

## سيميائية الصورة والإشهار

### "دراسة في رواية (الإرائه)" ل: رشيد بوجدره

الدكتور: جمال مباركي و الدكتور: محمد عبد الهادي  
 قسم الآداب واللغة العريية  
 جامعة محمد خيضر - بسكرة

#### مقدمة:

قد أصبحنا لا نستغرب ونحن نعيش في «عصر الصورة»، وعصر صناعة الجمال وتجارته، حين تكتنفنا العلامات الاتصالية غير اللغوية من كل جانب، لتدل على ثقافة عصرنا الذي تزايد فيه الوعي بصورة الجسد وثقافة الصورة، حتى غدت تلك العلامات "تصاحبنا في كل خطوة من خطوات حياتنا اليومية، توجهنا وتقودنا، بدءًا بإشارات المرور التي تحدد إيقاع سيرنا، وانتهاء بالإعلانات في الشوارع ووسائل الإعلام التي تعبر عن أنماط الإنتاج وعن الإيديولوجيات السائدة والمؤثرة في نسيج حياتنا". (1)

وإذا كانت السيميائية هي "منهج دراسة انبثاق وتولد المعاني" (2)، فإن تركيز مداخلتنا هذه سيكون منصبا على سيميائية الصورة الإشهارية نظريا، مع محاولة خلق تفاعل جدي بين الدراسة النظرية والتطبيق على رواية جزائرية معاصرة، لاستجلاء ما تخفيه الصورة من رموز ودلالات، وأهداف الغرب من تمريره للرسائل البصرية؛ لأن وراء كل صورة أيديولوجيا. كما يقولون - وهو ما يبرر لنا مشروعية البحث السيميولوجي للرسالة البصرية. للكشف عن أبعادها الرمزية والثقافية والأيديولوجية، تقول "جوليا كريستيفا": "إن الحركات والإشارات المرئية المختلفة، وكذلك الرسم والصور الفوتوغرافية والسينما والفن التشكيلي، تعتبر لغات من حيث أنها تنقل رسالة من مرسل إلى متلق من خلال استعمال شفرة نوعية، دون أن تخضع لقواعد بناء اللغة الكلامية كما يقننها النحو". (3)

### مفهوم الصورة في اللغة والاصطلاح:

في اللغة: جاء في الموسوعة الثقافية: "الصورة تدل على ظاهر الشيء وهيئته وصفته يقال صورة كذا؛ أي هيئته، وصورة الأمر كذا أي صفته. وإذا شاهد الإنسان صورة ما، فإنه ينفعل بها، ويدركها إدراكاً حسيًا، والإدراك الحسي هو الأثر النفسي إلي ينشأ مباشرة من انفعال حاسة أو عضو حاس... وهو يعني الفهم أو التعقل بواسطة الحواس، وذلك كإدراك الأشياء وأشكالها وأحجامها وأبعادها بواسطة البصر. والصورة وحدة خطية لواقع شوهد أو أعيد إنتاجه، وذلك لأجل تحقيق أهداف معينة(4). اصطلاحاً: يعرفها (أبراهام مولس ABRAHAM MOLIS): "الصورة من أهم دعائم الاتصال البصري المؤثر في حساسية القارئ بشكلها وألوانها"، وهي من العناصر الاتصالية غير اللغوية، سواء أكانت تمثيلاً، رسماً أم تصويراً فوتوغرافياً، تساهم في تقديم معلومة عن شخص ما أو منتج أو حدث، ويعرفها الأستاذ عبد الرحمن بن عمار في جملة واحدة هي: «الكتابة بالضوء». (5)

### سيميولوجية الصورة:

مجال استخدام الصورة واسع جداً، فهي خدمة الإنسان يستعملها باعتبارها وسيلة للمراقبة، أو أداة للتحقيق في مختلف التخصصات العلمية، يستخدمها المهندسون، وعلماء الطب، والسينمائيون، ومتابعو ما يجري في العالم من أحداث، وعلماء التسويق والإدارة... وغير ذلك من العلوم المرتبطة بعالم المال والأعمال، ومنها علم التسويق الذي يقوم على شعار «أنظر واشعر»، لكن الهدف الأساسي من وراء هذا الشعار ليس فقط المتعة الجمالية المرتبطة بالنظر والشعور، بل استثارة الشراء والاستهلاك لدى الناس ليتحول الشعار إلى «أشعر واشتري»، ويتم ذلك بتطوير صناعة الإشهار المصور، والإعلان المكتوب لخلق مجتمع الفرجة المذهول بعالم الصورة.

ومن هنا تأتي الأهمية التي تُعطى لبلاغة الاتصال الجماهيري، و"الاستعمال المكثف لهذا الاتصال من أجل إقناع الجماهير بصحة التوجيهات التي تبثها السلطة أو من أجل بيع

سلعة، أو توصيل قيمة ما". (6)

فصورة الدعاية الإشهارية مثلا غايتها الربح، وما الاحتفاء بالإنسان والعالم المخملي الجميل الذي يعد به الإشهار سوى وسائل غير مباشرة للبيع وترويج الضائع، لكن هذه الغاية الواضحة لا تكشف عن نفسها أبدا بشكل صريح، وتقول لنا: اشترؤوا هذا المنتج أو ذاك فهو أنفع لكم وأجدى لحياتكم. تلك حقيقة لا تساعد على البيع، لأنها تعزل المنتج عن محيطه القيمي وتحوله إلى مادة استهلاكية بلا قلب ولا روح. (7)

وإذا كانت الصورة في كثير من الأحيان تعكس نية ملتقطها في تمرير رسائلهم، فإن مداليلها تتعدد بتعدد النوايا والمتلقين لها، "فطريقة التصوير للموضوع التلفزيوني أو المرئي، تعكس حرص المصور على تمرير رسالة معينة للمشاهدين، وفي كثير من الأحيان كانت الصورة الملتقطة سببا في بروز الشخص أو تهميشه، فزاوية التصوير وحركة الكاميرا تؤديان دورا في تثبيت الرسالة المراد إيصالها للمشاهد. فحينما تلتقط الصورة بشكل جانبي فمرد ذلك الشك في حقيقة الموضوع المصور (الشخص) ومصدقية أقواله، أما إذا التقطت من خلف فإنها تعكس عدم الاحترام واللامبالاة، والصور الغطسية (من فوق إلى أسفل)، فإنها تعكس السحق، الاستصغار، الاحتقار، الطمس، في حين تمثل الصور ضد غطسية (من تحت إلى أعلى) العظمة والفخامة والإجلال". (8)

كما أن تصغير حجم فرد ما في الصورة أو في الرسم قد يدل على هبوط منزلته الاجتماعية، أو يدل على بعده من منظور المصور أو الرسام، ودلالة صورة الطاولة المستديرة في الندوات تعني التساوي بين كل الأطراف المشاركة، وتعني في المفاوضات الدبلوماسية سماع كل طرف للآخر واحترام وجهة نظره، وتصوير أحد المتحاورين السياسيين في كرسي منخفض يعني دونيته وانخفاض منزلته.

وهذه المعاني التي تنبثق من الصورة تعبر حدود اللغات، ومن ثم يمكن اعتبار الصورة - علامة عبر- لغوية (Trans-linguistique)، فالكلمة في ذاتها نوع لفظي من العلامات، تنطلق دلالاتها من قيمة اللفظ في ثقافة ما، والصوت لا يعني وإنما يتشكل معناه عبر القيمة الدلالية المرتبطة بالكلمة. وهذه الرابطة تستمد شرعيتها من لغة ما؛ فكلما «لا» تدل على

الرفض [أو النفي] في لغة العرب، ولا تدل على شيء في اللغة الإنجليزية، وتمثل أداة تعريف للمفرد المؤنث في اللغة الفرنسية، فالدلالة مرتبطة أصلا بالقيمة التي تضيفها عليها لغة ما أو ثقافة ما. (9)

والفارق الأساسي الذي يميز العلامة اللغوية عن العلامة الصورة، هو أن الأخيرة تعد علامة أيقونة؛ أي أن "العلامة اللغوية اعتباطية لا علاقة لها بعالم الواقع، أو بمعنى أدق بالشيء الذي تشير إليه، أما الصورة في تعريفها الواسع فترتبط بالشيء الذي تدل عليه بفعل تشابه (ما) بينها وبينه، وهذا الارتباط يضع الصور ضمن نوع العلامات التي تسمى أيقونات التي تربط بينها وبين المشار إليه علاقة ما...، الصورة أكثر التصاقا بالواقع وأكثر قدرة على التعبير عنه، لأنها تتميز بجانب مادّي ملموس، على خلاف العلامة اللغوية؛ فأى كلمة من كلمات المعجم لا تمت بصلة إلى الشيء الذي تشير إليه، وتختلف من لغة إلى لغة". (10)

فالصورة تتميز بكونها تشبه موضوعها أو مرجعها بنسبة ما، و"أن الجميع بإمكانهم إدراك المرجع الطبيعي لتلك الصورة، على خلاف اللغة المنطوقة؛ فمثلا صورة نحلة" ترجعنا إلى النحلة الطبيعية بغض النظر عن دقة التصوير ودرجة واقعيته، أما كلمة نحلة بالعربية أو (Abeille) بالفرنسية فهي لا تشبه في شيء شكل حشرة النحلة" (11).

فالصورة علمية الدلالة، وتتصف بالشمولية؛ أي تدرك بصفة كلية حتى لا نهمل (الغاية) الكل من أجل الأشجار (الأجزاء والمكونات)، رغم أهمية هذه الأجزاء في تكوينها وتنظيمها كما أنها تتصف بالفورية وسرعة القراءة.

### مفهوم الإشهار في اللغة والاصطلاح:

الإشهار في اللغة: من أشهر الأمر: أظهره وصيّره شهيرا، والشهير المذكور المعروف بين الناس. وشهّرت فلانا: أذعت عيوبه وفضحته وجعلته شهرة. والشهرة: وضوح الأمر وظهور الشيء في شُنعَةٍ. وشهر الشيء شهرا: ذكره وعزّف به، وشهر سيفه: انتضاه ورفعاه.

ونستفيد من هذه المادة اللغوية، أن الإشهار يذيع ويعرّف ويُظهر الأشياء والأمور، وينقلها من الخفاء إلى التجلي، وتستوى في ذلك العيوب والمحاسن، الداء والدواء، إظهارا لذلك

وجمرا به، (12)

**الإشهار اصطلاحاً:** تعرفه دائرة المعارف الفرنسية بأنه "مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمؤسسة تجارية أو صناعية وإقناعه بامتياز منتجاتها". (13)

ويعرفه أحد الباحثين بقوله: "الإشهار فن إعلامي يستند على مؤشرات مرئية مثل العناوين في كتابتها ومضامينها وأنواع الطباعة والصورة... من خلاله يمكن تأسيس تعارف وعلاقة بين المخاطب والمتلقي أو بين المنتج والمستهلك، فهدفه - أولاً وقبل كل شيء- تبليغ خطاب، لذلك يتوخى أن تكون أفكاره واضحة وصادقة. يستعمل وسائل تبليغ متنوعة ومتناسقة يسخرها كلها في سبيل تحقيق الهدف المحدد". (14)

### أنواع الإشهار:

**الإشهار من حيث موضوعه ومضمونه:** قد يكون علمياً أو ثقافياً أو سياسياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً...، أما من حيث طريقة عرضه فقد يكون مكتوباً أو مسموعاً أو سمعياً بصرياً. فهو كما يقال: « فن مركب يضع العالم بين يديك، وعادة ما يوجه إلى فرد أو جماعة أو حزب أو أمة». (15)

ويمكن تقسيم الإشهار إلى:

**إشهار سياسي:** ويكون قبيل الانتخابات السياسية وبترافق معها، ويتضمن التعبير عن الآراء المختلفة بغية التأثير في الرأي العام.

**إشهار اجتماعي:** يعمل فيه على تقديم خدمة عامة للمجتمع، كالإعلان عن مواعيد تلقيح الأطفال، أو إسداء نصائح للفلاحين، أو الدعوة إلى الوقاية والحذر من أمراض معينة.

**إشهار تجاري:** ويرتبط بالاستثمار والمنافسة، ويخضع لاستراتيجيات التسويق. (16)

### سيميولوجية الصورة الإشهارية:

أخذ الإشهار في بداية ظهوره الشكل الشفهي المسموع (17)، ويرى كثير من الباحثين "أن اللافتات الخارجية على المتاجر هي أول أشكال الإشهار. ومع تطور الثورة الصناعية التي عرفها الغرب في القرن التاسع عشر (ق19م)، شهد الإشهار أول نقلة نوعية من حيث الكم والكيف، وذلك تحت ضغط القطاع الصناعي الذي استعان به في الترويج

لبضاعته، ونتيجة لذلك أصبحت الإشهارات أهم إيرادات الصحف والمجلات، وعنصرًا أساسيًا في اقتصاد السوق". (18)

ومع حلول القرن العشرين ظهرت وسائل نشر جديدة هي: السينما، والراديو والتلفزيون، وبواسطتها عرف الإشهار تطورًا واسعًا، وتم إخراج أول شريط إشهاري العام (1904) من طرف الإخوة "لامير" (Lumière)، ثم توسع انتشاره وأصبح "الفن الشعبي" الأكبر في زمننا... مجال ثقافي يومي، مرجع أبدي لبعض أنماط الثقافة الشعبية المتعددة الأوجه؛ فهناك الصور الإشهارية للمنتجات الاستهلاكية، وللأفلام السينمائية، وللمجلات الانتخابية... حتى غدا فن الشوارع دون منازع (19)، مما جعلنا نتنفس في جو الإشهار أينما جالت أعيننا وصاغت ألساننا، خاصة وأن صانعيه برعوا في تبني وجهة نظر الآخرين لتجعلهم أكثر فعالية وعطاء، حين يبرون رسائل تنبثق منها معاني عديدة. ولا يخفى أن ابتناق المعاني يعد قضية جوهرية وأساسية في العلوم الإنسانية لكون التأويل كان ولا يزال موضوع نقاش ومجادلة (20).

ولا شك أن القراءة السيميائية للصورة الإشهارية تقول لنا: إن الرسالة التي تمر خلف الابتسامات تكون أكثر وضوحًا وانجذابًا، وإن عالم السلع هو أفق سعادتنا عكس عالم الأفكار، والتنفس في عالم الاستهلاك يؤدي إلى ابتناق معنى: "إن الحياة الحقيقية في الاستهلاك"، هي الرسالة المفهومة ضمناً من قبل الكل، حتى ليصعب مواجهة الرغبة الاستهلاكية الفانية، و"قطع حصة نقاش سياسي بـ"تنفس إشهاري" هو تمرير رسالة مفادها، لنخرج لحظة من هذا العالم الزائف لنذهب إلى عالم أحسن" (21).

ولصانعي الإشهار مقاصد ورهانات؛ فهم يبحثون عن الإغراء والجذب عن طريق دغدغ العواطف والاستلاء على الإطار الحواسي - خاصة السمع والبصر - والفضائي للإنسان فتصبح المدينة إطارًا مكانيًا وثقافيًا تقول لمواطنيها من خلال الإشهار: هنا تتمركز كل التسهيلات وملذات الحياة المعاصرة، كل الإشارات الحواسية التي تهاجم الإنسان يتلقاها وتكتنفه، الإعلان عن مهرجانات، الإعلان عن أحداث ثقافية، مناطق ومتاحف ومطاعم ورحلات ومنتجات استهلاكية... كلها تجلب انتباهه على المستوى البصري وتوجهه نحو

هدف بعينه.

أينما وليت وجهك في المدن الكبيرة والراقية تتناوب باعتبارها كتلة معلوماتية، وتقتحمك من كل مكان بإلحاحها المرئي المتمثل خاصة في الإشهار الذي يعرض من خلال ملصقات ولوحات حضرية، لكن لوحات الإعلانات الإشهارية "لا تؤدي وظيفتها لوحدها، وإنما تعمل في إطار تفاصيل حضرية؛ (لوحات توجيهية لأسماء الطرقات، لوحات مرشدة للاتجاهات)، لافتات المتاجر والمحلات (صيدلية، محطة بنزين، سوق مركزي، بائع ورود...) اللافتات المهنية (موثق، كاتب عمومي...)، لوحات إشارات، توقف الحافلات، لوحات السير(الاتجاه الممنوع، الاتجاه الوحيد، تحديد السرعة، ممهلات، الاتجاه الدوراني)...(22)

والغرض من ذلك طبعاً- ليس أنه «يرى» المشاهد الصور، بل أن يقرأها، أن يبدأ القراءة وينبهها في أي نقطة يختارها كلما شاهد اللوحة، وما القراءة إلا الكفاءة التي يكتسبها البشر لحل لغز الرسائل المختلفة التي تبث إليهم في محيط حياتهم.(23)

واللوحات الإشهارية لا تقرأ بمعزل عن سياق كل تلك الإرسالات المباشرة، وخاصة تلك التي تحوي توجيهات عدة: توجيهات الأماكن الداخلية للمدينة، وتوجيهات الخدمة العمومية(البريد، المدرسة، الجامعة، مديرية الشؤون الاجتماعية، حيث: تأخذ الرسالة التي توجهها اللوحة الإشهارية للمارة معناها انطلاقاً من الرسائل الأخرى المرسله من قبل لوحات السير(إطار حسي مرئي). إذ تعطيني هذه اللوحات نصائح تمنعني وتلزميني بأن أفعل هذا أو ذاك".(24)

وتقول اللوحة الإشهارية من بين كل هذا الإرسال المرئي: «لا أمنعكم من أي شيء، لأعطيكم أية نصيحة ولا أوجهكم إلى اتجاه، أنتي لا أقوم إلا بالإشارة إلى منتج استهلاكي يمكن أن يكون ذا قيمة بالنسبة إليكم».

وترسل اللوحة الإشهارية أيضاً رسالة إضافية، تقول: «أقترح عليكم شيئاً ليس مرتبطاً بسيركم الآلي في المدينة، أقترح عليكم منتجاً أو خدمة تستطيعون اقتناءها من جهة أخرى، وفي ظروف خاصة (سياق ثقافي ورهان استهلاكي)».

وترسل اللوحة الإشهارية رسالة أخرى جالية ثقافية، تقول: «إني أسليكم أثناء سيركم، ونذكركم بطريقة غير تعاقدية بكل ما يمكن أن تفعلوه وبكل ما تُسرونه، أحرر لكم رسالة تسمى رسالة إشهارية لنجعلكم تستهلكون هذا المنتج (منتوجاً أو حدثاً)».

ومن المعاني التي تنبثق من داخلها أيضاً: «تذكروا أن هناك أوقات وأماكن أروع من هذا المكان في المدينة»، أما المعنى العام للوحة هو التذكير بوجود عالم آخر حسي بدلا من عالم المدينة الذي تخترقه. وهذه اللوحات الإشهارية موجودة هنا ومعلقة للتذكير: «إن هناك عالما موازيا يتعلق بالرغبات واللذات المرتبطة بالاستهلاك».(25)

وهذه الرسائل وغيرها تشكل هوية هدفها (المستهلك)، و"ليس الفاعلون الاجتماعيون المتصلون بهذا النمط من اللوحات الإشهارية في المدن في وضعية المتسكعين المتجولين، إنهم غالبا مسرعين أو على متن سيارات وهدفهم هو الوصول إلى أماكن معينة في أسرع وقت، فرهانهم ألا يرتكبوا أخطاء أثناء السياقة مما يشوش إدراكهم للوحة...ونفعية المنتج التي تقترحها اللوحة الإشهارية ليست من نفس الطبيعة النفعية لسائق السيارة أو المار لإيجاد الطريق (لوحات اتجاهات الأماكن، أو إيجاد الخدمة التي يبحث عنها في المدينة) (لوحات تشير إلى خدمات)، فاللوحة الإشهارية تتوجه إلى المستهلك وليس لسائق سيارة.(26)

والإشهار فرضته شروط الحياة العصرية الراهنة، بكل ما تحمله من وعود واحتمالات خاصة في ظل ما يسمى بـ «العولمة»، وهو من الصور التي تؤثر فينا دفعة واحدة، لأنها تعتمد أساسا على الإدراك المكاني الكلي المتزامن، بخلاف بنية لغتنا الطبيعية "فهي خطية ومتواصلة، حيث تصلنا المعلومات شفويا أو كتابيا الواحدة تلو الأخرى على امتداد الخيط الزمني، أما إدراكنا للصورة فشمامل ومتزامن، فالمعلومات تنكشف من أمامنا في آن واحد"(27). لذلك انتشرت فنون الإعلان الثابتة في (الشوارع، وعلى أبواب المحلات وفوق المنازل وعلى جوانب ملاعب الكرة...)، والمتحركة (في السينما والتلفزيون والانترنت) وأصبحت لهذه الفنون جالياتها الخاصة أيضا: جاليات العرض واستثارة شهية الشراء، والسعي إلى:

ضمان رضا المستهلك وضمان ولائه واستمراره في الشراء لهذه "الماركة" من المشروبات، أو

المأكولات، أو الأجهزة...دون غيرها. ضمان استمرار انطباعات المستهلك الايجابية عن المؤسسة التي تقدم هذه المنتجات، وعن العاملين فيها، من خلال أشكال أكثر ودية وأكثر حميمية في التعامل. تكوين صورة ذهنية ممتعة تستمر مع المستهلك أكبر وقت ممكن. تخفيض الأسعار في ظل المنافسة، وتقديم الحماية القانونية للمنتجات والضمانات لصلاحيتها. والأكثر أهمية من ذلك تقديم هذه المنتجات والسلع في شكل جذاب ممتع بصريا وسمعيا. (28)

فالصورة الإشهارية تعمل على مشاركة الجمهور وتوريطه بالألوان والمؤثرات الصوتية والضوئية، بهدف إشباع الفضول وحب الاستطلاع وشهوة الأعين *the lust of eyes*، ومهاجمة كل حاسة من حواسنا باستخدام كل الوسائل الممكنة من مثيرات بصرية وسمعية وشمية.

بعد هذه الدراسة النظرية للدلالة التضمينية للصورة والإشهار، نحاول أن نقرب من رواية «الإرثاء» لرشيد بوجدر، لنرى مقاصد صناعة الصورة والإشهار في الغرب، ووقعها في عين بطلنا العربي المغترب.

#### - ملخص الرواية:

تحكي رواية «الإرثاء» (29) 1975 (\*) لرشيد بوجدر في خضم التواءاتها الحزونية تيه مهاجر قروي جزائري بسيط داخل أفق مترو باريس الحافل بالصور والاشهارات المعلقة على كل جانب، فامتزج لديه شعوران: الهلع والولع، وراح يقرأ تلك المعلقات قراءة غريب في بلاد غريبة تملك سلطة الصورة والتقنية.

وتخبرنا الرواية أن هذا القروي وقع ضحية نكال العنصرية الغربية الفاشية التي استقبلته بدورية من المسلحين أوسعوه ضربا بسلاسل من حديد، ومزقوا جلده وأراقوا دماءه، كأنما كانوا ينتظرونه منذ زمن بعيد، ليثأروا لكرامتهم الممتنة باستقلال الجزائر، معلنين حقدا وبغضا لهذا «الآخر» الجزائري، "...وراحوا يركلون بأرجلهم حقيبته دافعينها على الرصيف قائلين: فهذا إذا أبله، وسخ، يا له من جرأة!...الح، فهذه الطبوغرافيا الجوية تقلقه أشد

القلق، وقد أضيفت إلى طبوغرافيا الممرات، المدرجات، الخرائط الجدارية (الميترو والحفلات)، الأرصفة والسكك التي سبق لها أن كانت مذهلة رهيبة التعقيد، فما فتئ يجذوها هو الذي مازال يتوجب عليه معاناة هذا التعدد، هذا التضاعف في الفراغات المتراكم بعضها فوق بعض". (30)

وتبرز الرواية عدة صور مزدحمة للتعبير عن مشهد وحيد، هو المناهة المصيدة بين أيادي الغربي العنصري الذي يترص بالعربي المغترب. ولعل الروائي قد عثر عن الصيغة التركيبية المناسبة للتعبير عن هذه الفكرة، وهي الجمل الطويلة الملتوية، والألاعيب اللغوية اللامتناهية والرتيبة حد الغموض؛ لغة تشبه في تشكيلها الدهاليز السديمية والمعابر تحت الأرضية للميترو، والشبكة المتحركة للعربات والناقلات، والمساعد المتعددة والأدراج المتحركة. ويشير هذا التشابك المصراني لخطوط السكك الحديدية والأنابيب الفولاذية إلى رؤية سديمية لمدينة غريبة الحدائة حد الفوضى والهرج، "إنها صورة المدينة الغربية الحديثة بحياتها الفوضوية...وهي مثل مغارة يتحرك فيها كل هؤلاء الناس الزائعين الحيارى الكئيبين الذين يحنون إلى الغابات الخضراء والنور الطبيعي وأشجار البرتقال". (31)

مدينة تلتبس فيها الأحاسيس بين انبهار وحيرة وكآبة، تماشيا مع صدمات الظلمة والنور والألوان المتعاقبة على العين التي تنقل تلك الصور الاشهارية بكثافة غير معهودة فيعجز الرأي عن فك شفراتها فيتيه. وبهذه الصورة تتحقق روايا فكرة المناهة بصورة دورية حتى نهاية الرواية، ولعلها الفكرة المسيطرة على رواية «الإرثاء» وهي الفكرة التي يفقد فيها الزمن مفهومه الطبيعي، بل الخاتمة الطبيعية لسلسلة الاعتداءات التي مارسها الصورة والحضارة التقنية، والتفرقة العنصرية الإيديولوجية، وعدوان اللامبالاة والهزيمة النفسية التي يتعرض لها العربي في بلاد «الآخر»، ففي كل يوم يتلقى ضربات الجحيم الاشهاري وصنوف الآلات التقنية التي تخبره بعجزه قبل أن تخبره بتفوقها، "سيئا وأن الإشارات لا يمكن أن تنقذه أبداً، نظرا لكراهيته الحقيقية، بل عدائه المقدس اتجاهها، إذ لم يكن يستطيع تهجية كتابتها التي تظهر كمجموعة من الأشكال اللامفيدة، لا ترمي إلى شيء سوى إزعاجه". (32) وها هو بطلنا المغترب يحدّث نفسه وقد حاصرته عزلته التي لا تطاق: "كان عليهم أن

يندروني، فيصفوا لي الأشياء بصراحة بدل أن يغالطوني، يرسلوني إلى هذا الجحيم حيث لا أعرف أبدا أين اتجه، مع كل هؤلاء الناس الذين يدوسون قديمي ويتجاهلونني". (33)

ومن ناحية أخرى يصور الراوي ما يقع تحت أنظار بطل الرواية المغترب في تسكعه بين أزقة باريس، وهو يرى بأم عينيه كيف تتمهن كرامة العمال من أبناء جلدته في بلاد الغرب بأبشع صور الاستعباد والتشيؤ؛ فقد شاهدتهم: "وهم يسعلون رئاتهم في ورق أكياس الإسمت في ذهاب وإياب دون فكرة مسبقة، ثم آخرون أيضا فقدوا عيونهم، سياقهم...، وأغلق عليهم في ملاحئ سجون...". (34).

إنها حدة ما يحس به هذا العربي المغترب من مرارة الألم، وهو الذي يجد نفسه معنيا، بل منخرطا في ذلك المصير الذي آل إليه إخوانه، وهم قابعون تحت وطأة الامتهان والعنصرية ومنطقها اللإنساني. ولا شك أن آخر مقطع في الرواية يعمق من دلالة هذه الصورة ويتركها معلقة، دليلا على أن هذه المعاناة والوحشية العنصرية لم تنته بعد فيعلق الراوي على لسان أحد المارة من أهل باريس الذي يرمق بنظرة تشقي قائلاً: "مسكين هذا الشخص، إنه لفي بداية المطاف وسوف يعاني من وضعه حتى تعرق أسنانه!". (35)

#### - سيميائية الصورة والإشهار في الرواية:

لعل بداية المطاف كانت داخل الميترو والتشابك المصري لخطوط السكك الحديدية، واستمرار رموز الإشهار والصور والإشارات في التكتيف والتعقيد، وبالمقابل يزداد حجم البطل الروائي صغرا وتقرما أمام طغيان الصور، مما يكتف دلالات اندحار العربي المغترب أمام إمبراطورية الرموز المتراكبة أمامه. لقد كان "يعلم أن أمامه متاهة كاملة يعبرها ليصل إلى مبتغاه، داخل هذا الفخ الذي موه مظهره تمويها حقيقيا تحت البلاطات، الدعائم، المقاعد، الملصقات الإشهارية، واجهات العرض الصغيرة، آلات توزيع الحلوى وغيرها... كل ذلك كان هدفه الوحيد في نظر الرائي، جعل الركاب ينسون أنهم مدفونون تحت الأرض". (36)

ها هو الروائي يصور لنا ضياع بطل روايته في دوامة الإشارات الإشهارية: "كونكورد - ككورد - ككورد - ككورد - ككورد - ككورد، هذه الرموز مخيفة إلى درجة أنها لا تعني شيئا في نظره، وإن كان في الوقت نفسه ينتبه جيدا إلى أنها أشكال

أهميتها لا تخفي عليه (...) فتصغر، تنحرف تتضخم، تتضاعف حسب إيقاع محوس يمزق رأسه". (37)

وهكذا تسهم شبكة الصور والإشهارات العنكبوتية في تعميق أزمة البطل ومضاعفة إحساسه بالغرابة والإذلال والصغار، فيزداد مقتنه وعداؤه لهذه اللغة الرامزة الغامضة المتعالية عليه، كأنها تشعره بعظمتها، كما تشعره بصغر حجمه وتخلفه، "فقد شوهده وهو يروح ويجيء في الدهاليز، نظراته تتعثر بهذه الصور التي تعرض الجبن وعلب مستحضرات التنظيف، ومرق الطاطم، والمناظر الغريبة للأطباق الطازجة والمقلّاة، ومستحضرات الزينة والتباين والكتابات المقلوبة، وآلات الغسيل... والنساء العاريات والتلفزات ورافعات النهود، والسباغيتي والثلاجات والسيارات وغاسلات الأواني والأسفار اللوتسة الأسطورية والدراجات ومزيلات الروائح والياؤورت...، إنهم يضعون الإغراء في كل مكان، وهو قانون يربط متواطئين مع بعضهم، حيثما هو غير معني بذلك، إذ لا يملك إلا حقيقته وقصاصته التي كتب عليها عنوانه...". (38)

ويتواصل هذا الوضع من تدفق سليل العلامات والإشارات حتى يغمره، فيصاب بطلنا بالآوار، في مشهد يبدو فيه كأنه وقع في الفخ الذي نصبه له هذا العدو المترص الذي أجهز عليه بأحدث ما توصل إليه من منتجات ومصنعات، راحت تتناسل في طريقه صوراً فأفقدته الوجهة والوعي " الممرات تنلو الممرات برتابة لا يعاكسها شيء، ولا حتى الممصقات الإشهارية المتوالية هي الأخرى، الواحدة تلو الأخرى، في ثبوت قطعي يثقب الحدقة المجنونة ويكسد الصور الواحدة فوق الأخرى... مفتخرة بهذا المنتوج أو ذاك (إنتاج كولومبيا -البن)، وهكذا على مسافات طويلة تخلق دورانا مضاعفا ناتجا عن الدهاليز والممصقات المثبتة يمينة ويسرة، في انتظار أن يتم إصاقها ذات يوم فوق السقف، بل على الأرض حتى يخلق في نفوس المشتريين المحتملين الانطباع المتمثل في كونهم وقعوا في الفخ، وأنهم لا يستطيعون القيام بشيء اللهم إلا الشراء والاستهلاك بلا حدود، وهي طريقة من طرق الثقة في النفس، وفي الحالة المخالفة، إبعاد الضيق بدواء إشباع الرغبات". (39)

ويبدو والبطل في غمرة هذا الدفق الجارف من الصور وإشهار المنتجات الصناعية، كمن

يغرق في يم هذه الحضارة التقنية التي لا يدري أين تقوده أو ترسو به، "فأية أعجوبة هو المترو؟ حين يغوص القطار في يطن النفق تضيئه بضالة عند مشارف المحطات مصابيح صغيرة تستعمل لمجرد قراءة النصوص الإشهارية". (40)

فالبطل أصبح يمتلكه إحساس فعلي بالهزيمة والتنشيطي والضياع، وهي الصورة التي تتكرر في عدة صيغ عبر فصول الرواية، كأن يقول أحد المارة الغربيين لصاحبه أرأيت كيف ينظر إلى الصورة فاغر الفم! الأبله...إنه ضعيف، إنه يأتي ليلتجئ إلينا غير أنه لا يتعلم شيئاً، يا له من حمار مبردع! ونحن الآخرون نضيع وقتنا معه". (41)

وفي مشهد آخر، و"هو ملتصق بكل هذا الطوفان من الضوء فإنه يحس إحساساً ضعيفاً بضرب من الانتحاء الذي ييقنه متيقظاً، لأنه لا يريد أن يترك نفسه تمتصها الرموز المتقطعة الوامضة التي تترصد به لتغزوه، تبهره وتجعله مجنوناً". (42)

وهذا دليل بين على أن الحضارة القاسية والحافة التي استلبته بالأمس كرامته في بلاده، ها هي تعيد استيلائه على أرضها أيضاً بصورة مختلفة، فقد تفقد بصيرته وعقله في تعارج متاهاتها المهندسة بتفصيل «علم وخبيث» على حد تعبير الروائي رشيد بوجدر. (43) فالغرب يريد بهذا السيل من العلامات الأيقونية إيهار الوافدين الجدد، إنها سلطة الصورة وسطوتها على الفكر والسلوك الإنساني عامة والعربي خاصة، فالغربي يستعمل في بلاده منطق الصورة باعتباره سلاحاً تقنياً وإشهارياً وعلاماتياً، يؤشر به على تعاليه وتفوقه الحضاري، ويسيطر بترسانة الصور ومدلولاتها على ذهن «الآخر» ويستعري انتباهه وانبهاره، ويفرض عليه إكباره، ويستثير روعه في آن.

فأول عبارة تبدأ بها رواية «الإرثاء» هي «شدة الروعة» (44) التي هزت كيان المغترب داخل دهاليز الميترو، وما هذه الروعة إلا ذهول البطل المغترب الذي نزل وسط زحمته المشفرة بهالة من الصور والملصقات الإشهارية المتوالية الواحدة تلو الأخرى، فأدهشته التقنية المعقدة المحتشدة أمام ناظره، "البن الكولومبي الذي تفخر ملصقة إشهارية واسعة بجودته، قصد إثراء الدار التي تزعم مزج أنواعه المختلفة واستخلاص قهوة مخصصة خاصة بمصفاة. مع الصورة العملاقة التي تمثل أربعة أو خمسة صفوف من أكياس القهوة المملوءة على

حد الاندلاق، أعلاها مفتوح حيث يظهر عليها إشارة «إنتاج كولومبيا» مسطرة بوضوح بحروف كبيرة ضخمة. ثم أسفل أكثر كتبت كلمة «بن» بحروف أشد ضخامة ودكته، والكل يسبح في منوعات بُنية تتراوح ما بين بنية القهوة و«خيشة» الأكياس وبنية الكتابة المائلة إلى الأصفر". (45)

ويبدو أن صناعة الصورة الإشهارية في الغرب جاءت أصلاً-حسب ما تقوله الرواية- بنية استدرج ليس المشتريين المحليين فحسب، بل لإرباك الغرباء وجعلهم يشعرون بعظمة هذه الحضارة، وزرع الدهشة والحيرة في نفوسهم، وما الحركة الحزونية التي تتخذها دوامة الصور، وإستراتيجية الملتصقات الإشهارية في الشوارع والأفناق إلا دليل على نية مبيتة لإدخال الزائر في دوامة ومتاهة يغرق في تلايبيها حيثما التفت، وحيثما ولى وجهه قابلته ملصقة محكمة الغموض والالتباس، "كما لو كانوا يفعلون ذلك عمدا بهدف تخويفه، فُضّه، نبذه، قاضين عليه بذلك من خلال نوع من المؤامرة الصامتة". (46)، أو بتعبير الروائي: إنها موضوعة بمكر، قصد لعب أدوار الإغراء لسنوات طويلة، يُمنة يُسرة، بل على الأرض (47)، حتى كأنه يسبح في لُجج متلاطمة من الصور التي تحيطه من كل جانب، وهو غارق في دوامة لا يعرف لها مخرجاً، وهذا ما حصل بالضبط لبطل الرواية الذي ساهم جملة بالقراءة ودونيته الواضحة في إغراقه في هذا التيه.

وإذا كانت الصورة في عين صانعيها الغربي واضحة المقاصد، ومحكمة التوجيه، بحيث توقع بكل وافد محتمل، فإنها في عين بطلنا العربي المغترب تبدو غامضة مبهمة، ومنطمسة المعالم، لا سبيل إلى فك طلاسمها: "حيث الرموز تتلوى، تتشابك حتى تتلاشى- ولشدة التحديق فيها دون فهم شيء منها- تنتهي بإصدار أصوات (...) أو نقاط مضيئة تلمع بتقطع، ولكن الأمر لا يعدو أن يكون مجرد انطباع ناجم بالتأكيد عن وجود خطوط مرقونة، ذات فجوات منتظمة، أو متقطعة بفراغات بيضاء (...) خطوط قطع مستقيمة ومنحنية (...) التنقيط المرقون، والخط غير المتواصل الذي يحيط بسرعة بمحيط الدائرة غير الكاملة، أو على الأصح الاهليجي الذي يعوض نظاميته أو تدواره غير الكافين، تراكز سريع يضبط نهائياً الهندسة التي لا يضمناها وجود مركز-هناك عدة مراكز- وإنما نقطة هندسية ملموسة لا جدال فيها

يمكن أن تشخص بلطخة كبيرة لونها البرتقالي داكن". (48)

### خاتمة:

هذه دلالية الصورة كما يراها الزائر المشدود الذي على الرغم من تल्प الألوآن وتماوج الخطوط وتقطعها، وتضارب المسافات وتفاوتها، فإن هذا المغترب المعنى البصيرة عن قصد، يصر مع عدم فهمه لهذه الطلاسم على نعتها بالهندسة، لأن مهندسها قد وضعها وفق خطة محكمة إحكام المتاهات المفبركة بغرض الإيقاع بالغباء الذين كلما انحدروا في سلم العلم والتقنية كانوا معنيين أكثر ومستهدفين أكثر وتائبين أكثر، وحسب المهندس الغربي هذه الصفات كي يحقق أو طاره وأهدافه.

## هوامش و المراجع

1. سيزا قاسم ونصر حامد أبو زيد: مدخل إلى السيميولوجيا(أنظمة العلامات في اللغة والأدب والثقافة). دار إلياس العصرية، القاهرة، (د.ت)، ص54.
2. ألكس مكيلي: الوجيز في سيمياء المواقف، ترجمة: وحيدة سعدي، منشورات بونة للبحوث والدراسات، عنابة، الجزائر، 2008، ص12.
3. سيزا قاسم ونصر حامد أبو زيد: مدخل إلى السيميولوجيا، مرجع سابق/ص 56.
4. ينظر: عبد الرحمن بن عمار: الصورة والرأي العام(السلطة الخامسة دراسة سيميولوجية)، منشورات بغدادية، الجزائر(د.ت)، ص25.
5. المرجع نفسه، ص نفسها.
6. سيزا قاسم: مدخل إلى السيميولوجيا، مرجع سابق، ص58.
7. ينظر: امبرتوي إيكو: سيميائيات الأنساق البصرية، ترجمة: محمد التهامي العجاري ومحمد أوداد، اللادقية، ط1، 2008، ص7.
8. عبد الرحمن بن عمار: الصورة والرأي العام، مرجع سابق، ص9.
9. ينظر: سيزا قاسم: القارئ والنص(العلامة والدلالة)، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2002، ص210، 209.
10. المرجع نفسه، ص209.
11. عبيدة صبطي ونجيب بخوش: الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2009، ص97.
12. ينظر: مادة(شهر) في مختلف المعاجم القديمة والحديثة، أساس البلاغة للزمخشري، لسان العرب لابن منظور، منجد اللغة والأعلام لمجموعة من الباحثين... وغيرها.
13. منى الخديدي: الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1990، ص16.
14. بشير إبرير: «بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب»، محاضرات الملتقى الوطني الثاني السيميائية والنص الأدبي(15-16 أبريل 2002) منشورات جامعة محمد خيضر - بسكرة، ص63.
15. المرجع نفسه، ص63.
16. ينظر: المرجع نفسه، ص64.
17. بدأ الإشهار بأشكال تطورت عبر الزمن، ففي مصر القديمة قام التجار باستئجار منادين يجوبون الشوارع معلنين عن وصول سفنهم وبضائعهم، وفي حدود القرن العاشر الميلادي(ق10م)، أصبحت ظاهرة المنادين متفشية في كثير من المدن الأوروبية، وهؤلاء كان يستأجرهم التجار لإرشاد العملاء إلى متاجرهم، وإعطائهم فكرة عن سلع وأسعار المتجر، ولا تزال ظاهرة الإشهار الشفهي في أسواقنا الشعبية إلى اليوم، حيث يستخدم صاحب المنتج أو السلعة لسانه فقط أو يستعين بمكبر للصوت.

18. عبید صبطي، نجيب بخوش: الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2010، ص90،  
تقلاغي: عبد الله الثاني قدور: سيميائية الصورة (مغامرة سيميائية في أشهر الرسائل البصرية في العالم)، دار  
الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص235.
19. ينظر: المرجع نفسه، ص90.
20. ينظر: ألكس مكيلي: الوجيز في سيميائية المواقف، ترجمة: وحيدة سعدي، مرجع سابق، ص12 وما بعدها.
21. المرجع نفسه، ص18.
22. ينظر: نفسه، ص139.
23. ينظر: سيزا قاسم: القارئ والنص (العلامة والدلالة)، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ط1، 2002، ص194-  
195.
24. ألكس مكيلي: الوجيز في سيميائية المواقف، مرجع سابق، ص140.
25. ينظر: المرجع نفسه، ص140، 141، 142.
26. ينظر: نفسه، ص140، 141.
27. عبید صبطي، نجيب بخوش: الدلالة والمعنى في الصورة، مرجع سابق، ص5.
28. ينظر: شاكر عبد الحميد: التفصيل الجمالي (دراسة في سيكولوجية التذوق الفني)، س عالم المعرفة (267)، المجلس  
الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ط1، 2001، ص60، 61، 62.
29. رشيد بوجدره: الإرثه، ترجمة جلالی خلاص، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1983.  
وترجمة إلى «Topographie idéal pou une agression caractérisée» (\*) عنوانها الأصلي بالفرنسية:  
العربية أيضا بعنوان «طبوغرافية مثالية لاعتداء موصوف».
30. الرواية، ص117.
31. عبد العزيز بوباكير: الأدب الجزائري في مرآة استشراقية، دار القصة للنشر، الجزائر، ط1، 2000، ص147.
32. الرواية، ص7.
33. المصدر نفسه، ص150.
34. نفسه، ص86.
35. نفسه، ص261.
36. نفسه، ص11.
37. نفسه، ص99.
38. نفسه، ص13، 14، 41، 96.
39. نفسه، ص12، 13.
40. نفسه، ص42.
41. نفسه، ص156.
42. نفسه، ص106.

43. نفسه، ص 11.

44. نفسه، ص 5.

45. نفسه، ص 9.

46. نفسه، ص 109.

47. ينظر نفسه، ص 12، 90، 126.

48. نفسه، ص 126.

ضد السلطة، أو على الأقل خارج السلطة. و أعادت هذه الخطبة توزيع الأدوار العاطفية و يؤر السلطة فنقلتها من المؤسسة إلى الفرد أي من النظام ( الانغلاق – التحول الدائري- علاقة الجزء بالكل ) إلى الذات مختصرة كل عمليات و الخصائص في "الأنا" فتخرج عن النظام لتأسس نظامها الخاص .  
الهوامش :

1. A -J. Greimas : Du sens II Seuil 1983

2. Ibid. ; pp 213-224

3. Ibidem ; pp 225-246

4. J. Courtés : La sémiotique du langage ; p8

5. J. Fontanille : Sémio des passions, in Etudes Littéraires ; p156

6. J. Fontanille : Sémio des passions, in Questions... ; p601-604

7. Montaigne : De la colère ; in Essais II ; p446

8. C .Bouazis : Essais de la sémio du sujet ; p11

9. J. Fontanille : Sémio des pas. in Etudes Lit. ; p157

10. J- C. Coquet : Le discours et son sujet ; p16

11. J -C .Coquet : Les modalités du discours, in Langages ; p70

12. C .Wiktorowicz : Sémio des pas. in Etudes Littéraires ; p155

13. Ibid.

14. C –S. Peirce : Textes fondamentaux de sémio. ; p18

15- سعيد بنكراد : السيميائيات و التأويل . ص 27

Peirce : Textes fdts de sémio ; p81

U .Eco : Le signe ; 185

18 - بنكراد ص 28

(19) Courtés ; p30

(20) Fontanille, in Etudes..., p161

- (21) S. Paruolo : La sémio et ses régions ; in Diogène ; p20  
 22 - الجاحظ : البيان و التبيين - ص 223 - 226
- 23 - أبو العباس المبرد: الكامل في اللغة و الأدب. ص 223 - 233 و 157 - 160
- (24) M. Cervantès : Don Quichotte ; p57  
 25 - الجاحظ. ص 97  
 26 - نفسه. ص 98  
 27 - نفسه. ص 97
- (28) R- G. Schwartzberg : L'état spectacle ; p123
- (29) D. Diderot : Paradoxe sur le comédien ; p86
- (30) R. Barthes : Les maladies du costume ..., in Essais Critiques ; p58
- (31) Greimas : De la colère ; p227
- (32) Greimas : Le défi ; p218
- (33) ibid. p217
- (34) ibidem. p223
- (35) Greimas : De la colère ; p240
- 36 - أبو سعيد الأصبغي : الأصمعيات. ص 14  
 37 - نفسه. ص 13
- (38) Montaigne : De la colère ; p446
- (39) C. Bouazis : Essais de la sémio du sujet ; p57
- (40) M. Meyer : Questions de rhétorique ; p126
- 41 - بيير بورديو : الرمز و السلطة - ص 60
- 42 - عبد الرحمن الكواكبي : طبائع الاستبداد. ص 12 - 13
- 43 - أبو منصور الثعالبي : تحفة الوزراء . ص 113
- (44) L. Bellenger : La persuasion ; p108
- 45 - عمر أوكان : النص و السلطة . ص 19
- (46) C. Laval : GB-Le pouvoir des fictions ; p35
- Schawartzberg : L'état spectacle ; p9 (47) R-G.
- (48) Bellenger ; p40
- (49) Schwartzberg ; pp135-136
- (50) Coquet : Le discours et son sujet ; p19
- (51) Meyer : Questions, p43

(52) E. Veron : Sémiosis de l'idéologie ; in Communications N° 28/1978- p15

المرجع العربية:

- الأصمعي ( أبو سعيد ) : الأصمعيات تخ. مجيد طراد . دار الفكر العربي 2003 بيروت
- أوكان ( عمر ) : النص و السلطة . إفريقيا الشرق 1991 الدار البيضاء
- بنكراد ( سعيد ) : السيميائيات و التأويل (مدخل لسيميائيات ش س بورس ) المركز الثقافي العربي 2005 الدار البيضاء
- بورديو ( بيير ) : الرمز و السلطة ت. عبد السلام بنعبد العالي . دار توفيقال 1986 الدار البيضاء
- الجاحظ ( أبو عثمان ) : البيان و التبين . دار إحياء التراث العربي . د ت - بيروت
- الكواكبي (عبد الرحمن ) : طبائع الاستبداد . مطبعة الأمة . د ت - القاهرة
- المبرد ( أبو العباس ) : الكامل في اللغة و الأدب . مكتبة المعارف . د ت - بيروت

المراجع الأجنبية:

- Barthes (Roland) : Les maladies du costume de théâtre ; in Essais critiques 1964 Seuil.
- Bouazis (Charles) : Essais de la sémiotique du sujet ; éditions Complexe 1977 Bruxelles.
- Bellenger (Lionel) : La persuasion ; Presses Universitaires de France 1985.
- Cervantès (Michel de) : Don Quichotte, trad. Louis Viardot ; Flammarion 1969.
- Coquet (Jean-Claude) : Les modalités du discours ; in Langages –Didier-Larousse N°43/1976.
- Coquet (J-C) : Le discours et son sujet ; Klincksieck 1984.
- (Joseph) : La sémiotique du langage ; Armand Colin 2007.
- Diderot (Denis) : Paradoxe sur le comédien ; Bordas 1991.
- Eco (Umberto) : Le signe – trad. J.M.Klinkenberg ; éd Labor 1988 Bruxelles.
- (Jacques) : Sémiotique des passions. Des états de choses aux états d'âmes ; in Etudes Littéraires vol25 N° 3 – 1992-93.
- Fontanille : Sémiotique des passions ; in Questions de sémiotique .s/direct A Hénault .PUF 2002.
- . Greimas (Algirdas Julien) : Le défi ; in Du sens II Seuil 1983
- Greimas (A - J) : De la colère ; in Du sens II.

- Laval (Christian) : Jeremy Bentham. Le pouvoir des fictions ; PUF 1994.
- Meyer (Michel) : Questions de rhétorique. Langage, raison et séduction ; 1993 Le livre de poche.
- Montaigne (Michel de) : Essais. t.2 ; 1972 Le livre de poche.
- Paruolo (Silvana) : La sémiotique et ses régions ; in Diogène N°114 – 1981 Gallimard.
- Schwartzberg (Roger - Gérard) : L'état spectacle. Essai sur et contre le star system en politique ; 1977 Flammarion.
- Peirce (Charles Sanders) : Ecris fondamentaux de sémiotique. Rad.Berthe Fouchier Axselsen et Clara Foz ; 1983 Méridiens Klisckiesck.
- Veron (Elisio) : Sémosis de l'idéologie et du pouvoir ; in Communications N° 28 – 1978 Seuil.
- Wiktorowicz (Cécilia) : Sémiotique des passions ; in Etudes Littéraires vol.25 – hiver 1992 – 1993.