

المحاضرة السادسة : مستويات الخطاب الإشهاري والتلفزيوني

يرتبط الخطاب الإشهاري غالبا بمستويات معينة تحدد معالم تحليليه وابرار الغايات والأهداف التي يراد تحقيقها من طرف المنتج والوسيط المروج (الوسيلة الإعلامية) ومن خلال ما سنستعرضه نشير إلى أن المستوى اللساني هو كل ما له علاقة بالصوت واللغة أما المستوى الأيقوني فيرتبط بسميائية الصورة الساكنة والمتحركة وما تحدثه من جذب.

أولا : المستوى اللساني

-التحليل الصوتي

١ الصوت: إن للصوت دورا بالغ الأهمية في لفت انتباه المتلقي والتأثير فيه لما يحمله من خصوصيات كالنبر الذي يؤدي إلى وضوح نسبي للصوت أو المقطع، والتنغيم الذي تظهر من خلاله المشاعر الإنسانية (الفرح، الغضب، التهكم، الاستغراب، النفي والإثبات)، فكلما كان الصوت حاملا لرموز مشحونة بالدلالة والمعاني كلما كانت له القدرة على الإقناع الذي هو غاية النصوص الإشهارية. وهذا ما نجده في مدونتنا إذ تنوعت فيها طرق الأداء الصوتي للكلام لتظهر الفرح أو الراحة أو الاستغراب.

٢ السجع : هو من الظواهر المتكررة في الخطاب الإشهاري والتي تحدث جرسا موسيقيا تطرب له أذن المتلقي، وهو من الأدوات المعينة على حفظ الإشهار واسترجاعه ومثال «على الصخر بناها الإنسان ، وحفر التاريخ له فيها مكان ، وعاش فيها الجمال سنين من الزمان. »

-التحليل الصرفي

١ الضمير: تتنوع استخدامات الضمير في الخطاب الإشهاري ولكن غالبا ما نجد توظيف ضمير المتكلم المفرد الذي يتصل بالأفعال المضارعة (نبدأ، اخترت، نحب..) وضمير المخاطب المفرد الذي يرتبط بأفعال الأمر (ابدأ، قلص..)، في حين يقل استعمال ضمير الغائب الذي اتصل بالأفعال الماضية (بنى، جهز..). في حين نجد بعض الخطابات التي لم تستعمل الضمير على الإطلاق (جازي مرحبا بالغد).

٢ أزمنة الأفعال: يغلب على الاشهارات الإذاعية والتلفزيونية استعمال الأفعال المضارعة (ترافقك، نبدأ، نفرح، نزهى، يثير، نثق..) وهي تدل على الحاضر أو المستقبل وتجعل المتلقي يتفاعل ويتعاش معهما، تليها أفعال الأمر

(متعي، اطلبها، قلص، ارفع، أفسح...) والغرض منها التوجيه والإرشاد إلى ما هو أفضل بهدف اقتناء المنتج المعروف.

وتأتي في الدرجة الثالثة الأفعال الماضية التي تتناسب عادة مع السرد ومثالها : بناها، عاش...

٣ صيغ التفضيل: إن استخدام المبالغة في لغة الإعلام التجاري أمر مهم للتعبير عن جودة المنتج وتميزه عن المنتجات المنافسة له، ومثال ذلك : ساسونغ أقوى تكنولوجيا، نخير الحليب الأفضل لولادي، ولا تنس الأهم، تأتي لك بأجود أنواع الحليب، أدق كاميرا يمكن أن ترى بها العالم، صناعة جزائرية لأفضل حياة.

-التحليل النحوي

١ الأساليب : تتم غالبا المزاوجة بين الأسلوبين الخبري والإنشائي، فأما الأول فيوظف عند السرد أو وصف المنتج أو عند تقرير الحقائق (نبدأ صباحي بأحلى قهوة، العلم فيها صرح عظيم الشان، مانقدرش نستغنى عليه..). أما الأسلوب الثاني (الإنشائي) فيكثر فيه استعمال الجمل الطليبة مثل الأمر(أهديلهم أوقات عزيزة، قلص حجم المقود، ارفع مستوى العدادات، أطلقوا العنان لخيالكم..) والنهي (لا تترددوا، لا تنس الأهم..) والاستفهام غير الحقيقي الذي يستخدم للفت الانتباه وفتح باب الحديث(كيف لتصميم سيارة أن يثير مثل هذه الأحاسيس؟ علابالكم وعلاه؟).

٢ المستويات اللغوية: يتميز الخطاب الإشهاري في النماذج المختارة باستخدام ثلاثة مستويات لغوية هي : الفصحى، العامي والدخيل وهذا راجع إلى واقع الاستعمال اللغوي في المجتمع الجزائري الذي يشهد خليطا من اللغات والعاميات، ويتحكم بذلك خصائص المشاهدة والاستماع التي تميز الجمهور المستهدف.

ثانيا :المستوى الأيقوني

مما يسهم في تكوين العلامة الإشهارية الدالة في الخطاب الإشهاري بالإضافة للصوت هي الصورة واللون والحركة والموسيقى والديكور، وتهدف هذه العلامات السيمائية إلى إعادة صياغة المعنى اللساني المثبت باللفظ، وإضفاء الحياة والدينامية عليه فيضحى حركة مشهديه نامية، ولعل أهم الوظائف التبليغية التي تحققها الصورة أنها تخرج القيم المجردة من حيز الكمون إلى حيز التجلي فتصبح واقعا ماديا محسوسا في ضوء ما ينتج من مشاهد إشهارية تتخلل أو توازي الخطاب اللساني، وربما حولت الصورة العوالم المجردة والمثالية إلى عوالم ممكنة.

إن القيمة الإقناعية للصورة في الخطاب الإشهاري لا تتحقق نجاعتها إلا في ضوء النسق اللغوي فأنظمة الحركة واللباس والموسيقى لا تكتسب صفة البنية الدالة إلا إذا مرت عبر محطة اللغة التي تقطع دوالها وتسمي مدلولاتها، وفي هذا السياق يذهب إيريك بريسنس (E.Bryssens) إلى أن الصورة نسق دلالي قائم بذاته، لها وظيفة أساسية في التواصل، وليست حشوية فيه، بالنسبة إلى العلامة اللسانية الطبيعية، بل إن اللغة في كثير من الأحيان تحتاج إلى مثل هذه النظم السيميولوجية لتحقيق وظيفتها التبليغية فهي وإن كانت دالة دلالة رئيسة إلا أنها لا تستطيع احتكار الدلالة.

إن البلاغة لاتقف عند حدود النص اللغوي المكتوب أو المنطوق بل إن الصورة أيضا تتضمن أحداثا بلاغية على عكس ما هو سائد من أن البلاغة حكر على اللغة، وأن الصورة نسق بدائي قياسا إلى اللغة، ويرى البعض الآخر أن الدلالة تستنفذ ثراء الصورة الذي لا يمكن وصفه، ومن ناحية ثانية يمكن النظر إلى العلامة اللغوية في الخطاب الإشهاري من زاوية وظيفية بحتة وذلك في مستوى كفاءتها التفسيرية المحققة للوظيفة المعجمية (الميتالغوية) فهي تحدد دلالة الصورة كي لا يجمع الخيال الفني بالمتلقي فيبعد عن الأغراض الأساسية للصورة الإشهارية المنجزة في الخطاب¹.

ومن هذا المنطلق فإن معظم الإشهارات تركز على الصورة والتمثيل والموسيقى والألوان رفقة المعطى اللغوي. بحيث يتم المزج بين العناصر اللغوية و غير اللغوية، وكثيرا ما ترتبط الصور الدلالية في الاشهار التلفزيوني بمنابر طبيعية أو بالحياة الأسرية وأفراد العائلة أو بالحياة اليومية للإنسان، فعكست هذه الإشهارات واقع المستهلك ورغباته وهذا من أجل أن يتفاعل معها أكثر.

¹ سمير الزغي، « سيميولوجيا الصورة الإشهارية »، مؤسسة الحوار المتمدن، العدد ٣٦١٧، مقال منشور على الموقع: www.ahewar.org