

النسق ورؤية (٢٠٣٠) في إشهار اكتتاب أرامكو قراءة من منظور النقد الثقافي

د. هدى عبد الرحمن الدريس

أستاذة الأدب الحديث والنقد المشاركة - قسم اللغة العربية - كلية الآداب
جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن

ملخص البحث :

يقوم هذا البحث باستقراء إشهار اكتتاب أرامكو، في حساب الشركة الموثق على تويتر، @Saudi_Aramco، بتاريخ 2019\11\12، ومما دفعني إلى اختيار هذا الموضوع ما ينطوي عليه هذا الإشهار من حمولات ثقافية، ترتبط ارتباطاً وثيقاً بحالة التحول الوطني في المملكة العربية السعودية، المتمثلة في رؤية (2030)، وينطلق البحث من فرضية مؤداها أن الإشهار ليس نصاً جمالياً استهلاكياً، بل حادثة ثقافية قادرة على تشييد الأنساق الثقافية، وتعرية الأنساق المضمرّة المسيطرة في وعي المجتمع، وكشف عيوبها.

ويهدف البحث إلى الكشف عن الدلالات النسقية المضمرّة خلف الجماليات، مبيّناً دور الخطاب الإشهاري في القضايا الكبرى في المجتمع، وعن استراتيجياته في تشييد الأنساق الثقافية.

ويُنظّم في مبحثين، يتناول المبحث الأول الجهاز الاصطلاحي، متمثلاً في تحديد النقد الثقافي، والنسق، وإشهار اكتتاب أرامكو مصطلحاً ومفهوماً، ويتناول المبحث الثاني الجانب التطبيقي، من حيث السياق الثقافي، والوظيفة النسقية للخطاب قيد الدراسة.

ومن النتائج التي توصل إليها، أن الخطاب الإشهاري لاكتتاب أرامكو قد تجاوز الأبعاد الجمالية، ليشكل فضاء نسقيا، يتسم بالديناميكية والانفتاح، والتفاعل مع البيئة، ويؤكد بذلك أن الخطاب الإشهاري في المملكة العربية السعودية يمثل نسقا فرعيا في النسق الاجتماعي، وأنه قادر على التحكم الذاتي في مدخلاته وتحديد مخرجاته.

الكلمات المفتاحية: النسق، رؤية (٢٠٣٠)، النقد الثقافي، أرامكو، إشهار الاكتتاب.

١ - المقدمة:

الخطاب الإشهاري خطاب تواصلّي تفاعليّ، وهو أحد الخطابات التي تجسّد وظيفة اللغة الأساس في التواصل والإبلاغ والتفاعل، وترتبط بنية هذا الخطاب ارتباطاً وثيقاً بوظيفته، فتعكس التّعالق القوي بين البنية والدلالة.

ويكتسب الإشهار قوّته من التقنيات الفنية التي يستثمرها المعلن في بناء خطابه، ليتمكّن بها من تحقيق أهدافه، ومما يتسم به هذا الخطاب شعبيّته التي تعزّز سلطته، وتتجاوز جمالياته وتجعله فضاء ثقافياً للرؤى والأنساق، كاشفاً للمسكوت عنه.

يستقرئ هذا البحث إشهار اكتتاب أرامكو، في حساب الشركة الموثّق على تويتر، @Saudi_Aramco، بتاريخ 2019\11\12، ونظراً إلى ما ينطوي عليه هذا الإشهار من حمولات ثقافية، ترتبط ارتباطاً وثيقاً بحالة التحول الوطني في المملكة العربية السعودية، المتمثلة في رؤية (2030)، فقد آثرت الوقوف عليه، والحفر في طبقاته، محاولة الكشف عن مدلولاته التي تستتر خلف جمالياته، وسينطلق هذا البحث من فرضية مؤدّاه أن الإشهار ليس نصاً جمالياً استهلاكياً، بل حادثة ثقافية قادرة على تشييد الأنساق الثقافية، وتعرية الأنساق المضمرّة المسيطرة في وعي المجتمع، وكشف عيوبها، ليجيب عن الأسئلة الآتية:

- هل يميّز الإشهار السعودي عن غيره من الإشهارات؟
- ماذا يقبع خلف جماليات الإشهار من دلالات مضمرّة؟
- هل للخطاب الإشهاري دورٌ في قضايا المجتمع الكبرى؟
- هل الإشهار يركّز على الوعي، أو اللاوعي في خطابه؟
- ما هو موقف المشهّر، عندما يصطدم الخطاب الإشهاري مع الأنساق المقدسة عند المتلقي؟

ويهدف البحث إلى الكشف عن الدلالات النسقية المضمرة خلف جماليات الإشهار، مبيِّناً دور الخطاب الإشهاري في القضايا الكبرى في المجتمع، وعن استراتيجياته في تشييد الأنساق الثقافية.

والجدير بالذكر أن الدراسات حول الإشهار كثيرة، ولكنني لم أعتز على تحليل للخطاب الإشهاري لاكتساب أرامكو، في أي بعد من أبعاده، سواء الجمالية أو التواصلية أو التداولية أو الثقافية، وتُعدّ هذه الدراسة هي الأولى لهذا الخطاب في تجلياته النسقية الثقافية.

وسينتظم في مبحثين، يتناول المبحث الأول الجانب النظري، متمثلاً في تحديد مصطلحات البحث، وبيان مفهومها وهي: النقد الثقافي، والنسق، وإشهار اكتساب أرامكو، ويتناول المبحث الثاني الجانب التطبيقي، من حيث: السياق الثقافي، والوظيفة النسقية للخطاب الإشهاري قيد الدراسة، في ضوء الصوت والصورة.

٢ - الجهاز الاصطلاحي.

٢.١. مفهوم النقد الثقافي:

ظهر مصطلح النقد الثقافي مع تطور النظرية النقدية، وتبلُّور مفهوم الخطاب في مرحلة ما بعد البنيوية. ويذكر المنظرون لهذا النقد أن جذوره تمتدّ في ثقافات كثيرة، ومنها الثقافة العربية، بوصفه نشاطاً فكرياً يتخذ من الثقافة بشموليتها وتطوراتها وسماتها ميداناً للبحث^(١). ولكن مصطلح النقد الثقافي ظهر في ساحة النقد على المستويين المعرفي والمنهجي، على يد الأمريكي "Leitch" عام ١٩٩٢ م، الذي يرى أننا يجب أن نكرّس جهازنا النقدي للدراسات النصية، ونتوقف عن تدريس الأدب

(١) يُنظر: الرويلي، ميجان، والبازعي، سعد، دليل الناقد الأدبي، (٣٠٥).

وجمالياته، وتوجه إلى دراسة مجموعة واسعة من الخطابات في المجتمع^(١)، نظراً لأن عمل الفئات الاجتماعية يتشكل بشكل ثابت في ضوء قيم المجتمع، مما يعني أن بعض الاحتياجات العلمية والإرشادية والمعتقدات والمصالح والممارسات، تتغلغل بشكل أو بآخر في الأنشطة الاجتماعية والخيارات والخطط والأفكار والعادات والمؤسسات^(٢)، وهذا بدوره سينعكس على خطابتنا، مما يؤكد الحاجة إلى نقد ثقافي يركز على دراسة الخطابات والنصوص في ضوء حمولاتها النسقية المختلفة.

يرفض النقد الثقافي النظرة القاصرة إلى النص، ويؤكد أن الخطاب النقدي يجب ألا يقتصر على الجهد التأملي، وقراءة النصوص قراءة إطرائية، تقف عند حدود الجمالي فقط، بل إن الوعي النقدي يحتم على الناقد أن يستغل قوة التعابير في النصوص والخطابات، ويكشف أنماط النشاط البشري الذي تضمه خلف جمالياتها وأشكالها^(٣)، ويبحث فيها عن آخر ممزوج بها، ومضمّر مسكوت عنه في باطنها؛ نظراً لأنه لا وجود لتعبير لا يفترض تعبيراً آخر، فالخطاب فضاء لمواقع وأنشطة متباينة للدوات، وكل خطاب ظاهر ينطلق سراً وخفية من شيء ما تمّ قوله وتصوّره، وليس

(١) Leitch, V. (1992). Cultural Criticism, Literary Theory, Poststructuralism. New York: Columbia University Press, p.38

Ibid, 1.(٢)

(٣) يُنظر: سعيد، إدوارد: العالم والنص والناقد، ترجمة، محفوظ عبد الكريم، (٢٧٧).

الخطاب الظاهري سوى الحضور المانع لما لا يقوله^(١)، مخفياً في بواطنه "القوانين المنهجية المتعلقة بتشكيله، وبالعلاقات الحميمية بالسلطة"^(٢).

إن مشروع النقد الثقافي ينظر في الخطاب بوصفه حادثة ثقافية، تنطوي على أنساق وأنظمة متعددة مضمرة، يتوجب على الناقد كشفها، والعمل في إطارها، متوسلاً بالجماليات. وهو فرع من فروع النقد النصوي العام، وحقل من حقول (الألسنية)^(٣)، ومن أبرز أسئلته، سؤال تغيير الأنساق والصيغ التعبيرية وتعددتها، وطرائق الاستقبال والتأويل الثقافي، وما يمس الثقافة الجماهيرية من تحولات جذرية، تؤثر في أساليب النظر والتفكير والتصورات^(٤).

وهذا يدفعنا بطبيعة الحال إلى التساؤل عن ماهية الآليات التي يعمل بها هذا النقد في مناطق اشتغاله؟

ستنطلق الإجابة على هذا التساؤل حتماً مما اتفق عليه المشتغلون بالنقد الثقافي في تعريفاتهم له، بأنه ليس خطاباً ثقافياً، أو منهجاً نقدياً، إنما هو ممارسة أو نشاط معرفي، يفتح على كل الإسهامات المعرفية؛ فوظيفته متداخلة مترابطة متجاوزة متعددة، فهو نقد شمولي يشغل في ميدان الجمال ونقده، والتفكير الفلسفي، والثقافة

(١) يُنظر: فوكو، ميشال، حفريات المعرفة، ترجمة، سالم يفوت، (٢٥).

(٢) سعيد، إدوارد: العالم والنص والناقد، (٢٦٦).

(٣) يُنظر: الغدامي، عبد الله: النقد للثقافي، قراءة في الأنساق الثقافية العربية، (٨١-٨٣).

(٤) يُنظر: م.ن، (٨٤).

الشعبية، وتحليل الوسائط، والنسوية، والتحليل النفسي، ونقاده يأتون من مجالات مختلفة، ويستخدمون أفكاراً ومفاهيم متعدّدة^(١).

من هذا المنطلق فإن تعددية الوظيفة، وتنوع مناطق الاشتغال للنقد الثقافي، يحتم عليه أن يوظف مزيجاً من المناهج التي تُعنى بالتأويل؛ من أجل بحث معطيات النص / الخطاب، وتفكيكه ثقافياً، وإعادة إنتاجه في نسق جديد، يمثّل التصور الحقيقي للواقع^(٢)، متكلّماً في ذلك كله على مناهج التحليل العرفية، مثل: النبوية والسيمايائية والتفكيكية، إضافة إلى إفادته من الموقف الثقافي النقدي، والتحليل المؤسساتي^(٣).

يتضح مما سبق بأنه مهما كانت الآلية التي يشتغل بها النقد الثقافي، فإن منطقة اشتغاله ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالأنساق؛ في تعددها وتنوعها، وتطورها وتشبيدها، وانفتاحها وانغلاقها، وتجلياتها ومضمراتها، وعلاقاتها فيما بينها من جهة، وبينها وبين البيئة من جهة أخرى، وهذا الأمر يوجب عليّ تحديد مصطلح النسق ومفهومه.

٢.٢. مفهوم النسق:

النسق في اللغة ما كان على طريقة نظام عام، أو ما جاء من الكلام على نظام واحد، ويُقال نسق الكلام، أي عطف بعضه على بعض^(٤)، والتنسيق هو تنظيم الأشياء وفق نمذجة معينة^(٥).

Berger, D. (1994). Cultural Criticism. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, p.2-3.

(٢) يُنظر: خليل، سمير، النقد الثقافي من النص الأدبي إلى الخطاب، (٨٩).

(٣) يُنظر: الغدامي، عبد الله، النقد الثقافي، قراءة في الأنساق الثقافية العربية، (٣٢).

(٤) الفيروزبادي، مجد الدين محمد، تحقيق، أنس الشامي، زكريا أحمد، (١٦٠٦).

(٥) علوش، سعيد، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، (٢١١).

وقد انتقل مفهوم النسق من الدراسات العلمية الدقيقة إلى ميدان اللسانيات، والدراسات الإنسانية والعلوم الاجتماعية، ليصبح مفهومًا يطلق على مجموعة من العناصر مترابطة ومتفاعلة، في إطار وحدة كلية تنظم علاقاتها الداخلية^(١).

ويرى "فوكو" أن هذه العلاقات تستمرّ وتتحوّل بمعزل عن الأشياء التي تربط بينها، ويعمل النسق (النظام) في النص على بلورة منطق التفكير فيه، ويحدّد الأبعاد والخلفيات التي تعتمدها الرؤية^(٢).

ويطلق مفهوم النسق على نماذج معينة تنشأ في أوضاع اجتماعية وثقافية خاصة، ويتفق عليها الفاعلون في المجتمع، وتتحدّد صفته ووظيفته في المجتمع بوضعيته، ودوره الذي يقوم به^(٣).

ويقترح "شميت" أن يكون النسق الاجتماعي في أي بيئة هو النسق الأساس، بوصفه وحدة معقدة ذات أبعاد متداخلة، وتتكون هذه الوحدة من مزيج من الأنساق الفرعية المستقلة، والأنساق غير المستقلة التي ترتبط بغيرها، ويقع على عاتق النسق الأساس إنتاج التفاعلات المناسبة لمكونات الأنساق الفرعية، وهذه الأنساق الفرعية تُسهم بدورها في بناء النسق الأم واشتغاله، وإعادة إنتاجه بطرق مناسبة^(٤).

(١) يُنظر: بوحسن، أحمد، العرب وتاريخ الأدب، (٣٣).

(٢) علوش، سعيد، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، (٢١١).

(٣) Schmidt, S., 1997. A Systems-Oriented Approach to Literary Studies. The Canadian Review of Comparative Literature, [online] 24(1), p.122. Available at: <<https://journals.library.ualberta.ca/crci/index.php/crci/article/view/3683>> [Accessed 12 September 2020]

Ibid,123.(٤)

من هنا يتّضح أن التسق يتّسم بديناميّته وانفتاحه ، وقدرته على الانسجام والتفاعل ، والتبادل مع بيئته ، وفي الوقت نفسه يتميز باستقلاليته ؛ من حيث قدرته الذاتية على اتخاذ القرار فيما هو بحاجة إليه من المدخلات ، وما يتوجّب عليه أن يصدره للبيئة من مخرجات ، وذلك تبعاً لشروطه الداخلية ، وارتباطه بنوعه^(١) .

وتشكّل الحدود الاجتماعية والثقافية في البيئة الحدود القارة ، التي تُشيد وتُشكّل في إطارها الأنساق الاجتماعية بنيويًا ، فأى نسق لا يقوم بناؤه إلا بوجود فاعلين ، وتواصل ، وبنيات اجتماعية ، ومؤسسات ، ووسائط إعلانية ، ونصوص وخطابات ، وأنظمة رمزية للمعرفة الثقافية^(٢) .

ومن هذا المنطلق فإن الخطاب الإشهاري في المجتمع يُعدّ نسقاً مستقلاً في ذاته ، وبنية فاعلة في نظام التسق الأم .

٢.٣ . إشهار أكتاب أرامكو

يُعرّف الإشهار بأنه مجموعة الأنشطة ، التي تهدف إلى الاتصال والمخاطبة الشفاهية أو المرئية بمجموعة من الأفراد ؛ بغرض لفت أنظارهم إلى أمر ما ، أو التأثير فيهم ، وإقناعهم لشراء سلعة ، أو التعامل وطلب خدمة ، أو تغيير اتجاهاتهم نحو أفكار أو مؤسسات معينة ، مقابل أجر مدفوع لجهة إعلانية محددة^(٣) . وللإشهار بُعداً اجتماعيًّا تواصلية ، يجسّد علاقة قوية بين أفراد من المجتمع وهم المنتجون ، وأفراد آخرين هم

(١) يُنظر: لومان، نيكلاس، مدخل إلى نظرية الأنساق، ترجمة، يوسف فهمي حجازي، (٦٠).

(٢) Schmidt, A Systems-Oriented Approach to Literary Studies, p.124.

(٣) يُنظر: الحديددي، منى، الإعلان، (٢٨).

المستهلكون^(١)؛ تقوم هذه العلاقة على التواصل والتأثير والتأثر بين مرسل ومستقبل، وتتكون نتيجة هذا التفاعل جماعات خطابية، تتشكل أنماط خطابها بحسب فضائها وطبيعتها ونشاطها، ويكون التواصل بين أفرادها وغيرهم بواسطة اللغة، التي لا تقتصر على الإشارات اللغوية، الشفاهية والكتابية فقط، بل تتعداها إلى علامات غير لسانية كالحركات والإيماءات والأيقونات والرموز والأصوات^(٢).

ويعدّ الإشهار أحد الأنماط الخطابية الإعلامية، يكتسب طابعاً ثقافياً في مكوناته اللغوية والسميائية والتداولية^(٣)، بالإضافة إلى أبعاده الاقتصادية والاجتماعية، ويتنوع هذا الخطاب بحسب الجماعة الخطابية التي ينتمي إليها، ويتعدّد بحسب وظيفته، وهدف رسالته، وأسلوبه.

ويتضح من صورة (١) أن إشهار اكتتاب أرامكو، وصلة توجيهية تعليمية، نشرتها الشركة في حسابها الموثق على تويتر، (@saudi-aramco) بتاريخ ٢٠١٩/١١/١٢. على الرابط الآتي:

https://twitter.com/saudi_aramco/status/1194273440368340992?lang=ar

وذلك قبل البدء في عملية طرح أسهم الشركة للاكتتاب من قِبَل الأفراد، وهو خطاب موجّه إلى كلّ طبقات المجتمع السعودي وفئاته؛ بُغية لفت أنظارهم إلى هذا الحدث الثقافي والاقتصادي العظيم، وتوجيههم لكيفية التفاعل معه والمشاركة فيه.

(١) يُنظر: الزعبي، علي، وأبو نعبة، عبد العزيز، هندسة الإعلان الفعال، مدخل صناعة الإعلان، (١٦١).

(٢) يُنظر: شارود، باتريك، ترجمة: المهيري، عبد القادر، صمود، حمّادي، معجم تحليل الخطاب، (١٠٦، ٤٧، ٣٤).

(٣) يُنظر: مدقن، كلثوم، لغة الإشهار، وظائفها أنماطها وخصائصها، (١٤٥).



صورة (١)، واجهة إشهار اكتتاب أرامكو

تُجسّد هذه الصورة نوع الإشهار ووظيفته وغايته واستراتيجياته؛ ويتّضح في ضوئها أنّه يتشكّل في بنائه من عدة علامات؛ إذ يوظّف اللفظ والصورة والحركة والصوت واللون، ويبدأ بعلامة لفظية تتجسّد في سؤال مكتوب موجّه إلى المستهلك، يدعوه إلى التفاعل مع هذا الحدث: أهلاً أنت مهتمّ بالاكتتاب في أسهم أرامكو السعودية؟ تعرّف على الخطوات المعتمدة التي ستسهل عليك رفع طلبك.

وتأتي بعد ذلك وصلة إشهارية حوارية مدتها دقيقتان وسبع عشرة ثانية، توجه المكتّيب وترشده إلى الطريقة الصحيحة والأمنة والمعتمدة للاكتتاب، موضحة له حقوقه وواجباته في مرحلة الاكتتاب، وما يتوجّب عليه فعله، موجّهة إياه إلى المنافذ

الآمنة للاكتتاب، عن طريق البنوك المحلية؛ مباشرة أو عبر الأجهزة والتطبيقات الإلكترونية الملائمة.

يدخل إشهار اكتتاب أرامكو ضمن الإشهار التوجيهي الإرشادي التعليمي الحواري، ويستثمر كل الوسائل التي تعينه على تحقيق هدفه، وتوصيل رسالته، وبلوغ مقصديته، مُعتمداً في ذلك كله على علامات لفظية وبصرية وصوتية، ومن سيرصد هذا الإشهار بالتحليل والدراسة بوصفه نصاً جمالياً، سيتضح له أنه قد استطاع أن يحقق ذلك كله بتلك الآليات المُستثمرة. في صياغة الإعلان، في صورتيه المكتوبة والمنطوقة، ولكن الأمر لا يقف عند الحدود الجمالية والدلالات الظاهرة أو المجازية، فهناك أمور أخرى مضمرة ومسكوت عنها، لا تظهر على السطح، ويحاول هذا الخطاب تمريرها عبر استراتيجياته الجمالية. ويستلزم الكشف عن هذه المضمرة النسقية حفراً رأسياً باطنياً؛ للوصول إلى الدلالة الكلية التي تتجاوز القراءة الجمالية^(١)، وهذا ما استكشفته الوظيفة النسقية لإشهار اكتتاب أرامكو.

٣ - الوظيفة النسقية لإشهار اكتتاب أرامكو:

يقف النقد الثقافي في هذه المنطقة ليسأل، ماذا بعد الجماليات الظاهرة؟ هل ثمة شيء آخر كامناً خلف جماليات هذا الخطاب؟ وهل يمكننا أن نقرأ هذا الخطاب من منظور آخر، بوصفه حادثة ثقافية، وجملة نسقية، تشكل فضاءات واسعة مسكوت عنها في ظاهر الخطاب، لا يمكن كشفها إلا بالحفر في طبقات النص؟

(١) يُنظر: القرني، حسين محمد، جماليات التحليل الثقافي، الثنائيات الضدية في ضادية عمارة بن عقيل، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز، الآداب والعلوم الانسانية، م٢٦ع٢، (١٢٣).

وإذا انطلقنا من مقولة "بارت"، التي ترى أن النص / الخطاب، موقع لتفاعل الأنساق، لأنه يتشكل من تضافر عدد منها وتشابكه وانجذاله، وتتكوّن مما سلف قراءته وكتابته ومشاهدته، أي النص المجتمعي الثقافي، فإننا عندئذٍ لن نتوقف عند بنية النص اللغوية، أو معناه النهائي أو مدلوله الأخير، بل سنبحث عن "البنيّة"؛ أي تلك الحركة الدائبة التي تكون النصوص والخطابات، وتجعلهما في تفاعل مستمر مع بعضها، ومع الأنساق الثقافية المتعددة^(١).

من هذا المنظور سأدخل إلى إشهار اكتاب أرامكو، وذلك في تجلياته النسقية، وسأقرؤه بوصفه حادثة ثقافية، ولكي أتمكن من مقارنة ذلك، لا بد من معرفة السياق الاجتماعي والثقافي الذي أنتج فيه هذا الخطاب.

٣.١. السياق الاجتماعي والثقافي:

يقوم المجتمع على ثقافته، ويعيد إنتاج نفسه عبر هذه الثقافة، ولكي نستطيع تمييز خطاب مجتمع ما في كل أبعاده لا بدّ أن نعرف نسق هذا المجتمع^(٢)؛ نظراً إلى أن الخطاب لا يمكن إنتاجه إلا ضمن بنية اجتماعية محددة، وتكمن إنتاجية هذا الخطاب في التفاعل والجدل مع بيئته ما بين هدم وبناء، أو صراع وتعايش^(٣)، لذا فإن ربط الخطاب الإشهاري بسياقه الاجتماعي والثقافي يشكل عنصراً محورياً عند قراءته. يشهد العالم في وقتنا المعاصر عصرًا ثقافيًا جديدًا له نحيوته الخاصة، ومنطقه الخاص، إنه عصر الفضاء الحرّ والفكر الحرّ، عصر خطاب الصورة، وثقافة الصورة،

(١) بارت، رولان، التحليل النصي، ترجمة، عبد الكبير الشراوي، (١٤ - ١٥).

(٢) Schmidt, A Systems-Oriented Approach to Literary Studies, p.127-129.

(٣) يُنظر: يقطين، سعيد، انفتاح النص الروائي، النص والسياق، (١٣٩).

وعمومية الاستقبال، والتبدل والتحول من ثقافة النخبة إلى ثقافة الجماهير، التي تتكئ على الثقافة البصرية فتقوم بالمشاهدة والتأويل، دون الحاجة إلى وسيط يفسر ويحلل ويشرح^(١).

ويأتي خطاب الإشهار عن اكتتاب أرامكو في ظلّ هذا السياق العالمي العام، وفي ظل سياق اجتماعي جديد، تعيشه المملكة العربية السعودية بشكل خاص، متمثلاً في رؤية المملكة (٢٠٣٠)؛ التي ترسم واقعاً استشرافياً للمملكة العربية السعودية وتشكله، وتقوم مرتكزات هذا الواقع على: "بناء مجتمع حيوي، واقتصاد مزدهر، ووطن طموح، في إطار الاعتراز بالهوية الإسلامية والوطنية"^(٢).

وتضمّ الرؤية في إطارها النظري، وهدفها الاستراتيجي مجموعة من البرامج التي تسعى إلى تحقيقها، من أجل بناء مستقبل مزدهر مشرق للوطن، ومن تلك البرامج، برنامج التحول الوطني، وبرنامج التحول الاستراتيجي لشركة أرامكو السعودية، التي تمثل الرمز الحيوي للاقتصاد السعودي، إضافة إلى موقعها الريادي في مجال إنتاج النفط والكيميائيات، ودعم التجارة العالمية.

وإذا كانت البنات الاجتماعية لا تستحدث من العدم -بحسب شमित - وأن تشييد الواقع الاجتماعي يتطلب مصالح الفاعلين ويتضمنها، فإنه يستوجب التواصل والتفاعل بين النسق الاجتماعي وهؤلاء الفاعلين^(٣).

(١) يُنظر: الغدامي، عبد الله، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، (١٠ - ٢٤).

(٢) للاستزادة حول رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠)، يمكن الرجوع لموقع الرؤية

الإلكتروني، متوفر على الرابط: vision2030.gov.sa

(٣) Schmidt, A Systems-Oriented Approach to Literary Studies, p.123.

ومن هذا المنطلق فقد أنتجت رؤية (٢٠٣٠) نسقاً ثقافياً جديداً في برامجها المتعددة، يؤطره خطابها الاستشراقي (رؤية)؛ الذي سيؤدي في مرحلة الإنجاز والتحقيق إلى تحوّل كبير في النسق الاجتماعي للمملكة العربية السعودية، ويستلزم هذا النسق الجديد خطاباً نسقياً تتفاعل أنساقه الفرعية وخطاباته وتتواصل، لخدمة النسق الأم (نسق الرؤية).

ونظراً إلى أهمية شركة أرامكو في برنامج الرؤية، إذ تؤكد في نصّها أن لدى أرامكو السعودية قدرة على الريادة وقيادة التحوّل والتطور في أكثر من مجال^(١)، فإن ذلك يستلزم أن يكون خطاب الشركة العام، وخطابها الإشهاري بشكل خاص، داعماً للرؤية في نسقها الثقافي، وسيكون وسيطاً حاملاً لرؤيتها وأهدافها، ومتفاعلاً مع تحولاتها وإنجازاتها.

ومن هذا المنطلق ستكون قراءة إشهار اكتاب أرامكو بوصفه حادثة ثقافية، يغذيها الحدث الظرفي لتساعد في بناء هذا النسق الجديد وتشيينه.

(١) رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠)، على الرابط: vision2030.gov.sa

٣.٢. تهشيم النسق الثقافي وتشبيده في إشهار اكتاب أرامكو:

الإشهار خطابٌ شعبيّ، موجّهٌ إلى كل فئات المجتمع، يحتلّ مساحة واسعة في عالمنا الواقعي والافتراضي؛ فأنتى اتجهنا في حياتنا الواقعية ستقع أعيننا على إشهارٍ ما، وأنتى تجولنا في عالمنا الافتراضي، ستقطع جولتنا وصلة إشهارية، لذا فإن شعبية هذا الخطاب وانتشاره الواسع، يحتمن عليه أن يكون مؤثراً في المجتمع ومتأثراً به، متجاوزاً وظيفته الأساس في التسويق والاستهلاك، أو التوجيه والإرشاد.

ومن وظائف الإشهار أنه يقدم للمتلقين أسلوباً في الفكر ونمطاً في الحياة، ويؤثر في اللغة وفي نسق القيم، وفي المعايير الفكرية للمجتمع، ويتحدّد الإشهار بوصفه ضابطاً ثقافياً؛ فهو عاكس للثقافة في المجتمع ومحرك لها في الوقت نفسه^(١).

إن النظر في إشهار الاكتاب من هذا المنظور، يحتم علينا قراءته ليس من الجانب الجمالي الذي يكشف عن الدلالات الضمنية، إنما بوصفه حادثة ثقافية، يغذيها الحدث الظرفي، بهدف الكشف عن الأنساق المضمرّة خلف الجماليات الظاهرة، للوصول إلى الدلالة النسقية^(٢).

وسأحاول الكشف عن هذه الدلالة في محورين رئيسين هما: تشييد النسق، وتهشيم النسق، في ضوء الحوار والصورة، إذ هما الاستراتيجيتان اللتان يتكئ عليهما الإشهار -الذي بين أيدينا - في تمرير الأنساق الثقافية وتشبيدها وكشف عيوبها.

(١) يُنظر: كاتولا، بيرنار، الإشهار والمجتمع، ترجمة، سعيد، بنكراد، (٢٨٦ - ٢٨٧).

(٢) يُنظر: الغدامي، عبد الله، النقد الثقافي، قراءة في الأنساق الثقافية العربية، (٧١).

٣.٢.١. دور الحوار في الوظيفة النسقية:

يقوم إشهار اكتابة أرامكو على مشهد حوارى، يدور الحوار فيه بين شخصيتين مركزيتين هما رجل (مجهول الاسم)، وامرأة اسمها (سارة)، وفي هذا الحوار تتجلى أمام المتلقى ثنائية الرجل والمرأة، فنستحضر في أذهاننا مع هذه الثنائية نسق الفحولة، الذي يسيطر في وعينا، ويستشري في ثقافتنا، معززاً مركزية الرجل وهامشية المرأة.

ونظراً إلى أن افتتاح الخطاب منطقة خطرة - بحسب بارت - وابتدائه أمر عسير؛ فهو لحظة الخروج من الصمت، وعادة ما يثير تساؤلاً حول: لماذا ابتداء الخطاب من هنا وليس من منطقة أخرى^(١)؟ إذ تكمن هذه الخطورة في أنه أول ما يقع في أسمع المتلقين، ويدعوهم إلى الالتفات إليه، ويبني أفق توقعاتهم حوله، فإن نقطة الانطلاق في إشهار الاكتابة هو الوصلة الحوارية، نظراً إلى أنها ستجيب عن التساؤل المطروح عن آلية طلب الاكتابة للمهتمين بذلك، لذا فإن مطلع هذه الوصلة وابتدائها هو المنطقة الخطرة التي تحدت عنها بارت، إذ تفتح على صورة الرجل وصوته؛ وانفتاح المشهد على هذه الصورة، يعزز مركزية الرجل في النسق الطاغى في ثقافتنا وهو فحولة الرجل، إذ يعطى للمتلقى إحاء بأنه هو مركز الحدث.

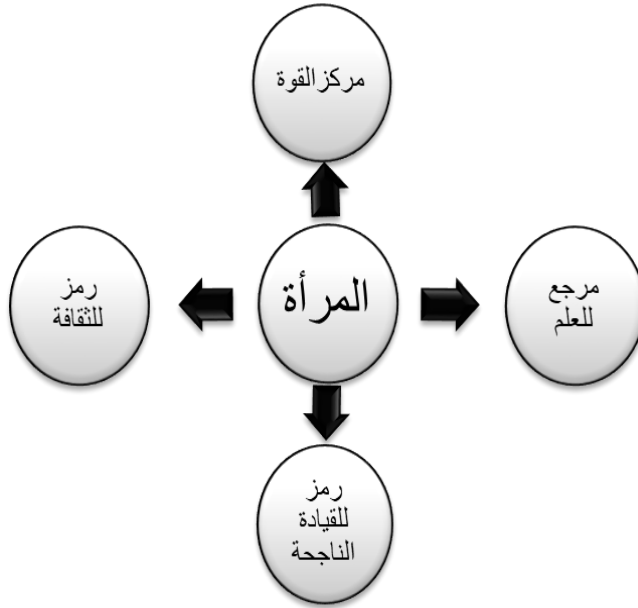
ولكن ما إن يبدأ الحوار بينه وبين سارة حتى نسمعه يسألها قائلاً: [مرحباً سارة، أنا مهتم بتقديم طلب الاكتابة في أسهم أرامكو السعودية، ماهي الخطوات المطلوبة للاكتابة؟]، وهذا كفيلاً بإحداث صدمة في أفق توقع المتلقى، الذي يسيطر نسق الفحولة على وعيه، ويؤدي بطبيعة الحال إلى زلزلة هذا النسق واخلخله نظامه؛

(١) يُنظر: بارت، رولان، التحليل النصي، (٣٧).

لأننا نقف مع هذا السؤال أمام رجل جاهل بعملية الاكتتاب، يطلب العلم والمعرفة من الآخر، وهذا الآخر ليس مركزاً مثله، إنما هو هامش (امرأة). فنحن إذاً أمام رجل جاهل في مقابل امرأة عالمة.

ويأتي صوت سارة مجيباً له وموجهاً و مرشداً، بنغمة هادئة واثقة، تنم عن علم واسع: [كل ما عليك فعله هو...]. فالأمر من منظورها ليس صعباً؛ لأنها متمكنة وعارفة بكل ما يتعلق بهذا الحدث الاجتماعي العظيم، وهذا الموقف من سارة يعزز صورة الهامش في ذهن المتلقي؛ إذ نسمعها تجيب بثقة العالم العارف، وتحدث عن مصطلحات اقتصادية دقيقة، لا يعرفها إلا الخبراء المختصون في علم الاقتصاد وسوق المال، مثل: المساهمة، الاكتتاب، نشرة الإصدار، القيمة السوقية، النطاق السعري، ويعزز ذلك كله صوت الرجل، الذي يلح في طلب المساعدة، ويستزيد من علم سارة بطرح مزيدٍ من الأسئلة: لماذا، كيف... فقد أصبحت سارة هي مصدر المعلومة الموثوقة عنده، مجسداً ذلك بصوته في كل مرة: لرائع جداً، الآن فهمت، ثم يعيد ما ذكرته من خطوات للاكتتاب، ليؤكد أن فهمه وعلمه قائمان ومرتكزان، على ما نقوله سارة له، وما ترشده إليه؛ لتتم بعد ذلك عملية الاكتتاب بالقياس له وللشركة بأمان.

ويأتي صوت الرجل في نهاية الحوار قائلاً: لشكراً جزيلاً سارة، فالعملية أسهل كثيراً مما توقعت،] لتكشف للمتلقي الدلالة النسقية المضمرة، التي تعزز مركزية المرأة، وتقدم صورة جديدة لها، يعكسها الإشهار، كما توضحها الخطاطة (١)، ليؤكد بذلك دور المرأة الفاعل في البناء، وقيادة التغيير والتحول الوطني، لتحقيق أهداف رؤية (٢٠٣٠):



خطاطة (١)، تجسيد صورة المرأة في إشهار أرامكو

استطاع الإشهار بتقديمه المرأة بهذه الصورة اختراق النسق المحصّن داخل سياق ثقافتنا؛ ليكشف عيوبه ويعرّبه، ذلك النسق الذي يعمد إلى تهميش المرأة بترديد عبارات تعزّزه وتجعله يتغلغل في ذاكرتنا الثقافية، تحت مظلة التقاليد الاجتماعية، من قبيل: [شاوروهنّ وخالفوهنّ، المرأة ناقصة عقل، المرأة لا تصلح إلا للمطبخ]، وكذلك تلك التصورات التي ترسخ في المخيال الجمعي حول النظرة المادية للمرأة، وأنها مجرد جسد ماديّ بنصف عقل.

ويسعى الإشهار هنا إلى تشييد نسق جديد ينسخ نسق الفحولة، ويؤسس مفهوماً جديداً، هو مفهوم المرأة المتمكنة، أو تمكين المرأة، الذي سيجد قبولاً من قبل المتلقي؛ لأنه يرتبط ارتباطاً وثيقاً في وعينا بنسق الأنساق، وهو النسق الديني، الذي كرم المرأة، وعزز مكانتها، في محيط أنوثتها، فأصبح لها بذلك دورٌ كبير في بناء دولة الإسلام، بدءاً من السيدة خديجة - رضي الله عنها - التي كانت الداعم الأعظم لسيدنا محمد - صلى الله عليه وسلم - في أهم مراحل النبوة الشريفة، وقد كانت ذات شرف ومال كثير؛ إذ كان لها تجارة تبعت بها إلى الشام، وتستأجر لذلك الرجال وتدفع المال مضاربة بينها وبينهم، وقد أوكلت إلى سيدنا محمد - صلى الله عليه وسلم - هذا الأمر قبل زواجها به^(١)، وكذلك السيدة عائشة - رضي الله عنها - التي كانت أعلم الناس، يسألها الأكابر من الصحابة - رضوان الله تعالى عنهم - ويأخذون عنها العلم^(٢)، والسيدة أم سلمة، التي استشارها سيدنا محمد، وأخذ برأيها في صلح الحديبية^(٣)، ومرورا ببلاغات النساء وجواباتهن وطرائف كلامهن ومُلح نوادرهن، وأخبار ذوات الرأي منهن في كل فنّ وعلم مما يجاوز كثيرا من بلاغات

(١) الزهري، محمد بن سعد (٢٣٠م)، كتاب الطبقات الكبير، تحقيق، عمر، علي محمد، (١٥/١٠).

(٢) م.ن، (٥٧).

(٣) ورد نص الحديث في صحيح البخاري، كتاب الشروط، حديث (٢٧٣٢)، (٤٨٨).

الرجال المحسنين^(١)، فقد قال سيدنا عمر بن الخطاب يوماً: "ألا تعجبون من أمير أخطأ وامرأة أصابت، ناضل أميركم فُنْضِل"^(٢).

لقد كان للمرأة في عهد المؤسس، الملك عبد العزيز دور بارز في بناء الدولة، وتشيد أركانها، إذ كانت الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، داعماً للملك محفزة له عند تأسيس الدولة السعودية وبنائها؛ فهي المستشار المقرب للملك المؤسس، وبخاصة في الشؤون الاجتماعية والأسرية، وكانت شفاعتها في أمور الناس عنده نافذة^(٣)، وقد أوكل إليها مهام (سيدة الدولة الأولى)؛ إذ كانت تنظم مراسم استقبال ضيوف المملكة من النساء، وتشرف عليها، وبخاصة في موسم الحج^(٤).

من هذا المنظور للمرأة ومكانتها ودورها الإيجابي في المجتمعات عبر التاريخ، إضافة إلى دورها الرئيس في تأسيس الدولة السعودية، نجد إشهار اكتاب أرامكو، ينطلق لتحديث هذا النسق وإعادة تشييده، داعماً أهداف رؤية المملكة (٢٠٣٠)، التي تشكل المرأة ركيزة مهمة فيها.

(١) أبي الفضل، أحمد بن طاهر (٢٨٠هـ)، تصحيح، أحمد الألفي، بلاغات النساء، وطرائف كلامهن وملح نوادرهن وأخبار ذوات الرأي منهن وأشعارهن في الجاهلية والإسلام، (٣).
(٢) م.ن، (١٢٨).

(٣) يُنظر: آل سعود، سلمان بن عبد العزيز، ملامح إنسانية من سيرة الملك عبد العزيز، دار الملك عبد العزيز، (٣٨).

(٤) يُنظر: الحربي، دلال مخلد، سيرة راسخة في نسيج الوطن، الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، مجلة القافلة، ع/سبتمبر وأكتوبر، ٢٠٢٠م، متوفر على الموقع (<https://qafilah.com/>).

٣.٢.٢ دور الصورة في الوظيفة النسقية:

يؤثر الفضاء البصري الذي نعيشه اليوم في الرسالة، التي يحملها للمتلقي، وذلك على مستوى الإنتاج والتلقي والتأويل؛ إذ أصبحت الصورة عنصراً مهماً من عناصر تكوينها، وعلامة مهمة يجب على المتلقي تأويلها، فالنص البصري أحد أهم العناصر التيبوغرافية المثيرة للمدارك البصرية^(١).

ونظراً إلى أهمية الصورة فقد وسَّع النقاد الثقافيون الاحتفاء بها، بوصفها ظاهرة وشفرة ثقافية، تعبّر عن المجتمعات في كل أبعادها، وتعكس أنساقها بكل تجلياتها^(٢)، ومن هنا تكتسب الصورة معنى خاصاً يتجلى في مفعوليتها، وقدرتها على إحداث الأثر، ونظراً إلى أن ثقافة الصورة أنتجت متلقياً يستهلك الثقافة عبر هذه الصورة، فإن فن صناعة الصورة يصبح من أهم العناصر التي يقوم عليها الإشهار^(٣). وتساعد الصورة على كشف الأيديولوجيات الثقافية، عن طريق تحفيز المتلقي على التأويل، لكشف المضمرات المخبوءة خلفها^(٤).

وإذا ما رجعنا إلى إشهار اكتتاب أرامكو فإننا سنجد أنه يعتمد على صورة الرجل والمرأة، بوصفهما الصور المركزية التي يتكئ عليها في بنائه، وتكتسب هذه الصور طاقتها التأويلية ورمزيتها التعبيرية من أيقونة اللباس، لذا فإن تركيز القراءة

(١) يُنظر: القوسي، خالد، أغلفة المجلات السعودية بين النص اللغوي والنص البصري، مجلة اللسانيات العربية، مركز الملك عبد الله الدولي لخدمة اللغة العربية، المملكة العربية السعودية، (١٣٠).

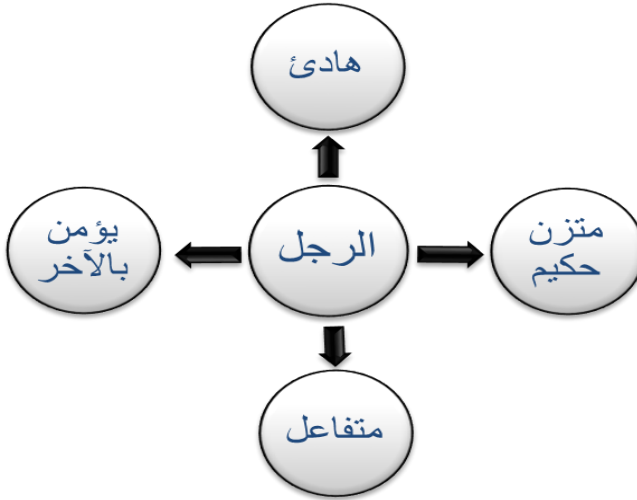
(٢) Berger, Cultural Criticism, p. 81.

(٣) يُنظر: الغدامي، عبد الله، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة و بروز الشعبي، (٣٧).

(٤) يُنظر: م.ن، (١٦٣).

سيكون عليه، للكشف عن مضمرات الصورة الدلالية، ومعرفة دورها في تشييد النسق.

تظهر صورة الرجل بالثوب الوطني السعودي، وهذا وحده سيرسم صورته في ذهن المتلقي، ويحدّد هويته، فهو رجل مكتتبٌ في شركة أرامكو من المملكة العربية السعودية، فإذا ربطنا بين طاقة اللباس في الصورة وطاقة الصوت في الحوار، سنخرج بشخصية الرجل السعودي الذي سيسهم في بناء الرؤية، وهذه الصورة تنعكس في الخطاطة (٢):



خطاطة (٢)، تجسيد صورة الرجل في إشهار أرامكو.

وتكتنّزُ صورة سارة في ضوء لباسها بالحمولات الثقافية المتعدّدة، إذ تظهر صورتها بالحجاب، وهو مظهر خارجي، وعلامة ثقافية دالة، تفتحُ أفقاً ذهنياً للقارئ

تتوارد من خلاله التصورات والإيديولوجيات^(١)، فهو لغةٌ بصريةٌ تحمل عدة دلالات نسقية، تنغرس في ذهن المتلقي، وتتجلى أمامه في ضوء هذه الصورة؛ إذ إن الحجاب في المجتمع السعودي علامة ترمز لقيمة مقدّسة، تؤطر هذا المجتمع في إطار المحافظة وتتحدّد به الهوية الدينية، وهي الإسلام، والمحافظة على هذه الهوية من أهم مرتكزات الرؤية ودعائمها، التي تركز في نصّها على أن ثروتنا الحقيقية تكمن في ديننا الإسلامي، ووحدتنا الوطنية، وتؤكد أن الإسلام في رؤية (٢٠٣٠)، هو منهج الحياة، ومرجع الأنظمة والأعمال والقرارات والتوجّهات، وهو نقطة الانطلاق في تحقيق أهداف الرؤية^(٢).

من هذه الحقيقة المؤكدة ينطلق إشهار اكتب أرامكو متكئا على هذه الركيزة في بناء خطابه تبعاً لشروطه الداخلية، وارتباطه بخطاب أرامكو بشكل عام، وذلك وفق "البرنامج الشرطي" عند لومان^(٣)، الذي يؤكد أن الخطاب بوصفه نسقاً، قادرٌ على التحكم الذاتي في مدخلاته ومخرجاته، فيما هو بحاجة إليه من المدخلات، وما عليه أن يصدره للبيئة من مخرجات. وإذا انطلقنا من قاعدة البرنامج الشرطي هذه في إشهار اكتب أرامكو، فإننا سنجد صورة الحجاب تؤدي دوراً كبيراً في تشييد النسق الثقافي الجديد للمملكة، إذ تربطه بنسق الأنساق (النسق الديني)؛ الذي تنطلق منه كل الأنساق في المجتمع السعودي، وبذلك يحافظ على ثبات هذا النسق الثقافي الجديد وانتظامه.

(١) يُنظر: م.ن، (١٥٢).

(٢) رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠) على الرابط: vision2030.gov.sa

(٣) يُنظر: لومان، نيكولاس، مدخل إلى نظرية الأنساق، (٦٦).

وبما أن إشهار الاكتاب - كما ذكرت سابقاً - يعتمد على المرأة، ويجعلها المحور الأساس في نقل هذا الحدث الثقافي الكبير للمجتمع، فصوتها هو الموجّه والمعلم والمرشد، مما يجعل أسمع المتلقين وأبصارهم معلقة بها، فهذا يستلزم بطبيعة الحال أن يكون لصورتها دورٌ كبير وعميق في أذهانهم، وستقرّر هذه الصورة مصير استقبال هذا الخطاب؛ إما بالقبول من قبل المتلقين أو بالرفض، لذا فالأمر يُحتم أن تأتي صورتها متوافقة مع تصوراتهم، وأفكارهم وما يؤمنون به.

إنّ ظهور "سارة" في الإشهار مرتدية الحجاب، يحافظ على القيمة المقدّسة العليا في النسق الاجتماعي، مما يمنع الاصطدام بين المشهّر والمتلقي، فيجعل الخطاب مقبولاً لديه، وعندها سيتمكّن من تمرير أنساقه عبر خطابه.

ويجسد الحجاب كذلك صورة المرأة المشاركة في النسق الثقافي الجديد، الذي يجعل الإسلام نقطة الانطلاق في تحقيق الأهداف؛ فخلّف هذا الحجاب امرأة عالمة قائدة متمكنة، لم يمنعها التزامها وتمسكها بالقيم العظمى من المشاركة والبناء والتفاعل. إضافة إلى أن استخدام أيقونة الحجاب بوصفه قيمة عليا في المجتمع في هذا الإشهار، يساعد على حفظ التوازن والانتظام في النسق الثقافي الذي يُسهم في تشييده، كاشفاً عيوب الأنساق الأخرى، التي تحاول مقاومة هذا النسق، وتشويهه أو استغلاله، مثل نسق التحرّر والانفلات والفوضى، الذي يرى أن الحجاب عائق في طريق المرأة السعودية، وحجر عثرة يمنعها من الإبداع والمشاركة والتفاعل، وأن ذلك منوطٌ بتركه، أو نسق الفحولة؛ الذي يرى أن خروج المرأة لتسهم في بناء الرؤية وتحقيق أهدافها، يضطرّها إلى التخلص من هذه القيمة العليا (الحجاب)، ويقوم بتشكيل ذلك في وعي المتلقي عن طريق الصورة التي تتميز بسرعة التأثير، وتعددية التأويل.

لقد ظهر مع النسق الثقافي الجديد مصطلح (تمكين المرأة) الذي يستمدُّ مشروعيته من أهداف الرؤية، التي تسعى في إطار التحوّل الوطني إلى مشاركة المرأة في البناء. وقد سعت تلك الأنساق المقاومة إلى تشويبه، وإحداث الفوضى حوله، رغبة في إحباط مشروع الرؤية وأنساقها الثقافية الجديدة، المرتبطة بالقيم المقدسة العليا في المجتمع. وقد كان لإشهار الاكتتاب دور كبير في تحديد هذا المصطلح وضبط أبعاده في أذهان المتلقين عن طريق الصورة؛ إذ يعزز الإشهار هذه الدلالات بلوحة تظهر فيها المرأة إلى جانب الرجل، تُقسّم مساحة اللوحة فيها بينهما مناصفة، كما يتضح في صورة (٢)، وذلك لتأكيد دور كل منهما الفاعل في بناء الرؤية وتشيد أنساقها.



صورة (٢)، علاقة التكامل والتفاعل في النسق الثقافي لرؤية (٢٠٣٠).

ونظراً إلى أن الأمر يتعلق برؤية مستقبلية، تتطلب التوازن والانتظام والثبات، في معركة الصراع بين صناعة المستقبل وبين المخلفات الثقافية^(١) التي فقدت وظيفتها وأصبحت تُمارس بحكم العادة فقط، فقد سعى إشهار الاكتتاب عبر الصوت والصورة، إلى ضبط مصطلح التمكين وتحديد أبعاده على النحو الآتي:

١ - التمكين يعني التمكّن، وليس الانفلات والفضوى، والمرأة لها حق المشاركة في بناء المجتمع السعودي الجديد، وتحقيق أهداف رؤية (٢٠٣٠)، في إطار الثوابت والقيم العليا، ويتجسّد ذلك في المحافظة على القيمة العليا (الحجاب).

٢ - نسق التمكين ليس نسقاً مضاداً لنسق الفحولة، بل هو نسق يسعى إلى تصحيحه، وضبطه بناء على معطيات الثقافة الجديدة.

٣ - المرأة ليست ضدّاً للرجل، والتمكين لا يُقضي الفحولة؛ فالعلاقة بينهما علاقة تكامل وتفاعل، لتحقيق أهداف الرؤية.

ونلاحظ أن أبعاد هذه الدلالة النسقية كانت منغرسه في الخطاب، مؤلفتها الثقافة، ومستهلكوها الجماهير، يتساوى في ذلك الصغير والكبير والنساء والرجال والمهمش والمسود^(٢)، وقد كانت متخفية في الخطاب؛ تعمل في وعي المتلقي دون إدراك منه لذلك، والدليل على ذلك أنه مع كثرة الردود، وإعادة التغريد، والتفضيلات لهذا

(١) مفهوم المخلفات الثقافية يُقصد به السمات الثقافية المتخلفة عن التطور، التي لم يعد لها وظيفة أو دور في الحياة الاجتماعية، وتكتسب وجودها فقط بحكم العادة، يُنظر: عبد الغني، عماد، سوسيلوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكالات من الحداثة إلى العولمة، (٣٢١).

(٢) يُنظر: الغدامي، عبد الله، النقد الثقافي، قراءة في الأنساق الثقافية العربية، (٧٩).

الخطاب الإشهاري في "تويت"، فقد كان تركيز المتلقي على عبارة: (هل أنت مهتم؟)، لتأتي الإجابات على هذا المنوال:

(أنا أهتم، غير مهتم، لست مهتمًا، والله مهتمّة، ليش ما نكون مهتمين، لا أحد يصدّق ذي الحسابات اللي تقول غير مهتم، دور بنفسك بعدها شوف بتهمّ ولا لا..)، ولا نجد سوى ردّ واحد قام بالتعليق على الصورة، وهو رد لامرأة تقول: (زين سارة لابسة حجاب)، ونلاحظ أنها امرأة وقد لفت نظرها حجاب سارة؛ وهذا يؤكد ثبات هذه القيمة في المجتمع، كما يؤكّد أن الأنساق الثقافية تُمرّر عبر الخطابات، في صورة مضمرة غير مباشرة، وأن على الخطاب الإشهاري الذي يجعل من أهدافه تمرير هذه الأنساق، أن يحافظ على التواؤم والانسجام بينه وبين البيئة، والفاعلين في هذه البيئة؛ لكي لا يصطدم بتصوراتهم، أو يحطّم قناعاتهم، فيدعوهم إلى رفضه ومقاومته.

٤. الخاتمة:

يتضح في ضوء هذا البحث أن الخطاب الإشهاري نص شعبي، يمكن أن نقف أمام جمالياته لننقب عما خلفها من مضمرات ثقافية، وأن نقرأه بوصفه حادثة ثقافية ذات دلالات نسقية مضمرة، ومن النتائج التي توصل إليها:

- أن الخطاب الإشهاري في المملكة العربية السعودية يمثل خطاباً فرعياً في النسق الاجتماعي، وأنه قادر على التحكم الذاتي في مدخلاته وتحديد مخرجاته، تبعاً للتوجه الاجتماعي الثقافي.

- أن المتحدث في إشهار أرامكو هو النسق الثقافي، والإشهار هو الناطق باسم هذا النسق، المتمثل لشروطه، وقد استطاع باستراتيجيته تنظيم مدخلاته، والتحكم فيها، وتصدير مخرجاته إلى البيئة، في صورة نسق جديد، ينسجم مع نص الرؤية (٢٠٣٠).

- أن الخطاب الإشهاري لاكتتاب أرامكو قد تجاوز الأبعاد الجمالية والنسق اللغوي، ليشكل فضاء نسقياً، يتسم بالديناميكية والانفتاح والتفاعل مع البيئة في أبعادها المتنوعة.

- استطاع إشهار أرامكو باستراتيجيته أن يخترق النسق المحصن داخل سياق ثقافة المجتمع. ويجسد صورة المرأة والرجل المشاركين في النسق الجديد في إطار تفاعلي تواصل، قائم على الثوابت والقيم العليا في المجتمع.

وفي ضوء هذه النتائج تتجلى خصوصية الخطاب الإشهاري السعودي؛ الذي يتشكل جمالياً وثقافياً تحت مظلة نسق اجتماعي يتسم بالخصوصية، وبما أن هذا الخطاب شعبي تواصل، توصي الباحثة بالاستفادة من الإشهار في دعم القضايا الكبرى في المجتمع، وتدعو النقاد والباحثين إلى تفجير طاقات خطاب الإشهار

السعودي بالبحث والتحليل والتأويل ؛ لاستكشاف عوامله الخفية، ودلالاته المضمرة
خلف جمالياته الظاهرة.

المراجع العربية:

- [١] أبي الفضل، أحمد بن طاهر (٢٨٠هـ)، تصحيح، أحمد الألفي، بلاغات النساء، وطرائف كلامهن وملح نوادرهن وأخبار ذوات الرأي منهن وأشعارهن في الجاهلية والإسلام ط ١، (مطبعة والده عباس الأول، القاهرة، دت).
- [٢] آل سعود، سلمان بن عبد العزيز، ملامح إنسانية من سيرة الملك عبد العزيز، (دارة الملك عبد العزيز، الرياض، ٢٠١٠م).
- [٣] بارت، رولان: التحليل النصي، ترجمة، عبد الكبير الشرقاوي، ط ١، (دار التكوين، دمشق، ط ١، ٢٠٠٩م).
- [٤] البخاري، كتاب الشروط، ط ١، (دار ابن حزم للطباعة والنشر، بيروت، ٢٠٠٣م).
- [٥] بوحسن، أحمد، العرب وتاريخ الأدب، نموذج كتاب الأغاني، ط ١، (دار تويوقال للنشر، الدار البيضاء، ٢٠٠٣م).
- [٦] الحديدي، منى: الإعلان، ط ٢، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٢م).
- [٧] الحربي، دلال مخلد، سيرة راسخة في نسيج الوطن، الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، مجلة القافلة، ع/ سبتمبر وأكتوبر، ٢٠٢٠م، متوفر على الموقع (<https://qafilah.com/>)، تاريخ الاسترداد: ٢٠٢١/١/١٥.
- [٨] خليل، سمير: النقد الثقافي من النص الأدبي إلى الخطاب، ط ١، (دار الجوهري، بيروت، ٢٠١٢م).
- [٩] رؤية المملكة العربية السعودية (٢٠٣٠) على الرابط: vision2030.gov.sa.

- [١٠] الرويلي، ميجان، والبازعي، سعد: دليل الناقد الأدبي، ط ٥، (المركز الثقافي، الدار البيضاء، ٢٠٠٧ م).
- [١١] الزعبي، علي، وأبو نبعة، عبد العزيز: هندسة الإعلان الفعّال (مدخل صناعة الإعلان)، ط ١، (دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٤ م).
- [١٢] الزهري، محمد بن سعد (٢٣٠ م)، كتاب الطبقات الكبير، تحقيق، عمر، علي محمد، ط ١، (مكتبة الخانجي، القاهرة، ٢٠٠١ م).
- [١٣] سعيد، إدوارد: العالم والنص والناقد، ترجمة، محفوظ عبدالكريم، ط ١، (اتحاد الكتاب العرب، ٢٠٠٠ م).
- [١٤] شارودو، باتريك، ترجمة: المهيري، عبد القادر، صمود، حمّادي، معجم تحليل الخطاب، (المركز الوطني للترجمة، تونس، ٢٠٠٨ م).
- [١٥] عبد الغني، عماد، سوسيلوجيا الثقافة، المفاهيم والإشكالات من الحداثة إلى العولمة، ط ١، (مركز الدراسات العربية، بيروت، ٢٠٠٦ م).
- [١٦] علوش، سعيد، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، ط ١، (دار الكتاب اللبناني، بيروت، ١٩٨٥ م).
- [١٧] الغدامي، عبدالله، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط ٢، (المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ٢٠٠٥ م).
- [١٨] الغدامي، عبدالله: النقد للثقافي، قراءة في الأنساق الثقافية العربية، ط ٦، (المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ٢٠١٤ م).
- [١٩] فوكو، ميشال: حضريات المعرفة، ترجمة، سالم يفوت، المركز الثقافي العربي، (الدار البيضاء، ط ٢، ١٩٨٧ م).

- [٢٠] الفيروزبادي، مجد الدين محمد، تحقيق، أنس الشامي، زكريا أحمد، ط ١، (دار الحديث، القاهرة، ٢٠٠٨م).
- [٢١] القرني، حسين محمد، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الآداب والعلوم الانسانية، م٢٦ع ٢، (٢٠١٨)
- [٢٢] القوسي، خالد، أغلفة المجلات السعودية بين النص اللغوي والنص البصري، مجلة اللسانيات العربية، مركز الملك عبد الله الدولي لخدمة اللغة العربية، (المملكة العربية السعودية، ع ٤ صفر ١٤٣٨ / نوفمبر ٢٠١٦م).
- [٢٣] كاتولا، بيرنار: الإشهار والمجتمع، ترجمة، سعيد، بنكراد، ط ٦، (دار الحوار، سورية، ٢٠١٢م).
- [٢٤] لومان، نيكلاس، مدخل إلى نظرية الأنساق، ترجمة، يوسف فهمي حجازي، ط ١، (منشورات الجمل، ألمانيا، ٢٠١٠م).
- [٢٥] مدقن، كلثوم، لغة الإشهار، وظائفها أنماطها وخصائصها، مجلة الأثر، جامعة قاصدي، (الجزائر، ع ٢٩، ديسمبر (٢٠١٧)).
- [٢٦] يقطين، سعيد: انفتاح النص الروائي، النص والسياق، ط ١، (المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ٢٠٠٢م).

المراجع الأجنبية:

Berger, D. (1994). Cultural Criticism. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications,

Leitch, V. (1992). Cultural Criticism, Literary Theory, Poststructuralism. New York: Columbia University Press.

Schmidt, S. (1997). A Systems-Oriented Approach to Literary Studies. The Canadian Review of Comparative Literature, [online] 24(1), Available at: <<https://journals.library.ualberta.ca/crcl/index.php/crcl/article/view/3683>> [Accessed 12].

System and Vision (2030) of Aramco's Initial Public Offering Advertisement: A Reading from Cultural Criticism Perspective

Dr. AL DREIS, HUDA ABDULRAHMAN.

Associate professor of modern criticism and Arabic literature Arabic Language
Department College of Arts Princess Nourah Bint Abdulrahman University.

Abstract:

This research extrapolates the advertisement of Aramco's Initial public offering (IPO), in the company's official Twitter account (@Saudi_Aramo), on 11.12.2019. Choosing this advertisement was prompted by the cultural aspects involved, which are closely linked to the The National Transformation Program of the Kingdom of Saudi Arabia, represented by Vision 2030.

The research is based on the premise that an advertisement is not a consumerist aesthetical text, but a cultural incident capable of building and changing cultural systems and exposing their shortcomings. It aims to reveal the systems behind aesthetics, their role in major issues in our society, and strategies used in the construction of cultural systems.

The first section discusses the terminology, to define the terms and concepts of: cultural criticism, systems, and Aramco's Initial public offering advertisement. The second section discusses the applied aspect, in terms of the cultural context, and the systematic function of the text.

The paper concludes that Aramco's advertisement has exceeded the aesthetical dimensions, to form a system that is characterized by dynamism, openness, and interaction with the environment. Thus, confirming that the advertisement discourse in Saudi Arabia represents a subsystem in a larger social system, and that it is autonomous over its input and output.

Keywords: System, Vision (2030), Aramco, Initial public offering advertisement, Cultural criticism.