت صناعة إعلامية وثقافية وسياسية واقتصادية، الكلّ يتنافس في سوقها ويؤثر في توجيه البنى التحتية للمجتمعات، خاصة ونحن في عصر العولمة؛ هذا النظام الجديد الذي يفرض نفسه بكلّ الوسائل على الطاقات الحيوية الموجهة والبناءة للأمم، أيا كانت هذه الأمم.

والحقيقة أن الخطاب الإشهاري ليس بدعا من صنع حاضرنا وإنما نجد له جذورا في ثقافتنا العربية الإسلامية، دون إنكار لوجوده في الثقافات القديمة الأخرى، فبعض المشاهد الشعرية المدحية مثلا، نوع من الإشهار السياسي، تجد هذا في مثل قول زهير بن أبي سلمى:

يمينا نعم السيدان وجدتما *** على كلّ حال من سحيل و مبرم
تداركتما عيسا و نبيان بعدما *** تفانوا و دقوا بينهم عطر منشم
وقد قلتما إن ندرك السلم واسعاً *** بمال و معروف من القول نسلم (1)

فقد كان بإمكان زهير أن يختصر هذا في إرسالية مفادها "أدعوكم إلى السلم ببذل المال و القول السديد"، فالسلم هو المنفعة التي سيجنيها الكلّ. هكذا استطاع زهير أن يعبر عن رغبته في السلم وأن يؤثر على مستقبله بتصوير حالهم بين مجالي الدمار و العمار، أي "ما كان مع الحرب" و "ما سيكون مع السلم"



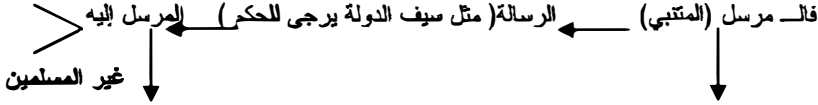
التجاني حلومة

ولو أردنا تركيب صورة بصرية لهذه الأبيات لرسمنا صورة رجلين وراءهما الخراب والدمار وأمامهما السلم والعمار يبذلان المال رمزا للانتصار على الجشع الإنساني.

وبإيك مثلا آخر للإشهار السياسي يظهر فيه المتنبّي كإشهاري **Publiciste** صاحب حملة دعائية للحكم الراشد الذي ينتهجه سيف الدولة، يقول:

تفرّد العرب في النّيا بمحتدّه *** و شارك العرب في إحسانه العجم
وأخلص الله للإسلام نصرته *** و إن تقلب في آلائه الأمم (2)

المسلمون



المستهلك للإرسالية

إشهاري

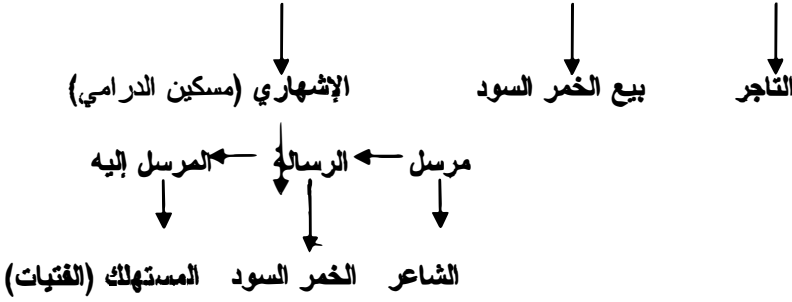
فالمتنبّي و هو الشاعر الذي نعرف لا يخفي إعجابه بشخص سيف الدولة، فيجعله متفرد الأصل (المحتد) كأن لم تلد العرب غيره ، بل إن الله يخلص نصرته كان لم يسبق لأحد أن نُصر الإسلامُ تحت رايته، وهو يكرر ذلك في أكثر من موضع في أشعاره.

وفي أبيات مسكين الدرامي نوع آخر من الإشهار التجاري بل هو كذلك، إذ يروى أنه ساعد تاجرا كسدت لديه الخمر السود مقابل ثمن يؤديه له إن هو باع هذه الخمر و الأبيات تقول:

قل للمليحة في الخمار الأسود *** ماذا فعلت بزاهد متعبد
قد كان شمّر للصلاة ثيابه *** حتى خطرت له بباب المسجد
ردي عليه صلاته و صيامه *** لا تقتليه بحقّ دين محمد (3)

فلم يبق في المدينة فتاة إلا واشترت خمارا أسود.

المرسل ← الرسالة ← المرسل إليه



ومهما يكن الأمر فإن الإشهار لم يكن آنذاك صناعة مطلوبة لذاتها كما هو الشأن في عصرنا الراهن، لذلك سنحاول في هذه المداخلة إلقاء الضوء بالتحليل على بعض الموضات الإشهارية التي تبثها التلفزة الجزائرية.

فقد عرف البث السمي البصري في بلدنا تطورا ملحوظا فرضه الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي، ولم يعد ذلك الذي يحمل طابع المنفعة العامة (إشهاري تعليمي، كالدعوة إلى تلقيح الأولاد أو زبر الأشجار).

من المنتوجات التي تعلن عنها التلفزة الجزائرية الإغراء بمنتجات دانون "ياغورت دانون **Danon Yaourt** وهي من أكثر العلامات **Marques** شهرة وبيعا بعد منتج "كوكاكولا" **Coca-cola**.

هذا المنتج الذي يقبل الجزائري على شرائه لأنه في متناولهم يقول البعض، ويقول الآخر أنه يعوض الفاكهة لغلانها، وبعضهم يقول أنه ملقى في السوق ولذلك يشتريه و البعض يقول الأطفال يحبونه وهو يمدّهم بالكالسيوم دعما للحليب الذي أضحى شبيها بالماء.

ولكن من من هؤلاء يعرف أصل هذا المنتج؟ أغلب من سألت يقول أنه لا يعلم و إنما رأى مثله يبيث على القنوات الفرنسية وهو على الأغلب منتج فرنسي وإنما الجزائر تقلده.

والحقيقة أن المنتج فرنسي، ودانون **Danone** هو اسم لشركة مختصة في مشتقات الحليب، ظهرت للوجود على يد مؤسسها "إزك كراسو **Isaac Carasso** رجل أعمال من أصل إسباني، دعا المنتج بهذا الاسم نسبة

إلى ابنه دانيال **Daniel**، دانون **Danone** كما يدعونه في اللهجة الكطالونية **Catalan** و كان ذلك إبان الحرب العالمية الأولى.

الومضة الأولى: **Danette**

عرضت التلفزة الجزائرية في أيام سابقة وفي رمضان تحديدا صورة أسرة جزائرية مؤلفة من أب وأم وابن وابنة يسكنون بيتا من العهد العثماني ويرتدون أثوابا جزائرية أصيلة تعود أيضا إلى العهد العثماني وعلقَ تحت الصورة بما يلي " صور من حيّ القصة"، وقد أدت البنت وأبوها دور البطولة في هذه الومضة الإشهارية.

تقبل البنت وفي يدها وعاء **Danette** وهي تأكله مترنمة فتلتقي أباها فتقول له بلهجة جزائرية "بابا غلبك رمضان" فيرد عليها غاضبا " وبين غلبنى رمضان أنت ثان"، ثم تختصر الومضة ليسمع الأذان وليظهر الجميع حول مائدة الإفطار وفي يد الأم أوعية **Danette** تقول: "**Danette** بعد لطور"، فيختطفها الأب وينكب عليها أكلا وهو يقول: "هاوليك كيفاه غلبنى رمضان" وتنتهي الومضة الإشهارية برجل يرتدي منزرا أبيض يبسط يدها ناحية اليمين واليسار وبابتسامة دانون وبتعليق " لنكون كلّ يوم أحسن".

الومضة الثانية: دانون 7 **Danone 7**

ما يميّز هذه الومضة أنّ التلفزة الجزائرية عملت على عرضها، مرّة كاملة ومرّة مجزأة، فالأب يشتري أوعية دانون 7 مشيرا إلى أعضاء أسرته، فكلّ يستفيد بفائدة من فوائده، وهو في هذا لا يذكر إلا أباه وابنته ويغفل نكر زوجته، وفي ومضة مكملة تظهر الزوجة أنيقة في يدها وعاء دانون 7 الذي يفيد مراقبة الوزن على حدّ قولها، كما تشير إلى الفائدة التي يجنيها ابنها فضلا عن متعة التثوق التي توفرها أوعية دانون 7، وفي الومضتين كلتيهما تُجمع العائلة المكوّنة من خمسة أفراد، الأب والأم والجذ والابن والابنة، وفي يد كلّ منهم وعاء دانون 7.

تحليل الومضة الأولى: **Danette**

إن أيّ رسالة أو معلومة -كما يشير باختين- حين تقديمها لشخص ما، تثار بواسطة شيء ما وتسعى إلى تحقيق هدف ما. (4) لذلك فإنّ من الوسائط

التي يثار بها إغراء المستقبل **Destinataire** في هذه الومضة على ما أعتقد الفضاء المكاني.

وهو فضاء رحب أصيل يعيق بأريج نفحة عثمانية يتراءى فيها جانب من بيت صغير أشبه بالقصر، مفعم بمعاني الانبساط والراحة، وهو ما يمنح المستقبل الانطباع بالراحة والهدوء، ضالة إنسان العصر، وكأثما **Danette** لا يليق بها إلا أن تؤكل في وسط كالذي ذكرت، ويوازر هذا الفضاء المكاني أبغون (5) اللباس وهو أكثر ما ينبئ بهذه النفحة العثمانية، وظهور **Danette** في هذا الموضع يوحي بتاريخيتها وإن لم تكن كذلك أما تعليق "صور من حيّ القصبّة" فلا يضيف شيئا على الومضة الإشهارية وكلّ ما يمكن أن يفعله أن يحصر الفضاء الحضاري في حيّز مكاني ضيق، ذلك أنّ العصر العثماني إنطبع في لا وعي الجزائريّ العاصميّ في القصبّة وما جاورها غير بعيد كجامع كتشواوة مثلا، فلا بدّ أنّ الأذان الذي نسمع عبر الومضة الإشهارية ينطلق من مأذنه.

أما ما يلفت النظر فعلا فمحاولة المخرج إضفاء نكهة الفكاهة على المقطع الإشهاري حيث تظهر بنت في التاسعة أو العاشرة من عمرها مترنمة سعيدة بأكلها لـ **Danette** لكتها تحاول إثارة غضب والدها الذي يقبل عليها متوترا فتزيد من غضبه، إذ بتلفظه لفظ "أنت ثان" يثار في أذهاننا مدلول الغضب المضمّر الذي وقع خارج إطار الومضة الإشهارية لا ندري عنه شيئا سوى أنّه وقع أولاً بحجّة الملفوظ "ثان" وتستمر آثار هذا الغضب إلى الإفطار حين يختطف الأب أوعية **Danette** لتكون أول ما يلتهم حتى قبل "شربة رمضان" أعزّ ما يفضلّه الجزائري عند الإفطار، فقد أخذت **Danette** بلبّته و لم يعد يلتفت إلى ما سواها، لتستكر الطفلة بالإيماءات سلوك والدها، ولنا أن نتساءل هل هو دعوة إلى الاستهزاء بالأباء أم التاريخ الذي يجسده الوالد من خلال النسق الثقافي (العهد العثماني).

في كلّ هذا نحن لا ننتبه إلى هذه الأوعية الصغيرة التي يقبل عليها الأب بشراهة حتى نفاجا بابتسامة **Danone** الحمراء تلوها حروف لاتينية تجسّد منتج دانون **Danone**، وهي ابتسامة فرنسية لو أمعنا النظر؛ فالابتسامة الحمراء يحيط بها لونان أخران الأزرق والأبيض، كأثما هو تكبير بأنّ المنتج فرنسي وهو كذلك، وفي الملفوظ المكتوب "لنكون أحسن" دعوة صريحة للإقبال على هذا المنتج.

التجاني حلومة

أما هذا الرجل الذي يبسط يده و الذي يسبق نهاية الومضة الإشهارية فهو أشبه بعلامة استفهام ، تثير الكثير من التساؤلات وتدفع إلى الدهشة ، فليس لمنزره الأبيض الذي يوحى بعالم المخابر شأن بما حدث في الومضة الإشهارية ذلك أن المنتج الذي تدعو إليه لا يكاد يفصح عن نفسه ؛ إن ما يبهر المشاهد فعلا هو الديكور الذي يكتنف المنتج المعلن عنه - رأي عدد من المشاهدين المتوسطي العمر - ليس أكثر .

وإن كنا سنبرر لهذا الرجل الأسباب بعلامة الاستفهام، فلن يكون منزره الأبيض إلا إحياء بالوسط الذي صنعت فيه **Danette** وهو وسط نظيف و صحي يطمئن المستهلك ألا خوف من استهلاك هذا المنتج.

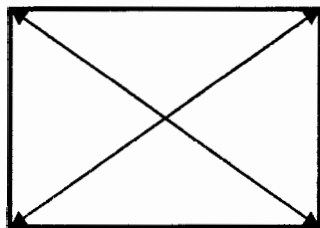
تحليل الومضة الثانية: دانون 7 Danone

الومضة الثانية أكثر تركيزا على المنتج منها من الومضة الأولى فالأب يلاحظ وهو يشتري أوعية 7 Danone وهي خطوة عملية تبدأ من السوق وتنتهي بالبيت؛ ففعل الشراء يؤدي إلى متعة التذوق وإلى فوائد أخرى جمّة؛ وهذا ما يركز عليه المخرج فكلّ من بالبيت يتناول هذا المنتج، لكن الأب في حين يذكر ابنته وأباه يغفل ذكر زوجته وابنه بينما تغفل الزوجة ذكر زوجها وابنتها في مقطع ثان مكمل.

إنّ عدم ذكر الأزواج لزوجاتهم أو الزوجات لأزواجهنّ منبعه العرف في التقاليد الجزائرية إن لم نقل العرب بأكملهم؛ إنّه الموروث في الثقافة العربية. أما تعلق الأب بذكر ابنته والأم بذكر ابنها فيذكرنا بعقدي أوديب وإلكترا.

(6) البنت X

الأب Y



$$\text{تنافر} = X + X$$

$$\text{تنافر} = Y + Y$$

$$\text{تقارب} = X + Y$$

الولد Y

الأم X

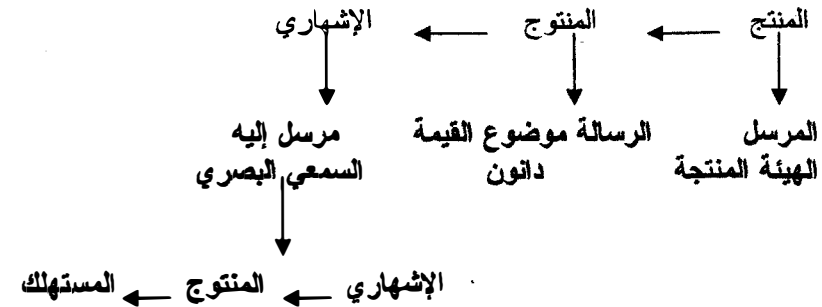
الوصلات الإشهارية في التلفزة الجزائرية

ومما يلفت النظر أيضا في هذه الومضة توظيف الرقم "سبعة"، ففوائد **Danone 7** سبع هي: قوة العضلات وصلابة العظام والنمو والفلورة المعوية ومراقبة الوزن وهضم اللاكتوز ومتعة التنويع. منظومة جديدة تضاف إلى مثل منظوماتنا التالية: ألوان الطيف سبعة، عجائب الدنيا سبعة، أصحاب المعلمات سبعة، أيام الأسبوع سبعة والسماوات سبع... إلخ ويكفي أن للرقم سبعة قدرة سحرية تنبئ بنتائج العمليات الحسابية مهما كان اختيارنا للرقم الذي نريد فالنتائج دائما سبعة *، وعليك فقط إجراء العمليات الحسابية التالية:

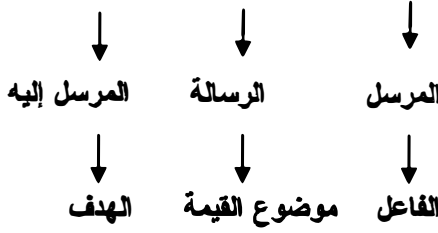
- العدد المختار $2 \times$
- الناتج $6 +$
- الناتج $2 /$
- الناتج _ العدد المختار
- الناتج $7 = 4 +$

وهكذا فـ **Danone 7** منتج سحري يوقر احتياجات الأسرة على الرغم من أن عدد من في البيت خمسة وهذا رقم ثان مهمته دفع الأذى في الثقافة الشعبية العربية، وربما أوحى الفارق بين السبعة والخمسة - وهو رقم '2' المتبقي من عملية الطرح - بانتظار طارئ يقدمه له، فالبيت الجزائري بيت مضياف لا يقتني ما يأكل بعدد من في البيت، أو ربما هو ادخار لأكول يودّ المزيد من الأكل لفرط إعجابه بهذا المنتج.

في كل هذا يحاول الإشهاري التحايل على المستهلك بأي طريقة كانت كي يقنعه بضرورة اقتناء المنتج و يتم ذلك عبر شبكة تواصلية يمكن أن نجسدها في الترسيم التالية:



التجاتي حلومة



وعليه فإن للفاعل (الإشهاري) برنامجا (7) يعمل على أساسه لإنجاح مهمته (إقناع المستهلك) باقتناء موضوع القيمة (منتوج دانون) ؛ هذا البرنامج هو مجموع الأفعال السمعية البصرية التي تحفر في أعماق لا وعي المستقبل **Destinataire**، حتى أنه أحيانا لا يدري لم يستهويه شراء هذا المنتج دون الآخر؟

لكننا نشير أيضا أنّ الإشهاري وهو يستدّ سهمه ليصيب قلب الهدف يمرّر رسالات أخرى مضمرة ليست هي الهدف، لكنها مع ذلك تترك أثرا في لا وعي المستقبل **Destinataire** قد لا يريد الإشهاري ولا الهيئة التي استخدمته، مثال ذلك ما يترسب في أذهان الأطفال من عمليات الخطف (خطف منتج فلاش **Flash** من يد سيّدة مسنة) أو السرقة الكذب والأناية (إستنثار الأب بما تبقى من عصير دانو **Danao** ومحاولة الكذب على أبنائه واتهامهم بما لم يقوموا به وتظاهره بالخلج) لأنّ فعله حقا يدعو إلى الخجل (ومضة إشهارية خاصة بشركة دانون **Danone**).

ومهما يكن الأمر فالإشهار أداة من أدوات الثقافة (8) يسهم في ازدهارها ويسمح بتقارب الحضارات بل ويعمل على توطيد أواصر الإنسانية بينها وبتيح فرص الاطلاع والتعلم والانفتاح على العالم.

هوامش

- 1 – ديوان زهير بن أبي سلمى ، تحقيق و شرح كرم بستاني، دار صادر بيروت لبنان 1960 ص 79
 - 2 – ديوان المتنبي، دار بيروت للطباعة و النشر ص 364 ، 1980
 - 3 – أحمد بن محمد بن عبد ربه الأندلسي : العقد الفريد، تحقيق مفيد محمد قميحة ، دار الكتب العلمية ، بيروت لبنان، ج 7 ، ص 17 ، 1997
 - 4- M.Bakhtine, Esthétique de création verbale, Paris, Gallimard, p.29
 - 5 – ICÔNE أنظر سيزا القاسم و نصر حامد أبو زيد : مدخل إلى السيميوطيقا، ج 1، ج 2، منشورات عيون ، دار البيضاء 1986 ، ص 141
 - 6 – حاولت الاستفادة من المربع السميائي أنظر:
Joseph Courtes : Analyse sémiotique du discours,
Hachette,paris,1991,p152
- * لعبة كئنا نلعبها و نحن صغار
- 7 – أنظر البرامج السردية في مؤلف:
A.J.Greimas, J. Courtes : Dictionnaire de la théorie du langage
Hachette,paris,1979,p382
 - 8 – أحمد عادل راشد، الإعلان، دار النهضة العربية، 1981، ص 30