

دلالات موسيقى الإشهار التلفزيوني: بين قيمة العلامة و دلالة المعنى

أ.نبيل شايب

جامعة الجزائر 03

الملخص

يعد الاشهار التلفزيوني نسق دلالي تتداخل فيه العديد من المدونات البصرية في تكوين البناء الفيلمي حيث يعتبر هذا الأخير نسق اتصالي وبناء محكم خاص ، تتضافر فيه مجموعة عناصر تعبيرية و شعارات ألسونية وشفرات بصرية أيقونية و علامات موسيقية تحمل دلالات معينة و ذلك من خلال تلك العناصر المتفاعلة داخليا فيما بينها، لذا فالتفكير الدلالي في فن الموسيقى الإشهارية، يضيف وعيا رمزيا بهذا الفن و من ثمة يزيد قدرة متذوقيه على الإحساس به و إدراك معانيه و الاستمتاع بالسماع في مستوياته المتعددة و المتكاملة التي تمثل الجوانب الحسية ،التعبيرية و الفنية ،ذلك أن الموسيقى الإشهارية في صلتها بالذات المبدعة والمتلقية،تتخذ من الصفات المتشابهة ما يجعلها من المقولات الأكثر تعقيدا على مستوى المعنى والمبنى.

و بالتالي يلجأ المعلنين إلى توظيف الموسيقى في الخطابات الإشهارية التلفزيونية نظرا لأنها تشارك اللغة في بعض صفاتها الفكرية عن طريق مفرداتها اللغوية أو الصوتية السمعية و تعتبر الموسيقى جزءا رئيسيا في العملية الإبداعية خاصة في بناء الومضات الإشهارية التلفزيونية ؛ فهي الجزء الممثل للحدث كما أنها أرضية الفعل وخلفيته والمجال الحيوي الذي تتحرك فيه الشخصيات وتتصارع لتشكيل دلالات معينة.

résumé

La publicité est un système sémantique où se chevauchent de nombreux codes visuels dans la structure de la construction filmique qui représente un ordre communicationnel particulier où le tournage de ce dernier format publicitaire combine des éléments de la gamme expressive, des signes visuels et musicaux pour effectuer certaines connotations.

La musique aussi, en particulier, concerne la création publicitaire où le destinataire prend verrouillage de ce qui le rend le plus complexe des arguments sur le niveau de signification

Suite à cela, la musique est une partie importante dans le processus de création car c'est autour d'elle que se construit tout le scénario pour mettre en avant le produit, c'est pour cela la question de la sémiologie de la musique n'est pas celle d'une sphère séparée.

En effet, elle peut dans un premier temps rendre la publicité visuelle plus attractive et efficace. Puis, comme c'est le cas dans de nombreux spots télévisés dans lequel les personnages se déplacent et se bousculent pour la formation de certaines connotations.

الكلمات الدالة: الموسيقى، سيميولوجيا الموسيقى، الانساق الموسيقية، الإشهار التلفزيوني

العلامة، الدلالة، الخطاب الإشهاري، اللغة، الرمز، المستهلك

توطئة منهجية

اهتم النقاد والمفكرون بدراسة الموسيقى من بينها المدرسة النقدية التي اشتطت الموضوعية الجمالية في كل الأعمال الموسيقية، كونها تساهم في خلق المتعة الفنية من خلال مخاطبة ذهن المتلقي وذلك بتوظيف الاتصال الجماهيري، وعليه فالرسالة الموسيقية بهذا المنظور تقرا وتؤول كالرسالة البصرية، هذا ما يعطي مشروعية البحث السيميولوجي للموسيقى الموظفة في الخطاب الإشهاري التلفزيوني واعتمدت المؤسسات الاقتصادية على الموسيقى الإشهارية للتأثير في نفسية المستهلكين قصد اقناعهم بالفكرة الإشهارية المروج لها، وبذلك أصبحت موسيقى الإشهار التلفزيوني حسب العديد من النقاد و الباحثين تعتبر بمثابة خطاب قابل للتأويل، باعتبارها شبكة تواصلية معقدة تحمل داخلها العديد من المعطيات السوسيوثقافية، كونها تحول دلالي الأشياء وتقدمها على شكل علامات قابلة للتضمن داخل الإشهار التلفزيوني.

و لتحليل العلامات الموسيقية المرافقة للنظامين البصري والألصوني، لابد من الاهتمام بسيميولوجيا الموسيقى التي تعالج الدلالات الخفية و المعاني الباطنية لتلك العلامات باعتبارها فضاء واسع حاوي للعديد من الرموز والدلالات.

في هذه النقطة بالذات، تتجلى أهمية معالجة دلالات موسيقى الإشهار التلفزيوني من زاوية ضمنية دلالية تسمح بالغوص في جوهر هذا الفن وعمقه الرمزي قصد الاحتكاك بخصوصياته الدلالية ومن ثمة مقارنة معنى الموسيقى الإشهارية في الحقل الدلالي الذي تتصهر فيه معطيات عدة تساهم بطريقة أو بأخرى في تشكيل البعد الرمزي لها، ما من شأنه أن يجعلها بنية سيميائية خاصة تتعمق هذه الأهمية عند مسائلة الدوال المختلفة، ولمعرفة أشكال تمثيلاتها الدلالية والثقافية، ارتأينا أن نبلور إشكالية بحثنا على النحو التالي :

ما هي دلالات الموسيقى المصاحبة للخطاب الإشهاري التلفزيوني؟ وفيما تكمن أبعادها الاتصالية؟

أولا : الموسيقى و مرجعيتها الفكرية

تعرف الموسيقى سيميولوجيا بأنها ذلك النسيج الصوتي الذي تنتظم فيه وحداته على محور زمني، وبهذا تستقي الموسيقى دلالاتها من تناغم إيقاعاتها، فهي ذلك الصوت الذي يتم ترتيبه ليبيعث في النفس العديد من المشاعر والتي تختلف باختلاف الموسيقى المسموعة.

وقد تفتن القدامى إلى أهمية الموسيقى في إثارة الانتباه فاستعملوا دق الطبول قبل الإعلان عن أي حدث أو الاستهلال في أي نشاط بياعي، وهي الفكرة التي تترجم حالياً في صورة موسيقى مميزة سابقة لاستعراض أي شريط إشهاري تلفزيوني. 1

أما من الناحية الاصطلاحية فهي علم وفن، فعلم الموسيقى من العلوم الطبيعية المبنية على القواعد الرياضية، وهي ترتيب وتعاقب الأصوات المختلفة في الدرجة المناسبة بحيث يتركب منها ألحان تستقبلها الأذان وتكون مبنية على موازين موسيقية مختلفة ، مع العلم ان فن الموسيقى ينحصر في علم العزف على الآلات الموسيقية وعلم الغناء بموجب الأوزان الموسيقية الزمنية التي تجعل للحن مؤلفاً من عبارات موسيقية متساوية في أزمنتها ولو اختلفت في أنغامها. 2. وبناء على ما تقدم، ينحصر تكوين الموسيقى بعنصرين جوهريين هما الصوت والزمن، فالصوت في عرف العلماء الطبيعيين موضوعه دراسة الأصوات عامة، هذه الظاهرة الطبيعية التي تنشأ من اهتزاز الأجسام الرنانة، فكل حركة اهتزازية لجسم رنان تحدث في الهواء ارتجاجاً يولد صوتاً معيناً. 3

فالموسيقى هي لغة مثل باقي اللغات ولها أحرف كتابية تسمى " النوتة " تدون بها للحفاظ على ألحانها وتتكون الموسيقى من عنصرين هما الصوت والزمن، فالصوت تدونه أحرف النوتة، وتحدد طبقاته، والزمن له اصطلاحات كتابية تحدد مقاديره ونذكر العناصر التي تتألف منها النوتة على النحو التالي:

المدرج الموسيقي. العلامات الموسيقية. المفاتيح الموسيقية. علامات الصمت وما يتبعها من علامات

اصطلاحية. المسافات الصوتية. علامات التحويل. 4

يمكننا أن نصنف آلية عمل الموسيقى ضمن مجال آلية عمل نص الخطاب لأنهما ناتجان عن آلية حسية واحدة، وكلاهما قادران على تحفيز استجابة متوقعة، وقابلان للتدقيق والتحليل من خلال شكلاهما المكتوب، من وجهة النظر هذه تصبح الموسيقى شبيهة باللغة إلا أن الموسيقى تتجاوز اللغة والحدود القومية والثقافية، ويرتبط إيصالها بحركات جسدية في مقام الصوت مما يكسبها عامل تأثير لغة الجسد، إضافة إلى وجود نص مكتوب وقابل للتفسير والتحليل، لا يمكننا أن ننكر أنه مهما كان التدوين الموسيقي ناجحاً في نقل أفكار تجريدية ، فإنه يبقى بحكم طبيعته رمزاً، وأساساً منطقياً لتنفيذ تعليمات وأفعال. 5

وتباينت آراء الباحثين والدارسين لعلم الموسيقى في تحديد مفهوم موحد للموسيقى، حيث اهتم "نيكولا روي" Nicolas Ruwet بالجانب السيميولوجي للموسيقى والفن متسائلاً في كتابه الموسوم باللغة والموسيقى عن كيفية إنتاج المعاني من طرف العلامات الموسيقية وكيفية توظيفها في الفضاء السيميائي للحصول على دلالة معينة.

حيث تحدث الباحث في كتابه عن وظيفة الغناء والكلمات المرافقة للحن الموسيقى مشيراً إلى وجود نوع

من التناغم بين الموسيقى باعتبارها نظام مغلق بينها وبين اللغة بمختلف رموزها التي اعتبرها نظام مفتوح.

وأشار نيكولا أن الموسيقى لغة غير أنها ليست لغة عالمية كما يعتقد عدد من الناس، إنما هي لغات مختلفة إذ أن لكل شعب لغته الموسيقية ذات الخصائص المميزة، فالموسيقى من حيث أصولها مرتبطة بمعتقدات الإنسان وطباعه وهي لغة الروح والمشاعر والخواطر، إلا أنه في شكلها تنقسم إلى عدة لغات متباينة في تقنياتها ومفاهيمها الجمالية والتربوية وأن لكل منها خصائص تكمن في المادة الموسيقية ذاتها من حيث الأبعاد الموسيقية وتكويناتها⁶

من جانبه ربط أوليفي Olivier Sacks الموسيقى بالهوية، وذلك من خلال قيامه بدراسة علمية أكاديمية على عينة قدرت بـ خمس مائة شخص، مؤكداً أن معظم الأشخاص يستمعون إلى الأصوات والنغمات الموسيقية التي اعتبرها خاصة من خصوصيات النفس البشرية مشيراً إلى أن الموسيقى تساهم في تنمية خيال الفرد، إلا أنها تحمل بعض السلبيات خصوصاً عندما يتعلق الأمر بالاستقرار النفسي والعصبي للشخص مبرزاً في كتابه تلك النغمات الحزينة في الموسيقى التي تدفع إلى البكاء والوصول إلى حالات هستيرية مؤثرة دون إصدار أصوات وإيقاظ مختلف الذكريات الأليمة، وهذا ما يؤثر سلباً على نفسية المستمع ويؤدي إلى فقدان التوازن الذي قد يؤدي به إلى مرض نفسي أو مشكلة عصبية⁷

وفي سياق متصل، ركز فرانسيس R.Francis في تعريفه للموسيقى على الإدراك الموسيقي حيث شدد على ضرورة معرفة آليات الاستماع التي يتم ترسيخها لدى المتلقي من أجل الحصول على رد الفعل الإيقاعي، الهارموني واللحني، مشيراً إلى خصوصية الذكاء الموسيقي الذي يكون حسبه في الخطاب الضمني للعلامات الموسيقية بجانبها المنطوق والمحسوس، حيث أشار الباحث في كتابه الموسوم " الإدراك الموسيقي " أن الترجمة النغمية لتلك العلامات الموسيقية تظهر من خلال دمج الوحدة الثقافية للحن في الخطاب الموسيقي الذي يعمل على توضيح وترسيخ الفكرة لدى المستمع لخلق الهدف المرجو المتمثل في الإدراك الموسيقي للمعنى الموجود في الرسالة الموسيقية⁸

ومن جهة أخرى، اعتبر جون جاك روسو أن الموسيقى ليست لغة العواطف، فحسب بل لغة الفكر والفهم، فهي تسمو بسمو الإنسان وترقى برفقيه، فالقوم الذين تحررت نفسيتهم وارتقت شعوبهم، فإن موسيقاهم تعبر عن عواطف تسمو عن الشهوات والتخيلات وتعلو عن الأغراض الحيوانية، حيث شدد فكر روسو على ضرورة استخدام أنماط موسيقية للتوجيه الذاتي للطفل، وتزامن ظهور فكر روسو مع ظهور الرومانتيكية التي كانت تدل في العصور الوسطى على قصة من قصص المخاطرات شعراً ونثراً⁹

ثانيا : أدورنو ومظاهرات الموسيقى الحديثة في المدرسة النقدية

يعتبر تيودور أدورنو* من بين المفكرين المدافعين عن الموسيقى الحديثة التي يرى أن مدرسة فيينا الثانية

خير نموذج لها، وفي أبحاثه الموسيقية وظف أدورنو الأفكار الفرويدية والماركسية في خدمة الموسيقى.10 والمتأمل في فكر أدورنو يجد أنه حصر تفكيره في مقاربتين أساسيتين وهما المقاربة الموسيقية التي تحمل نظرة شمولية موضوعية وليست حرفية للنصوص الموسيقية وبالتالي فالنظرة التي استقاها أدورنو من فكرة هيغل سمحت له يقارن الحداثة بالراديكالية وبذلك يعطي للحداثة معنى ضيقا باعتباره كان شاهداً عن الأزمة الاجتماعية في أواخر القرن العشرين،11 وعليه ركز أدورنو على مصطلح " الموسيقى الحديثة" لأنه استثنى معظم الموسيقى المبكرة في القرن العشرين، إلا أن كتاباته الموسيقية اتصفت بالشمولية حسب نقاد المدرسة النقدية 12 واشترط أدورنو الموضوعية الجمالية في كل أعماله الموسيقية، حيث يذكر أن كل المشاكل الجمالية تعود إلى مضمون الأعمال الفنية، رافضاً كل مقارنة وضعية أو علمية للفن 13 وبالتالي فالموسيقى الحديثة عند أدورنو تحاول أن تكون أكثر تطرفاً بحيث تخرس الأصوات الأخرى تماماً، ويقول أدورنو أن الفن أصبح بواسطة الثقافة المصنعة، فنا غير مرهف، وأن الأعمال الفنية اليوم هي بضائع فالموسيقى بحسب أدورنو كالنظرية يجب أن ترتفع على الوعي السائد للجماهير، لأن البحث عن العواطف الحقيقية والعميقة لا يمكن التحقق منه في المجتمع المعاصر بسهولة.14

والحقيقة أن تيودور أدورنو كان من أضفى على أفكار مدرسة فرانكفورت تلك اللمسة الفنية المعمقة، حيث عمل أدورنو على تطبيق نظرياته الجمالية على الموسيقى الذي اعتبرها بمثابة فن راق مركزا على عملية الاستهلاك الجماهيري للثقافة وقدرة المجتمع الصناعي على تحويل الثقافة الحقيقية إلى ثقافة جماهيرية استهلاكية.15

ثالثا : دلالات الموسيقى، تمثلاتها، وأبعادها السيميائية

تعتبر الموسيقى نتاج إنساني رمزي متنوع الأبعاد، فإنها في نفس الوقت نسق سيميائي دال تمتزج فيه الدوال بالمعاني لتشكل مجال اهتمام السيميولوجيا وفضاءً رحباً لتطبيق مقارباتها، وبالتالي تطور البحث السيميولوجي أدى إلى ظهور نسق آخر أكثر اتساعاً وشمولية، يتضمن هذا النسق علامات ورموز تهتم السيميولوجيا باستنتاج دلالاتها وتصنف معانيها وتمثيل رمزيتها، تعلق الأمر هنا بالنسق الموسيقي 16

* ولد تيودور أدورنو في فرانكفورت سنة 1903 وتوفي في سويسرا 1969 وهو عالم اجتماع ألماني وأهم مفكري مدرسة فرانكفورت، اهتم بالفلسفة الاجتماعية، وسوسيولوجيا لفلة الموسيقى، وله مؤلفات وكتابات موسيقية كثيرة، فقد درس الموسيقى على يد الموسيقار النمساوي المعروف " ألين بيرغ " أحد مؤسسي مدرسة فيينا الموسيقية ، وكان أدورنو من بين المفكرين المدافعين عن الموسيقى الحديثة وبالتالي تألق بأعماله الفنية الموسيقية المشهورة.

وعند الحديث عن سيميولوجيا الموسيقى لابد من استحضار نقطتين مهمتين في الذهن وهما:

• الدال وهو وحدة وضعت مكان شيء آخر.

• المدلول وهو وحدة تساهم في مسار التدليل أي في مسار إعطاء المعاني

فالرمز حسب سيميولوجيا الموسيقى هو قضية شفرات وتناغم عناصر الرسالة الموسيقية، بحيث تتوافق تلقائياً وفعلياً الأصوات المسموعة والمشاعر التي تحدثها في نفس المستمع، فالعزف العالي الحاد يتوافق مع المشاعر الايجابية في حين أن النغمات المنخفضة تتوافق مع المشاعر السلبية كالحزن والكآبة.

ونظراً للدور الفعال الذي تحظى به العلامات الموسيقية في الفضاء السيميائي، يمكن القول أن النسيج الموسيقي مخطط ذو بعدين: بعد أفقي وآخر عمودي، وعندما نضع أنفسنا أمام المستمع يمكن أن نذهب ابعد من ذلك في التحليل حيث يمكن أن يتفرع الموضوع الموسيقي إلى جزأين، الموضوع والخطاب.

فبالنسبة للمستمع هناك تصورين مختلفين يرتبطان بعاطفتين مختلفتين، أولها شعور خاص بالموضوع الموسيقي والكائنات المتجانسة التي يكون لها تأثير عاطفي وشعوري مباشر، ويلعب بالحس الإنساني يوقظ فيه أحاسيس معقدة في الغالب أما الشعور المرتبط بالخطاب يتمثل في خصوصية الموسيقى. 17

أ- سيميائية اللغة الموسيقية ودلالاتها التعبيرية

قبل الحديث عن سيميائية اللغة الموسيقية، لابد أن نشير إلى أن اللغوي " فردينان دوسوسير " يعتبر أول من تنبأ بعلم يدرس نظام العلامات فقد قال أن اللغة مؤسسة اجتماعية فإنها بمعنى آخر عبارة عن منظومة من العلامات ولا تتميز عن العلامات الأخرى مثل الكتابة وأبجدية الصم والبكم والطقوس الرمزية والإشارات الأخرى إلا لكونها أهم هذه المنظومات على الإطلاق ومن ثم كان لزاماً أن تخضع إلى العلم الذي يدرس حياة هذه العلامات وهو السيميولوجيا.

وفي المقابل، نطقن الباحثين لدراسة ما أسماه سيميائية اللغة الموسيقية، وذكرنا بأن للموسيقى لغة خاصة بها، ولهذه اللغة عناصر لا يؤدي كل منها عمله على حدى وإنما تتضافر وتتشابك كلا سويها في إخراج المؤلفات الموسيقية، وهذه العناصر اختلفت تسمياتها من أبرزها القلب، اللحن، التوافق الصوتي، النغم، حيث اعتبرت العناصر المشكلة للغة الموسيقية أنها لها دور كبير في بناء التمثلات نظراً لأبعادها الدلالية المختلفة، 18 فلغة الموسيقى مسألة ليست جديدة تنتمي إلى الحقل السيميائي الذي يسعى إلى خلق دلالة معينة من خلال الجمع بين الدال ومدلوله، فإذا أردنا أن نبحث في المعنى الذي تتجسد فيه الأصوات الموسيقية، وجدنا أن الأصوات في الرسالة الموسيقية تقابل الكلمات في اللغة، وبالتالي فإنها تقابل الكلمات في الفنون التي تعتمد على اللغة في وجودها أساساً وفي وسيلة تعبيرها بوجه عام، والكلمة كما نعرفها هي التي تحمل المعنى والفكر وهي وسيلة تناقله

بين البشر وبالتالي فإن الأصوات تشارك اللغة في نفس الصفات الفكرية عن طريق مفرداتها اللغوية أو الصوتية السمعية، فالجملة في الأدب والشعر تقابلها الموسيقية المكونة أيضا من عرض لفكرة تطرح للبحث والتفنيد والتفاعل. 19

وعلى ذلك فإن المعنى في الفن الموسيقي تحمله الألحان أو ما يسمى بالمواضيع و الأفكار الموسيقية التي يبني عليها العمل الموسيقي، وهذه الأفكار والألحان هي التي تتكامل في نسيج لحني وبناء انفعالي ليكون الموضوع العام الذي يحمل أفكار المؤلف وأحاسيسه ومضمونه العام في عمل موسيقي كبير متكامل. 20

التعبير الكامل للغة الموسيقية يشتمل على عناصر ومكونات كثيرة، من أبرزها اللحن، التركيب الهارموني، القالب والإيقاع، والتدقيق والفهم الجدي لهذه اللغة الفنية يتطلب تفهما دقيقا لهذه العناصر وتربيا على الاستماع إليها، فعلى سبيل المثال يبدأ المستمع العادي في استكشاف هذه الملامح الجديدة بعد أن يستمع إلى القطعة الموسيقية لمرات عديدة ويتمكن تدريجيا من التفريق بينها ومن ربطها باللحن الرئيسي للعمل الموسيقي. 21

ومن خلال القوالب الموسيقية، يفرغ المؤلف شحنة أفكاره الموسيقية في صورة مواد لحنية متعارضة، أي ذات علاقة ذهنية فكرية حوارية تماما كما يحدث في اللغة، فالحروف والكلمات لا تعطي معنى إلا بعد أن تصاغ في صورة معارضة أي في علاقة منتظمة مع بعضها وفي شكل بناء لجمل لغوية، وهذه بدورها تكون مقاطع وأجزاء تتعارض وتتكامل مع أجزاء أخرى، وهكذا حتى يتشكل القالب أو الشكل الذي يضم في إطاره المضمون الفكري ونفس الشيء في الموسيقى، فبالنسبة للمؤلف الموسيقي لا تشكل الأصوات الموسيقية معاني قائمة بذاتها أو حقائق مجردة ولكنها تحقق المعنى الموسيقي عندما تتشكل في علاقات مع بعضها وتكون هذه العلاقات بالضرورة متعارضة. 22

يذكر " سارج مارتين Serge Martin" في كتابه "اللغة الموسيقية"، أن مصطلح اللغة الموسيقية ليست استعارة، حيث يشير إلى أن التجربة الموسيقية هي التي جعلت الظاهرة الموسيقية من الناحية السيميولوجية- سيميولوجيا الموسيقى- تفرض نفسها كلغة تتمتع بخصائص اللغة المنطوقة، ففي البداية كان يقال أن الموسيقى وظيفة فنية جمالية بحتة، إلا أن الباحثين أثبتوا أن وظيفة الموسيقى أو الرسالة الموسيقية مرتبطة بالمعنى المصاحب لها، والوظيفة الجوهرية التي تحملها يمكن حصرها في الاتصال الذي يعتبر كناقل رئيسي لها. وهذا ما يفسر جل الأعمال التي قام بها الباحثين للمقارنة بين الموسيقى واللغة. 23

فاللغة الموسيقية هي عبارة عن تلحين الأشعار الموزونة بتقطيع الأصوات على نسب منتظمة معروفة بوقع كل صوت منها توقيعا عند قطعه فيكون نغمة، ثم تؤلف تلك النغمة بعضها إلى بعض على نسب متعارفة،

ويشير الكاتب في كتابه أن اللغة لا تقع حائلا دون تلقي الموسيقى، والرسالة الموسيقية قدرة معبرة بذاتها، وهي ليست بحاجة إلى معونة الكلمات النثرية أو الشعرية لإكمال قدرتها التعبيرية بل أن قوتها تكمن في استقلالها، وفيما لها من كيان خاص ينقل لنا معاني خاصة 24

اجمع العلماء أن للموسيقى لغة خاصة بها ولهذه اللغة عناصر لا يؤدي كل منها عمله على حدة، وإنما تتضافر وتتشابك كل منها سويا في إخراج المؤلفات الموسيقية وهذه العناصر هي الإيقاع، اللحن، التوافق الصوتي، الصورة أو القالب. 25

وعليه يمكن مقارنة اللغة الموسيقية باللغة المنطوقة وذلك لان اللغة الموسيقية يتم تشكيلها من خلال انسجام وتفاعل العناصر السالفة الذكر لتشكيل ما يسمى بالخطاب الموسيقي الذي يتميز أثناء إنشاؤه بالارتجالية في الإبداع الفني المرتبط بالخبر الموسيقية والإبداعية للمؤلف لذا لا بد أن يتميز الخطاب الحامل للغة الموسيقية بالتنوع لتكوين وحداته. 26

ب- الموسيقى الإشهارية وعلاقتها بسلوك المستهلك

تعد الموسيقى المصاحبة للإشهار التلفزيوني عبارة عن عملية نقل معلومات تعمل معاً في وقت واحد على مستويات متعددة، مولدة استجابات معقدة تتراوح ما بين الأكثر حسية وبداهة إلى أكثر تجريداً وغموضاً 27 إن فهم آلية عمل الرسالة الموسيقية يمكن أن يلقي الضوء على الاتصالات غير الشفهية ككل، ويكمن امتياز الموسيقى على الأشكال الأخرى للاتصالات اللاشفهية في أنها وسيط للتعبير مفهوماً عالمياً، وتستخدم لغة مكتوبة عالية الدق والأهمية منذ عقود طويلة ما يجعلها تلتقي مع متطلبات دقة التوثيق والبداهة الموضوعية 28 إذن ما لذي تقوله لنا الموسيقى، وكيف تعمل وكيف يمكننا أن نكون على يقين؟ للإجابة عن هذه التساؤلات يجب أن نفهم آلية عمل الموسيقى بوصفها وسيطاً للاتصال حسب "مارشال ماكلوهان" ولكي نفهم كيف يعمل وسيط اتصال ما، علينا أن نخوض تحت سطح الرسالة لنصل إلى الآلية التي أعطته معناها، ولذا نحتاج إلى مراجعة الافتراضات التي تظهر على أي فن وأدب أو موسيقى قام عليه هذا الوسيط ومن أي منها يستنبط معناه 29

وعليه يمكن القول، أن أهم ما يميز الموسيقى الإشهارية عن الأصوات الأخرى أو عن الضجيج بالنسبة لمعظم المستمعين و أن الاستماع إليها ممتع، يصعب تعريف المتعة، ولكنها تعبر عن نفسها في تفضيل نماذج معينة من الملتقيات، إن الإحساس بالاسترخاء العقلي والحرية في الخيال المترافقة مع التمتع بالموسيقى يعزى إلى واقع أن الأصوات الموسيقية هي عموماً أكثر انتظاماً من الأصوات في المحيط الطبيعي، فالموسيقى الإشهارية

تتيح لنا تكوين انطباع خاطف عن عالم صوتي أكثر تنظيماً أو من وجهة نظر أخرى عن عالم صوتي حقيقي يتكشف في أي لحظة بوضوح أكثر من المعتاد، وبكلتا الحالتين فإنه يجعل المستمع يشعر شعوراً جيداً 30

قد يسبب الاستماع إلى الموسيقى الشهارية متعة أكبر حين يساعد وضوح صوت الآلة بالنسبة للمستمع، والعلاقات الزمنية بين الأصوات، على تطوير حس الاستماع وتكوين الأفضليات، مما سبق يمكن القول، أن الخبرات الموسيقية السمعية التي يكتسبها المستمع من خلال الرسالة الموسيقية التي تلعب دورها الهام لا في متعة الثقافية والحسية فحسب، بل أيضاً تمثل أساساً لتشكيل مستويات ذوقه وإحساسه بالحضارة والفن والتاريخ ومدى تجاوبه الإنساني مع الحياة، وهذه الأحاسيس هي التي تضمن للحياة الاستمرار في الطريق الأفضل، وينطبق هذا الأمر على الموسيقى المرافقة للخطاب الإشهاري التلفزيوني، 31 وعلى ذلك فإن المعنى في الفن الموسيقي تحمله الألحان أو ما يسمى بالمواضيع والأفكار الموسيقية التي يبنى عليها العمل الموسيقي وهذه الأفكار والألحان هي التي تتكامل في نسيج لحنى وبناء انفعالي ليكون الموضوع العام الذي يحمل أفكار المبدع والمؤلف وأحاسيسه ومضمونه العام في عمل كبير متكامل. 32

وللإشارة، فالتعبير الموسيقي في الومضات الإشهارية التلفزيونية يشتمل على مكونات وعناصر كثيرة من أهمها اللحن، التركيب الهارموني، الإيقاع والقالب والتدقيق يتطلب تفهما لهذه العناصر وتدريباً على الاستماع إليها 33

فعلى سبيل المثال، يبدأ المستمع للرسالة الموسيقية في الومضة الإشهارية في اكتشاف هذه الملامح الجديدة بعد أن يستمع إلى القطعة الموسيقية لمرات عديدة، ويتمكن تدريجياً من التفريق بينها، ومن ربطها باللحن الرئيسي للعمل، ومن هذه العناصر التي تثري التعبير الموسيقي وتحدد ملامحه في الخطاب الإشهاري التلفزيوني هي السرعة من خلال أنواع الآلات الموسيقية أو الأصوات البشرية المشتركة في الأداء والأنماط والنماذج الإيقاعية هذا فضلاً عن القالب الموسيقي وهو الشكل والإطار الذي يضم التنظيم العلمي والجمالي لأفكار اللحنية ومعالجتها، أي الشكل الذي يشتمل على المضمون. 34

وعموماً فالمعنى تحمله أفكار المؤلف وطريقة معالجته لها بالصنعة والحرفية الموسيقية المتاحة له، وبالتالي فإن استشفاف هذه المعاني يقع على عاتق المستمع ودرجة التدريب الحاصل عليه والخبرة التي يكون قد اكتسبها حتى يتمكن من التحقق من الأفكار اللحنية في العمل الموسيقي المعين وكيفية تنظيمها وترتيبها في النص الموسيقي 35

ولمعرفة علاقة الرسالة الموسيقية بتغيير سلوك المستهلك وتحفيزه نحو فعل الشراء، يمكن القول أن المستهلك النهائي المستهدف في الومضة الإشهارية يعتبر نقطة بداية ونهاية النشاط التسويقي ككل، وعلى هذا

الأساس اتجهت معظم المؤسسات الحديثة التي تتبنى المفهوم التسويقي إلى الاهتمام بهذا المستهلك، حيث أخذت في تحديد حاجاته ورغباته كقاعدة هامة لبناء معظم الإستراتيجيات التسويقية بصفة عامة، والإستراتيجيات الإعلانية بصفة خاصة. 36

ولإنجاح الومضة الإشهارية، يهتم المبدع باختيار الموسيقى الملائمة من خلال مراعاة العديد من المؤثرات، من بينها البيئة التي تعتبر من الجوانب الخارجية المحيطة بالمستهلك النهائي حيث تعد قريبة إليه ومؤثرة في سلوكه الشخصي والشرائي إلى حد كبير، وقد تكون مصاحبة له على مدار حياته في بعضها أو تقتصر عن ذلك للبعض الآخر منها وبالتالي تمثل بحقيقتها تراكما معرفيا متوصلا لانتهاج سلوك محدد للمستهلك النهائي، وتتمثل هذه المؤثرات التي يختارها المبدع الإشهاري أثناء اختيار الموسيقى الإشهارية المصاحبة للعلامات البصرية واللسانية في النقاط التالية: الثقافة، الطبقات الاجتماعية، الأسرة، الجماعات المرجعية. 37.

ت-وظائف الموسيقى الإشهارية في العملية الاتصالية

الموسيقى لغة إنسانية أخرى غير الكلمات، ولهذه اللغة العديد من الوظائف البيولوجية، السيكولوجية، الاجتماعية، والدلالية، نكتفي بذكر عشر منها في ضوء ما ذكره عالم الأنثروبولوجيا "ألان ميريام A. Merriam وهي كما يلي:

- 1- التعبير الانفعالي والعقلي: فالموسيقى وسيلة مهمة في التعبير عن الانفعالات والتفيس عنها، وكذلك التعبير عن الأفكار وتجسيدها.
- 2- الاستمتاع الجمالي: فالخبرة الجمالية المصاحبة للموسيقى للتسلية والمتعة في عديد من المجتمعات الإنسانية.
- 3- الترفيه: حيث يشيع استخدام الموسيقى للتسلية والمتعة في عديد من المجتمعات الإنسانية.
- 4- التمثيل الرمزي: حيث يوجد بعض التعبيرات الرمزية في النصوص المكتوبة للأغاني، وبعضها الآخر في المعاني الثقافية للأصوات وبعضها الثالث في تلك الرمزية العميقة المرتبطة بالخبرة الإنسانية، وتستخدم الموسيقى للتعبير عن كل هذه الجوانب وتجسيدها.
- 5- الاستجابة الجسدية: فاستخدام الموسيقى من أجل الرقص، ومن أجل مصاحبة بعض النشاطات الجسمية العديدة، كالألعاب الرياضية مثلاً هو أمر شائع عبر العالم.
- 6- لتأكيد الانصياع للمعايير الاجتماعية: حيث قد تستخدم الموسيقى في بعض الثقافات مصاحبة لبعض التعليمات، لتأكيد معايير اجتماعية معينة.

7- المساهمة في استمرار الثقافة واستقرارها: تعتبر الموسيقى تليخياً للنشاط الخاص بالتعبير عن القيم الاجتماعية السائدة، وعلى ما يتصل بهذه القيم من ثبات أو تغيير .

8- تحقيق المصداقية للمؤسسات الاجتماعية والطقوس الدينية: يتجسد ذلك في الاحتفالات الوطنية والمناسبات الدينية على نحو خاص.

9- المساهمة في تكامل المجتمع: فالموسيقى وسيلة مناسبة لتجميع الناس معاً من أجل تحقيق هدف اجتماعي أو وطني أو ثقافي معين. 38

وعليه يمكن القول، أن الظاهرة الموسيقية معقدة خاصة في تنوعها وتعدد أشكالها فهناك الموسيقى المصاحبة للكلمات، كما في الأغنية والموال، والموسيقى الدرامية كما في الأوبرا وموسيقى الفيلم وهي جميعاً الأشكال التي يمكن أن تندرج تحت ما يسمى بالموسيقى الوصفية وفي مقابل ذلك هناك ما يسمى بالموسيقى الخالصة أو المطلقة التي تندرج تحتها أشكال أخرى تعرف بموسيقى الآلات. 39

وفي نفس السياق يذكر الباحثين أن وظيفة الموسيقى مرتبطة بالمعنى المصاحب لها، والوظيفة الجوهرية التي تحملها الموسيقى يمكن حصرها في الاتصال الذي يعتبر كناقل رئيسي لها، وهذا ما يفسر جل الأعمال التي قام بها الباحثين للمقارنة بين الموسيقى واللغة.

وفي هذا الصدد ، يمكن أن نقول أن وظائف الموسيقى بصفة عامة، قد تغيرت مع مرور الزمن، يقول الباحث السيميائي في علم العلامات غير اللسانية " رولان بارث " أن الوظيفة تتمتع بالمعنى والوجود بمجرد وجود مجتمع، وكل استخدام لها يتحول إلى رمز، حيث أن الموسيقى تصبح رمزاً لشيء ما 40

وبعد الحديث عن الوظائف الجوهرية للموسيقى، لا بد أن نشير إلى الوظائف الخاصة بالعلامات الموسيقية الإشهارية حيث اقترح " جوليان " في كتابه الموسوم بالموسيقى والإشهار موازنة باهرة ومتقنة بين الكلام (اللغة) والموسيقى، مستنتجاً خمسة وظائف للموسيقى الإشهارية، تختلف في الأهمية والمكانة، ويظهر ذلك في قدرتها على بناء أو خلق جو موسيقي ذهني و هي :

1- الوظيفة العاطفية: ترتبط هذه الأخيرة باستلاف الموسيقى من الإرث الموسيقي الموجود مسبقاً، وتبحث هذه الأخيرة عن الاستشهاد والبرهنة، شهادة ناطق ما، أو علم أو شخصية تاريخية في فترة ما، أو مجتمع معين بهدف خلق عاطفة أو إحساس معين أو بهد إحياء الذكريات والدفع إلى إحداث وخلق فعل شعوري ينتج عن التجربة الشخصية للمستمع.

- 2- الوظيفة الترسيمية/التمييزية: تبحث هذه الأخيرة عن إحداث الفارق والخروج عن المؤلف أو عن الصورة الذهنية المعتادة في سياق اتصال معين، فالوظيفة الترسيمية تسعى إلى خلق عبارة موسيقية سهلة الترسخ والتذكر مع الحفاظ على التميز لحناً ونصاً مقارنة مع الرسائل المنافسة.
- 3- الوظيفة الشعرية: ترتبط بالجمالية، فالقدرة على جذب المستمع، إبهاره أو دفعه إلى الابتسام لا تمثل الأبعاد الوحيدة لمهنة الملحن والمؤلف التجاري ولكن تشترط أن تمتعه أيضاً.
- 4- الوظيفة التأثيرية: موضوع الوظيفة التأثيرية هو تدعيم العلاقة وتجريد تأثير الرسالة على ذاكرة المتلقي والمستمع من خلال الشكل الموسيقي مركزة على المستقبل، فهي تظهر وتصور العلاقة بين الرسالة والمستقبل، كما تعمل على إدخال المتلقي في العملية الاتصالية أين يصبح شريكاً فيها .
- 5- الوظيفة الزخرفية: في الوقت الذي تفرض فيه العوامل الخارجية في الوظيفة الترسيمية، على المؤلف الأخذ بعين الاعتبار أفعال وسلوك المستمعين في الوظيفة التأثيرية، بينما تفرض الوظيفة الزخرفية على المؤلف والملحن وحتى المبدع الأخذ بعين الاعتبار أذواق المستمعين. 42

رابعاً : الأبعاد السيكولوجية والفنية للموسيقى الإشهارية

إن الإحساس بالجمال وتقدير القيم الجمالية من العوامل التي تؤثر في كل فرد من حيث هما مقياس المفاضلة بين العوامل الخارجية، كما أنهما دعامتان قويتان من دعائم سعادة الإنسان وشعوره بالسعادة واللذة، وللجمال ميادين مختلفة إلا أن أكثر ما يشد انتباه المشاهدين من جماليات الخطاب الإشهاري التلفزيوني تلك الرسائل الموسيقية التي يختلف المشاهدون في تحديد معنى الجمال، فهم يطلقونها على مظاهر كثيرة تختلف في طبيعتها وتكوينها

وعليه يمكن القول أن الموسيقى عنصر ثقافي، كونها تحمل قيم ثقافية واجتماعية تأثر وتتأثر بواقع الوسط الاجتماعي الذي تكونت فيه وتكمن جماليات الموسيقى الإشهارية في جعل الفرد ذو ذوق وإحساس يجعله قادراً على التمييز والإبداع بأسلوب نبي يرقى إلى مستوى إدراكه وإحساسه الداخلي، كما تمكنه من الاستفادة من إيجابيات المحتوى الثقافي لهذا الفن مما يجعله فرداً يساهم في بنا شخصيته الذاتية. 43

وقد أثبتت التجارب العلمية أن بعض العواطف كالفرح والحزن والحب والشوق والسكون، يمكن استثارتها بالموسيقى، كما أن الموسيقى السريعة الإيقاع هي أقوى العناصر الموسيقية على إثارة الهياج، في حين أن الموسيقى الهادئة هي أقواها في خلق الهدوء والتركيز وهذا ينطبق على الرسالة الموسيقية الموظفة في الخطاب

الإشهار التلفزيوني حيث أن أنواع الإيقاع في الموسيقى تساعد على بروز الحس الجمالي وعلى خلق الأمزجة المختلفة.

من هنا، يمكن القول أن للموسيقى الإشهارية العديد من الأبعاد الفنية، حيث تعد الموسيقى فنا من الفنون الجميلة وقد تأثرت بجميع الفنون كما أثرت فيها، ولعبت الفنون عموماً دوراً حاضراً مهماً في حياة الإنسان، وفي كثير من المجتمعات البدائية ساهمت الفنون البصرية التشكيلية والفنون السمعية أي الموسيقى بدور فاعل في الحياة اليومية ربما كان أكبر من دورها في بعض المراحل المتقدمة من الحضارات 44

أثبتت الدراسات التسويقية أن الموسيقى الإشهارية تعد أحد الأدوات الأساسية التي ترافق مختلف عناصر الخطاب الإشهاري بمختلف مظهراته حيث تساهم وتدفع المتلقي لاتخاذ قرار الشراء من عدمه، وأكدت هذه الدراسات أنه أصبحت للموسيقى الإشهارية سلطة مركزية ووظيفية أساسية تساهم في عملية تحقيق الإقناع الإشهاري، حيث أن الرسالة الموسيقية تعمل على إلغاء كل الحدود بين العناصر اللفظية، نظراً لدورها المتميز في الإشهار.

وهكذا أصبحت الموسيقى الإشهارية توظف كلغة عن طريق الاتصال الموسيقي الذي شجع الرسالة المركزية في الومضة الإشهارية وذلك لإضفاء بعد دلالي للومضات الإشهارية ، وعليه نخلص إلى القول أن الموسيقى الإشهارية لها وظيفة مركزية من خلال انسجامها مع النظامين البصري والألسوني. 45

خاتمة

من خلال هذه الدراسة يمكن القول ، أن موسيقى الاشهار التلفزيوني تحمل العديد من الرموز والشفرات الثقافية والاجتماعية، فتكرار الأنساق الموسيقية داخل الومضة الإشهارية التلفزيونية يؤدي إلى خلق صورة ذهنية لدى المستهلك هذا ما يدفعه للبحث عن العلامة التجارية المسوق لها قصد اقتنائها.

مما سبق يمكن القول، أن دلالات موسيقى الاشهار التلفزيوني لا تساهم فقط في زيادة مقدار الاستمتاع بالعلامات الموسيقية وإنما تساهم بدرجة كبيرة في تعميق دلالة التمثيلات الأيقونية و الالسونية قصد تدعيم مضمونها وعليه ، فالتشكيل الدلالي في الموسيقى الإشهارية لا يصدر من دلالات مباشرة بطريقة آلية ولا ينتج من مجرد معاينة الظاهر، إنما ينشأ من الترابط والانسجام الحاصل بين التمثيل الرمزي والتمثيل الأيقوني وهما التمثيلان اللذان يبيلوران المعنى ويعمقان من أثره ، بمعنى آخر لا بد من حدوث تطابق بين دلالات الموسيقى و الاشهار التلفزيوني.

و يتضح من خلال هذه الدراسة، ان وضوح المعنى للموسيقى الإشهارية يتحقق من خلال الأحاسيس التي تكمن بين ثنايا الأنماط الموسيقية المختلفة، ويتباين ثراء اللغة الموسيقية وفقاً لتباين التنظيم الداخلي للقوالب

الموسيقية ، من هذا المنطلق، تتضح دلالات موسيقى الإشهار التلفزيوني من خلال التوظيف المتكرر والمستمر للرسائل الموسيقية و هذا يؤكد لنا سيميولوجيا ، ان الأنساق الموسيقية الاشهارية تعتبر بمثابة مواضيع تواصلية وأنساق دلالية بالدرجة الأولى ،حيث تدفع المتلقي لاتخاذ قرار الشراء من عدمه، باعتبارها عاملاً هاماً من العوامل الرئيسية التي يمكن من خلالها نجاح العملية الاتصالية للإشهار التلفزيوني.

هوامش

- 1- Henri Paul Doray: Publicité et télévision :Connaissez-vous la musique, Editions Dalloz, Paris, 1997, P 73.
- 2- أبية الحمزاوي: مفهوم الموسيقى، التواصل، متعة الاستماع، مجلة الحياة الموسيقية، العدد 55، سوريا، 2010، ص 70
- 3- زينب نصار: عالم الموسيقى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط1، مصر، 1998، ص56.
- 4- أميرة مطر: فلسفة الجمال، نشأتها وتطورها، دار لثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984، ص 50.
- 5- Silvia Bencivelli : Pourquoi aime t'on la musique ?, Oreille Emotions, évolutions, Editions Belin, Paris, 2009, P211.
- 6- Denis Brulé : La révolution numérique menace t'elle la diversité musicale ?, Editions l'Harmattan, Paris, 2008.p78
- 7- Olivier Sacks : Musicophilia : La Musique, Le cerveau et nous, Edition du Seuil, paris, 2009, P15.
- 8- R.Francis : La Perception de La Musique, Librairie philosophique J.Vrin, Paris, 2002, P 149.
- 9- حسين فوزي: الموسيقى السيمفونية، دار المعارف، ط3، القاهرة، 1987، ص24.
- 10- Anne Bossière, Adorno : La vérité de La musique Moderne, Editions Presses Universitaires du Septentrion, France, 1999, P19.
- 11- Jean Paul Olive : Expérience et Fragment dans l'esthétique musical d'Adorno, Editions l'Harmattan, France, 2005, P 207.
- 12- Christian Béthune : Adorno et le Jazz ;analyse d'un déni esthétique, Editions Klincksiek, France, 2003, P 14.
- 13- Theodore W.Adorno : Philosophie de la nouvelle Musique, Editons Gallimard, France, 2000, P 189.
- 14- Gilles Boudinet : De l'universel en musique fugues et variation d'un savoir, Editions Publisud, France, 1995, P 07.
- 15- علي الشوك: أسرار الموسيقى، ط1، دار الهدى للثقافة والنشر، سوريا، 2003، ص 175

- 16- Theodore w. Adorno : Le caractère Fétiche dans la musique et la régression de l'écoute, traduit de l'allemand par Christophe David, Editions Allia, France, 2007, 2007, P23.
- 17- هامل بن عيسى: السيمائية: أصولها المنهجية واتجاهاتها التطبيقية، ط1، مطبعة روبيغي، الجزائر، 2007، ص 20.
- 18- حبيب بوزادة: علم الدلالة والتأصيل والتفضيل، ط1، مكتبة الرشاد للطبع والنشر، الجزائر، ص 138.
- 19- برنار توسان، ترجمة محمد نظيف: ما هي السيميولوجيا، ط2، دار إفريقيا للنشر، المغرب، 2000، ص 10.
- 20- أمبيرتو إيكو، ترجمة سعيد بن كراد: العلامة: تحليل المفهوم والتاريخ، ط1، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2007، ص 08.
- 21- روبن ماركوني، ترجمة أبية الحمزاوي: مفهوم الموسيقى: التواصل، متعة الاستماع، مجلة الحياة الموسيقية، العدد 55، الهيئة العامة السورية للكتاب، سوريا، 2010، ص 71.
- 22- Celestin Deliege : Les Fondements De La Musique Tonal, Edition Jean-Claude lattes, France, 1984, P21.
- 23- محمد عبد الحميد: مبادئ علم الاتصال واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص 67.
- 24- يوسف السبسي: دعوة إلى الموسيقى، عالم المعرفة، ط1، الكويت، 1981، ص 165.
- 25- Guy Maneveau : Musique et éducation :Essai d'analyse phénoménologique de la musique et des fondements de sa pédagogie, Edition la Colade, France, 2000, P 14.
- 26- Louis-Marc Suter : Le Langage Musicale De l'Europe Occidentale, Tome 02, Edition Mardaga, Belgique, 2005.
- 27- Henrie Pousseur : Série et Harmonie Généralisées : une théorie de la composition Musicale, Editions Mardaga, Paris, 2009, P8.
- 28- أمال أحمد مختار صادف: لغة الموسيقى: دراسة في علم النفس اللغوي وتطبيقاته في مجال الموسيقى، مركز التنمية البشرية والمعلومات، القاهرة، 1988، ص 47
- 29- Abdel Madjid Amine : Comportement du consommateur face aux variables d'action marketing, Paris, Edition Management ; 1999, P155
- 30- آيات ريان: فلسفة الموسيقى وعلاقتها بالفنون الجميلة، ط1، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة، 2010، ص 26
- 31- روبن ماركوني، ترجمة أبي الحمزاوي: مفهوم الموسيقى، مجلة الحياة الموسيقية، الهيئة العامة السورية للكتاب، العدد 55، سوريا، 2010، ص 67.
- 32- يوسف السبسي: دعوة إلى الموسيقى، مرجع سبق ذكره، ص - 13
- 33- Eric Vernet, : L'essentiel du Marketing, 2^{ème} édition, Edition d'organisations, Paris, 2001, P 375.
- 34- عنابي عيسى: سلوك المستهلك: عوامل التأثيرات النفسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزء الثاني، الجزائر، 2003، ص 118

- 35- محمد أمين السيد علي: أسس التسويق، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000، ص117.
- 36- روين ماركوني ، نفس المرجع ،ص 89
- 37- محمد الباشا وآخرون: مبادئ التسويق، دار الصفاء، الأردن، 2000، ص 45.
- 38- حسين فوزي: الموسيقى السيمفونية، دار المعارف، ط3، القاهرة، 1987، ص 24.
- 39- Irène Deliège, Olivier Vitouch : Musique et évolution, Théories, Débats, Synthèses, Edition Margada, Paris, 2010, P44.
- 40- Julian, J.R : Musique et publicité : du cris du paris ... aux messages publicitaires radiophoniques et télévisés harmoniques, Edition Flammarion, Paris, 1989, P 335
- 41- Julian, J.R : Op.cit, P 336.
- 42- الحفني عبد المنعم: الموسوعة النفسية: علم النفس في حياتنا اليومية، ط1، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1995، ص 72.
- 43- زين نصار: عالم الموسيقى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1998، ص 56.
- 44- غزوان الزركلي: الصوت والزمن: رحلة عبر فن النغم، مجلة الحياة الموسيقية، العدد 52، سوريا، 2009، ص 89.
- 45- Jean -Philippe Galan : Musique et Réponses à La Publicité : Effets Des Caractéristiques De La Préférence et De La congruence Musicale, Thèse pour l'obtention du titre de docteur en sciences de Gestion, Université des sciences sociales de Toulouse, 2003, P 76.