

الخطاب الإشهاري بين النسق المضمّر والأسطورة

The Advertising Discourse Between the Latent system and myth

¹ آمال صالح*
*Amal Salhi

¹ جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة (الجزائر)

الملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على الخطاب الإشهاري من زاوية النقد الثقافي، بوصفه شكلا تعبيريا ذا أهمية كبيرة في البيئة الثقافية لكل مجتمع إنساني، ليس لأنه محصلة للمخيلة الشعبية بغوصها وتفاعلها مع مختلف القضايا المعاشة داخل البيئة الاجتماعية فحسب، بل ولأنه أيا يمتلك فاعلية كبيرة لإبراز قيم وسلوكيات المجتمع وتقويمها في أحيان كثيرة، ومع التطور الذي سجلته الساحة النقدية بظهور مقاربات جديدة تولي الفنون البصرية اهتماما لا يقل عما توليه للفنون الرسمية في عرف المؤسسة، صار الأدب مجالا خصبا ومادة أولية للخطاب الإشهاري ليدخل في مجال ثقافة التسويق والترويج والاستهلاك، ومن خلال هذه الدراسة المعنونة ب: الخطاب الإشهاري بين النسق المضمّر والأسطورة، سنجيب عن الإشكالية المطروحة: كيف يتقنع النسق المضمّر في الخطاب الإشهاري المخاتل؟ والذي تتفرع عنه عدة أسئلة فرعية من ضمنها: ماهية النسق المضمّر؟ وفيما تتمثل آليات الخطاب الإشهاري؟ هل للصورة علاقة تربط بينهما؟ وكم يمكن للخطاب الإشهاري أن يخترن من الأنساق المضمّرة في عملية تركيبه؟.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الإشهاري ، النسق المضمّر ، الأسطورة ، الصورة ، التأثير الحجاجي.

Abstract: This study aims to examine the advertising discourse from the perspective of cultural criticism, as an expressive form of great importance of every human society. This is not only because it is a product of the popular imagination interacting with various lived issues within the social environment, but also because it has a significant impact on highlighting and often assessing the values and behaviors of society.

With the development recorded in the critical arena by the emergence of new approaches that pay as much attention to visual arts as they do to formal arts within the institution's norms, literature has become a fertile field and raw material for advertising discourse, entering the realm of marketing, promotion, and consumption culture. Through this study, titled: "the Advertising Discourse Between the Latent System and Myth", we will address the central issue: how does the latent system disguise itself in deceptive advertising discourse? This main question branches into several sub-questions, including: what is the latent system? What are the mechanisms of advertising discourse? Is there a relationship between the image and the latent system? How much latent system can advertising discourse encapsulate in its composition process?

Keywords: advertising discourse, latent system , myth , image , argumentative influence.

مقدمة

تقتضي الممارسة الإشهارية بحكم تنوعها اللساني والأيقوني دائما تنوع المسالك والأدوات المنهجية التي تقوم من خلالها، بتحقيق وتلبية رغبات وحاجات المستهلك المتباينة والمختلفة، وهي في الأصل محكومة في وجودها وبأشكال تحقيقها بمجموعة من المتغيرات التي يعود بعضها إلى الذات المستهلكة، وإلى مختلف التغيرات الثقافية والاجتماعية المحيطة به، ومنها يعود إلى الرسالة الاشهارية نفسها، لهذا لجأ الخطاب الإشهاري إلى توظيف الأدب ليحقق ذاتيته، فلا غنى له عنه من حيث البلاغة والوحدات المعجمية والتركيبية والحجاجية التأثيرية، ومختلف الوسائل والأشكال المتعلقة به بما في ذلك الأدب الشعبي والموروث، إضافة أنساقه الثقافية ومن ضمنها النسق الأسطوري، والنسق الإيديولوجي...، حيث تنوعت الرسائل الاشهارية التي تبحث دائما عن سبل الإقناع المستمر والتأثير في المتلقي.

كما تتمثل خصوصية الخطاب الإشهاري، في تأسيسه لعلامة ثابتة في عصر العولمة تقوم على ثنائية يتشابك فيها النسق الذكوري الفحولي والجسد الأنثوي بالإعلام والتسويق خاصة، تحكمه أجدية الصراع بينهما، وطبيعة المخاتلة الثقافية وستتطرق في دراستنا إلى صورة الجسد الأنثوي في الخطاب الإشهاري وعلاقته التأثيرية بين المنتج والمستهلك، بالنظر إلى الصورة الثابتة والمتحركة وما تحمله من رسائل ودلالات تبليغية وطاقات إيجائية وتعبيرية مضمّنة ومعلنة، النسق المضمّر والخفي والمخاتل من وراء الحجاب اللغوي، والصورة الاشهارية اللافتة والتي تتجسد من خلال الإيحاءات والرموز والدلالة.

فالخطاب الإشهاري يخلق الأسطورة إن لم يوظفها، وإن وظفها عززها، بالأخص القصص الحكمية التي عمادها الأخلاق وضرورة حضورها، وهي في العادة تبقى أقوى من السيناريوهات المكتوبة لها، وخيال يتخطى الواقع إلى حال أسطورة، وهناك الشخصيات المثالية التي تقبل بهدف أن يطمح المواطن إلى مماثلتها هذه هي نقطة الانجذاب المحورية في الإعلام، إن محاكاة الإشهار للأسطورة في طبيعة عملها، لا ينفصل عن مشاركة المشاهد في تلك المحاكاة، والتي هي نوع من إعادة التركيب، إن الإشهار يقتلع المشاهد من رتبة إيقاعه اليومي ليدخله في إيقاعات جديدة ذات فضاءات واقع متخيل، وهو بذلك يبقى من بين أكثر المجالات الإبداعية دعوة للحلم، فالأسطورة تمثل للخطاب الإشهاري مادة خصبة والإشهار مشحون غالبا بطاقة ميثولوجية، وهو لا يستطيع أن يعمل دون الارتفاع بالواقعي إلى ما هو أرحب وأوسع، ينطلق من الأساطير والخرافات والتراث الشعبي من تقنية ولقطة وصورة وتوليف ليبنى أسطوره الخاصة الملائمة حكما لتلك الطبيعة، وهذا ما سنلامسه من خلال إجابتنا عن إشكالية الدراسة المطروحة.

1- مفاهيم أساسية:

1.1 النسق الثقافي:

ينبغي علينا أن نفرّ هنا بأن الثقافة بكل أنساقها إنما هي مجال رمزي مشبع بالمعاني والأفكار والعقائد وأنماط العلاقات الاجتماعية والتطلّعات، وكل المؤثرات الفاعلة التي تصوغ الهوية العامة لمجتمع من المجتمعات، ولهذا لا يمكن تقدير أهمية (النقد الثقافي) بدون أن نكتشف محمولات النسق الثقافي السائد، وهي محمولات كثيرة ومتنوعة ومركبة من عناصر إيجابية وسلبية، تعبر عن نفسها بشكل أحكام ورغبات مدارها الدم والتخسيس و الإكراه أو الاحتفاء والتمجيد، وغير ذلك.

ويشكل النسق محورا مركزيا في مشروع النقد الثقافي، "وهذا المفهوم يتحدد-أولا- عبر وظيفته، وليس عبر وجوده المجرد، فالوظيفة النسقية لا تحدث إلا في وضع محدد ومقيّد، وهذا يكون حينما يتعارض نسقان من أنساق الخطاب؛ أحدهما ظاهر والآخر مضمّر، ويكون المضمّر ناقضا وناسخا للظاهر، ويكون ذلك في نص واحد، أو في هو بحكم النص الواحد، ويشترط أن يكون جماليا، وأن يكون جماهيريا. ثم يلزم-ثانيا- أن تُقرأ النصوص قراءة ثقافية ليس باعتبارها تعبيرات أدبية وجمالية فحسب، إنما حادثة ثقافية تقتضي تشريحا يتجه إلى كشف الدلالات النسقية فيها، تلك الدلالات التي موضوعا للتحليل والكشف والتأويل. إلى ذلك-ثالثا- فإن الدلالة النسقية ليست من صنع مؤلف فرد، لكنها مُنكبة في الخطاب بفعل سيطرة نموذج ثقافي شامل يقوم بضخ محمولاته في ثنايا الخطاب. والنسق-رابعا- ذو طبيعة سردية وله حبكة متقنة، ولهذا فهو بارع في التحقّي، لكنه بارع أيضا في جذب الاهتمام، والسيطرة على الرغبات وبعثها وتنشيطها، فيحدث انقسامًا بين الوعي الظاهر المنضبط، والرغبات السرية الخفية، ويقود إلى ازدواج مكشوف في السلوك والعلاقات والمواقف، ثم -خامسا- يتصف النسق بأنه تاريخي أزلي وراسخ، وله الغلبة في تحييد حاجات الناس تحت أغطية جمالية وبلاغية، وهو في الوقت نفسه يوجه السلوك الاجتماعي العام، ويتدخل في أسلوب إشباع الحاجات الكامنة. ويشكل النسق-سادسا- جبروتا رمزيا يحرك الذهن الثقافي للأمة، ويقوم بتنميط ذائقتها، وطرائق تفكيرها وميولها، وأحكامها، ويجب-سابعًا وأخيرا- أن يتوافر في النسق الذي هو موضوع النقد الثقافي تعارض قائم على الخطاب، مهما كانت الصفة النوعية لذلك الخطاب (السماهيجي، 2003، صفحة 46، 47)"

وهذا هو النسق "الذي يتجرد النقد الثقافي لمباشرته. أما وظيفة ذلك النقد فهي الانتقال بالممارسة النقدية من نقد النصوص والعناية بجماليتها الأسلوبية والبنائية إلى نقد الأنساق المطمورة فيها، أي نقد محمولاتها الثقافية، وكشف مصادراتها المتخفية فيها، وهذا النقد ينصرف إلى متابعة عملية الاستهلاك الثقافي، أي كيفية تلقي الثقافة، ومتابعة حيلها ومواربتها. (السماهيجي، 2003، صفحة 47)"

ويعرف تالكوت بارسونز النسق بأنه " نظام ينطوي على أفراد مفتعلين علاقتهم بعواطفهم وأدوارهم التي تنبع من الرموز المشتركة والمقررة ثقافيا في إطار هذا النسق وعلى نحو يغدو معه مفهوم النسق أوسع من مفهوم البناء الاجتماعي (كويرل، 1993، صفحة 411)" كما وأشار بارسونز إلى أن " النسق يتركز على معايير وقيم تتشكل مع الفاعلين الآخرين جزءا من بيئة الفاعلين. (كويرل، 1993، صفحة 411)" ومنه فإن النسق يتكون من مجموعة من العناصر والأجزاء التي يرتبط بعضها ببعض.

نستنتج أن مفهوم النسق الثقافي هو تلك العناصر المترابطة، والمتفاعلة، والتمايزة التي تخص الأعراف، والمعتقدات، والفنون، والأخلاق، والقانون، وكل المقدسات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان في مجتمع معين. فمصطلح النسق الثقافي أي النط الثقافي يجسد روابط العناصر الثقافية المؤدية إلى تشكيل بناء محدد ومتماسك.

2. الإشهار

الإشهار خطاب تواصل يمس حقل التجارة والتسويق، وترويج البضاعة والخدمات، ويعكس تزايد الإنتاج والحاجة إلى الترويج داخل المجتمعات الاستهلاكية التي تعرف وفرة المنتجات والخدمات وتنافس المنتجين، وتزايد وكالات الإشهار ووسائل الإعلام والتواصل، يوظف العبارات الدالة على الإغراء، كما يركز على التركيب بين الصورة واللغة وله خصائص تميزه، والصورة الاشهارية تمثل الإطار التواصلي الذي يؤكد مزايا المنتج، وسماته، ومختلف المواضيع التي تتعلق بالقيم الاستعمالية الخاصة به، وبكل المكاسب الوظيفية والبيسيكولوجية الناجمة عن استهلاكه، إذ عرفه كلود راموند هاس بكونه تقنية تواصلية تهدف إلى تسهيل انتشار بعض الأفكار، أو تيسير العلاقات ذات الطبيعة الاقتصادية بين أشخاص يمتلكون سلعة أو خدمات يقترحونها على آخرين يرجح أنهم يستعملون السلعة المقترحة.

ترتبط الممارسة الاشهارية بالفعل الاتصالي ووسائل الإعلام الجماهيرية التي تؤثر على أكبر عدد ممكن من الأشخاص، فالإشهار ليس علما إنما يعد منتج ثقافي وهو كذلك " خطاب استهوائي حجاجي، ويحدد الإشهاري فيه لنفسه إقناع المتلقي ببناء من الحجج التي تتراص وفقا لإستراتيجية محددة". (هميسي، 2018، صفحة 14)

3-النسق الثقافي بين الظاهر والمضمّر:

ترتكز مقارنة النقد الثقافي على أساس جوهري يتمثل في فكرة الأنساق الثقافية التي تتوزع بين الظاهرة والمضمرة، ولما كان هذان النوعان متصلين ومتلازمين فإن غاية المقاربة الثقافية تنصبّ حول الأنساق المضمرة التي لا يكشف عنها سطح النص أو لغته، وإنما يعمل النسق المضمّر على الاختفاء والتوري والانزواء في أعماق النص وفي بنيته العميقة، بل

ربما في بنيتها الصّامته والحقيّة، في المسكوت عنه في النّص، وهي الفكرة التي ركّز عليها أكثير من رواد النّقد الثّقافي، "ذلك أنّ مشروع هذا النّقد يتّجه إلى كشف حيل الثّقافة في تمرير أنساقها تحت أفتحة ووسائل خافية، وأهمّ هذه الحيل هي الحيلة (الجماليّة) التي من تحتها يجري تمرير أخطر الأنساق وأشدّها تحكّمًا فينا، وأمر كشف هذه الحيل يصبح مشروعًا في نقد الثّقافة، وهذا لن يتسنى إلّا عبر ملاحقة الأنساق المضمرّة ورفع الأغطية عنها". (الغدامي، 2005، صفحة 77) ويضيف صاحب هذا الرأى موضّحًا العلاقة التي تربط بين التّسقين الظّاهر والمضمر، ووجوب اتّصافها بالتعارض والتناقض.

مّا يعني أنّ الأنساق المضمرّة لا تتأتّى بيسر، بل يحتاج فيها الباحث إلى آليات منظمّة للتفسير والتأويل معتمداً في ذلك على البنى التّاريخيّة والثّقافيّة للمجتمع الذي تكوّنت في أعماقه النّصوص المقترحة للدراسة سواء كانت تنتمي إلى الأدب الرّسمي من شعر أو نثر، أو ما يدخل في عرف الخطاب الإشهاري.

4- آليات الخطاب الإشهاري:

للخطاب الإشهاري سلطة وقوة من خلال المؤثرات البصرية واللغوية كما يضطلع الإشهار بعدة وظائف سيكولوجية وإقناعية خدمة لغايته النفعية (سلوكية، اجتماعية، إيجائية) باعتبارها دعائم وركائز يقوم عليها الإشهار للترويج للخدمات والأفكار ومن العناصر المساهمة في صناعة الإشهار الأدب، بأشكاله التعبيرية والبلاغية، وطرق الإقناع لاستثمار بطاقات المتلقي وتوجيهه بالتركيز على عامل التأثير الإقناعي.

5. مميزات:

اعتماد الإشهار على الخطاب الإقناعي القائم على تمجيد البضاعة أو الخدمة لإغراء المتلقي عبر وسائل بلاغية واستدلالية متنوعة، معتمدا على مكونات عدة، أهمها:

الدليل الأيقوني (الصور)

علامة المنتج

اعتماد الاستدلال في الخطاب الإشهاري على السرد والوصف

المزج بين الأسلوبين الخبري والإنشائي يوظف الصور البلاغية والمحسنات ذات الأثر النغمي.

السعي إلى التأثير في المتلقي ودفعه إلى الاعتقاد بصدقه

6- الأنساق المضمرّة في الخطاب الإشهاري:

1.6 المرأة في الخطاب الإشهاري دراسة في النسق الأيقوني:

1.1.6 النسق الأسطوري:

تعتبر الأسطورة منظومة ثقافية متميزة ذات خصوصية عالية فهي الذاكرة الإنسانية، والوعاء الفكري والمخزون الثقافي الذي لا ينضب، ومن الأسطورة "تسربت ألوان الأدب، ومنها فكر الإنسان ليخلق مختلف أشكال الأدب... فالبشرية لم تعرف أقدم وأعرق من الأسطورة لتحكي أحلامها وآمالها، وترسم دنياها المليئة بالتطلع والشادية إلى المعرفة... ومن هنا كانت الأسطورة في البدء منبع الإلهام الأدبي، وفي النهاية دافعا إلى علوم حديثة كثيرة كعلوم الأنثروبولوجيا والإثنولوجيا والسيكولوجيا (خورشيد، 2002، صفحة 19، 20) " والأسطورة تغدي وترشد دائما النتاجات الفكرية والأدبية والفنية، وهي المحرك الفعال لكل الصيغ والسلوكيات البشرية مهما تطلع الإنسان المعاصر إلى ولوج عالم العلم والموضوعية والتقنية، والنسق الأسطوري للجمال نجده في الخطاب الإشهاري لمواد التجميل والعطور وأقنعة الوجه وغالبا ما يستعمل في ذلك أيقونة ربات الجمال في الأساطير الإغريقية واليونانية القديمة والفرعونية.

تعتبر الأسطورة عن المخيال الاجتماعي ذي البنية الرمزية الشعورية وعن ترسبات في اللاوعي، وتراهن الأسطورة على قدرات ممارسة الخطاب مهما كان أصلها شفويا أو كتابيا، فهي تستخدم اللغة بشكل خاص ونوعي لتؤسس واقعا مفهوما يتجاوز مستوى التعبير ونظام التواصل، باعتبارها مرسله وفق المصطلح اللساني، فهي تتمركز بين بات ومثلق لتحول معطيات الدلالة في الواقع الثقافي، ثم لتبنيه من جديد.

1.6 .2 نسق الجمال والإغراء:

يستعمل نسق الجمال بتفعيل نشاط الإثارة والإغواء والإغراء والاندفاع وكذلك الاستهلاك المفرط، وهذا ما ساهم في تحول الفرد من نسقه الأخلاقي الواقعي إلى نسق استهلاكي يمجّد الحرية الزائفة والفردانية المفرطة والمتعة والاستيهاج والتماهي، لكون الصورة الاشهارية تقدم وتعرض للفرد المميزات و الصفات الأسطورية للمنتجات التي تنفصل عن القيم الاستعمالية والنفعية، وبتالي فإن الفرد يستهلك مجموعة من اللحظات والقيم المجردة والمواقف والحالات، وكمثال على ذلك تسمية المنتجات على اسم ربات الجمال والحب والإغراء من خلال التمثيل الأيقوني، وتوظيف أساطير الحب والجمال والإغراء مثل أسطورة فينوس، أسطورة فينوس، أسطورة نفريتيتي، أسطورة إيريس، إيزيس، منرفا، ديانا، .. وكلها أنساق مضمرة تعمل على تسويق المنتج الإشهاري إلى جانب جسد المرأة، مثل تقديم لوحة إشهارية تروج لعطر نسائي فاخر باستعمال المرأة للإغراء مكونات الصورة الاشهارية من إبحاءات ورموز وبضخ. فالمرأة بصورتها هذه تتحول إلى تمثال أسطوري (تمثال آلهة الجمال فينوس).

تعد الصورة الاشهارية كمرجعية تعمل على تحديد الفعل المؤسس للإقناع للعودة أو استرجاع وقائع العالم، والاقتراب من وقائع الحياة اليومية، وهذا ما دفع إلى اتحادها بالنسق الأسطوري لتحقيق غاية الإشهار، وذلك بقوة تأثيره في المتلقي، وقدرته على إعطاء عبقرية مميزة للاستهلاك، لكونه يولد لحظات من الأحلام في المنتجات وكجهاز لإنتاج البهجة والسعادة والحلم لإقناع المستهلك وتحويل الذات وهذا لن يكون إلا بتقديم للفرد حالات من الحلم التي يجدها في القيم النفعية و النوعية للمنتجات.

3.1.6 أسطورة شهرزاد:

اتخذ التأثر بالليالي العربية منحنيين أحدهما مباشر، وآخر غير مباشر وتصور الخطاب الإشهاري شهرزاد جديدة وخلقها بمواصفات جمالية مزدوجة قوامها خلق أنموذج أنثوي مميز، قوامها خلق طريقة جديدة في بث الأميرة الشرقية كمرجعية تسويقية، فالخطاب الإشهاري يهتم بالبنية الحجاجية بوصفه يهدف بطيبة الحال لاستمالة الآخر والتأثير فيه، وهو ما ينتج عنه فعل الإقناع والافتناع على مستوى القيمة التجارية المباشرة، ومع ذلك فهو يضمن في الممارسة الفنية قيمة جمالية وثقافية لا تخلو من السمة الإيديولوجية لتحسين آليات التلقي في الخطاب الإشهاري من حيث سياسة الإغراء والتركيب والدمج بين اللغة والصورة والمخيال.

شهدت صور المرأة في الخطاب الإشهاري تحولا كبيرا، إذ أن التقنية الاشهارية تتم على حساب المنتج الإشهاري نفسه، وإحدى تلك التقنيات هي استخدام جسد المرأة، والتركيز على الإغواء والإثارة الجنسية حتى وإن كان مضمون الإشهار لا يستدعي حضورها، إلا أن تقنيات العرض تكيف السلعة المشهورة بالمرأة الاشهارية، بقدر ما تعجبه وتجذبه تقنيات عرض المرأة الاشهارية، فيعود مهولا وراء إغرائها في العرض فما تحدثه تقنيات عرض الجسد الأنثوي، يجعل المشاهد الذكوري للسلعة الذكورية يوقن بأن الحصول على هذا الجسد يمر عبر استخدام السلعة التي يشهها الجسد وتقنيات العرض في المرئي قادرة على إحداث ذلك التأثير في غرائزة المتلقي.

7. جدلية المركز و الهامش /الذات و الأخر:

النسق المضمّر" يأتي مفهوم النسق المضمّر في نظرية النقد الثقافي بوصفه مفهوماً مركزياً، والمقصود هنا أن الثقافة تملك أنساقها الخاصة التي هي أنساق مهيمنة، وتتوسل لهذه الهيمنة عبر التخفي وراء أفنعة سميكة، وأهم هذه الأفنعة وأخطرها هو دعوانا قناع الجمالية، أي إن الخطاب البلاغي الجمالي ينجبى من تحته شيئاً آخر غير الجمالية، وليس الجمالية إلا أداة تسويق وتمير لهذا المخبوء، وتحت كل ما هو جمالي هناك شيء نسقي مضمّر، ويعمل الجمالي عمل التعمية الثقافية لكي تظل الأنساق فاعلة ومؤثرة ومستديمة من تحت قناع (عبد الله الغدامي وعبد الي اصطيف، 2004، صفحة 30) "وللخطاب الأدبي قيمة نسقية مضمرة تتوسل بالجمالي لتمير أنساقها وترسيخ هذه الأنساق لما لأنساق

من فعل عمومي ضارب في الذهن الثقافي و الاجتماعي. وفي مضمّر النص المتلقي سنجد نسقا كامنا وفاعلا ليس في وعي صاحب النص، وله نسق له وجود حقيقي وإن كان مضمرا .

كما نجد ذلك في الثقافة الموروثة حول المرأة حيث اتخذت من الذات الأنتى باعتبارها قطبا مركزيا في وعي المجتمع موضوعا لها، تقاربه مع الخطاب الإشهاري وفي الصورة الاشهارية غالبا بطلاتها نساء من مستويات متباينة، وتعرض لموضوعاتها بمسؤولية المبدع المثقف وشفافية المرأة وتمثل هذه الثقافة حصيلة تجربة طويلة من التعبير عن قضية المرأة وعن هواجسها وآلامها وآمالها، ويمكن القول أنها تؤرخ للقهر النسوي .

8- نسق الفحولة:

لعلّ من المسلّمات التي يقف عندها الباحث الثقافي إزاء ما يصادفه من نصوص أدبيّة ما يعرف بمصطلح الفحولة أو النّسق الفحولي، الذي يضرب بأطنابه في عمق الثقافة العربية، فالفحل هو الرجل الذي يتصدى للأمر العظيم، ويتسلم زمام الأمور، والفحل في منظور القبيلة - التي تنطلق من نسق فحولي - تؤمن بأن الفحل لا يؤلمه شيء، بل ويجب على الفحل في عرف القبيلة أن لا يخاف من مواجهة، وأن لا يتنازل عن حق فيتهم بالضعف، والجبن، وتنزع منه الفحولة ليصبح انطلاقاً من ذلك أكثر الأنساق المضمرة في الثقافة العربية، بل إنها تعمل على تجذره في المجتمع وحتى على ضمان استمراره، يقول عبد الله الغدامي: "ويأتي الفحل على رأس الهرم الطبقي، حيث يتعزز مفهوم التميز، ويبدأ الفحل باكتساب صفاته عبر خلق سمات خاصة به حيث يحتكر لنفسه حق وصف الذات، وللنظر في وصف الذات الشاعرة لنفسها، وهو الوصف الذي اصطنع السمات النسقية للشخصية الثقافية النموذجي. (الغدامي، 2005، صفحة 125)

وبالعودة إلى العقلية الشعبية نستطيع استجلاء النّسق الفحولي الذي أنتجته المؤسسة الثقافيّة وصرنا نستهلّكه دون وعي منا في كثير من المواضيع، لتبدأ سلطته الذكوريّة فمن مظاهر الفحل في هذا الجزء الذكاء والقوة الجسدية، وهنا نجد مظهرًا آخر للفحل إذ يصبح سبباً للتمرد، وسلب حقوق الناس وإثارة المشاكل تحت سيطرة هذا النّسق، فتتحول الفحولة طبقاً لهذا المفهوم، من معنى الرجولة التي تسلب الحق للمظلوم، وتعين وتنصر المسكين، وتعطف وتحن على الأنتى، والصغير إلى فحولة حيوانية لا تؤمن إلا بمفهوم القوة والسلب، ولا تنفذ إلا حكم القوي على الضعيف.

وهكذا نجد أنّ الحكاية الشّعبيّة تعمل على صنع الفحل لأنها تحكى للأطفال في سن مبكرة لتوطنّ فيهم هذا النّسق فيكبر معهم دون وعي منهم، ليعاد إنتاجه في مرحلة أخرى.

ليس ببعيد عن نسق الفحولة نجد نسقاً آخر يسكن بواطن الحكايات الشعبيّة ويؤسّس لقيم نسق الحيانة للوالد يعود إلى محاولة المرأة خرق نظام الغابة والحصار الذي كان مفروضاً عليها، ورداً لاعتبار أنوثتها في مقابل فحولة الرجل المهيمنة السالبة لحقوقها، وإسقاطاً لنسق المجتمع الذي يعطي الأفضلية للرجل في مقابل المرأة، إن هذا النسق مضاد للمجتمع، مستفز لكل معاني الشخصية العربية، التي تؤمن بالوفاء، والتعاون، وحفظ الأعراس، والرجولة التي ترسخت بحكم طبيعة الحياة التي فرضت التقارب بين الناس، والتماسك بهدف استمرار الحياة، فالملاحظ أنّ الرجل لا ينظر للمرأة إلا من كونها جسد لا بدّ أن يكون بمواصفات يريدها دون غيرها وإن كان ذلك على حساب حياة الأنثى.

فهذا النسق السائد، والثقافة المضمرّة في عقلية الرجل والذي قد يظهر قيماً نبيلة مع جنس الذكور أو قيم خبيثة لكنّ المرأة هي من تدفع ثمنها، بينما يستلب المرأة لحظة الاختيار، ولحظة تحديد المصير هذه الثقافة، وهذا النسق الذي احتل عقول الذكور تجاه المرأة، هو المنتصر في كثير من الأحيان، وبالتالي فإن علاقة الرجل بالرجل هي المتحكمة في المرأة لأنها أنثى، الأمر الذي أشار إليه المهتمون بالتقدّم الثقافي مثل قول أحدهم: "والمذكر له من اللغة، ومن الثقافة ومن الجسد غير ما للمؤنث له الأسمى، والأرقى، والأفضل ولها ما دون ذلك (الغدامي، ثقافة الوهم مقاربات حول المرأة والجسد واللغة، 2009، صفحة 45)"، في تجسيد واضح للنسق الأم (الفحولي).

إذا كانت الحكاية الشعبيّة تتسم بالتداول الشّفوي بين أفراد المجتمع، فإنّ ذلك ينتج عنه تغييراً في مضمون الحكاية والمواضيع التي تتناولها، لكن هناك بعض الأنساق المتجدرة في العقلية العربيّة التي نجدها ماثورة في هذه الحكايات وإن كانت بصور محتشمة مضمرّة حيناً، أو مكشوفة في بنيتها السردية حيناً آخر، ومن الأنساق التي رأينا استمرارها مهما اختلفت روايات الحكاية فكرة المركزية الذكورية كما أسلفنا.

ومهما يكن من أمر يمكن القول بأنّ رغبة الانتقام، والأخذ بالثأر تجسد حمل ثقيل على كاهل الإنسان العربي، فإنّ أهمله أو ضيعه عد جباناً ضعيفاً، فاقداً لرجولته، ولحق به العار الذي لا تغفره القبيلة التي تعتبر الأخذ بثأر علامة من علامات الرجولة والبسالة، فسلب الحق، أو الإهانة، أو انتهاك العرض، أو القتل اعتداءً لا بدّ أن يرد ثأراً للكرامة، أو الحق المسلوب، أو الدم الذي هو دين يجب أن يقضى، وإن النسق المسيطر على عقلية العربي في العصر الجاهلي يعير القبيلة ما يعيره لنفسه، وما ينطبق على القبيلة ينطبق على الفرد؛ لأنه جزء مكون فيها.

تحتلّ المرأة في الحكاية الشعبيّة مساحة هامّة من الأحداث السردية، وذلك ما تؤكّده المدونة التي نشغل عليها، غير أنّ هذه المساحة لم تكن خادمة لها بقدر ما جاءت تكريساً لدونيتها، فنجد أن حضورها يكتسي في الغالب صورة الكائن

الضعيف الذي تمارس ضده كثير من أشكال العنف والاحتقار، "فالأنتى في المعتاد الثقافي مجرد كائن تابع وضعيف وعاجز. (الغدامي، تأنيث القصيدة والقارئ المختلف، 2005، صفحة 12) " والتي تتحقق رغبة الرجل التي لن تتحقق أصلاً، في تكريس واضح لدونية المرأة وضعفها وأنها في خدمة الذكورة ليس إلا، والمتتبع للحكاية يستشف أن الأمر ينطبق على جميع الشخصيات الأنثوية التي لم تكن لها قيمة إلا لخدمة الرجل، وخضوعها لهم وما كان عليها إلا أن تستلم لسلطة الفحل دون أن يعلو صوتها أو تثبت وجودها.

9- نسق الشهامة والقوة الجسدية:

تعتمد الصورة الاشهارية على الجسد والقوام المتناسق وبروز عضلات الرجل، لكون العلاقة بين النص والصورة علاقة انسجام وتكامل فكلهما يخدم الآخر، العضلات المفتولة البارزة والإغراء، هذه الصورة التي يصبح فيها الرجل تمثال لإله الأولمب زيوس، ويحاكيه في القوة والفتوة والشغف والجمال، والفحولة، وإنتاج صورة عميقة ضمنية موجهة، لا تنفصل عن التشكيل الرمزي الذي يحيل إلى عنصر المتخيل، أي يكون خارج الاستخدام التعييني والمنطقي للمنتج، وهذا ما يسمح بتحويل العوالم المجردة والمثالية إلى عوالم تمثيلية ممكنة ونوعية لتحريك سلوك المستهلك والتأثير فيه، ويكفي أن نشير هنا إلى الوصلات الاشهارية التي تحول النجم إلى قوة أسطورية، يخترق كل الفضاءات بجسده الممشوق كهرقل.

وبناء عليه يتضح أن الإشهار نشاط تواصلية يتقيد بشروط الممارسات والآليات التي تؤكد أهدافه الترويجية وتقديم المنتج والخدمات للمستهلك في وضعيات لا تنفصل عن الطبيعة الوظيفية والتي تقوم في جوهرها إثبات البنية الوجودية للمنتج عبر تقنية التأثير البلاغي والحجاجي.

إنه شبكة معقدة من آليات التركيب الرمزي التي تنتمي ضمناً إلى توليد الدلالة التي تحيل إلى وقائع وحالات التشكيل الضمني والإيديولوجي بتجليات استعارية تأخذ طابع أسطوري غريزي، انفعالي وثقافي.

يعد الإشهار منظومة ثقافية رمزية، واجتماعية وإيديولوجية تتنوع وتمتد في القيمة والاشتغال والتأثير، والرسالة الاشهارية تستهدف العناصر والأنساق الواعية واللاواعية الخفية والمضمرة مع ربط موضوعها بالرغبة والحاجات وبمختلف الصور الاستهامية التي تتداخل مع الأفكار والمضامين التي تضي مجموعة من القيم البلاغية والرمزية، والنوعية على اسم وهوية المنتج.

10-النسق السياسي و الإيديولوجي :

وتنظر كريستيفا إلى النص باعتباره "خطاباً إيديولوجياً، على أساس أن البحث السيميولوجي، يلغي التقسيم التقليدي للأجناس الأدبية وأنواع الخطابات، ويحل محله عمليات تحديد أنماط النصوص المختلفة، لتعرف على خصوصية النظام الذي يهيمن عليها، ووصفها في سياقها الثقافي الذي تنتمي إليه. وتبحث كريستيفا في مقارباتها عن تعدد الدلالات، من خلال ما تسميه بـ "التدليل"، والتدليل يختلف عن الدلالة، كونه عملية تنفلت من خلالها ذات النص"، من منطق "الأنا" إلى منطق "الآخر"، يتم فيه تحاور المعنى وتحطيمه، على اعتبار النص نمطاً إنتاجياً دالاً، يحتل مكانة هامة في التاريخ (بعلي، 2009، صفحة 117)."

ونخلص إلى أن القضايا الفكرية والسياسية والاجتماعية، تعد إرهابات ضرورية ومهمة، للوصول إلى الخصوصية الجمالية، والاستقلال الفني الإبداعي الأنثوي. دون أن تغفل دور الأدب كرسالة لغوية فكرية في الدفاع عن قضايا المرأة، والتعبير عن اهتماماتها. "ومن تم كسر الحواجز الثقافية والإيديولوجية في حركتها، وهذا تفسير رجوعنا وإحالتنا على أصول النسوية؛ كفكر وحركة سياسية لإثبات علاقتها بوعي المرأة بذاتها وطاقاتها، وقدرتها على تأسيس فهم مغاير لمفاهيم الهيمنة و السيادة، والتي تسعى لاغتياال زيادة الأنثى في تاريخ الفكر الإنساني. ويبدو أن تبلور الفكر النسوي شيئاً فشيئاً، حتى وصل إلى مرحلة تداخل فيها النقدي الثقافي، بالحضاري والاجتماعي، والسياسي بالفكري و الإيديولوجي (بعلي، 2009، صفحة 61، 62)" فتحررت المرأة بمحوضها العلم والفكر حيث خاضت غمار الفكر لمناقشة وطرح قضاياها.

11. الخاتمة:

وفي ختام هذه الورقة البحثية نوجز أهمّ النتائج المتوصّل إليها في النقاط الآتية:

- 1- إنّ الخطاب الإشهارى في جوهره يعد خطاباً ثقافياً، ونتاج تجارب اجتماعية مشتركة تفاعلت ثم تراكمت في اللاشعور الجماعي للجماهير الشعبىة التي ساهمت في انتشارها وشيوعها محمّلة إياها أنساقاً ثقافية كثيرة سهل استهلاكها لنوعية الطبقة التي توجّه لها وللخاصية الشفوية في تداولها، ممّا جعله مداراً لحوادث ثقافية متعدّدة.
- 2- تعددت الأنساق المضمره داخل الصورة الاشهارية، وهذا دليل على سعة تداولها ومكانتها في الذاكرة الجماعية للمجتمع، فوجدنا نسق الجمال الأنثوي- الجسد طاغي على المنتجات المستهلكة والمنتجة، بحيث صار الجسد في حد ذاته إغراء للمنتج الموجه للاستهلاك، إلى جانب النسق الفحولي يتخفى وراء كلّ حادثة في السرد، فكان نسقاً مسيطراً متجدّراً يلخّص لنا الكثير عن الثقافة العربية.

- 3- لقد أعلا الخطاب الإشهاري من شأن الرّجل الفحل ومركزيته في البيئة الاجتماعية، فصورته نموذج لصنع الطّاغية في عرف النقد الثّقافي من خلال إقصاء الآخر وتهميشه وإرغامه على الصّمت والخضوع.
- 4- لعلّ من أبرز الحقائق التي خرجنا بها من دراستنا أن الخطاب الإشهاري يعد من أبرز ألوان الخطابات التي تحمل أنساقاً مضمرة بفعل طبيعته الإغرائية وآلياته الحجاجية وجمال الصورة الاشهارية إلى جانب قلبه السّردي الذي تستلذه الأسماع وتتفاعل معه لأزمة طويلة.
- 5- بين الخطاب الإشهاري والأسطورة محاكاة وتداخل ونوع استعادة وصياغة متبادلة، وهي إن لم نقل متبادلة، تبقى على الأقل من جانب الإشهار إزاء الأسطورة، كون الأول متحرك وذو ديناميكية متطورة تعتمد التقنية في إعادة صياغة وتركيب الحدث والقصة من خلال رؤية جديدة وبقالب فني، وكون الثانية جاهزة وجامدة ولكن تعتمل بمقدار ترجمتها وصوغها من قبلنا في شتى النشاطات الفكرية والعقائدية والسلوكية، سواء كان ذلك عن وعي أو عن لاوعي لتأثيرها فينا
- 6- أن هنالك تقارب بين الخطاب الأدبي والخطاب الإشهاري من ناحية أن كل منهما موجه لمتلقي بعينه.

12. مراجع البحث:

- 1 إيديث كويرل. (1993). عصر النبوية (الإصدار 1). (جابر عصفور، المترجمون) الكويت: دار سعاد الصباح.
- 2 حسين السماهيجي. (2003). عبد الله الغدامي والممارسات النقدية والثقافية (الإصدار 1). بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- 3 حفناوي بعلي. (2009). مدخل إلى نظرية النقد النسوي وما بعد النسوية (الإصدار 1). بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- 4 عبد الله الغدامي. (2005). النقد الثّقافي قراءة في الأنساق الثّقافية العربية (الإصدار 3). المغرب: المركز الثّقافي العربي.
- 5 عبد الله الغدامي. (2005). تأنيث القصيدة والقارئ المختلف (الإصدار 2). الدار البيضاء: المركز الثّقافي العربي.
- 6 عبد الله الغدامي. (2009). ثقافة الوهم مقاربات حول المرأة والجسد واللغة (الإصدار 1). المغرب: المركز الثّقافي العربي.
- 7 عبد الله الغدامي وعبد الي اصطيف. (2004). نقد ثقافي أم نقد أدبي. دمشق: دار الفكر.
- 8 فاروق خورشيد. (2002). أديب الأسطورة عند العرب جذور التفكير وأصالة الإبداع. الكويت: عالم المعرفة.
- 9 نور الدين هميسي. (2018). فصول في النقد السيميائي والثّقافي للإشهار. دار اليازوري العلمية .