

1. تمهيد

إن التفكير في الصورة الإشهارية لا يمكن أن يتم بعيدا عن أنماط بناء العلامة البصرية ذاتها. ذلك أن تحديد أنماط التدليل الخاصة بالصورة الإشهارية لا يمكن أن يتم بعيدا عن الموضوعات الثقافية التي تنتجها الممارسة الإنسانية وبعيدا أيضا عن النماذج الاجتماعية المرتبطة بها، من زاوية النظر هاته يجب مقارنة الصورة الإشهارية، والكشف عن الطريقة التي تُبنى عبرها الإرساليات المتنوعة. لأن الخطاب الإشهاري يشكل اليوم سلطة تثيرنا وتغير قيمنا وأذواقنا واختياراتنا. وهنا مكن خطورة الخطاب الإشهاري، خاصة أنه يستعمل اللغة والموسيقى واللون والإيقاع والصورة لمداعبة مخيال المتلقي، والتأثير عليه لاقتناء المنتج وترسيخ سلوكيات ما. وهكذا تتشكل الإرسالية بتفاعل الأشكال اللغوية والأشكال البصرية التي تقدم نفسها على أنها تمثيل وضعية إنسانية عادية يحق لكل فرد التماهي فيها وإدراكها وتحديد عمقها الاجتماعي. فالخلفية المحركة لمنتجي الإشهار هي التأثير على المشاهد وإقناعه بأن منتجهم مطلق الصلاحية والفائدة، ويتحول بذلك الخطاب الإشهاري إلى خطاب الحقائق الواقعية المطلقة(1).

ولقد كان جوزيف غوبلز من ركائز النظام النازي، أول من جعل من الإشهار والدعاية السياسية علما وفنا في آن واحد. لقد سخر لها عددا من السينمائيين والصحفيين ومختصين في علم نفس الجماهير (La psychologie des foules) وعلوم الاتصال. لقد جعل من الدعاية السياسية عملية منسقة تخضع لمعايير وقوانين مدروسة، وليس مجرد هذر اعتباطي. إذ هو الذي كان يردد باستمرار : (ليس هناك أمر أسهل من قيادة الشعب إلى حيث نريد، يكفي أن أنظم حملة إشهارية تبهره وسوف يسقط في الفخ) (2).

فلذا نجد مساءلة الصورة من خلال المقاربة السيميولوجية الحديثة، هي ليست جردا لدوالها التقريرية بل عليها أن تبحث عن المدلولات

الإيحائية للوصول إلى النسق الإيديولوجي الذي يتحكم في هذا النوع من العلامات.

وخاصة شبكة تحليل الرسائل الإشهارية. لمؤلفي كتاب Publicitor لوندروفي، وبروشاند B.Brochand. J.Lendrevie وهذه الشبكة تتألف من ثلاث مجموعات من المعايير (3).
2. الصورة الإشهارية.

يتميز النص البصري بتمثيل للواقع، إلا أنه في حقيقة الأمر خلق لواقع جديد من الزمان والمكان لأنه يتميز بالحركية وامتلاك إيقاعه الخاص ولا تقع مفرداته في سلسلة طولية بنظام التعاقب بل تتبع بلاغتها الخاصة المترابطة وتستعمل التقديم والتأخير، المجاز والحذف و تنتج معناها اعتمادا على موقع كل وحدة بالنسبة للوحدات الأخرى وأهم ما يعيننا تأكيده بالنسبة لمفردات النص البصري أن الصورة بأبعادها الثلاثة: من مادة، وشكل، ودلالة هي التي تمثل وحدته البنيوية وتخلق واقعه الجديد وبذلك تصبح المجال الحيوي لتمثيل حركته وتحديد إيقاعه. (4)
و لقد وفرت السيميولوجية الأيقونة كعلم حديث نسبيا إمكانية دراسة الصورة في حد ذاتها من خلال ارتكازها على مناهج تحليل مستعارة من اللسانيات ما دامت قد بلغت درجة من النضج العلمي. فإنها تعتبر الصورة كنسق يحمل في نفس الوقت الدلالة و التواصل، أي تعالج الصورة كنسق يمكن أن نتحكم علميا في قوانين اشتغاله.

وفي الفوتوغرافية تعكس الصورة في مجملها الواقع، كما يصعب فصل كل ما يدخل في صياغة الدلالات عن هذا التمثيل، و يتعلق الأمر بضبط الصورة والضوء وزاوية النقاط الصورة وعمق المجال.... كما لا نجد دائما الواقع في الرسالة الأيقونة، وإنما نجد الدلالات التماثلية للواقع الذي يعاد اشغالها بواسطة الرموز التخصصية، وعليه يظهر معنى الرسالة الأيقونية عندما يسهح الشاهد قادرا على ترجمة الرسالة وإعادة المجهول معلوما وجمع المعطيات البصرية ضمن معرفة موجودة مسبقا.
(5)

يميز "إارش" بين ثلاثة رسائل في الصورة الإشهارية: الرسالة اللغوية، الرسالة الأيقونية المسننة، الرسالة الأيقونية غير المسننة. هذه الرسائل تجمع بينها روابط بنيوية، ورغم أن القراءة السيميولوجية تعنى بالصورة فإن "بارث" يعتبر حضارتنا لا زالت بعد حضارة كتابة لا حضارة

صورة أما بلاغة الصورة التي لا كتابة فيها فهي التي بنت المجتمعات الأمية. (6)

3. الصورة الإشهارية الثابتة وبعدها الدلالي.

• آليات الخطاب الإشهاري في الصورة الثابتة.

إن الخطاب الإشهاري دون غيره من الخطابات الأخرى يتميز ببناء محكم خاص تتضافر مختلف مكوناته التعبيرية لتبليغ رسالة محددة إذ لا ينبغي أبدا أن يخطئها المستهدف. وإلا اعتبر ذلك فشلا، ولأن الخطاب الإشهاري مفهوم عام يحيل إلى أنواع مختلفة باختلاف الوسائط الإعلامية المستعملة فإن مجال دراستنا هو الصورة الإشهارية الثابتة نموذجا لما لها من خصوصيات تكوينية تؤهلها لأداء وظيفة تواصلية.

فالصورة الإشهارية الثابتة فضاء لتقاطع علامات عديدة مختلفة ومتكاملة حددتها "مارتين جولي" في علامات أيقونية وعلامات تشكيلية أيضا وفي أغلب الأحيان علامات لغوية، لذا يجب تحديد أنماط حضور كل صنف من هذه العلامات وكيفية اشتغاله قبل الانتقال إلى المحصلة العامة لتقاطع هذه العلامات في الرسالة البصرية و يكون ذلك كالآتي:

العلامات التشكيلية: تتمثل في مجموع العناصر التشكيلية المضافة للعلامات الأيقونية والمساهمة في تكوين الصورة الإشهارية. ونتيجة الأهمية التعبيرية لهذه الاختيارات التشكيلية اعتبرتها "جماعة مو" البلجيكية أكثر من مواد تزيينية وتكميلية للعلامة الأيقونية من خلال أنها تساهم بقسط وافر في تحديد مضمون الرسالة ككل، إذ أن كل عنصر له مساهمته في توجيه المشاهد نحو قراءة محددة ومن أهم عناصرها نجد:

الإطار: إن لكل صورة حدود مادية تضبط حسب الحقب والاتجاهات بإطار وفي حالة إلغائه تبدو الصورة كما لو كانت مقطوعة وغير تامة أو أن حجمها يتجاوز حجم الوسيلة الحاملة لها. وهو ما يعني عدم مشاهدة الصورة كاملة إذ نقول "مارنين جولي": « عياب الإطار يؤسس لقيام صورة منزاحة عن المركز محفزة على بناء تخيلي تكميلي. » أما حين يستعمل فضاء صفحة بيضاء إطار لصورة صغيرة أو متوسطة فيكون ذلك لإحداث تأثير عكسي أي سجن المشهد والمشاهد وجذبها نحو بعضهما وإدخال الأخير في عالم التخيل.

التأطير: و هو غير الإطار لأنه يقابل حجم الصورة كنتيجة مفترضة للمسافة الفاصلة بين الموضوع والمصور والعدسة اللاقطة. فكما هو معروف هناك ثلاثة أنواع من العدسات لكل واحدة مواصفات تبئيرية خاصة تتناسب مع الأهداف الشخصية للمصور فالعدسة المتراوحة بين (50-58 ملم) ذات تبئير عادي يعيد المنظور لوضعه الطبيعي، أما العدسة الأقل من (35ملم) لها تبئير قصير يلتقط مجال بصري أوسع من تصغير و أبعاد الموضوعات المصورة، أما العدسة الأكثر من (65ملم) ذات تبئير طويل مجالها البصري ضيق والموضوعات مضخمة وقريبة. زاوية التقاط الصورة و اختيار العدسة: على مستوى زاوية التقاط الصورة هناك ثلاث إمكانيات مختلفة لكل منها مواصفات موحية تميزها عن غيرها، ففي الزاوية العادية توضع العدسة أمام الشخصية أو المشاهد المراد تصويره و في نفس مستواه مما يقوي الإحساس بواقعية اللقطة وقربها أكثر من الرؤية الطبيعية بخلاف الزاوية حيث تكون الصورة ملتقطة من أعلى والعدسة مائلة نحو الأسفل يعطي الإحساس بحقارة الشخصية أما الزاوية التحتية المؤدية لالتقاط صور الموضوعات من أسفل فتوحي بالقوة والشموخ. أما فيما خص العدسات فإن ذات التبئير القصير قادرة على التقاط صور دقيقة وواضحة على المستويين الأمامي والخلفي مما يكسب الصورة بعدا إضافيا ثالثا يقربها أكثر للرؤية الطبيعية ويعطي الإحساس بواقعتها، أما ذات التبئير الطويل فتتركز الرؤية على بعض عناصر الصورة فقط أو تعطي صورا أكثر تعبيرية تزواج بين الوضوح والتعتيم، بين الدقة والغموض وغالبا ما تعتمد هذه التقنية لفصل الموضوع عن خلفيته وفك ارتباطه بعمقه الجغرافي.

التأليف و إعداد الصفحة: أي تنظيم الفضاء ويهتم بالتوزيع الهندسي لمجال الرسالة البصرية الداخلي لا بالنظر إلى أبعاده الإيحائية القوية فحسب وإنما لكونه أيضا آلية تشكيبية أساسية من روعة دورها الجوهرية في تحديد تراتبية الرؤية وتوجيه القراءة وهو ما يعني أن اتجاه القراءة يحمل قيمة أساسية في استهلاك الإعلان الإشهاري. فطريق المعنى وحيد وإذا ما رسم بشكل مخالف فلن يصل القارئ إلى نفس المكان.

الأشكال: لها أبعاد انتروبولوجية وثقافية متصلة بمعارف القارئ المستهدف ومقوماته الحضارية رغم ما توحي به ظاهريا من براءة زائفة غالبا ما تنسينا أن صورة الواقع هي غير الواقع في الصورة وأن هذا

الأخير مجرد نتاج اختيارات تقنية معروفة بأداء دلالة محددة، وكل هذه الاختيارات تثبت أننا نبني صورة وبالتالي يصعب فهم دلالتها ما لم نتمكن من مشاهدة الصورة في ذاتها مجردة عما تمثله.

الألوان و الإنارة: تأويل الألوان والإنارة ذو بعد انثر بولوجي يحيل في العمق إلى خلفية سوسيوثقافية محددة رغم ما تكتسيه أحيانا من مظهر طبيعي يخفي أبعادها التعبيرية المعروفة بدليل ما تحدثه من آثار نفسية مختلفة في المشاهد. فالأسود لون الحزن والأبيض لون الصفاء والأحمر لون العنف... ، إلى غير ذلك من الإيحاءات العديدة الأخرى المدعمة لقصدية هذه الاختيارات التشكيلية في الصورة الإشهارية، وإجمالا فإن الاختيارات التشكيلية اختيارات هادفة تضرر أبعاد إيحائية واضحة إذ تعتبر علامات مشحونة ومشكلة لضمان قراءة أفضل لذلك يجب التمعن فيها و العمل على استخلاص ظلالها الإيحائية المختلفة.

ب- العلامات الأيقونية: تشكل مكونا أساسيا من مكونات الصورة الإشهارية لا باعتبارها تساعد على استتساخ الواقع تقديمه فقط بل لما تضمه كذلك من أبعاد إيحائية عديدة ومتشعبة لأن الصورة دائما تريد أن تقول أكثر مما تعرضه بالدرجة الأولى أي على مستوى التصريح، و للاقتراب من خصوصيات هذا المكون يتم دراسته من خلال مستويين متكاملين وهما:

مستوى الموضوعات: يتم فيه التركيز على الموضوع أو الموضوعات المصورة مع وصف دقيق ومركز لجزئياتها الحاضرة والمغيبية وما تحمله من أبعاد تعبيرية محددة.

مستوى وضعية النموذج: يتعلق الأمر بدراسة الطريقة الخاصة المعتمدة في غرض الموضوعات وتوزيعها داخل مجال الصورة الإشهارية لتحديد أبعادها التعبيرية وما تتضمنه من تسينات، تعرض الشخصية من الأمام كأنها تنظر إلى المشاهد يعطي الانطباع بوجود علاقة شغفية مباشرة بينهما، إساس سرعان ما يفتني بمجرد استبداله بلقطة جانبية تكشف عن وجود شخص ثالث يقطع حبل هذه العلاقة، و بذلك تتضح أن تأويل الموضوعات الأيقونية في الصور الإشهارية غالبا ما يتم على أساس إجراءات إيحائية عديدة مؤسسة على مؤثرات مختلفة، تتوزع بين الاستعمالات السوسيوثقافية للموضوعات المصورة من جهة وأشكال وطرق عرضها على المشاهد من جهة أخرى أي أن مصدر

التسنيين صورة إشهارية يعود دائما للتصورات اللاواعية لأناس مجتمع ما أي طريقة نظرتهم للعالم أي إيديولوجيتهم.

ج- العلامات اللغوية: إن الصورة الإشهارية الثابتة تعتمد على تمرير رسالتها على مجموعة مختلفة ومتكاملة من العلامات من بينها العلامات اللغوية، وتعود ضرورة حضور هذا المكون في بناء الرسالة الإشهارية لقدراته التواصلية الخاصة والكفيلة بسد النقص التعبيري الملحوظ في الرسائل الأخرى وتحسين القراءة من كل انزلاق تأويلي محتمل من شأنه الإخلال بالهدف الأساسي للصورة.

- كما أن " رولان بارث" يحدد في دراسة رائدة بعنوان بلاغة الصورة وظيفتين أساسيتين للرسالة اللغوية في الصورة الإشهارية:

1- و وظيفة الإرسال أو الشرح أي العمل على وقف تدفق معاني الصورة والحد من تعددها الدلالي أي قيام اللغة بوظيفة تحديد المعنى الأيقوني الصريح لتفادي أخطاء التعبير.

2- وظيفة تكميلية أي المهام التعبيرية التكميلية للرسالة اللغوية في الخطاب الإشهاري مادامت الصورة على غناها التواصلية تظل مجرد رسالة بصرية قاصرة عن أداء بعض المهام التعبيرية ما لم نستعن باللغة لدرجة أن "جان لوك جودار" ذهب لتشبيه علاقتهما التلازمية بعلاقة الكرسي بالطاولة ولن تكون الرسالة اللغوية شاملة إلا من خلال تكامل مستويين هما:

مظهرها التشكيلي لما له من دور هام في التجربة غير المباشرة لمحتوى الرسالة وبذلك تسهم في توجيه رؤية المشاهد وتبئيرها في أماكن محددة غالبا ما تكون اسم المنتج مركزها، كما أن اعتماد نمط طباعة معين يعطي أبعاد إيحائية إضافية.

يخص المضمون اللساني يتم فيه التركيز على محتوى الرسالة اللغوية المصاحبة للصورة الإشهارية بهدف تحديد العلاقة التكاملية بينهما من خلال الدراسة المعجمية التركيبية في مهمة الإيقاع بالمشاهد وتحويله لزبون فعلي. (7)

• بلاغة الصورة الإشهارية الثابتة.

تتجسد بلاغة الصورة الإشهارية من خلال إرسالية ضمن شبكة تواصلية معقدة تحنل داخلها المعطيات الاجتماعية والنفسية موقعها متميزا نغطي على خصوصيات الدال الأيقوني (8).

تكون البلاغة في النص الإشهاري من خلال ثمان محاور عملية منها التركيب الحججي بإتقان الأخبار المفاجئة للمخاطب، تطبيق التأكيد المدعم للاستعمال، منهجية تعتمد على المفردات اللغوية وضرب الرؤوس لإدخال الرسائل في رأس المستقبل بالتكرار المستمد لنفس الفكرة والاعتماد على الجدال والمثالية وتحريك المشاعر وتدعيم الموضوع باسترجاع القيم الروحية والعقلية والثقافية وأخيرا خلاصة الخطاب. (9)

أوجه البلاغة :

التكرار أي إظهار عدة صور لنفس الشيء.
التشبيه: و يخص الشكل والمحتوى أي تشبيه شيء بشيء آخر.
التراكم والتكدس: الكمية والعدد في الصورة هي التي تقنع.
التضاد: يحدث غالبا نوعين من التصرفات.
النقيض: الحقيقة تختلف عما يظهر لنا.
الإضمار: و هي اختصار الجملة في كلمة أما في صور تستعمل المنتوجات التي لا يمكن إظهارها والتي لا فائدة منها لذا تعرض بشيء ثانوي.
تعمية الكلام والمعنى: تدور حول الشيء الذي لو تقدمه بعد وتركز على شيء غير مهم.
التعليق: تأخير الكلام بواسطة إضافات أو زيادات في الصورة الإشهارية.
التكتم والتحفظ: إشهار حول منتوجات الشخصية الخاصة أو المحتشمة.
تحصيل حاصل: وهي تكرار نفس الفكرة في صيغ مختلفة.
المبالغة: تعتمد على التكرار التسطير إبراز عنصر بتغييره.
الاستعارة: تحويل مفهوم كلمة بواسطة مقارنة تلميحية. (10)
و علم هذا الأساس فالصورة تصل إلى التأثير العميق في القارئ نتيجة مخاطبتها الجانب النفسي في الإنسان، فهي تجعل المتلقي يشارك في الحدث كما يجعله عاطفيا. والصورة لحمل كفاءه و توه على التبليغ والنواصل لأنها بسند على مؤثرات سريية، والإنسان يميل دائما إلى الثقة في عينيه. (11)

• رمزية الأشكال والألوان في الصورة الإشهارية الثابتة

أ- دلالات الألوان: يستخدم اللون لغرضين هما الغرض الرمزي من خلال توظيف الدلالات التعبيرية للون في سياق الفنون المرتبة لغرض الإسهام في إيصال الفكرة والتأثير والغرض الثاني انفعالي عاطفي، فالألوان النقية الكاملة إذا نقص تشبعها ترتبط بقيم أخرى لها أبعاد اجتماعية ونفسية فاللون في هذه الحالة هو سلسلة من الاختزالات المعنوية التي ترتقي لمستوى الرمز. فالأسود يختزن الخزن والموت....، فالألوان هي أدوات ذاتية تخدم الموقف أو الفكرة المعبر عنها أو المراد توصيله (12)

وفي تصنيف الألوان هناك ألوان أساسية (أحمر، أصفر، أزرق) وثنائية (برتقالي، أخضر، بنفسجي) و هناك تصنيف آخر بالألوان الحارة (أحمر، برتقالي، الأصفر النقي) الألوان الباردة (أخضر، أزرق) ويقول " إيزنشتاين ": « أن هناك علاقة مادية طبيعية خالصة موجودة بالفعل بين تذبذبات الصوت واللون » (13)

و تتمتع الألوان بدلالات وسمات كالأزرق يرمز إلى الشوق والليل الطويل والأصفر إلى السرور والابتهاج والأحمر إلى الحرب والدمار والحركة وهو أكثر الألوان جذبا وإثارة والأخضر يرمز إلى الهدوء والحياة والاستقرار والازدهار والتطور والنماء. والبرتقالي إلى الدفء والانجذاب أما الرمادي فيرمز إلى التداخل والنفاق والضبابية في كل شيء (14)

لكن ما نلمسه مما سبق هو كثرة دلالات اللون الواحد إلى درجة تعارضها وتضادها واشتراك أكثر من لون في أكثر من دلالة ولكي يكشف الإنسان عن رمزية أي لون يجب عليه أن يأخذ بعين الاعتبار علاقة هذا اللون بباقي الألوان، وكذا تفاعله مع الأشياء المحيطة بها كما نشير هنا إلى أن تفسير الدلالات الإيحائية للصور يختلف من شخص إلى آخر نظرا للسياق الذي جاءت ضمنه الألوان وكذلك تأثير نفسية كل مفسر وثقافته. (15)

ب- دلالات الأشكال: إن الرسوم والنقوش الحجرية منذ العصور القديمة إلى يومنا هذا تشترك فيما بينها في الشكل الذي تظهر به ملامح العمل الفني من جهة و يترجم في نفس الوقت مسافات الغير ضمن وسائل تعبيرية مختلفة وبذلك تؤسر الخلجات النفسية والاضطرابات الداخلية

للإنسان إلى مجرد خطوط وأشكال إذ تلم وتختصر في أضيق مساحة أرحب وأوسع العوالم.

بحيث تتفاوت الأشكال والخطوط من حيث قدرتها على التناغم وامتناع الآخرين فهناك من الأشكال ما يسر وآخر يذهل وآخر يرهب، ولكن أفضل الأشكال ما تتسجم مع الذات في تناغم جمالي مثير والطبيعة كما هو معلوم كالإنسان يقدم لنا أشكالا جميلة أودع فيها المولى تبارك وتعالى سر الحياة والجمال والإنسان منذ العهود القديمة إلى يومنا هذا أبدع أشكالا وخطوطا خلدت ذكراه وقوته في الإبداع وأعطت مراحل في التعبير عن حالته وظروفه الشخصية. (16)

الخطوط:

- الخطوط العمودية: تشير إلى تسامي الروح والحياة والهدوء والراحة والنشاط.

- الخطوط الأفقية: تمثل الثبات والتساوي والاستقرار، والصمت والأمن والهدوء والتوازن السلم.

- الخطوط المائلة: تمثل الحركة والنشاط وترمز إلى السقوط والانزلاق وعدم الاستقرار والخطر الدائم.

إذا اجتمعت الخطوط العمودية بالأفقية دلت على النشاط والعمل أما إذا اجتمعت الأفقية بالمائلة دلت على الحياة والحركة والتنوع.

- الخطوط المنحنية: ترمز إلى الحركة وعدم الاستقرار وقد تدجل على الاضطراب و الهيجان والعنف .

أن معرفة ماهية الخطوط والأشكال ما ترمز إليه مهم جدا في التجريدية التي تهدف بالدرجة الأولى إلى كشف الحقيقة الداخلية والعميقة في نفسية الإنسان. فمثلا الأشكال المصوبة إلى الأعلى تشير إلى الروحانية الملائكية أما إذا التفت إلى الشمال تدل على المادية الطليعية.

قوالين تكوين الشكل: الكونين الجزء هو الذي لا يشك، الكون من لال عدم توازن الأجزاء واستقرارها في بعض مكوناتها. ففي الأعمال الفنية المكتملة الناصجة كل العناصر لتفاعل مع بعضها البعض وحسب " ريسكن " RUSKIN هناك أنواع التكوين التي يمكن الاعتماد عليها وهي في الواقع مبادئ وقوانين:

قانون الأساسية أو الأهمية: الشكل البارز في التوين يكون مسئولا عن الوحدة أي على الفنان أن يحدد شكلا بارزا و يجمع حوله الأشكال الأخرى الأقل أهمية و إخضاعها له.

قانون التكرار: أي خلق نوع من الترابط بين مكونات اللوحة من خلال جعل بعض هذه المكونات مجرد صدى أقل أهمية مكونات أخرى يتم التأكيد عليها.

قانون الاستمرار: إعطاء بعض التتابع والاستمرار المنظم لعدد من الأشياء الأكثر إثارة لدى المتلقي.

قانون الانحناء والتقويس: إن الأشكال عادة ما تخضع لنوع معين من المنحنيات أو الأقواس التي يمكن رسمها لتوضيح وتحديد الأشكال البارزة فيها ويقول "ريسكن" «إن المنحنيات أكثر جمالا من الخطوط المباشرة»

قانون التضاد والتقابل: فهو النغم الخافت والمشبع المرتفع في الموسيقى والتقاليد بين الألوان المختلفة بين الأبيض والأسود.

قانون التغيير المتبادل: يؤكد على وحدة الأشياء المتعارضة بإعطاء كل منها دورا أو المساهمة في طبيعة أو حركة الأشياء الأخرى فالتغيير في لون أو حركة أو شكل أحد مكونات يصحب بالضرورة تغيير المكونات الأخرى. (17)

قانون الأنساق رغم الاختلافات والتباينات التي قد تكون كبيرة بين مكونات اللوحة من أشكال وألوان فالأشياء الفرعية تبدو منسقة بالنسبة لمكونات اللوحة.

قانون التناغم: فاللوحة الجيدة هي تحديد الحقائق الطبيعية ولا يستطيع الفنان تمثيلية ولكن عليه الإيجاز والاختصار وما يجب تأكيده هو تناغم الأشكال والألوان واللمسات اللونية.

قانون الإشعاع: هناك أهمية تتناسق أو تناغم الخطوط من خلال علاقتها البسيطة والمعقدة ولكن رغم هذا تبقى هذه القوانين غير كافية لتفسير حركة الرسم والتصوير في القرن العشرين. (18)

4. منهجية التحليل الرسالة الإشهارية

وقد اهتم "رولان بارت" بصفة خاصة بالصورة الإشهارية ولكن اهتم أيضا بالأنساق الدلالية غير اللسانية في تحليله السيميائي، وخاصة في بحثه {بلاغة الصورة}، فيرى: أن للصورة ثلاث رسائل (19):

— الرسالة اللغوية. Le message linguistique

— الصورة التقريرية L'image dénotée

— بلاغة الصورة Rhétorique de l'image

ولقد ورد في هذا المقام عدة شبكات لتحليل الرسالة البصرية الثابتة لكثير من المنظرين المعاصرين وعلى رأسهم "لوران جرفيرو" في كتابه "انظر كيف نفهم تحليل الصورة" (20) عالمان "بيروتات وكوكيلا" في كتابهما "دلالة الصورة" (21) وندروفي، وبروشاند **B.Brochand. J.Lendrevie** في كتابهما بيليسيتور (22) **Publicitor**. ومن هنا كان ابتكار منهجية لتحليل الرسالة البصرية الثابتة عند هؤلاء العلماء تقوم على ثلاثة عناصر أساسية:

- وصف الرسالة
- مقارنة إيكولوجية (23)
- مقارنة سيميائية

(1) شبكة تحليل (رولاند بارث) **Roland Barthes**

لم يفصح " رولاند بارث " على شبكة معينة لتحليل الرسائل البصرية، وإنما جاءت متضمنة في طيات أبحاثه العلمية المختلفة. في " بلاغة الصورة ". وهو يميز بين رسائل مختلفة في الصورة والرسالة اللسانية، والرسالة الأيقونية المسننة، وتجمع بين هذه الرسائل روابط بنيوية.

وقد حاول "بارث" تحليل صورة إشهارية فقط لأنها قصدية، ولأن علاماتها مشبعة وغير مفخمة. فاختر بارث صورة البانزاني "Pansani" " الإشهارية، وتتكون من العجينة وعلبة وكيس طماطم، وبصل وفلفل وفطر، وكلها تظهر من الشبكة نصف مفتوحة بألوان صفراء وخضراء، وعلى قاع أحمر. هذه الصورة تعطي رسالة أولى، جوهرها لساني بفاضل اللغة الفرنسية. فبستشف بارث من لفظ "Panzani" مدلولاً إضافياً يشير إلى الطليانية **L'italianité** " وهذه الرسالة تعمل على تعيين والتفسير (إيعاء) (24).

أما الصورة أو الرسالة الأيقونية المسننة، فهي بدورها تفصح عن مجموعة من العلامات: فالصورة المعروضة توحى بالعودة من السوق، وهو مدلول توحى بالعودة إلى قرماتين مثراتين الغرطة: طرارة المنتمجات

والاستعداد للطبخ، أما الدال فهو تلك الشبكة نصف مفتوحة التي تسمح بتبعثر المشتريات على الطاولة، و تجمعها المكتظ والذي يقوم بخدمة مطبخية كاملة، وكان "Panzani" هي التي تكمل ما هو ضروري لإعداد طبق مركب، كما ترمز الألوان الثلاثة (الأحمر ، الأصفر و الأخضر) إلى إيطاليا مكان إنتاج هذه العجائن.

و بعدها يتطرق "بارث" للرسالة الثالثة الأيقونية الغير مسننة، والتي تتكون مدلولاتها من موضوعات واقعية، وتشكل الدوال من نفس هذه الموضوعات المصورة، لأنه من البديهي أن العلاقة بين الدال والمدلول ليست اعتباطية في الصورة عكس ما هو قائم في الأنساق اللغوية حسب مفهوم دي سوسير(25)).

2) شبكة تحليل برنارد كوكيلا، وكلود بيروتات: "Bernard Cocula et Peyroutet"

في هذه الشبكة يقوم الباحثان بتقييم مراحل التحليل إلى ثلاث مراحل ((26):

1) وصف الرسالة: و يتم خلال هذه المرحلة معرفة النقاط التالية.

تاريخ إنتاج الصورة، مرسل الرسالة أي مبدع الصورة (تاريخه، مكان ولادته ظروف وفاته إن كان قد توفي ، الجريدة أو الصحيفة أو أية هيئة أخرى ينتمي إليها المرسل)، بالإضافة إلى ذكر ظروف إنتاج الصورة .
2) المقاربة الأيقونية: ويتم خلالها وصف الأشكال، والأبعاد الموجودة داخل الصورة، بالإضافة إلى الحديث عن الألوان المتواجدة على الصورة دون الخوض في البحث عن دلالاتها ومعانيها، وببساطة المقاربة الأيقونية هي رؤية العناصر الواردة، أو هي عملية جرد الدوال التقريرية للصورة.

3) المقاربة الأيقونوغرافية: و هي تشمل:

أ- الميدان الثقافي والاجتماعي: على مستوى هذا الميدان يتم التعريف بالشخصيات والأشياء الموجودة في الصورة.

ب - السنن التبولوجية: ويتم من خلالها تحديد الأماكن تواجد الشخصيات (مسجد، كنيسة، نادي ، مقهى ... الخ) .

ج - العلاقات بين الشخصيات والنقد النفسي للصورة، ويتم خلال هذه المرحلة استخراج ودراسة نفسية لبعض حركات الشخصيات، ومحاولة نقد كل ما يصدر عنهم من انفعالات.

الأهمية المعنوية والسياسية: ويتم من خلال هذا الجزء محاولة إيجاد التفاعلات السياسية التي توحى بها الصورة، وما هي الظروف السياسية التي يمكن أن نستشفها من خلال هذه الصورة.

الميدان الجمالي: يتم من خلاله دراسة مختلف الجوانب الجمالية التي تتبع منها الصورة.

د- التركيب أو الخاتمة: يتم خلال هذه المرحلة إعطاء النتيجة النهائية للتحليل، ومحاولة إعطاء الرسالة التي كان يسعى صاحبها إلى إيصالها إلى الجمهور المتلقي.

3) شبكة تحليل لوران جيرفيرو Laurent Gervereau

هذه شبكة التحليل التي قام بها لوران جيرفيرو " Laurent Gervereau " تنقسم إلى ثلاث مراحل (27):

1) الوصف: وفي وصف الرسالة من المفيد البدء بالقاعدة وهي الجانب التقني، ومن بين المعاني اللغوية التي نستقيها من كلمة " تقني " هي كل المعلومات المادية المتعلقة بالوثيقة المعنية.

ومن هنا تظهر أهمية توجيه شبكة التحليل حسب نوع كل وثيقة (صورة فوتوغرافية رسم، نحت... إلخ).

بالإضافة إلى ذلك يغطي الجانب التقني أيضا في حالة الوصف البيولوجرافي اسم المرسل، الرسالة، هوية المرسلين والتعريف بهم، تاريخ الإنتاج، نوع الدعاية أو التقنية المستخدمة، الحجم، الموقع.

نأخذ مثلا على ذلك: صورة في مجلة يجب البحث عن كاتب الصورة، عنوان المجلة الطابع، معرفة كيفية إمضاءه، تاريخ مجموع عمليات إنجاز النوربع الصورة، القيام بتحقيق حول طريقة الطبع، نبيان حجم الصورة وحجم كل الصفحة المتعددة فيها الصورة، كما يسمح في بعض الحالات من المفيد دراسة نوعية الورق والحبر.

" إن طرق التحليل المطبقة في دراسة النحت الفنية لم تطور نابت. وهي تنقسم إلى أربعة مجموعات: طرق الاختبار، القياس، التحليل، التاريخ (...). التحليل العلمي يعود أساسا إلى معرفة المواد المستعملة من طرف الفنان، يوضح ميزات تكنولوجية والحالة الحقيقية للحفظ. لكن يعود

أيضا إلى إدراك التحولات الحادثة في كل مراحل الفعل الإبداعي . وهذا ما يسمح من فهم الدواعي العميقة للفنان".

ثم الجانب الأسلوبى: هذا الجانب مهم في التحليل ونعتمد في هذا الجانب على مؤرخي الفن ويقوم أساسا على معرفة المكونات الشكلية الخاصة بالعمل كالألوان والمساحات المسيطرة، الحجم وتدرجاته، التنظيم الأيقوني (ما هي الخطوط الرئيسية).

الجانب الموضوعي: ويقصد به القراءة الأولية أو المعنى الأولي للصورة وفي الجانب أربعة أسئلة يمكن طرحها: ما هو العنوان؟ ما هي العلاقة؟ نص- صورة؟

ما هي الرموز؟ ما هو المعنى الأول؟ ما هي العناصر الممثلة على الصورة؟

(2) دراسة السياق: وتنقسم هذه المرحلة إلى:

أ- النسق من الأعلى: وهنا نطرح السؤال التالي: من أي منبع تقني، أو أسلوبى موضوعي خرجت هذه الصورة؟

الأيقونة هي ثمرة سياق تقني، فمهما كان الشيء المنجز فالصورة لها دعامة وهذه الدعامة لها تاريخ. ولها مادة صنعت منها، وطريقة صنع خاصة ثم يأتي السياق الأسلوبى، فكل صورة لها خطوط قوة (الألوان والمواد) التي تمت دراستها في المرحلة الأولى، ويجب معرفة فيما إذا كانت تناسب توجه العصر أم لا.

وأخيرا السياق الموضوعي يتم خلاله معرفة مدى صدق وصحة الوثيقة المراد تحليلها وذلك بدراسة مختلف ظروف ظهور العمل ويمكن الاعتماد في بعض الأحيان على تقييمات بعض المختصين، والباحثين والأكاديميين، والصحافة وكتب تلك الفترة.

الكاتب: من أنجز الصورة؟ وما هي علاقتها مع تاريخه الشخصي؟ ويتم من خلال هذه المرحلة دراسة صاحب الرسالة، وذلك بذكر تاريخه، ومفاهيمه وجوانبه النفسية، وحتى يمكن ذكر حوادثه اليومية أثناء قيامه بإنجاز هذا العمل.

السياق الخارجى: وهنا يمكن الحديث عن العوامل الخارجية التي ساعدت على إنجاز هذا العمل، وما هي علاقتها مع تاريخ المجتمع المعاصر؟

ب- النسق من الأسفل

أ- التوزيع: الصورة، هل عرفت توزيعا في وقت إنتاجها أم توزيعا بعدي؟ من شاهد الصورة حقيقة؟ وهذه المرحلة قد تظهر سهلة لما

نتحدث عن عمليات التكميم (عدد نسخ الجريدة التي بيعت، عدد الطوابع البريدية المباعة، عدد زوار معرض، لكن تظهر صعوبة في معرفة عدد الذين رأوا الصورة منذ وقت إنتاجها إلى اليوم مثلا: لا يمكن معرفة عدد الذين رأوها منذ يوم إنتاجها، كما يجب التفريق بين الرؤية الحقيقية أي التي تحدث تأثيرا و بين الرؤية التي تمثل إعادة إنتاج دون تأثير.

(ب) التأثير : ما هي المقاييس التي نملكها حول طريقة استقبال الصورة من خلال الزمن؟ وهذه المرحلة تفرض أن تبحث في المقاييس النفسية والأنثروبولوجية والسوسيولوجية.

وهذا ما يظهر مستحيلا في المراحل القديمة وحتى الغربية، كما أنه في الكثير من الأحيان يكون من الضروري جمع عدد من المؤثرات (نصوص تعليقات، آثار الصورة) لمعرفة عناصر تقييم الصورة.

(3) التفسير: المعاني الأولية والمعاني التضمينية: هل مبدع الصورة أوحى إلى تفسير مختلف عن عنوانها، أو عن معناه الأول؟ ما هو التحليل المعاصر لوقت إنتاج الصورة التي يمكننا أن نجدها؟ وما هي التحاليل البعدية؟

الحوصلة و التقييمات الشخصية:

وبالنظر إلى هذه العناصر القوية المستخرجة أثناء الوصف ودراسة السياق، فنقول: ما هي العناصر التي استخلصها؟ وما هي الانطباعات الذاتية التي يمكن أن نعطيها عن الصورة من خلال ذوقنا الشخصي.

5) شبكة تحليل الرسائل الإشهارية. لمؤلفي كتاب **Publicitor**

لوندروفي، وبروشاند **B.Brochand. J.Lendrevie**

وهذه الشبكة تتألف من ثلاث مجموعات من المعايير ((28)).

1. المعايير الاستراتيجية.

تطابق وملائمة الرسالة البصرية الإشهارية مع:

الغرض، أهداف الاتصال، التعهد

2. معايير الاتصال

قيم الانتباه والتركيز

قوى الإمساك، القيم الدالة

المزايا والاختصاصات

- مزايا الإنتاج، مزايا العلامة التجارية
الشعور والإحساس
سرعة الاتصال، الإدراك والإحاطة
الجلاء والوضوح
قوى الرسوخ والاعتقاد، الجودة والأصالة، المصداقية، مقاومة الإضعاف
3. معايير التنفيذ
مراعاة الهوية البصرية للعلامة التجارية
الاستعمال التقني للعلامة التجارية.
التكلفة والتمن.
المعايير القانونية.
5. تحليل الرسالة الإشهارية " Blédilait "
Analyse sémiotisante d'une publicité



التحليل السيميولوجي للإشهار:

الإشهار المختار "Blédilait" حليب للرضع ذوو العامين.

1. وصف عام Description générale:

إن هذا الإشهار في مجمله يرسل لنا صورة مشحونة جدا، إضافة إلى تأثير التوقيع الذي يخص "blédinat" في الزاوية الداخلية اليمنى. وإن مشهد الإشهار يعرض لنا رضيع عمره حوالي 6 أشهر، مستلقي على بطنه، التقطت له الصورة من الوجه، يمسك ويعض نظرات للكبار، ويرتكز بمرفقيه على كتاب كبير مفتوح والذي من خلاله يمكننا تمييز عنوانه بسهولة وهو "نقد العقل الخالص" لإمانويل كانط.

وتشترك في هذه الصورة بطاقتين تظهر على خلفية ملونة باللون الأخضر: إحداهما بطاقة صغيرة تظهر في الجهة العليا على يسار الصورة. وأخرى كبيرة أسطورية تظهر في أسفل الصورة والتي منها يزخر الجانب الأيقوني المندمج في الصورة نفسها.

2. تحليل الرسائل اللسانية Analyse des messages linguistiques:

استعمل السنن عموما لفهم أو إدراك أي رسالة لسانية، وفي معرفة اللغة الفرنسية وطريقة كتابتها. وإن دعامات هذه الرسالة اللسانية. هي عبارة عن بطاقة، أسطورة، وكذلك عنوان الكتاب الذي يضع الطفل عليه مرفقيه، مدمجة داخل طبيعة المشهد.

• حليب الرضع "blédilait" لذوي العامين:

إن هذا الدال موجود أربعة (4) مرات داخل مجموع الرسالة لسانية. إن هذا المنتج ينتمي إلى العلامة الغذائية المخصصة للأطفال "bélinat". هذه العلامة التجارية مكتوبة بأحرف كبيرة تدل على مجموع الإشهار. كما أن هذا الدال يستقر على معارف إضافية لها علاقة بالثقافة. حيث أن هذه العلامة التجارية قديمة جدا والدليل على ذلك هو مجموع الإشهارات التي كانت تعرض، بالأخص، على الللابور، بخصيص، هذا الحليب.

• .. هذا يعدكم بالكثير مبكرا ça promet encore plus ..."

"tôt"

إن هذا الدال الظاهر على البطاقة يتضمن فكرة النضوج أو النمو المبكر. وهي الفكرة التي نجدها داخل الرسالة الأيقونية المسننة. تحت كلمة "Blédina" (المتوقعة تحت الأسطورة) يوجد دال آخر وهو "المواعيد الأولى للحياة" الذي يقوي بدوره فكرة النضوج المبكر. إن نفس هذا الدال

يحاول أن يقوم بترجمة فورية بطريقة حرفية بحيث يبين أن "Blédine" (حسب ذكرياته... التي سجلت) بادرة لمادة غذائية مهيأة للاستعمال من الطرف الرضع، ومن جانب آخر وبطريقة أكثر تضمينية مع "blédilait" نصل إلى المواعيد الأولى للحياة، وهو ما يعني الحيوية والفضول والعقلانية.

معلومات حول " blédilait " متموقعة على شكل أسطورة:

- هذا الحليب يحتوي على 13 فيتامين وحمضين دسمين أساسيين
- علبة واحدة تغطي 70٪ من الاحتياجات اليومية لعنصر الحديد.
- هذا الحليب مهيأة للاستعمال
- له نفس السعر مع حليب البودرة.
- ونظرا لغناه بهذه العناصر فهو معني بتوقيف وتفسير هذا الاختيار وهذا بمساعدة بعض الدلالات التي استطعت الاحتفاظ بها.
- إن المحددين الأولين مرتبطين بقواعد حفظ الصحة الغذائية المتخذة حاليا والتي تركز بالأخص على تغذية محددة من حيث السكر، والدسم ولكنها غنية من حيث الفيتامينات، والأملاح المعدنية، والأحماض الأمينية، والأحماض الدسمة الغذائية الأساسية.
- خارج هذا الحليب (حليب البقرة) المعروف من طرف الجمهور الكبير عموما الغني من حيث الفيتامينات، والأملاح المعدنية، والأحماض الأمينية ومعترف به من بعض المختصين، بفقير من حيث عنصر الحديد والأحماض الدسمة الأساسية.
- إن المعلومات المقدمة من خلال هذا الإشهار تبين فقدانه لهذا العنصر وتؤكد في نفس الوقت على حضور الحمضين الدسمين الأساسيين إضافة إلى تغطية جزئية للاحتياجات من عنصر الحديد. كما أن الحضور 13 فيتامين تقوي أيضا غنى و ثروة المنتج. كما أن هذه المعلومات قد تدمت من وجهة نظر علمية وعليه فهي نهى معلومات سادئة.

— أما العنصر الثالث فهو يتناول الجانب التطبيقي لاستعمال هذا الحليب. حيث أنه لا يوجد أي سائل يغلط معه أو يقيس البودرة وعليه يتم ربح الوقت، حجة لها حظوة كبيرة في ثقافتنا.

— أما المحدد الأخير فيخص سعر هذا الحليب. في مجتمع متأزم، نجد أن ارتفاع الأسعار غير مقبولة من طرف الجميع، وبالتالي أن أي تقديم

لمنتوج جديد في السوق، لا بد أن لا نغامر في زيادة سعره، اللهم فقط في تغيير أشكاله، أو في كميته، أغلفة تعبئته.

يمكننا أن نصف الرسالة المقدمة على شكل أسطورة تقريرية من نوع الإعلامي، لها وظيفة مرجعية حسب طرح جاكوبسون (Jakobson). ومن وجهة أخرى فهي تتضمن مستويين:

1. مستوى علمي: يعتمد على مرجعية تقوم على الثقافة الديالكتيكية (فيتامين، أحماض دسمة أساسية، حديد، احتياجات يومية).
2. مستوى تربوي: وهي الشكل المستخدم في المؤلفات والكتب المدرسية، والمعلومات التي تخص "blédilait" منتظمة على شكل ثلاث
3. جمل، وكل واحدة منها تقدم فكرة محددة، والتي تظهر النقاط المبدئية التي تحرك النص من خلال كتابته باستعمال الشكل العريض.

• جديد من الشهر الخامس :

تحمل عنصرين هذه المعلومات اللسانية، فتظهر على يمين الصورة وهي حاملة لعبة حليب مع قارورة رضيع، ومن جهة أخرى أن هذا المنتج جديد، ويمكن تقديمه للطفل الرضيع ابتداءً من بلوغه الشهر الخامس من عمره. وهذا العنصر الأخير يلخص مفهوم حليب الرضيع ذو العامين.

• اللون الأخضر مستعمل كلون للخلفية:

إن هناك عامل آخر يخص الرسالة اللسانية المنقولة عن الطريق البطاقات، والخلفية الملونة. إن اللون الأخضر فهو يهدف إلى تقديم أثر الطبيعة وذلك بحثاً عن الموازنة الاصطناعية لهذا النوع من الحليب.

• نقد العقل الخالص Critique de la raison pure

تقدم هذه الرسالة اللسانية من خلال عنوان الكتاب دالين، الأولى رسالة تقريرية تقدم كتاب لفيلسوف مشهور وهو إمانويل كانط (Kant). وأما الثانية فهي رسالة تضمينية تحيلنا على فكرة الفلسفة، والعقلانية (وهنا تؤخذ في معنى الفكر المنطقي الذي هو على نقيض الغريزة والعاطفة).

3. تحليل الرسائل الأيقونية Analyse des messages iconiques

— رسالة أيقونية مركزة داخل الصورة الإشهارية :

تشكل هذه صورة علبة من الحليب تشترك مع قارورة للرضاعة مملوءة بالحليب متموقعة داخل الصورة الإشهارية وتظهر في الصورة نفسها . الاشتراك بين علبة الحليب وقارورة الرضاعة مملوءة يعطينا تصور عن الفكرة وهي أن هذا الحليب جاهز للاستعمال وبالتالي فهو يساعدنا على ربح الوقت.

— إذا نظرنا من قرب إلى كمية الحليب الموجودة في قارورة الرضاعة ومحتوى العلبة يمكننا أن نستنتج على أن علبة حليب واحدة تسمح لنا بإعداد قارورتين للرضاعة.

— إن هذه الصورة تشكل جانب من الصورة الإشهارية، ولكن في نفس الوقت الصورة الأساسية (صورة الطفل الرضيع)، وهذه العلبة والقارورة موجودتين أمام الطفل الرضيع وبين يديه. وهي بحجم صغير مقارنة بالصورة المحورية.

— إن الصورة المتموقعة على علبة الحليب تظهر رضيع جميل يحبو على أطرافه الأربعة في العشب. هذه الصورة متضمنة أساسا عن طريق فكرة حيوية لصحة. وهذا يربط علاقة مع الصورة المركزية. نستنتج أثر المرأة الذي يهدف إلى تبرير مضاعفة فضيلة "blédilait" والذي يسهل حيوية فيزيائية وفي نفس الوقت يوفر حيوية عقلانية مثلما يقول المثل: "العقل السليم في الجسم السليم" .

• الرسالة الأيقونية المركزية Message iconique central

— رسالة رمزية:

تحيلنا هذه الصورة على العديد من العلامات. وهي التي كنت بصدد مناقشتها وتحليلها. هذا الدال الذي يظهر الرضيع في صحة جيدة بعينين ثاقبتين فيهما ضوء براق يدل على الذكاء، والذي ينظر إلينا (المتلقي)، كما يقوم بعض نظارات للكبار. وإن مختلف المدلولات مرتبطة بمفهوم الصحة، والشكل، واليقظة، وننظر إلى مفهوم العقلانية التي تشترك مع تلك النظارات في الصورة، والمعرفة اللازمة لفهم هذه الرسالة هي أساسا مرتبطة بالثقافة.

— إن كتاب "كانط" يعيننا على مدلولات مرتبطة بالعقلانية، وبالفلسفة، وبالعقل. فالمعرفة المهمة إذا هي من جديد لها علاقة بالثقافة، من وجهة نظر ثقافية أكثر فلسفية.

— إن النظرة الشاملة لهذه الصورة ومن خلال علاقة هذه المدلولات مع بعضها البعض تعزز فكرة الإبداع والعقلانية (رؤية من خلال الذكاء) وعليه فإن فكرة الإبداع مرتبطة بالرسالة اللسانية للبطاقة الواقعة على يسار الملصقة.

— بإمكاننا إضافة إلى ذلك أن نتأكد من هذه المفارقة وفي طريقة عرض الرضيع مستلقي على كتاب الفلسفة، ومهيمنة كذلك على العقل، وتركز كذلك على المفارقة، العاطفة /العقل.

4.وظائف الرسالة اللسانية: Fonctions du message linguistique — وظيفة الإرساء: تظهر وظيفة الإرساء راجحة من خلال الرسالة اللسانية الموجهة للتحليل. وإن الصورة المحورية تفيد الإشهار لمنتجات، مثل سلع أخرى صحية. فالإشارة، والبطاقة علاقتها مع علبة الحليب وقارورة الرضاعة تحصر القراءة للرسالة الرمزية، وتركز على المستوى الجيد للإحساس. وهنا العلاقة بين الحليب والعقلانية.

ونتأكد من خلال هذا المثال الذي يخص هذا الإشهار أن هذا النص له قيمة قمعية مقارنة باختلاف مدلولات هذه الصورة وعليه فهي تستثمر قيم المجتمع، في هذه الحالة المقدمة للعقلانية والإبداع.

— وظيفة الإبدال: وهي ثانوية جدا. وهي أساسا آتية من الرسالة "هذا يعدكم بالكثير مبكرا"

"المواعيد الأولى للحياة" واللذان يشتركان في عنوان الكتاب والذي يصب في مفهوم النمو المبكر. ولكن في الحقيقة، أن في الصورة نفسها، علاقة المدلولات مع بعضها البعض، العقلانية والرضيع تعطينا فكرة النمو المبكر ولكن في نظري عنوان كتاب الفلسفة يعزز بطريقة مهمة مدلول العقلانية الذي ذكرناه من خلال النظارات.

الهوامش

1- إدريس جبري. الإشهار والمرأة

<http://saidbengrad.free.fr/al/n7/7.htm>

2- A Rhodes : La Propagande dans la Seconde Guerre mondiale, Paris, Presse de la Cité, 1989 , p. 26

3- Le Publicitor. Dalloz.1983. p465 B.Brochand. J.Lendrevie

- 4- صلاح فضل، قراءة الصور و صور القراءة، دار الشروق، ط01، 1997، ص11-12.
- 5- موقع سعيد بن كرادنمجلة علامات ، العدد 05 ، 1996، -جوديت لازار،ترجمة حميد سلالي
- 6- محسن بوعزيزي،مجلة الفكر العربي،مركز الإنماء القومي بيروت ، 2000 ،ص64-65 .
- 7- عبد العالي بوطيب ، كلية الأدب مكناس ،موقع سعيد بن كراد ،مجلة علامات ،العدد18 ، 2002 .
- 8- موقع سعيد بن كراد،السميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها،
- 9- Bernard Brochand, jacques l'endrevie, ibid., p363.
- 10- Genzal David, ibid., p 206
- 11- أسامة عبد الرحيم علي ، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء ،ايتراك للطباعة و النشر و التوزيع ، 2003، ص141 .
- 12- طاهر عبد المسلم، عبقرية الصورة، دار الشروق للنشر و التوزيع، ط01، الأردن 2002، ص 48-1¹
- 12- المرجع نفسه ،ص49 .
- 13- عبد الله ثاني قدور،تشكيل رسوم الأطفال ، دار الغرب ، 2004، ص42 .
- 14- عبد الله ثاني قدور،تشكيل رسوم الأطفال، دار الغرب، 2004 ،ص42 .
- 15- احمد مختار عمر، اللغة والفنون عالم الكتب للنشر و التوزيع القاهرة، ط02، 1997، ص138.
- 16- عبد الله ثاني قدور، السرجع السابق، ص134،
- 17- عبد الله الثاني قدور، مرجع سبق ذكره ص134-137.
- 18- عبد الله الثاني قدور، مرجع سبق ذكره ص138.
- 19- 35 Roland Barthes.l'Obvie et l'Obtus.essais critiquesIII ed : du Seuil.1982.p
- 20- Laurent Gervereau/ Voir comment comprendre analyser les images, Paris, Edition découverte, 1994 . p45

- 21- Bernard Cocula, Claude Peyrouet/ Sémantique de l'image, Paris, librairie delygrave,1986 P24
- 22- Le Publicitors. Dalloz.1983. p465 . . B.Brochand. J.Lendrevie
- 23- إيكونوغرافيا: أيقنا دراسة كل ما يمثل شخصا ، دراسة كل ما يمثل عهدا
- إيكونكلوجيا : توضيح خصائص الرموز في الرسم ، توضيح خصائص الرموز في النحت ، جدول الرموز ، شرح الرموز.
- 24- Roland Barthes OP. Cit
- 25- Ibid
- 26- Bernard Cocula, Claude Peyrouet/ Sémantique de l'image, Paris, librairie delygrave,1986 P24
- 27- Laurent gervereau/ voir comprendre analyser les images, Paris, Edition, découverte, 1994 . p45
- 28- Le Publicitors. Dalloz.1983. p465.B.Brochand. J.Lendrevie