

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية
دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina
د. سطوطاح سميرة
جامعة: باجي مختار عنابة

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان مكانة ودور الجانب البلاغي في تكوين المعنى والدلالة في الصورة الإشهارية، وكذا أهمية هذا الجانب في إعطائها معانٍ إقناعية وإيحائية وجمالية، تستقي منها الإستراتيجية الإشهارية مجمل عناصرها في البناء وفي توجيه سلوكات المستهلك. تطبيقاً لما سبق قامت الباحثة بتحليل صورة إشهارية لحليب BLédnia مبيّنة أهمية هذه العناصر في إبداع الصورة الإشهارية.

The translation:

This study is aimed to identify the position and the role of the rhetorical side in the composition of the meaning of the image in publicity, as well as the importance of this aspect in giving convincing, leading and aesthetic meanings, from which derived the overall publicity strategy elements in construction and in routing the consumer's behaviors. In application of the above, the researcher has analyzed milk publicity picture of Bledina and outlined the importance of these elements in the creativity of the publicity picture.

المقدمة:

تسعى الرسالة الإشهارية دائما إلى تأثيث عالم إنساني يتوسطه أو يزيينه كيان متميز، ولهذا السبب فإن الرسالة الإشهارية تسعى أيضا من خلال طرائقها في بناء دلالاتها ومن خلال موضوعاتها وكائناتها وأبعادها التشكيلية إلى تأسيس هوية تستوعب الشيء المدرج للتداول وتتوب عنه، وهو ما يجعل من الإشهار (publicité) إنتاج وصناعة وتداول للمعنى، فهو بؤرة للقيم والرؤى والدلالات المختلفة. فمادام كل استعمال يتحول إلى دلالة (حسب بارث) تغطي على الوظيفة وتلغيها، فإن المنتج لا يحيل على وظيفة بل يحيل على قيمة، أي على أسلوب في الحياة ورؤية للعالم من خلال نماذج وموديلات للحياة. "فمن المؤكد أننا لا نشترى أحذية بل نشترى أقداما جميلة"، و "لا نشترى معجون أسنان بل نشترى ضحكة جميلة"، " ولا نشترى سيارة بل نشترى وضعا اجتماعيا" (1).

إذ أصبح من المستحيل حاليا تفرقة الخصائص التقنية للسلعة عن الخصائص الدالة فيها، ذلك أنه في ظل المنافسة الشديدة فإن المعن يتعامل مع المادة (objet) في خط ذو اتجاهين: "شيء ولكنه لانسان ما" " chose mais " pour quelqu'un" (2)، فالمادة حسب جون بودرييار Jean Baudrillard لا تستمد مفهومها من الوظيفة التي تحققها فقط وإنما تستمد من خلال كونها نظاما متنسقا من الدلالات فمن خلال هذه الدلالات فقط يمكن تكوين مفهوم الاستهلاك. فالسيارة التي أنتجها الإنسان تعرف بأنها وسيلة للنقل لكن التعامل معها على مستوى الدلالة يكون قائما على أساس توفير الراحة والتباهي، وهذه الدلالة هي التي تصبح الرمز الموجه للمستهلك وعلى هذا الأساس يجب أن تفهم كل المواد، فالعلاقة بيننا وبين أي مادة هي علاقة: مادة/ دليل objet/ signe (3) فالإشهار على حد تعبير Claude Cossette يولد قيما ورموزا و وقائعا تحمل معان، كما يضيف قائلا: " إن الصورة الإشهارية هي اشد الصور ملائمة

(1) - سعيد بن كراد: "الصورة الإشهارية المرجعية والجمالية والمدلول الأيديولوجي"، مجلة الفكر العربي المعاصر، بيروت، عدد 112-113، 2000، ص 102.

(2) - Breton Philipem sege proulx: "l'explosion de la communication: la naissance d'une nouvelle ideologie", la decouvert Boreal, Paris, 1993, P: 120.

(3) - Jean Baudrillard: "la société de consommation, mtythes et ses structures, edition Gallimard, Paris, 1970, P:13.

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د. سطوح سميرة

للمقاربة البلاغية (السمنطقية) خاصة أن الدلالة في الصورة الإشهارية مقصودة حسب رولان بارث الذي يرى بعدم وجود صورة بريئة.⁽¹⁾

ويقتضي التحليل البلاغي للصورة الإشهارية أن تستكشف جميع الآليات البلاغية التي تحرك وتتمى الوظيفة الإقناعية للصورة الإشهارية كالتشبيه والاستعارة والمجاز والكناية. وتكمن أهمية المقاربة البلاغية للصورة الإشهارية في الكشف عن أسس الخطاب الإقناعي الذي تمارسه الصورة على متلقيها، فكلما حدث تطابق بين الأسس الإيقونية لمبدع الصورة من جهة والمتلقي من جهة ثانية، كلما كانت الصورة الإشهارية ناجحة وأكثر فعالية.

حيث أدت أهمية هذه المقاربة بمجموعة من السيميولوجيين إلى إدراج التحليل البلاغي ضمن تحليل سيميولوجي عام للصورة، ففي إطار ممارسة الوظيفة الأساسية للسيميولوجيا وهي التحديد والاكتشاف لقواعد اشتغال المعنى في خطاب ما، لا يستطيع الباحث السيميولوجي أن يتجاهل الدور الذي يمكن أن يسهم به التحليل البلاغي في اغناء هذه الوظيفة المركزية للسيميولوجيا. ويعد مقال رولان بارث "بلاغة الصورة الإشهارية" نموذجا لهذا النوع من الدراسات.

لذلك تهدف دراستنا إلى استنباط دلالات ومعاني عناصر الصورة الإشهارية من خلال التعرض ل:

1* الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية (سيمطقا الصورة الإشهارية).

2* التمثيل الرمزي والإيقوني في الصورة الإشهارية.

3* تطبيقا لما جاء في العنصرين السابقين قامت الباحثة بتحليل صورة إشهارية لحليب blédina مبينة أهمية العناصر السابقة في ابداع الصورة الإشهارية وإعطائها معان إقناعية إيحائية وجمالية تستقي منها الإستراتيجية الإشهارية مجمل عناصرها في البناء وفي توجيه سلوكات المستهلك على اعتبار أن الغاية النهائية من أي فعل إشهاري هي الوصول إلى فعل الشراء.

1. تعددية المعنى في الصورة الإشهارية:

يعتبر بعض الباحثين الصورة الإشهارية نسقا منطقيًا من بينهم "أمبرتو إيكو Umberto Eco"، الذي يعرفها بأنها نسقا منطقيًا لأنها ترميزية بلاغية في مستواها الإدراكي، إذ تسمح برؤية بسيكولوجية نفسية للصورة في مستواها

(1) - Claude cossette: "le Brouillage culturel se trouve des voix au quebec", le devoir 18 février 1999, la navigation à travers le réseau internet.

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د.
سطوطاح سميرة

الإيقوني، إذ أن الترميز والبلاغة في هذا المستوى هو البعد الإيحائي للأوضاع الإدراكية الفنية والنفسية والاجتماعية والثقافية" (1).

كما تعتبر الصورة الإشهارية جوهر الاتصال وبصفة خاصة الاتصال التجاري التسويقي، فالصورة الإشهارية بهذا المعنى هي مجموع الرموز التي تصور أفكارا ومعانیا عينة قصد إقناع الجمهور المستهلك باقتناء المنتج موضوع الإشهار" (2).

وتسند للصورة الإشهارية باعتبارها نسقا اتصاليا الوظائف التالية: (3)

- التعبير عن الأفكار الإشهارية بسرعة وكفاءة.
- اجتذاب انتباه جمهور معين إلى الرسالة الإشهارية.
- إثارة اهتمام المشاهد بما يحويه الإشهار من رسائل إشهارية.
- إضفاء درجة من الواقعية على الإشهار.

يدعم هذا الطرح جورج بنينو "Georges Peninou" إذ يرى أن ليس هناك أحسن من الصورة الإشهارية لأداء الوظيفة التجارية التسويقية، فمن خلالها يعرف المنتجون بأنفسهم ويعملون من خلالها على ترغيب المستهلك فيهم وحثهم على شراء منتجاتهم، إن الصورة الإشهارية تعمل على التأثير المرئي (Impact Visuel) وعلى تعبئة الرغبة والحث على السلوك والفعل" (4).

وللصورة عدة معانٍ دلالية وهي:

1. وحدوية المعنى Monsemie.
2. تعددية المعنى Polysémie.
3. إعفاء المعنى Asémie.

إن النوع الأكثر شيوعا في دلالة الصورة الإشهارية هي تعددية المعنى، إذ يقول "بارث": إذا كانت الصورة تحتوي على العديد من الدلائل فنحن متأكدون

(1) - Umberto Eco : « Sémiologie des messages Visuels », Communication, N° 15, 1970, P 19.

(2) - علي السلمي: "الإعلان"، دار المعارف، القاهرة، 1971، ص 160.

(3) - نفس المرجع، ص 161.

(4) - George Peninou : « physique et métaphysique de l'image publicitaire », in communication N° 15, 1970, p53.

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د.
سطوطاح سميرة

أن هذه الدلائل كثيرة جدا في الإشهار، وأن هذه الصورة تكون مشكلة ومنبهة على أساس يمكن من القراءة الجيدة له".⁽¹⁾

تمتاز الصورة الإشهارية بتعددية المعان التي لها أهمية كبرى في عملية توصيل الرسالة وإقناع الجمهور بها، إذ يرى إندري مارتيني " Andrés Martinet" في هذا المجال أنه كلما كانت وحدات النسق متعددة فأقت إحداها في المعنى عن الأخرى دون أن تنفي هذه الوحدات قوة الوحدات الأخرى، وكلما كانت الوحدات متعددة كلما زادت في قوة الإعلام والإبلاغ.

2- الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية:

يعد تحليل الخطاب أداة من أدوات البحث التي تدرس أبنية النصوص، وتهتم بأبعادها اللغوية، والاجتماعية، والثقافية من أجل فهم تشكيل المعنى ومن ثم نجده يتلاقى ويتماشى مع اتجاهات أخرى منهجية تهتم كذلك بإنتاج المعنى، فنظرية الاتصال وثيقة الصلة بحقول أخرى كالبنوية والسيموطيقا، إذ ترى أن المعنى محصلة فعل اتصال أركانه "مرسل" و"رسالة" وترميز "Code" لها، و"مستقبل"، و"قناة اتصال" تمر عبرها، و"سياق محيط" وتحمل الرسالة بدورها معنا استدلاليا أو إخباريا أو مستلزما من خلال بنى تركيبية تؤدي وظائف عدة: تعبيرية، توجيهية وإخبارية، نقدية واتصالية، سياقية وشعرية".⁽²⁾

اذ يرى النقد البلاغي – الذي اتخذ الاتصال إطارا له أكثر منه منهجا- في كل خطاب حضورا وتفاعلا بلاغيا تحكمه قوى سياسية وتاريخية واجتماعية تحمل النص برموز ذات مقاصد، قادرة على التأثير في استجابة القارئ وسلوكه وأفكاره وأفعاله، وكذلك على التأثير على البيئة المحيطة. ومن ثم عد النص –إنتاجه ووسائل إقناعه- مهمة الخطاب الذي اتجهت البلاغة لدراسته".⁽³⁾

ولعل أول من أثار مسألة بلاغة الصورة هو رولاند بارث " Roland Barthe" إذ توصل بعد تحليلات معمقة للصور، ومنها الصورة الإشهارية، إلى أن الصورة المادية "image matérielle" شأنها في ذلك شأن الصورة الشعرية

⁽¹⁾ - Roland Barthes : « La rhétorique de l'image », Revue de communication, N° 4, 1964, P 40.

⁽²⁾ - حسنة عبد السميع: "سيموطيقا اللغة وتحليل الخطاب: الإعلان التلفزيوني"، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، القاهرة، 2001، ص 1-2.

⁽³⁾ - حسنة عبد السميع، مرجع سابق، ص 02.

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د. سطوح سميرة

تنطوي على إحياءات متعددة: أدبية ورمزية ووجدانية لا نستطيع تجاهلها وأن نشاطها الدلالي وتفاعل مكوناتها الداخلية هو الذي يخلق المعنى ويبرز قسماته وهو الذي يزيد في ثراء غنى مادة الصورة وقد ذهب بارت في تبيان أهمية التشكيل البلاغي في الصورة الإشهارية إلى حد اعتباره معيارا أساسيا في تحديد ميكانيزمات سير وعمل الصورة. (1) خاصة وأن مادة الصورة لا توجد خارج شكلها وتركيبها إنما تنبع من بناءها ذاته وتتوظف وفقا لنهج داخلي معين". (2)

وعلى هذا الأساس عرف رولان بارت بلاغة الصورة بأنها "العلم الذي يدرس الكيفيات التي تثير الانتباه، وتدفع المتلقي إلى اقتناء سلعة معينة، أي علم توظيف الخيال، وإخراق المنطق" (3) حيث يعترف "بارت" في المستوى الأول أن الصورة لديها خاصية التضمين "La Connotation": وهي القدرة على إثارة دلالة ثانية من دلالة أولى لرمز ممثلي. فالصورة الفوتوغرافية (الدال) التي تسمح بالتعرف على الطماطم، الفلفل (المدلول) تصبح رمزا (دليلا) ممثلا، حيث يواصل ديناميكية الدلالية بأن يصبح دالا لمدلول ثاني (الخضر والفواكه المتوسطة التي تدل في هذه الحالة على إيطاليا) (4) وقد جسد بارت ذلك في مخطظه الشهير التالي:

م. الإدراكي م. المعرفي

م. الإيديولوجي	المدلول	الدال	المستوى التعيني
	المدلول	الدال	المستوى التضكيحي يعبر

التعبير المرئي ع *	المستوى التعيني
ماذا يمثل استخدام مجموع التقنيات السينما توغرافية (الأوضاع المختصة وغير المختصة)	on : Nortin
التعبير الشكلي (3) - Yves Boutron: « Audio visuel et communication », Paris, 1979, P 07.	المستوى التضكيحي
d'Organisation, Paris, 1980, P 184. (4) - Martine Joly, C	ع: تعني علاقة وهي ترجمة لكلمة Relation.
الإيديولوجيا ما يدركه الملاحظ للصورة	442
القراءة/ الفهم الفردي للصورة يتم على هذا المستوى	

المصدر: Marie Claude, Vztraino Soulard : « lire une image : analyse de contenu iconique », Edition Armand Clin, Paris, 1993, P 19.

بهذه الطريقة نظر بارث للقراءة الرمزية للصورة وخاصة الصورة الإشهارية، حيث يرى أن المخطط السابق ينطبق على أي صورة مهما بلغت درجة بساطتها أو تعقيدها.

وإذا كان الفضل يرجع في مسألة إثارة بلاغة الصورة الإشهارية إلى "رولان بارث" فإن الفضل الكبير في صياغة ما يشبه النظرية العامة في التشكيل البلاغي في الصورة الإشهارية يعود إلى الباحث المعاصر "جاك ديران" حيث توصل إلى أن الإشهار يستعمل كل مجموعة الأشكال البلاغية التي كان يظن أنها حكر على اللغة المكتوبة والمنطوقة فقط، وذلك بعد أن قام بمقارنة الخاصيات الدقيقة التي ينطوي عليها التشكيل البلاغي الكلاسيكي بما يقابلها من خاصيات العمل الإشهاري فترتب عن ذلك الجدول التالي:

الإشهار	البلاغة الكلاسيكية
- دراسة السوق. - دراسة الدوافع. - دراسة الطرائق الابتكارية.	المرحلة الأولى: مرحلة الابتكارية Inventis وتتضمن البحث عن الحجج
* إستراتيجية الرسالة: -الطرائق المختلفة لبناء وهيكل الرسالة: أ. العنوان الرئيسي. ب. العناوين الفرعية. ج. الصور أو جسم الرسالة. د. الصياغة التحتية في الرسالة. هـ. الصياغة التحتية في الرسالة أو الشعار (La Base – line, ou slogan).	* المرحلة الثانية: مرحلة الترتيب Dispositio وفيها ينتظم الخطاب وفق المخطط التالي: 1. الإستهلاك أو الفاتحة l'exode. 2. الإشارة إلى أهمية الخطاب. 3. سرد الخطاب. 4. الخلاصة. 5. خاتمة القول.
- تجسيد فكرة الإبداع الإشهاري. - استغلال جماليات التصوير البلاغي لتحديد أوجه فعالياته الرسالة	المرحلة الثالثة: المرحلة البلاغية Elocucio وفيها اختيار واستعمال عدة أشكال بلاغية بغية تحقيق شيء

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د.
سطوطاح سميرة

الإشهارية.	من الإقناع.
------------	-------------

جدير بالذكر أن أسماء المراحل التي تنتظم وفقها البلاغة الكلاسيكية وهي "Elocutio , Dispositio- Inventio" وهي كلها ألفاظ إغريقية حددها أبو الخطابة اليونانية أرسطو واستمر اعتمادها إلى وقتنا الحاضر في الدراسات الحديثة⁽¹⁾.

3 - الأسس البلاغية للصورة الإشهارية:

حدد بارث في مقاله عن بلاغة الصورة الإشهارية، وذلك انطلاقاً من تحليله لصورة إشهارية ثابتة للعجائن الإيطالية، ثلاثة أنواع من الخطابات وهي كالتالي:⁽²⁾

أ- الرسالة التعينية:

تتمثل الرسالة التعينية حسب بارث في الصورة الحرفية "littérale" أي ما يتبقى في الصورة حين تمحي علامات التضمين، إنها الصورة المجردة من كل قراءة دلالية أو جمالية.

كما تعد الصورة الفوتوغرافية نموذجاً للصورة التعينية وذلك نظراً لطبيعتها المطلقة، إنها تشكل حسب بارث رسالة بدون شفرة، وهي التي تستطيع أن تقوم بوظيفة الإبلاغ دون شفرة، وهي التي تستطيع أن تقوم بوظيفة الإبلاغ دون الحاجة إلى علامات أو قواعد مشفرة، وعلى هذا يقيم بارث نوعاً من التعارض بين التصوير والرسم، فالرسم، يعد رسالة مشفرة (message codé) لأن إعادة إنتاج شيء أو موضوع ما عن طريق الرسم لا تبلغ درجة التماثلية ذاتها الفوتوغرافية، أي أن الرسم "لا يعيد إنتاج الكل" بينما الصورة الفوتوغرافية محكمة بمبدأ "التسجيل" وليس التحويل أو النقل.

(1) - Bernard Brochand et Jaques Iendrevie : « Publicité », Edition Dalloz, Paris, 1989, P 357.

(2) - Roland Barthes, OPCit, P 40.

ب- الرسالة التضمينية:

تعرف الرسالة التضمينية بأنها : الرسالة الرمزية "Symbolique" أو الثقافية Culturelle أي الصورة التي يحدث فيها التداخل بين العلامات تناغما دلاليا، وكل علامة في الصورة تحمل من الرموز الثقافية ما يجعلها تختلف من فرد إلى آخر.

تحمل الصورة الإشهارية لمنتوج Spaghetti التي اشتغل عليها بارث دلالة مشتركة بين مجموعة أفراد من بلدان ومجتمعات مختلفة، ذلك أننا نستطيع أن نلاحظ مع بارث علامة اللون الثلاثي (الأحمر، الأخضر والأصفر) التي ترمز إلى إيطاليا وتدل على إيطالية هذا المنتج بكل ما يحمله انتساب طعام ما إلى بلد معين من دلالات ثقافية وأنتروبولوجية، وهكذا يشكل المخزون الثقافي رافدا مهما في استجلاء العلامات الرمزية أو التضمينية في الصورة وهذا ما يفسر أن الصورة الواحدة تحظى بقراءات متعددة ومختلفة باختلاف المعارف التي توظف في عملية القراءة.

وبذلك تصبح الصورة في مستواها التضميني أو الرمزي نسيجا من العلامات التي تنبثق من قراءات متعددة أو معاجم ولغات فردية متغيرة ولكن مستوى التضمين في الصورة لا يأخذ شكله البلاغي إلا حين يضع جميع مدلولاته في خانة مشتركة. إن هذا المجال المشترك للمدلولات هو مجال الإيديولوجيا فهو يسمى "دوال" "Signifiante" التضمين بالعناصر التضمينية ويطلق مفهوم البلاغة على مجموع هذه العناصر وبذلك تظهر البلاغة بمنزلة الوجه الدال للإيديولوجية.

إن ما يساهم في تكوين العلامة الإشهارية الدالة في الخطاب الإشهاري الصورة والصوت واللون والحركة والموسيقى والديكور، وتهدف هذه العلامات السيميائية إلى إعادة صياغة المعنى اللساني المثبت باللفظ، وإضفاء الحياة و الدينامية عليه فيضفي حركة مشهدية نامية، ولعل أهم الوظائف التبليغية التي تحققها الصورة أنها تخرج القيم المجردة من حيز الكمون إلى حيز التجلي فتصبح واقعا ماديا محسوسا في ضوء ما ينتج من مشاهد إشهارية تتخلل أو توازي الخطاب اللساني، وربما حولت الصورة العوالم المجردة والمثالية إلى عوالم ممكنة بالرغم من تشبثها بالسباحة الغرائبية في الهواء، أو الدوران حول الأرض والقفز بين مسافات شاسعة بفضل بدلة رياضية أو حذاء من ماركة عالمية، وربما تحول الضعف الإنساني إلى قوة أسطورية خارقة بفضل تناول مشروب ماء، وهذا وتفيد الصورة المتعلقة بالإشارات والحركة الجسدية في تثبيت العلاقة وتوطيد عراها بين المرسل والمستهلك فتجعله أكثر وثوقا ورغبة فيما

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د. سطوح سميرة

يعرض على ناظره بخاصة إذا دعت بالصوت الشجي والنغمة الموسيقية، واللون المختار بعناية فائقة في تواءمه مع موضوع الإشهار ، وهذا يتطلب معرفة متخصصة بسيمياء الألوان في النسق الحضاري المعين .

لا تتحقق نجاعة القيمة الإقناعية للصورة في الخطاب الإشهاري إلا في ضوء النسق اللغوي فأنظمة الحركة واللباس والموسيقى لا تكتسب صفة البنية الدالة إلا إذا مرت عبر محطة اللغة التي تقطع دوالها وتسمي مدلولاتها⁽¹⁾، وفي هذا السياق يذهب إريك بويسنس (E.Bryssens) إلى أن الصورة نسق دلالي قائم بذاته، لها وظيفة أساسية في التواصل ، وليست حشوية فيه ، بالنسبة إلى العلامة اللسانية الطبيعية، بل إن اللغة في كثير من الأحيان تحتاج إلى مثل هذه النظم السيميولوجية لتحقيق وظيفتها التبليغية فهي وإن كانت دالة دلالة رئيسة إلا أنها لا تستطيع احتكار الدلالة⁽²⁾.

لا تقف البلاغة عند حدود النص اللغوي المكتوب أو المنطوق بل إن الصورة أيضا تتضمن أحداثا بلاغية على عكس ما هو سائد من أن البلاغة حكر على اللغة ، وأن الصورة نسق بدائي قياسا إلى اللغة ، ويرى البعض الآخر أن الدلالة تستنفذ ثراء الصورة الذي لا يمكن وصفه⁽³⁾، ومن ناحية ثانية يمكن النظر إلى العلامة اللغوية في الخطاب الإشهاري من زاوية وظيفية بحتة وذلك في مستوى كفاءتها التفسيرية المحققة للوظيفة المعجمية (الميتالغوية) فهي تحدد دلالة الصورة كي لا يجمخ الخيال الفني بالمتلقي فيبعد عن الأغراض الأساسية للصورة الإشهارية المنجزة في الخطاب .

ج- الرسالة اللغوية:

يتساءل بارث في هذه المرحلة عن وظيفة النص اللغوي الذي يرافق الصورة الإشهارية، ويحدد وظيفتين رئيسيتين للرسالة اللغوية في الصورة الإشهارية: الترسيخ ancrage والمناوبة (Relais).

تقوم وظيفة الترسيخ في تحديد وجهة المعنى الذي تريد الصورة بثه في المتلقي، لأن الصورة نظام وخطاب متعدد المعاني، ويتم اللجوء في الصورة الإشهارية خاصة إلى نص لغوي يرافقها. من أجل تكثيف المعنى المراد تبليغه وتوحيده.

(1) - R.Barthes,presentation de communications. p4.

(2) - Porcher,introduction aune semiologie des images,Didier,1976,p172-173.

(3) - محسن بو عزيزي ، سيميولوجيا الأشكال الاجتماعية عند بارت ، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد112-113 ، سنة 2000 ، ص64.

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د. سطوح سميرة

لا يحيل النص على هوية عناصر الصورة وإنما يوجه عملية التأويل "L'inter pretatin" حتى لا تنزلق المعاني التضمنينية إلى القراءة الفردية أو يصاب المتلقي بالقلق.

أما وظيفة المناوبة فتعد أقل الوظائف حضورا خاصة في الصورة الثابتة، فالصورة والكلام في هذه الوظيفة يوجدان في علاقة تكملية، ونعتمد بكثرة على هذا النوع في الرسوم الهزلية والقصص المصورة.

يمكن تمعين البنية اللسانية للخطاب الإشهاري في الصورة الاشهارية، انطلاقا من نظرية الجهد الأدنى والدلالة القصوى ، مما يؤكد تميزه بما يلي:

1-بساطة الجملة وكثافة الدلالة مثل : برجر كنج ببساطة الطعم ألد (1)

2-تداخل المستويات اللغوية (فصحي/عامية)

3-براعة الانتقال من السرد إلى الوصف أو البرهان أو التفسير ،أو الدمج بين هذه الأغراض.

4-الإغراق في الخيال ،والمغامرة

5-السجع وتكرار العبارات.

6-هيمنة الفعل الطلبي المباشر.

7-غياب القيمة الزمنية الواقعية (الزمن النفسي/الزمن الشعري) .

8-توظيف الضمائر المحيلة على المشاركة الجماعية قصد إشعار المتلقي بالأمان.

9- البعد الإيحائي للغة الخطاب الإشهاري،ذلك أن التقريرية قاصرة عن استمالة المستهلك.

10- أسطورية الخطاب الإشهاري في ضوء عنايته بالدلالة الرمزية للكلمات و السيميائية للصورة والحركة والإيقاع.

11-الطابع التلغرافي الذي يتحقق باستراتيجية الحذف بدليل سياقي أو مقامي، وربما يمكن القول إن هذه البنية الاختزالية منسجمة جدا مع الغرض الإشهاري الأساس والمتمثل في الاقتصاد المعيشي ، إذ عادة ما يحرص المشهر

(1) - إشهار ورد في جريدة الوطن ، عدد383 ، ص5.

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د. سطوح سميرة

على إقناع المشهر له بأهمية السلعة و زهادة سعرها الذي يعنى : الاقتصاد نصف المعيشة من حيث هي قيمة اجتماعية راسخة في حياة الأفراد.(1)

** تحليل إشهار حليب Bledina :

سنحاول في هذا الاشهار إظهار الكيفية التي تستعمل بها الرسالة الإشهارية الدلالة البلاغية في صياغة رسالتها من خلال الجانب اللغوي والصورة.



الوصف العام

يعطينا الوصف

التجارية

Blédina في كل من الجانبين السفلي والعلوي.

يقدم المشهد طفل رضيع عمره حوالي 6 أشهر، ملقى على بطنه يدير ويعض نظارة للكبار، المرفقين موضوعين على كتاب كبير مفتوح أين يمكن قراءة عنوانه بسهولة "نقد العقل البحت" "critique de la raison pure" لكتابه .Kant

قد تم الربط في هذه الصورة بين علامتين على خلفية خضراء واحدة صغيرة في الأعلى يسارا وأخرى كبيرة مربوطة بجانب أسطوري في أسفل الصورة، أين نجد جزء ايقوني غنى ومندمج في الصورة نفسها.

(1) - الأزهر الزناد ، القراءة بين الكلمات ، بحث في تجليات البنية الاجتماعية ، مجلة الحياة الثقافية، ص101. وانظر مصطفى لطفي، اللغة العربية في إطارها الاجتماعي ، معهد الانماء العربي ، سنة 1976.

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د.
سطوطاح سميرة

التحليل اللغوي للرسالة الإشهارية:

تتمثل الدعائم اللغوية لهذه الرسالة في العلامة والأسطورة، كما أن عنوان الكتاب الذي يركز عليه الطفل يدرج ضمن المشهد الطبيعي.

1- العبارة Blédilait 2age :

يوجد هذا الدال أربع مرات (4) في مجمل الرسالة، اللغوية، وهو يعني أن المنتج يأتي من علامة تجارية خاصة بأغذية الطفل اسمها "Blédina" علامة مكتوبة بأحرف كبيرة وفي صياغة جيدة للتوقيع على الإشهار ككل.

2- العبارة ça promet encore plutôt :

ينطوي هذا الدال الموجود في العلامة على فكرة النضج المبكر الذي تحويه "Blédina" (وهو موجود في الأسطورة)، وهناك دال آخر موجود وهو الموعد الأول مع الحياة "Les premiers Rendez-vous de la vie"، والذي يهدف إلى تدعيم فكرة النضج المبكر الذي تقدمه العلامة التجارية "Bledina" والتي تعتبر أيضا رائدة في مجال تغذية الأطفال، وهي مستعدة لإعطاء خبرتها وتوظيفها لصالح الطفل.

ومن جهة أخرى، نجد انه مع العلامة التجارية Bledina نصل إلى أول موعد مع الحياة من خلال: الحيوية، الفضول، الذكاء.....

3- معلومات حول حليب Blédilait والموجود في الأسطورة:

- يحتوي هذا الحليب على 13 فيتاميننا واثنين من الأحماض الدهنية الأساسية.

- يعتبر كطوب يغطي 70% من الاحتياجات اليومية من الحديد.

- حليب جاهز للاستعمال.

- وهو في نفس سعر مسحوق الحليب.

- نظرا لثراء عناصره فمن المثير تجربته ويصبح اختباره أمرا واضحا.

أما فيما يخص تحليل هذه المعلومات فإننا نجد:

أول اثنين من المعلومات هما مرتبطتين بالصحة الغذائية، مركزين على التغذية المحدودة السكر والدهون ولكن غنية بالفيتامينات والأملاح المعدنية، والأحماض الأمينية والأحماض الدهنية الأساسية وبالمقابل فحليب البقرة الذي يعتبر غني بالفيتامينات والمعادن والأحماض الأمينية إلا أن الخبراء يعترفون بانخفاض كل من الحديد والأحماض الدهنية الأساسية في مكوناته.

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د. سطوح سميرة

لذلك تركز المعلومات المقدمة من طرف هذا الإشهار على إظهار وجود حمضين ذهنيين أساسيين، كما أن تغطيته للاحتياجات الأساسية للجسم من حديد ووجود 13 فيتاميناً تعزز فكرة ثراء المنتج، وهذا التحديد يحمل بعداً علمياً يؤخذ على محمل الجد.

أما العنصر الثالث: يغطي الجانب العملي من استعمال هذا الحليب فلا وجود لتخفيف للحليب (تميع) أو وحدة لقياس المسحوق، إذن من خلاله نكسب الوقت، وهي حجة ذائعة الصيت في ثقافتنا اليوم.

- يخص التحديد الأخير سعر هذا الحليب: في مجتمع يعيش أزمة فان أي زيادة في الأسعار غير مقبولة لذلك من الأفضل عند إطلاق منتج جديد الحديث عن التغيير في بعض الخصائص مثل: الكمية، التعبئة وغيرها من العناصر.....

قدمت الرسالة في أسطورة من خلال مستويين:

- **مستوى علمي** لأنها انطلقت من مرجعية مرتبطة بثقافة الغداء (الفيتامينات، الأحماض الدهنية الأساسية، الحديد، الاحتياجات اليومية).

- **مستوى تعليمي** (بيداغوجي): من خلال الرغبة في تسليط الضوء على استعمال المنتج والتي تذكرنا بالطرق المستعملة في الكتب المدرسية فالمعلومات المتعلقة بحليب "Bledina" نظمت من خلال ثلاثة (3) جمل وكل واحدة تقدم فكرة محدودة والتي نستخرج منها العناصر الأساسية للنص باستعمال كتابة عميقة (Gras) وهي:

Nouveau des le 5... جديد لرضيع الخمسة أشهر:

نجد فيها معلومات لغوية مقدمة في الجهة اليمنى للصورة ممثلة من خلال علبة الحليب مضاف إليها زجاجة مليئة بالحليب وهذه المعلومات تحمل عنصرين: من جهة أن هذا المنتج جديد (وهي حجة اشهارية مستعملة للتأثير على الجمهور المستهدف) ومن جهة أخرى يمكن إعطائه للرضيع ابتداء من الشهر الخامس، وهذا العنصر الأخير يعرف مصطلح 2age (والذي يوجد 4 مرات في الرسالة من دون أن يحدد).

ب. الأخضر المستعمل كلون للخلفية:

ينظر إليه على اساس مجال آخر يخص الرسالة اللغوية فهو يمثل العلامة اللونية، كما انه يمثل لون الخلفية المستخدمة، فاللون الأخضر المستعمل يعمل على إعطاء لمحة طبيعية لهذا النوع من الحليب الاصطناعي.

ج- critique de la raison pur نقد العقل البحت (المحض):

الدلالة البلاغية في الصورة الإشهارية دراسة تحليلية لإشهار حليب Blédina.....د.
سطوطاح سميرة

تأخذنا الرسالة اللغوية المقدمة من طرف كتاب الفيلسوف "كانط" إلى
التفكير في الفلسفة والعقل.

**** تحليل الرسائل الإيقونية Analyse des messages iconiques**

أ. رسائل إيقونية موجودة في الأسطورة: Message iconique basé dans

le légende

وضع رسالة حاملة لعلة حليب مضاف إليها رضاعة مليئة بالحليب
وموجودة داخل الأسطورة، والشراكة بين العلة والرضاعة المملوءة تبعث
على التفكير في فكرة الاستعداد للاستعمال وبالتالي ربح الوقت (وإذا تأملنا عن
قرب كمية الحليب في الرضاعة وسعة العلة، يمكن أن نجد أن العلة تسمح لنا
بإعداد رضاعتين).

تعتبر هذه الصورة جزء من الأسطورة وفي نفس الوقت جزء من الصورة
الرئيسية الصورة الفوتوغرافية للطفل) لأنها موجودة أمام الطفل وفي متناول
يديه، لكن هذا على نطاق أصغر من تلك المستخدمة في الصورة الرئيسية وهنا
نتساءل هل تم هذا التصغير بقصد أم لا؟.

تعتبر الصورة الموجودة على العلة والتي تمثل طفلا جميلا يتكأ على أربعة
أطراف في الحشيش: عن فكرة الحيوية والصحة.

عند ربط علاقة بين الصورة الرئيسية وبين هذه الصورة نجد أن هناك
تأثيرا يشبه تأثير المرأة يعكس ويبرر وجود وجهين مزدوجين لحليب Blédina
يشجعان لتأهيل البدني "الفيزيائي" وفي نفس الوقت تأهيل عقلي "العقل السليم
في الجسم السليم" "un esprit sain dans un corps sain".

ب. رسالة إيقونية مركزية Message iconique central:

*** رسالة رمزية Message Symbolique:**

تجمع هذه الصورة العديد من الإشارات فالدال المقدم من طرف الرضيع
البدني (ممتلئ الجسم) ولكن ليس كثيرا، مع عيون ثاقبة (ببريق من الذكاء في
عيون لا تعكس سوى الإشهار). تنظر إليك و هو يعرض (أو يقضم) نظارة
كبار، مختلف الرموز هنا تدل على الصحة الجيدة.

الشكل الجميل، التحلي باليقظة، وحتى مفهوم الذكاء المرتبط بالنظارة.
فالمعارف الضرورية من أجل فهم هذه الرسالة هي مرتبطة بدرجة
أساسية بالثقافة [فالرضيع بإمكانه أن يمثل لرضيع "المثالي" في أحيان كثيرة
بالنسبة للإشهار، ومن جهة أخرى، فقد صور فوتوغرافيا من هذه الزاوية من
خلال نظرة الأولياء].

كما سبق وأن أشرنا فان كتاب "kant" ، يعيدنا إلى مفهوم الذكاء، الفلسفة،
والمنطق.

*** الرسالة الحرفية le message littéral:**

تبرز الرسالة الحرفية لهذه الصورة من خلال: طفل ملقى على بطنه، يدير ويقضم "يعض" نظارة، ذراعيه الأماميتين متكنتين على كتاب مفتوح. قد تم أخذ بعض الإختيارات في هذه الصورة التي نحن مهتمين بها مثل:

- الطفل هو بوجهه، نرى بشكل أساسي رأسه، ذراعيه، وكتفيه. وكمنظر خلفي، نجد وبشكل غامض، نميز حفاظته "إذا ما كانت الحفاضة هي أساس الإشهار، فإن أجزاء أخرى من جسم الرضيع ستظهر".
- الطفل يحمل نظارة "تبدو وبكل تحفظ منزوعة الزجاج، بطريقة يمكن من خلالها للطفل من أن يمسك النظارة بشكل أحسن".
- الطفل ملقى على كتاب فلسفي، فهو ليس مريح ولكن فائدته كانت من أجل إضفاء لمسة فكاهاة في الإشهار.

وظيفة الرسالة اللغوية:

في رأي هناك وظيفتين: وظيفة **ترسيخ** ووظيفة **تقوية** فوظيفة التقوية تظهر هنا بوضوح، فالرسالة اللغوية توجه، التأويل، فمن خلال الصورة "المركزية" يمكن خدمة الإشهار في منتوجات أخرى مثل " les articles d'hygiène". لكن الأسطورة والعلامة بالاشتراك مع علبه الحليب والرضاعة المملوءة كلها عناصر تحد من التأويل الرمزي للرسالة وتساعد على التركيز الحيد حول مجال واحد من إدراك ضمن مجال فكرة واحد وهي: **الحليب والذكاء**.

الوظيفة الثانية: وهي متعلقة "بالترسيخ" وقد عبر عنها أساسا من خلال الرسائل التالي: "ça promet encor plus tôt" ، " les premiers Rendez vous de "livre" بالاشتراك مع عنوان الكتاب الذي يأخذنا للتفكير في النضج المبكر، لأنه لا صورة الرضيع و إيقون -إيقون التقوية- العلبه والرضاعة يقومون بذلك الربط لأنه حسب رأيي: فعنوان الكتاب يدعم بشكل مهم وكبير مدلول الذكاء والتي أضير إليها عن طريق النظارة.

الخلاصة:

نظرا لثراء هذا الإشهار، فمن المؤكد أن هناك العديد من القراءات الأخرى المقترحة خاصة وأن الاختلاف في القراءات هو متعلق بالاختلاف في المجال المعرفي، الثقافي، الجمالي، ... إلا أن الطفل يبقى أحد الرموز التي أصبحت محورا مهما ومحط اهتمام المستهدف ومن المفروض أن تخضع لقوانين والتزامات أخلاقية تحمي الأطفال القصر من الاستغلال.