

**سيمائيات الخطاب الإشهاري**

(دراسة في الأسس العامة للتحليل السيميائي للملصق الإشهاري في الجزائر)

**Publicity Discourse**

Semiotic Analysis of Advertising Posters in Algeria

باية سي يوسف<sup>1</sup><sup>1</sup> جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال (الجزائر)

تاريخ الاستلام : 2020-12-11؛ تاريخ المراجعة : 2021-02-26؛ تاريخ القبول : 2021-10-31

**ملخص:**

يعالج موضوع سيمائيات الخطاب الإشهاري (دراسة في الأسس العامة للتحليل السيميائي للملصق الإشهاري في الجزائر)، أهم الأدوات والإجراءات المتبناة في التحليل السيميائي للملصق الإشهاري، من حيث إبراز الدور الذي تؤديه هذه الأدوات في تفاعلها ضمن شبكة مستوفية لكل أساليب الاتصال الجماهيري عند تلة من الباحثين الذين أدركوا أهمية الملصق في تمرير خطاب دلالي وفق مقتضيات المؤسسة المعلنة. لهذا، فقد انصبّ اهتمام الباحثة من خلال هذه الدراسة على بسط الأسس العامة للمقاربة السيميائية للإشهار بصفة عامة، والملصق الإشهاري بصفة خاصة، ضمن ثنائيات (النص والخطاب-البنية والوظيفة-الصورة والنسق الخطي). وقد أسفرت الدراسة عن نتائج جوهرية أهمها أنّ إجراءات التحليل السيميائي للملصق الإشهاري لا تخرج عن طبيعة أدوات التحليل المستخدمة في السيمائيات العامة، على هذا الأساس، فإنّ خصوصية الملصق الإشهاري كظاهرة دلالية تستلزم تناولا خاصا ومعالجة حذرة لتجنب السقوط في تأويلات غير مستصاغة.

**الكلمات المفتاح:** ملصق إشهاري؛ إجراءات؛ خطاب؛ تحليل سيميائي؛ دلالة.**Abstract**

This piece of work is about the semiotics of advertising discourse, a study in the general foundations of the semiotic analysis of the advertising poster in Algeria. It deals with the most important tools and procedures adopted in the semiotic analysis of the advertising poster. By highlighting the role that these tools play in their interaction within a network that fulfills all the methods of mass communication, three researchers who They realized the importance of the poster in passing a letter of evidence in accordance with the requirements of the stated institution. Therefore, the researcher's interest, through this study, has focused on laying down the general foundations of the semiotic approach to advertising in general, and the advertising poster in particular, within the binaries (text and discourse - structure and function - image and linear format). The study has yielded substantial results, the most important of which is that the semiotic analysis procedures for the advertising poster do not deviate from the nature of the analysis tools used in general semiotics. On this basis, the specificity of the publicity label as a semantic phenomenon requires a special approach and careful treatment to avoid falling into unpopular interpretation.

**Key words:** advertising poster; actions; speech; semiotic analysis; connotation**I- تمهيد :**

أضحى الإشهار في عموميته خطابا مبنيا على إنتاج دلائل ملازمة للظاهرة التواصلية، سواء ما تعلق بالفعل اللفظي اللساني، أو ما اقتزن بالمكونات البصرية الإيقونية، وبأخذاه لأدوات منهجية أساسية مستمدة من ميدان العلوم الإنسانية وروافد الحقول المعرفية، يظلّ الملصق الإشهاري رسالة إعلامية تستمدّ في تمرير خطابها على أنظمة التواصل الجماهيري، مفرزا لأشكال رمزية دلالية وأنماط لغوية قصدية وتمثيلات معرفية إبلاغية، بهدف تحقيق الوظيفة التواصلية.

ويعرّف "محمد الماكري" المصق الإشهاري بقوله: "وسيلة تواصلية ونمطا تأسيسيا لنسق من العلاقات الباطنية المدركة لقوانين خاصة ولوحدية تخاطبية داخلية" (محمد الماكري، 1991، ص9)، ويضيف قائلاً: "وبما أنّ المصق الإشهاري رسالة إعلامية ترمي في فحواها إلى تحقيق وظيفة التواصل، تعقد بجمهور المتلقين صلات حميمية وتخرج من الانحصار الفردي إلى مجال الاتساع الجماعي والشمول الاجتماعي، فهو تبعاً لذلك يعتمد نظاماً دلالتياً خاصاً طالما أنه يلامس شرائح الجماهير الكبيرة" (المرجع نفسه، ص10)، وعليه فإنّ إمكانية تأويل وتفكيك آليات اشتغال المصق الإشهاري تستلزم البحث في ماهية الأدوات الإجرائية المتبناة كأسس عامة للمقاربة السيميائية للإشهار بشكل عام والمصق الإشهاري بشكل خاص، وتحديدًا من خلال تناول ثنائيات (النص والخطاب/البنية والوظيفة/الصورة والنسق الخطي) بغية تحقيق الوظيفة التواصلية، وهو ما يدفع بنا إلى طرح الإشكالية على النحو الآتي:

- ماهي إجراءات التحليل السيميائي المعتمدة في قراءة وتأويل الخطاب التواصلي للمصق الإشهاري في الجزائر؟  
وقد نقرّع عن هذه الإشكالية عدّة تساؤلات فرعية أهمّها:

- فيما تتمثل وحدات التحليل الأساسية الخاصة بآليات اشتغال الخطاب التواصلي للمصق الإشهاري في الجزائر؟  
- وهل استطاعت أدوات التحليل المعتمدة من تحقيق الانسجام والاتساق لخطاب تواصلي متكامل بين المرسل والمتلقي؟  
ومن خلال معالجة التساؤلات الآتية الذكر، تتوخّى الباحثة تحقيق الأهداف الآتية:

- تتبّع البنيات الدلالية للمصق الإشهاري.

- تبني المقترضات الإجرائية السيميائية المرتبطة بالتحليل الجاد والقويم.

- استجلاء العناصر الخفية والباطنية للمكونات التواصلية للمصق الإشهاري في الجزائر.

ولعلّ طبيعة الأهداف المسطرة ناتجة عن الأهمية التي تكتسبها دراسة الأسس العامة للتحليل السيميائي للمصق الإشهاري، من حيث أنّ تفاعل وانسجام هذه الأسس ضمن شبكة مستوفية للشروط الإبلاغية، يؤدي إلى خطاب حامل لدلالة معرفية، تتمظهر عبر تلوينات إرسالية متعدّدة، كما تتبع أهمية هذه الدراسة من الاهتمام المتزايد للباحثين المهتمين، والذين أدركوا مدى جدوى المصق الإشهاري كوسيلة فعالة من وسائل التواصل الجماهيري.

وفيما يتعلق بالمنهج الذي تمّ اعتماده في هذه الدراسة، فقد وظّفت الباحثة المنهج السيميائي الذي يتّصف بالكفاية العلمية في التحليل والمرونة الإجرائية في رصد الأنظمة الدلالية للمصق الإشهاري، ونظراً لخصوصية اعتماد السيميائيات كأساس للدراسة، فإنّنا نوّكد في هذا السياق

على عدم وجود منهج موحد في الدراسات السيميائية، بل مجموعة من النظريات والرؤى التي تحيل على مدارس متباينة التوجّهات والتخصّصات (سيمانيات التواصل- المنطق- الدلالة- الثقافة- التجريب...)، وعليه فإنّ الباحثة اعتمدت على أدوات إجرائية أساسية بغية تحقيق تكامل بين هذا الحشد النظري، والكشف عن نقاط التقاطع والانسجام في انتقاء مرّن لأهمّ الإجرائيات المقصدية في المصق الإشهاري كما سنوضّحه في المحاور الرئيسية التي يتشكل منها الموضوع على النحو الآتي:

## 1.I - أسس المقاربة السيميائية للمصق الإشهاري :

1.1.I - النص والخطاب : تشكل ثنائية النص والخطاب منطلقاً أساسياً في المقاربة السيميائية للمصق الإشهاري "فتحديد النسق الدلالي للمصق الإشهاري وضبطه يطرح الحديث عن نسق نصي لهذه الوسيلة التواصلية مشكلاً لخطاب معيّن في تجلياته ومستثمراً لمولّدات تقنية وفنية لإنجاز مسارات تواصلية محدّدة" (أحمد العاقد، 1997، ص39) ويضيف قائلاً: "ومن ثمة، فإنّ المزاجية بين لغة لفظية ولغة غير لفظية يتيح تحقيق انسجام بين العناصر اللسانية والعناصر الموازية لها في النصوص البصرية عموماً وبنية الصورة خصوصاً" (Christian metz, 1970, p4).

تماشياً مع هذا الطرح، فإنّ الأمر يستلزم تحديد مفهوم النص وطبيعة مرتكزاته المرجعية في مستواه العام وصولاً إلى ضبط مفهوم الخطاب وأسس التداولية في سياقاته المعرفية.

**1.1.1.I- مفهوم النص ومركزاته المرجعية :** يحيل النص في المعنى الاصطلاحي العام إلى: "مجموع الألفاظ والجمل المشكلة لعمل مكتوب" (grand dictionnaire encyclopedia, 2008, p585)، ويقصد به في مجال النقد الأدبي المعاصر "الإنجاز المكتوب في كليته وشمولية تنظيمه ومحدداته السوسولوجية والتحليلية والبيوغرافية والخطابية" (المرجع نفسه، ص 587)، وفي معناه الشامل، يعتبر النص "نظاما تواصليا وبناءا مكونا لإنتاج معنى" (أنور المرتجي، 1987، ص 107)، أما في الدراسات اللسانية الوصفية في مجال نحو النص وعلم النص، فقد تعددت مناحي المفاهيم الخاصة بضبط خصائص النص، حيث ذهب الباحثان "هاليداي" و"رقية حسن" Halliday and Hassan إلى القول "أنّ كل متتالية من الجمل تشكل نصًا شريطة أن تكون بين هذه الجمل علاقات، أو على الأصح بين بعض عناصر هذه الجمل علاقات، لكن هذا التحديد لا يقرّ بضرورة تشكيل النص بمجموعة من الجمل لأنه يمكن أن يكون النص منظوقا أو مكتوبا... حوارا أو مونولوجا... أي شيء من مسرحية بأكملها إلى نداء استغاثة. وعليه، فيعدّ مشكلا لوحدة دلالية - والجمل ليست سوى وسيلة يتحقق بها ويختلف عنها نوعيا - تساهم في خلق نصيته" (Texture (محمد الخطابي، 1991، ص 17)، وفي نفس السياق يضيف الباحثان "أنّ لهذه العلاقة الدلالية العميقة قوة انسجامية أكبر من السامات الانسجامية sèmes، لكنهما يقرّان بأنّ حضور السامات هو الذي يشكل مبدأ النصية" (Gillan Brown, George Yule, 1983, p191)

ويتضمن المحور التجديدي عند الباحثين في لسانيات النص في اعتبار النص وحدة أساسية ومنطلقا للتحليل، حيث يقول "محمد الخطابي": "قال النص هو التسجيل اللفظي للفعل التواصل" (Ibid, p192)، انطلاقا من النظرية اللسانية التي تعاملت مع "أنساق اللغة وبنياتها الفعلية والممكنة ومع تطورها التاريخي واختلافها الثقافي ووظيفتها الاجتماعية وأساسها المعرفي" (محمد الخطابي، 1991، ص 28)

أما إذا نظرنا إلى مقاربات "رولان بارت Roland Barthes" فتراه ينحى منحى آخر في مجال توظيفه لمفهوم النص في دراسته السيميائية، حيث يقسم النصوص حسب خصائصها "القراءة Lisibilité" و"الكتابة Scriptibilité" فنصوص القراءة تعتبر نصوصا ساكنة تقرأ نفسها بنفسها، على نحو تدعّم نظرة جامدة إلى الواقع وهيكل ثابتا من القيم التي تجاوزها الزمن، ومع ذلك تظل تؤدي دورا بوصفها نموذجا مغلقا، بينما نجد نصوص الكتابة التي تفرض علينا أن ننظر إلى طبيعة اللغة نفسها، وليس النظر من خلال اللغة -إلى عالم واقعي مقدّر، فتورطنا هذه النصوص في نشاط خطر بهيج، نعيد فيه خلق العالم في الآن، ومع المؤلف كلما مضينا معه في النص" (إديث كيروزيل Edith Kerozel، 1986، ص 271)، وبخصوص طرح جوليا كريستيفا Julia Crestiva فقد حاولت من خلال الجمع بين مجال اللسانيات وعلم النفس والماركسية أن تتجاوز السيميائيات البنيوية سيميائيات التواصل وذلك بتبنيها لمقاربة سيميائية تحليلية Sémanalyse، حيث سعت إلى البحث عما تسميه بـ "الإنتاجية النصية" La production textuelle وهو حسب تعريفها - رفض لمصطلح الإبداع الذي يقوم على حمولات لاهوتية Théologique ميتافيزيقية، والانتقال من دراسة النص كنسق (محور أفقي) إلى التعامل معه كسيرورة تداولية (محور عمودي)، وعند دراسة النص، نجد "كريستيفا" تميّز بين مستويين: -النص الظاهر: Phéno -texte وهو التمثيل اللغوي كما يترأى في بنية الملفوظ المادي، وهو مجال اللغة التواصلية، إنّه حسب "كريستيفا" موضوع المناهج السيميائية قبل ظهور السيميائيات التحليلية التي اقتصر على دراسة المستوى السطحي (الصرف-الصوت-الدلالة)، وتضيف أنّ هذه السيميائيات تشتغل على النصوص في غياب حدوث إشارة إلى الذات كسيرورة لا شعورية، أي ما يخترق النص من نصوص مخزونة على مستوى الدال.

-النص المولّد: Génotexte إنّه مجال المكبوتات والمكان الذي توجد فيه الدلائل مستترة من طرف الدوافع، ويتعلق الأمر بالعمليات المنطقية التي تفسّر السيرورة التي تقطعها "الأندلالية signifiante" (أنور المرتجي، مرجع سابق، ص 107) هكذا، فإنّ الباحثة أرادت من خلال هذا التقسيم استنباط الشروط التي يقطعها المعنى داخل النص "الذي لم يعد يمثّل بنية مغلقة، بل سيرورة للوصول إلى إنتاج المعنى أو مجالا مبهما لا نعرفه إلاّ في نشاط القراءة أو في نشاط إنتاجنا له،

متجاوزا بذلك مفهوم العمل **Works-travail** أي الموضوع المنجز الذي يتكون من كتابة منغلقة على نفسها، وينطوي على معنى يشير فيه المصنوع إلى صانعه الأول حيث يستفز قارئه المنتج ويتخلق معه وبه" (اديت كير وزيل، مرجع سابق، ص291)

نطلاقاً مما سبق، نشير إلى أن المقاربات التي تناولت مفهوم النص، وإن تعددت زوايا معالجتها وتنظيراتها (علم النص، نحو النص، سيميائيات تفكيكية، سيميائيات تحليلية (تتفق حول النقاط أهمها:

- البحث عن الخصائص المميزة للنص وعن مجموع الوسائل اللغوية التي تساهم في خلق نصيته ووحدته الشاملة.
- عدم إمكانية فصل النص عن اشتغال الدلائل، مما يستوجب المرور عبر وساطة قوانين لفظية أو مماثلة لها.
- لا يخلو النص من مقصودية (الخلفيات الأيديولوجية، النفسية، السوسيوثقافية) وثوابت (مكونات تركيبية، بنوية ووظيفية).

وإذا أخذنا هذه العناصر في الاعتبار، يصبح من الممكن افتراض "نصية" للملصق الإشهاري في بعده اللغوي والبصري انطلاقاً من مفهوم "الاتساق" **cohésion** بين مكوناته القاعدية وعلاقاته الوظيفية، وهو مفهوم وإن اعتمد كأداة إجرائية في وصف الجانب اللغوي، فيجوز تعميمه على كامل العناصر الدلالية، حيث يشير إلى "العلاقات المعنوية القائمة داخل النص والتي تحدده كنص، كما أنه يحيل إلى مجموعة من الإمكانيات التي تربط بين العناصر والوسائل الدلالية الموضوعية بهدف خلق النص. وبما أن مفهوم النص المعتمد في هذا المقام عام، يشمل النظام اللغوي والبصري على حد سواء، فإن وصف الاتساق يرمي إلى تبيان مدى الارتباط بين النظامين وانصهارهما لتشكيل وحدة دلالية ومقصديه، وتبيناً للمركزات النظرية القائمة على افتراض الملصق الإشهاري خطاباً توأصلياً قائماً على تفاعل مكونين أساسيين (مرسل الخطاب أي المؤسسة الإشهارية ومتلقي الخطاب أي المستهلك)، وهذا يستلزم الانتقال إجرائياً من مفهوم النص إلى الخطاب وهو تحول منهجي من منطلق الاتساق النصي إلى تحصيل الانسجام في إنتاج الخطاب وتأويله، ويعتبر هذا التحول ضابطاً مفاهيمياً مرتكزاً على رؤية عامة تتطرق من انتقال النص في مكوناته ووحداته إلى الأسس التداولية لهذه المكونات في سياقاتها المعرفية.

**2.1.1.I - مفهوم الخطاب :** ينطبق مصطلح الخطاب في المجال اللساني على "اللغة قيد الاستعمال أو الاستعمال التداولي للغة" (Yule, op.cit, p1 Gillian Brown, George)، ويشير أيضاً إلى الطريقة التي تشكل بها الجمل نظاماً متتابعاً تسهم به في نسق كلي متغاير ومتحد الخواص على نحو يمكن معه أن تتألف النصوص من نظام متتابع لتشكل خطاباً أوسع وأكثر من نص مفرد، علاوة على ذلك يوصف الخطاب "بأنه مجموعة دالة من أشكال الأداء اللفظي تنتجها مجموعة من العلاقات التي تستخدم لتحقيق أغراض معينة" (اديت كيروز يل، مرجع سابق، ص270).

ومن منظور لسانيات الخطاب أيضاً، يرى "فان ديك" **Van Dick** "أن النظرية اللسانية تتعامل مع أنساق اللغة الطبيعية أي مع بنياتها الفعلية والممكنة، ومع تطورها التاريخي واختلافها الثقافي ووظيفتها الاجتماعية وأساسها المعرفي" (محمد الخطابي، مرجع سابق، ص 28)، وعليه لا توصف الأقوال اللغوية استناداً إلى البنية الداخلية والمعاني المسندة إليها، بل اعتباراً للفعل المنجز لإنتاج هذه الأقوال" (المرجع نفسه، ص29)، مما يعني النظر إلى السياق التوأم الذي تنجز فيه، وهو افتراض يتعلق بتوسيع مجال الوصف اعتماداً على المستوى التداولي. على هذا الأساس، يغدو التجديد في رؤية "فان ديك" **Dick Van** وهو الهدف خلال من إدراج هذا المنظور المتمثل في تبني بعض إجراءاته بالاعتماد على وحدة أكبر هي الخطاب الذي يرتبط بشكل نسقي مع الفعل التوأملي.

**3.1.1.I - تحليل الخطاب ومبدأ التواصل :** توصف كل مقارنة تتخذ موضوعاً للوصف (وحدة لغوية وحدة تعبير غير لفظية-إيقونية-إشارية-رمزية...) على أنها تحليل للخطاب، ويتجلى مكن هذا التصنيف أساساً في طبيعة الوحدة الخاضعة للتحليل وحجمها، وبما أن المقاربة المعتمدة في هذه الدراسة ترتكز على المنهج السيميائي في عموميته وترمي إلى توظيفه في الخطاب الإشهاري بأبرز سماته التواصلية، فإننا سنعمد على منظور تحليل الخطاب لكل من يول وبراون **G. Yule**

and G. Brown لما يحتويه من وجهات نظر متعدّدة تنتمي إلى تخصصات متنوّعة وتستقي من أدوات علومها لمعالجة قضايا التعبير والتواصل (اللسانيات الاجتماعية، النفسية، الذكاء الاصطناعي، علم النفس المعرفي) ويرى "يول وبراون Yule and Brown" أنه لا يمكن قيام عملية التواصل دون الأطراف المساهمة فيها (المرسل والمتلقي) بل لن يتسنى فهم وتأويل التعبيرات والأقوال -الخطاب بصفة عامة- إلا بوصفها في سياقها التواصلية زمانا ومكانا ومشاركين ومقاما لاعتقاد الباحثين بأن المرسل يمتلك المواضيع والافتراضات المسبقة، والمتلقي يؤول ويقوم بالاستدلالات، ويستخلص من هذا المنظور أنّ محلّ الخطاب يحاول تتبّع مظهر خطابي معيّن ويكشف الإطارات Régularité في معطياته ويحاول وصفها (المرجع نفسه، ص24-25)

غير أنّ تحليل الخطاب حسب منظورهما لا يتبنّى منظور النص كإنتاج (Text-as-Product) أي التعامل معه بمعزل عن المرسل والمتلقي والسياق، بل كسيرورة (Discours-as-process-view) بمعنى أخذ كل أطراف التواصل في الحسبان (المرسل، المرسل إليه، الرسالة، السياق)، وعلية تتخذ مقاربتها للوظيفة التواصلية (communicative function) مجالا أوليا للبحث من خلال وصف الأشكال التعبيرية ليس كموضوع ساكن وإنما كوسيلة دينامية للتعبير عن المعنى المقصود (محمد الخطابي، مرجع سابق، ص50)

**4.1.1.I- الأسس التداولية في سياقاتها المعرفية :** يذهب براون ويول Brown Yule إلى القول "بضرورة الاعتماد على التركيبات والدلالات والتداوليات في تحليل الخطاب في السياق الذي يظهر فيه" (G. Brown. Yule, op.cit., p26) من خلال تناول المبادئ الآتية :

-المرجع، الاحالة (Référéncé): ويسعى المرسل للإحالة على شيء محدّد عبر استعمال لغوي أو غيره.  
-الافتضاء (présupposition): ويرتبط بالخلفية المشتركة بين المرسل والمتلقي أثناء عملية التواصل.  
-الاستلزام (Implicature): ويقصد به ما يهّم محلّ الخطاب من الاستلزام التخاطبي الذي يستجيب إلى مبادئ (الكم، الكيف، العلاقة والاستباق (Ibid,p28.6)

-الاستدلال (Inférence): وهي سيرورة تقوم على المعرفة الثقافية والاجتماعية قصد تأويل الملفوظات وضبط روابطها (Frederick j,newmayer,1988,p119)  
فالخطاب الشهاري للملصق القابل للتأويل لا يخرج عن هذه الأسس، حيث يعتمد على إصالات تواصلية واقتضاءات معرفية واستلزامات منطقية واستدلالات حجاجية في تمرير رسالته، ولايحصل تحصيلًا كافيًا إلا إذا وضعت محدّدات السياق الخاص بالخطاب الشهاري الذي يرتبط بالمعطيات الثقافية والاجتماعية والنفسية المتفاعلة مع الخطاب (أحمد العاقد، 1994، مرجع سابق، ص6)

ويستلزم الأخذ بمبدأ السياق التداولي لأهميته في عملية التأويل، إبراز بعض خصائصه على النحو الآتي:  
-مبدأ التأويل المحلي (principle of local interpretation): ويعمل على تقييد السياق والطاقة التأويلية لاستبعاد العناصر غير المنسجمة مع معاني الخطاب.  
-مبدأ المماثلة (principle of analogie): إذ يتسنى للمتلقي التأويل بناء على المعطى النصي الموجود، وبناء على الفهم في ظل التجربة والاستناد إلى خطابات سابقة.

مما تقدم، نستخلص أنّ مبدأ التأويل المحلي والمماثلة يشكلان افتراض التماسك والانسجام في الخطاب في مستواه التداولي وسياقه المعرفي. على هذا الأساس، تظلّ الغاية من كشف بعض هذه الأسس التداولية هي ضبط آليات اشتغال الخطاب التواصلية والتي تقودنا في مقاربة الملصق الشهاري إلى تناول الوظائف التفاعلية في سياقاتها من خلال ثنائية البنية والوظيفة.

## 2.1.I- البنية والوظيفة :

**1.2.1. I- مفهوم البنية :** تعتبر البنية حسب تعريف "جان بياجى **jean Piaget** "مجموعة تحويلات تتضمن قوانين وضوابط تكثفي بذاتها، ولا تتطلب لإدراكها اللجوء إلى أي من العناصر الغربية عن طبيعتها"(جان بياجى، 1982، ص3) وتتألف البنية من ثلاث مميزات:

-الكلية (**totalité**): وتتشكل من العناصر الخاضعة لقوانين تميز المجموعة، ولا تقتصر هذه القوانين على كونها مجرد روابط تراكمية، بل تضيفي خصائص مميزة على الكل.

-التحويلات (**transformations**): والتي تمنح للنشاط البنائي عدم اصطباغ مكوناته على السكونية.

-الضبط الذاتي (**Autoréglage**) أي أنها تستطيع الحفاظ على خصائصها.

وتستوجب هذه المميزات بعض الملاحظات أهمها:

-أنّ التحويلات لا تؤدي إلى خارج حدودها، ولكنها لا تولد عناصر تنتمي إلى البنية.

-ضبط البنية لذاتها لا يعني عدم استطاعتها الدخول على شكل بنية فرعية ضمن بنية أخرى أوسع مجالاً (المرجع نفسه، ص8)

إنّ الاعتماد على تعريف جان بياجى **jean Piaget** للبنية، يهدف إلى البحث عن السياق المشترك بين كل البناءات بوجه عام (فؤاد زكريا، 1986، ص8)

تماشياً مع هذا المنظور، نرصد لتعريف أكثر دقة وشمولية، يتجلى في اعتبار البنية نسفاً من العلاقات الباطنية له قوانينه الخاصة، ويتّصف بالوحدة الداخلية والانتظام الذاتي على نحو يفضي أي تغيير في العلاقات إلى تغيير النسق نفسه (اديث كير وزيل، مرجع سابق، ص289)

ويتضمن هذا التعريف مجموعة من المسلمات الآتية:

-إنّ البنية تصور عقلي أقرب إلى التجريد منه إلى التعيين، فالبنية هي ما نعله-بصيغة منطقية-من علاقات الأشياء، لا الأشياء ذاتها.

-أنّ موضوع هذا التصور يتّصف بأنه حقيقة لا شعورية لا تظهر بنفسها، بل تدلّ عليها آثارها أو نتائجها.

**2.2.1. I- طبيعة بنية الملصق الاشهاري :** إنّ التساؤل عن طبيعة البنية السيميوطيقية التي يتشكل منها الملصق الاشهاري وحدود وظائفها وتجلياتها، يستوجب طرحه من زوايا متعدّدة. "فهل يشكل لعبة دلالات-لعبة نمط من الدلائل أو عدّة أنماط وفق منظور "لوكومتسيف **lokومتسيف** " أو يمثل نسفاً رمزياً حسب مفهوم "كرانجر **G.G Granger** " أي مجموعة من الدلائل القابلة للبناء أونسقا دلالاتياً ضمن مفهوم "روسي لا ندي"(حنون مبارك، ص21)، أي مجموعة جدلية من أنواع سننية ومن رسائل تتحقق في الواقع بين مرسلين ومتلقين في ظروف ملائمة وتحتوي هذه الأنساق على قواعد استعمالها الخاص"(المرجع نفسه، ص21)

يمكننا القول أنّ البنية الاشهارية في الملصق هي عبارة عن وحدة منسجمة تخضع لقواعد وقوانين تركيبية، تأليفية تحترم شروطاً مقامية خاصة، ولا تقبل هذه الوحدة من الدلائل أن تختلط بها دلالات أخرى لا تقيم معها أية علاقة داخلية، غير أنّ هذا المعطى لا يعني الاتفاق بل يدلّ على إمكانية إدراج دلالات أخرى شريطة أن يخضع صنعها لقواعد منسجمة مع تلك التي بنيت على أساسها دلالات النسق "(المرجع نفسه، ص22)

نشير أيضاً إلى أنّ تركيبية الملصق الاشهاري تخضع لازدواجية في بنية خطابه التواصلية، فهو يعتمد من جهة على نسق بصري يتكون من دلالات إيقونية ورمزية دلالية تنفرع بدورها إلى سنن خطية ولونية وهندسية وبلاغية، ومن جهة أخرى على نسق لفظي يعتمد على أساليب اشتغال اللغة في مستوياتها الصوتية والمعجمية والدلالية، وتؤدي هذه الازدواجية إلى معرفة ما إذا كان الأمر يتعلق ببنيين مستقلتين في عناصرها ومتعلقتين في نسقهما أم بنيين متكاملتين ومنصهرتين في إطار بنية أشمل وأعم؟

هذا التساؤل يدخل في إطار تصور إشكالي عام، يجعل من الخطاب اللفظي وغير اللفظي يستقي من منظورات معرفية متعددة، فمنها من يرى " أن كل البنات الدالة اجتماعية من إنتاج عمل الأنساق، وعليه فكل الأنساق سواء كانت لسانية أو غير لسانية تساهم بفعالية وتكامل في تشكيل جوهر الحياة الاجتماعية كلها" (المرجع نفسه، ص28)، ومنظور آخر "لإيكو U.ECO يصنّف الأنساق جميعها اعتماداً على معيار ثقافي محض انطلاقاً من الأنساق الأقل ثقافة (الطبيعة العضوية) إلى الأنساق الأعقد ثقافة (الابداع الفني، التواصل الجماهيري) نقودنا هذه الرؤى إلى القول أنّ المصق الشهاري هو وحدة خطابية شاملة وبنية نصية كبرى للأنساق اللغوية والبصرية على حدّ سواء، وتشكل نسيجاً تنتظم فيه مفاصل مكوناته بعلاقات تشابكية ومنسجمة تركيبياً ودلالياً وتداولياً، أيضاً فإنّ خطاب المصق الشهاري بنية كلية ترتبط بها أجزاء الخطاب ويتم الوصول إليها عبر عمليات متنوعة تشترك كلها في سمة الاختزال، على أنّها ليست شيئاً معطى، بل هي مفهوم مجرد، به تتجلى كلية الخطاب ووحده (أنور المرتجي، مرجع سابق، ص84).

**I 3.2.1-وظائف بنية المصق الشهاري وتجلياتها :** يستند تحليل خطاب المصق الشهاري إلى استجلاء وظيفة بنيته وسياسات اشتغالها وحدود تجلياتها، انطلاقاً من منظور أهمية دور الوظيفة في المعالجة الإدراكية لبنية الخطاب والاسهام في توازن طرحها وجمالياتها (صبحي الطعان، 1994، ص439)

**I 1.3.2.1- مفهوم الوظيفة :** ينحصر مفهوم الوظيفة "كأداة إجرائية لملامسة عمل **functioning** بنية الخطاب وضبط اشتغالها في سياقاتها، ويكمن الهدف من هذا المفهوم في استبانة البعد التواصلية لخطاب المصق الشهاري في شكل دلاليته ووظيفته من جهة واستثمار هذه الوظائف في مقاماتها السياقية من جهة أخرى، ويؤكد هذا المفهوم على وحدة الشكل، والغرض على نحو يتحول معه المجتمع إلى نسق مترابط، يؤدي كل عنصر من عناصره وظيفة محددة وعلى نحو تتحدد فيه بنية الموضوع تبعاً لأهمية الوظائف التي يؤديها كل عنصر في النسق الكلي" (اديت كيروز يل، مرجع سابق، ص273)

**I 2.3.2.1- أشكال الوظائف وتجلياتها في بنية خطاب المصق الشهاري :** إنّ المصق الشهاري وسيلة تواصل جماهيري، تركز على خطاب موجّه ومقصود، لذلك يمكن تبني اصطلاحين اثنين لوصف أهم أشكال وظائف الخطاب، مستلهمين من تقسيم الباحثين "Yule et Brown" للوظائف اللغوية الآتية:

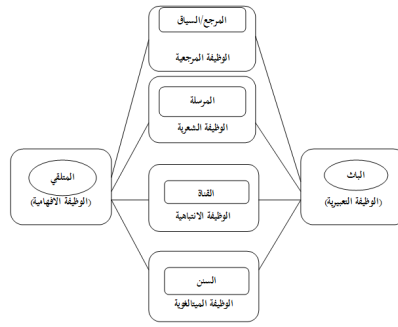
**-وظيفة نقلية: (Transactional function)** ويقصد بها "أنّ كل شيء تعبير، يستعمل لإنجاز وظائف تواصلية، لكن تظلّ أهم وظيفة هي نقل الثقافات، وتظلّ الأشكال التعبيرية عبارة عن خزّان هائل لتجارب الأمم عبر مسيرتها التاريخية" (G. Brown et G. Yule, op cit, p2)

**-وظيفة تفاعلية: (Interactional function)** تكتسي هذه الوظيفة صيغة خاصة، إذ لا تهدف إلى نقل المعلومات وإنّما إلى تأسيس وتعزيز العلاقات الاجتماعية، زيادة على أنّها تعبر عن العلاقات الاجتماعية والمواقف الشخصية والتأثيرات المرغوب إحداثها في الرأي " (محمد الخطابي، مرجع سابق، ص48)

وينبني هذا التصنيف على مقارنة عامة بين الوظائف ذات الثنائيات المتعارضة (الوظيفة التمثيلية/التعبيرية 1938 Buhler) (المرجعية/الشعرية 1960 Jakobson) (التصويرية/البيشخصية 1970 Halliday) (وصفية/سوسيو-تعبيرية 1977 Lyons) (G. Brown, G. Yule, op cit, p3).

غير أنّ تقسيم "رومان جاكبسون R. Jakobson" لوظائف التواصل يظلّ أشمل وأعمق خصوصاً وأنّ الهدف ينبني على إبراز وظائف بنية خطاب يرتكز على حضور الصورة البصرية والنص المكتوب.

ويحدّد "جاكبسون R. Jakobson" وفق العملية التواصلية ستّ وظائف مماثلة (Christian Baylon, Xavier) (Mignot, 1991, p76)



وظائف التواصل في خطاطة جاكبسون (R. Jakobson, 1991, pp.75) (Christian Baylon, 1991)

يشير "رومان جاكبسون" في الخطاطة التواصلية إلى أنّ كل عامل من العوامل الستة مرتبط بوظيفة معينة، فالتركيز على الوظيفة التعبيرية يهدف إلى التعبير مباشرة عن موقف "الباث" نحو ما يبيّن، أما الوظيفة الإلهامية تتجسّد حينما يقع التأكيد على المتلقي، في حين تتجلى الوظيفة المرجعية في التركيز على السياق، بينما الوظيفة الشعرية فهي تهدف إلى تمثيل التواصل بين المرسل والمتلقي، والتركيز على القناة يؤدي إلى وظيفة انتباهية، أما الوظيفة الميتالغوية فتسمح لعوامل التواصل الاستعمال أو التوظيف المكوني لنفس الدلائل "أنور المرتجي، مرجع سابق، ص 26) ومن بين الملاحظات التي يمكن تسطيرها على ضوء خطاطة "جاكبسون" ما يلي:

- أنّ "جاكبسون اعتمد على منظور وظيفي انطلاقاً من أنّ النظام التعبيري في تمظهراتها اللغوية، يستعمل لغايات محدّدة تستوجب الشرح والتبسيط، وهذه الغايات تظلّ تابعة للفعل التواصلية.

- ووظف "جاكوبسون" مرادفات الفيلسوف الألماني **Karl Buhler** الذي اقترح خطاطة بسيطة ميّز خلالها بين ثلاث وظائف اصطلح عليها اسم تعبيرية (**Expressive**)، ندائية (**Appellative**)، وتمثيلية (**Représentative**) وتهمّ تعبير المتكلم ونداء المستمع وتمثيلاً لحاجة الأشياء المتحدّث عنها" (**G. Brown. Mignot, p77**)

- لم يحدّد " جاكبسون" وضعية المرسل، حيث يمكن في سياق التواصل أن يصبح متلقياً.  
- تتميز الوظائف الشعرية الميتالغوية بطابع انعكاسي (**Réflexive**) الذي لا يمكن مصادفته إلا في الأنظمة التواصلية (اللغة)  
- ترتبط الوظيفة الشعرية "باللذة الاستيطيقية (وتحظى بأهمية كبرى في الشعارات والنصوص الإشهارية والفنون") (**B. Cocula, C Peyrouet, p23**)

### 3.1.1- الصورة والنسق الخطي :

**1.3.1.1- ماهية الصورة :** يقول "كريستيان ميتز **Christian Metz**" أنّه حينما يتّجه البحث السيميائي نحو الصورة، فإنّه يظهر بالدرجة الأولى تحديد ما يميّزها بوضوح أكثر عن باقي أنواع الموضوعات الدالة" (**Christian Metz, 1970, p1-3**) فلا تشكل الصورة امبراطورية مستقلة ومنزوية أو علماً مغلقاً يستغني عن التواصل مع ما يحيط به" (**Ibid, p3**)، غير أنّ ما يميّزها هو تأسيسها لأنظمة جدّ متعدّدة بعضها يقوّن خالص، والآخر يظهر عبر الرسائل غير البصرية ، فلا تتضمن مقارنة الصورة إنتاج الصورة نفسها بل إنتاج لغة لفظية عبر خصوصية خطابها، وعليه لا توجد الصورة إلا عبر ما نتيج قراءته عن طريق اللغة اللفظية التي تصبح لغة واصفة لمواضيع مختلفة من ضمنها ما هو غير لسانی (**Ibid, p8**) وحسب منظور **Gautier**، فإنّ الصورة حاملة لبصمات قوية لأصولها الفردية والتاريخية" (محمد الهجابي، 1994، ص 67)، ويذكر أيضاً أنّ الصورة في حدّها الأدنى عبارة عن ملفوظ وهذا يعني أنّه بإمكانها اقتراح عدّة ملفوظات، وينطوي هذا الملفوظ على بنية لمجموع مدرك ومباشر" (المرجع نفسه، ص 68)

ويقصد بالصورة في هذا السياق، الإنتاج المادي لموضوع معين بواسطة نظام بصري سواء كان صورة فوتوغرافية أو رسماً أو شكلاً هندسياً أو مزجاً بينهما، وهي خصائص الملصقات الإشهارية ومنها خاصية الثبات **Fixity**



أما الباحث **J.L. Scheffer (1970,p219)** لا يخفي تناقض ورمزية مفهوم الصورة، إذ يشكل تمظهرها لما لا يمثلها أصلاً في محتواه الجلي **contenu manifesté** بمعنى أنه ليس للصورة تواجد سوى في وظيفتها التكرارية الاستهلاكية **Anaphorique** للواقع، ووفق منظور الباحث دائماً، تعدّ الصورة وحدة إدراكية ودلالية بدون مكونات إيحائية خالصة **sémique** أوسيمية تتمظهر كلياً في أنظمة أخرى، وهكذا فإنّ الصورة لا يمكنها أن تمتلك سنناً سوى عن طريق تحريك نظام آخر، وأنها ليست وحدة بالمعنى الكامل، بل وظيفة استثنائية في المجال التمثالي، على هذا الأساس، فإنه ليس بالإمكان أن تعوّض الصورة الخطاب اللغوي، فمهما كانت الصورة موجبة ومعبرة ورغم قدرتها الهائلة على تقجير الأبعاد الدلالية، يبقى المتلقي هو المحلّ من حيث اعتماده على مقومات البيان والإفهام **(Ibid,p216)**

**2.3.1.I- مفهوم التماثل الإيقوني** : يطرح "إليسيو فيرون **Eliseo Veron**" تساؤلاً عن ماهية التواصل التمثالي، ويستشهد بإجابة الباحثين "جاكسون، بيفان واتسلاويك

**Jakobson, Bevin, Watzlawik** " أنه كل تواصل غير لفظي "معتمدين على صعوبة التفريق بين المحتوى في التواصل التمثالي والشكل المادي للرسالة، غير أنّ الباحث **Veron** يذهب إلى القول أنّ تبنّي مفهوم التماثلية يمكن أن يقودنا إلى خلط مفاهيمي كبير، لأنّ الرسالة اللفظية والصورة الفوتوغرافية لهما قاسم مشترك يتجلى في عدم تجسيدهما للموضوع الذي يقدمانه **(Eliseo Veron,1970, p55)**

وفي نفس الإطار، يرى "إيكو **Umberto Eco,p14)** أنّ تحديدات الإيقون كدليل له بعض التشابه الطبيعي مع الموضوع الذي يحيل إليه، وهو تعريف "بيرس **C.S. Peirce** قد لقي انتشاراً واسعاً خصوصاً مع طروحات "تشارلز موريس **Morris** التبسيطية له، حينما رأى أنّ كل ما هو إيقوني هو بالأساس ما يمثل بعض خصائص الموضوع المتمثل، ويضيف "إيكو" أنّ هذا التحديد لا يجب أن يؤدي إلى خلط مفهوم الدليل الإيقوني، فإذا كانت المماثلة الأصلية تعني عدم اعتبارية الدليل بل "تعزيزه" تجعله يستقي معناه من الموضوع المتمثل وليس بالافتضاء التمثيلي، فإنه في هذه الحالة يظلّ الحديث عن المماثلة الأصلية والدليل الذي يخلق بعض ظروف الإدراك الجمالي شيئاً واحداً.

ومن أهم الانتقادات التي خصّها بها "إيكو" مسألة التماثل الإيقوني ما يلي:

-قد لا تكون الرسالة البصرية تماثلية بالمفهوم الشاسع، إذ يتعلق الأمر بمسألة الصور "غير التصويرية" ومسألة الإيقونات البصرية.

-يتقبل التماثل البصري تعبيرات يمكن وصفها بالتغييرات الكمية، أي ما يرتبط بدرجة الإيقونية عند "مولز **A. Moles** التخطيطية **schématisation**، "الأسلية **stylistation**"

-يتقبل التماثل البصري التغييرات الكيفية بحسب الثقافات **(Christian Metz,p8-9)**

-إذا كان للدليل خاصية مشتركة بشيء، فإنّها ليست بالموضوع، بل مع النموذج الإدراكي للموضوع الذي يؤسس انطلاقاً من العمليات الذهنية التي تقوم بها لتأسيس المنظور في استقلال عن المادة التي تتحقق فيها هذه العلاقة " **Umberto Eco,1978,p142)**

نخلص إلى أنّ الملصق الأشعاري خطاب بصري خاضع لإعداد مسبق وموجه إلى جمهور مستهدف، وهذا ما يحيلنا إلى رصد بعض مبادئ التسنين **codification** التي لا محيد عنها في تحليل الرسالة البصرية.

**3.3.1.I- مبدأ التسنين في الرسالة البصرية :**

**3.3.1.I. 1- مسألة التمثيل المزدوج Double articulation** : إنّ الحديث عن السنن في الرسالة البصرية، يحيلنا إلى مسألة التمثيل المزدوج وطبيعة النسق البصري في علاقته مع اللغة اللفظية، فإذا كانت اللغة اللفظية تشكل سنن التسنين بامتياز وترتكز على تمفصل مزدوج، فإنّ الأنساق البصرية لا تتوفر سوى على تمفصل واحد، هذا ما جعل الباحث "كلود ليفي شتراوس **Claude Levi Strauss** (Umberto Eco, op cit,p30) يطرح اجتهاد معرفي للكشف عن عناصر

تمفصل التركيب الايقوني في المجال الفني، إذ ذكر بأنّ الرسم -كاللغة اللفظية- تتمفصل وحدات المستوى الأول لدوالها والتي يمكن مقارنتها "بالمونيمات"، أما المستوى الثاني فهو يتساوى مع "الفونيمات" ويتكون من الأشكال والألوان والتي هي وحدات تباينية وفاقدة لمدلول مستقل.

وارتكازا على هذا الطرح، أقرّ "كلود ليفي شتراوس" على:

-أنه لا وجود للغة بدون تمفصل مزدوج.

-يعتبر التمفصل المزدوج ثابتا، فالمستويات ليست قابلة للتعويض أو الاستبدال، تركز على اتفاقية ثقافية تتأكد في ضوء متطلبات أكثر عمقا (Ibid,p31) غير أنّ "إيكو" اقترح فرضيات مناقضة لها تتلخص في:

-وجود سنن للتواصل ذات أنمط مختلفة التمفصلات أو بدون أي تمفصل.

-وجود سنن ذات مستويات تمفصل قابلة للتبديل (ibid,p32)

بهذا الطرح يكون "إيكو" قد تعرض إلى موضوع الوحدات المكونة للدليل في الرسالة البصرية، واقترح صيغة تقوم

على ثلاثة تمفصلات في الرسالة البصرية، وهو تقسيم يستلهم من مقاربة **louis prieto** للأشكال في:

-الصور **figures** وهي شروط الإدراك الخاضعة للقوانين الجشطالتيّة المتضمنة في السنن.

-الدلائل **signes** وتتمثل في النماذج المجردة والرموز والتخطيطات المفاهيمية للموضوع.

المعانم **scènes** وتشكل ملفوظا إيقونيا معقدا تجتمع فيه هذه الدلائل أو دلائل من نوع خاص" (ibid,p33)

انطلاقا من هذا التصنيف تبرز وفق منظور "إيكو" إمكانية تعداد أنمط مختلفة من السنن في الرسالة البصرية ذات

تمفصلات تباينية.

### 3.3.1.I 2- أنماط التسنين:

-سنن دون تمفصل وتتمثل في:

-سنن ذات معنم أوحد مثل (العصا البيضاء للضرب، فحضورها يعني "أنا أعمى" وغيابها لا يعني شيئا).

-سنن ذات مدلول صفر مثل أضواء التوجه في السيارة، فحضورها يعني تغيير الاتجاه وغيابها "أسير في خط مستقيم".

-سنن ذات التمفصل الأول وتتمثل في:

-معانم خاضعة للتحليل كدلائل وليس كأشكال، مثل ترقيم غرف الفنادق، فمعنم 20 " يدل عادة على أول غرفة في الطابق

الثاني، فالمعنم مقسم إلى دليل -2- ويدل على الطابق الثاني، ودليل 0 يدل على الغرفة الأولى.

-سنن ذات التمفصل الثاني وتتمثل في:

-المعانم التي لا تتجزأ في دلائل ولكن من أشكال ذات مدلول غائب وتتمثل في:

-خطوط الحافلات ذات الرقم المزدوج -63- تدل على مسار محدد وإذا جزئ المعنم إلى أشكال -6- و -3- فلا تدل

على شيء.

-سنن ذات التمفصل المزدوج وتتمثل في:

-المعانم الخاضعة للتحليل كدلائل وأشكال مثل أرقام الهاتف التي تحيل بعضها إلى جهة البلد، المدينة، القطاع.

-سنن ذات تمفصلات متحركة وتتمثل في:

-التقاء الدلائل والأشكال غير المنتمية لنفس النوع مثل:

-أوراق اللعب، الأشكال، الأرقام، الألوان، الأوسام العسكرية، الخطوط، النجوم، الألوان (ibid,p35)

في ضوء هذا الجرد لأنماط السنن، يمكن القول أنه إذا كانت الرسالة بصرية، فلا يعني أن كل سننها هي بالضرورة كذلك،

وعليه تتداخل سنن خارج الحقل البصري لتشكل تفاعلا مع خصائص الصورة، فالسنن البصري يصبح على حد قول "إيكو"

مرتبطا بشبكة علاقات متعدّدة" (U. Eco, op cit,p4)

من هذا المنطلق، تبرز وظيفة الصورة الإشهارية عبر استعمال "سفن صوري" محدّد الصنف، بمعنى تحويل موضوع من مجوده المادي إلى ظاهرة تسنين تلامس وعي الجمهور ودرجة تلقيه -بهذا المعنى، تغدو الرسالة الإشهارية في شكلها البصري أكثر خضوعاً لعملية التسنين مقارنة "بالرسم الفكاهي أو عمل تصويري" (B. Cocula, C. Peyrouet, op cit, p44).

**I. 4.3.1- البلاغة والصورة الإشهارية :**

**I. 4.3.1-1- البلاغة والإشهار:** يعتبر تحليل الباحث "رولان بارث Roland Barthes" للصورة الإشهارية (Roland Barthes, 1982, p25) من أولى مقاربات الخطاب البصري التي ارتكزت على توظيف مفاهيم بلاغية، وقاده هذا التحليل إلى تقديم قواعد أساسية لبلاغة الصورة، وفي هذا الصدد يقول: "سيكون من الممكن وضع بلاغة عامة أو لسانية لدوال التضمين صالحة للصوت المنطوق والصورة والإيماءة" (رولان بارث، 1994، ص17)

فلم تعد البلاغة ذلك التراث القديم المحكوم عليه بالتعاسة أو الموت (O. Ducrot, Tzvetan Todorov, p99) على حد تعبير "تود وروف Todorov" بل بزغت "البلاغة البصرية" لتفك العزلة عنها وتحررها من إطارها "التبديعي" الضيق وتعيد إليها مفهومها الواسع المتجلي في نظرية الخطاب المرتبطة بالسياق الثقافي الذي تطورت ضمنه، فقد امتدّت البلاغة من الخطاب القضائي والسياسي والنثر الفني إلى دراسة أشكال الخطاب التواصلية وخطاب وسائل الاتصال الجماهيري، ويقودنا هذا إلى تناول طبيعة البلاغة بمفهومها القديم والحديث وبعض المسارات البلاغية في بعدها التداولي.

**I. 4.3.1-2- طبيعة البلاغة ووظيفتها:** إذا كانت البلاغة القديمة قد عرفت باهتمامها بركائز الفكر الإقناعي والمظاهر الفيزيائية للتعبير (Christian Baylon, p186)

فقد أضحت البلاغة بمفهومها الحديث منهجاً لتحليل النصوص، وتجلّت وظيفتها في النظر في وسائل الاستمالة التي يتضمنها كل موضوع (Tzvetan Todorov, 1977, p60)، ولم يعد هدفها النصوص، بل علماً يساهم في الكشف عن التركيب الشكلي القسدي للمقولات البلاغية، وبهذا الاعتبار تمثّل البلاغة وفق تصوّر "بليث" منهجاً للفهم النصي مرجعه التأثير، ويذكر أنه حينما نفكر حسب المفاهيم البلاغية، فإننا ننظر مبدئياً إلى النص "من زاوية نظر المتلقي وتجعله تابعاً لمقصدية الأثر" (هنريش بليث، 1989، ص46)

**I. 4.3.1-3- الممارسات البلاغية وبعدها التداولي:** تضمنت البلاغة وفق مقاربة "رولان بارث Roland Barthes" عدّة ممارسات تتميز بأنها متفاوتة أو متتالية تبعا للحقب التاريخية، وتتجلى هذه الممارسات أساساً في التصنيفات التالية: -تقنية: أي فن الإقناع وهو مجموع القواعد والوصفات التي يتيح استخدامها إقناع متلقي الخطاب حتى ولو كان ما ينبغي إقناعه به كاذباً.

-تعليمية: إنتقالها عبر طرق فردية (معلم البلاغة) إلى اندماجها في مؤسسات تعليمية.

-علمية: تصنيف الظواهر وإجراء "لغة واصفة" تتشكل من مجموع المصنفات البلاغية.

-أخلاقية: باعتبار البلاغة نسق من القواعد، فهي كتلة من التعليمات الخلقية، يتمثل دورها في انزياحات اللغة الانفعالية.

-اجتماعية: تعدّ البلاغة تقنية تنتج للمؤسسات صاحبة القرار (رولان بارث، 1994، ص33-34)

يمكننا القول أنّ البلاغة، وإن تميّزت بتغيير في المناهج، فقد حافظت على خصائصها، خاصة تلك التي تناولت الجوانب الأسلوبية منها، ووفق هذا التصوّر تبرز أهمية إيجاد تصوّر عام للبلاغة انطلاقاً من الرؤية القائلة بتشكيل كل خطاب بلاغة ما وامتلاكه لوظيفة تأثيرية، الأمر الذي يحيلنا إلى تناول التظاهرات في الخطاب الإشهاري وتحديداً في رسالته البصرية.

**I. 4.3.1-4- التظاهرات البلاغية على صعيد الصورة الإشهارية:** تمنح البلاغة للإشهار "نموذج الإبداع والخلق" لكونه يستلهم الأفكار الأكثر أصالة وجرأة من استلهامه للأشكال البلاغية المخزنة منذ قرون عديدة (j. Durand, 1970, p71)، فالبلاغة خزان لطرق مختلفة تؤهل لرصد الفكرة الأصلية وتمنح سبلاً نحو تطعيم حفل الابتكار.

غير أنّ محاولة الكشف عن التظاهرات البلاغية في مجال الصورة وتحديدًا في مجال الخطاب البصري الإشهاري لم يخل من صعوبات، خصوصًا إذا علمنا أنّ المفاهيم البلاغية تنهل من الخطاب اللغوي المؤسس لميلادها وتطورها، لهذا نجد محاولات عديدة لباحثين متعدّدي التخصصات تنحو منحى تذليل هذه الصعوبات وإيجاد مستويات ارتباط البلاغة بالصورة الإشهارية "بلاغة الصورة" (Roland.Barthes,1964,p4)، "البلاغة والصورة الإشهارية" (j. Durand, op cit,p71)، "سيمولوجيا الرسائل البصرية" (U. Eco, op cit,p30)، وسنهتم في هذا السياق بسرد تصنيفات "ديران" للمحسنات البلاغية في حقل الصورة الإشهارية وتصور "بارث" لبلاغة الصورة.

**I. 4.3.1. 5-مبادئ تصنيف المحسنات البلاغية:** يعتمد طرح Durand على الفصل بين ما هو تركيبى syntagmatique وتعاقي paradigmatic حيث يعتبر المحسنات البلاغية عملية تنطلق من قضية بسيطة لتقيم تعديلات في هذه القضية نفسها (ibid,p71) بمعنى أنّ الأدوات البلاغية تتيح إمكانية ترتيب مستويين من الخطاب، مستوى خطابي خالص ومستوى خطاب مستعار بطريقة تناظرية في طرفين (زمن الابداع-باث الرسالة ينتقل من اقتراح بسيط لتحويله لعملية بلاغية) وزمن التلقي -يعيد الرسالة إلى بساطتها الأولى) (ibid,p72)

وتنوزع الصور البلاغية إلى شقين، يهَمّ الأول طبيعة هذه العملية، ويهَمّ الثاني طبيعة العلاقة التي تجمع بين العناصر المتغيرة على مستوى التركيب، وترتبط بشكل التعبير (الدوال)، أما صعيد العلاقة فيقع على المستوى التعاقي ويرتبط بالمدلولات (ibid,p72)

**I. 4.3.1. 6-المستويات الثلاثة لبلاغة الصورة الإشهارية:** ذكر "بارث Barthes في دراسته للصورة الإشهارية (الصورة الفوتوغرافية) ثلاثة مستويات تتمثل في المستوى التعيني، المستوى التضميني المستوى اللساني (رولان بارث، مرجع سابق، ص12)

-**الصورة التعينية:** وتطابق اصطلاح الرسالة الخطية في تعارضها مع الرسالة الرمزية-وتتميزها عنها إنّما هو تصنيف إجرائي ذهني، حيث لا يمكن الفصل كليًا بينهما، وتبدو هذه الصورة في تعيّنيتها وطبيعتها التماثلية مؤسسة لرسالة بدون سنن، وموضوعية وبريئة، ويذكر "بارث" أنّ التمييز لا يتم عبر القراءة العادية في مستوى التلقي، لأنّ متلقي الصورة يخضع لعملية الارسال أو بث الصورة في مستواها الإدراكي والتعيني في الوقت نفسه، لذا تستوجب عملية الفصل إلى اجتهاد ذهني وفكري عبر قراءة مركزة، ويشير أيضا إلى أنّ الصورة الفوتوغرافية كونها تبدو تماثلية، فهي مقصاة ذهنيًا من كل دعامة مسنّنة، أي أنّها رسالة مسترسلة continu، فليس هناك مكان للبحث في وحدات دالة في الرسالة الأولى.

-**الصورة التضمينية (البلاغة المسنّنة):** تعادل الصورة التضمينية المستوى الإيحائي الذي تتمظهر فيه البلاغة، باعتبارها مجموع الدوال التضمينية لإيديولوجيا تتنوع حسب تنوع مادة تلك الإيديولوجيا، فتظهر البلاغة باعتبارها المظهر الدال للإيديولوجيا، ويقوم "بارث" في تحليله تعادلات مفاهيمية بين البلاغة والتضمين والشعرية والسنن الثقافية، وإذا كان للتضمين دوال نموذجية، فإنه يجعل كل دواله في وحدة، هي نفسها نجدها في الصحافة المكتوبة (cocula,op cit,p40) والصور والإيماءات، ويعتبر المجال المشترك لدوال التضمين هو الأيديولوجيا، ويبدو طرح "بارث" في هذا المقام مماثلا لما أورده الباحثان (cocula et peyroutet,op cit,p40) حينما استخلصا أنّ الجانب الثقافي للرسالة التضمينية يتكون بشكل واسع من الأيديولوجيا التي تبرز ضمن السنن. من هذا المنطلق، نستخلص من طرح "بارث" للصورة التعينية والتضمينية "أنّ الوظائف البنوية في النظام الشامل للصورة يمكن نعتها ب "قطبية التركيب" (ibid,p51)

إجمالًا، نستطيع القول أنّ أنماط التعبير في شكلها العام والملصق الإشهاري المتضمن لخطاب بصري بشكل خاص، لا تخرج عن قواعد الفنون المحاكية للواقع، إذ تتضمن رسالتين الأولى تعينية وتبدو وكأنّها التماثل نفسه والثانية تضمينية وهي الطريقة التي يقدمها المجتمع لقراءة هذه الأشكال التعبيرية المحققة لتواصل معين (ibid,p42)

-**المستوى اللساني (مدى تكامل الصورة والبنية الخطية):** لا تعدّ الصورة الإشهارية وسيلة أو منتجًا إعلاميًا فقط، بل موضوعًا يمتلك تركيبة ذات بنية تتواصل مع بنية أخرى، وهو النص المكتوب سواء كان عنوانًا أو مفتاحًا أو ركيزة

خطية **Base-Line** وتظل هاتان البنيتان في تنافس، لكن محققين لوحدة منسجمة ومداخلة، فالعلاقة بين النص المكتوب والصورة (البصرية) تشكل علاقة تكاملية وتفاعلية حيث يوجه النص المكتوب لتوضيح الصورة وتبيان خصائصها ومراميها، من هذه الزاوية اعتبر "بارث" أنّ هذا الأمر يعدّ تطوراً تاريخياً مهماً، إذ لم تعد الصورة هي التي توضح "الكلام" وتمثله كما كان السابق، بل إنّ النص المكتوب نفسه هو الذي يقوم بهذا الدور التهديبي **sublimation** والتسويغي **Rationalisation** للصورة ويثقلها بملح ثقافي وأخلاقي وخيالي ( **ibid,p55** )

في نفس السياق، ذكر "كريستيان ميتز **Christian Metz**" أنّ الرسالة البصرية تستند إلى عناصر من أنماط تعبيرية أخرى لسانية أساساً قصد إكمال خطابها وتحقيق الغاية من إرسالها ( **C. Metz,op.cit,p56** ) وتظهر الرسالة اللسانية كأحد هذه التقنيات، فعلى مستوى الرسالة الخطية، يجب التعبير اللغوي بطريقة مباشرة عن ماهية الموضوع المتضمن في الصورة ويساعد في تحديد العناصر داخل المشهد البصري حيث يتعلّق الأمر بوصف تعين للصورة، ويصطلح على هذا ترسيخاً **Ancrage** لمعنى ما أي أنه يوجه المتلقي بين دوال الصورة ( **R. Barthes,op.cit,p31** )

ويقترح "بارث" إلى جانب وظيفة الترسّخ، وظيفة أخرى وهي التناوب **Relais** لكنها تظل نادرة جداً فيما يخص الصورة الثابتة، وهي الوظيفة الثانية التي تستعمل في الرسوم الهزلية والسينما عموماً، حيث يحتوي النص المكتوب متتاليات دلالية غير موجودة في الصور ( **ibid,p32** )

هكذا، يتبين أنّ الصورة الإشهارية توظف نصوصاً مختلطة **Textes mixtes** ويظهر مدى اعتمادها على البنية الخطية (اللسانية) في تمرير خطابها، وهو الأمر الذي جعل بعض الباحثين في طرحهم لوجهات نظرهم بخصوص مسألة "بزوغ حضارة الصورة" يقرّون أنّه بالرغم من ظهور الخطابات الإيقونية وتطور تقنياتها، فإنّ "حضارة الكتابة ماتزال مهيمنة وملزمة لاشتغال عناصرها.

#### خلاصة:

استوجب التطرق إلى الأسس العامة لسميائيات الملصق الإشهاري، تحديد الضوابط المشكّلة لقراءة هذه الرسالة التواصلية في إطار يركز على تفاعل دلائلها اللسانية والبصرية، من خلال الوقوف عند معالجة إجراءات التحليل السيميائي للملصق الإشهاري ضمن ثنائيات (النص والخطاب) كرافدين أساسين لتحقيق التواصل (البنية والوظيفة) كأنظمة وطرائق اشتغال الخطاب (الصورة والنسق الخطي) كمكونين متفاعلين ومتكاملين ضمن الخطاب التواصلية الإشهاري عامة والملصق الإشهاري تحديداً. على ضوء هذا التصور، تطفو بعض الملاحظات على الواجهة نجملها في الآتي:

- لا تخرج طبيعة المسألة السيميائية المتناولة للإشهار كأرضية في الأصل عن مكونات اشتغال السيميائيات العامة، حيث تستعين كلاهما بأدوات التحليل المستمدة من العلوم الإنسانية والحقول المعرفية.

- إن خصوصية الملصق الإشهاري كظاهرة دلالية مرتكزة على أوليات أعمال الصورة الثابتة أو الأشكال البصرية المطابقة لها، وكذا ازدواجية خطابه (رسالة بصرية ولسانية)، يستلزم تناولاً خاصاً يتميز من جهة بالتوظيف المرن للإجراءات المفاهيمية ومن جهة أخرى يتطلب المعالجة الحذرة لتجنب السقوط في انزلاقات وتأويلات غير مستصاغة.

وتأسيساً على هاتين الملاحظتين المنهجيتين تبرز بعض الملاحظات الخاصة التي ترتبط بشكل مباشر بالإشكالات المطروحة على النحو الآتي:

- أنّ افتراض نصية الملصق الإشهاري في بعده اللساني والبصري والانتقال بعد ذلك بمفهوم النص نحو تحصيل الخطاب ينطلق من رؤية منهجية تتوخى تحصيل أدوات الاتساق والانسجام المشكّلة لهذا الخطاب المفترض أن يشكل -بدوره- واعتماداً على أدواته هاتية -تواصلًا بين "بارث" الرسالة ومتلقيها.

-أنّ ميزة البنية الازدواجية، التركيب بين الخطاب البصري واللساني يتطلب أفراد مقارنة متوازنة في وحدة الملصق الإشهاري على ضوء تصور تركيبى متكامل.

### الإحالات والمراجع:

1. محمد الماكري. (1991). الشكل والخطاب، الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي.
2. أحمد العاقد. (1997). الصورة، حدود التأويل وحدود الترجمة، الدار البيضاء: دار قرطبة للطباعة والنشر.
3. christian Metz (1970). Au-delà de l'analogie, l'image, paris : Edition seuil.
4. grand dictionnaire encyclopedia. (2008). Paris : Edition Dalloz.
5. أنور المرتجى. (1987). سيميانيات النص الأدبي، الدار البيضاء: إفريقيا الشرق.
6. محمد الخطابي. (1991). لسانيات النص، مدخل إلى انسجام الخطاب، بيروت: المركز الثقافي العربي.
7. Gillan Brown, George Yule. (1983). Discours Analysis, paris : Cambridge University.
8. اديث كير وزيل. (1986). عصر البنيوية، الدار البيضاء: دار قرطبة للطباعة والنشر.
9. Frederick j. new Mayer (1988). The Cambridge Survey linguistic theory fan dations, Cambridge University press : Ed linguistics.
10. جان بياجي. (1982). البنيوية، بيروت-باريس: منشورات عويدات.
11. فؤاد زكريا. (1986). الجذور الفلسفية للبنائية، الدار البيضاء: دار قرطبة للطباعة والنشر.
12. حنون مبارك. (1987). دروس في السيميانيات، الدار البيضاء: دار توفيق للنشر.
13. صبحي الطعان. (1994). بنية النص الكبرى، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، المجلد 23، العدد 1-2.
14. Christian Baylon. Xavier Mignot. (1991). La communication, Paris : Edition Nathan.
15. G. Brown, X. Mignot. (1995). In communications, Paris : Edition seuil.
16. B. Cocula, C. Peyrouet. (1986). Sémantique de l'image : pour une approche méthodique des messages visuels, paris : librairie Delagrave.
17. Christian Metz. (1970). Au-Delà de l'analogie de l'image, communications, Paris : Edition seuil, n15.
18. محمد الهجابي. (1994). التصوير والخطاب البصري، الرباط: ديوان 3000.
19. Jean Louis Scheffer. (1970), L'image : le sens investi, communication, Edition seuil, n15.
20. Eliseo Veron. (1970), L'analogie et le contenu, In communication, Edition seuil, n15.
21. Umberto Eco. (1970), Sémiologie des messages visuels, In communications, N15, Ed seuil.
22. Umberto Eco. (1978), Pour une représentation du concept de signe iconique, In communications, seuil.
23. Roland Barthes. (1982), L'obvie et L'obtus, paris : Edition seuil.
24. رولان بارت. (1994). البلاغة القديمة، ترجمة عبد الكبير الشرفاوي، نشر الفنك.
25. O. Ducrot, Tzvetan Todorov. (1981), Dictionnaire Encyclopédique des sciences du langage, paris : Edition seuil.
26. Tzvetan Todorov. (1977), Théorie du symbole, paris : Edition seuil.
27. هنريش بليث. (1989). البلاغة والأسلوبية، ترجمة محمد العمري، الدار البيضاء: منشورات دراسات، الدار البيضاء.
28. رولان بارت، (1994). البلاغة القديمة، ترجمة عبد الكبير الشرفاوي، البيضاء، نشر الفنك.
29. jacques Durand. (1970), Rhétorique et image publicitaire, In communications, Paris : Edition seuil.
30. Roland Barthes. (1964), Rhétorique de l'image, communications, n4, Paris : Edition seuil.

### كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

باية سي يوسف ، (2021)، سيميانيات الخطاب الإشهاري (دراسة في الأسس العامة للتحليل السيميائي للملصق الإشهاري في الجزائر) ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 13(04)/2021، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة، (ص.ص 371-384) .