

الأبعاد الجمالية للغة الإشهار في المحلات السكنية بأبها

- دراسة سيميائية - 1

د. عبد الحميد سيف أحمد الحسامي

أستاذ الأدب والنقد الحديث بجامعة إب والملك خالد (باحث رئيس)

و د. يحيى صالح أحمد المذحجي

أستاذ البلاغة والأسلوبية المشارك بجامعة نجر والملك خالد (باحث مشارك) (الجزائر)

المقدمة:

يعد الخطاب الإشهاري من أبرز الخطابات التي أفرزتها التحولات المعاصرة في الرؤية الرأسمالية التي تدأب في صياغة مفهوم جديد للإنسان يقوم على الاستهلاك؛ فالإنسان لديها كائنٌ مستهلكٌ، تتحقق كينونته بمدى استهلاكه وإشباعه رغباته؛ ولذلك فإن الخطاب الإشهاري وسيلة استدراج للإنسان المعاصر كي يقع في شرك الاستهلاك، ويستسلم لمضامين المادة الإشهارية التي تنتفع بحيل استقطابية متنوعة بتنوع أهداف المستقطب وثقافة المستقطب؛ ولهذا فإن الخطاب الإشهاري ينتزع مادته من المشترك بين هذين الطرفين، وما ينتجه السياق الثقافي الذي يتحرك الإشهار في أفقه. " وإذا كانت المجتمعات الاشتراكية " قد قامت على الشعارات السياسية الثورية أو ما يسمى بالصورة الإشهارية السياسية (الدعاية السياسية)، فإن المجتمعات الرأسمالية قد أعطت اهتماماً كبيراً للصورة الإشهارية الاقتصادية والتسويقية (الدعاية التجارية).²

وهذا يجعلنا إزاء خطاب إشهاري إغرائي نفعي تتعلق مقاصده بتحقيق العائد المادي - في أغلب أحواله - على منتجه، كما أن " الإشهار جزء لا يتجزأ من الثقافة؛ لذا لا يمكن الإحاطة به إحاطة فعلية من منطلقات أحادية الجانب كتلك التي تركز فقط على الجانب الفني، أو الجمالي، أو التقني دون ربطه بالإطار السوسيو- حضاري الذي ينتج فيه.³

ومن هذا المنطلق سوف نقوم بتحليل الدلالات الجمالية لهذا الخطاب من خلال (أسماء الأماكن السكنية بمدينة أبها⁴)؛ لأن الاستراتيجية الإشهارية مودعة في الاسم في المقام الأول.⁵ كما أن الدراسة تنطلق من اعتبار تلك اللوحات الإشهارية دوالاً لأنساق جمالية تسكن التفكير المجتمعي، (بأ/ متلق) إنها مؤشرات لنسق جمالي ثقافي يتخذ شكل تنظيم خاص للمضامين، إنها لا ترتفع على المحلات السكنية للدلالة على المحل بقدر ما تتأوش أبعاداً ثقافية في ذاكرة المجتمع، يشترك فيها أطراف التواصل، فكل مجتمع يبلور سننه الخاصة في تأويل معطيات تلك العلامات.

إن دراسة اللوحات الإشهارية من هذا المنطلق تعد العلامة فيه جزءاً من سيروية إبلاغية بحسب-إيكو- فالمعنى ليس محايداً للشيء، ولكنه الفائض الذي تفرزه الممارسة، ويجعل الشيء جزءاً من نسق ثقافي.⁶

ولعل المتأمل في لغة الإشهار في المحلات السكنية بأبها (فنادق-شقق مفروشة) يلمح وفرة التسميات التي تحيل على دلالات جمالية وثقافية، مما استدعى فضول البحث، وأثار كوامن السؤال عن أسرار تلك التسميات، وما تحمله من أبعاد جمالية وثقافية.

وقد اقتصر ميدان البحث على مدينة (أبها) دون سائر المدن السعودية لما تتميز به من خصائص مناخية أهلتها لأن تكون مدينةً سياحيةً يؤمها المصطافون من أرجاء المملكة، ومن خارجها أحياناً، وقد أدى ذلك إلى كثرة الأماكن السكنية التي تقتضيه حركة السياحة

لشهرته وظهوره، وقيل: إذا ظهر وقارب الكمال... ابن سيدة: والشهر العدد المعروف من الأيام، سمي بذلك لأنه يُشهر بالقمر، وفيه علامة ابتدائه وانتهائه؛ وقال الزجاج: سمي الشهر شهراً لشهرته وبيانه؛ وقال أبو العباس: إنما سُمي شهراً لشهرته وذلك أن الناس يشهرون دخوله وخروجه... ويقال: لفلان فضيلة اشتهرها الناس. وشهر فلان سيفه يشهره شهراً أي سلّه؛ وشهره: انتصاه فرفعه على الناس..."

ومن خلال المادة المعجمية (شهر) يتبين أنها حملت عدداً من الدلالات:

- 1- الوضوح.
- 2- شهرة الشيء ومعرفة الناس به.
- 3- الارتفاع.
- 4- لفت الأنظار، والتباهي بين الناس.
- 5- الانتشار.

ويمكننا من مجموع هذه الدلالات، القول: إنّ الإشهار عملية إيضاح الشيء ورفعته؛ لفت أنظار الناس إليه، وتعريفهم به، ليتحقق انتشاره بينهم.

أما الإشهار لدى الدارسين المعاصرين فهو ترجمة للمصطلح الأجنبي: (Publicity) بالإنجليزية، وبالفرنسية (publicité)، وهذا المصطلح ورد بمفاهيم متعددة أبرزها:

- ضرب من ضروب الخطابة التي تنتمي بدورها إلى مجال عريض من القول.⁹
- رافعة اقتصادية، ورمز لمجتمع الاستهلاك، وجهاز إنتاج وتواصل، ووسيلة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.¹⁰

- الإشهار (الإعلان) وسيلة ضرورية من وسائل البيع، إنه أداة بين عارض لبضاعة (كيفما كان نوع هذه البضاعة: سلعة أو أفكاراً، أو خدمات) وبين زبون محتمل مضطر اجتماعياً أو نفعياً أو جمالياً إلى استعمال هذه البضاعة في تدبير شأنه اليومي.¹¹

واستقبال السائحين في فترة الصيف، حتى أن الأماكن السياحية وصلت فيها إلى ما يقرب من مئتين وسبعين محلاً ما بين فندق ومجامع شقق سكنية، وهي عينة ثرية جديرة بالدراسة.

ولا شك في أن المنهج السيميائي أنسب من سواه لدراسة هذه المادة الإشهارية بوصفها علامات تحيل إلى مدلولات جمالية وثقافية يمكن من خلالها الوقوف على وعي المجتمع وطبيعة تفكيره، ومدى تفاعله مع السياق الثقافي والحضاري من حوله؛ لأن السيميائيات - في بعض وجوها - هي دراسة للثقافة، وتواصل الإنسان مع محيطه، "فالتواصل جزئية حياتية تتخلل كل مناطق الوجود الإنساني، فكل ما يمكن أن يشتغل كرابط بين الإنسان وما يوجد خارجه، وكل الأشكال الثقافية التي تتحدد من خلالها هوية الأفراد وتخبر عن انتماءاتهم إلى ثقافة بعينها... يجب النظر إليها باعتبارها " وقائع إبلاغية" تندرج ضمن حالات الاجتماع الإنساني الذي يتخلل داخله الفرد طوعاً عن ملكوته الخاص لكي يتوحد مع الآخرين."⁷

التمهيد

أ- الإشهار لغة واصطلاحاً

ورد في (لسان العرب) مادة (شهر) ما يأتي⁸: الشهرة: ظهور الشيء حتى يشهره الناس.

الجوهري: الشهرة: وُضوح الأمر، وقد شهره يشهره شهراً وشهره فاشتهر وشهره تشهيراً، واشتهر فاشتهر؛ قال:

أحبُّ هُبوبَ الواديين، وإنني لمُشتهرٌ بالواديين غريبٌ
ويروى: لمُشتهرٌ، بكسر الهاء.

... ورجل شهير ومشهور: معروف المكان مذكور؛ ورجل مشهور ومُشتهر؛ قال ثعلب: ومنه قول عمر بن الخطاب -رضي الله عنه-: إذا قَدَمْتُمُ علينا شهرنا أَحْسَنَكُمُ اسماً، فإذا رأيَناكم شهرنا أَحْسَنَكُمُ وَجْهاً، فإذا بَلَّوْناكم كان الاختيارُ. والشَّهْرُ: القَمَرُ، سمي بذلك

خلالها التواصل بغرض غاية معينة يتغيا تحقيقها من المرسل إليه؛ للاقتناع بها، وإيثارها على ما سواها. الدلالات الجمالية للغة

أولاً-مستويات اللغة الإشهارية

إن اللغة في الإشهار تطرح قضايا متعددة تتصل بالمتن اللغوي، أو بتنوع اللغات الموظفة، وبوضع كل لغة ضمن هذا التنوع¹⁶ فالإشهار لا يشهر البضاعة التي يروج لها فحسب، بل يشهر اللغة كذلك¹⁷

وحيثما نحاول استقراء لغة الإشهار في الوصلات الإشهارية للمحلات السكنية سنجد أنها تتفاوت بين عدد من المستويات ما بين اللغة الإيحائية، اللغة العربية المحايدة واللغة الهجين من العربية والإنجليزية، واللغة الأجنبية المحضة، وسنتناولها بحسب الآتي:

1- اللغة الإيحائية:

تستخدم بعض اللوحات الإشهارية اللغة الإيحائية؛ حيث تنحو التسمية في أسماء الأماكن السكنية نحو اللغة الإيحائية، وتتجاوز اللغة التوصيلية، ونكون حينئذ أمام (إشهار جمالي)، والإشهار الجمالي لا يصف، بل يكتفي بالتلميح إلى وضعيات إنسانية تحيل على حالات حلم محتمل، أو سعادة مفترضة¹⁸ ونجد هذا المستوى اللغوي للغة الخطاب الإشهاري في المحلات السكنية بأبها في عدد وافر من اللوحات مثل:

(شفا أبها)، (قصر السحاب)، (سديم أبها)، (غيوم السود)، (أحلى أمسية)، (حلم أبها)، (وردة الحصون)، (درة الكوكب)، (الأمطار للوحدات السكنية) (الوادي الأخضر) (مركز النسيم)، (قصر شاطئ المرجان)، (زهرة الشام للفلل المفروشة)، (قصر الدرة السكني) ... إلخ. وهذه التسميات تأتي محملة بمحاولات دلالية جديدة، وتتميز لغتها بالإيحائية وليست التوصيلية؛ ف (شفا أبها) - توحى بدلالات البرء من كل الأسقام، وكأن هذه الوحدات أو الشقق السكنية هي شفاء للناس،

- هو خطاب له مساحة انتشار كبيرة يقدم بشكل مختصر منتجاً (تجارياً أو ثقافياً أو سياسياً) وذلك من أجل الإقناع بأهميته، ويستهدف أن يقوم المتلقي بفعل الشراء، ويفعل الاختيار.¹²

- هو خطاب دالّ يشترك في الدلالة مع كل أنواع الخطابات الأخرى يجمع بنائياً بين عدة مكونات: لغوية، صوتية، تصويرية...¹³

- هو عملية تواصل جماهيرية يشير إلى استراتيجية إبلاغية قائمة على الإقناع يوظف في ذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة ورمز وصورة؛ قصد التأثير على المتلقي المستهلك وحمله على اقتناء منتج ما، والتسليم بأهميته وأفضليته على باقي المنتجات الأخرى المشاكلة له.¹⁴

أورد سعيد بنكراد عدداً من التعريفات التي يقترحها دافيد فيكتوروف، وهي:

- الإشهار: نشاط فكري يجمع بين مصمم فنان من أجل إبداع وسيلة سمعية بصرية.
- الإشهار صناعة ثقافية تعمل على ترويج ثقافة جماهيرية.
- الإشهار سلاح التسويق وهو في خدمة الاستراتيجية التجارية للمقاولات.
- الإشهار شكل رأسمالي للدعاية واستغلال المستهلك.

ويعلق بنكراد على تلك التعريفات بأنها لا تشير إلا إلى الوظيفة المصرح بها للإشهار، أي ارتباطه بنظام اقتصادي يتميز بالوفرة في تسويق بضائعه إلى الإعلان عنها وإبراز مزاياها.¹⁵

ومن خلال الاستعراض السابق يمكننا القول: إن الإشهار من حيث ماهيته عملية كشف وإعلان وإظهار لرسالة معينة من قبل مرسل معين يحقق من

2- اللغة المحايدة ونقص بها تلك اللغة التوصيلية التي لا تبتغي أي إغراء وإنما هدفها التوصيل والتوصيف المحايد فحسب، ومن نماذج ذلك:

(سالم منصور القحطاني للوحدات السكنية) (يحيى أحمد ثابت عسير للوحدات السكنية) (عبد الله سعيد جواد للوحدات السكنية) (محمد عبد الله آل زياد للشقق المفروشة) (العدواني للوحدات السكنية) (مركز الغانم للشقق المفروشة) (الحمادي للشقق المفروشة) (السالمي للشقق المفروشة)

وهذه التسميات لا تحفل بالبعد الجمالي ولا تحمل أبعاداً ثقافية تنزع منزعاً تقليدياً في التسمية، لا تحمل سوى الدلالة على المسكن ومالكه.

3- اللغة المختلطة من العربية وغير العربية

تلعب اللغة دور الوسيط في حمل الخطاب الإشهاري، وتؤثر سلباً أو إيجاباً ليس في جودة الإشهار وحسب بل وكذلك فيما يحمله من تأثير نفسي ومجتمعي وثقافي.²⁴ وحينما نقرأ اللوحات الإشهارية للمحلات السكنية بأبها نجد عدداً منها يحمل الأسماء الأجنبية، إذ "يستغنى عن الترجمة... وتستخدم الكلمات الأجنبية بهدف التأثير على المستهلك... وهذا الاستعمال له دور كبير في استقطاب الزبائن، وكثرة الرواج."²⁵

ومن تلك المحلات التي وردت فيها التسمية بالعربية والإنجليزية بالحرف العربي (الرواد بلازا)، (العبود بلازا) للشقق المفروشة)، (لورنس الأموية)، (الناجي سويتس)، (نوف سويتس) (قصر الرويال) (أبها كراون)، (أبها انتركنتنتال). (أبهي سيزون)

وعند النظر فيها نجد أن (الرواد بلازا) - مثلاً - تتكون من مفردتين: الأولى عربية، والثانية أجنبية مكتوبة بالحرف العربي، (بلازا) وهي تعني الساحة العامة، أو القصر أو المركز، وقد جاء الاسم العربي في بنية التسمية (الرواد) متقدماً على الاسم الأعجمي وكأنه

وإضافتها لـ(أبها) تجعل هذا الشفاء مخصوصاً بأبها، أو تجعل هذه الأماكن شفاء لمدينة أبها، أو مشفى أبها؛ فمن أراد الاستشفاء فعليه بها، فكل هذه الوصلات الإشهارية، أو اللوحات، يحضر فيها المستهلك لا بوصفه فرداً بل بوصفه "مستهلكاً ثقافياً" يخضع في سلوكه الشرائي إلى مجموعة من العوامل الخفية.¹⁹

و(قصر السحاب): تسمية فيها بعد تخيلي فكأن هذه الوحدات السكنية -لعلوها- قصرٌ معمور في السحاب، أو شاحق يلامس السحاب. لكن التعبير أكثر جمالية حين يجعل للسحاب قصرًا، بما تحمله السحاب من العلو والخير والصفاء، تجسدها هذه الإضافة.

كما أن تسمية محل سكني بـ (إرم): تحيل على التفرد، بما تتمتع به من معطى دلالي يتناص مع معطى الآية القرآنية (...إرم ذات العماد، التي لم يخلق مثلها في البلاد).²⁰ فهي تحيل على معاني الشموخ والاستطالة، والتفرد²¹، وحين يتم تسمية المحل السكني بهذه التسمية فإن ذلك يعد نوعاً من استمالة الميول الأسطورية في أعماق الإنسان.

وهكذا نجد التسميات الأخرى تحمل مدلولات ثقافية ثرية، ولا تقتصر في استهواء المستهلك على التلميح لطبيعة المحل السكني، بل تقدم الإشهار مشفوعاً بمحمول دلالي إضافي؛ فالشعار الإشهاري يمتلك سلطة تتمثل تارة بالعلاقة بين الشعار الإشهاري والمتلفظ به، ومن ناحية أخرى تتصل بالقول وسلطته، إذ يستند الشعار إلى المستوى اللغوي وإلى ما تختزنه الذاكرة ليبسط سلطانه، وينجح في الدور المنوط بعهدته²² هنا يغدو الإشهار إشهاراً جمالياً؛ إذ تكون الغاية من الوصلة الإشهارية هي بلورة طريقة ذكية في التحدث إلى المستهلك، وهذا الإشهار يأتي على العكس من الإشهار المباشر أو (المرجعي) المرتبط مباشرة بمادة تواصله، إذ يبنى كل سيروراته التواصلية على المنتج وعلى محيطه المباشر²³

الغربية من ناحية ثانية، وهي بذلك تتجه لمخاطب نخبوي تستهويه وتغريه من خلال التسمية.

التركيب اللغوي:

حينما ننظر إلى الوصلات الإشهارية من حيث بنيتها التركيبية نجد أنها تتشكل من عدد من الصيغ:

أ- اسم المالك/ لقبه ثم اسم المنشأة:

- اسم الشخص المالك واسم (المحل السكني) المملوك يربط بينهما حرف اللام ويتقدم اسم المالك: - سالم منصور القطاني، يحي أحمد ثابت عسيري... - على الاسم الدال على المكان السكني الموصوف بـ الوحدات السكنية، الشقق المفروشة.

- لقب المالك + اسم المحل السكني (العدواني، الحمادي، السالمي + الشقق المفروشة - لقب المالك مضافاً (مركز الغانم) ونوعية المحل السكني (الشقق المفروشة)

ب- وقد تتكون لغة الإشهار من أسماء الأماكن ثم تعيين طبيعة المنشأة مثل: (الخالدية للشقق المفروشة).

ج- قد تتشكل من طبيعة المنشأة ثم تأتي التسمية

وهذه البنية التكوينية للخطاب الإشهاري تغلب على أسماء الفنادق، فتكاد تسمية الفنادق تسير على نمط بنيوي واحد يبدأ بلفظ (فندق) ثم اسم الفندق، مثل: فندق قصر السلام، فندق السحاب، فندق البلاد، فندق شمسان، فندق المصيف... وهكذا.

د - التسمية الجمالية

1- التسمية الجمالية مفردة ثم اسم المنشأة. (الأمطار لـ الشقق المفروشة)
2- التسمية الجمالية مضافة ثم اسم المنشأة: ربة السعد للشقق المفروشة، قصر الملقا للأجنحة المفروشة، قصر الأرائك... إلخ.

محكوم بمنطق الإضافة في الإنجليزية حيث يتقدم المضاف إليه على المضاف، وعلى هذا النسق يأتي (الناجي سويتس) ، وسويتس - جمع سويت - تعني (الأجنحة) ، و(أبها كراون للوحدات السكنية المفروشة) وكراون تعني التاج، و(قصر الرويال) و(رويال السحاب) والرويال تعني : الملكي، و(أبها انتركنترنتال) تعني عابر القارات (أبهي سيزون) وسيزون تعني: موسم ، ومن الناحية التركيبية نجد أن المفردة العربية تتقدم على الأجنبية الرواد / الناجي / أبها / قصر / ... ثم تضاف إليها الأجنبية بلازا - كراون / سويتس / رويال / انتركنترنتال... وأحياناً تكون العملية عكسية مثل (لونس الأموية)

4- اللغة الأجنبية

إن التأثير والتأثير بين الشعوب مسألة حتمية تقتضيها طبيعة الاجتماع الإنساني، وحينما نطالع تسميات المحلات السكنية بـ(أبها) لا نعدم وجود اللغة الأجنبية لغة لإشهار المحلات السكنية ومن ذلك: (قصر ريناد)(روتيلاد)(رومنسي) (رزندت للأجنحة الفندقية . (مون لايت) (ماردين للأجنحة الفندقية) -وجاء مكتوباً بالعربية والإنجليزية-(كردال للوحدات السكنية) (بودل للوحدات السكنية المفروشة).

وقد تتشكل بنية اللغة الإشهارية من كلمتين أجنبيتين مكتوبتين بالحروف العربية حتى يتمكن المتلقي غير القارئ للإنجليزية أن يقرأها، ومن ذلك (نوف سويتس) بمعنى الأجنحة الجديدة. Suitesnouveau، و(دريم هاوس) بمعنى: بيت الأحلام.

وإذا نظرنا إلى هذه التسميات ذات الصبغة العربية/ الأجنبية، نجد أنها على الرغم من ضالة نسبتها مقارنة بالتسميات ذات الصبغة اللغوية العربية نجدها تحاول أن تستمد سلطتها من حجة العلمية؛ حيث إنها تعتمد على شهرة هذه التسميات من ناحية، ومن انتمائها للثقافة

3- وقد تأتي هذه الإضافة بالمفردات الإنجليزية (دريم هاوس للشقق المفروشة) وقد تأتي ممزوجة بين المكونين اللغويين العربي والأجنبي: برج فينيسيا للأجنحة الفندقية الفاخرة.

ثانياً- الأبعاد الجمالية

تأتي مادة تسمية المحلات السكنية بمدينة أبها ملتبسة بأبعاد جمالية بحسب ما يأتي:

1- معجم الطبيعة

تحتفي اللوحات الإشهارية للمساكن في مدينة أبها بمفردات الطبيعة ساكنة ومتحركة، كما يأتي:

- عناصر الطبيعة الصامتة:

ويأتي ضمن الإشهار ما يشير إلى جمالية الفضاء: (فندق السحاب) (غيوم السوداء) (الأمطار) (الفاك) (البدر) (قصر الثريا) (ليالي سحاب) (ديمة) (الأفق) (مجمع الكوكب). (الضباب) (دريم هاوس) وهذه الأسماء تغري الزبائن الذين لا يشتررون السكن فقط بل يشتررون أو يدفعون ثمن هذه المعاني؛ فهم حين يرتادون هذه المحلات السكنية الموسومة بهذه الأسماء إنما يرتسم في مخيلتهم ما تمنحه هذه الأسماء من دلالات فالليالي هي ليالي سحاب، أو قصر سحاب، إن الليالي ليست ليالي أرضية، إنما هي ليالي في الأفق، هناك فوق السحاب، والمرء يتعشق العلو والارتحال في الآفاق، والسكن في التسمية الثانية ليس سكناً مادياً بل هو (قصر السحاب) فيه الفخامة وفيه العلو، من هنا يأتي استدراج الزبون أو المرتاد باللغة الجميلة ذات الإيحاءات الطبيعية الفاتنة، أو ذات الأبعاد الأسطورية الباذخة.

كما أن الدوال: الأمطار، والديمة، والغيوم والضباب. في تسميات المحلات السكنية تعزز المنحى الطبيعي ذا الإيحاء الجمالي كما تتجلى في التسميات الآتية:

(الأمطار للوحدات السكنية) (ديمة للأجنحة المفروشة) (أمطار للشقق المفروشة) (مجموعة: أمطار للشقق المفروشة).

فالذي يبادر المتلقي هو أمطار، ديمة، الأمطار، ثم يأتي التفصيل وبيان طبيعة المسكن للوحدات السكنية / للشقق المفروشة/ للأجنحة المفروشة.

وقد تأتي التسمية مقيدة بالإضافة وكلا المكونين من عناصر الطبيعة، مثل (غيوم السوداء) (شعاع السوداء) (فالسودة) منتزه عال ذو هواء عليل وارتفاع شاهق يستقبل المصطافين سنوياً في الإجازة الصيفية، والغيوم تحوم عليه في أغلب الأيام، وهذه التسمية تستقطب كل الدلالات والمعاني المتعلقة بالسودة بوصفها منتزهاً جميلاً، والغيوم بوصفها علامة تبشر بانهمار الأمطار، والشعاع بالصفاء والضوء، وكذلك الشأن ديمة للشقق المفروشة، فالتسمية لا توحى بأنه مسكن لأول وهلة، هو ديمة مختصة بالشقق المفروشة، وبذلك تستقطب التسمية اهتمام المتلقي الباحث عن متعة الطبيعة.

وتأتي التسميات الخاصة بالمفردات الطبيعة الأرضية لتعزز حفاوة لغة الإشهار بالطبيعة وجمالياتها فنجد التسمية تستمد من المفردات الجمالية مثل: (ربوة السعد للشقق المفروشة) (التل بلزا للأجنحة الفندقية) (مركز الربيع للشقق المفروشة) (الوادي الأخضر) (جنان أبها للأجنحة الفندقية) (مركز تلألأ أبها) (ريوف أبها) (النخيل) (برج الوردتين) (فندق البحيرة) (مركز الروابي للشقق المفروشة). (تلألأ أبها للأجنحة والشقق المفروشة) (أحلى مكان للأجنحة الفندقية)

فالربا ذات خصوصية جمالية لنقاء هواءها، وارتفاعها، ولذلك امتدح القرآن جنان الربا " كجنة ربوة أصابها وابل " ²⁶ والربوة هنا في التسمية هي ربوة مضافة للسعد (ربوة السعد) فمن أوى فيها فقد حاز علو المكان، ونقاء الهواء بوصفها ربوة وكذلك يحوز السعادة فهي ربوة السعد، وهذا

إن الكلام الإشهاري يضع رهن إشارة المستعمل له شبكة من القيم - العلامات التي هي وبنفس المقدار أفكار مبلورة في شكل، وإن تنضيد المدلولات لمستقراً من بعض الدوال³⁰، وهو ما نجده في اختيار التسميات الدالة على الزينة في تسميات المحلات السكنية، فهي منتقاة من الذاكرة العربية المحتفية بالزينة، ومن المعجم القرآني، ومن ذلك السندس: وهو رقيق الديباج ... ضرب من البرود، وقيل الرفيع من الحرير. - كما جاء في لسان العرب-³¹

وقد وصف الله أهل الجنة بأنهم يلبسونه: "...عَالِيَهُمْ ثِيَابٌ سُنْدُسٍ خُضْرٌ وَإِسْتَبْرَقٌ وَحُلُّوا أَسَاوِرَ مِنْ فِضَّةٍ وَسَقَاهُمْ رَبُّهُمْ شَرَاباً طَهُوراً" ³² " وحينما نجد التسمية (قصر السندس) نجد أنها تحمل في طياتها دلالة الفخامة التي تدل عليها (قصر) ودلالة (الزينة الباذخة التي تحيل عليها (السندس) مما يجعل التسمية منطوية على الاستهواء والاستدراج والإعجاب الذي يؤدي إلى سرعة الاقتناء،³³ إن المستهلك يجد أمامه في اللوحة (قصر السندس) وذلك تشخيص الغائب والحاضر واستحضاره في صورته الرمزية مهما كان بعدها عن الواقع³⁴ قصر السندس واقعياً غير ممكن التحقق، لكنه يملأ المخيال لدى الانسان المسلم فيما يتعلق بالعالم الأخروي ، وهنا يتحول المشتري / المستهلك من مقتن بدافع الحاجة إلى مقتن بدافع الرغبة؛ فاختياره لقصر السندس سيكون تحقيقاً لرغبة خفية، وهذا جوهر النظرية السلوكية الاشهارية حيث يركز على الجانب الواعي بشكل خاص ويركز على المشاعر والعواطف الخاصة ضمن محاولة فنية وجماالية تربط المنتج بهذه الجوانب. ³⁵ " والياقوتة " تسمية ذات محمول دلالي جمالي تزييني (فالياقوت) نوع من الجواهر الثمينة التي يُتزين بها، وهي في الوعي الديني معادل للمرأة الحورية " كَأَنَّهُنَّ الْيَاقُوتُ وَالْمَرْجَانُ"³⁶ لذلك تلتبس المرأة بالياقوتة والياقوتة بالمرأة، ومثلها (الزمردة للوحدات السكنية)

يشكل إغراءً للمتلقي، وهل يبحث المتلقي إلا عن السعادة؟ فيكيف بها لو كانت السكنى بربوة السعد ذاتها !!

إن الخطاب الإشهاري يطمح إلى أن يكون حقيقياً بمعنى مطابق للواقع السوسيوثقافي؛ حيث يمثل أحداثاً وأوضاعاً تجد تماثلاً لها عند المتلقي. ²⁷ فالتسمية تتسجم مع الرؤية الثقافية للربوة، وفي هذا السياق نجد مركز الروابي، وتلال أبها، ومركز تلال أبها ... كما أن (الوادي الأخضر) يحمل دلالة جمال الطبيعة فالوادي بمياهه وأشجاره مصدر سعادة يحمل المتلقي على تخيل المياه تجري والعصافير تعزف تغريداتها، والخضرة تحفه من كل جوانبه، أما " جنان أبها " فهي تسمية أعم من الوادي الأخضر إذ تجعل التسمية أبها بجنانها وحدائقها نُزلاً للزائر المتلقي لهذه الوصلة الإشهارية، وماذا يريد أكثر من جنان أبها؟

وأحياناً نجد التسمية تدل دلالة طبيعية على المسمى فمثلاً (فندق البحيرة) -الواقع في شارع الملك خالد الفيصل بداية طريق السودة- هو مطلق على بحيرة السد، وهذا يمنحه خصوصية مطابقة لدلالة التسمية على المسمى، ولا تخلو طبيعة البحيرة من بعد إغرائي.

وقد تحيل التسمية على دلالات تتعلق بطبيعة الريف مثل (ريوف أبها) إذ تحيل هذه التسمية -رغم من أن المحل في شارع قريب من وسط المدينة- على أبعاد جمالية تتعلق بجمال الريف وخصوبته وبراعته ونقاء هوائه ... وهنا يقوم الإشهار بالإغراء والإغواء والاستدراج إلى عالم الاستيهام²⁸ لا مجرد مدح خصائص هذا السكن. وبذلك يفيد أصحاب السلعة مادياً ويعوض المستهلك بمتعة تخيلية وهمية.²⁹

- الزينة:

علاقة بإمتاعه، فالإنسان مفطور على حب الروائح الزكية، وحين يكون المحل السكني أمامه هو " زهور الشام للفل المفروشة " فلا شك بأنه يخيل إليه أنه ينال حظاً من المتعة في زهور الشام، و خصوصيتها في الرائحة، أو أن يكون في (نرجسية) بألوانها وروائحها، أو أنه سيحوز (سرايا الياسمين) أو يحل في (مركز النسيم) . فذلك يمنح الاسم نوعاً من الجاذبية.

إن الإشهار ليس وليد الصدفة، ولا يمكن تصور إرسالية إشهارية تتسج مضامينها استناداً إلى مزاج المشهر فقط، إن المستهلك حاضر فيها لا باعتباره فرداً بل باعتباره مستهلكاً ثقافياً يخضع في سلوكه الشرائي إلى مجموعة من العوامل الخفية التي لا تكشف مضامينها إلا في النادر.⁴¹

فالمتلقي الأساسي المستهدف الحاضر في وعي هذه الخطابات هو متلقي سعودي بالدرجة الأولى جاء للاصطياف في الإجازة السنوية، لأن أبها ليست مصيفاً عربياً لكنها مصيف سعودي بدرجة أساسية حتى هذه اللحظة، وبدأت تستقطب بعض الخليجيين، وبناء على ذلك فإن سيكولوجية المصطاف السعودي أو الخليجي، وحاجته لأخذ قسط من المتعة صيفاً، وبخاصة أولئك المصطافين من المناطق الحارة الصحراوية أو الساحلية، هنا يكون إغراؤهم بعالم الطبيعة: الورود والزهور والعطر محققاً لهدف الإشهار.

ويرتبط عالم المتعة بمعجم الفن أو الصوت اللحني إذ تنتمي إلى الطبيعة الصائتة وتوحي بجمال الصوت. ومن ذلك العندليب، عنادل نجد. ومن الملاحظ أن هذه التسمية النغمية تنتمي إلى عالم الصوت الطبيعي (الطيور) وتخلو المحلات السكنية من التسميات المنزعة من عالم الموسيقى، وربما يتصل ذلك بالمزاج الثقافي في المملكة، وموقف السلطة الدينية من الموسيقى.

ومن التسميات الدالة على الزينة الثمينة: (درة الكوكب) (درر الجنوب) (قصر الدرة السكني) (قصر جوهرة المصايف) (منازل الدانة) والدانة " هي لؤلؤة المحار الكبير، أو اللؤلؤة، أو الجوهرة أي أنها ترتبط بالجمال والقيمة الجمالية.

4- معجم العطر

حينما نتحدث معجم العطر في تسميات الأماكن السكنية بأبها تتبادر إلى الذهن قضية الوظيفة الإشهارية التي ينبغي أن نشير إلى أنها ليست بالضرورة أحادية فيمكن الحديث عن تفاعل وظائف متعددة في الخطاب الإشهاري: الوظيفة الإقناعية، الوظيفة الجمالية، الوظيفة القيمية، والوظيفة السيكلوجية³⁷

وتتشح أسماء الأماكن بأبها بعدد من التسميات الدالة على الجمال فيما يتصل بالعطر والزهور مثل: (برج الوردتين)³⁸ للوحدات السكنية المفروشة (وردة الحصون) (نرجسية) (الياسمين) (سرايا الياسمين) (أريج) (زهور الشام) (مركز النسيم) (خزام) (نسائم أبها) .

وهذه التسميات تجعل المستهلك مشدوداً إليها بفعل محمولاتها الدلالية فالمستهلك يبحث عن المتعة، وهذه التسميات تحقق له المتعة المتعلقة بحاسة الشم، إن الإثارة لا تتحقق إلا من خلال صور ذهنية تستمد قيمتها وغناها من الثقافة الحسية، ومن الحساسية والذكريات، وهذه الإثارة على الرغم من أنها فردية في أساسها تجد مصدرها في المبدأ الاجتماعي، فهي ترتبط بالحساسية الشمية للمجتمع إذ تقوم باستثمار الإرساليات الواعية واللاواعية والإحالات الشمية.³⁹

فالبرج هو (برج الوردتين)، والسكن الآخر هو (وردة الحصون) وكأن لوردة الحصون نوعاً من التميز والتفرد " وخلابة اللغة وبراعة الدعاية من أهم مكونات الخطاب الإشهاري⁴⁰ إن التسميات تركز على الحاجات النفسية؛ وتدغدغ قناعات المستهلك عن طريق الحاسة الشمية؛ فتنتج إلى تلبية رغبات لا علاقة لها بهوية الفرد، بل لها

5- ختاماً:

يمكننا القول إن الخطاب الإشهاري للمحلات السكنية في مدينة أبها تضمن أبعاداً جمالية متعددة، تتبع من جمالية المدينة وتسميتها، فضلاً عن ميراث ثقافي حفظته الذاكرة عبر الأجيال لمدينة تتربع على جبال السراة تعانق الضباب كل صباح.

هوامش البحث:

1- هذا البحث هذا البحث جزء من مشروع بحثي مدعوم من قبل برنامج دعم البحوث والباحثين بجامعة الملك خالد برقم (KKU_SO11_33)

2- سيميائية الصورة الإشهارية، جميل حمداوي، مجلة دروب الإلكترونية، القراءة في 26/12/2012م.

3- الإشهار والتمثيلات الثقافية -الذكورة والأنوثة نموذجاً- أحمد راضي، علامات، مجلة ثقافية محكمة تعنى بالسميائيات والدراسات الأدبية الحديثة والترجمة تصدر في المغرب، ع7، 1997م.

4- مدينة أبها هي مدينة سعودية، تمثل مركز الثقل في منطقة عسير، وهي مقر الإمارة وعاصمتها السياسية، ترتفع عن سطح البحر 2200 متر تقريباً، وتحتل موقعاً فريداً واستراتيجياً؛ حيث تقع على المنحدرات الشرقية لمرتفعات عسير المطلة على تهامة ورجال ألمع. وتنحدر من المرتفعات المطلة على عقبة ضلع، في المنحدر الجنوبي عنها. وتعد أبها من الناحية الجمالية بمثابة الوجه من الرأس وبمثابة الروح من الجسد، ولا غرو في ذلك فهي القلب النابض لعسير... وتمتلك مقومات سياحية وثقافية وتراثية. وفيها عدد من المتنزهات والمتاحف. انظر: موسوعة الآثار والتراث والمعالم السياحية في منطقة عسير - دراسة توثيقية، ج1 (أبها والمراكز التابعة لها)، د. مسفر بن مسعد الخثعمي، إصدار جامعة الملك خالد، 1429هـ، ص50 وما بعدها (بتصرف)

5- تتشكل الوصلة الإشهارية من "النسق اللفظي، والنسق الأيقوني، والنسق الشكلي". انظر: الصورة الإشهارية-آليات الإقناع والدلالة-المركز الثقافي العربي، ط1، 2009م، ص145، لكن الدراسة ستقتصر على دراسة النسق اللغوي فحسب،

ويمكنها أن تستأنس بالمكونات الأخرى في حدود ضيقة إذا اقتضى البحث ذلك.

6- العلامة: تحليل المفهوم وتاريخه، أمبريكو إيكو، ترجمة سعيد بنكراد، راجع النص: سعيد الغانمي، المركز الثقافي العربي، ط1، 1427هـ- / 2007م، ص13.

7- الصورة الإشهارية- الإقناع والدلالة- ص12.

8- لسان العرب مادة (شهر)، جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور الأنصاري، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر، 1963م.

9- الإشهار أفيون الشعوب، محمد الولي، علامات، ع27، 2007م، ص6.

10- العربية في الإشهار والواجهة، عبد القادر الفاسي الفهري، منشورات معهد الدراسات والأبحاث والتعريب بالرباط، مارس 2003م ص6.

11- العربية في الإشهار والواجهة، ص45.

12- لغة الإشهار بين الخطاب السياسي والخطاب الاقتصادي، فاطمة كدو، العربية في الإشهار والواجهة منشورات معهد الدراسات والأبحاث والتعريب بالرباط، مارس 2003م ص143.

13- الإشهار بنية خطاب وطبيعة سلوك، عبد الله أحمد بن عتو، مجلة علامات، ع18، 2002م، ص112.

14- شعرية الخطاب الإشهاري، لوحات إشهارية من الشعر العربي القديم، عبد الرحمن قوبي، العربية في الإشهار والواجهة، ص127

15- الصورة الإشهارية- آليات الإقناع والدلالة- ص63.

16- العربية في الإشهار والواجهة، عبد القادر الفاسي، ص7.

17- الإشهار واللغة، محمد حفيظ، ضمن كتاب العربية في الإشهار والواجهة، ص99.

18- الصورة الإشهارية: آليات الإقناع والدلالة، ص104.

19- الصورة الإشهارية- آليات الإقناع والدلالة- ص78.

20- (سورة الفجر).

21- أورد ابن كثير في تفسيره، ما يفيد تضمن أسطورة إرم في الذاكرة الإنسانية، فيقول: "وإنما نبهت على ذلك لئلا يُغتر بكثير مما ذكره جماعة من المفسرين عند هذه الآية، من ذكر مدينة يقال لها: إرم

- 38- (الوردتين) حي من أحياء أبها، وكثيراً ما تتضمن تسمية الأماكن والأحياء في أبها أبعاداً جمالية، ومي ظاهرة جديرة بالاهتمام.
- 39- انظر: الإشهار وتمثلات العطور، مارييت جوليان، ترجمة، أحمد الفوحي، علامات 27، ص 51.
- 40- الإشهار بنية خطاب وطبيعة سلوك، ص 116.
- 41- الصورة الإشهارية، علامات 79/ 78

ذات العماد مبنية بلبن الذهب والفضة، قصورها ودورها وبساتينها، وإن حصباءها لآلئ وجواهر، وترابها بنادق المسك، وأنهارها سارحة، وثمارها ساقطة، ودورها لا أنيس بها، وسورها وأبوابها تصفر، ليس بها داع ولا محجب، وأنها تنتقل فتارة تكون بأرض الشام، وتارة باليمن، وتارة بالعراق، وتارة بغير ذلك من البلاد - فإن هذا كله من خرافات الإسرائيليين، من وضع بعض زنادقته، ليختبروا بذلك عقول الجهلة من الناس أن تصدقهم في جميع ذلك. " انظر تفسير القرآن العظيم، ج8، ص 396.

- 22- انظر: الشعار الإشهاري، أو ماذا يبقى من سلطة القول؟ ص 27.
- 23- انظر: الصورة الإشهارية-آليات الإقناع والدلالة-ص 84 وما بعدها.
- 24- العربية في الإشهار والواجهة، عبد القادر الفاسي الفهري، ص 7.
- 25- كتابة الأسماء التجارية الأجنبية بالحرف العربي، عبد الرزاق توراني، ضمن كتاب العربية في الإشهار والواجهة ص 15
- 26- (وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَنُبَيِّنًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَآتَتْ أُكُلَهَا ضِعْفَيْنِ فَإِنْ لَمْ يُصِبْهَا وَابِلٌ فَطُلَّ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ) سورة البقرة: 265
- 27- لغة الإشهار بين الخطاب السياسي والخطاب الاقتصادي، فاطمة كدو، ص 146
- 28- انظر الصورة الإشهارية، آليات الإقناع والدلالة-سعيد بنكراد، ص 50.
- 29- انظر مدخل إلى دراسة الإشهار، ص 76.
- 30- الإيدلوجيا وآليات اشتغال الخطاب الإشهاري، علامات، ع 27، ص 49.
- 31- لسان العرب، مادة (سدس)
- 32- سورة الإنسان 21
- 33- الاشهار بنية خطاب وطبيعة سلوك، ص 114.
- 34- فيها وراء المفاهيم: فتنة الصورة وسلطتها، فريد الزامي علامات 18، 2002، ص 4
- 35- انظر مدخل لدراسة الإشهار، ص 77.
- 36- سورة الرحمن، الآية 58.
- 37- مدخل لدراسة الإشهار، ص 79