

أولا : النصوص (10 نقط)

يشكل الخطاب الإشهاري اليوم سلطة تثيرنا وتستهوينا وتغير قيمنا وأذواقنا واختياراتنا. وهنا مكن خطورة الخطاب الإشهاري، خاصة أنه يستعمل اللغة و الموسيقى و اللون و الإيقاع و الصورة لمداعبة مخيال المتلقي، والتأثير عليه لاقتناء المنتج وترسيخ سلوكات ما. وهكذا تتشكل الإرسالية بتفاعل ما هو لغوي مع ما هو بصري، فتقدم نفسها على أنها تمثيل وضعية إنسانية عادية يحق لكل فرد التماهي فيها وإدراكها وتحديد عمقها الاجتماعي. وبناء عليه فالخلفية المحركة لمنتجي الإشهار هي التأثير على المشاهد وإقناعه بأن منتجهم مطلق الصلاحية والفائدة، و يتحول بذلك الخطاب الإشهاري إلى خطاب الحقائق الواقعية المطلقة .

انطلاقا من كل هذه المعطيات تتحول الإرسالية الإشهارية إلى اسطورة في تجليات وأشكال جديدة، علما بأن الوظيفة الأساسية للاسطورة هي ترسيخ أنماط نموذجية للاستهلاك الثقافي والاقتصادي للإنسان المعاصر، في مجتمع الاستهلاك والمنافسة التجارية.

في هذا السياق وجد منتجو الإرساليات الإشهارية في المرأة الوسيلة المناسبة والملائمة لترويج بضائعهم ومنتجاتهم المختلفة وتثبيت أنماط ثقافية... فإذا تأملنا مجموعة من الإرساليات الإشهارية، وجدنا أنها توظف المرأة توظيفا متنوعا ومختلفا بتنوع فضاء المنتج (المنزل، المعمل، المختبر، الطبيعة) واختلاف الرؤى والقيم المراد تكريسها أو خلقها.

فعلى المستوى التقريبي للإرساليات الإشهارية في التلفزة نجد مثلا أن منتج "سان لايت" يعرض عبر امرأتين جميلتين وشقراوين في فضاء طبيعي خلاب. واحدة يظهر عليها الضيق والحيرة تسأل صديقتها السعيدة عن سر جمال شعر أطفالها، فتجيبها الشقراء الفاتنة ببراعة وثقة قائلة بلهجة مغربية: اكتشفت شامبوان سان لايت. ويظهر بعد ذلك مباشرة المنتج سان لايت العائلي بألوان براق ومثيرة (الاصفر والازرق والاحمر) لتشرع المرأة الشقراء الجميلة في استعمال هذا المنتج هي وطفلاها الجميلان والأشقران هما أيضا كذلك.

تركز الصورة الإشهارية بعد ذلك على شعر المرأتين الجذاب والأشقر المحاكي لجمال الطبيعة وبهائها، ويتم العناق بين الأمين السعيدتين وطفليهما المرحين. وفي آخر الإرسالية تظهر المرأة الشقراء سعيدة تنصح المشاهد باقتناء منتج سان لايت وضرورة استعماله.

فمعظم الحملات الأولى لهذه الإرساليات الإشهارية حملات تفر بصراحة ووضوح بنجاعة هذه المنتجات المتنوعة والمختلفة، وما توفره من سعادة وراحة ونعومة وجمال للأسرة السعيدة. وهذه دلالات تقريرية ولكنها في الآن نفسه تسكت عن حملات أسطورية كثيرة. فالمرأة التي تروج لمنتج سان لايت امرأة وأم جميلة، وعصرية وشقراء تحيل على الغرب وقيمه الجمالية والحضارية. الغرب المتقدم والمتحضر، نموذج وحلم كل امرأة مغربية ترغب في أن تكون عصرية. فإنجاز حلم العصرنة والتحضر يلزم " استعمال سان لايت بالفيتامينات... فالمرأة في هذا السياق رمز للحدثة والعصرنة عبر أيقونات

اللباس والشعر الأشقر وما يوحي به فضاء الطبيعة والبيت من سعادة وذوق رفيع... وتم تكرار منتج سان لايت ثمان مرات، لأن التكرار بالنسبة للعمامة نوع من الاستدلال للإقناع وترسيخ المنتج في لاوعي المشاهد.

يكرس الخطاب الإشهاري، كما تذيبه التلفزة، الوضعية الدونية للمرأة داخل المجتمع. وذلك بترسيخ السنن الثقافية التقليدية. فالمرأة هي الأم والزوجة التي تحضر الأكل، وتقوم بأعباء المنزل: غسل وتنظيف واعتناء بالأطفال في انتظار الزوج/الرجل /ليصدر الأحكام ويقوم جودة الأكل أو النظافة في منتج كنور مثلا، تردد المرأة/الزوجة "راجلي كيتشها علي". زيادة على ذلك فقد تعرض المرأة كجسد للغواية والمناورة.

مقتطف من موقع إدريس بنكراد بتصريف

<http://saidbengrad.free.fr/al/n5/5.htm>

الأسئلة :

1. لماذا وصف الكاتب الخطاب الإشهاري بالخطورة ؟
2. كيف تقدم الإرسالية الإشهارية نفسها ؟
3. لخص دلالات الإرسالية الإشهارية لمنظف الشعر " سان لايت " .
4. ما الصورة التي يقدمها الخطاب الإشهاري التلفزي عن المرأة؟
5. استخرج من النص الألفاظ والعبارات المنتمية إلى الحقلين المعجميين الآتيين:

الدلالات الواقعية الظاهرية للخطاب الإشهاري	الدلالات الأسطورية الخفية للخطاب الإشهاري

6- استعمل الكاتب في النص لغة مزدوجة، ما هي هذه اللغة؟ وما دواعي استعمالها؟

ثانيا : اللغة (04 نقط)

1. حدد الحال وصاحبها بملء الجدول التالي:

الجملة	الحال	نوعها	صاحب الحال	نوعه	الرابط
تظهر المرأة الشقراء سعيدة					

2. حدد التمييز

الجملة	المميز	نوعه	التمييز	نوعه	حكمه الإعرابي
ازداد الإشهار خطورة					

www.9alami.info

ثالثا : التعبير والإنشاء: (06 نقط)

انطلق مما عرفته في مهارة تحليل الصورة لقراءة وتحليل هذه الصورة.