

تحليل نص آليات الخطاب الإشهاري لحميد الحمداني

ملاحظة النص

يحمل عنوان النص "آليات الخطاب الإشهاري" دلالة على الوسائل التي يعتمد عليها الخطاب الإشهاري لتحقيق تأثيره على المتلقي وضمان نجاحه في توصيل رسالته. يشير المضاف إليه، أي الخطاب الإشهاري، إلى نوع من الخطابات المتقنة والمعقدة التي تجمع بين عناصر متنوعة وتستند إلى خلفيات متعددة، تستهدف المتلقي بطرق مختلفة بهدف التأثير على اختياراته وسلوكياته. يوضح النص منذ البداية أن الخطاب الإشهاري لا يقتصر على كونه مجرد أداة للترويج التجاري، بل هو خطاب فني وجمالي يستخدم تقنيات الإبداع والإقناع بطرق متطورة وفعالة.

فهم النص

يستند النص إلى عدة محاور دلالية، يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

الإشهار كفن تعبيرى: الخطاب الإشهاري يتجاوز طبيعته الترويجية الضيقة ليصبح خطاباً فنياً وجمالياً، له حضور تعبيرى قوي.

استخدام وسائل متعددة: يستفيد الإشهار من وسائل تعبيرية وفكرية وجمالية متنوعة، مما يجعله منافساً للفنون الأخرى في اكتساحه لوسائل الاتصال.

التفاعل بين الوظائف المتعددة: يجمع الخطاب الإشهاري بين وظائف متعددة تهدف إلى التأثير على المستهلك ودفعه إلى الاقتناء، مما يجعله مادة فنية قوية بجانب كونه أداة تسويقية.

النظريات المستخدمة في الخطاب الإشهاري: يعتمد الإشهار على أربع نظريات رئيسية:

- النظرية الإقناعية الإخبارية.
- النظرية الإسقاطية الإدماجية الاجتماعية.
- النظرية السلوكية الإشرافية.
- النظرية الإيحائية الإبداعية.

الحاجة إلى خبرات متعددة: يشير النص إلى أن صناعة الإشهار تعتمد على مساهمة خبراء من مجالات متعددة، مثل الأدب، الاجتماع، الاقتصاد، وعلم النفس، مما يعزز فعاليته في تحقيق الأهداف التجارية.

تحليل النص

يمكن تقسيم الأفكار الرئيسية في النص إلى العناوين التالية:

1. **علاقة الإشهار بالفنون:** يناقش النص تأثير الإشهار على الفنون التعبيرية ومدى اكتساحه للمجال الفني من خلال تأثيره الكبير على المستهلك.
2. **النظريات المتعددة في الخطاب الإشهاري:** يوضح النص كيف يستند الخطاب الإشهاري إلى نظريات علمية متعددة تهدف إلى فهم سلوك المستهلك والتأثير عليه.
3. **تعدد المعارف المستخدمة في الإشهار:** يشير النص إلى أن الخطاب الإشهاري يعتمد على معارف متنوعة من مجالات متعددة مثل علم النفس وعلم الاجتماع والاقتصاد والفن.

النظريات الإشهارية: تلتقي جميع النظريات المستخدمة في الإشهار عند هدف واحد هو دفع المستهلك إلى اتخاذ قرار الشراء، وتختلف في الأساليب والمرجعيات التي تستند إليها.

الحقول الدلالية في النص

يتوزع معجم النص إلى أربعة حقول دلالية رئيسية:

- **الحقل السيكولوجي:** يشمل مصطلحات مثل: الإغراء، الإشراف، الوظيفة السيكولوجية.
- **الحقل الأدبي:** يضم مصطلحات مثل: الخطاب، الجمالية، الفنون، الإقناع، الاستعارة.
- **الحقل الاقتصادي:** يشمل مصطلحات مثل: التجاري، البيع، المستهلك، التسويق.
- **الحقل الاجتماعي:** يتضمن مصطلحات مثل: الإسقاط، الإدماج، المجتمع الرأسمالي.

العلاقة بين الحقول الدلالية: تمثل هذه الحقول عناصر أساسية في صناعة الخطاب الإشهاري، حيث ترتبط جميعها باحتياجات وتطلعات المستهلك، إلا أن الحقل الأدبي والفني يظهر بشكل مهيم، مما يشير إلى توجه الإشهار نحو الإبداع والجمالية.

وسائل الكاتب في عرض آليات الإشهار

استخدم الكاتب عدة وسائل لتوضيح آليات الإشهار، منها:

- **تحديد المفاهيم:** وتوضيح العلاقات بينها.
- **الإحالة على نظريات متعددة:** مما يفسر الظاهرة الإشهارية بأسلوب علمي ومنهجي.
- **الأسلوب العلمي:** اعتمد الكاتب على معجم علمي متنوع ومنهجية عرض منطقية للأفكار.
- **اللمسات الفنية:** ظهرت بعض اللمسات اللغوية البسيطة التي أضافت بعداً إبداعياً للنص.

تركيب وتقويم

يتناول النص الخطاب الإشهاري بوصفه خطاباً معقداً ومتعدد المرجعيات، يجمع بين الفنون المختلفة والتقنيات العلمية لخدمة الأهداف التجارية. ورغم أن الإشهار يبدو في ظاهره مسخرًا لخدمة المستهلك، إلا أنه يخفي العديد من الجوانب السلبية التي قد تؤدي إلى أزمات نفسية واجتماعية واقتصادية، مثل تراكم الديون، الحقد الاجتماعي بين الطبقات، والمشاكل النفسية الناتجة عن عدم القدرة على الشراء.