الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية الآداب واللغات
قسم اللغة والأدب العربي

UNIVERSITE 08 MAI 1945-GUELMA
Faculté : des lettres et des langues
Département de langue et littérature Arabe

مذكرة مقدّمة لاستكمال متطلبات شهادة

الماستر

تخصص: أدب جزائري

الموروث الثقافي في الخطاب الإشهاري الثابت (نماذج مختارة)

مُقدَّمة من قِبل:

الطالبة: نجوى عثامنية

الطالبة: حنان قوار

تاريخ المناقشة:12/07/ 2021م

أمام اللجنة المُشكلة من:

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
زليخة زيتون	أستاذ محاضر أ	جامعة 8 ماي 1945 –قالمة	رئيسًا
حنان بن قيراط	أستاذ محاضر ب	جامعة 8 ماي 1945 –قالمة	مشرفًا ومقررًا
وردة معلم	أستاذ التعليم العالي	جامعة 8 ماي 1945 –قالمة	ممتحنًا

السنة الجامعية: 2020 – 2021م

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

مقدمة:

إن العودة إلى الموروث الثقافي هي السمة البارزة التي ميزت الخطاب الإشهاري الجزائري ،إذ يعتبر الموروث الثقافي تاريخ عريق تناول ثقافة المجتمع الجزائري الغني بتنوعه الثقافي، كما يساهم في تنمية الفرد والمجتمع، فهو يعطيه هويته وأصالته وخصوصياته ويحميه من الترغيب والذوبان في الآخرين، حيث يعتبر نتاج تجارب الإنسان ورغباته وأحاسيسه سواء أكانت في ميادين العلم، أم اللغة أم الفكر، وليس ذلك فقط بل يمتد ليشمل جميع النواحي المادية والوجدانية للمجتمع من فلسفة ودين فن وعمران وتراث فلكلوري واقتصادي أيضا.

يعتبر توظيف الموروث الثقافي في الخطاب الإشهاري ركنا مهما للترويج بالمنتوجات والتعريف بأصالة الشعوب وما تزخر به من قيم وعادات وتقاليد مما يسهم في استقطاب المشتري وتحقيق الأرباح فهو متنوع الأشكال والأهداف ويتم توجيهه إلى الفرد أو الجماعة أو الأمة .

إن اختيار موضوع البحث ذا أهمية بالغة، فهو يمثل العتبة الأولى من أجل الولوج في عملية الدراسة، وترجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى:

أسباب ذاتية:

- الرغبة في دراسة مواضيع تتضمن موروثنا الثقافي.
- حب الإطلاع والاكتشاف حول أهمية هذا الموضوع.
- إثراء رصيدنا المعرفي وتوسيع معلوماتنا من خلال دراستنا هذا الموضوع .
- الرغبة في الخروج من المواضيع الجامدة إلى مواضيع أكثر حيوية.

أسباب موضوعية:

- يمكن استغلال الإشهار الثابت للتعريف بالموروث الثقافي الجزائري.
- تنوع الموروث الثقافي الجزائري مما يجعلنا نقوم بدراسته.

- تنوع الومضات الإشهارية من حيث الموضوعات.

فجاءت هذه الدراسة لمحاولة معرفة أثر توظيف الموروث الثقافي في الخطاب الإشهاري محاولين الإجابة عن التساؤل التالي:

ماهو دور الموروث الثقافي في الخطاب الإشهاري الثابت؟

لذلك فلقد جاءت هذه الدراسة لتبين دور الموروث الثقافي في الخطاب الإشهاري، من خلال الخطة التالية التي قسمت إلى فصلين نظريين وفصل تطبيقي وخاتمة.

حيث تطرقنا في الفصل الأول المعنون بـ: ماهية الموروث الثقافي إلى دراسة المفهوم اللغوي والاصطلاحي للمووروث الثقافي، أنواعه، خصائصه، وأهميته.

أما بالنسبة إلى الفصل الثاني المعنون بالخطاب الإشهاري تناولنا مفهوم الخطاب الإشهاري لغة واصطلاحا ،أنواعه والخطاب في الثقافية العربية ،الغربية وظائف الخطاب الإشهاري أسس الخطاب الإشهاري، أهداف الخطاب الإشهاري.

وفي الفصل التطبيقي اعتمدنا على دراسة سيميائية للإشهار الثابت شاي الوركة "أنموذجا "الذي ركزنا من خلاله على دراسة سيميائية الصورة المكان، الألوان الشخصية بين المعاصرة والأصالة شخصية الصحراوي وإعداده للتاي سيميائية المنتوج، الإضاءة، الحجم.

المنهج الذي اعتمدنا عليه في دراستنا هو المنهج السيميائي.

وللإلمام بمقتضيات الدراسة تمت الاستعانة بمجموعة من الكتب أهمها:

- توظيف التراث في الرواية العربية المعاصرة "لمحمد رياض وطار"

"خصوصية الخطاب الإشهاري في ظل الابتكارات الحديثة "الخطاب الإشهاري في النص الأدبي" "سيميائية الصورة الإشهارية للإشهار والتمثلات الثقافية "لسعيد بن كراد" "الألوان دورها ،تصنيفهامصادرها، رمزيتها، ودلالتها كلود عبيد".

أما بالنسبة للصعوبات التي واجهتنا قلة المصادر والمراجع في ميدان الموروث الثقافي والاعتماد على نموذج واحد نظرا لضيق الوقت ،تطبيق المنهج السيميائي الذي أخذ وقت وجهد باعتباره الأنسب لموضوعنا.

وفي الأخير نشكر الأستاذة المشرفة حنان بن قيراط لما قدمته من نصح ومعرفة طيلة إنجاز هذه الدراسة ولكل من كانت له يد في المساعدة.

ونحمد الله ونشكره على توفيقنا إلى إتمام هذا العمل.

الفصل الأول

ماهية الموروث الثقافي

الموروث الثقافي كلمة واسعة ومتداخلة مع التراث والثقافة وهي جامعة لهذين المصطلحين، وإذا أردنا تحديد مفهومه لا يمكن المرور دون التوقف عند كلا المصطلحين، إذ يسهل علينا ذلك إزالة الغموض الذي ينتاب القارئ والمتلقي عن العلاقة بينهما، وهل هما مكملان لبعضهما البعض؟ فعند الغوص في جذور مصطلح الموروث الثقافي نكون قد تمكنا من الوصول إلي المراد وإزالة هذا الغموض الذي يعتريه ومن هذا المنطق نطرح التساؤل التالي ما مفهوم الموروث الثقافي ؟

1- تعريف الموروث الثقافي:

1-1- لغة:

ورد في لسان العرب لابن منظور في التعريف اللغوي للموروث من مادة و.ر.ث حيث يقول: ابن الأعرابي "الموروث والإرث والتراث واحد: والورث والميراث في المال والإرث في الحسب "ابن سيده وورث في ماله: "أدخل فيه من ليس من أهل الوراثة الأزهري ورث بني فلان ماله توريثه وذلك إذا أدخل علي ولده ورثته ماله ليس منهم فجعل له نصيبا وتوارثناه ،ورثه بعضنا عن بعض قدما ويقال ورثت فلان من فلان أي جعلت ميراثه له وأورث الميت وراثه ماله أي تركه له".

حيث قال أبو عبيد "الإرث أصليه من الميراث إنما هو ورث فقلبت الواو ألفا مكسورة بكسر الواو"[1].

1-2- اصطلاحا:

لا يكاد يخلو أي مجتمع أو تجمع إنساني في أي مكان في هذا العالم من موروث ثقافي ناتج من تفاعل الإنسان مع الإنسان أو تفاعل الإنسان مع بيئته المحيطة سابقا[2].

فهو يشمل كل ما خلده الإنسان من شواهد روحية أو مادية في تراثه الفكري ورقية الإنسان، ويمكن القول بأنه الحصيلة الفكرية والاجتماعية والمادية لأسلافنا[1].

1- ابن منظور: محمد بن مكرم بن علي ،أبو الفضل جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفعي الإفريقي، لسان العرب الجزء التاسع،مادة [ه و ي]، دار الحديث القاهرة، مصر، ص 239.

2- عمر الجسام العزاوي، أهمية الموروث الثقافي وطرق حمايته، مجلة فكر الثقافية.

فهو موجود في ذاكرتنا يعيش معنا ويتجسد في أشكال مختلفة خلال حياتنا في تصرفاتنا وتعبيرنا وطرائف تفكيرنا ومهما حاولنا القطيعة معه وإعلان موته نظريا أو شعوريا تظل خطاطته وأنساقه وأنماطه العليا مرسخة في الوجدان ومتمركزة في المخيلة[2].

حتى وإن طرأ عليه تغيير إلا أن هذا التفسير ليس جذريا وإنما هو نسبي نتيجة ظروف مفروضة هذا من جهة ومن جهة أخري فان بعض الموروثات حتى وان هجرت فإنها ستحفظ في المتاحف كونها من تراث أجدادنا وأنها أدت وظيفة في زماننا.

ولا نعني بالموروث الثقافي تلك الرواسي والمخلفات الثقافية لماض سحيق حيث فقدت وظيفتها من دون أن تكسب وظيفة أخري لأن هذه النظرة الساذجة للموروث الثقافي تعمل علي بتر التاريخ وتسلب حقه في التعبير عن الحاضر والتأثير فيه وتجعله شيئا من مخلفات السحيق[3].

إنما آثارها تسكن دائما وجدان أفراد المجتمع فيكون لعناصر الموروث الثقافي من منظور الأنتروبولوجيين، دائما وظيفة تؤديها بطريقة أو بأخرى حتى لو اختلفت عن الوظيفة الأصلية، واعتبروا أن المخلفات والرواسب عناصر ثقافية موروثة من أوضاع أقدم ثقافيا وأن لها تأثيرها في أرقي الحضارات،كما اعتبروا أن المعتقدات والعادات مخلفات لماض قديم وقد اكتسب وجودها لاعن طريق المعرفة التجريبية المؤيدة ولا بالقانون الوضعي وإنما بحكم العادة وعلي أساس أنها جزء من التراث.

ويقصد بالموروث الثقافي تلك الأشكال والعناصر الثقافية المادية والفكرية والاجتماعية التي كانت سائدة في المجتمع في وقت ثم طرأ علي هذا المجتمع تغير فانتقل من أوضاع أكثر حداثة ولكنها الأشكال الثقافية لا تزال مستمرة في ذلك المجتمع متداولة بين أفراد وهذه الاستمرارية لعناصر الموروث الثقافي بين الأجيال تحمل معها من التواصل الحضاري عصارات فكر أجيال متعاقبة[4].

1- إيمان هنشيري، الموروث الثقافي الجزائري الواقع والآفاق، مجلة حوليات التراث، العدد 2017/17، ص 107 .

2- المرجع نفسه، ص 98.

3- المرجع نفسه، ص 99.

4- إيمان هنشيري: المرجع السابق، ص 108.

مما سبق نخلص إلي أن الموروث الثقافي بمثابة الهوية التي تمثل كل شعب من الشعوب فكل امة لها موروثها الذي يميزها وتزخر به وتسعي جاهدة للحفاظ عليه والتمسك به وإحياءه جيل بعد جيل.

3- أنواع الموروث الثقافي

يقسم الموروث بوصفه العام أو بوصفه موروثا ثقافيا إلي موروث مادي وغير مادي، فهو بكل الأحوال جامع لشتي مشاغل الإنسان في حياته وما أنتجه فهو سجل أرخ لفترات أبدع وابتكر فيها تقنيات ومهارات مختلفة، فالأول يعتبر ملموسا علي سبيل المثال البنايات العمرانية، والثاني ما خلفه الأجداد من معتقدات عادات وتقاليد وأساليب التعبير المختلفة ...الخ، وللتعرف أكثر عن ما يحيط بكل عنصر من عناصر الموروث الثقافي نحاول استكشاف خفاياه وما يحمله كل طابع من هاذين العنصرين من خلال أنواعه.

3-1- الموروث الثقافي المادي:

يقصد بالموروث الثقافي المادي "كل ما يصنعه الإنسان في حياته العامة، وكل ما ينتجه العمل البشري من أشياء ملموسة وكذلك كل ما يحصل عليه الناس عن طريق استخدام فنونهم[1].

هذه الموروثات ذات طابع تقليدي لكن رغم حلول عناصر أكثر عصرية منها إلا أنها تحي باهتمام بالغ من أفراد المجتمع، والمقصود بالموروثات الثقافية المادية أيضا تلك "التقنيات والمهارات ووصفات انتقلت عبر الأجيال كبناء البيوت وصناعة الملابس وإعداد الطعام وفلاحة الأرض وصيد الأسماك وغيرها ".

ويمكن تقسيم الموروث الثقافي المادي بدوريه إلي قسمين :

الموروث الثقافي غير المنقول: ويشمل هذا النوع من الموروث ما يلي:

1- إيمان هنشيري: المرجع السابق، ص 100، 101.

المواقع ذات الطابع الأثري كالنقوش والرسوم السخرية المنتشرة عبر العديد من مناطق الوطن،كذلك الموجودة في منطقتي أولاد جلال وجمينة بمدينة بسكرة وكذا المغارات والكهوف ككهوف القهار الموجودة بالطاسيلي، بالإضافة إلي المقابر كمقبرة سيدي حامد ببسكرة.

البنايات ذات الطابع العسكري كالحصون وأبراج المراقبة المنتشرة بكثفي مدينة قالمة وبسكرة وتلمسان كقلعة ابن الجاهل.

المنشات ذات الطابع المدني كالجسور والقناطر التي نجدها بكثرة في مدينة بسكرة، بالإضافة إلي الحدائق كحديقة لاندو ببسكرة، والأحواض والشلالات كشلالات الوريط بتلمسان وكحمام الدباغ أو حمام المسخوطين بقالمة، وحمام الصالحين ببسكرة .

المنشات ذات الطابع الديني والمقدس: وتتمثل في أماكن العبادة المنتشرة في كافة التراب الوطني كالمساجد المنتشرة بكثرة في الجزائر العاصمة ونذكر منها المسجد الكبير، وجامع كتشاوة، ومسجد سيدي عبد الرحمن الثعالبي، ومسجد علي خوجة، ومسجد الداي ومسجد الجيش، ومسجد المصيدة، ومسجد سفير وجامع القصبة البرانى ،وجامع البحرية، ومسجد الأمة وغيرها أو المساجد المتوزعة علي كامل منطقة تلمسان ومنها مسجد سيدي بومدين والمسجد الكبير ومسجد المشوار ومسجد أغادير وغيرها، وكذا المساجد الموجودة ببسكرة كمسجد سيدي عقبة، ويشمل هذا النوع من الموروث أيضا الزوايا والأضرحة كالزاوية العثمانية، وزاوية المختارية ببسكرة، وزاوية أحمد بن عبد الله الجزائري وزاوية عبد الرحمن الثعالبي بالعاصمة.

بعض المجموعات التاريخية والتقليدية: وتتكون من الممتلكات العقارية المبنية أو غير المبنية المعزولة أو المجتمعة مثل المدن والقرى التاريخية كمدينة بني سويك وأولاد جلال وطولقة وسيدي عقبة وسيدي خالد بسكرة ،بالإضافة إلي القصور كقصر خديوج ،وقصر عزيزة وقصر حسن باشا ،وقصر الدار الحمراء بالجزائر العاصمة ،وتشمل أيضا القصبات والأنسجة العتيقة الحضرية والريفية ....الخ والتي تكتسي أهمية بحكم طابعها المعماري، أو حمولتها التاريخية أو تفردها، أو انسجامها أو اندماجها مع محيطها .

الموروث الثقافي المنقول: يتمثل في الممتلكات المنقولة المتكونة من الحفريات الثرية ك(حفريات ألتافا بأولاد ميمون بتلمسان)،والمخطوطات العلمية والفنية ك (المخطوطات الموجدة بمكتبة الشيخ القاضي بمدينة بسكرة كما يشمل أيضا أدوات الحياة اليومية (مجموعات انتوغرافية)، أو قطع من الإنتاج المادي للثقافة الوطنية من الناحية العلمية أو التاريخية أو الانتروبولوجية أو الفنية أو الجمالية أو التقليدية، سواء كانت هذه العناصر معزولة أو مجموعات ،وتعد المجموعة كلا غير قابل للتجزئة لانتمائها لنفس المكان والفترة التاريخية ،لكونها شاهدة علي تيارات فكرية وعادات وأعراف وهوية وذوق ومهارة وفن وأحداث[1].

3-2- الموروث الثقافي الغير المادي:

التراث غير المادي هو جزء من التراث الثقافي ويقصد به التقاليد التي تنقل شفاهة أو عبر لغة الجسد من جيل إلى جيل، يشتمل التراث الثقافي الغير المادي في الأساس على المجالات الواسعة التالية التقاليد والتعبيرات الشفاهية بما فيها اللغة بوضعها وسيط التراث الثقافي الغير المادي، الفنون المسرحية (مثل الموسيقي التقليدية والمسرح التقليدي) الممارسات الاجتماعية والطقوسية والأحداث الاحتفالية والصناعات التقليدية[2].

وهو يشمل كل ما يبتكره الإنسان ويستخدمه في تفسير سلوكه وأفعاله وتوجيهها ولكن بشرط أن لاتخرج عن نطاق عقله أو تفكيره ولذلك فهي تمثل جميع السمات الثقافية الغير الملموسة كالمهارات الفنية والمعايير والمعتقدات والإتجاهات واللغة وغير ذلك مما تتناقله أفراد المجتمع من جيل إلى آخر[3].

1- إيمان هنشيري: المرجع السابق، ص 100-101.

2- مهدية هامل: أهمية الموروث الثقافي الجزائري في تحقيق السياحة الثقافية، مجلة الحقوق العلوم الإنسانية العدد25، المجلد الأول، ص304.

3- التيجاني مياطة: دور التراث المادي واللامادي لمجتمع وادي سوف في تحديد ملامح الهوية الثقافية وتكاملها، مجلة الدّراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 6، أفريل 2014م، ص 156.

فهو دائما غير واضح وليس ملموس ولكنه يلعب دورا هاما في سلوكنا وحياتنا اليومية مثل الدور الذي تلعبه العادات والتقاليد والأعراف والقيم وغيرها[1].

تعرفه اتفاقية اليونسكو بشأن حماية التراث الثقافي الغير المادي بأنه الممارسات والتصورات وأشكال للتعبير والمعارف والمهارات وما يرتبطها من أدوات وقطع وصناعات حرفية وأماكن ثقافية التي تعتبرها المجتمعات والجماعات وأحيانا الأفراد من تراثهم الثقافي وهذا التراث الغير المادي المتوارث جيلا بعد جيلا تبدعه الجماعات والمجموعات بصورة من جديد بصورة مستمرة تتفق مع بيئتها وتفاعلاتها مع الطبيعة وتاريخها وهو ينمي لديها الإحساس بهويتها والشعور باستمراريته ويعزز من تم احترام التنوع الثقافي والقدرة الإبداعية البشرية[2].

وانطلاقا مما سبق ذكره في التعريف إلي أن الموروث الثقافي الغير المادي ينقسم بدوره إلى قسمين رئيسيين يرتكز عليهم هما:

القولي: يتمثل في الحكم والآمثال والأغنيات والحكايات والنكت والألغاز والدعوات والنداءات وأسماء المحلات وما يكتبه من كلمات وجمل وتعليقات على المناديل والثياب وجدان البيوت من الداخل وعلى الأبواب وشواهد القبو وغير ذلك.

أما الفعلي: فيتضمن الاحتفالات والأعياد والمناسبات من زواج ووفاة وولادة والرقص والألعاب والزيارات وأزياء الملابس وأثاث البيت وزينته[3].

خلاصة القول أن الموروث الثقافي عماده الثقافة المادية والغير المادية فهما مكملان لبعضهما ولا يمكن الفصل بينهما والاستغناء عن أحد عنصريه بل تجمع بينهما علاقة تأثر وتأثير في الأخر فهو غني بكل ما خلفه الإنسان سابقا وتماشت معه فهي حاضره وظل محافظا عليها ومتماسكا بها في

1- المرجع نفسه، ص 156.

2- مهدية هامل: المرجع السابق، ص 304، 305.

3- التيجاني مياطة: المرجع السابق، ص 156.

المستقبل، فهو بمثابة الهوية التي تمثل الشعوب بحث إذا زرن بلد ما لا نعرفه فإننا نحاول أن نكتشف فيه طابعه التقليدي الذي يزخر به حتى نكون فكرة عن ثقافة شعوبه وما يميزه.

4- خصائص الموروث الثقافي:

يتسم الموروث الثقافي بسمة الأصالة والعراقة فجذوره ضاربة في القدم كما أنه موجود مع وجود الإنسان الأول فاستطاع الموروث الثقافي أن يعبر بصدق عن الأحلام ومآسي وأمال الجماعات الشعبية،كما أن هذه الأخيرة تبنته بكل قدسية لأنه كان خير مثال في التعبير عن تجاربها المختلفة،فلقد عبر عن هوية المجتمعات لأنه صادر منها واليها فالموروث الثقافي الجزائري استطاع أن يعكس طبيعة الحياة الجزائرية بكل ايجابياتها وسلبياتها وفي المقابل تقبل الشعب الجزائري الموروث الثقافي لأنه حمل كل ما يتعلق به وبحياته، كما أنه يتسم بسمة التنوع والخصوصية ومن سماته:

العمل علي إبراز الخصوصية الثقافية والتنوع:

«فلخصوصية الثقافية تتمثل في اللغة علي نحو كبيرو في جميع أشكال التعبير الفني والمعايير والمعتقدات، والطقوس والسلوكيات الاجتماعية، وأنماط العيش المختلفة وأن الخصوصية هي أيضا خلاصة كل هذه العناصر التي تميز جماعة معينة وتتبلور ضمن ملامح مختلفة»[1].

ويقصد في قوله هذا أن الموروث الثقافي يمتاز بالخصوصية من ناحية اللغة أي أن لكل شعب لغة موروثة تميزه عن غيره وله بصمتها فيها وتعكس تفكيره

«أما التنوع الثقافي، فيتجلي في أصالة الهويات للجماعات والمجتمعات التي تشكل جزءا لا يتجزأ من المجتمعات الإنسانية. وحيث تعد الحقوق الثقافية حقا لا ينكر من حقوق الإنسان، فانه من حق كل فرد في المجتمع أن يتمتع بالقدرة علي التعبير عن نفسه والإبداع في جميع المجالات»[2].

1- الملتقي العربي للتراث الثقافي: وقائع الملتقي العربي للتراث الثقافي 6-08- فبراير /شباط 2018، الشارقة، الامارات العربية المتحدة.

2 – الملتقي العربي للتراث الثقافي: المرجع السابق.

نخلص إلي أن الموروث الثقافي متنوع لا يقتصر علي موروث واحد بل مختلف سواء من ناحية العادات فالتقاليد أو اللباس أو طريقة تحضير الأكل أو الاحتفالات بالمناسبات إلي ذلك من موروثات.

خاصية الجماعية: يتميز الموروث الثقافي بمجموعة من المميزات التي تجعله يختلف عن غيره من الموروث الثقافي الرسمي لعل أهمها الجماعية أي أن عامة الجماعات الشعبية تشترك في تبني هذا الموروث الثقافي علي اختلاف مشاربهم ،فالموروث الثقافي من إنتاج واستهلاك الجماعة الشعبية علي اختلاف انتمائها الاجتماعي والفكري فهو يشمل كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان ويمتاز الموروث الثقافي المعبر عن الجماعة الشعبية "بسمته الشمولية التي تطال جميع المجالات الإنسانية فيفرض العقيدة، والأخلاق، والسلوك والطباع ويعطي سمة بارزة تميز الشخصية العامة لهذا المجتمع عن ذلك فيمثل بذلك الهوية العامة له، وهكذا يختلف من مكان للأخر وفق اختلاف الظروف الزمانية والمكانية والبيئية والثقافية والعرقية لكل مجتمع"[1].

وعادة ما يكون هذا الموروث مزيج من الدين أو البيئة الجغرافية أو الأساطير والخرافات وغيرها كما أنه نلحظ غالبا أن الموروث الثقافي يحمل رسالة في عدم إتباع ما خلفوه الأسلاف من أمور تمس بديننا الحنيف وعدم التقليد في كل شيء، ويظهر هذا جليا في قوله تعالي: ﴿وإذ قيل لهم اتبعوا ما انزل الله قالو بل نتبع ما ألفينا عليه آباءنا أو لو كان آبائهم لا يعقلون شيئا ولا يهتدون﴾ [سورة البقرة الآية 170].

فالآية تثبت لنا شدة انغماس الناس في إتباع الأجداد بغض النظر إلي جهلهم وسلك طريقهم لذلك حذرنا الله من عدم جواز التقليد في أمور الاعتقاد التي تأثر علي الدين الإسلامي.

خاصية التوارث والانتقال: يرتكز الموروث الثقافي علي قاعدة رئيسية تتمثل في التوارث والانتقالية من جيل إلي آخر وهذا ما يميزه إذ يجعله مستمر وموجود في كل الأزمنة والأمكنة ،فقد استطاعت

1– الشيخ علي أحمد الجغيري: الموروث الاجتماعي وتحديات التغيير، مجلة رسالة القلم إسلامية– ثقافية –شاملة العدد 10، 08–12–2018م.

الجماعات الشعبية خاصة منها الجزائرية أن تزرع في أبنائها وحب التمسك بالموروث الثقافي وحث الأجيال القادمة تبنيه والعمل علي جعله عادة مقدسة فنجدهم يرتدون ملابس ذات طابع فلكلوري شعبي في المناسبات المختلفة ويعبرون عن أفكارهم بالأمثال والحكم الشعبية ،والأمهات يقصصن لأبنائهم الحكايات الشعبية بغية الاقتداء والتعلم.

وهكذا استطاع الموروث الثقافي بفضل سمة التوارث أن يضل موجودا في الساحة الشعبية علي مر مراحل مختلفة.

5- أهمية الموروث الثقافي:

للموروث الثقافي أهمية إنسانية واجتماعية، وعليه فان من المهم اطلاع الناس لاسيما الجيل الجديد علي موروثات تلدهم، فكل شعب ينبغي له أن يطلع علي حضارته وموروثاته لكي تعزز روحه الوطنية والإنسانية وتتحفز قدرته الإبداعية من خبراتهم ومهاراتهم لاسيما في مجال الإبداع الأدبي والفني والاستشهاد بالقيم السامية والنبيلة والسليمة التي كانت تسهم في حفل المجتمع أو المجموعة البشرية في حالة صحية سليمة، إلي جانب أن الاهتمام بالموروثات يسهم في تعزيز الحوار بين الثقافات واحترام الإنسان لنفسه وهويته وانتمائه الوطني وأسلافه وبلده.

إن عدم الاهتمام بالموروث الثقافي سيؤدي إلي حدوث قطع مع ذاكرته، حتى إذا ما ضاع الموروث عند البلد كأن لا ذاكرة له وهل يمكن للبلد والإنسان أن يستمر في الحاضر وصولا إلي المستقبل بلا ذاكرة وحيث أن هناك موروثا ثقافيا يشمل البلد كله فثمة موروثات خاصة بكل مكون من مكوناته ومن بينها الأقليات وهذه لمجموعتها تشكل وحدة واحدة، فان الاهتمام بها ضروري لتعزيز اللحمة والروابط الإنسانية والوطنية والحوار المتبادل والاحترام ولما يحافظ علي هويتها وخصوصيتها ولكن ضمن الهوية الإنسانية والثقافية والوطنية للبلد[1].

إن أهمية الموروث الثقافي تستوجب حمايته من الاندثار من خلال مجموعة من الوسائل والطرائق التي تحافظ علي المورثات من الحوادث كالغرق والسرقات والحرائق، ومن العوامل المناخية

1- أسماء محمد مصطفى: المروث الثقافي المادي والغير مادي للعراق وأهمية حمايته، شهر يناير 2014م.

كالرطوبة، ومن تقادم الزمن ومن الجهل أيضا والذي يؤدي إلي إتلاف بعض المورثات لعدم إدراك أهميتها وكذلك تجديد بعضها ولكن بأساليب لا تحفظ خصوصيتها وهويتها وتصنيع عليها أهميتها التراثية.

الفصل الثاني
الخطاب الإشهاري

1- مفهوم الخطاب:

أ- لغة:

الخطب: الشأن أو الأمر، صغر أو عظم وقيل هو سبب الأمر يقال ما خطبك ؟ أي ما أمرك؟ ونقول هذا خطب جليل وخطب يسير، والخطب: الأمر الذي تقع فيه المخاطبة والشأن والحال ومنه قولهم جل الخطب أي عظم الأمر والشأن[1].

ب- اصطلاحا:

وانطلاقا مما توصل إليه بحثنا عن تعريف نستطيع إسقاطه على الإشهار عبر العصور وجدنا مجموعة من المفاهيم التي أطلقت عليهم:

هو مواجهة الآخرين بكلام قد يكون على شكل رسالة أو محاضرة، أو تسجيل أو نص معين، وقد يتعدى الكلام إلي الرموز وتتنوع أشكاله، فمنه اللفظي الذي يستخدم اللغة الأم كأداة له، وغير اللفظي الذي يستخدم العلامات والإشهارات والإيحاءات ويأتي هذا المصطلح مرادفا لكلمات كثيرة الكلام، واللغة والرسالة والحديث، والأطروحة والنص القول والسرد ويعرفه البعض علي أنه رسالة يقدمها مرسل ويستقبلها متلقي[2].

والمفهوم التالي من المفاهيم المختصرة والجامعة والمانعة للإشهار:

الخطاب يعبر عن رسالة معدة مسبقا بإطار محدد، وذو تركيب متناسق[3].

1- ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، طبعة1، 1997م، مادة [خطب]، ص 361.

2- محمد خليل الرفاعي، فلك منيرة، محمد علي الحبشي: أساليب تحليل النصوص من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020م، ص 125.

3- برهن محمود الدريني: الخطاب الإعلامي الأمريكي الموجه للعراق، رسالة ماجستير، بغداد، الجامعة المستنصرية، 1997م، ص 18.

2 – الخطاب الإشهاري:

الخطاب الإشهاري من أقوي وسائل التواصل الفاعل داخل المجتمع، حيث يرتبط بمعنى الإعلان والإفصاح من حيث صار معلوما لدى عامة الناس، حيث يعمل على التأثير في مواقفهم وسلوكا تهم بنقلهم أفكارا وعبارات مختارة معبرة.

إنّ الخطاب الإشهاري يعد من الخطابات التي تندرج في إطار الممارسات الثقافية كالخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري[1].

أي أن هذا القول يهدف إلى تصنيف أو تحديد مجالات الخطاب الإشهاري.

هو أداة اتصال بالجمهور المستهلك والعمل على إقناعه، إلا أن هذا الاتصال يكون مبنيا وفق منهج مبرمج بعيد عن كل مجازفة واندفاعية مما جعل بعض الباحثين يعدونه إستراتيجية أبلاغية قائمة علي الإقناع[2].

3– أنواع الخطاب الإشهاري:

يعتبر الإشهار نشاط إعلامي تواصلي عبر مختلف الوسائل الإعلامية منها المكتوب المسموع السمعي البصري، فهو متنوع ومتعدد الأشكال، يقتضي وسيلة معينة للتأثير على المتلقي، قد يوظف فيه مكونات لغوية، صوتية، تصويرية وغيرها قصد استمالة المتلقي والتأثير فيه.

– الإشهار المسموع:

وهو الذي يصلنا محتواه سماعيا في المحاضرات والإذاعات والندوات والخطب وتعتبر الكلمة المسموعة من الوسائل القديمة التي استخدمها الإنسان للإشهار وأهم ما يميزها هو طريقة الأداء والتعبير ويلعب الصوت دورا جد هام للتأثير علي الملتقي لم يحمله من خصوصية في التنغيم ونبر

1– حليم نور الدين: أنماط الخطابات الإشهارية في الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.

2– الموقف الأدبي: مجلة أدبية شهرية يُصدرها اتحاد الكتّاب العربي في سوريا، السنة 43، العدد 517، آذار 2017م، ص19.

وجهر وهمس إضافة إلي عنصر آخر يمكن اعتباره خارجي وهو الموسيقي التي تمنح الصوت طاقة كبري علي التأثير والإيحاء والوهم والتخيل واستمارة الحلم[1].

– الإشهار المكتوب:

ويتخذ وسيلة له الصحف والمجلات والكتب والنشرات والتقارير والملصقات علي جدران المدن أو في ساحاتها العامة حيث يكثر الناس وذلك ما نلاحظه من صور لزجاجات العطر أو أنواع الصابون أو الساعات ....الخ. حيث أن الإشهار المكتوب يتمثل في الإعلانات المطبوعة وهي الأقدم علي الإطلاق بين فنون الإعلان وهي إعلانات الصحف والمجلات والدوريات والملصقات.

والإعلانات غير المباشرة ومنها الكتيبات والمطويات التي ترسل بالبريد إلي أشخاص بعينهم، الإعلانات الخارجية، إعلانات الشوارع والمعارض علي جوانب الحافلات العامة[2].

– الإشهار السمعي البصري:

وسيلته الأساسية التلفزة ويتم بالصورة واللون والموسيقي وطريقة الأداء والحركة والموضوع، فهو إن صح التعبير عبارة عن ميكرو فيلم يتعاون علي إنتاجه وانجازه فريق وعمل متخصص في الإخراج والديكور ووضع الأثاث والحافلات والتجميل والإضاءة والتسجيل وضبط الصوت والتركيب والتمثيل[3].

وعليه فان أنواع الخطاب الإشهاري تختلف حسب أداة الاتصال المستعملة للوصول إلى الجمهور (المتلقي) بغية التأثير فيه بحيث أن أداة وسيلة الاتصال هي التي تحدد نوعية الخطاب الإشهاري إذ كان مسموعا أو مكتوبا أو سمعيا بصريا.

1- مجلة جيل للدراسات الأدبية والفكرية، العدد 3، أيلول سبتمبر 2014م، ص 103.

2- بشير إبرير: مقال بلاغة الصورة وفاعلية التّأثير في الخطاب الإشهاري (نظرة سيميائية تداولية).

3- مجلة الموقف الأدبي، العدد 411، تموز 2005م.

4- الخطاب في الثقافة الغربية:

حيث عرف هاريس الخطاب بأنه ملفوظ طويل أو هو متتالية من الجمل تكون منغلقة ،يمكن من خلالها معاينة سلسلة من العناصر بواسطة المنهجية التوزيعية، وبشكل يجعلنا نظل في مجال لساني محض، حيث قال هاريس عن مصطلح الخطاب "إن الخطاب منهج في البحث في أي مادة مشكبة من عناصر متميزة ومترابطة في امتداد طولي سواء أكانت لغة أم شيئا بالغًا، ويشمل على أكثر من جملة أولية، إنها بنية شاملة تشخص الخطاب في جملته أو أجزاء كبيرة منه[1].

5- الخطاب في الثقافة العربية:

حيث عرفه محمد علي التهانوي الخطاب بأنه الكلام اللفظي أو الكلام النفسي الموجه نحو الغير للإفهام.

كما يشير باحثون إلي أن الخطاب معالجة تفصيلية لموضوع خاص.

أما الخطاب عند محمد علي عابد الجابري فهو بناء من الأفكار إذ تعلق الأمر بوجهة نظر يعبر عنها تعبيرا استدلاليا وإلا فهو أحاسيس ومشاعر ،فن أو شع يحمل وجهة نظر (وهو هذه الوجهة من النظر مصنوعة في بناء استدلالي أي استعمال مفاهيم ولابد من إقامة علاقات معينة)[2].

6- أسس الخطاب الإشهاري:

توجد هناك مجموعة من الأسس التي يعتمد عليها بناء الخطاب الإشهاري وهي:

* **التأثيرات:** فهي من الأسس الأولى للخطاب الإشهاري، إذ تساهم في جذب الأفراد سواء عن طريق الأفعال، أو الكلمات من أجل التعرف على المنتج، تختلف أنواع التأثيرات المستخدمة في الخطاب الإشهاري، فمنها ما يكون لتوضيح مميزات المنتج أو الفوائد التي يقدمها لمستخدميه أو توفيره بسعر مقبول للجميع،حيث يعتمد نجاح هذه التأثيرات على عاملين رئيسين وهما:

1- محمد خليل الرفاعي: المرجع السابق، ص 135.

2- المرجع نفسه، ص 134.

* **العوامل النفسية الفسيولوجية:** هي التي تؤثر على الأفراد من خلال الاستعانة بأشكال وألوان المنتجات المقدمة عن طريق الإشهار، فكلما كانت مؤثرة على فسيولوجيا الفرد ،ساهم ذلك في تشجيعه للحصول عليها.

العوامل النفسية الطبيعة هي التي تؤثر على الأفراد من خلال الطبيعة الخاصة في المنتجات فعندما يحقق المنتج حاجة أساسية عند الأفراد، عندما يقومون بشرائه.

* **محاكاة طلبات وأذواق الأفراد:** تعتمد على صياغة الخطاب الإشهاري بما يتوافق مع الطلبات الخاصة للأفراد، والتي تساهم في توفير طلبات الأفراد، مما يؤدي إلى تفاعلهم مع الخطاب الاشهاري[1].

* **استخدام الإقناع:** من الأسس المهمة في الخطابات الإشهارية، لأن الإقناع يعتبر من الوسائل المؤثرة على الأفراد، فمن المهم استخدام الجمل والكلمات والمفردات التي تساهم في تعزيز قناعتهم في الحصول على المنتج، أو الخدمة المطروحة من خلال الخطاب الإشهاري.

* **تطبيق العروض التسويقية:** مجموعة من العروض التي تعتبر شريكا للدعاية في الإشهار، إذ كما يتم الحرص على الإعلان عن المنتجات الجديدة، من المهم تقديم عروض تسويقية معها تساهم في تشجيع الأفراد للحصول عليها[2].

يساهم الخطاب الإشهاري في إقناع المستهلك باستخدامه عدة تأثيرات تجذبه بغية اقتناء المنتوج كما أنه يحاول دراسة أهم الأشياء التي يحتاجها الإنسان في حياته اليومية، ويستخدمها بكثرة بحيث لا تستقيم حياته بدونها ولا يستطيع القطيعة معها بأي شكل من الأشكال فهي بالنسبة إليه إدمان صعب التخلص منه.

7- وظائف الخطاب الاشهاري:

تعددت مجموعة من وظائف الخطاب الإشهاري نُجملها فيما يلي:

الوظيفة التشخيصية (التمثيلية):

1- عمر كوش: الصورة الإشهارية، الجزيرة، اطلع عليه نت، بتاريخ: 2021/05/10م، الساعة 15:45.
2- المرجع نفسه.

تتحول الموجودات الذهنية بفعل تجسيد الصورة للفكرة إلى موجودات عينية ملامسة للوجود الإنساني فيكون أكثر قربا واحتكاكا منها فتتولد لديه الرغبة في اقتنائها والإفادة منها[1].

الوظيفة الجمالية:

تهدف إلي إثارة ذوقا المتلقي بغية اقتراح انطباعه على الإنتاج[2].

الوظيفة الإيحائية:

تُعد الصورة الإشهارية تعبيرا يغازل الوجدان ويغذي التخيلات والأحلام، لأنّ هذه الوظيفة عالم مفتوح علي مصراعيه لكل التصورات والتأويلات وهي تحاور المشاعر ،وتوحي بمشاعر وأحاسيس تختلف في طبيعتها من متلق على الإنتاج[3].

الوظيفة التوجيهية:

تُعد الصورة في هذه الحالة فضاء مفتوحا علي كل الأصعدة والتأويلات، لذا تأتي في أغلب الأحيان مرفقة بتعليق لغوي ،قد يطول أو يقتصر بحسب الموضوع وحال المتلقي، حيث تحيلنا الصورة علي قراءة النص الذي يثبت فيه المعلن أفكاره وحججه[4].

الوظيفة الدلالية:

إنّ الوظائف السابقة الذكر تتضافر جميعا لإنشاء عالم دلالي معين وهذه الدلالة تأتي نتيجة التأمل الذي أثبتته الصورة لدي المتلقي[5].

الوظيفة المرجعية:

1- سعيد بنكراد وآخرون: إستراتيجية التواصل الإشهاري، دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا، (دط)، 2010م، ص56.
2- الموقف الأدبي: المرجع السابق، ص 19.
3- المرجع نفسه، ص 19.
4- مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 30، سبتمبر 2017م، ص 101.
5- الموقف الأدبي: المرجع السابق، ص 19.

هي أساس كل تواصل لذا تتجدد العلاقات بين الرسالة والشيء أو الغرض الذي يرجع إليه وهي أكثر وظائف اللغة أهمية في عملية التواصل نفسها في حين لا تلعب الوظائف الأخرى سوي دور ثانوي[1].

ونَخلص إلى أنّ الوظيفة المرجعية تعلب دور بارز أكثر من الوظائف الأخرى.

حيث نجد بأن الخطاب الإشهاري يلعب دورا هاما في تأثيره علي الملتقي من خلال ما يتركه في نفسه وذلك من خلال هذه الوظائف الست التي تمثل أساسا مهما في محفزات ومؤثرات تجعله يبني أفكار جديدة تدفعه لمعرفتها خاصة قي تجسيد هذه الأفكار وتمثيلها وهي تعتبر من جذع الخطاب الاشهاري التي تساهم في إبهام المتلقي بما يشاهد أو تمييز المنتوج عن غيره ودفعه لاقتنائه.

8- أهداف الخطاب الاشهاري

يهدف الخطاب الاشهاري إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- تأمين الدعاية اللازمة من أجل الحصول على المستهلكين والعملاء المناسبين لنجاح تقديم الخدمات أو بيع السلع التي تنتجها الشركة وتطرحها في الأسواق.

- المساهمة في تخفيض تكاليف الإعلان، من خلال صياغة مجموعة من الأفكار المستحدثة التي تساعد على استقطاب المستهلكين بالاعتماد على العديد من الوسائل الحديثة والإبداعية في التسويق للمنتجات.

- الاستعانة بآراء المدراء والخبراء في مجال التسويق والإشهار مما يساهم في وضع الخطط الإستراتيجية المناسبة لتطبيق الخطاب الإشهاري، والمساعدة في تحقيق هدفه.

- دعم تطور المؤسسات والشركات وإنشاء مجموعة من التحالف بينها يساعد ذلك في زيادة حجم الاستثمارات وتطوير الأداء الوظيفي لها الذي ينعكس ايجابيا على نسبة طلب المستهلكين للسلع والخدمات.

1- سعيد بنكراد: المرجع السابق، ص 57.

– تعزيز مصداقية الشركة قي ظل المنافسة مع الشركات الأخرى، لأن الخطابات الإشهارية عموما تستمد الدعم الخاص بها من خطط العمل التي يتم التخطيط لها مسبقا من خلال فترة زمنية معينة، فعندما تعلن الشركة عن أفكار حقيقية وقابلة للتطبيق عندها تستطيع النجاح في عملها.

حيث يهدف إلي إيصال المعلومة إلي أكبر عدد من الأشخاص خلال فترة زمنية قصيرة بهدف الترويج وزيادة الوعي عند الجميع مثل الدعاية لتسويق لسلعة معينة التي تهدف إلي زيادة عدد المبيعات للشركة المروجة ولأن الخطاب الإشهاري مخطط له مسبقا ومكتوبا فانه يدل علي المصداقية في الخطاب، فعندما تعلن شركة ما عن أفكار سهلة التطبيق وحقيقية فإنها تكسب رضا الناس وتزيد نسبة الإقبال عليه وتزيد نسبة الاستثمار لديه والهدف العام والشامل للخطاب الإشهاري هو بناء قاعدة جماهيرية واسعة وملائمة محتوى الخطاب لرغباتهم[1].

1– دانة الوهادين: آخر تحديث 13:55، 2017/01/11م.

الفصل الثالث

توظيف الموروث الثقافي في الخطاب الإشهاري

يبرز لنا الملصق البيئة الصحراوية الجزائرية بشساعتها ورمالها الذهبية، سمائها الزرقاء الصافية مع جبال الأهقار في الخلفية وأحد رجال الطوارق ،ذوي البشرة السمراء بزيه التقليدي التراثي الصحراوي المتكون من اللثام باللون الأبيض والقميص أو القندورة الصحراوية بلونها الأزرق السماوي في جلسة تقليدية يقوم فيها بإعداد الشاي بطريقة تقليدية، حيث نجده يسكبه من وعاء إلى آخر فيما يسمى بعملية تقطيع الشاي وهو يرصف مجموعة من الأكواب الزجاجية أمامه بهدف توزيع الشاي .

عندما يعانق شاي رمال الصحراء زرقة البحر

1- سيميائية الصورة:

مما لا يرتقي إليه ظل ظليل من الشك أننا أصبحنا نعيش في عصر الثقافة ما بعد المكتوبة عصر الصورة ويتجلى ذلك في شتى أشكالها بمختلف معانيها بدأ بالصورة التلفزيونية والسينمائية وصولا إلى صورة في مجال الإشهار حاملة أهدافا ورسائل كخطاب طاغ يصبر عن حياة الإنسان المعاصر في أفكاره لتبادل التواصل مع المتلقي باعتباره مستهلكا من أجل تسويق المنتوجات التجارية والتشهير بها ومالها من أثر على قيمة المنتوج ،فلقد تطورت الصورة من صورة صماء إلى صورة رمزية ذات إيحاءات ودلالات عند تعرية مضامينها المضمرة.

"فالصورة بالتحديد وليدة إدراك بصري ،فان تمثيل الأشياء داخلها يعود إلى تحويل أنطولوجي لماهيات مادية وتقديمها على شكل علامات ".[1]

فهي عبارة عن علامات بصرية لغوية غير لسانية تحمل عدة مدلولات.

"والصورة الإشهارية هي بالدرجة الأولى هي محاكاة تناظرية مفتعلة بين الشيء ومثيله الفوتوغرافي تمثل صيغة متتاليات تعبيرية غير قابلة للتقطيع ".[2]

وهذا يعني أنه لا يمكن الفصل بين مكونات الصورة الفوتوغرافية ،ومنه نجد أن للصورة دور فعال في إيصال الفكرة وتسويق المنتوجات المختلفة بل إننا نجد أن الصورة أبلغ من ألف كلمة بحيث يمكن أن توصل للمتلقي مما عجز عنه الكلام .

كما أن للأيقونة (الصورة)أهمية كبرى في تعزيز مدلول الخطاب الإشهاري وهي متنوعة ومتغيرة في معناها ومحتواها ما يجعلها مجالا مفتوحا لتمثيل وإيصال فكرة صانع المنتوج والمدون له "وهي تهدف

1- سعيد بن كراد، سيميائيات الصورة الإشهارية والتمثلات الثقافية، إيفريقيا الشارق، دار البيضاء، المغرب، (دط)، 2006 ص 33.

2- قدور عبد الله ثاني سيميائية الصورة، معاهدة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم دار العرب النشر والتوزيع الجزائر، الطبعة الأولى، تاريخ النشر 2008 .

إلى الخروج بالقيم المجردة من خير الكمون إلى خير التجلي فتصبح واقعا ماديا محسوسا في ضوء ما ينتج من الصورة الإشهارية".[1]

ما يعني أن الصورة قبل أن تكون في مظهرها الأخير كانت عبارة عن تصور ذهني ومع التناسق بين المكونات البصرية أصبح لها بعدا ترويجيا ،فهي موجة للقراء عامة والسياح خاصة والمستهلك بصفة عامة بغية التعريف بأصالة المنطقة الصحراوية وما تزخر به وإبراز مقومات وأشكال السياحة الموجودة في المناطق الجنوبية والهدف من استخدام هذه الأيقونة هو جذب انتباه السائح وغرس انطباعات عن جمال الصحراء في ذاكرته.

فالصورة الإشهارية تسعى إلى بث وكشف مضمونها وتحديد شكلها البصري من خلال علاماتها والخطاب الذي يخيل إليه ،وهي لا توضع اعتباطا لجذب انتباه المستهلك فصانع الصورة والمروج لها عن أبعاد خفية تؤثر على نفسية المتلقي .

"فالهوية باب للوجود أو هي الوجود ذاته فهي تحيل على الفرد باعتباره هو ذاته من خلال صفات لا تكون لغيره، بل يتحدد مساره داخل مجرى زمني تقوده من لحظة الولادة إلى لحظة الممات ".[2]

وهذا ما نفسره من خلال الصحراوي والذي طالما يبحث عن هويته من خلال وجوده في الصحراء كمكان وجودي يعبر عن كونيته ووجوده ،فالذات الصحراوية لها هويتها الخاصة التي تميزها عن رجل يعيش في منطقة أخرى ونقصد بها مناطق الشمال فالذات والوجود يتحدان من خلال التمسك بالتقاليد والعادات والشبت بالموروث الثقافي الذي يعبر عن الهوية ما يجعلها موجودة وراسخة عبر الأجيال فالهوية بطريقة تعريفية بالإنسان حيث تميزه عن غيره بصفات لتجعل منه مختلفا عن الآخر.

1- عبد الرحمان الدايم، سيميائية الصورة في الخطاب الإشهاري، مجلة معارف السياحي، قسم الآداب واللغات السنة الثامنة العدد 15 ديسمبر 2013 ص 262.

2- سعيد بن كراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية إفريقيا الشارق، دار البيضاء المعرب، (دط)، 2006، ص 150.

يعد الإدراك البصري بؤرة تجليها من خلال الكشف عن ألوانها وشكلها فهي عبارة عن مضمون بصري لساني له وظيفة إبلاغية .

"فالصورة الإشهارية ليست مجرد وصف لمنتوج فقط بل تتعدى إلى تحديد علامات أنماط السلوك "[1].

وهي أيضا مرتبطة بقاعدة مثلى للفعل وهذا ما نلمسه من خلال دراسة الصورة الإشهارية التي تحمل مدلولات مختلفة ما يجعلها تتعدى الوصف الظاهري للمنتوج وتلك الوظيفة الترويجية له،التي عادة ما تكون مرتبطة بالنسق الثقافي والتركيبة الاجتماعية ،وليس الغرض منها الربح فقط بل تشجيع على السياحة والتشبث بالهوية والأصالة ،فالصورة قد تعبر عن نمط المعيشة وسلوكات الفرد داخل مجتمعه كما تعد وظيفة اتصالية بين المنتج والمستهلك ،فالوحدات المتكونة لها هما المتحكمين في عملية إنتاج المعنى.

2- سيميائية الشخصية:

لم يقتصر ظهور الشخصية في السرد والرواية ،بل تعدى ذلك إلى الملصقات الإشهارية وهذا ما سنحاول إظهاره من خلال دراستنا هذه .

"يتميز الطوارق عموما بطول قاماته حتى يبدو بعضهم وكأنهم عمالقة حقيقيون ضعاف البنية الجسمية عصبيون عضلاتهم كأنهم نابض حديدي بيض البشرة في مرحلة الطفولة غير أن الشمس تغير ألوانه مع الوقت وجوههم تشبه الصنف القوقازي الوجه بيضاوي طويل عند البعض ودائري عهد البعض الأخر عريضي الجباه سود العيون لكنها عند الأشخاص بلغو سن الأربعين من العمر تظهر محجوبة ومظلمة صغار الأنف أفواههم متوسطة وشفاههم رقيقة ولهم أسنان بيضاء جميلة"[2].

1- سعيد بن كراد: المرجع السابق، ص 36

2- خليفي عبد القادر: مجتمع الطوارق الجزائر الخصوصيات الأنثروبولوجيا والسوسيو الثقافية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية العدد 13، جويلية 2017، ص 246.

فالصحراوي له بنية جسدية تميزه عن الأخر وطبيعة المنطقة التي يعيش فيها جعلته يتمتع بصلابة لمواجهة الحر الشديد وقصاوة البيئة الصحراوية، ودراستنا للشخصية تظهر أن المتأمل للصورة الإشهارية من الوهلة الأولى يلحظ أن هذا الرجل ينتمي إلى المجتمع الصحراوي وهذا ظاهر من خلال لباسه وهيئته فهذا اللباس خاص بالثقافة الصحراوية المتمثل في اللثام والعمامة والدراعة ويظهر أنه من مجتمع الطوارق تحديدا.

فطوارق الصحراء هم الموجودون في الجنوب الجزائري ومنطقة فزان بليبيا واهم قبائلهم "الهوقار أو كل أهقار"ولفظة البادئة كل تعني "أهل "أو "أولاد"وأيضا كل اجرفي صحراء الجزائر وبالتحديد بمنطقة جبال الهقار،ثم ايمنغاسن وأوراغن، وكل اجرفي فزان وسكان مدينة غدامس الليبية عند نقطة الحدود مع كل من تونس والجزائر[1].

إن للتنشأة الاجتماعية تأثير فعال على نوعية اللباس الذي يرتديه الفرد وهذا ما جعل المجتمعات على اختلافهم تتفرد بخصوصيات لباسها التي تميزها عن غيرها،فرغم أن المجتمع الصحراوي جزء من المجتمع الجزائري الا أنه متفرد في لباسه ويتمتع بخصوصيته ،فهذا اللباس يعبر عن هويته وكذلك تأثير البيئة يساهم بشكل كبير في تحديد نوعية اللباس التي يرتديها الإنسان ويشعر فيها بأريحية وتجلى ذلك من خلال لباس الطوارق المتمثل في اللثام الذي يطلق عليه في لغة التمهاك التي يتحدثها الطوارق التاجلموست، وهو عبارة عن قطعة من القماش اللامع عند النبلاء أو الأبيض عند الأتباع وعادة يصل طول اللثام إلى أربعة أمتار ونصف.[2] taguelmust

فلقد تعددت الأقاويل حول وضع اللثام عندهم ولعل الأرجح راجع إلى حادثة تاريخية تقول إن رجال احدي قبائل الطوارق خرجوا مرة في مهمة وخالفهم العدو إلي مضاربهم التي لم يكن بها إلا النساء والأطفال ،وكان في الحي عجوز حكيم فزعت إليهم النساء فنصحهن بان يرتدين ملابس

1خليفي عبد القادر ،مجتمع الطوارق الجزائر الخصوصيات الأنثروبولوجيا والسوسيو الثقافية ،مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية العدد 13 ،جويلية 2017 ص 246

2مرجع نفسه ص248

الرجال ويتعممن ويحملن السلاح ففعلن وفجأة عاد رجال الحي فظن العدو أنه وقع بين جيشين وانهزم وفر، ومنذ تلك الواقعة أصبح الرجال يرتدون اللثام بشكل دائم[1] .

منذ ذلك الحين أصبحت المرأة تكشف عن وجهها اعتزازا ببطولتها ،أما الرجل أصبح يغطي وجهه من عار الفضيحة ،ومن خلال ما قدمته المرأة حيث أصبحت المرأة قيادية في المجتمع الصحراوي لكن لا يعني ذلك أن الرجل ليس له دور في مجتمعه ،فهو يعبر عن نسقه الثقافي من خلال لباسه ،فان جئنا لوصف هذا الرجل الطارقي نجده في وضعية جلوس يغطي رأسه بالعمامة ويخفي نصف وجهه باللثام ولا يظهر سوي عينيه وأنفه ويرتدي الدراعة الصحراوية.

فالدراعة هي لباس رجالي صحراوي يحمل بعض الزخارف الملونة له فتحتان واسعتان الأيمن والأيسر فيكون لونها أزرف أو أبيض اللون ويلتحف بها سكان الصحراء سواء في حياتهم اليومية أو في الأعياد والمناسبات يرتدون في الغالب قميص وسروال "العرب الفضفاض".[2]

من خلال هذا الملصق نجد أن هذا الرجل يرتدي هذا النوع من اللباس الواسع يرتديه علي مدار الفصول.

من خلال هذا الملصق نجد أن هذا الرجل يرتدي هذا النوع من اللباس الواسع يرتديه علي مدار الفصول.

أما بالنسبة إلي لون البشرة سنجد في كتاب "أصل الإنسان "كتب دروين يقول "نعلم أن ...لون البشرة يعتبر لدي البشر علي اختلاف أجناسهم عنصر بالغ الأهمية لجمالهم وربما لأسباب واضحة اعتبر المصريون أنفسهم من أعضاء العرق الأحمر، واستخدموا مساحيق زينة حمراء، وبالغوا في

1- الطوارق أو الشعب الأزرق، مجلة فكر الثقافية نشر بتاريخ 2018-2-12-11:3:5.

2- فيبر بيرين: الألوان والاستجابات البشرية، ترجمة صفية مختار، مؤسسة هنداوي سي أي سي للطباعة والتوزيع (د ب)، (دط)، 2017، ص13.

استخدام اللون وتصوير أنفسهم. وكان لون الأصفر لون الأسيويين، وكان اللون الأبيض لون الشعوب الشمال، اللون الأسود (الأسمر) الزنوج"[1] .

فالاختلاف في لون البشرة سائد في مختلف المجتمعات فلكل منهما لون يميزه عن غيره.

فعند التأمل في لون البشرة من خلال هذه الومضة نجد أن أهل الصحراء يمتازون ببشرة داكنة تميل إلي السواد نتيجة لأثر البيئة الحارة علي بشرة الإنسان الحساسة التي تتأثر بالعوامل الخارجية، وبالرغم من أن سكان الصحراء عند ولادتهم تكون بشرتهم بيضاء ،لكن الطبيعة القاسية ساهمت إلي حد كبير في تحديد لون البشرة، فالحرارة الشديدة لها آثار علي جسم الإنسان ولهذا يزداد هذا اللون إلي العمق من أجل اكتساب مناعة والعيش بأريحة والتأقلم مع المحيط الخارجي الذي يمثل جزءا من حياتهم وحياة أبائهم وأجدادهم ولهذا وجب المحافظة علي موروثهم الثقافي بالرغم من صعوبة المناخ، وعند تسليط الضوء علي الرجل الموجود في الملصق الإشهاري نلحظ أن بشرته سمراء تميل إلي السواد ،وقد اكتسب اللون من طبيعة البيئة ،فالبيئة تأثر علي أصحابها فلون بشرته مثل لون يديه فالمناخ في الصحراء قاسي جدا لا يمكن لأي شخص خارج هذه البيئة أن يتعايش مع جو يسوده الحر الشديد، بل سوف يتعب جسميا ونفسيا لأنه غير معتاد علي بيئة أخري غير بيئته أما بالنسبة إلي مجتمع الطوارق فلقد تعودوا علي هذا المناخ، فهذا الرجل يحاول إعطاء صورة مثلية عن تحمله أشعة الشمس دون التذمر ،وتجلي هذا من خلال إعداده للشاي في النهار في الهواء الطلق، كما أنه متداول عن حرارة الشمس بالصحراء في النهار ليست كدرجة حرارة الليل.

فعند تأملنا في الصور يشد انتباهنا تلك النظرة الحادة للرجل الصحراوي وهو يعد الشاي فنظراته إلي الربيعة توحي لنا بمدي اهتمامه بهذه العملية العسيرة كما توضح لنا شغفه الكبير بالتراث والثقافة الصحراوية، وهذه النظرة الحادة امتزجت مع الجلسة اللافتة للانتباه حيث نراه متربعا علي الرمال وفي هذه إشارة بالتعلق بالموروث الثقافي والتشبث بعادات الأجداد فلهذه الجلسة بعد إنساني ومتعة نفسية وراحة جسدية .

1- فيبر بيرين: المرجع السابق، ص 13.

2-1-الشخصية بين المعاصرة والأصالة:

الرجل هنا يظهر أنه يلبس ملابس الصحراوي المحافظ علي أصالته، لكنه يواكب مستجدات العصر من خلال ارتداء الساعة في هذه اليسرى التي أضفت ميزة خاصة لتكون الساعة كرمز دلالي يحيل علي أن الصحراوي منفتح علي لواكب تغيرات عصره .

وفي المقابل يده اليمني تمسك الشاي ويقوم بعملية تقطيع الشاي وفي هذا لمسة تراثية فالرجل متشبع بعادات وتقاليد مجتمعه ،دون إحداث قطيعة مع العصر الحالي هذه الشخصية تصنع الشاي الذي يظهر من خلال هذا الملصق يغلب ويعد علي الجمر فيه تلميح علي تلك الثقافة المرسخة في نفسية الصحراوي ،مازالت في دون اللجوء إلي استعمال الموقد الذي يستعمله الرجل في المدينة ما يعني أن الحياة بسيطة وعفوية غير الحياة الموجودة في المدن الكبرى وهذا ما يجعل الإنسان بسيط يحضر الشاي من خلال استعمال النار بوسائل تقليدية، رغم بساطة الحياة إلا أن الصحراوي هو رجل قيم وكرم وجود وهذا كله متأصل ومعروف عن المجتمع الصحراوي.

2-2- شخصية الصحراوي وإعداد الشاي:

إنّ عملية تحضير الشاي تحتاج إلي جهد ووقت، فالشاي الصحراوي له لذة خاصة وخالصة بحيث تعتبر كثرة رغوة الشاي مرحلة أخيرة في تحضيره بشكل رائع ومتقن ولتحضيره يستلزم وجود وركة الشاي يتم وضعها في البراد أو إبريق بعد ذلك يتم سكب الماء المغلي عليها، ثم يتم وضعه علي الجمر حتى يغلي قليلا وبعد ذلك يسكب في كأس تسمي هذه العملية " بتشلال اتاي بعدها يضاف السكر وتضاف مادة أخري تسمى العلك أي الصمغ العربي في إحدى الكؤوس ويتم بتقليب الشاي وتسمى هذه العملية بالكأس الأول وتعاد نفس العملية في البراد الثاني والثالث وبذلك تكون قد تمت عملية إعداد الشاي "[1].

1- محمد الصافي شدرات: من عادات وتقاليد المجتمع الصحراوي بجنوب المغرب، العدد 41عادات وتقاليد.

فكيفية تحضير الشاي تختلف من منطقة إلي أخري، فكل شعب له بصمته الخاصة في إعداده وخير دليل علي ذلك الشعب الصحراوي وطريقته المتفردة في تحضير اتاي ويمتلك أواني خاصة به، نجد الطبلة والتي تتكون من الكيسان والبراد والمغراج والربايع والجمر .

"الطبلة الصينية مستديرة الشكل ولها ثلاث أرجل وغالبا ما تكون من الفضة والنحاس وللكؤوس نوع خاص في الصحراء ويطلق عليها اسم الواخ وهي كؤوس صغيرة الحجم وكذلك البراد (إبريق الشاي) ويصنع من مادة تسميمت ويوضع علي الجمر فقط.

الربايع وهي مكونة من ثلاثة عناصر مختلفة الحجم وفي القديم كانوا يستخدمون آنيتين فقط فالكبيرة تسمى الربيعة تستعمل لوضع شاي (الوركة).

المغرج و المجمر الأول على شكل إبريق كبير يستعمل لغلي الماء، والثاني مصنوع من الطين يوضع فوقه إبريق الشاي[1].

فالشاي رمز من رموز الإنسان منذ القديم وهو معروف بأوانيه الخاصة التي ظل الشعب الصحراوي متمسكا بها رغم تطور الصناعات التقليدية ولم يتخلى عنها كونها تمثل هويته وذاتيته، حيث يعتبر أداة نسج خيوط الانسجام بين أفراد المجتمعات ووسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي بين العائلات والأصحاب .

هذا المشروب طرأ عليه عدة تغيرات، حيث أصبح يصنع في المقاهي وبطريقة سهلة، لكن تبقي طريقة طهي الشاي الصحراوي على الجمر نكهة خاصة لا تضاهيها أي نكهة أخري ،كما أنه يستخدم أشياء طبيعية في إعداده مما تترك له شعور مميز عند تحضيره والاستمتاع بالمنظر الذي يحدثه هذا المنتوج عند تحضيره .

فالشاي متداول بكثرة عند الطوارق فهم يمتلكون خبرة عن جودة المنتوج ويرجح سبب تناوله بكثرة إلي عدة فوائد نذكر أهمها:

2- المرجع نفسه.

- يساعد علي التقليل من القلق والتوتر والضغوطات النفسية.

-يساعد علي عملية الهضم خاصة الأكلات الدسمة.

-كما يعمل أيضا علي تخفيف في الوزن وإذابة الشحوم الزائدة الموجودة في جسم الإنسان.

-يقي من الأمراض السرطانية ويزيل ألام الرأس.

فالمتأمل في الصورة يلحظ أن الرجل الطارقي أنه انتهي من تحضير الشاي وهو في المرحلة الأخيرة من إعداده، وفي جانبه الأيسر معدات الشاي والكؤوس وانية الشاي وفي جانبه الأيمن البراد الموضوع علي الجمر ،كما نلمس الواقعية في المنتوج فاستخدم الرجل الطارقي ممثل له فعملية تقطيع الشاي وانسياب الشاي من الأعلى إلى الأسفل مثل تلاعب الرياح بالرمال كما أن هذه اللحظة تعبر عن نمط المعيشة السائدة في الصحراء عندما يقوم الرجل بإعداد الشاي.

3- سيميائية المكان:

يعد المكان أقدم تاريخيا من الإنسان فهو رقعة جغرافية يقتنه العديد من الكائنات الحية "فالمكان مساحته ذات أبعاد هندسية أو طبوغرافية تحكمها المقاييس والحجوم ويتكون من مواد ولا تحدد المادة بخصائصها الفيزيقية فحسب بل هو نظام من العلاقات المجردة فيستخرج من الأشياء الملموسة بقدر ما يستمد من التجريد الذهني أو الجهد الذهني المجرد".[1]

فالمكان هو الذي مارسنا فيه أحلام اليقظة وتشكل في خيالنا ،فهو تاريخ الشعوب الغابرة التي تذكرنا وتبعث فينا ذكريات الطفولة،فالرسالة الجمالية للمكان ليس لها وظيفة بسيطة في نقل المعنى فقط ،بل لها قيمة في حد ذاتها فلقد تنوعت الومضة الإشهارية وتراوحت بين جمالية مكان الصحراء على المتلقي والاهتمام بوصف ورصد العلامات السيميائية للظاهرة الموصوفة (الصحراء) وبالتالي فهو يعمل على تحويل الصور(الأيقونة) للطبيعة الصحراوية إلى سنن خطية تخضع لأحداث النسق الحكائي في

1- نبهان حسون السعدي: تشكيل المكان في الخطاب، قراءات في السرديات العراقية المعاصرة عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2014 الطبعة الأولى 2015 م/ 1406هـ، ص 11.

بنيتها الشكلية ،ومن ثم شكل السماء والرمل صورة ذات أبعاد مكانية في تحديد الأنساق البصرية في بناء المكان الصحراوي ،فعادة الصحراء تتكون من رمال وخيم وإبل ،وهذه الأخيرة هي الوجه البارز في تشكيل صورة الصحراء ،ومن خلال هذا الملصق نجد مكان الصحراء كفضاء مفتوح لا تحده حدود فهو شاسع يمارس فيه الصحراوي طريقة تحضيره للشاي في الطبيعة المطلقة فالمكان هنا يحمل دلالة الهدوء ،والاستقرار النفسي والبعد عن سخب المدينة وضوضائها كما نلمس أيضا تأثير المكان على نفسية الإنسان ،فهو يساعد على تغير مزاج الشخص في هذه البيئة، بحيث نجد أن أغلبية سكان الصحراء يتمتعون بالانشراح لتأثير المكان عليهم في بنيته الجغرافية، فهو يحمل طابع التميز والغرابة عن غيره من الأمكنة الأخرى والمكان كبعد ثقافي يعبر عن خصوصية الصحراوي وأصالته كما أنه يهتم كذلك برصد مختلف الأبعاد الثقافية والاجتماعية لأصحاب المكان وهم شعب الصحراوي الذي يطلق عليهم اسم الطوارق الذين يمثلون صورة مشهدية متفردة استطاعت التعايش مع عالم جغرافي يتصف بالحرمان، وأيضا على رحابة صدورهم ومدى قدرتهم على التحمل والصبر فهو فضاء سياحي يحمل أيقونات مادية وأخرى مجردة، كما أنه يحمل ثنائية الصراع من أجل البقاء والكينونة، وكذلك أستخدم مكان الصحراء من أجل تغيير الصورة النمطية للمجتمع الصحراوي على أنه مجتمع متخلف لكن له أصوله وثقافته تميزه عن غيره.

كما يحتوي مكان الصحراء على الواحات وهي جزء أخضر ينبع بالحياة، توجد فيها بركة من الماء ومكان فيه أشجار والنخل والتمر، فتحس بأنها الرابط التي تجمع بين الصحراء والمكان العادي فهي تختلف عن التل ،وتتميز الصحراء بمنظر غروب الشمس الأجمل في العالم، حيث يعطي منظرا بصريا بالغ الجمال يستقطبه الزوار من كل بقاع العالم للتمتع بهذا المنظر.

4- سيميائية المنتوج:

يعد العنوان العتبة الأولى للولوج إلى المحتوى الملصق الإشهاري والسمة البارزة للتعريف للمنتوج

.

فالعنوان من الأشكال اللغة الإشهارية إحداث تأثير سريع،ومباشر وكفاءة العنوان وفعاليته كتوقف على درجة التناسق بينه وبين عناصر الإشهار الأخرى ،ويساعد العنوان على اهتمام المرسل إليه بأهم الأفكار الواردة في الرسالة الإشهارية، وفي هذا العمل تتبع الرسالة وفق التصميم الذي يختاره له محرره وهي الحصول على الانتباه وإثارة الاهتمام وخلق الرغبة في الحصول عن السلعة وأخيرا تقرير الشراء.[1]

فهو يلعب دور بارز في إعطاء لمحة عن المنتوج في الملصق الإشهاري ،كما يتم اختياره عن وعي وإدراك ،يحمل دلالة إشهاري وتسويقية وله وظيفة تنبيهية قصدية يقوم بها المنتج من أجل استقطاب المستهلك .

فالعنوان اختصار للحظة حسية و شعورية ،فهو ومضة زمنية لشيء أو مشروب وهو شاي رمال الصحراء عندما يتصادم أو يتجانس مع محيط أو جو مخالف له في كل تفاصيل حيث يحمل الشاي كل خصائص البيئة الصحراوية ،وتقلب به أحيانا مع البحر وجوه الرطب ولونه الأزرق الصافي المعاكس تماما لجو صحراء الجاف والأصفر مفارقة طبيعية ولونية اجتماعية لكنها ذات نكهة خاصة وغريبة في نفس الوقت .

العنوان عندما يعانق شاي رمال الصحراء زرقة البحر وأنت تسمعه أو تقرأه كأنك تجلس على الشاطئ وترشف كوب الشاي ،هذا الشعور الذي يمنحك إياه العنوان وهو عنوان جذاب من حيث الصوت والمعنى والتركيب .

نلحظ من الوهلة الأولى كلمة عندما يعانق مأخوذة من معانقة خاصة بالإنسان، حيث شبه الشاي بالشخص الذي يعانق البحر والرمال وهذان اثنين عنصران جامدان، وكان استخدامه قصدي لتكثيف الدلالة .

1- كلثوم مدقن: جامعة قاصدي مرباح، ورقلة الجزائر، وظائفها، أنماطها، خصائصها، مجلة الأثر، العدد 29 ديسمبر 2017م، ص150 .

فمصمم الومضة الإشهارية وفّق في اختيار العنوان من خلال ربط مدلولاته بمحتواها فجاء متناسق ومنسجم مع دلالات كلماته، حيث إذا تأملنا فيه نجد معاني كلماته متداخلة مع بعضها البعض فرمزية المكان التي تجمع بين الصحراء والبحر ينصبان في مصب واحد.

فالأماكن (الصحراء، البحر) المفتوحة يلتقيان في المدى البعيد اللانهاية من حيث الشساعة فهي توفر للإنسان الراحة فعندما يكون غير مرتاح يلجأ إليها لأن المدى البعيد تمنح الراحة والحرية وتساعد الإنسان على التفكير والاستجمام ،ويقصد بالبحر الإنسان الطارقي من خلال الاسم الذي يطلق عليه الرجل الأزرق فوجه الشبه بين البحر والإنسان الطارقي يتفقان في نفس اللون المتمثل في الأزرق ،يلتقي البحر مع الشاي في عنصر الذي يتكون كلا منهما والمتمثل في الماء ،فالبحر كم هائل من الماء كما لا يمكن للشاي أن يكون شاي إلا بتوفر الماء سمي هذا المشروب رمال الصحراء لأنه مشهور جدا في الصحراء ليس كباقي المناطق الأخرى حيث ينتجونه ويستهلكونه بكثرة لأن هذا المشروب يطفي العطش وبالتالي مناسب للسهرات .

تكمن دلالة العنوان من خلال الجمع بين الرمال الذهبية واللون الأزرق ،فجمع بين أصالة الحياة الصحراوية وانفتاح الحياة الساحلية فشكل نوعا من التجانس والتمازج الاجتماعي في كوب من الشاي .

5- سيميائية الألوان:

اللون من الظواهر الطبيعية التي تشد انتباه الإنسان فيؤثر في حياتنا بشكل كبير سواء من ناحية الفرح أو الحزن، كما أنه يحمل دلالات إنسانية مشتركة ،فاستعمال اللون في الخطاب الإشهاري قواعد وأسس ينبني عليها.

اللون: هو عبارة عن موجات ضوئية اهتزازية تدركها العين وهذه الموجات قد تقصر أو تطول ،وعليه فاللون هو أكثر من مجرد زخرفة أو زينة للعين ،انه النور وقد تجزأ إلي موجات متباينة الطول والاهتزاز[1].

5-1- سيميائية اللون الأبيض:

استخدمت الألوان لأغراض وظيفية ونفعية، كتحقيق الأمان، وزيادة من القدرة على التذكر وله قواعد وأسس ينبني عليها لكي يكون أكثر فعالية وتأثير في المتلقي، وتختلف دلالتها حسب شعوبها من بينها اللون الأبيض:

اللون الأبيض: في مجتمعنا العربي الإسلامي يرمز إلى الروح الايجابية والطهارة والصفاء والنقاء والإشراق والنور والتفاؤل والبراءة وتعلق المسلمين بهذا اللون في لباسهم وخاصة في موسم الحج ،وكان لواء الرسول صلي الله عليه وسلم يوم فتح مكة أيضا دلالة على السلام ولون أهل الخير والسعادة[2].

يحمل اللون الأبيض عدة دلالات فهو لون السلام والنقاء فمثلا عند العرب عند سماع خبر مفرح يقول أثلجت قلبي، أما عند قولها لشخص روسي يكون لهم تعبير غير لائق وذلك لمللهم من الثلج أيضا لاعتبار البيئة الصحراوية ساخنة.

ويرمز أيضا اللون الأبيض للفرح فهو عند المرأة الجزائرية هو يوم سعادتها لارتدائها فستان العرس الأبيض.

5-2- سيميائية اللون الأزرق:

1- كلود عبيد: الألوان دورها وتصنيفها مصادرها، رمزيتها دلالتها، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 1434هـ/ 2013، ص12 .

2- كلثوم مدقن: جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)، لغة الإشهار، وظائفها أنماطها خصائصها، مجلة الأثر، العدد 29/ ديسمبر 2017.

هو لون السماء لون البحر فعند رؤيتنا للبحر في حالته الطبيعية يكون سطحه أزرق فاتح حيث يبث الطمأنينة والهدوء في النفس ولكن كلما تعمقنا فيه زاد لون قتامه وكلما زادت قتامته يبعث فينا الخوف والرهبة .

فهو لون أيضا السماء في بداية النهار فكون لونها أزرق فاتح كلما تقدم الليل أصبح قاتم وهذا قد يلعب علي نفسية الإنسان عندما يكون في حالة جيدة نفسية سيمنح لهذا الليل الذي يحمل الهدوء والراحة وكلما ذاقت نفسه تعيس ويعيش بالوحدة والفراغ .

5-3-دلالة اللون الأصفر:

من بين الألوان الذي يستمد من لون دلالته من لون الذهب، أشعة الشمس وهو لون الرمال الذهبية بدوره يبعث للإنسان الشعور بالطاقة، وهو من أكثر الألوان بروزا وجلبا للانتباه كما أنه يوحي للغيرة .

ومن خلال هذا الملصق سندرس ما يلي:

5-4- دلالة اللون الأبيض والأزرق في الملصق:

يؤثر اللون في المتلقي قد يجذبه أو ينفره من اقتناء المنتوج إذ يعد اللون كعلامة أولي تثير انتباه المستهلك فاللون الأزرق يرمز إلي النقاء والصفاء ففي المعتقدات الدينية مرتبط بالطهارة ،ويدل علي الإحساس بالبهجة والانتعاش " فهو لون يساعد علي الهدوء والاسترخاء، وهو أحد الألوان الأساسية سواء المادية أو الضوئية وله دور محوري في جذب النظر وتركيز انتباه لدي المتلقي ،وكان له الدور الفاعل في هذه اللوحة حيث أن الملاحظ للصورة الاشهارية نجد أن اللون الأزرق طغي علي بقية الألوان المشكلة للصورة ،واللون الأبيض أيضا الموجود في الكؤوس واللثام والسماء وهذا من أجل كسر حدة السحب المجتمع في بقية الألوان الظاهرة في اللوحة وخاصة أننا نعرف أن اللون الأبيض هو حصيلة كل الألوان وهو يرمز إلي السلام كما أنه مجرد النظر إلي هذين اللونيين يحس الناظر بالانشراح والسكينة وهو من بين الألوان التي تضر بالعين إن طال النظر إليها .

5-5- تمازج اللون الأزرق مع الأبيض:

تمازج اللون الأزرق مع الأبيض نجد تناسق وتجانس بين لون الثياب الأزرق والسماء زرقاء والذي أخذ منه سكان المنطقة اسمهم الرجل الأزرق والذي يرتدي اللون الأزرق يستطيع غيره تميزه ضمن البيئة المحيطة (الرمال) بلونها الذهبي أو الأصفر حيث يصعب في العادة تمييز الأشخاص في هذه البيئة ،واللون الأزرق يعطي إحساسا بالبرودة وهي عادة منشودة في البيئة الصحراوية الحارة حيث يقوم لون الأزرق بعكس أشعة الشمس ما يمنح شعور منعش لصاحب اللباس .

5-6- دلالة لون الأبيض الفضي:

فإن لوني الفضي النحاسي لمعادن الفضة والنحاس حيث تعتبر الصحراء الجزائرية مصدر لهذين المعدنين إما مادة أولية أو حلي فتستخدم الفضة لصناعة الأواني ويدل هذين اللونين علي فخامة وأصالة الطارقي ونبل عرقه، حيث لا يستخدم المعادن في صناعة الأواني إلا في الحارات العريقة القديمة .

5-7- لون الدراعة:

هي قطعة قماش طويلة يلف بها الرأس وتستخدم كغطاء له ولها عدة ألوان الأسود والأبيض ،حيث يرتدي السادة اللون الأسود والخدم أو التابعين اللون الأبيض ،أما عن طريقة ارتداء العمامة فتلف طرف قطعة قماش على الرأس ويلف ما تبقي على الذقن،الفم والرقبة ، فطريقة ارتدائها لها دلالة معينة فان تنزل العمامة على الجبين قليلا تدل على حزن صاحبها أو خجله أو احترامه لشخص معين ،ورفعها قليلا على الجبين يدل على السعادة والغبطة ،واللثام الأزرق يقلل عملية التعرق وهو ما يقلل العطش والتعب والرجل الذي يظهر في الملصق مرتديا عمامة باللون الأبيض دلالة علي صفاء ونقاء قلبه وهذا ما يرمز له في العادة وما تعكسه لنا شخصية الصحراوي الذي يمتاز بالطيبة والكرم.

6 – دلالة اللون الأصفر في علم النفس:

حيث هناك عدة دلالات للون الأبيض منها في علم النفس الخاص بالألوان والذي تحدث عنه، فيوضح علم النفس أنه في مختلف الشعوب والثقافات الغربية أيضا ارتباط اللون الأبيض بحفلات الزفاف والمستشفيات ففي الغالب يقومون باستخدام اللون الأبيض لأنهم يرغبون الشعور بالنقاء والصفاء والنظافة، وكذلك الشعور بالهدوء والراحة.

فارتداء اللون الأبيض هو دليل علي الترف، كما أن الأشخاص الذين يقومون بارتداء اللون الأبيض فهم يميلون للاستحواذ على إعجاب الآخرين، كما يتمتع هؤلاء الأشخاص بصفة الأمانة والثقة ونقاء النفس والطيبة أيضا [1].

واللون الأبيض في الحضارات هو لون الطهارة والنقاء والصفاء ولون الطبيعة نقول قلب أبيض ،تختلف دلالة اللون الأبيض باختلاف الحضارات ،فعند العرب هو لون الفراغ الموت ،لون الكفن الأبيض ،أما عند الهنود فهو لون الحزن لذلك يرتدونه في جنائزهم وتلتزم الأرملة بلبس الساري الأبيض حتى وفاتها،في اليونان اللون الأبيض خاصة إذا تجاور مع الأزرق وهو المنظر الذي نجده في شواطئ اليونان حيث كل العمران ذات لون أبيض .

ومنه يحمل اللون الأزرق في علم النفس دلالات فهو يدل على الأمن الداخلي والثقة بالنفس كما يسعى إلى السلام والهدوء فوق كل شيء وتعزيز الاسترخاء الجسدي والعقلي كما أنه بحاجة إلى النظام والاتجاه في الحياة بما في ذلك المعيشة وأماكن العمل.

أما بالنسبة للون الأصفر في علم النفس فهو يزيد من نشاط العقل ويمنح النفس البشرية إحساسا بالحري ، كذلك الثقة بالنفس فالإنسان الذي ليس له ثقة في نفسه لا يحبه ويبتعد عن استخدامه، فهو يجمع هذا اللون الدفيء والمرح، كما يستخدم في عبارات الطب النفسي والمستشفيات المختصة في علاج الإجهاد العصبي ،حيث يقوي وينشط حركة الأعصاب في الجسم.

يعطي الطاقة في العضلات، ويرفع ضغط الدم ويزيد ضربات القلب، ويساعد على التخلص من الاكتئاب، ونجد أن الإنسان الذي يفضل هذا اللون صاحب شخصية قيادية يستطيع التفكير

1- ليلي جبريل: اللون الأبيض في علم النفس، آخر تحديث 25 أكتوبر 2005 .

بعمق وتوصيل أفكار بسيطة لكن من حوله، فهو لون الطاقة والحماس والأمل والمرح والبهجة، لون الاعتماد على الذات.

7- دلالة اللون الأزرق والأبيض في القران الكريم:

7-1- دلالة اللون الأزرق في القران الكريم:

نجد اللون الأزرق ورد في القران الكريم مرة واحدة وذلك لوصف حال العذاب والشؤم منها قصة قوم كفروا بالله وعاندوه لشدة ما أصابهم من الفزع والهول ، قال الله تعالي ﴿***يوم ينفخ في الصور ونحشر يومئذ زرقا***﴾[1].

وهناك عدة تفاسير لهذه الآية أن المجرمين يحشرون وعيونهم زرقاء أي وجوههم زرقاء،فالزرقة غير محددة عند العرب لذلك لم ترد هذه اللفظة كثيرا في الاستعمالات القديمة إلا في تعاير متداولة كالحمرة الزرقاء، الأسنة الزرقاء (الرماح ،الزرقاء)،ويقال نابه أزرق أي ماكر ومخادع ويقال يانهار أزرق ويراد به السواد.

7-2- دلالة الأبيض في القران الكريم:

ورد هذا اللون في تسع آيات كريمة التي وصفت وجوه أهل الطاعة كيف تكون.

قال الله تعالي ﴿**وأما الذين أبيضت وجوههم ففي رحمة الله هم فيها خالدون** ﴾[2].

وفي آية أخرى حيث تصف النبي يعقوب عليه السلام من شدة فراقه وحزنه على ابنه يوسف وابيضت عيناه من شدة البكاء.

قال الله تعالي ﴿**وتولى عنهم وقال يا أسفي على يوسف وابيضت عيناه من الحزن وهو كظيم**﴾[1].

1- سورة طه الآية 102.

2- سورة ال عمران 107.

وأعرض يعقوب عنهم، وقد ضاق صدره بما قالوه وقال يا حسرتا على يوسف وابيضت عيناه بذهاب سوادها من شدة الحزن فهو ممتلئ القلب حزنا ولكنه شديد الكتمان له .

وهناك أيضا خمس آيات كريمة تتحدث عن يد النبي موسى عليه السلام التي ضمها إلى جناحه فخرجت بيضاء من غير سوء نورا ساطعا تضيء ليلا يقول عز وجل: ﴿**ونزع يده فإذا هي بيضاء للناظرين**﴾[2].

هي بيضاء بياض نورانيا يغشى الأبصار .

كما تصف آية شراب أهل الجنة قال الله تعالي: ﴿**يطاف عليهم بكأس من معين بيضاء لذة للشاربين**﴾[3] .

يدار عليهم في مجالسهم بكؤوس حمر من أنهار جارية لا يخافون انقطاعها بيضاء في لونها لذيذة في شربها ليس فيها أذي للجسم ولا للعقل.

7- 4- دلالة اللون الأصفر في القران الكريم:

نجد اللون الأصفر في القران الكريم من خلال قول الله تعالي: ﴿**ثم يهيج فتراه مصفرا ثم يجعله حطاما**﴾[4]، وهو يقصد هنا أن الزرع فصار حطاب.

قال الله تعالى ﴿**إنها ترمي بشرر كالقصر كأنه حمالة صفر**﴾[5].

1- سورة يوسف الآية 84.
2- سورة الشعراء الآية 33 .
3- سورة الصافات الآية46.
4- سورة الزمر الاية 32.
5- سورة المرسلات الاية 32.

والصفار هنا هو لون الجمالة التي على الغالب حبال السفن الغليظة الصفراء، وفي الغالب تكون متجمعة في السفن لحين الحاجة وتشبيه الشرر بها بمعني أنه أصفر طويل ملتف أي متجمع على بعضه .

وقوله تعالى: ﴿**لئن أرسلنا ريحا فرأوه مصفرا لظلوا من بعده يكفرون** ﴾[1].

الآية تتحدث عن اصفرار الزرع قبل أوانه بفعل الريح، حيث توضح هذه الآية موقف الكفار الذين يجحدون النعمة في الخير وفي الابتلاء بالشر

8- دلالة الإضاءة:

تضفي الإضاءة علي الصورة بعدا جماليا وطابعا جوهريا يمكن من ولوج إلي الأذهان والأنفس بخاصة إذا كانت إضاءة طبيعية وكما هو ذائع بين الناس أن جمال الأشياء في طبيعتها.

فالإضاءة الطبيعية هي التي تأتي من مصادر ضوء طبيعية ومصدرها الرئيسي الشمس وهي الأكثر ملائمة فيزيولوجيا للإنسان، غير أنها تتبدل وتختلف باختلاف الوقت والفصل والموقع والبعد عن خط الاستواء وحالة الطقس[2].

فالإضاءة الطبيعية تلعب دورا هاما وبارزا في تحديد جماليات الصورة ولذلك ألفينا الصورة الإشهارية يعني عناية فائقة بشكل الإضاءة بقسميها الطبيعية والاصطناعية

كما أن الإضاءة الطبيعية أوفر من الناحية الاقتصادية وأفضل بالنسبة إلى تمييز الألوان، وهي مريحة من الناحية النفسية نظرا لتغير شدتها بمرور اليوم ولا تضر بالصحة ،ومصادرها لا تحتاج إلى صيانة

إن الإضاءة المستعملة في الملصق الاشهاري إضاءة طبيعية تعتمد علي أشعة الشمس ،فلقد استعمل الضوء بكثرة علي مستوي لباس لإبراز انتماء الرجل والاختلاف في العادات والتقاليد .

1- سورة الروم 51.

3- السميائي العابد محمود الاعتبارات البصرية وأسس دراسة الإضاءة عند تصميم المباني السكنية مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية المجلة الأولي 29 العدد الأول 2013ص 565

نلاحظ أنها تسليط الضوء علي الأواني المستخدمة لإعداد الشاي، فهي تحمل ميزة خاصة وتنفرد بشكل ولون يعطيها أكثر براقة بغية التعريف بالموروث الثقافي للرجل الأزرق والحفاظ علي زيهم الخاص بهم والتمسك به رغم العصرنة وتناقلها عبر الأجيال، فالإضاءة هنا استخدمت للتعبير عن الفرح والسعادة والهدوء وتبرز المشاهد التعبيرية عن دلالة الضوء ،حيث يرمز الضوء إلي الخير ونلمس ذلك من خلال تواجد شخص واحد في الملصق أمامه عدة كؤوس للدلالة علي إعطاءه وهذا ما يميز المجتمع الصحراوي عامة،فهو مجتمع يسوده الكرم والجود والذي مازال يتمتع بهذه الطباع الحسنة التي توارثها عن أجداده ،كما أن هذا الإكرام وحسن الضيافة يعلي من شأنه وحين قل وجود هذا الكم عند بعض المجتمعات فالفوتوغرافي لم يكن اختياره عشوائي للنهار عند التصوير لهذا المنتوج وذلك من أجل كشف الحقيقة بأدق التفاصيل ،ويحاول أن يذهب بخياله إلى الرغبة في معايشة هذه اللحظة، في النهار تكون أكثر وضوح من الإضاءة في الليل وخاصة أنه استخدم الشمس هنا كمحور للإنارة الضوئية وحتي يتمكن المستهلك من رؤية كل التفاصيل التي تجذبه ،فهو يحاول إقناع المتلقي عن روعة مذاقه واستقطاب السياح ،ويشير إلي كل ما هو رجالي نسبة إلي استقرار الأمني في الصحراء الجزائرية وحتى لا يشعر الزائر بالخوف وليطمأن قلبه وهذا من أجل تشجيع السياحة الصحراوية .

9- الحجم:

يعد الحجم المتوسط مناسب على الصعيد المحلي بسبب توفر المواد والورشات المختصة في تصنيع الملصقات الإشهارية، كما أنه مناسب من أجل جذب انتباه المستهلكين بسبب عدم توفر اللوحات الإشهارية الضخمة بعدد كبير في الجزائر وغلاء أجرها.

فلقد تعددت وتنوعت الأحجام الموجودة في الملصق الإشهاري من حيث توظيف أحجام طبيعية تمثلت في وجود بعض الأعشاب والأشجار وذلك للدلالة على قلة الغطاء النباتي الذي يسود هذه المنطقة بسبب المناخ والقحط وهذه الأحجام وردت بحجم صغير وجعلها الفوتوغرافي كخلفية للدلالة على الطبيعة الصحراوية، لكن كان بإمكانه أن يبرزها بشكل واضح لأنها ليست واضحة ،كما لا يمكن للإنسان العادي أن ينتبه لها ،غير أن هذه الأحجام لم تكن كافية بما فيه كفاية لإظهار

لمنطقة ،فهذه الأحجام الطبيعية لها بعد جمالي شاعري، أما الأحجام الصناعية طغت بكثرة ولقد ركز عليها الفوتوغرافي بشكل كبير لتخدم هذه الوضمة فنلحظ من خلال هذا الملصق التركيز على حجم الرجل الصحراوي ووضعه في الواجهة حيث يبدو أكبر من الحجوم حتى من الشاي نفسه من أجل جذب المشتري لأنه معروف في الثقافة الجزائرية على أنه أحسن أتاي هو التي الصحراوي، كما نلمس أيضا وضع هذا الرجل الأسمر في الواجهة لإيصال فكرة عدم التمييز العنصري في الجزائر والمساواة بين شعوبها كما ورد في القران على أنه لا فرق بين أبيض وأسود إلا بالتقوى وهذا سائد في المجتمعات الإسلامية، في حين نلحظ عند الشعوب الأمريكية لا يستطيعون وضع رجل ذو بشرة سمراء لوجود العنصرية بينهم يخافون من عدم بيع المنتوج ،أما بالنسبة إلى الأواني نلحظ أنه هناك تسلسل وتدرج عفوي في الأحجام من اليمين من الأصغر إلى الأكبر ،ومن اليسار من الأكبر إلى الأصغر لإضفاء لمسة سحرية في تعدد الأحجام، وحجم السماء الذي يزيد عن حجم الرجل فصور السماء صافية للدلالة على الشمس والحرارة في البيئة الصحراوية وندرة تساقط الأمطار، أما إذا تأملنا في الرمال لم يعطيها الفوتوغرافي حقها كما يجب، كان بإمكانه أن يعطيها قيمة أكثر في الملصق حتى تظهر البيئة الطبيعية بصورة أوضح.

فلقد جاءت هذه الأحجام متماثلة مع واقع المجتمع الصحراوي، كان الهدف من توظيفها هو إبراز الواقعية في المنتوج وليس توظيف خيالي لا أساس له من الصحة حتى يشعر المشاهد للخطاب الثابت بنوع من المصداقية وأنه هو المعني في الإشهار ،فالتركيز على الشخصية هو التعريف بجودة المنتوج من خلال لونه الذي يشبه لون الرمال وصفائه كصفاء السماء .

10- الشكل:

يعد الشكل هو المبنى الخارجي للصورة الإشهارية ،فقد يرد على شكل مربع أو دائرة أو مثلث،مستطيل، كما يحمل هو الأخر أبعاد أنتروبولوجية وعدة دلالات من بينها:

المربع الذي يرمز إلى الأرض في تقابلها مع السماء، فهو مرتبط بتكونه بالسكونية والثبات وقد يرمز في سياقات بعينها إلى الصلابة والدائرة ترمز مثلا الى الكلية الغير قابلة للتجزيء فالحركة الدائرية

مطلقة الكمال إنها لا تتغير وليس لها بداية ولا نهاية الأمر الذي يجعل منها رمزا للزمن الذي يتحدد كتتابع مسترسل وثابت لحركات متشابهة ،أما المثلث فيشير إلى العلاقات المنطقية ويحيل على الفكر والتركيز.[1]

فلكل من هذه الأشكال الهندسية دلالات مختلفة وأبعاد متباينة وتوظيفات متفاوتة حسب أهميتها.

يعتبر المستطيل من الأشكال الهندسية التي لاقت رواجا في شتى جوانب الحياة الإنسانية ولعل هذا يرجع إلى تلك الصلة الوثيقة بين المستطيل وفن الإبداع ويظهر هذا في تأطير الأبواب والنوافذ والطاولات والعمران ،بالإضافة إلى الكتب والمجلات وحتى الملصقات بأنواعها المختلفة بخاصة الملصقات الإشهارية، هذه الأخيرة نجدها تحوي في غالب الأحيان إن لم نقل دائما شكل المستطيل .

فالصورة الإشهارية التي نحن بصدد دراستها من الناحية الشكلية حدها مستطيل بغرض استمالة المتلقي واستقطاب نظره، فالمستطيل يمنح لنا رؤية واضحة بحيث يهتم بالتفاصيل الدقيقة والزوايا المبهمة، وبما أن هذا الشكل الهندسي يمتاز بامتداده فإن اعتماد الملصق الإشهاري عليه يبرز لنا شساعة الصحراء وفساحتها بالإضافة إلى إظهار حياة الحرية التي يحيا في خضمها الرجل الصحراوي، وهذا ما يستميل نفسية المتلقي فكل إنسان تتطلع نفسه للحياة الكريمة بعيدا عن كل ضيم، بالإضافة إلى هذا فإن المستطيل يعمل عمل السحر في تقريب الصورة وأخذ العبرة (الصبر، الجود).

1- سعيد بنكراد، سيميولوجيا الأنساق البصرية ،الصورة نموذجا الشبكة العالمية للمعلومات:
http ://*l*lwww.saidbngrad.net*louvlsca5.htm*:

خاتمة

بعد انتهاء هذه الرحلة البحثية التي حاولنا من خلالها الكشف عن الدور الذي يقوم به الموروث الثقافي في الخطاب الإشهاري، توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:.

- الموروث الثقافي يمثل جانب فكري و جانب حضاري وجانب خاص بالهوية.

- لم يعد يقتصر توظيف الموروث الثقافي في الرواية أو الشعر أو المسرحية،بل أصبح اليوم مع تطور العالم يتعدى إلى الخطاب الإشهاري مما يتسم به من تقنيات جديدة للتأثير في المتلقي.

- الغاية من توظيف الموروث الثقافي في الخطاب الإشهاري الحفاظ على الهوية لأنه يمثل الأصالة والمقومات الشخصية، والإنتماء وحب الوطن وكذلك الغيرة على موروث الأجداد.

- له تاريخ عريق يعبر عن ماض وحاضر ومستقبل الشعوب باعتباره متناقل بين الأجيال.

- يساعد الخطاب الإشهاري على عملية التواصل في الجزائر .

- تعددت غاية الإشهار من التسويق والترويج إلى جذب السياح والتعريف بالثقافة الجزائرية، فخروج الصورة من صورة صماء إلى صورة إيحائية معبرة لتحاول الصورة تقديم المنتوج في أحسن صورة من خلال وضعه في إطار جمالي.

- كان توظيف اللباس التقليدي في الإشهار من أجل إعطاء صورة لمجتمعات عن نوعية اللباس في منطقة الصحراء الجزائرية.

- كما اشتهرت منطقة الصحراء بميزة فريدة من نوعها في طريقة تحضير الشاي، وهذا ما تم توظيفه في الملصق الإشهاري، وتحقيق الربح المادي للشركة المنتجة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أوّلا: القرآن الكريم: رواية ورش.

ثانيًا: المصادر والمراجع.

1- ابن منظور لسان العرب دار صادر، بيروت طبعة الأولى1997 مادة خطب.

2- ابن منظور، لسان العرب الجزء التاسع مادة [هـ و ي]، دار الحديث القاهرة.

3- أسماء محمد مصطفي الموروث الثقافي المادي والغير مادي للعراق وأهمية حمايته 14 يناير 2014

4- التجاني مياطة، دور التراث المادي واللامادي لمجتمع وادي سوف في تحديد ملامح الهوية الثقافية وتكاملها مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية-جامعة الوادي العدد السادس – أفريل 2014.

5- الشيخ علي أحمد الجغيري :الموروث الاجتماعي وتحديات التغيير ،مجلة رسالة القلم اسلامية-ثقافية -شاملة العدد10،58 -12-2018..

6- برهن محمود الدليمي، الخطاب الإعلامي الأمريكي الموجه للعراق، رسالة ماجستير، بغداد الجامعة المستنصرية 1997.

7- بشير ابرير مقال بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الاشهاري (نظرة سيميائية تداولية)

8- سعيد بن كراد، سيميائيات الصورة الإشهارية والتمثلات الثقافية، إفريقيا الشارق، دار البيضاء المغرب، 2006 .

9- سعيد بنكراد وآخرون استراتجيات التواصل الاشهاري، دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا، 2010م.

10- فيبر بيرين: الألوان والاستجابات البشرية، ترجمة صفية مختار ،مؤسسة هنداوي سي أي سي للطباعة والتوزيع د، ب، 2017

11- قدور عبد الله ثاني سيميائية الصورة، معاهدة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم،دار العرب النشر والتوزيع الجزائر، الطبعة الأولى، تاريخ النشر، 2008

12- كلود عبيد: الألوان دورها وتصنيفها مصادرها،رمزيتها دلالتها، الطبعة الأول، بيروت لبنان 1434هـ/2013م.

13- محمد خليل الرفاعي، الأستاذة فلك منيرة ،الأستاذ محمد علي الحبشي أساليب تحليل النصوص من منشورات الجامعة الافتراضية السورية 2020.

14- مني الحديدي :الإعلان الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة،مصر د ط 1999.
15- مهدية هامل، أهمية الموروث الثقافي الجزائري في تحقيق السياحة الثقافية،مجلة الحقوق العلوم الإنسانية العدد25،المجلد الأول.
16- نبهان حسون السعدي ،تشكيل المكان في الخطاب ،قراءات في السرديات العراقية المعاصرة عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع 2014 الطبعة الأولى 2015 م،1406هـ.

ثالثًا: المجلات والمقالات والملتقيات.

17- الطوارق أو الشعب الأزرق، مجلة فكر الثقافية نشر بتاريخ 2018-2-12-11:3:5
18- الملتقي العربي للتراث الثقافي ،وقائع الملتقي العربي للتراث الثقافي 6-08-فبراير /شباط 2018.الشارقة .الامارات العربية المتحدة .
19- الموقف الأدبي، مجلة أدبية شهرية يصدرها اتحاد الكتاب العربي في سورية السنة 43 العدد 517،أبار2014
20- إيمان هنشيري، الموروث الثقافي الجزائري الواقع والافاق، مجلة حوليات التراث ،العدد 2017/17.
21- بشير ابرير: مقال بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الاشهاري(نظرة سيميائية تداولية).
22- خليفي عبد القادر ،مجتمع الطوارق الجزائر الخصوصيات الأنثروبولوجيا والسوسيو الثقافية ،مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية العدد 13 ،جويلية2017
23- دانة الوهادين أخر تحديث 13:55 11، يناير2017.
24- عبد الرحمان الدايم ،سيميائية الصورة في الخطاب الإشهاري ،مجلة معارف السياحي ،قسم الآداب واللغات السنة الثامنة العدد 15 ديسمبر 2013
25- عبد الرحمان عبد الدايم ، سيميائية الصوة في الخطاب الاشهاري السياحي ،مجلة معارف جامعة أكلي محند أولحاج –البويرة ،قسم الاداب واللغات ،ديسمبر 2013،العدد 15
26- عمر الجسام العزاوي، أهمية الموروث الثقافي وطرق حمايته، مجلة فكر الثقافية .
32- كلثوم مدقن، جامعة قصدي مرباح ورقلة الجزائر،وظائفها أنماطها،خصائصها،مجلة الأثر العدد 29 ديسمبر 2017
27- ليلي جبريل، اللون الأبيض في علم النفس، آخر تحديث 25 أكتوبر 2005.
28- مجلة الموقف الأدبي العدد 411 تموز 2005م

29- مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية ـالعدد الثالث ـأيلول سبتمبر.
30-عمر كوش، الصورة الاشهارية الجزيرة نت اطلع عليه بتاريخ 10-05-2021 الساعة 15:45 .
31- مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد 30سبتمبر 2017
32- مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية، العدد الثالث، أيلول سبتمبر، 2014.

رابعًا: الرسائل الجامعية:

33- حليم نور الدين: أنماط الخطابات الاشهارية في الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير، جامعة ملود معمري، تيزي وزو.

خامسًا: المواقع الإلكترونية:

34- سعيد بنكراد، سيميولوجيا الأنساق البصرية ،الصورة نموذجا الشبكة العالمية للمعلومات http :*ll*www.saidbngrad.net*louvlsca5.htm*

الفهرس

فهرس الموضوعات

العنوان	الصفحة
مقدمة	أ
الفصل الأول: الموروث الثقافي	
1- تعريف الموروث الثقافي	1
أ- لغة	1
ب- اصطلاحا	1
3- أنواع الموروث الثقافي	3
3-1- الموروث الثقافي المادي	3
3-2- الموروث الثقافي الغير المادي	5
4- خصائص الموروث الثقافي	7
5- أهمية الموروث الثقافي	09
الفصل الثاني: الخطاب الاشهاري	
1 – مفهوم الخطاب	11
أ- لغةً	11
ب- اصطلاحًا	11
2- الخطاب الإشهاري	12
3- أنواع الخطاب الإشهاري	12
4- الخطاب في الثقافة الغربية	14
5- الخطاب في الثقافة العربية	14
6- أسس الخطاب الإشهاري	14
7- وظائف الخطاب الإشهاري	15
8- أهداف الخطاب الإشهاري	17
الفصل الثالث: الجانب التطبيقي	
1- سيميائية الصورة	21
2- سيميائية الشخصية	23
2-1-الشخصية بين المعاصرة والأصالة	27
2-2- شخصية الصحراوي وإعداد الشاي	24

3–سيميائية المكان	29
4–سيميائية المنتوج	30
5– سيميائية الألوان	32
5-1-سيميائية اللون الأبيض	33
5-2-سيميائية اللون الأزرق	33
5-3-دلالة اللون الأصفر	34
5-4-دلالة اللون الأبيض والأزرق في الملصق	34
5-5- تمازج اللون الأزرق مع الأبيض	35
5-6- دلالة لون الأبيض الفضي	35
5-7- لون الدراعة	35
6 – دلالة اللون الأصفر في علم النفس	36
7–دلالة اللون الأزرق والأبيض في القران الكريم	37
7-1-دلالة اللون الأزرق في القران الكريم	37
7-2- دلالة الأبيض في القران الكريم :	37
7- 3- دلالة اللون الأصفر في القران الكريم	38
8– دلالة الإضاءة	39
9– الحجم	40
10– الشكل	41
خاتمة	34
قائمة المصادر والمراجع	44
فهرس الموضوعات	47
ملخص الدراسة	

ملخص الدراسة:

نجد أن الهدف منهذه الدراسة هوالتعرف على دور الخطاب الإشهاري في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري والتعريف به، وللتوصل إلى نتائج هذه الدراسة اعتمدنا المنهج السيميائي الذي يرتكز على البحث في الرموز، والملصق الإشهاري لا يخلو من هذه الإيحاءات ،مقسمين بحثنا إلى ثلاثة فصول فصلين نظري، فصل تطبيقي، فصل نظري معنون بماهية الموروث الثقافي المفهوم اللغوي والاصطلاحي أنواع الموروث الثقافي، خصائصه، توظيف الموروث في الرواية الجزائرية، أهميته أما الفصل الثاني المغنون ب الخطاب الإشهاري درسنا فيه المفهوم اللغوي والاصطلاحي للخطاب الإشهاري، أنواعه والخطاب في الثقافة العربية والغربية وظائفه، أسسه أما بالنسبة الفصل التطبيقي المعنون بدراسة سيميائية للإشهار الثابت شاي الوركة أنموذجا الذي ركزنا من خلاله على دراسة سيميائة الصورة والمكان، الألوان المنتوج الشخصية بين المعاصرة والأصالة شخصية الصحراوي وإعداده للشاي الحجم الشكل الاضاءة .

الكلمات المفتاحية: الموروث، الثقافي، الخطاب الإشهار.

Summary:

This study aims to identify the role of advertising discourse in preserving and introducing the Algerian cultural heritage, and to reach the results of this study, we adopted the semiotic approach, which is based on research in symbols, and the advertising poster is not devoid of these suggestions, dividing our research into three chapters, two theoretical chapters, one Applied, a theoretical chapter entitled What is the cultural heritage, the linguistic and idiomatic concept, the types of cultural heritage, its characteristics, the employment of the inheritance in the Algerian novel, its importance. The second chapter, which is sung by the advertising discourse, we studied in it the linguistic and idiomatic concept of the advertising discourse, its types and discourse in Arab and Western culture, its functions, its foundations, and as for The applied chapter entitled a semiotic study of fixed publicity Al-Warka tea as a model, in which we focused on studying the semiotics of the image and place, the colors of the personal product between contemporary and originality, the personality of Al-Sahrawi and his preparation for tea, size, shape, lighting.

Keywords: heritage, cultural, publicity discourse.

Resume:

Cette étude vise à identifier le rôle du discours publicitaire dans la préservation et la présentation du patrimoine culturel algérien, et pour parvenir aux résultats de cette étude, nous avons adopté l'approche sémiotique, qui s'appuie sur la recherche en symboles, et l'affiche publicitaire n'est pas dénuée de ces suggestions, divisant notre recherche en trois chapitres, deux chapitres théoriques, un appliqué, un chapitre théorique intitulé Qu'est-ce que le patrimoine culturel, le concept linguistique et idiomatique, les types de patrimoine culturel, ses caractéristiques, l'usage du patrimoine dans le roman, son importance.Le chapitre appliqué intitulé une étude sémiotique de la publicité fixe du thé Al-Warka comme modèle, dans laquelle nous nous sommes concentrés sur l'étude de la sémiotique de l'image et du lieu, les couleurs du produit personnel entre contemporain et originalité, la personnalité d'Al-Sahraoui et sa préparation pour le thé, taille, forme, éclairage
Mots-clés : patrimoine, culturel, discours publicitaire.