

الخطاب الإشهاري : دراسة في الأنساق والوظائف

ومضة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015 أنموذجا

أ. بكاي نورالهدى

جامعة الجلفة

ملخص:

إنّ الخطابات الإشهارية من أكثر الصّور التي تعترض حياتنا اليومية ، و هي مركّب معقّد قائم على نسقين متميزين ، النسق الأيقوني و النسق اللّساني ، كما أنّها إنتاج فني و ثقافي و اجتماعي ، و بالتالي هي رسالة بصرية محمّلة بالعلامات و الدلالات. و السيميائيات هي العلم الذي يسعى إلى دراسة كل نظام علاماتي بكشفه عن المعنى. و عليه الاعتماد على المقاربة السيميائية يعدّ الطريق الأمثل للقبض على القيم الدلالية و المعاني المخفية في التركيب الضمني للصورة ، و لرسمها حدود العلاقة بين النسق و الوظيفة الجمالية داخل الخطاب الإشهاري.

الكلمات المفتاحية: الخطاب ، الإشهار ، النسق ، الصّورة، الأيقونة ، اللسان ، الدلالة ، العلامة ، الرسالة ، الوظيفة الجمالية.

Summary:

The most common type of discourses that we find in our daily life is the advertising discourses. it is a complex compound based on two distinct levels. Which are the iconic system and the linguistic system . it is also a social, cultural and artistic product.

So, it is a visual message charged by signs and indication. Semantics is the science that seeks to study each system signs of by revealing meaning. The use of the Semantics approach is the best way to explore Implicit values and meanings hidden behind the picture and to define clearly the relation between the system and the aesthetic function within the advertising discourse.

Key words:

Discourse , the advertising , System , Image , Icon , The language , Significance, sign , Message , aesthetic function

تمهيد:

إنّ الحديث اليوم عن خطاب الصّورة - ثابتة أو متحركة- أصبح ضرورة ملحة ، لفهمه و دراسته حسب أساليب التحليل الحديثة ، لما له من هيمنة على ساحة التّواصل في المجتمع الواقعي و الإلكتروني ، فالصّورة اليوم هي الموجه الأول لمسارات المجتمع ، و لتكامل المعرفة لابد من الحديث عن علاقتها ببعض المفاهيم المتباعدة اصطلاحيا و علميا ، و ذلك كخطوة أساسية تتم من خلالها عملية التحليل و الاستيعاب ، و خطاب الصّورة حيّز يتسع لكثير من الدلالات التي تترجم لمفردات لغوية تمسّ الحياة ، فهي تعبّر عنها بطريقة جمالية و فنيّة ، عبر العرض البصري في وسائل الإعلام المختلفة (التلفزيون ، المجلات ، الأنترنت ،...) ، و ذلك انطلاقا من الفكرة إلى الحمولة البصرية ، فهي إنتاج فني و ثقافي يتأثر بالجودة و الرداءة ، عليه ارتأينا أن نقف على ماهية الخطاب المرئي لما له من ارتباط بمجالات الثقافة ، من خلال إلقاء الضوء على نسقيه الأيقوني و اللفظي ، و علاقتهم بالوظيفة الجمالية في الخطاب الإشهاري ، و ذلك في ظل المقاربة السيميائية ، فاختارنا دراسة الموضوع بتحليل ومضة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015 ، لارتباطها بالدّعاية لهذه التظاهرة الثقافية الدّولية العربية ، و التي عرضت عبر القنوات التلفزيونية الوطنيّة ، و هي صورة نموذجية لدعوة المجتمع لأهمية ممارسة الثقافة بأنواعها داخل المجتمع العربي عموما و الوطني الجزائري خصوصا.

و السيميائيات هي العلم الذي يسعى إلى دراسة كل نظام علاماتي بالكشف عن المعنى ، فهو يدرس لغة الإنسان والحيوان وغيرها من العلامات اللسانية وغير اللسانية باعتبارها أنساقا دالة، كعلامات المرور وأساليب العرض في واجهة المحلات التجارية والخرائط والرسوم البيانية والصور (الثابتة و المتحركة) وغيرها، " فتعلم من السيميائية أننا نعيش في عالم من الإشارات"¹.و يدرسها في كنف الحياة الاجتماعية، وقد يشكل فرعاً من علم النفس الاجتماعي، و أبرز باحثيه ومؤسسيه دي سوسير وشارل بيرز. و ما جعل البحث السيميائي يهتم بالرسالة البصرية ذلك الهجوم المغزي الذي أحدثته الصورة بأنواعها و أشكالها المختلفة في حياتنا اليومية - في كل مكان و كل زمان - و عدم قدرتنا على الحدّ من هذا السيل الهائل للصور ، و ما تحمله من أبعاد ثقافية و إيديولوجية. و الاعتماد على المقاربة السيميائية يعدّ الطريق الأمثل للقبض على القيم الدلالية و المعاني المختفية في التركيب الضمني للصورة ، "المقاربة السيميولوجية تعد خطوة هامة في الكشف عن القيم الدلالية والعلامات لأن السيميولوجيا جاءت لتقريب العلوم الإنسانية من حقل العلوم التجريبية وإعادة المعنى غير المرئي للصورة والإنسان والتاريخ"²، بالإضافة إلى أنّ الدلالات التي تحملها الصورة غير ثابتة و تخضع لسلطة المجتمع الإنساني و فطرتها و بعدها الأنثروبولوجي.

و " الخطاب تجربة تساهم فيها أطراف متعددة عن طريق التفاعل ، من أجل تحديد الأدوار: مؤلف ، خطاب ، قارئ (مستمع) ، هذا الأخير الذي يسعى دائماً إلى تحليل الخطاب من أجل الوصول به إلى أقصى حد ممكن من المقروئية وقوفاً على كلّ الرؤى و البنى التي ساهمت في هذا النتاج الفكري / التواصل المتنوع (دين ، تراث، اقتصاد ، مجتمع، قيم ، مذاهب ، مبادئ ، أبعاد، ...الخ)"³ .

و تحليل الخطاب بأنواعه يتطلب تفكيك بنيته بالإجراءات العلمية المناسبة له ، للكشف عن الدلالات و المعاني التي يحملها ، مع دراسة العلاقات التي تربطه بغيره من الأنساق، و مختلف الأبعاد (الاجتماعية و الثقافية و الايديولوجية) . و عليه فإنّ التحليل السيميائي يعدّ مجالاً خصباً للبحث الدقيق في المستويات العميقة و السطحية للخطابات اللسانية و البصرية ، فهو يقدّم دراسة متكاملة للموضوع ، " فالسيميائي مصطلح براغماتي لأنه يحاول الانفتاح على جميع الاتجاهات الفكرية و الأدبية في سبيل إنضاج الوسائل و الآليات في تحليل النص من هنا فمن المهم جداً الإفادة منه و دليل أهميته موت الاتجاهات السابقة عليه كـ " البنيوية و التفكيكية " و بقاؤه حرّاً في فضاء الدراسات المعاصرة"⁴.

و " النص يحتوي دوماً على معاني إلاّ أنّه يحتوي على عودة المعنى فالمعنى يأتي ثم ينصرف ، ثم ينتقل إلى مستوى آخر و هكذا دواليك، ربما وجب الحديث بهذا الصدد مع نيتشه عن العود الأبدي، إنّ المعنى يعود لكن كاختلاف و ليس كتطابق و هويّة "⁵، و كذلك الصّورة في الخطاب الإشهاري فهي تركيب ذو شكل معيّن له تنظيمه الداخلي و الجمالي مبنيّ بالألوان و عمق الصورة في حدّ ذاتها . و عليه فإنّ السيميائي يرى أن افتراض منهجية متكاملة لتحليل الرسائل البصرية الثابتة و المتحركة ، بمختلف أنواعها تبدو معقدة وصعبة و تتطلب من القارئ أن يكون مجهّزاً بترسانة من الأدوات الإجرائية لتحليل : النسق الأيقوني (الصّورة ، اللون ، الإضاءة) ، و النسق اللساني المرافق لها (كتابة ، صوت) . و البنية الدلالية بالتركيز على الإيحاءات والمعاني (دلالة المؤشر ، دلالة المكان ، دلالة الشخصيات) ، و تليها دراسة الانسجام الترابط و بين النسقين 'الأيقوني و اللساني' بتحليل المؤشرات الدالة على ذلك. فدو سوسير يرى أنّ النسق " هو تلك العناصر اللسانية التي تكتسب قيمتها بعلاقتها فيما بينها، لا مستقلة عن بعضها"⁶ . كما أنّه " قد أشار إلى خطيّة اللسان في تقابلها مع الطابع المسطح للسيميائيات البصريّة (رسوم ، لوحات ، إشارات مرور ، بطاقات تصاميم)"⁷.

الخطاب الإشهاري :

لقد طوّر الإنسان أشكال الخطاب بالاستفادة من كل ما مدّته العلوم الإنسانية و البيولوجيّة و الاجتماعية من آليات فجعل من الأيقونة لغة إبلاغ و تواصل تحمل رسالة معيّنة تُفهم من دون الاعتماد على العلامة اللغوية أو الكلاميّة ، و من بين هذه الخطابات التي تزواج بين النسق الأيقوني و النسق اللفظي الخطاب الإشهاري " فهو أحد الأنواع الرئيسة في تحليل الخطاب باعتباره - إنتاجا - معرفيا سيميائيا محركا و مؤثرا في المجتمع و متأثرا به، و حدثا لغويا منجزا، هدفه التواصل مع أفراد المؤسسات الاجتماعية، له منطق داخلي و مراجع تأثير و مفاهيم ومصطلحات خاصة به تبين أصالته و تفرد لسانيا و أيقونيا "8، و الإشهار هو عملية اتصالية تميّز المجتمعات المعاصرة و هو مرتبط بغرض ما (تجاري ، اقتصادي ، وطني، توعية ،...) .و إذا عدنا إلى المشرّع الجزائري نجده يقدم تعريفا مفصلا عن الإشهار من خلال قانون الإشهار في مادته الثانية (يقصد بالإشهار الأسلوب الاتصالي الذي يعد و يقدّم في الأشكال المحددة في هذا القانون مهما كانت الدعائم المستعملة قصد تعريف و ترقية أي منتج أو خدمة أو إشهار أو صورة أو علامة تجارية أو سمعة أي شخص طبيعي أو معنوي كما تشتمل الأنشطة شبه الإشهارية)9. و يرى الباحث المغربي الدكتور سعيد بنكراد و الذي توسّع في دراسة هذا الشكل من الخطابات " إنّه الترياق السحري الذي ينقل من حالة إلى حالة وفق عجلة زمنية تنحاز إلى الآني باستمرار و ليس غريبا أن ينظر إلى الإشهار على أنّه يقوم على الإغراء و الإغواء و هو ما يعني في جميع الحالات استدراج المستهلك من خلال الإشباع النفعي إلى عوالم الاهتمام "10. و عليه نرى أنّ الخطاب الإشهاري ارتبط في الغالب بالغرض التجاري ، فصار من الضروري صناعة الإشهار القادر على التأثير الإيجابي في قرارات المتلقي المستهلك ، و لهذا نجد الخطاب الإشهار بثلاثة أشكال : 1- الإشهار المسموع و الذي نجده في الإذاعات و اللقاءات الجماهيرية كالمحاضرات و الخطب و الندوات و حتى الأسواق الشعبية، يعتمد هذا النوع على الكلمة المسموعة و قد تصاحبها موسيقى تزيد من إغرائه للمستمع .2- الإشهار المكتوب (المرئي الصور الثابتة) الذي يمر إلينا عن طريق الصحف و المجلات و التقارير و الملصقات على الجدران في الشوارع و السّاحات العمومية .3- الإشهار المسموع و المكتوب (السمعّي - البصري) - موضوع دراستنا- يظهر هذا النوع أمانا على شاشات التلفزة و صفحات الأنترنت ، ويتم بالصورة و الصوت (الألوان ، الشخصيات ، الموسيقى، ...) فهو فيلم صغير يتعاون على إنتاجه و إنجازه فريق عمل متخصص في : الإخراج و الديكور و وضع الأثاث و الحلاقة و التجميل، و الإضاءة و التسجيل و ضبط الصوت و التركيب و التمثيل "11، و كل هذه الأشكال و الصور تحتاج حياتنا اليومية بدون استئذان فنجد أنفسنا نغمّر في هذه الأيقونة التي مرّت بنا أو سمعناها ، فالتالي تأخذ مساحة من وقتنا و ربما نقرّر أن تبقى معنا دوما فنحاول الحصول عليها و استعمالها إن كانت مادية أو روّيتها ، و كل هذا تفاعل مع موضوع الإشهار سواء سلبا أو إيجابا.

يعدّ الخطاب الإشهاري من الخطابات المتميزة و الفريدة ، لهيمنتها داخل حقل التواصل الاجتماعي و تأثيره على قرارات المتلقي، و له جملة من الخصائص الوظيفية عند عرضه و هي:

1. القدرة على التواصل الفعال ، لأنّه يتحكم باختيارات المتلقي بإقناعه بالرسالة التي يريد تمريرها ضمن سياق ثقافي معيّن بأساليب الجذب و التشويق و الإغراء ، مع أنّه يجهل طبيعة و حالة المرسل إليه .
2. تسويق الأفكار و السلع و الخدمات و الأحلام و كل ما يحتاجه المتلقي في حياته الخاصة من ضرورات مادية إلى احتياجات معنوية.

و لأنّ الخطاب الإشهاري هو جزء من الثقافة كبقية الخطابات الأدبية و السينمائية و البصرية و الفنية عامّة، إلى جانب أبعاده الاقتصادية المرتبطة بالدعاية و الإعلان التجاري، علينا أن إدراك دور السيميائيات في استيعاب الفضاءات الجمالية له، لأنّه خطاب أيقوني، أي التماس أهم مناطق الإثارة للإبداع الإنساني بالمنهج العلمي الذي قادها إلى إدراك فحوى العملية الجمالية الإبداعية، فهو يلبس اللباس الثقافي في مكوناته اللغوية و الأيقونية و السيميائية و التداولية. فهو أيقونة مركبة من النسقين اللساني و الأيقوني، فمزج بين النص (الكلمة المنطوقة أو المكتوبة) و الصورة (الثابتة أو المتحركة) ليصبح خطابا متكاملًا تبرز فيه جماليات الفنون المتنوعة لتحقيق غاية التبليغ و الإقناع و التأثير، و بالتالي فهو خاضع لسلطة التأويل و التفسير، وهو بذلك لا ينتمي للمجال الأدبي و لا للمجال علمي. كما تتوفر فيه الوظائف الأربع لتحقيق عالم دلالي هي: الجمالية، التوجيهية، التمثيلية، الإيحائية. فارتأينا من الضرورة تفكيكه و دراسة كل نسق على حدة، و داخل هذين النسقين اللساني و الأيقوني¹² تتمظهر مجموعة من الآليات الفاعلة ضمن نسيج الخطاب الإشهاري، تلفيط الأيقوني Verbalisation de l'iconique أي محاكاة الصورة بالشكل اللساني و أيضا أيقونة اللفظي Iconisassins du verbale النسق الأيقوني (الصورة):

إنّ الصورة هي أبلغ خطاب يخاطب به جميع الأذهان بمختلف أفكارهم، و لغاتهم و معتقداتهم و أجناسهم، فمهما كان مرسلها إلّا أنّها تصل لجميع الناس في مختلف أقطار المعمورة، فهي تتميز بالعمومية و العالمية مما يجعلها تصل إلى جميع البشر في العالم بدون عوائق. كانت و لا زالت وسيلة تعبيرية فعّالة في التواصل و الإبداع بين البشر، داخل كلّ المجتمعات و عبر التاريخ، " فالصورة الثابتة فضاء لتقاطع علامات عديدة مختلفة و متكاملة حددتها" مارتين جولي " في علامات أيقونية و علامات تشكيلية أيضا و في أغلب الأحيان علامات لغوية، لذا يجب تحديد أنماط حضور ترصيف من هذه العلامات و كيفية اشتغاله قبل الانتقال إلى المحصلة العامة لتقاطع هذه العلامات في الرسالة البصرية "13، و تقوم العلامة التصويرية أو الأيقونية على أساس أن للمعنى تعبيراً جوهرياً طبعياً متميزاً. و الصورة أكثر الأمثلة انتشاراً."14

"إنّ الصورة تُحفز على البحث في المعارف بُغية إدراكها بدءاً بالخصائص الأيقونية التي قد تُماثل أشياء الواقع فتشكّل منطلقاً لسنن التعرف و بذلك تمهيداً لقراءة تنطلق منها سيرورة التدليل في بناء الدلالة "15، فتفتح المجال لدلالات كثيرة لأنّها تعبّر عن نفسها أمام متلقيها، فينتج عن ذلك التعدّد الدلالي، لأنّ الأيقونة البصرية واحدة و المتلقين مختلفون فكرياً و إدراكياً، فتقدّم عدة قراءات و تأويلات و دلالات لها. لكن هذا لا يجعلها بنية منعزلة و مستقلة بذاته فهي تتواصل مع بنيات أخرى كالبنية اللغوية - النص - و ذلك لكون الدلالات الناتجة عنها ليست صوراً و إنّما كلمات لغة، فنجد كثير من المجالات تلازم فيه الصورة النص، كالصحافة، الاشهارات، الكتب التعليمية، "16إنّ أول سيميولوجية للصورة (بارث 1961- 1946) تتكلّم عن الصورة، بوصفها شيئاً ما تحيل عليه، و تكون بالتالي مرتبطة بدلالته من خلال علاقة غير اعتباطية "

"فإذا كانت الصورة (كيفما كان نوعها: صور فوتوغرافية، صور ثابتة أو متحركة، تماثيل، منحوتات... إلخ) تشير إلى نوع من التشابه بينها و بين ما تحيل عليه، فإنّ هذا التشابه لا يحكم سوى فعل الإدراك الخاص بتحديد شيء ما يوجد خارج الذات المبصرة، أي ما ينظر إليه كمعطى طبيعي. فالتعرف على هذه الواقعة باعتبارها شيئاً مادياً عملية مختلفة عن عملية تأويلها و تحديد موقعها من الصرح الثقافي الذي يغطي الجسم الاجتماعي في مرحلة ما. و بناء عليه فإنّ قراءة هذه الصورة وفهمها يستدعيان سنناً سابقاً يتم عبر التأويل و التدليل."17 و تتميز الصورة المتحركة عن الصورة الثابتة، بكونها تحتوي على الخطابين السّمي و البصري فهي عبارة عن صوت و صورة، أي تحفّز حاستين معا (السّمع و البصر) مما يجعلها أكثر تأثيراً المتلقي في اقتناعه بالرسالة. إنّ لغة الرسالة البصرية تعتمد على البعدين، البعد الأيقوني و البعد التشكيلي، فنتج معانيها

من خلال معطيات يوفرها التمثيل الأيقوني (أشياء في الطبيعة) و ما يوفره التمثيل التشكيلي، و بذلك ينتج البعد التضميني للصورة في الجمع بينهما، " فكما أنّ العلامة الأيقونية تشير إلى تركيب لمجموعة من العناصر المؤدية إلى إنتاج دلالة ما، فإنّ العلاقة التشكيلية لا تشغل باعتبارها كذلك إلا في حدود تأويلها ككيان حامل لدلالات" 18.

أمّا بالنسبة للصورة الإشهارية فقد عرفت أهمية كبيرة في العالم اليوم، فهي تصل إلى المتلقي مباشرة دون عناء، و قد عرّفت من قبل David Vector أنّها: " نوع من الكتابة غير اللفظية هدفها الترسّخ في ذاكرتنا المرئية هي تغذى من المقاربات الثقافية الاجتماعية و الإيديولوجية فهي تعبير عن حقيقة قويّة وخفيّة في بعض الأحيان" 19 و غرضها الأساسي هو الترويج لمنتج، أو فكرة، أو لجهة سياسية معيّنة من أجل تحقيق غاية الجهة المسؤولة عن هذا الخطاب الإشهاري. كما أنّه للصورة قوّة رمزية ذات تأثير عال على ميول ورغبة المتلقي (المستهلك)، و عليه فإنّ القنوات التلفزيونية و مواقع الأنترنت تبثها أكثر من مرّة خلال اليوم، لتحقيق الهيئات المعنية بها نسبة أكبر من البيع و بالتالي الربح التجاري، و هي أيضا تؤثر على ذهن المتلقي و إن لم يستهلك المنتج، فهي رموز دلالية خاضعة لسلطة الثقافة و الإيديولوجيات. " فإذا ما وقفنا عند التحليل السيوسولوجي عند البير بورديو نراه كان حريصا على ربط مفهوم السلطة كركن أجزائي جوهري في عملية التحليل بمفاهيم أخرى لا تقل أهمية كمفهوم النسق والحقل واللعب بإستراتيجية ممنهجة كونية بشكل شامل، التي هيئها في صياغة نظريته لمفهوم السلطة الرمزية" 20، فالتالي الصورة تستمد قوتها الدلالية من أساليب متعدّدة كالتورية و الاختفاء، و الإيحاء و التمثيل، فتكون بذلك الدافع المغربي لتوجيه المشاهد نحو غايتها لدى. وهي كما يبدو للجميع أنّها وهمية وليس لها أي تأثير. يقول البير بورديو: (أنّ السلطة الرمزية هي سلطة لا مرئية، ولا يمكن أن تمارس، إلّا بتواطؤ أولئك الذين يابون الاعتراف بأنهم يخضعون لها، بل ويمارسونها) 21

بلاغة الصورة: تستمد الصورة بلاغتها من قوّة تأثيرها و جذبها للمرسل إليه، و سرعة انتشارها، بالإضافة إلّا أنّها لا تحتاج إلى أن يكون المشاهد متعلما أو مثقفا أو على درجة فكرية معيّنة، فهي تقرأ بالبصر أولا، و " إنّ عمومية الصورة و عالميتها جعلتها تسقط الحواجز و العوائق بين لغات البشر في العالم، فلا يمكن الاهتمام بموضوع الصورة بإنتاج الصّور، إنما يكمن في إنتاج الكلمات و ذلك عبر بلورة لغة واصفة لمجمل مظهرات الصورة، و لكون لها تأثير عميق على نفسية و عقلية المتلقين، كما أنّ الباحث المغربي سعيد بنكراد - المهتم بدراسة الإشهار و ترجمة الأعمال السيميائية الغربية - يرى أنّ هذا التأثير مقصود من وراء الخطابات التي تبث من وسائل الإعلام أو من المؤسسات الإيديولوجية تحت غطاء الخفاء والاختفاء وراء حجاب أفنعة المؤلف العادي أو ما يسمى بشرعنة القانون.

و في الأخير نرى أنّ النسق الأيقوني يكتسب أهميته من الوظائف 22 التي ينطوي عليها:

- الجمالية التي تعمل على إغراء المشاهد بمضمون الرسالة البصرية.
- التوجيهية حيث تعمل على إرشاد المتلقي نحو تأويل الصورة، وذلك بقراءة النص اللغوي المرافق لها.
- التمثيلية التعبير عن الأشياء و المواضيع التي تعني الإنسان بصورة تعجز اللغة عن إيصالها.
- الإيحائية لها قدرة عالية على ملامسة الأحاسيس و الخيال بما تفتحه من تأويلات و تصورات. فتخاطب كل واحد على حسب أفكاره و مشاعره.
- الدلالية و هي النتيجة النهائية لتلاحم الوظائف السابقة، وبعد التفكير و التأمل تأتي هذه الدلالة الناتجة عن ما أحدثته الصورة في ذهن المتلقي.

النسق اللساني:

إنّ تميّز اللسان - النظام الداخلي للغة - بخاصية وجوده في مختلف الأنساق الدلالية (مختلف العلامات) و حاجتها إليه ، تحيل إلى " إدراكه باعتباره كلا ، باعتباره وحدة . وهو مالا يمكن لأي مقارنة أخرى (خاصة مقارنة النحويين التقليديين) ، أن تدركه إلا في تعددية ، أي بوصفه خليطاً غير منظّم من المعطيات المتباينة. و يصبح اللسان بهذا سيميائية خاصّة إلى جانب لغة الصّور ، و لغة الصّم - البكم و العديد من الأنظمة الدلالية الوضعية الأخرى . و تعدّ هذه الحركة الأولى عملية تعميم تمييزي، تعميم لأنّها تتجاوز اللسان، بهدف إدراجها ضمن مجموعة أوسع تنتمي إليها ، تمييزي لأنّ الأمر يتعلق بقائمة من الخصائص التي تهم بشكل قصري اللغات المتنوعة ، و تعطي تعريفاً مجرداً يثبت صحته أو يُلغى في أثناء العمل "23

و في أغلب الخطابات الإشهارية لا تخلو الصّورة - ثابتة أو متحركة - من وجود عبارة لغوية مصاحبة لها في العرض ، و تتمثل هذه الرسالة اللسانية في " الشعار أو العنوان أو النصوص المكتوبة الأخرى كالشروح و بعض التفاصيل حول المادة المعلن عنها و تتكون من مجموعة الدلائل اللغوية المشكلة للكلمات و الجمل المرافقة للصورة "24 الشارحة لدلالات هذا الإشهار ، و هي تقوم بدمج المتلقي مع الصورة ، فتثير عواطفه و تأخذ حيّزاً من ذاكرته فيتفاعل مع الإشهار عموماً ، فالألفاظ قد تحمل على الجذب أو النفور ، الإعجاب ، أو الاستكراه ، حسب اختيار العبارات المناسبة للصورة ، فلفت الانتباه نحو توجه معيّن أو سلوك أو مُنتج ، هو أهم ما يعمل على تحقيقه مرسل الإشهار ، فيعمل بإتباع مراحل و إجراءات معيّنة بانتقاء الكلمات الموحية و الجذابة و المؤثرة لتصميم و صياغة الخطاب اللفظي بشكله النهائي.

أنّ ' رولان بارث ' يحدد في دراسة رائدة بعنوان ' بلاغة الصورة ' وظيفتين أساسيتين للرسالة اللغوية في الصورة 25:

1. وظيفة الإرسال أو الشرح: أي قيام اللغة بتحديد المعنى الأيقوني الصريح .
 2. وظيفة تكميلية: أي المهام التعبيرية التكميلية للرسالة اللغوية.
- و على غرار الوظائف التي حدّدها بارث فإنّ للخطاب اللفظي المصاحب للصورة عدّة وظائف أهمّها:
1. بما أنّ الصورة متعدّدة المعاني، و قد لا تحمل معنى واضحاً ، فتقوم الرسالة اللسانية بتوجيه المتلقي نحو المعنى المحدّد لها.
 2. يقوم الخطاب اللفظي بترسيخ المدلولات و المعاني الخاصة بالصورة في ذهن المتلقي.
 3. عندما تكون الصّورة متحركة فإنّ المعاني تتعدّد و يصعب تعيينها ، فتقوم الرسالة اللسانية بالمناوبة مع الصور للحد منها ، و لتحديد المعنى المراد إيصاله للمتلقي .

تفكيك النسق الأيقوني و النسق اللساني:

" على طول التاريخ البشري ، ومهما أوغلنا في الماضي ، لا نجد إلا نوعين من العلامات مستقلين و متماثلين ثقافياً . هذان النوعان هما الكلمة و الصورة ، لكل منهما تاريخها . و لكن يبدو أنّ وجود كل من النظامين أمر ضروري لتطور الثقافة . و لا يمكن لنا في نطاق هذه الدراسة أن نناقش أسباب حتمية قصر المعلومات على هذين النظامين المتعارضين بشكل جوهري و أساسي . يكفي أن نقرر تلك الحقيقة ، ثم نمضي إلى بيان الفائدة من وراء التوظيف الاتصالي لكل شكل من العلامات كما نمضي إلى بيان العوائق التي لا يمكن تجنبها. "26 و عليه فإنّ الصّورة و اللغة من أكثر طرق التّواصل تداولاً ، و كلاهما يؤديان الوظيفة التبليغية ، و عليه لا يمكن أن ربط الدلالة بالبعد اللساني فقط ، " فلا وجود لمعادل لفظي لإحساس ملون" ، كما يقول بول فاليري 27

إنّ مرافقة الخطاب اللفظي للخطاب الأيقوني هي من باب الإيضاح و زيادة الإلهام بالموضوع و " يمكن أن تكتسب مفاهيم و مبادئ جديدة على أساس العرض المرئي وحده ، لكنه لا يكون مجدياً إذا اعتمدنا عليه كلياً في الدّراسة و التعليم ،

فالكلمات تؤدي دورا مهما في التوجيه إلى الدلائل و تفسير الإشارات ، لهذا الغرض يجب استخدام الكلمات ضمن الوسائل البصرية" 28

و لتحليل الخطاب الإشهاري علينا أن نخضع كل من نسقيه - الأيقوني و اللساني - اللذين يقدم دلالتهم الإجمالية من خلالهما، إلى التحليل و الدراسة لنضع أيدينا على الدور الذي يقوم به كل خطاب ، ومدى حاجة الصورة للكلمة و العكس ، و عندما نرى هذا السيل الهائل من الإشهارات في القنوات التلفزيونية و الشوارع و ما تنشره المجلات و صفحات الأنترنت نلاحظ طغيان الأيقونة البصرية على العلامات اللسانية و التي تنحصر في اسم المنتج ، أو عبارات قصيرة شارحة للصورة ، إلا أنها محملة بالدلالة و غالبا ما تكون رنانة تترك أثرا في أذن المتلقي ، خاصة إذا كانت مسموعة و يقولها أحد ممثلي الإشهار ، أو تكون أغنية قصيرة بقصر زمن الإشهار ، في هذه الحالة قد يحفظها المتلقي ، و تصبح تكرر كظاهرة فنية في الوسط الاجتماعي من قبل الصغار و الكبار ، و هذه القدرة التأثيرية على المشاهد هي ما يسعى إليه الإشهاري في تضمينه الدلالة التي يريد بها بالتمثيل البصري و اللساني ، فيصّب فيهم الرغبة و الإغواء لتحريك الانفعالات.

"إن الصورة للإيضاح فقط، أما المضمون الحقيقي للوصلة فمودع في الإرسالية اللسانية، إذ من خلالها وحدها يستطيع المتلقي معرفة ما تود الوصلة قوله. وهو الموقف التي عُرفت به مجموعة من الخطاطات التواصلية الكلاسيكية في الإشهار، ومنها خطاطات aida ولاسويل وداغمار، وذاك أيضا كان موقف بعض دعاة الإشهار المرجعي في الثمانينيات من القرن الماضي" 29 ، يعني أنّ المتلقي يحوّل مضمون الصورة إلى أفكار و عبارات لتحتفظ به ذاكرته ، فيقوم بقراءة العبارة المرافقة للوصلة الإشهارية ، فهذا الخطاب اللفظي يعبر عن مضمون الصورة في نسق من الكلمات التي قد تكون سببا لدفع المستهلك للشراء أو الانجذاب للموضوع المشهور عنه عموما.

لقد كانت مدرسة براغ مدرسة جمالية ذات بعد شكلي (و لا سيما تحت تأثير أعمال إيرنيس كاسيرار حول فلسفة الأشكال الرمزية) 30 فرأت أنّ النظرية الجمالية للغة فرعا من مجموعة متسعة أكثر منها ، محتوية اللغات غير اللفظية ، ومنه اكتسبت التجربة (الأدب و السينما)، و راهنت في خضم التطورات إلى وجود علم حديث للمعاني ، و هو ما يناسب دراسة الخطاب الأيقوني لما ينطوي عليه من دلالات فنية و جمالية ، فالصورة تلامس أولا نفسية المتلقي قبل فكره ، و هنا تكمن قوّتها الإقناعية في تأثيرها المباشر في اللاوعي ، بخلاف العلامة اللسانية التي تحتاج إلى بعد زمني مناسب لسمتها الخطية وتدرّك بالعقل أولا . و " يكون النص غير لساني عندما يتعلق الأمر مثلا بتخصيص استعمال الألوان المتمثلة في شريط/ صورة لفيلم إزاء معطيان التجربة هذه الخاصة بالموضوع ، معطيات تتشكل أثناء النظرة الأولى للمحلل، "تموجات لا نهائية"، أو " مملكة متموجة " على حد تعبير سوسير، يتذرّع السيميائي بالإجراءات (متتالية منظمة من العمليات) القادر في رأيه على تنظيمها أنموذجا (إلى فئات) ، و نظميا (إلى ملفوظات). يعمل تفصل المعنى المعروض على هذا النحو، المستثمر لـ " معطيات التجربة " على تشكيل الدلالة 31.

و بناء على ما سبق نرى أنّ النسق الأيقوني مركّب معقّد من الألوان و الأشكال و الإضاءة و زاوية الرؤية و يعتمد على حاسة البصر لاستقطابه و إدراكه من قبل المشاهد و هذا ما جعل لديه القدرة على الإقناع و الإبلاغ لما يثيره من انفعالات إلى جانب النسق اللساني الذي يشرحه ويحدّد الدلالة المقصودة نظرا لخضوعه للتأويلات و التصورات العديدة فهو حقل خصب للتحليل ، فكثيرا ما تبقى كلية الصورة في ذهن المتلقي دون الانتباه إلى العبارة الخطية اللسانية . إلا أنّ أهمية النسق اللساني تبقى رغم ذلك قاصرة أمام بلاغة الصورة و أولوياتها المتفاعلة و المؤثرة فهي ذات التأثير في نفس المتلقي ، كما

تستوقف المشاهد لتثير فيه الرغبة والاستجابة ، و بلغة التجربة البافلووية (نسبة إلى بافلوف) أمام لعب يسيل لمجرد سماع صوت الناقوس ، إلا أنهما يقيان متكاملين في إيصال مضمون الخطاب الإشهاري .

تحليل ومضة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015:

يتم سنويا اختيار "عاصمة للثقافة العربية" ووقع الاختيار عام (2015) على مدينة قسنطينة الجزائرية هذه العاصمة التي ترمزت عن التاريخ بحروبها الطويلة وعن الجغرافيا بموقعها الاستثنائي .. ستحدثك قصور البايات الأتراك عن المعمار العثماني .. وتحدثك موسيقى "المالوف" عن الأندلس .. وتحدثك روائع مالك حداد عن الأدب في زمن الفرنسيين .. وستجد نفسك أمام مزيج ثقافي صنعته الأمازيغ والرومان والعرب واليهود والأتراك والأوروبيون .. وتلون روحه بالإسلام الذي حوّل قسنطينة إلى مركز إشعاع ديني ومنحها اليوم لقب المدينة المحفوظة بامتياز بين كل مدن الجزائر. 32 التي انطلقت فيها الاحتفالات بهذه المناسبة في 16 أبريل من نفس السنة. و عرضت لهذه التظاهرة ومضة إشهارية فنية ، تستقطب تفاعل العرب عموما و الجزائريين خصوصا مع هذا المشهد الثقافي الكبير ، سنحاول في الأسطر اللاحقة تحليل هذا الخطاب الإشهاري.

1 - النسق:

نلاحظ في هذه الومضة هيمنة الصورة البصرية و السّمعية - الأغنية الشعبية المصاحبة لحركة الصورة - ، استخدمت الصورة طاقات تعبيرية مستمدة من واقع المدينة (مظاهر العادات و التقاليد ، الأماكن المهمة من حيث التراث و السياحة ، صور لفئات مختلفة من الناس ، منظر المدينة مع السماء الزرقاء و السّحب المتحركة) ، تدل على مدى نجاح الوصلة في التأثير على المتلقي و استقطابه للتفاعل مع هذه التظاهرة الثقافية ، لا قوة اللفظ و الشّرح لأنّه تقريبا غير موجود ، ما عدا الصّيغة اللّسانية المكتوبة في بداية و نهاية الومضة ، لتوضح هدف الإشهار.

1-1- النسق الأيقوني : (الصورة عامة ، اللون ، الإضاءة)

تركّب هذا الخطاب الإشهاري من ثلاثة ثلاثين مقطعا ، عبارة عن مشاهد قصيرة زمنيا تشبه الصور ، و زمن الومضة كاملة ، كان دقيقة و اثنين و عشرين ثانية ، و هي متسلسلة:

- باب يكون مغلقا ، مكتوب عليه بالأبيض عبارة 'عالم في مدينة' ، ثم يفتح على نافورة من الماء وسط ساحة مسجد ، - مشهد علوي للمدينة مع سماء زرقاء تتحرك فيها السّحب بسرعة . - قطعة من القطيفة مطرّزة باللّون الذهبي و هو ما يسمى عند أهل المدينة بخيط الفتلة ، ويصنع به أشهر و أغلى لباس تقليدي في المدينة و يسمى القفطان أو الفرغاني . - مشهد لرجل و هو يقوم بصنع أواني من النحاس و هي من الصناعات التقليدية للمنطقة التي لا تزال تحافظ عليها إلى اليوم كإرث تقليدي و تاريخي من ماضيها . - مشهد لرجل يكوي الملابس و يطل من نافذة تعكس حالة من النقص المادي . - مشهد لرجل حربي كبير في السن يلبس نظارات ، يدق على آنية وسط محل نوعا ما مظلم بإضاءة خافتة . - مشهد لخضار يزن الخضار وسط سوق شعبية و يلبس قبعة تقي من الشمس على رأسه . - مشهد مقرب من الحلويات التقليدية التي تباع في الأسواق و المحلات الشعبية . - مشهد رجل كبير في السن يلبس بردة أو ما يعرف بالقشايّة في الجزائر وهي لباس تقليدي من الوبر لا يزال يلبس إلى اليوم في فصل الشتاء . - رجل كبير في السن يجلس أمام محل لصناعة النجارة ، يبدو عليه أنّه نجار . - مشهد مقرب من قبة و هلال المسجد الكبير للمدينة . - مشهد للشيخ يقرأ القرآن في المسجد . - مشهد لأعالي المدينة ملتقطة من بين أقواس قلعة . - صورة شيخ يتسم . - صورة لتمثال أسد مع السماء الزرقاء يبدو أنّ الصورة التقطت من الأسفل . - شاب يقف مبتسما و خلفه صينية كبيرة من النحاس ، و يظهر أنّه حربي . - صورة فوقية لسطح مسجد صغير وسط حي شعبي . - طفل صغير أشقر يتسم ، تظهر عليه البساطة . - صورة لعائلة تظهر عليها السعادة و تبسم امرأة و

رجل بينهما طفلة صغيرة. - صورة علوية للمدينة التقطت من على جسر. - صورة امرأة عجوز طاعنة في السن تلبس اللباس التقليدي الذي تخرج به المرأة باللون الأسود ، و يجلس بجانبها رجل كبير في السن أيضا و هو يبتسم. - صورة عالية لجسر معلق التقطت من وراء شبك حديدي. - مشهد لباب عتيق مع تقرب الصورة من قبضته التي على شكل يد صغيرة. - صورة لامرأة تمشي مع طفل صغير بحج قديم من الأحياء الشعبية العتيقة. - رجل كبير في السن يجلس أمام محل أثاث قديم يقرأ الجريدة. - رجل يطل من نافذة عالية و هو يبتسم. - صورة لتمثال رجل مع السماء و الحمام يطير يبدو أن الصورة التقطت من الأسفل. - أطفال صغار يلعبون بحج شعبي. - رجل كبير في السن يجلس أمام مكيكة خياطة قديمة و هو يخطط و يبتسم. - رجل يضحك فرحا ، أثناء صنعه سلّة. - تقرب الصورة من المرأة العجوز لكن تبتسم هذه المرة. ابتسامة عريضة - مميز لوغو التظاهرة.

المدونة:





نلاحظ أنّ الصّور التي اختارها الباحث في هذه الومضة ، هي أيقونات بصرية، نابعة من النظم العلاماتي للمدينة ، فقد استخدم صورا شعبية و تقليدية تخص المنطقة ، من اللباس إلى الأكل و الصناعات و الحرف التقليدية ، و حتى الشخصيات كانوا أشخاصا عاديين من عمق المجتمع القسنطيني بملابس عادية و غير مبالغ فيها .

اللّون : ترجع أهمية اللّون في الرسالة البصرية إلى أنّه يساهم مساهمة فعالة في تبليغ الرسالة في كل خطواتها من حيث الإدراك و جذب الانتباه و خلق جو وجداني و انفعال ملائم عند المستقبل **33** ، لم يبرز لونا بعينه في هذا الخطاب الإشهاري ، و إنّما اعتمد الألوان الطبيعية للأشياء و المناظر و الشخصيات فكان كالفيلم القصير، يروي حكاية مدينة من خلال وجوه الشخصيات ، و الأيقونات الشعبية التي عرضها ، مع المنظر العام للمدينة و الملتقط من عدّة زوايا للرؤيا .و هذا ما يجعل المشاهد أمام إغراء عبث وجمال هذه المدينة التاريخية في حدّ ذاتها.

الإضاءة: يبدأ هذا الإشهار بالظلمة - السواد - ثم يفتح الباب على نور النهار و رققة ماء النافورة ، و هذا ما يعطي إحساسا بتدفق الحياة في نفس المشاهد و ينتهي بالظلمة أيضا ليكتب في الأخير شعار و مميز التظاهرة ، و بين البداية و النهاية كانت الإضاءة قوية و واضحة، لتشدّ المتلقي لتركيز فيما يعرض أمامه من صور تعكس شيئا من واقع هذه المدينة.

1-2- النسق اللساني:

في بداية الإشهار كتبت عبارة " عالم في مدينة " شعار الإشهار التي تحركت إلى اليمين مع فتح الباب المغلق ، و كتبت أيضا في نهاية الإشهار باللّون الأبيض، كما كتب بحجم صغير www.qasantin2015.org باللّون الأبيض و هو الموقع الرسمي للتظاهرة .

" عالم في مدينة " جملة اسمية قصيرة خبرها من جار و مجرور ، تظهر أنّها بسيطة، إلّا أنّها ذات معنى دلالي عميق ، جعلت مدينة قسنطينية تحتصر العالم فيها ، فتوحي إلى الحضارات التي قامت فيها بالحقب الزمنية القديمة من الرومان و الأمازيغ فقد كانت عاصمة نوميديا اسمها سيرتا ، إلى أن جاء الإمبراطور قسطنطين الذي منحها اسمه فأصبحت تسمى قسنطينة، و يتميزّ هذا الاسم بصعوبة النطق على البعض .

و تحتها باللّغة الأجنبية A world in a city ، و هي ترجمة لشعار الإشهار باللّغة الإنجليزية و اختيرت هذه اللغة باعتبارها تحتل المرتبة الأولى عالميا ، أي يراد من خلالها إيصال رسالة الخطاب الإشهاري إلى كل العالم ، على يساره المميز (لوقو) إطار بشكل مستطيل لونه أبيض كتب داخله (ق) كبيرة ، وهي الحرف الأول من اسم هذه المدينة ، و تحتها بحجم صغير مكتوب قسنطينة و بحجم أصغر كتبت عاصمة الثقافة العربية 2015 .

بالإضافة إلى النسق اللساني المكتوب ، صاحب الصّور المتحركة موسيقى و أغنية شعبية ، تعرف من الفلكلور الشعبي ، و هذا مقطع منها :

أنا جيتك باش نزور *** يا أنا يا قسنطينة

داويني جاوي و بخور *** سيدي محمد يشفع فينا

إلاّ أنّه يتوسطها مقطع صوتي باللغة العربية الفصحى " مسافر أنا في سماء روجي " ، تحمل الأغنية الشعبية عدّة دلائل ضمنية ، فهي تتحدّث بلسان السائح الذي سيزور قسنطينة و يرجو منها ، أن تعالجه أنواع البخور و هو إيجاء آخر للرائحة الطيبة التي تستقبل بها هذه المدينة العتيقة زوّارها ، و عبارة " سيدي محمد يشفع فينا " علامة تدل على أنّ هذه المدينة تعتنق الإسلام ديناً لها ، و ذلك تماشياً مع صورة قبة المسجد و الهلال . و المقطع المؤدى باللغة العربية ، هو دليل صوتي لساني يربط الدول العربية المشاركة في التظاهرات الثقافية خلال السنة كاملة بهذا الوطن و بهذه المدينة خاصة، أي أنّها رسالة ضمنية بأن قسنطينة مدينة عربية و جزء من العروبة - مسافر أنا في سماء روجي - يعني أنّ هذا الزائر سيجد روحه التي يبحث عنها في هذه المدينة و هي صورة بلاغية قويّة ، تعمل على تأثير سحر المدينة على المتلقي و إقناعه بإيجابية التفاعل مع هذا الحدث الثقافي العربي.

2- البنية الدلالية :

دلالة الشخصيات: مرّت بالومضة الإشهارية الكثير من الشخصيات التي يظهر من خلال ملامحها و ملابسها البساطة و توسط المستوى المعيشي ، إلاّ أنّ أكثرها من كبار السنّ ، الذين يظهرون أنّهم منشغلون بحرفة تقليدية ما (الخياطة ، كي الملابس ، بيع المكسرات ، صناعة الأواني النحاسية) و هذا دليل على أنّ المدينة تزخر بمختلف المظاهر الشعبية و لا تزال تحافظ على إرثها التقليدي ، و لكن كبر سن الشخصيات دليل آخر على أنّها آيلة للزوال ، و الابتسامة التي تظهر على وجوههم جميعاً صغاراً و كباراً ، هي دليل آخر على أنّ المدينة ترحب و سعيدة بقدوم ضيوفها ، الذين سيشاركون أو يتفاعلون مع هذه التظاهرة .

دلالة المكان: استعملت كل المدينة بصورة عامة من خلال المشهد الذي يجمع بين المنظر العلوي لها و السماء الزرقاء ، ثم عرضت صوراً للجسور المعلقة ، وهي أبرز ما يميز هذه المدينة ، حيث أنّها تسمى مدينة الجسور المعلقة . بالإضافة إلى صور التماثيل ، فقسطنطينة تزخر بكم كبير من التماثيل الرخامية و البرونزية و المنحوتات الفنية في ساحاتها و بين أروقة متحف سيرتا .

3- الانسجام و الترابط بين الأنساق :

إنّ استعمال الصّورة الشعبية للمدينة للترويج للظاهرة الثقافية يستقطب خطاباً ثقافياً ، تمثل في مكوناته اللغوية و الأيقونية ضمن نسقين دلائل أساسيين ، النسق اللساني و النسق الأيقوني البصري ، أمّا النسق اللساني فتكمن أهميته بالنسبة للنسق الأيقوني من حيث كونه يوجه القارئ نحو قراءة محدّدة و يربط بين مختلف مقاطع النسق الأيقوني لاسيما عندما يتعلق الأمر بصورة ثابتة . استخدموا في الإشهار أهم رموز المدينة التاريخية و التقليدية و مشاهد لفئات مختلفة من المجتمع بصور متنوعة بين الطابع الحضاري و الطابع التقليدي ، و ما زاد من قوّة تأثيرها الموسيقى الفلكلورية الشعبية للمنطقة و كلمات الأغنية ، التي تعبّر عن ما يختلج وجدان الزائر لهذه المدينة الجميلة . فتعمل على تحفيز المتلقي لعدم تضييع الوقت و زيارتها في أقرب فرصة ، و كأنّها تجذب السياح بلامبالاة من خلال صور البساطة و عقب التاريخ في أحيائها الضيقة القديمة، فترى أنّ علاقة

النسق الأيقوني و النسق اللساني (المسموع و المكتوب) هي علاقة ترابط و انسجام ، وعليه فإن دلالة الموسيقى و كلمات الأغنية مرتبط بالمعنى المصاحب لها في الصّور. و هذا ما قوّى البعد الجمالي لهذه المدينة المتفائلة و التي تعجّ بالحياة . و كنتيجة لهذا التحليل المبسّط لومضة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015، نرى أنّ الإشهاري قد أحسن توظيف الدلائل السيميائية المتعلقة بالصّورة (المناظر، الأشخاص، التماثيل، اللباس، الأكل) وشعار " عالم في مدينة " و الموسيقى و كلمات الأغنية المناسبة لمضمون الرسالة البصرية. وهذا يعدّ نوع من الإقناع التأثيري النابع من حس في مبدع فيلامس الوجدان ، ليحقق غاية الإقناع لدى المتلقي.

و حوصلة لما سبق نقول أنّ الخطاب الإشهاري ، تركيب لنسقين - الأيقوني و اللساني - بينهما علاقة تكامل لأداء الوظيفة الدلالية و تحقيق الغاية المسطرة مسبقا من قبل الإشهاري ، بصورة فنية جمالية إبداعية تقوم على الجذب أولا والتأثير ثانيا و الإقناع آخرا . و كلّ ذلك يخضع للأبعاد الثقافية و الإيديولوجية و التجارية .

التّهميش:

- 1- دانيال تشاندلر: أسس السيميائية ، تر: طلال وهبة ، المنظمة العربية للترجمة ، ط1 ، بيروت لبنان ، 2008م ، ص : 43.
- 2 - قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة ، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم ، دار الغرب للنشر و التوزيع، الجزائر، ط2005، 1.
- 3 - نعيمة سعدية ، تحليل الخطاب و الإجراء العربي ، مجلة الأثر ، عدد خاص: أشغال الملتقى الدولي الثالث في تحليل الخطاب ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، ص: 77.
- 4 - سمير إبراهيم العزاوي، التفكير السيميائي و تطوير مناهج البحث الإبلاغي المعاصر، كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2015، ص: 370.
- 5 رولان بارت ، درس السيميولوجيا، تر : عبد السلام بنعبد العالي ، ط3 دار توبقال للنشر الدار البيضاء ، المغرب، 1993، ص 48، 49.
- 6 - سليم بركان ، النسق الإيديولوجي و بنية الخطاب الروائي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم اللغة العربية، جامعة الجزائر، 2004، ص: 10.
- 7 - مجموعة من المؤلفين : السيميائية ، الأصول، القواعد ، التاريخ ، تر: رشيد بن مالك ، ، دار مجد لاوي للنشر و التوزيع ، ط1، عمان الأردن 2008، ص: 107.
- 8 - بشير إبرير ، التحليل السيميائي للخطاب الإشهاري، دراسة في تفاعل أنظمة العلامات و بلاغة الإقناع ، مجلة الرافد لدائرة الثقافة و الإعلام
- 9 - فريدة مزيان، الحجاج في الخطاب الإشهاري، راسلة ماجستير ، قسم علوم اللسان، جامعة الجزائر، 2013/2012، ص: 22.
- 10 - سعيد بنكراد، الصّورة الاشهارية آليات الإقناع و الدلالة ، ص: 39.
- 11 - يامن عيسى خضور ، الخطاب الإشهاري دراسة سيميائية معمقة ، dr - cheikha.blogspot.com .
- كرامة مسعودة ، عليّة سناء : النسق والوظيفة الجمالية في الخطاب الاشهاري : ومضة تلمسان عاصمة الاسلاميه انموذجا ، مذكرة ماستر ، قسم اللغة العربية ، جامعة الجلفة ، دفعة 2015/2014 ، استقدت من هذه المذكرة اطار¹² الخطوات المنهجية في المقال

- 13 - رضوان بلخيري، سيمولوجيا الخطاب المرئي من النظري إلى التطبيقي ، جسور للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2016، ص:81.
- 14 - يوري لوتمان، سيموطيقا السينما ، تر نصر أبوزيد ،أنظمة العلامات ، مدخل إلى السيميوطيقا، منشورات عيون، ج2،المغرب، ص:107.
- 15 - شاطو جميلة ، النزعة الأيقونية و تطبيقاتها في السيميائيات المعاصرة ، رسالة ماجستير ، جامعة وهران ، 2012-2013 ، ص: 67
- 16 - مجموعة من المؤلفين : السيمائية ، الأصول،القواعد ، التاريخ ، تر: رشيد بن مالك ، ، دار مجد لاوي للنشر و التوزيع ، ط1، عمان الأردن2008، ص: 106.
- 17 - أمبرتو إيكو ، سيمائيات الأنساق البصرية تر محمد التهامي العماري و محمد أودادا، ط1 2008 ،دار الحوار ، سوريا ، ص:11
- 18 - قدور عبد الله الثاني ، سيميائية الصورة ، ص : 35
- 19 - عزي عبد الرحمان ، الإعلام و البعد الثقافي ، المجلة الجزائرية للاتصال ع 13 ، (جوان 96) ، ص: 96.
- 20 - ينظر تقديم كتاب الإشهار و الصورة ترجمة الباحث المغربي سعيد بنكراد موقع www.saidbengrad.net .
- 21 - المرجع نفسه.
- 22 - يامن عيسى خضور ، الخطاب الإشهاري دراسة سيميائية معمقة ، dr-cheikha.blogspot.com.
- 23 - مجموعة من المؤلفين : السيمائية ، الأصول،القواعد ، التاريخ ، تر: رشيد بن مالك ، ، دار مجد لاوي للنشر و التوزيع ، ط1، عمان الأردن2008، ص: 106.
- 24 - رضوان بلخيري، سيمولوجيا الخطاب المرئي من النظري إلى التطبيقي ، جسور للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2016، ص:152.
- 25 - Roland Barthes, Rhétorique de l'image in: communications 4,1964 , Recherches sémiologiques.pp:40-51
- 26 - يوري لوتمان، سيموطيقا السينما ، تر نصر أبوزيد ،أنظمة العلامات ، مدخل إلى السيميوطيقا، منشورات عيون، ج2،المغرب، ص:107،108.
- 27 - www.saidbengrad.net
- 28 - رضوان بلخيري، سيمولوجيا الخطاب المرئي من النظري إلى التطبيقي ، جسور للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2016، ص:26.
- 29 - ينظر تقديم كتاب الإشهار و الصورة ترجمة الباحث المغربي سعيد بنكراد موقع www.saidbengrad.net .
- 30 - المرجع نفسه ص 147
- 31 - مجموعة من المؤلفين : السيمائية ، الأصول،القواعد ، التاريخ ، تر: رشيد بن مالك ، ، دار مجد لاوي للنشر و التوزيع ، ط1، عمان الأردن2008، ص: 283.
- 32 - ينظر مقال: لمن لا يعرف قسنطينة..عاصمة الثقافة العربية www.skynewsarabia.com
- 33 - ساعد ساعد، عبدة صبطي، الصورة الصحفية دراسة سيميولوجية، دار الهدى ، عين مليلة ، الجزائر ، 2011، ص: 50.
1. أمبرتو إيكو ، سيمائيات الأنساق البصرية تر محمد التهامي العماري و محمد أودادا، ط1 2008 ،دار الحوار ، سوريا.
2. بشير إيرير ، التحليل السيميائي للخطاب الإشهاري، دراسة في تفاعل أنظمة العلامات و بلاغة الإقناع ، مجلة الرافد لدائرة الثقافة و الإعلام.

3. دانيال تشاندلر: أسس السيميائية ، تر: طلال وهبة ، المنظمة العربية للترجمة ، ط1 ، بيروت لبنان ، 2008 م.
4. رضوان بلخير، سيميولوجيا الخطاب المرئي من النظري إلى التطبيقي ، جسر للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2016.
5. رولان بارث ، درس السيميولوجيا، تر : عبد السلام بنعيد العالي ، ط3 دار توبقال للنشر الدار البيضاء ، المغرب، 1993.
6. ساعد ساعد، عبدة صبطي، الصورة الصحفية دراسة سيميولوجية، دار الهدى ، عين مليلة ، الجزائر ، 2011.
7. سعيد بنكراد، الصورة الاشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي ، المغرب ، ط1، 2009.
8. سليم بركان ، النسق الإيديولوجي و بنية الخطاب الروائي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، قسم اللغة العربية، جامعة الجزائر ، 2004 .
9. سمير إبراهيم العزّوي، التفكير السيميائي و تطوير مناهج البحث الإيلاغي المعاصر، كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2015 .
10. شاطو جميلة ، النزعة الأيقونية و تطبيقاتها في السيميائيات المعاصرة ، رسالة ماجستير ، جامعة وهران ، 2012 - 2013.
11. عزي عبد الرحمان ، الإعلام و البعد الثقافي ، المجلة الجزائرية للاتصال ع 13 ، (جوان 96).
12. فريدة مزيان، الحجاج في الخطاب الإشهاري، رسالة ماجستير ، قسم علوم اللسان، جامعة الجزائر ، 2013/2012.
13. عكرطة مسعودة ، عليّة سناء : النسق والوظيفة الجمالية في الخطاب الإشهاري : ومضة تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية نموذجاً مذكرة ماستر ، دفعة قسم اللغة العربية وآدابها جامعة الجلفة 2014 / 2015
14. قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة ، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم ، دار الغرب للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2005
15. مجموعة من المؤلفين : السيميائية ، الأصول، القواعد ، التاريخ ، تر: رشيد بن مالك ، ، دار مجد لاوي للنشر و التوزيع ، ط1، عمان الأردن 2008.
16. نعيمة سعدية ، تحليل الخطاب و الإجراء العربي ، مجلة الأثر ، عدد خاص: أشغال الملتقى الدولي الثالث في تحليل الخطاب ، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة.
17. يوري لوتمان، سيميوطيقا السينما ، تر نصر أبوزيد ، أنظمة العلامات ، مدخل إلى السيميوطيقا، منشورات عيون، ج2، المغرب.
18. يامن عيسى خضور، الخطاب الإشهاري دراسة سيميائية معمقة dr cheikha.blogspot.com
19. ينظر تقديم كتاب الإشهار و الصورة ترجمة الباحث المغربي سعيد بنكراد موقع : www.saidbengrad.net .
- 16 Roland Barthes, Rhétorique de l'image in: communications 4, 1964, Recherches sémiologiques
21. مقال: لمن لا يعرف قسنطينة.. عاصمة الثقافة العربية www.skynewsarabia.com