

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة-

كلية الآداب واللغات

قسم الآداب واللغة العربية



الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية

تخصص: اللسانيات والسياحة

إشراف الدكتور:

أحمد مداس

إعداد الطالبة:

نسيمة صام

السنة الجامعية: 1435هـ/1436هـ

2014 م / 2015 م



مقدمة

يعد الخطاب الإشعاري السياحي كغيره من الخطابات لما يحتوي من رسائل إقناعية لها صلة وطيدة بالمتلقي. لذا فالإشعار السياحي يعتمد على مجموعة من المتطلبات لإقناعية بنوعية خطابه الموجه للمرسل إليه لتمير رسالته بطريقة غير مباشرة بواسطة الخطاب؛ لما له من مكانة وأهمية في أوساط الحياة اليومية هذا ما جعل فهمه والتعبير عنه مختلف من فرد لآخر، فقدرته مقصودة تمكنه من أن يكون فاعلا حرا حسب ما تقتضيه الرسالة الإشعارية التي وصلت إليه. لتراه مستعملا في حياتنا اليومية بكل الوسائل السمعية والبصرية التي مست جوانب اجتماعية وثقافية و سياحية. لتكون هذه الأخيرة موضوع بحثنا.

ومن الأسباب الرئيسة التي دفعتني لإختيار هذا الموضوع:

أولا: توجيه المشرف لي. وميلي للموضوع لما يحويه من توظيفه رسائل إشعارية إقناعية تلفت المتلقي وتقنعه برسائله التميرية لجذب الإشعار السياحي و تفعيله بطرق مختلفة.

وفي دراستي لهذا الموضوع المتعلق بالخطاب الإشعاري السياحي وما يتطلبه من جمع قدر هائل من المعلومات الكمية والنوعية تم الإعتماد على المنهج الوصفي باستخدام آلية التحليل بإعتباره مسيرا لخطوات الدراسة.

وبهذا طرح الإشكال الآتي: ما هية الوظيفة التمريرية؟ هل تعد الوظيفة التمريرية في

الخطاب الإشهاري السياحي وظيفة لإقناع المتلقي أم أنها مجرد وظيفة يعبر بها ؟

و هل تكمن وظيفتها في التأثير على المتلقي فكريا و نفسيا؟

ومن خلال الإشكالية الرئيسة نتفرعت لنا إشكاليات ثانوية :

هل يحقق الخطاب فعاليتها في الإشهار السياحي ؟ وهل للوظيفة التمريرية دور في

تفعيل الخطاب الإشهاري السياحي؟

وقد رسمت لهذا البحث هيكلًا يتمثل في خطة تتكون من مقدمة ، وفصلين و خاتمة.

يحتوي كل فصل عدة مباحث و قد تم وسم الفصل الأول ب:في مفهوم الوظيفة

التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي.

مكون من عدة مباحث المبحث الأول تعريف الوظيفة،المبحث الثاني أنواع

الوظائف، المبحث الثالث تعريف الخطاب، المبحث الرابع الخطاب عند اللغويين،

المبحث الخامس تعريف الخطاب الإشهاري،المبحث السادس تعريف الخطاب

الإشهاري السياحي،المبحث السابع مكونات الخطاب الإشهاري السياحي المبحث

الثامن الهدف من الخطاب ، المبحث التاسع المقاربات المنهجية للخطاب الإشهاري

السياحي.

أما الفصل الثاني فقد عنون ب: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي. وتضمن عدة مباحث: المبحث الأول آليات الوظيفة التمريرية، المبحث الثاني الأشكال الاتصالية للخطاب الإشهاري السياحي، الثالث الأشكال في الصورة الإشهارية، المبحث الرابع ثنائية الجسد و المرأة في الصورة الإشهارية السياحية، المبحث الخامس رمزية الأجيال ، المبحث السادس الخطاب المرئي.

أما فيما يخص الدراسات السابقة في هذا البحث فأنا أبنى على ما بنى عليه الباحثون من قبل و إبراز الفعل التمريري أو الوظيفة التمريرية و غايتها من الخطاب بإبراز هدفها التمريري حسب نوعية الخطاب المكتوب و المسموع أو الصورة و تطبيقه على الخطاب الإشهاري السياحي.

ولا يخلو أي جهد دراسي من صعوبات نذكر منها:

- صعوبة الإلمام بالمادة العلمية لكثرة الطلب عليها لا لقلتها.
 - و لتشابك الموضوع بمجال الإشهار و السياحة.
 - هذا إلى جانب ضيق الوقت الممنوح لإنجاز هذا العمل.
- صعوبة الموضوع و لعدم القدرة على الإلمام بكل المراجع التي ذكر فيها كون البعض مترجمة أو مدروسة من طرف القلة.

وفي الأخير نشكر الله عز وجل على توفيقه فيما وصلنا إليه فلولا فضل الله علينا ما كنا لنصل. كما أشكر الأستاذ الفاضل المشرف أحمد مداس على توجيهه لي طوال العام الدراسي وعلى نصائحه التي أفادتني كثيرا لتكون لي طريقا نحو النجاح و المثابرة والعمل.

كما أشكر كل من قدم لي يد العون سواء من بعيد أو قريب. في الأخير فإن أصبت فمن الله و إن أخطأت فمن نفسي.

الفصل الأول: في مفهوم الوظيفة التمريرية و الخطاب الإشهاري السياحي.

المبحث الأول : تعريف الوظيفة.

أ - لغة

ب-اصطلاحا

ج - الوظيفة التمريرية

المبحث الثاني : أنواع الوظائف

المبحث الثالث : تعريف الخطاب.

أ - لغة

ب-اصطلاحا

المبحث الرابع: مفهوم الخطاب عند اللغويين.

المبحث الخامس:تعريف الخطاب الإشهاري.

المبحث السادس: تعريف الخطاب الإشهاري السياحي.

المبحث السابع: مكونات الخطاب الإشهاري السياحي.

المبحث الثامن: الهدف من الخطاب.

المبحث التاسع:المقاربات المنهجية للخطاب الإشهاري السياحي.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

لقد تعددت التفسيرات حول موضوع الوظيفة كونها عاملا أساسيا في فهم الخطاب بين المرسل والمتلقي وكيفية تمريره والتأثير فيه. لذا وجب علينا معرفة هذه الأخيرة وضبط مفهومها ومعرفة الوظائف المساعدة فيها وصولا بنا لتحديد مفهوم الخطاب ثم الخطاب الإشهاري فالسياحي وتحديد مكوناته وأهدافه ومقارباته المنهجية التي تبني عليها هذه الوظيفة.

المبحث الأول: تعريف الوظيفة

أ- تعريف الوظيفة لغة:

ما يقدر من عمل أو طعام أو رزق وغير ذلك في زمن معين، والعهد والشرط والمنصب والخدمة المعلنة. (ج) وظف؛ وظائف ويقال للدنيا وظائف ووظف أي نوب ودول¹.

ب- اصطلاحا:

لم يُعرّف مصطلح "وظيفة" بدقة في النصوص الصادرة عن حلقة براغ وإنما استعمل بمعنى ضمني في اللغة كونها المهمة الموكلة إلى عنصر لسانی بنيوي (طبقة، آلية) للوصول إلى هدف الأولى في إطار التواصل البشري².

¹ المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، ط4، مصر، 2004، ص1043.
² ينظر، ماري أن بافو، جورج إلياس رفاتي-تر: محمد الراضي، النظريات اللسانية الكبرى من النحو المقارن على الذرائعية مركز دراسات الوحدة العربية، ط4، بيروت، 2012، ص201-202.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

لقد حاول " سوسور " أن يقدم للغة اتجاها مختلفا لم نعهده من قبل، إذ يشير إلى اجتماع كثير من العوامل النفسية والاجتماعية والتاريخية والجمالية والتداولية وهي العناصر التي يستدعي اجتماعها وارتباطها فيما بينها تحديد التواصل بالشكل الجديد له ليتضح أنه لم يعد إيصالا خطيا للمعلومات، مادام التواصل يعني أيضا التأثير على الآخر. وجعل المتلقي غير خاضع ولكن مبادرا إلى العمل وفعالا ومدركا؛ ومستعدا لاستقبال الرسالة، ولمعالجتها وإعادة صياغتها.... الخ. بمعنى أنه يشكلها بالمصاحبة co-construire إذ أن "النظر إلى المتلقي إدراكيا يؤدي إلى نتائج هامة على مخطط التواصل ذاته، ووضع دورالفاعلين المتواصلين".¹ لم يعد التواصل مع تحليل الخطاب لعبة للإيصال والإبلاغ ولكن لعبة للتفاوض Négociation؛ إضافة إلى عملية الترميز وفك الرموز التي تفقد بساطتها تدريجيا وانطلاقا من هذه العناصر الجديدة التي جاءت مع تحليل الخطاب (أي خطاب) ظهر مصطلح آخر يدعى بالتداولية Pragmatique التي نشأت في إطار اللسانيات .

و استعمل لأول مرة عند "شارل موريس" C.Morris " يعرفه كدراسة تربط العلامات بمؤولها. فقد استعمل مصطلح " مؤول " بالمعنى الذي قدمه " بيرس " Peirce". تحدد مفهوم التداولية بمعنى الذي ذكرناه كما تحدد عند فلاسفة أكسفورد بالأفعال الكلام لم يكن اهتمام "أركيوني" بالمنظور التداولي الفلسفي. قصد التعرّض و التعمّق في الأعمال التي طورها أو ستين Austin وسارل Searle، حيث الفرضية الأساسية: هي التحدث يعني بلا شك؛ تبادل المعلومات².

¹ ينظر، ذهبية حمو الحاج، التحليل التداولي للخطاب السياسي، الخطاب، ع1، تيزي وزو، 2006، ص235.

² ينظر، مرجع نفسه، ص237.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

ولكن هو أيضا تأدية للفعل الذي تحكمه قواعد معينة (بعضها عالمية عند هابر ماس) والتي تزعم تحويل مقام المتلقي وتعديل نظام اعتقاداته أو موقفه السلوكي وبالتلازم فإن فهم الملفوظ هو تحديد لمحتواه الإخباري وتحديد لتوجهه التداولي¹. ويتم المرور باللغة وبفضل التداول من ميدان كونها نظاما من الأدلة إلى ميدان الفاعلية والنشاط كلامي تتحكم فيه شروط؛ تارة ذاتية وتارة موضوعية ومنها توافر شخصين متخاطبين للأول نيّة التأثير على الثاني ويتفاعلان ضمن معطيات الحديث من زمانية ومكانية. ومعرفة هذه العناصر أولية من أوليات الخطاب وهو يتبلور في مصطلح السياق الذي يحدده "فان دايك " بفترة من الزمان والمكان بحيث تتحقق النشاطات المشتركة لكل من المتكلم والمخاطب، وبحيث تتحقق النشاطات المشتركة لكل من المتكلم والمخاطب، وتستوفي خواص (الآن) و(هنا) من الوجهة المنطقية والفيزيائية والمعرفية فامتلاك المخاطب للغة وتأديته لها يسمح بإقامة علاقات مع الغير ولكن دون الوقوف عند وظيفة الإبلاغ. فباللغة يمكن المناقشة والاستفهام والإثبات والإعلان،.....تخرج اللغة بهذا الاعتبار عن قسدية التواصل².

¹ ينظر، ذهبية حمو الحاج، التحليل التداولي للخطاب السياسي، الخطاب، مرجع سابق، ص 237- 238.
² المرجع نفسه، ص 238.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

وإن بدت الوسيلة الأكثر فعالية وتسمح للمخاطب بتأدية عدة أفعال عدا الإبلاغ وتوصيل الرسالة مما ينفي عنها ميزة السلوكية. ويتبلور ما هو غير واضح في الخطاب في مقولات الافتراضات *présuppositions* والأقوال المضمرة *sous-entendus* التي تركز على التأويل بالدرجة الأولى فإن جزءا كبيرا من تلك المعارف تبقى لدى المتلقي¹. وبالتالي تبقى غير مؤثر على تفكيره. مما يجعله غير باحث عن المفاهيم الخفية ومكتفيا بما يصرح به المتكلم². أما متضمنات الخطاب فقد جعلتنا نبحث في سطح القول وفي أعماقه أو ما يعرف بالتأويل. فالقول المضمّر يحوي كل الأخبار القابلة لأن تكون محمولة بواسطة الخطاب، فهي تقوم على قصدية المتكلم، وعلى حدس المخاطب الذي يلجأ إلى الحسابات التأويلية لفك رموزها، واللجوء إلى الأقوال الكثيرة تمنع المخاطب من التصريح. وقد يكون محددًا في مقام التواصل والاستعانة بالضماني يكون في أغلب الأحيان بهدف تمرير الخطاب إلى المتلقي كحيلة لبلوغ الغايات المنشودة. ولا يمكن لأي خطاب الاستغناء عن الخطاب المسبق وهو يعتبر الأساس في تماسكه العضوي حيث قول " أركيوني": " يجب أخذ الحذر عند زعم أن المحتويات المفترضة لا يمكنها أن تكون أساسا للترابط التخاطبي"³.

¹ ينظر، ذهبية حمو الحاج، التحليل التداولي للخطاب التداولي، مرجع سابق، ص238.

² ينظر، المرجع نفسه، ص238.

³ ينظر، المرجع نفسه، ص243-244.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

ويمتلك التداول أساسه اللغوي بقدر ما تمتلك بنيتها التواصلية أو طابعها الاجتماعي، بمعنى أن الفرد يمارس كينونته الاجتماعية بقدر ما ينطق ويتكلم أو يفهم ويعقل بقدر ما ينخرط في المحادثة مع سواه؛ ومن هنا؛ فإن اللغة بحسب المقاربة التداولية ليست مجرد أداة إيصال وإبلاغ وإنما هي أدوار بحيث أن كل قول يطلقه المتكلم على سبيل الطرح والاقتراح أو القصد والحمل.¹

إنما يستدعي فعلا آخر من جانب السامع على سبيل الفهم والتأويل أو تفكيك للعلامات التي هي رسائل حمالة أوجه بقدر ما هي متعددة المعاني والأبعاد.²

ج- الوظيفة التمريرية:

عرف الفيلسوف البريطاني ج.ل. أستين "الأفعال التمريرية" "Acte illocutoire" و الفعل التمريري هو أصغر وحدة مكتملة في الاتصال اللغوي الإنساني؛ وحين نتكلم أو نكتب لبعضنا فإننا نوّدي أفعالا تمريرية؛ لذا فالهدف الحقيقي من الفعل التمريري هو فعل التأثير الذي له علاقة بالنتائج الأخرى أو الآثار المترتبة على أفعالها، سواء أكانت أفعالا تمريرية أو غيرها.³

¹ ينظر، علي حرب، العالم و مأزقه منطق الصدام و لغة التداول، المركز الثقافي العربي، ط1، الدار البيضاء، المغرب، 2002، ص154

² ينظر، المرجع سابق، ص238.

³ ينظر، جون سيرل، تر: سعيد الغانمي، العقل و اللغة و المجتمع الفلسفة في العالم الواقعي، دار العربية للعلوم ناشرون، ط1، بيروت، لبنان، 2006، ص201.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

كون الوظيفة التمريرية هي قصدية في الجوهر بينما الفعل التأثري قد يكون وقد لا يكون قصدياً. فهي نتيجة مترتبة كون وظيفتها لذا (فالفعل التمريري هو وحدة المعنى في الاتصال حين يقول المتكلم شيئاً ما. وهو يعني بما يقوله شيئاً آخر ويحاول توصيل ما يعنيه للمستمع فإن أفصح سيكون قد أدى فعلاً تمريرياً). فالوظيفة التمريرية مرتبطة أساساً بالمعنى والقصد بطرائق مختلفة¹. فهي تهدف إلى فعل تأثري نحو المتلقى لتقنعه بهته الرسالة الموجهة وتسيطر على فكره كيفما كان شكل هذه الرسالة الموجهة.

وقد قسم "أوستين" أنماط التمرير إلى خمسة نقاط هي:

- 1 نقطة تمرير إثباتية: هي فعل كلامي اثباتي وتعهد للمستمع بحقيقة الخبر وتقديمه له بوصفه حالة موجودة في العالم.
- 2 نقطة تمرير توجيهية: جعل المستمع يتصرف حسب المحتوى الخبري.
- 3 نقطة تمرير إلزامية: فكل إلزام هو تعهد من المتكلم مباشرة، فالفعل ممثل في محتواه الخبري.
- 4 نقطة تمرير تعبيرية: هي تعبر على شرط الصدق للفعل الكلامي ومناذج التعبيرات من اعتذار، وشكر، تهاني...
- 5 نقطة تمرير تصريحية: وتكون وظيفة نقطة التمرير هي أحداث تغيير في العالم بتمثيله و كأنه قد تغير².

¹ ينظر، جون سيرل، تر: سعيد الغانمي، العقل و اللغة و المجتمع الفلسفة في العالم الواقعي، المرجع سابق، ص202.
² ينظر، المرجع نفسه، ص219-220.

المبحث الثاني: أنواع الوظائف.

إذا أخذنا " الوظيفة " بمعنى العلاقة القائمة بين مكونات الجملة، نلاحظ أن جميع يستعملون هذا المفهوم مع اختلاف فيما يعطيه من أهمية داخل النموذج، فثمة أنحاء تجعل من الوظائف علاقات ثلاث: علاقات دلالية(منفذ، متقبل، مستقبل، أداة....)، وعلاقات تركيبية (فاعل، مفعول....) وعلاقات تداولية (محور، بؤرة....) في حين تقتصر أنحاء أخرى للوظائف على نوعين اثنين (علاقات دلالية وعلاقات تركيبية) أو نوع واحد (علاقات تركيبية). ومن الأنحاء (النماذج التوليدية التحويلية الكلاسيكية) ما تُعدُّ فيه الوظائف(مشتقة)(من العلاقات السلمية القائمة بين المكونات داخل تركيبية شجرية) ومنها ما تُعدُّ فيه الوظائف علاقات (أولى)علاقات أصول منتمية إلى الأبجدية النظرية للنحو¹.

الوظيفة التعبيرية: أثبتت أبحاث في علم النفس المعرفي أن الأفراد يؤولون الشعار كإشارة تعبر عن شيء ما في المنظمة التي يمثلها؛ من جهة أخرى الوظيفة التعبيرية للشعار تتعلق تعلقا شديدا بالطريقة التي تنظر بها المنظمة إلى نفسها بنموذج التمثيل الذي تلجأ إليه لترى نفسها فيه. هذه الطرق تؤدي إلى عرض من الاستعارات التي من خلالها تصور حياة المنظمة واستعمال هذه الاستعارات².

¹ ينظر، أحمد المتوكل، اللسانيات الوظيفية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط2، بيروت، لبنان، 2010، ص50.
² ينظر، أحمد زغوان، درس العربية و تأسيس الخطاب المنطق اللغوي والديني، ط1، الأردن، 2012، ص34.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

يفترض طريقة تفكير وطريقة اعتبار الذات اللتين تأثرين على الطريقة التي يفهم بها العالم عامة وعالم المنظمات خاصة¹. أي أنها تعطي دلالة ليتم فهم المقصود من هذا الشعار.

الوظيفة اللغوية: يثبت الشعار إلى الرمز المتضمن في الرسالة فلمثال الجيد الذي يعبر عن التحويل اللغوي هو تحويل شعار IBM إلى لغز رمزي بالصور مؤلف من eye (عين) و Bee (نحلة) وحرف M². فنقسم الشعار إلى المرسل والمرسل إليه و بعد دلالي (تمثيل مبهم) يترجمه المتلقي.

الوظيفة النقلية: أي أن إحدى الوظائف التي تخدمها اللغة هي نقل المعلومات أو تناقلها بين الأفراد والجماعات. و هذا رأي ثلة من باحثي اللغة وفلاسفتها ويذهب "براون ويول" إلى أن لا أحد يماري في ما تقوم به اللغة من نقل لأفكار الثقافات عموماً. كما أن لا أحد يجادل في أن اللغة تساهم بشكل فعال، بهذا النقل في تطوير تلك الثقافات. بل تعتبر اللغة خزاناً هائلاً لتجارب الأمم عبر مسيرتها التاريخية. ولكن "براون و يول" في نفس الوقت يعتبران اللغة الواقعة عند هذه الوظيفة "لغة نقلية أولية"³.

¹ ينظر، أحمد زغوان، درس العربية و تأسيس الخطاب، مرجع سابق، ص34.
² ينظر، قدور عبد الله ثاني، مغامرة الصورة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2008، ص148.
³ محمد خطابي، لسانيات النص مدخل إلى إنسجام الخطاب، المركز الثقافي العربي، ط1، بيروت، لبنان، 1991، ص48.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

بحيث يفترض، في هذه الحالة أن "ما يشغل ذهن المتكلم (الكاتب) هو النقل الفعال للمعلومات"، أي جعل ما يقوله (يكتبه) واضحاً، بمعنى قابلاً لأن يفهمه الآخرون دون عناء كبير ودون التباس أيضاً¹.

الوظيفة البصرية: أول الوظائف التي يؤديها الشاعر هي الوظيفة البصرية التي تطمح إلى ربط خلق اتصال مع أفراد المنظمة أي تعتد بالمرسل والمرسل إليه.² فهي تخطف عين المتلقي و كأنها تلقي التحية عليه حتى يتم التعرف عليها.

الوظيفة المرجعية: تعد هذه الوظيفة المرجعية أساس كل تواصل فهي تحدد العلاقات بين المرسل والشئ أو الغرض الذي ترجع إليه وهي أكثر وظائف اللغة أهمية في عملية التواصل ذاتها. وهي العمل الرئيس للعديد من المرسلات في حين لا تلعب الوظائف الأخرى في مراسلات كهذا سوى دور ثانوي. ويعاد بمفهومها إلى مرجع المعلومات (المنشأ) التي نستهلکها، والتي تنقلها لنا اللغة عن ذواتنا وعن العالم الخارجي من حولنا. وإنما نتكلم بهدف الإشارة إلى محتوى معين نتواصل في ضوءه مع الآخرين وتبادل وجهات النظر معهم، وفي هذا التواصل يحيل كل من المتواصلين على مرجعيته الثقافية والفكرية³. لذا فهي قدرة على تحرير معلومة حول منتج أو عن خدمة يقدمها هذا المنتج ليبدل عن فاعليته.

¹ محمد خطابي، لسانيات النص مدخل إلى إنسجام الخطاب، مرجع سابق، ص48. ينظر، قدور عبد الله ثاني، مغامرة الصورة السيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، مرجع

² سابق، ص146.

³ ينظر، أحمد زغوان، درس العربية وتأسيس الخطاب المنطلق اللغوي و الديني، مرجع سابق، ص35-36.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

الوظيفة التأثيرية: هذه الوظيفة تعبر عن اشتراك المستهلك في الرسالة التي يحملها الشعار كأن يبرز بطريقة واضحة ومن الأهداف المنتظرة في الوظيفة أنها مرتبطة بالبعد النفعي للشعار وهي التأثير في المرسل إليه، فهي تقوي هذه الأخيرة عندما يرى المنتج مقصودًا بذلك¹.

و يهدف الإجراء الاتصالي في هذه الوظيفة على التأثير في الآخر المستقبل (المتلقي) بغرض توجيهه وبرمجته وفق إدارة المرسل وإقناعه بنوعي الرسالة. لإقناعه بصحة الرسالة وقيمة المنتج ونفعه به. وقد كون فيها تضليله وغسيل دماغه فيقوم بفعل شيء ما أو قوله أو الكف عنه ونقده وربما يوعز إليه أن يعتقد أن مبادرته في الحالتين تلك هي من بنات أفكاره وحرّ إرادته².

الوظيفة التفاعلية : أي قيام شكل من التفاعل اللغوي بين فردين أو بين مجموع أفراد عشيرة لغوية على أن هذه الوظيفة تكتسي صبغة خاصة باعتبار أنه لا يهدف من ورائها إلى نقل المعلومات وإنما إلى تأسيس وتعزيز العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها. إضافة إلى ذلك فهي تعبر عن هذه العلاقات الاجتماعية والآراء والمواقف الشخصية والتأثيرات المرغوب إحداثها في العقيدة أو الرأي وما شابه ذلك³.

¹ ينظر، قدور عبد الله ثاني، مغامرة الصورة السيميائية في الإرساليات البصرية في العالم، مرجع سابق، ص147.

² أحمد زغوان، درس العربية و تأسيس الخطاب، مرجع سابق، ص34.

³ ينظر، محمد خطابي، لسانيات النص مدخل إلى إنسجام الخطاب، مرجع سابق، ص48.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

فمن الطبيعي إذن أن يهتم بهذه الوظيفة علماء الاجتماع اللغوي ودارسو التخاطب وأضرابهم¹.

وظيفة ضمان الاتصال وصيانتته: يرى " جاكبسون " أن نسبة كبيرة من عملية الفهم والتواصل تتحدد من منطوق السياق فكلمة رغب في العربية مثلا يتغير معناها تبعاً للسياق فنقول: رغب في الشيء ورغب عنه والتباين واضح بين معنى رغب في الحالة الأولى ومعناها في الحالة الثانية رغم أن حرفي " في و عن " ليس لهما معنى دقيق إذا أخذنا منفردين. وكثيراً ما تعتمد بعض الآليات اللغوية لضمان الاتصال والتواصل بشكل انسيابي هادف إلى الوضوح².

ولعل سبيل هذا المعنى ما يتوخاه العربي في حرصه على الاستعانة بالصور الحسية في تحرير المعاني الوجدانية والذهنية إلى درجة غدت معها لغة أشعاره لغة واصفة بامتياز ويمكن معاينة هذه الصورة بشكل لافت فيما يحدث بين طرفي العملية التواصلية : المرسل والمرسل إليه ومن خلال الصيغ التالية: هل فهمت؟³ نعم فهمت، أعد علي ما أوصيتك به. رجاء تذكر جيداً. أنت متأكد... بالتأكيد وغيرها من الصيغ التي لا يقصد بها إلا تأمين الاتصال⁴.

¹ ينظر، محمد خطابي، لسانيات النص مدخل إلى إنسجام الخطاب، مرجع سابق، ص48.

² ينظر، أحمد زغوان، درس العربية و تأسيس الخطاب، مرجع سابق، ص38.

³ المرجع نفسه، ص38.

⁴ المرجع نفسه، ص38.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشعاري السياحي

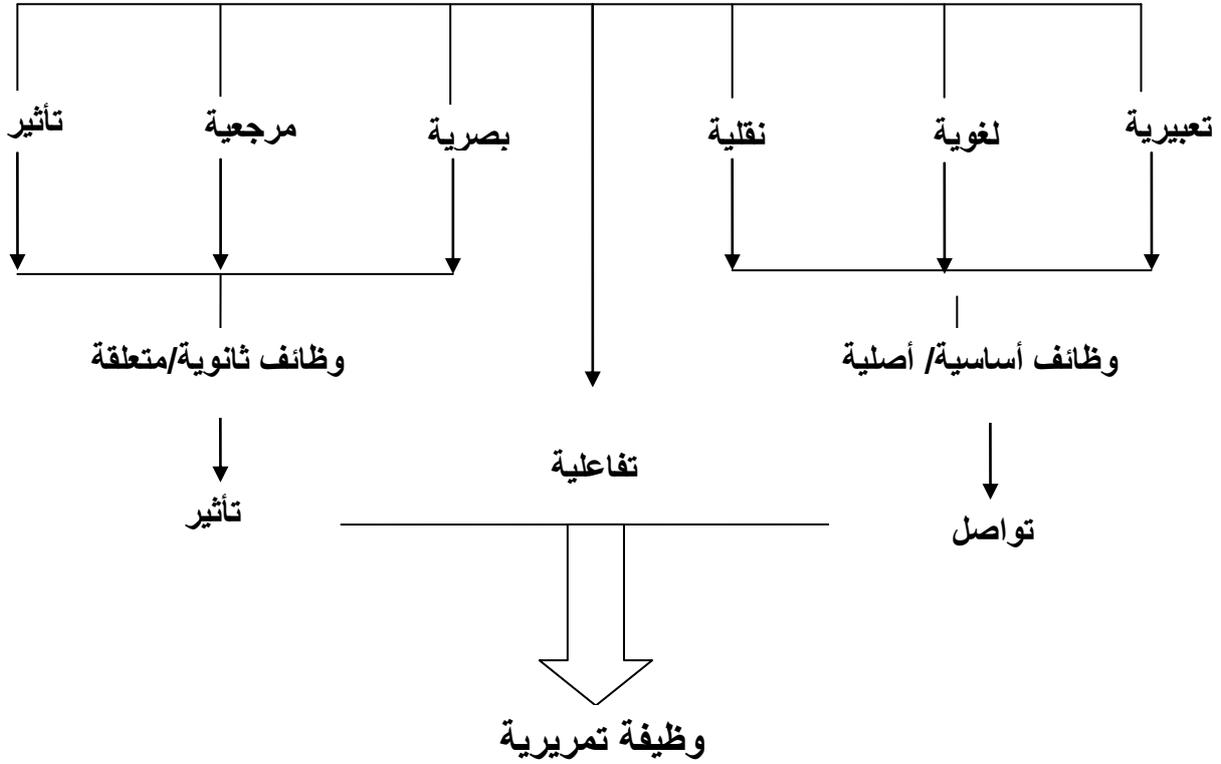
الوظيفة الماورائية: ويمكننا في هذه الوظيفة رصد مستويين: مستوى (اللغة: الموضوع) ومستوى (الميثالغة) ففي المستوى الأول يصبح الحديث باللغة عن الموضوع عملا فرديا يستدعي صور الكلمات والرموز الأخرى التي انطبعت في أذهان كل المتكلمين، ثم تمت ترجمتها إلى أصوات فعلية واضحة ذات مغزى تتعلق بنظرتنا نحن للأشياء والمدرجات في قوالب لغوية جاهزة ملازمة لها بموجب الاكتساب المجتمعي وفق منطلقات ذاتية في الحكم على الأشياء التي قد لا تكون كما هي في أرض الواقع؛ بل هي نتاج ما تتضح به أذهاننا فنحن من يوجه النظرة للأمور ويحقق معانيها بحسب تصوراتنا عنها. وتبقى قدرة اللغة في نقل المعنى والمصادقة عليه بروح أمينة خاضعة للذات في الغالب أكثر من خضوعها للموضوع، وهذا ما يلاحظ في نقل أصحاب الفرق عن بعضها، وطعنها على بعضها ويسعى قطاع عريض منها لشيطنه الآخر انطلاقا من بتر النصوص ولي أعناقها وربما كان الإنسان مجبولا بطبعه على متابعة أوهامه والتصديق بها أكثر من إصغائه للحقيقة والوفاء لها ثم يأتي إلى القسم الثاني وهو مستوى الميثالغة أو ما وراء اللغة ويراد به التوصيف اللغوي أي حين تتحدث اللغة فيه عن ذاتها بذاتها أي من خلال منظومتها الرمزية والشفيرية.....¹.

¹ ينظر، أحمد زغوان، درس العربية و تأسيس الخطاب، مرجع سابق، ص 40-41.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

و قد يمثل لها -على مستوى الإجرائي - بحال المعجم عندما تُعرف بنفسها عن مدلولاتها. وأشكالها الاستعمالية وما يتبع ذلك من كشف عن نمط العلاقة بين الدلالة والمدلول في الأحيان والأذهان، وعن نشأة اللغة وغير ذلك من المباحث الفلسفية التي لم ينته فيها الجدل إلى يوم الناس هذا.....¹

الوظائف



¹أحمد زغوان، درس العربية و تأسيس الخطاب، مرجع سابق، ص40-41

المبحث الثالث: تعريف الخطاب.

لغة: (الخطابُ): الكلام. وفي التنزيل العزيز: "فَقَالَ أَكْفُلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ"
[ص/20] والرسالة(مج). وفصل الخطاب: ما ينفصلُ به الأمر من الخطاب وفي
التنزيل العزيز "وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ" [ص/23] وفصل الخطاب أيضا:
الحكم بالبيّنة، أو اليمين، أو الفقه في القضاء أو النطق بأما بعدُ أو أن يفصل بين
الحق والباطل أو هو خطابٌ لا يكون فيه اختصارٌ مُخلٌ، ولا اسهابٌ مُملٌ، و تاء
الخطاب: مثل تاء من "أنت". وكاف الخطاب: مثل الكاف من "لك". والخطاب
المفتوح: خطاب يوجه إلى بعض أولى الأمر علانية (محدثة)¹.

اصطلاحا: إن الخطاب ليس نفسه اللغة؛ كما توجد اختلافات عميقة بين الخطاب
والنص. وذلك رغم نشأتها التقليدية من الدراسات اللغوية. إن الخطاب والنص
يبحثان في البناء والوظيفة لوحدات اللغة الكبرى. كما تصورا في نفس الوقت
تقريبا، لذلك هناك من يعتبرها متطابقين، لكن لا شك في وجود فروق كبيرة بينهما
على مستوى المفاهيم والمناهج والوظائف فالخطاب يركز على اللغة والمجتمع².

¹ المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مرجع سابق، ص243.

² ينظر، محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية و نماذج تطبيقية، المكتبة الإعلامية، ط1،
القاهرة، مصر، 2007، ص25

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشعاري السياحي

بالإضافة إلى أنه متحرك ومتغير وله جمهور وهدف وقصد معين ويتشكل من مجموعة نصوص وممارسات اجتماعية إن الخطاب في كلمات بسيطة هو طريقة معينة للتحدث عن الواقع وفهمه، كما أن مجموعة من النصوص والممارسات الخاصة بإنتاج النصوص وانتشارها واستقبالها. مما يؤدي إلى إنشاء أو فهم الواقع الاجتماعي¹.

كما نجد تعريفاً آخر للخطاب: يقع الخطاب في تحديد مفهومه بين الملفوظ والمكتوب كفعل لغوي، وعلاقته بالنص شمولية وانسجاماً، واشتغالا في التواصل وتحقيقاً للنصية غاية، لذلك تولاه اللسانيون بالدراسة بغية علمته².

يحدّد الخطاب بأنه اللغة التي يسيطر عليها المتكلم في حالة استعماله، ليكون بذلك مرادفاً للكلام (Parole). وهو أيضاً وحدة تساوي أو تفوق الجملة، مكوّن من متتالية تشكل رسالة ذات بداية و نهاية. وتشتغل اللغة فيه وسيلة تواصل بينما النص مجموعة الملفوظات اللسانية القابلة للتحليل: فالنص إذا نموذج للسلوك اللساني الذي يمكن أن يكون مكتوباً أو منطوقاً³.

¹ ينظر، محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية و نماذج تطبيقية، مرجع سابق، ص25.
أحمد مداس، لسانيات النص نحو منهج لتحليل الخطاب الشعري، عالم الكتب
² الحديث، ط2، أربد، الأردن، 2009، ص10
³ المرجع نفسه، ص10.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشعاري السياحي

فالخطاب: سلسلة من الملفوظات التي يمكن تحليلها باعتبارها وحدات أعلى من الجملة تكون خاضعة لنظام يضبط العلاقات بين الجمل أي العلاقات السياقية والنصية وذلك عن طريق تحديد النظام المعجمي الدلالي أو التركيبي الدلالي للنص أو سلسلة العلاقات المنطقية الاستعادية التي تتجلى في الشفرة التي ترتبط ببرهان لغوي يقوم بين عدة أطراف ضمن ظروف محددة¹.

و يسمى الخطاب خطاباً: كل تلفظ يقتضي متكلماً و مستمعا، حيث يتوفر الأول على قصد التأثير على الغير بصفة ما. الخطاب إذن هو ملفوظ متصور باعتباره يحيل على فعل تلفظه.²

¹ صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، ط5، الجزائر، ص192.
² دليلة مرسلي، تر: عبد الحميد بورايو، مدخل إلى السيميولوجيا، الجزائر، 1995، ص38.

المبحث الرابع : مفهوم الخطاب عند اللغويين.

فقد ورد مصطلح الخطاب لأول مرة عند " هايمز " لقد نال مفهوم الخطاب التعدد والتنوع وذلك بتأثير الدراسات التي أجراها عليه الباحثون، حسب اتجاهي الدراسات اللغوية الشكلية والدراسات التواصلية، ولهذا، فهو يطلق إجمالاً على أحد المفهومين، يتفق في أحدهما مع ما ورد قديماً، عند العرب. أما في المفهوم الآخر فينقسم بجدته في الدرس اللغوي الحديث وهذان المفهومان هما:

الأول: أنه ذلك الملفوظ الموجه إلى الغير، بإفهامه قصداً معيناً.

والثاني: الشكل اللغوي الذي يتجاوز الجملة.

فقد تناوله أكثر من باحث وفق المفهوم الأول: إذ " انطلق (قيوم) من الثنائية

التي أصبحت معهودة منذ (سوسير)، أي اللغة و الكلام التي تكونُ اللسان، ويفضل

(قيوم) استعمال كلمة (Discours) عوض كلام Parole ذلك ليؤكد على ما

يكتسبه الإنجاز اللغوي من أوجه ربما لا يحويها لفظ كلام مباشر مثل: الوجه

الكتابي، الحركات الجسدية، السياق...¹.

¹ ينظر، عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، بيروت، لبنان،، ص36-37.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشعاري السياحي

ويعالج رولان بارت مسألة الخطاب وينتهي إلى أن الجملة في اللسانيات وحدة أخيرة في اللغة، وهذا يعني أن الخطاب لا يوجد إلا في الجملة، لأن الجملة هي القسم الأصغر الذي يمثل بجدارة كمال الخطاب بأسره¹. واللسانيات لا يسعها أن تتخذ موضوعا أرفع من الجملة لأن بعد الجملة ليس هناك جمل، لهذا من الحتمي أن يكون الخطاب ذاته منتظما ضمن مجموعة من الجمل، فتغدو عبر هذا التنظيم رسالة تبعث بها لغة أخرى متفوقة على لغة اللسانيين، لأن للخطاب وحداته، وقواعده، وقوانينه لهذا يجب أن يكون الخطاب موضوع لسانيات ثانية. وهكذا من خلال علاقة التشابه بين الجملة والخطاب ينتهي "بارث" إلى أن الخطاب جملة كبيرة. ومنها يصير السرد جملة كبيرة. لأن لغة السرد عامة لا تتعدى عن كونها أحد لاصطلاحات التعبيرية التي وهبت لسانيات الخطاب². ولم يبق "بارث" حبيس هذه الرؤية. بل توسعت نظرتة حتى صار الخطاب متعة وعشقا وهو عند حديثه عن النص يرى جماع اللغة بين الذات الراغبة والنص، وعندما يكون الخطاب النظري تجسيدا لدوافع الذات التي تنتج كل خطاب (التي ينتجها الخطاب يكون إذن خطابا للمتعة ومنتعة الخطاب هنا لا تتعلق بنظرية في الجمال والجميل بل هو الحديث عن اللغة من حيث هي بعد في الخطاب نفسه³.

¹ ينظر، رابح بوحوش، الأسلوبيات و تحليل خطاب، دط، عنابة، الجزائر، ص86.

² ينظر، المرجع نفسه، ص87.

³ المرجع نفسه، ص87.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

وهناك من يعرف الخطاب، بالنظر إلى ما يميزه بالممارسة داخل إطار السياق الاجتماعي بغض النظر عن رتبته حسب تصنيف النحويين، أي بوصفه جملة أو أكثر أو أقل فرق بين هذه المستويات النحوية في الخطاب لأنه "الملفوظ منظورا إليه من وجهة آليات وعمليات اشتغاله في التواصل.¹ والمقصود بذلك الفعل الحيوي لإنتاج ملفوظ ما بواسطة متكلم معين في مقام معين وهذا الفعل هو عملية التلفظ، وبمعنى آخر يحدد بنفنست **E. Benveniste** الخطاب بمعناه الأكثر اتساعا بأنه كل تلفظ يفترض متكلما ومستمعا عند الأول هدف التأثير على الثاني بطريقة ما، وقد عرضت 'ديبورشيفرن **Dé boirchivren** ثلاثة تعريفات تمثل في مجملها هذا التعدد، بل والتباين الناجم عن تعدد مناهج الدراسات اللغوية مع نسبة كل تعريف إلى منهجه لأن هذه التعاريف لا تعدو كونها تمثل مناهج معينة، فقد ورد مفهوم الخطاب عند الباحثين بوصفه واحداً من ثلاثة: يوصفه أكبر من الجملة، أو بوصفه استعمال أي وحدة لغوية، أو بوصفه الملفوظ

إذ يتجسد المنهج الشكلي في تعريف الخطاب الأول، وذلك بوصفه تلك الوحدة الأكبر من الجملة، فتتجه عناية الباحث بعناصر انسجامه وترباطه، وتركيبه ومعرفة علاقة وحداته بعضها ببعض. بل ومناسبة بعضها للبعض لآخر، وذلك على مستوى بنيته المنجزة.²

¹ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، مرجع سابق، ص37.
² ينظر، المرجع نفسه، ص38.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

الخطاب عند تودوروف نوعان: خطاب نقدي، وخطاب أدبي. أما الخطاب

النقدي فهو الممارسة التي يكون فيها الناقد كالمنجز لا يستطيع أن يتحدث إلا

خطابا متقوبا. وهي مرحلة يظهر فيها تحويل الأنا إلى علاقة، حيث ما يبقى له

سوى أن يصمت عبر نوع من الدرجة الصفر للمتكلم.

أما الخطاب الأدبي والشعري خصوصا، فهو من منظور التواصلية خطاب يهدف

إلى التعبير، يقول "تودوروف": "إنّ العمل الشعري (...) ليس ممكنا إلا عبر

فصل الخطاب الذي يعبر العمل الفني به عن نفسه" عن كلية اللغة¹.

إلا أن هذا الفصل لا يتحقق إلا إذا كان للخطاب ذاته حركته الخاصة المستقلة

وبالتالي زمنه كما هو الحال أجسام العالم، هكذا ينفصل الخطاب عن كل ما عداه،

ويخضع للانتظام داخلي، ومن جهة النظر الخارجية يتحرك الخطاب بحرية وبطريقة

مستقلة، وفي داخله يكون منظما وخاضعا للانتظام.

الخطاب عند "تودوروف" جسم له ذاته، وحركته، وزمنه، وهو مختلف عن

كل ما عداه يخضع للانتظام داخلي. لكنه يتحرك بحرية مستقلة، ومن ثمة فهو لون

يختلف عن النص².

¹ راجع بوحوش، الأسلوبيات و تحليل خطاب، مرجع سابق، ص88.

² ينظر، المرجع نفسه، ص89.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

أما الخطاب عند 'فيركلو' فهو استخدام اللغة حديثاً وكتابة، كما يتضمن أنواعاً أخرى من نشاط العلامات مثل: الصورة المرئية. الصورة الفوتوغرافية. الأفلام، الفيديو- الرسوم البيانية- والاتصال غير الشفوي مثل: حركات الرأس أو الأيدي..... إلخ¹. ويخلص إلى أن الخطاب هو أحد أشكال الممارسة الاجتماعية، ثم يستخدم 'فيركلو' الخطاب بمعنى أضيق حين يقول: "الخطاب هو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة" وتتمية الخطابات بصفة عامة إلى المعرفة، وإلى بناء المعرفة. إن الخطاب هو كل الأشياء التي تكون العالم الاجتماعي، بما في ذلك هوياتنا، أو بعبارة أخرى الخطاب هو واقعنا الاجتماعي وإدراكنا لهويتنا، أي أنه بدون فهم الخطاب لا كن أن نفهم واقعنا أو تجاربنا أو أنفسنا. ومن ثم تبدو أهمية تحليل الخطاب، فمن خلال منهجية تحليل الخطاب تستطيع تفسير الواقع الاجتماعي².

أندري مارتيني: إن الخطاب من المنظور اللساني لا يخلو مما يوجد في الجملة التي اعتبرها أصغر مقطع ممثل بصورة كلية وتامة للخطاب؛ فالشيء الذي حدث هو أن اللسانيات لم تتشغل بمجموعة من الجمل بعد تناولها لجملة واحدة³.

¹ ينظر، محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية و نماذج تطبيقية، مرجع سابق، ص35.

² المرجع نفسه، ص35-36.

³ ينظر، ذهبية حمو الحاج، التحليل التداولي للخطاب السياسي، مرجع سابق، ص235.

عند القدامى :

إن حضور المصطلح في التراث العربي قد سُجِّل استعماله في القرآن الكريم بصيغة المصدر والفعل في الآيات التالية: (وَلَا تَخْطِبْنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا إِنَّهُمْ مُعْرِضُونَ) [المؤمنون/27] وفي قوله تعالى: (وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَمًا) [الفرقان/63]. وقوله (رَبُّ السَّمَوَاتِ وَ الْأَرْضِ وَ مَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنُ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا) [النبأ /37]. والخطاب انجاز في المكان يقتضي لقيام شروطاً أهمها المُخاطَب والخطاب¹.

وفي قوله تعالى عن داود عليه السلام: (وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَآتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَلَ الْخِطَابِ). فقد عدّ الرازي صفة فصل الخطاب؛ من الصفات التي أعطاها الله تعالى لداود، معتبراً إياها من علامات حصول قدرة الإدراك والشعور والتي يمتاز بها الإنسان على الاجسام العالم الأخرى من الجمادات والنباتات وجملة الحيوانات، بيد أن الناس مختلفون في المراتب القدرة على التعبير عمّا في الضمير².
فمنهم من يتعذّر عليه الترتيب من بعض الوجوه و منهم من يكون قادراً على ضبط المعنى والتعبير عنه إلى أقصى الغايات³.

¹نعمان بوقرة، المصطلحات الأساسية في اللسانيات النص و تحليل الخطاب، مرجع سابق، ص13-14.

²عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، مرجع سابق، ص34.

³ينظر، المرجع نفسه، ص35.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشعاري السياحي

وكل من كانت هذه القدرة في حقه أكمل كانت الآثار الصادرة عن النفس النطقية في حقه أعظم، وكل من كانت تلك القدرة في حقه أقل، كانت تلك الآثار أضعف..... لأن فصل الخطاب عبارة عن كونه قادرا على التعبير عن كل ما يخطر بالبال¹.

ويحضر في الخيال بحيث لا يختلط شيء بشيء، يفصل كل مقام عن مقام. وبهذا التفسير تتضح أهمية الفروق الفردية التي تتفاوت من مرسل إلى مرسل آخر. إذا قلنا إن لفظ الخطاب، قد ورد عند الأصوليين انطلاقا من أنه هو الأرضية التي استقامت أعمالهم عليها. بل كان هو محور بحثهم، فقد تردّد كثير من إشتقاقات مادة (خَطَبَ) في مواضع متعددة عندهم ومن أبين الأدلة على ذلك إيرادهم لاسم الفاعل (مُخَاطَب) ولإسم المفعول (مُخَاطَب) بوصفهما طرفي الخطاب².

أما الأمدي فقد عرف الخطاب تعريفا بيّنا بعد أن وعى بأن التعريف هو المطلق لمعرفة الأحكام الشرعية، إذ يرى أنه "اللفظ المتواضع عليه المقصود به افهام من هو متهيئ لفهمه " بيد أنه يُخْرَج ؛ في تعريفه هذا العلامات غير اللغوية إذ لا يعتد باستعمالها في الخطاب³.

¹ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية المرجع السابق، ص35.

² المرجع نفسه، ص35.

³ ينظر، المرجع نفسه، ص35.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشعاري السياحي

وقريب منه ما فعل "الجويني" أيضا، بقوله: إنَّ الكلام والخطاب والتكلم والتخاطب والنطق واحد في حقيقة اللغة وهو ما به يصير الحيّ متكلمًا بالرغم من أنه لم يتجاوز في كلامه تصنيف الخطاب. وتثبيت مفهومه بجانب المفاهيم الأخرى المقاربة له¹.

أما من ناحية صيغة لفظ الخطاب، فهو "أحد مصدري فعل خَاطَبَ يُخَاطِبُ خِطَابًا ومُخَاطَبَةً وهو يدل على توجيه الكلام لمن يفهم، نقل من الدلالة على الحدث المجرد من الزمن إلى الدلالة على الاسمية؛ فأصبح في عُرف الأصوليين يدل على ما خوطب به وهو الكلام².

أما أبو هلال العسكري: "واعلم أن الرسائل والخطب متشكلتان في أنهما لا يلحقهما لا وزن ولا قافية " فهو كلام منثور مسموع³.

وبهذا نذكر ما ترى يبنى العيد من هذا المنظور الفلسفي فانطلاقنا في هذا الكون الإيديولوجي من نقطة التخيلي الذاهبة في اتجاه عمودي من الكلمة إلى التعبير (فلغة الكلام يمكننا أن نصل إلى الحديث عن الخطاب الذي قد يكون وصفا للتركيب فيخرج من اللغة ليندرج تحت سياق العلاقات الاجتماعية، أي يقوم بمحاولة توصيل الرسالة المولودة في سياق هذه العلاقات⁴.

¹ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية المرجع السابق، ص35.

² المرجع نفسه، ص36.

³ ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ و تداولية الخطاب، مرجع سابق، ص127.

⁴ ينظر، رابع بوحوش، الأسلوبيات و تحليل خطاب، مرجع سابق، ص89.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشعاري السياحي

الخطاب عند يمني العيد خطابان: يندرج الأول تحت نظام اللغة وقوانينها وهو النص الأدبي. ويخرج الثاني من اللغة ليندرج تحت سياق العلاقات الاجتماعية يضطلع بمهمة توصيل الرسالة الجديدة؛ فالخطاب الأول فضاء واسع، والثاني - خطاب - يتشكل ابتداء من عملية (التركيب، الصياغة)، أو (التركيب، العبارة)؛ فيمعن في صياغة ليخلق التعبير بالابتعاد عن التركيب، وهو حين يمعن في الصياغة يمعن أيضا في الأيديولوجيا، ويبالغ في خرق النظام باحثا عن المرجع¹.

¹ ينظر، رابع بوحوش، الأسلوبيات و تحليل خطاب، مرجع سابق، ص89.

المبحث الخامس: تعريف الخطاب الإشهاري.

تعريفه: "إنّ الخطاب الإشهاري يشكل اليوم سلطة نثيرنا وتغير قيمنا وأذواقنا واختياراتنا. وهنا تكمن خطوة الخطاب الإشهاري، خاصة أنه يستعمل اللغة والموسيقى واللون والإيقاع والصورة لمداعبة مخيال التلقي، والتأثير عليه لاقتناء المنتج وترسيخ سلوكيات ما. وهكذا تتشكل الإرسالية بتفاعل الأشكال اللغوية والأشكال البصرية. تقدم نفسها على أنها تمثيل وضعية إنسانية عادية يحق لكل فرد التماهي فيها وإدراكها وتحديد عمقها الاجتماعي"¹.

¹بلفاسم سلاطنية و آخرون،سيمولوجيا الصورة الإشهارية،مخبر التغير الإجتماعي و العلاقات العامة،بسكرة،الجزائر،2013،ص80.
تعريف الإشهار لغة: جاء في لسان العرب في مادة (ش ه ر) الشهرة:ظهور الشيء شنة حتى يشهرها الناس(...). وعن الجوهري الشهرة:وضوح الأمر(...). و الشهور العلماء و الواحد شهر و يقال لفلان فضيلة أشهرها الناس.*

اصطلاحاً: الإشهار هو ذلك الجزء الهام من نظام الإنتاج والتوزيع الجماهيري الذي يترجم في شكل إعلام وتذكير بالسلع و الخدمات التي يتضمنها السوق ؛ إنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار و المنتجات و الخدمات و ترويجها بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع. فالإشهار عملية اتصالية كاملة تتطوي على كل عناصر الاتصال: المرسل أي القائم بالإشهار (المنتج أو الموزع) ؛ الرسالة الصيغة التمثيلية و الترويجية للفكرة المعلن عنها الوسيلة (كل وسائل الاتصال الجماهيرية بما في ذلك السينما و المسرح والملصقات).المستقبل(الجمهور المستهدف و الذي يحدد بناء على معيارين أساسيين: طبيعة المضمون الإشهاري و طبيعة البيئة الثقافية لهذا الجمهور) ثم الأثر الذي نحدده بقياس معدل ثبات او تغير السلوك الشرائي بعد التعرض للرسالة الإشهارية أي قياس فعالية الإشهار.*

*ابن منظور،جمال الدين محمد بن مكرم،لسان العرب،جزء/شهر/بيروت،1992،ص2351.

*ينظر،فايزة يخلف،مبادئ في سيمولوجيا الصورة الإشهار،طاكسيج كوم لنشر،الجزائر،20107،ص07.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

فالخطاب لإشهاري دون غيره ن الخطابات الأخرى يتميز ببناء محكم خاص تتصافر مختلف مكوناته التعبيرية لتبلغ رسالة محددة إذ لا ينبغي أبدا أن يخطئها المستهدف إلا اعتبر ذلك فشلا ، ولأن الخطاب الإشهاري مفهوم عام يحيل على أنواع مختلفة باختلاف الوسائط الإعلامية المستعملة¹.

¹ ينظر، بلقاسم سلاطينية، سيمولوجيا الصورة الإشهارية، مرجع سابق، ص 142.

ويعرفه "محمد العليان" : (على أنه عملية الاتصال غير الشخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا معيناً لإيصال معلومات معينة إلى فئات معينة من المستهلكين ؛ بحيث يفصح المعلن عن شخصيته) . *

فالإشهار إذن هو عملية اتصالية بين طرفين أساسيين مرسل منتج و متلقي مستهلك أو مشتري، زبون أو تاجر إلى غير ذلك. بالإضافة إلى انه يركز على ضرورة دفع المقابل من طرف الوكالة الإشهارية نظير الخدمات التي يحصل عليها . و الأمر الآخر المهم هو كشف هوية المعلن حتى يتعرف عليه المتلقي. **

و يعرفه " جورج بينينو " سنة 1972 ما يمكن أن يسميه "الأثر الحاسم " الاجتماعي والنفسي الإشهاري، أي أشياء كثيرة من مستوى جد معقد. غني و دال تعيد طرح عدد كبير من العلاقات العاطفية و الثقافية المرغوبة أو المكتوبة: أصبح الإشهار "الفن" الشعبي الأكبر في زماننا هذا. مهد الميثولوجيات العصرية ؛ مجال ثقافي يومي ؛ مرجع ابدى لبعض أنماط الثقافة الشعبية. ***

* ينظر، بلقاسم سلاطينية و آخرون، سيمولوجيا الصورة الإشهارية، مرجع سابق، ص 84.

** المرجع نفسه، ص 84.

*** برنار توسان، تر: محمد نظيف، ما هي السيمولوجيا، إفريقيا الشرق، ط2، الدار البيضاء، المغرب، 2000، ص 64 .

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

ورد تعريف للإشهار في القاموس الفرنسي لوروبار le robert على أنه فن ممارسة فعل نفسي على ويشير الجمهور لغايات تجارية ومن وسائله الإعلان التجاري والملصق والنص... إلخ¹.

هذا التعريف إلى الأثر الذي يحدثه الخطاب الإشهاري في المتلقي وكذلك الهدف الخفي إلى الأثر الذي يحدثه الخطاب الإشهاري في المتلقي وكذلك الهدف الخفي ومعناه. وعموما فإن معنى المادة اللغوية يقودنا إلى مفهوم الوضوح و الانتشار إذا اعتبرنا ماهية الإشهار كعمل احترافي هي الوصول للمتلقي فإنه يتم من خلال عمليات بداعية متناهية موضوعها نقل الواقع وتوظيفه في اللغة باختصار بلاغي تتبناه الأهداف وتعاضده الصور في علاقة موضوعية وتكاملية تمارس تأثيرها على المتلقي².

¹سعيدة كحيل، الترجمة الإشهارية بين نقل المعمار المصطلحي و تأويل الصورة، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، ع4، عناية، 2010، ص80.

²المرجع نفسه، ص35.

فالإشهار خطاب قائم على الإقناع و الاحتجاج.*

فهو نشاط فكري يجمع بين مصمم فنان من أجل إيداع رسائل سمعية بصرية. فالإشهار صناعة ثقافية تعمل على ترويح ثقافته للجمهور.

*بوقرة نعمان، المصطلحات الأساسية في لسانيات و تحليل الخطاب، ط1، عمان، الأردن، 2009، ص88.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

يعد الخطاب الإشهاري في عصرنا هذا صناعة إعلامية وثقافية بشكل لا مرأى فيه. ولذلك فهو يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات وخصوصا المتطورة منها، لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي العام وتشكيل الوعي الفردي والجماعي، وفي التأثير على الثقافة في أبعادها الأخلاقية والفلسفية ولا شك في أن الخطاب الإشهاري. يعد من الخطابات التي تتدرج في إطار الممارسة الثقافية كالخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري. فهو يؤثث فضاءات اليومية ويستهلك إلى جانب الخطابات الأخرى كما يكتسي طابعا ثقافيا يتمثل في مكوناته اللغوية والسميائية والتداولية. بالإضافة إلى أبعاده الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بالدعاية التجارية¹. فالإشهار يهدف إلى ممارسة مجتمعية بين الدلالي والمتداول للبحث عن جملة العناصر التي تجعل منه خطابا إشهاريا وسميائيا متداولًا بالنظر إلى صورته الثابتة والمتحركة لما تحمله من قوة في التبليغ وقوة في التواصل ليتم التأثير في المتلقي بما يحمله مضمونًا وشكلًا².

¹سعيدة كحيل، الترجمة الإشهارية بين نقل المعمار المصطلحي و تأويل الصورة، مرجع سابق، ص35.
²ينظر، عبد القادر سلامي، الخطاب الإشهاري بين علم الدلالة و التداولية، تلمسان، الجزائر، 2013، ص51.

المبحث السادس : تعريف الخطاب الإشهاري السياحي:

وإذا ما ربطنا مفهوم الإشهار بالسياحة فإننا نتحدث عن نوعية مخصوصة من الإشهار وهي الإشهار السياحي، ومن خلال التطرق إلى مفهوم اللغة ومفهوم الإشهار نجد أن الخطاب الإشهاري يعتمد على تقنيات تواصلية خاصة ويعتمد وسائل ومرجعيات لغوية ونصية وكلها تصب في محاولة إنشاء خطاب يدعم غاية إقناع المتلقي سواء أكان أجنبيا أم محليا. فالإشهار السياحي يعتمد على قاموس لغوي خاص فهو مجموعة من الوسائل والوسائط كالإشهار السمعي البصري التلفاز والكمبيوتر والصورة واللغة من أجل الإقناع بفحوى الرسالة وأهميتها لخدمة غرضه الخاص ولأجل خصوصياته وأهدافه و فق استراتيجية تسويقية دعائية خاصة. لذا يلعب الإشهار دورًا هامًا في إقناع الآخر بالخطاب الذي يعتمد على جملة من الصور و الرموز ومجموعة من العناصر السيميولوجية في علاقة بالمحيط الخارجي و بالمتلقي¹.

¹يامنة الجراي، لغة الإشهار السياحي، المجلة الثقافية الشهرية عود الند، العدد 78، تونس، 2012.

تعريف السياحة لغة : التنقل من بلد إلى بلد طلبا للتزهر أو الاستطلاع و الكشف.*

اصطلاحا : تعددت و تنوعت مفاهيم السياحة بمقدار تعدد أنواعها و تعدد الاختصاصات العلمية التي تتناول هذه الظاهرة بالدراسة و التحليل، و تصريف كل نوع يعتمد على الفرض الذي يقوم من أجله إلا أن الأكاديمية الدولية للسياحة تعرفها بأنها اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه و كل ما يتعلق بها من أنشطة و إشباع لحاجات السائح.*

* المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية ، مكتبة الشروق الدولية، ط، مصر، 2004، ص 467

** خليف مصطفى غرابية، السياحة البيئية، دار ناشري، دط، الأردن، 2013، ص 103.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

إنّ هدف الإشهار السياحي توجيه السائح إلى سلوك سياحي معين مؤطر ثقافيا و اجتماعيا ونفسيا بمنطلقات حضارية عامة لصاحب سياحة أو الساهر على تنظيمها من خلال الخدمات المبرمجة في رحلة معينه مما يكسبه جذب أكثر عدد ممكن من السياح . "فالطريقة التعبيرية التي يسلكها مبدع الخطاب طريقة مرنة تجمع طول الدرب والممارسة اللغوية؛ والتمكن الواضح من أساليب التسويق المتداولة. لأجل الإقناع التأثير والاستمالة¹.

¹نقل عن، جلال خشاب، تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي-مقاربة سيميائية، السيمياء و النص الأدبي، العدد 5، بسكرة، الجزائر، 2008، ص 236.

تعد السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا التي تبتثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و تغير الهواء، و إلى مولد الإحساس بالشعور و البهجة و المتعة ، و الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة. و أيضا نمو الاتصالات و خاصة بين الشعوب فهي نشاط يقوم به فرد أو جماعة أفراد يحدث عنه انتقال من مكان معين أو عدة أماكن أو بغرض الترفيه. و ينتج عنه الاطلاع على الحضارات و ثقافات أخرى لالتقاء بشعوب و جنسيات متعددة. أو ساط مختلفة من الجماعات الإنسانية و هي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة و الصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة و ثمرة تقدم وسائل النقل . *

كما عرفت بأنها : ذلك النشاط الحضاري و الاقتصادي و التنظيمي بانتقال الأفراد إلى بلد غير بلدهم ؛ و إقامتهم فيه لمدة لا تقل عن 24 ساعة لأي غرض ما عدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار* هي عملية انتقال وقتية يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم (سياحة داخلية محلية) أو بلدان أخرى (سياحة خارجية دولية).***

* أحمد الجلاّد، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 1988، ص 108.

** حمدي عبد العظيم، السياحة، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 1996، ص 15.

*** ينظر، خليف مصطفى غرايبة، السياحة البيئية، مرجع سابق، ص 102.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

لذا فالإشهار عامة شكل من أشكال الاتصال يقوم على استراتيجية لغوية واقتصادية واضحة المعالم تدغدغ عواطف المستهلك". مع مراعاة هتماماته ودراسة حاجاته من خلال خطاب يضع مكانة المتلقي في الحساب انطلقا من الإثارة والترغيب، وهي محطات تبدو صعبة المنال وعلى وجه الخصوص لدى منجز الخطاب وفي هذا الصدد يقول: الباحث "هاس" C.R.Haas: (إنه لا يتأتى للأديب تركيب خطاب إشهاري رغم مقدرته الإبداعية غير أن الأمر يستقيم لدى كاتب الإشهار من خلال جمعه وفي قياسية الكلمات والجمل قصد تشكيل خطاب إشهاري ناجح)¹. ولا شك في جعل الاتصال الإشهاري ذي تصميم مُعبر عن معناه ليكمل صياغة تدعم نوع الرسالة التي يقدمها موضوع الإشهار بفاعلية ونجاحه.

¹نقلا عن، جلال خشاب، تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي-مقاربة سيميائية، مرجع سابق، ص236.

المبحث السابع: مكونات الخطاب الإشهاري السياحي.

يتكون الخطاب الإشهاري من نسقين دلاليين أساسيين:

النسق اللساني والنسق الأيقوني البصري، أما النسق اللساني فتكمن أهميته بالنسبة للنسق الأيقوني، من حيث كونه يوجه القارئ نحو قراءة محددة، ويربط بين مختلف مقاطع النسق الأيقوني لاسيما عندما يتعلق الأمر بصورة ثابتة. إلا أن أهمية النسق اللساني تبقى رغم ذلك قاصرة أمام بلاغة الصورة فهي ذات التأثير الأكبر في نفس المتلقي، لتستوقفه ولتثير فيه الرغبة والاستجابة¹.

أ/ **العلامات الأيقونية:** تشكل مكونا أساسيا من مكونات الصورة الإشهارية لا باعتبارها تساعد على استنساخ الواقع وتقديمه فقط بل لما تضره كذلك من أبعاد إيحائية عديدة ومتشعبة لأن الصورة دائما تريد أن تقول أكثر مما تعرضه بالدرجة الأولى أي على مستوى التصريح². و للاقترب أكثر من خصوصيات هذا المكون الهام، يقترح "عبد العالي بوطيب" دراسة مستويين مختلفين:

1 مستوى الموضوعات.

2 مستوى وضعية النموذج.

¹ يامن عيسى خضور، الخطاب الإشهاري دراسة سيميائية معمقة، المدونة الأكاديمية للأدب و النقد، 4 يوليو 2011 ص10. - Dr.cheikh.blogspot.com.
² ينظر، عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، مجلة علامات، كلية الآداب، العدد 18، مكناس، المغرب، 2002، ص122.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

1/ مستوى الموضوعات: يتم فيه التركيز على الموضوع المصور مع وصف دقيق ومركز لجزئياتها الحاضرة والمغيبية؛ وما تحمله من أبعاد تعبيرية محددة في سياق سوسيو ثقافي معين.

2 /- مستوى وضعية النموذج: يتعلق الأمر بدراسة الطريقة الخاصة المعتمدة في عرض الموضوعات. وتوزيعها داخل مجال الصورة الإشهارية؛ أو ما يسمى باسنيوغرافيا* لتحديد أبعادها التعبيرية، وما تضرر من تسينات سوسيو ثقافية¹.

ب/العلامات اللغوية: إن الصورة الإشهارية الثابتة تعتمد على تمرير رسالتها على مجموعة مختلفة ومتكاملة من العلامات من بينها العلامات اللغوية. وتعود ضرورة حضور هذا المكون في بناء الرسالة الإشهارية لقدراته التواصلية الخاصة و الكفيلة بسد النقص التعبيري الملحوظ في الرسائل الأخرى وتحسين القراءة من كل انزلاق تأويلي محتمل من شأنه الإخلال بالهدف الأساسي للصورة².

فهي تجسد حياة الإنسان وتصرفاته في عناصر الطبيعية وثقافية مختلفة مما يبرز ذلك في طريقة حياته و ثيابه ومعمار... لتجسد الذات الإنسانية وارتباطها بالواقع .

¹ ينظر، عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، مجلة علامات، مرجع سابق، ص122.
² سنيوغرافيا: هي فن كل ما يتعلق بالرسوم المتواجدة على خشبة المسرح.
بلقاسم سلاطنية، سيميولوجيا الصورة الإشهارية، مرجع سابق، ص148.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

لذا يركز مفهوم صورة الذات وهو من المفاهيم الحديثة التي أوجدها التوجه الفكري. الذي اختص في دراسة المستهلك كفاعل اجتماعي وثقافي على حقيقة أساسية وهذا تمثيل للصورة الخاصة المطابقة لذات كل متعامل مع الرسالة الإشهارية. فهي عبارة عن نسخة مضاعفة للخلفية سوسيو ثقافية للمتلقي¹.

فهي تضمن تحقيق تمثيل الذات المستقبلية كما تكشف نمط المعيشة والمتغيرات الاجتماعية والثقافية للمتلقي.

إنّ الخطاب البصري هو لأبلغ تأثيراً من بين جميع وسائل الاتصال الأخرى. ولعل هذه الميزة هي أخطر ما في الصورة، إذ أن مظاهرها تعني بلا شك ممارسة نوع من العنف اللاأخلاقي المعلن ضد مجمل القيم الأخلاقية والثقافية فهي تخدش الحياء وتسيء للذوق العام².

مما يهدم قيم المجتمعات حتى وإن كانت بطرق غير مباشرة فهو يركز على الجانب العاطفي والشهواني للمتلقي مما يجعله يفتح على ثقافة الآخر، وتصرفه غير العقلاني يؤدي به إلى نتائج عكسية لاقتناء رغباته في ظروف معينة.

¹ ينظر،فايزة يخلف،مبادئ في سيميولوجيا الإشهار،مرجع سابق،ص92.

² كاظم مؤنس،خطاب الصورة الاتصالي،عالم الكتب الحديث اريد، الأردن،2008،ص89.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

إنّ للصورة مداخل ومخارج وأنماطاً للوجود وأنماطاً للتدليل. فهي نص وكل النصوص تتحد باعتبارها تنظيماً خاصاً لوحداث دلالية متخلية من خلال أشياء وسلوكات أو كائنات في أوضاع متنوعة إنّ التفاعل بين هذه العناصر وأشكال حضورها في الفضاء و في الزمان يحدد العوالم الدلالية التي تجبل بها الصورة فالصورة، خلافاً للنص الذي يتوسل باللغة في إنتاج مضامينه لا تستند في إنتاج دلالتها إلى عناصر أولية مالكة لمعاني سابقة، وإنما تستند إلى تنظيم يستحضر السنن التي تحكم هذه الأشياء في بنيتها الأصلية¹. فدلالة الصورة إذن تولد معنى يُرد إلى بنيتها الأصلية، و هذه الأخيرة تكشف عن أبعاد دلالية جديدة داخل الصورة.

فالصورة عبارة عن خطاب حرفي رمزي يرتبط ارتباطاً وصفياً بالواقع، فهي تقليد و تمثيل مجسد أو تعبير بصري معاد ومكرر، ينقل الذات حسب طبيعتها مما يجعل المتلقي يشكل عناصر تقريرية في فهم العلامات الإيحائية للتعايش في الصورة واللغة فالخطاب وليد الصورة منذ القديم أي بظهور الكتابة والكتاب حيث وقع تلازم بين الصورة والنص، كما تعززت علاقة الصورة بتطور أشكال التواصل، حيث أصبح من النادر مصادفة صورة (ثابتة أو متحركة). غير مصحوبة بتعليق لغوي سواء أكان مكتوباً أو شفهيًا².

¹ ينظر، سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية و التمثلات الثقافية، إفريقيا الشرق، دار البيضاء، المغرب، 2006، ص31-32.
² ينظر، بلقاسم سلاطنية، سيميولوجيا الصورة الإشهارية، مرجع سابق، ص156.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

فالصورة لوحدها خطاب ومهما أعطت من تفسيرات تبقى مجرد دلالات يمكن فهمها ويمكن قصدتها لتحقيق قيمتها. فلا يمكن للصورة أن تتحول نصًا إلا من خلال عملية انتقاء مزدوجة: انتقاء العناصر التي يجب أن تظهر في الصورة والعناصر الخفية منها ما يستلهم في تكوين النص وما يحضر في نص الصورة من خلال غيابه (أي إدراك كل شيء في ذاته. وفي علاقته بما يتطابق أو يتناقض معها)¹. و هذا ما يشكل فعلاً نصًا للصورة، وقدرته على إثبات الأشياء في إطار من التركيب والدلالة.

مادامت الصورة هي وليدة إدراك بصري فإن تمثيل الأشياء داخلها يعود على تحويل أنطولوجي لماهيات مادية وتقديمتها على شكل علامة و نظر إليها باعتبارها عناصر تدخل ضمن أنساق سيميائية وبعد الإدراك البصري نفسه بؤرة تجليها. لذا فإن التفاعل بين النظرة وبين معطيات التجربة الواقعية هو وحده الكفيل بتحويل الإدراك البصري إلى نموذج². فالأشياء لا تدل من خلال جوهرها ولا من خلال ماهيتها لأن الذات مجردة أمامها. فهي تصف تجربة إنسانية بكامل أبعادها الإيحائية و الرمزية مبينة بذلك وظيفته الإشهارية ومتغيرات البيئة المحيطة بها³.

¹ ينظر، سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية-الإشهار و التمثلات الثقافية، مرجع سابق، ص32.

² ينظر، المرجع نفسه، ص33

³ ينظر، سعيد بنكراد، و النجم إذا علا استراتيجية التواصل وبناء الهوية، مجلة علامات، العدد18، المغرب، 2002، ص45

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

فالهدف من هذه القراءة هو تحديد طبيعة الرابط الدلالي بين الهوية البصرية المنتقاة كشعار وكواجهة وكمميز، وبين العالم الثقافي الذي يحيل على الحالة الإنسانية التي يتم عرضها¹. فالمتلقى يستجيب لما تم طرحه بغي فهم دلالاته. ذلك أن انتقاء "موضوع" ما والتعامل معه كمميز، أي كبؤرة تنظيم حوله الوقائع التواصلية التي تجمع بين المؤسسة والمستهلك. ليس انتقاء محايدا فالشيء لا يمكن أن يلج العالم الإنساني إلا محملا بدلالات هي ما يحدد له وضعه ضمن العالم الإنساني². فهو يمكن من فهم ما يصبو لتمريره عبر هته الرسالة التي تربط بين المدلولات و هوية الشخص الذي يقدمها.

فدلالة الصورة وآلية إنتاج معناها تضمن نصًا ككل النصوص تتحدد باعتبارها تنظيمًا خاصا لوحدات دلالية متخلية من خلال أشياء أو سلوكيات أو كائنات في أوضاع متنوعة؛ ونجد ان الصورة تتعامل كما يتعامل اللساني مع نصه اللغوي كونه تنظيم دال ومكتفي بذاته³. فصورة تعتمد على تجسيد الحركة وتكسبها بكل انطباعاتها. إلا أنها تنقل أعماق النفس البشرية وما يرتبط بها من موضوع و كيفية التأثير فيه فهي تنقل لنا واقعا معاشًا ينتظره المتلقي.

¹ ينظر، سعيد بنكراد، و النجم إذا علا استراتيجية التواصل و بناء الهوية، مرجع سابق، ص45.

² ينظر، المرجع نفسه، ص46.

³ محمد خاين، العلامة الأيقونية و التواصل الإشهاري، الملتقى الدولي الخامس السيميائية و النص الأدبي، بسكرة، الجزائر، 2008، ص202.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

وبنفس المنطق يُستخدم وجه الإنسان وجسده ظلّه وقوفه وجلوسه ليرسم خطوط لصيرورة دلالية بالغة الغنى والتنوع. ويكتفي بالإشارة في هذا المجال إلى كل الدلالات التي يمكن الحصول عليها من خلال التنوع في الوضعية، وكذا من خلال شكل الحضور الجسدي¹. لندرك أن الإنسان لا يدلفي صورته على إنسانيته إنما يدل من خلال حضوره الجسدي. وعلى هذا الأساس فإن نظرتنا من هذه الزاوية تعد تقطيعاً لمدرّك يقوم به المتلقي المبصر لأفق تشكيله وخلق موضوع حسب نظره. فكل وضعية من هته الوضعيات تُدخل الصورة موقعا داخل نسقها الأصلي فالصورة لا تقوم بمحاولة اختراق تلك الأنساق وزحزحتها عن موقعها و تعديلها وإعادة النظر في نظامها فالمعنى ليس محايثاً لشيء ولا منبعثاً منه. فهو نتيجة اختراق إنساني لعالم الأشياء فالاستعمالات الرمزية والإيحائية وربما الوظيفية هي التي تحدد العمق الدلالي للشيء². و من هذا نجد أنّ الصورة ما هي إلا قراءة وتأويل لعالم الأشياء فهي بناء مزدوج أي بناء تقوم به عين المصور وأداته فتتظم عناصرها وترتيبها حسب الشكل والموضوع (...). لتقديمها للمتلقي في نمط خاص ليعيد بناءها من جديد ليصل إلى تاريخه وأصالته وأحلامه وأوهامه.

¹ ينظر، سعيد بنكراد، سيميائية الصورة الإشهارية و التمثلات الثقافية، مرجع سابق، ص34.
² المرجع نفسه، ص34.

المبحث الثامن: الهدف من الخطاب.

إن الهدف الأساسي من استعمال الكلام هو إيصال رسالة ما إلى شخص مُعَيَّن أو إلى مجموعة من الأشخاص، ولذلك فإن استعمال الكلام يستوجب وجود عنصرين لا يكون الحديث إلا بهما وهما المتكلم الذي يؤلف المرسله تبعاً لأهوائه و رغباته، والمخاطب الذي يقوم بفك رموز هذه المرسله لفهمها فلا بُدَّ إذن من أن تكون هناك مرسله يبيثها المتكلم ليتلقاها المستمع الذي قد يكون شخصاً حقيقياً أو وهمياً متخيلاً من قبل المتكلم، فهذا التواصل الخارجي لا يقوم إذن بوجود قطبي الحديث (المرسل و المرسل إليه) بالإضافة إلى ضرورة وجود مرسله تنتمي إلى نظام مشترك بين طرفي التواصل ليتمكن كل منهما من فهم الآخر وإفهامه، ويُمَيِّزُ " جاكبسون "نوعاً آخر من التواصل، يكون فيه المتلقي والمرسل شخصاً واحداً وهو ما يعرف بالتواصل الداخلي، كما يشدد على أهمية التواصل الخارجي في إيصال أفكاره للآخرين وتعامل معهم، فهو لا يفتأ يذكر الحوار الداخلي أيضاً فالتواصل مع الآخرين لا يكتمل إلا باستنباط اللغة، فمصطلح الخطاب إذن متعدد المعاني فهو وحدة تواصلية تبليغية ناتجة عن مخاطب معين موجه إلى مخاطب معين في سياق

معين يدرس ضمن ما سمي بلسانيات الخطاب.¹

¹ ينظر، نعمان بوقرة، المصطلحات الأساسية في لسانيات النص و تحليل الخطاب، عالم الكتب الحديث، ط1، عمان، الأردن، 2009، ص14-15.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

لذا على محلل الخطاب الأخذ بعين الاعتبار السياق الذي يظهر فيه الخطاب (والسياق لديهما يتشكل من المتكلم/الكاتب، المستمع/القارئ، والزمان والمكان)، لأنه يؤدي دورا فعالا في تأويل الخطاب. بل كثيرا ما يؤدي ظهور قول واحد في سياقين مختلفين إلى تأويلين مختلفين. فالسياق ذو دور مزدوج إذ " يحصر مجال التأويلات الممكنة (...). ويدعم التأويل المقصود " فنجد " هاريس "يصنف خصائص كما يلي:

أ- المرسل: وهو المتكلم أو الكاتب الذي ينتج القول.

ب- المتلقي: وهو المستمع أو القارئ الذي يتلقى القول.

ج- الحضور: وهم مستمعون آخرون حاضرون يساهم وجودهم في تخصيص الحدث الكلامي.

د- الموضوع: هو مدار الحدث الكلامي.

هـ- المقام: وهو زمان والمكان الحدث التواصلية، وكذلك العلاقات الفيزيائية بين

المتفاعلين بالنظر إلى الإشارات والإيماءات وتعبيرات الوجه

و- القناة: كيف تم التواصل بين المشاركين في الحدث الكلامي: كلام، كتابة، إشارة....

ز- النظام: اللغة أو اللهجة أو الأسلوب اللغوي المستعمل.

ح- شكل الرسالة: ما هو الشكل المقصود: دردشة، جدال، خرافة، رسالة غرامية....

ط- المفتاح: ويتضمن التقويم: هل كانت الرسالة موعظة حسنة، شرحا مثيرا

للعواطف...

ي- الغرض: أي أن ما يقصد المشاركون ينبغي أن يكون نتيجة للحدث التواصل¹.

¹ محمد الخطابي، لسانيات النص-مدخل إلى انسجام الخطاب، مرجع سابق، 52.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

يشير " هايمس " إلى أنه بإمكانه أن يختار الخصائص الضرورية لوصف حدث تواصلية خاص، بمعنى أن هذه الخصائص ليست كلها ضرورية في جميع الأحداث التواصلية ولكن "بقدر ما يعرف المحلل أكثر ما يمكن من خصائص السياق بقدر ما يحتمل أن يكون قادرا على التنبؤ بما يحتمل أن يقال"¹.

بما أن أحد أهداف اللغة هو إمكانية إيصال الفكر، فالكلام يفيد في نقل رسالة من المرسل إلى المتلقي إلا إذا كان هناك تلاعب بالكلمات. فينبغي أن يكون خطابه أحادي المعنى. والمتلقي يفك رموز الرسالة المتلقاة يفهمها طبقا لرغبة المرسل وإلا يجد نفسه في مواجهة مع الغموض واللبس. في هذه الحالة ينتبه لسياق النص فوق اللغوي ليستطيع فهم المعنى الأكثر ملائمة والأكثر صوابية أو الأكثر احتمالا للحقيقة، مع العلم بإمكانية بقاء شكوك عند المتلقي. يتعلق الاتصال إذا بسياق النصوص اللغوية وفوق اللغوية التي تُشكل وضع بيان. وعلى صعيد آخر كي يتحقق فعل الاتصال يجب على المرسل والمتلقي أن ينهلا من كفاءتهما بإتباع آليتين مختلفتين عينهما " بوتيه Pottier"².

¹ محمد خطابي، لسانيات النص مدخل إلى إنسجام الخطاب، مرجع سابق، ص53.
² ماجدة توماس حانسة، تر: شهرستان، اللغة و الاتصال في الخطاب متعدد المعاني، دار كيوان، ط، دمشق، سوريا، 2008، ص93-94.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

كما يلي: تعين الكلمة انطلاقاً من المفهوم **onomasiologique** وعكسها تعيين المعنى انطلاقاً من الكلمة **Séméiologique** فالمتحدث (أو المرسل) الذي ينطلق من تكوين مفهوم إلى الرسالة يتبع آلية تكوين الكلمة انطلاقاً من معناها أي **Onomasiologique**. بينما المستمع أو (المتلقي) الذي ينطلق من الرسالة باتجاه تكوين مفهوم منها يتبع آلية تكوين المفهوم انطلاقاً من الكلمة **Sémasiologique**. فتعدد المعاني يقع خاصة في مستوى الانطلاق من الكلمة نحو تكوين المعنى أي في مستوى المتلقي و المرسل يريد أن ينقل رسالة فيفعلها دون غموض. فهو يعرف ما يريد قوله ويانتقاء كلماته، يعطيها قيمة واحدة بينما يستمر احتمال اللبس للمتلقي إلى أن يتوصل لحسم الأمر بمساعدة عناصر لغوية وفوق لغوية¹.

¹ ماجدة توماس حانة، تر: ماري شهرستان، اللغة و الاتصال في الخطاب متعدد المعاني، مرجع سابق، ص 94.

المبحث التاسع: المقاربات المنهجية للخطاب الإشهاري السياحي.

إنّ ممارسة الخطاب لا تقتصر على إنتاج النصوص بل ترتبط أيضا باستهلاكها أي باستقبال الجمهور و تفسير النصوص التي تكوّن الخطاب؛ يقول "فيركلو": "إنّ بُعد ممارسة الخطاب للحدث الاتصالي يتضمن جوانب متنوعة من عمليات إنتاج واستهلاك النص. وبعض هذه الجوانب لها مواصفات مؤسسية بدرجة أكبر، بينما تكون الجوانب الأخرى عبارة عن عمليات خطابية بالمعنى الأضيق"¹. تلعب ممارسة الخطاب دور الوسيط بين البعد النصي والبعد الاجتماعي والثقافي، وبين النص والممارسة الاجتماعية والثقافية بعبارة أخرى يرتبط البعد الاجتماعي والثقافي بالبعد النصي، بطريقة غير مباشرة وذلك من خلال ممارسة الخطاب². لذا توجد عدة مقاربات منهجية متداخلة مع بعضها حسب الطبيعة الموسومة بها ولا يخلو أي خطاب إشهاري منها:

1- المقاربة الاجتماعية: تشير هته الطبقة إلى تجمعات أفراد متشابهين في الوضع الاجتماعي وينتمي هؤلاء الأفراد إلى طبقة اجتماعية من خلال التفاعل الرسمي غير الرسمي ومن خلال المشاركة في ذات الأهداف والاشتراك في الآراء عن البيئة المحيطة بهم³.

¹ نقلا عن، محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية و نماذج تطبيقية، مرجع سابق، ص102.

² ينظر، المرجع نفسه، ص103.

³ فائزة يخلف، مبادئ في سيميولوجيا الإشهار، مرجع سابق، ص80.

وهي أن كل جماعة أو طبقة اجتماعية تقوم بأنواع مختلفة من الأعمال تحصل على أشكال ومستويات متفاوتة من العائد المادي؛ كما يتم تقسيمها بصور مختلفة من حيث المركز الاجتماعي ودرجة أهميتها للمجتمع¹.

2-المقاربة اللسانية: أي دراسة الإشهار اللساني (الشعار التجاري) وهي

البوابة التي ندخل من خلالها عالم الإشهار، إذ قلما ما يوجد إشهار من دون لغة منطوقة أو مكتوبة بحسب ما تقتضيه الصورة الإشهارية في ثباتها وسكونها أو في حركاتها ونموها وتغيرها وتكتسي هذه المقاربة المنهجية الانطلاق من النظام أو الأنساق اللسانية فيبحث في المستويات الصوتية والصرفية والمعجمية والتركيبية والدلالات الناتجة عن هذه المستويات كلها. إلا أن أهمية النسق اللساني رغم ذلك قاصرة أمام بلاغة الصورة وأوليائها المتفاعلة المؤثرة فهي ذات التأثير الأكبر في نفس المتلقي حين تستوقفه لتثير فيه الرغبة و الاستجابة².

أ-المستوى الصرفي: ظل الصرف إلى فترة طويلة من نشأة الدراسات اللغوية يدرس في كتب النحو؛ حيث اختلطت مسائلها بعضها ببعض، وقد انفصل عنه أخيرا واستقل بكتبه التي كانت تقتصر على مسائله وحتى بعد هذا الاستقلال لا تعبر من النحاة من كانوا يصرون على الجمع بين النحو والصرف في مؤلفاتهم³.

¹فايزة يخلف، مبادئ في السيميولوجيا الإشهار، مرجع سابق، ص80.

²يامن عيسى خضور، الخطاب الإشهاري دراسة سيميائية معمقة، مرجع سابق، ص19.

³محمد علي كريم الدوين، فصول في علم اللغة العام، كلية العلوم و الآداب، جامعة ناصر، ط1، ليبيا، 2002، ص77.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشعاري السياحي

ومن هنا يمكن القول إن علم الصرف هو الذي يبحث فيه قيمة الكلمة العربية من حيث التجرد و الزيادة والصحة والاعتدال والاشتقاق والجمود¹.

ب-المستوى النحوي: فعلى المستوى تقدم لنا العربية مثلا آخر على استحالة العديد من الظواهر النحوية إلى أسباب دلالية أو وظيفية أي خارج لنظام نفسه ففعالية الاسم مثلا لا يمكن ردها بالفعل، أو الذي جرى عليه الفعل أو الأداة التي استخدمت لتحقيق الفعل². ومن المعروف أن علماء اللغة العربية قسموا الكلام على اسم وفعل وحرف وبينوا صفات كل واحد منها؛ ولا حظوا أن حركة الأسماء متغيرة وما خرج عن ذلك اعتبروه مبنيا فالمستوى النحوي يختص بتنظيم الكلمات في جمل ودراسة تركيب الجملة ويسمى بالإنجليزية **Syntax**³.

ج- المستوى الصوتي: تقوم اللغة على ربط مضامين الفكر الإنساني، بأصوات منطوقة تُحدها عملية الكلام وعلى هذا الأساس وظيفة إنسانية مكتسبة. غير غريزية وكلام بطبيعة الحال نشاط انساني يختلف اختلاف جوهريا من مجتمع لآخر لأنه ميراث تاريخي ونتاج اجتماعي إلى أجزائها الصغرى وهي أصوات⁴.

¹صبري متولى، علم الصرف العربي أصول البناء و قوانين التحليل، دط، دار غريب، القاهرة، 2002، ص10.

²محمد علي كريم الدوين، فصول في علم اللغة العام، مرجع سابق، ص77.

³سلمى بركات، اللغة العربية مستوياتها وأدائها الوظيفي و قضاها، دار البداية، ط1، عمان، 2008، ص22.

⁴فهد خليل زيد، الأخطاء الشائعة النحوية و الصرفية و الإملائية، دار اليازوري العلمية، دط، عمان الأردن، 2006، ص160.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشعاري السياحي

فاللغة إذاً مجموعة من الأصوات لكل منها مخرج وصفة وحرف يدل عليه عند الكتابة ويميزه من الأصوات. وأصوات اللغة تدرس اليوم في علم خاص هو علم الأصوات، يعرف به؛ ولكل صوت مخرجه وصفته وما يتعلق به، وتتم الأصوات اللغوية عند النطق بها مراحل ثلاث:

- مرحلة احداث المتكلم الصوت.

- مرحلة انتقال الصوت في الهواء (الموجات الصوتية).

- مرحلة استقبال السامع الصوت¹.

د- المستوى الدلالي: لقد كانت الدلالة فرعاً من فروع علم اللغة التي عرفها

العرب عندما جاءهم الإسلام وتحداهم القرآن ببيانه واعجازه حاملاً بين طياته ثورة

أدبية واجتماعية حيث تحداهم في أعز ما يملكون اللغة. فقامت الدراسات حول

هذا الكتاب المعجز تبحث في دلالات ألفاظه لتوضيح معانيه لأنه نزل بلغة القوم

فهو يتوقف على فهم لغتهم وأساليبهم في استعمالها². فاللغة وسيلة للتعامل ونقل

الفكر بين المؤثر والمتلقي وصدور الرموز الصوتية اللغوية لأداء معاني محددة

متميزة عنها المتحدث ويفهمها المتلقي معناه اتفاق الطرفين على استخدام هذه

الرموز للتعبير عن الدلالات المقصودة³.

¹ فهد خليل زيد ، الأخطاء الشائعة النحوية و الصرفية و الإملائية، مرجع سابق، ص160.

² نعمان بوقرة، المدارس اللسانية المعاصرة، مكتبة الآداب، القاهرة، مصر، ص22-23.

³ محمد فهمي حجازي، أسس علم اللغة العربية، دار الثقافة، القاهرة مصر، 2004، ص08.

3 - المقاربة النفسية: و تكتسب أهميتها القصوى في كون الخطاب الإشهاري يركز على إغراء المتلقي واستدراجه بأن يتسلط على الحساسية المتأثرة لديه ويهيمن على أفق انتظاره فيجعله لا يرى شيئاً غيره. فهو المناسب وهو الأجل والأحلى والأبهى وهو الجديد الذي لم يصنع من قبل بل صنع لأجل المتلقي دون غيره¹.

4- المقاربة التداولية: وتتمثل في كون الخطاب الإشهاري يهدف على تحقيق منفعة أو ربح أو فائدة ولا يكفي بتبليغ الخطاب فقط؛ وإنما يحرص على أن يلبس خطابه أجمل حلة من أجل تحقيق المبتغى². ويكون هذا في قوة التمريره ومحتواه الخبري الذي يعمل على جذب المتلقي ويربطه تماما بالخطاب مما يجعل دوره مهما في فاعلية الاشهار.

ذلك أنّ التداول محتواه تواصلية لارتباطه بالاجتماع البشري فهو أساس نظام للتواصل بقدر ما هو منظومة للاتصال. وبهذا المعنى يلبس الفعلَ التواصلية أي نشاط مجتمعي. فكيف ونحن اليوم في عصر يشهد ثورة في المعلومات والاتصال والتواصل يكون على مستويين، إذ هو يتم في الزمان أو في المكان³.

¹سراج أحمد، دور الصحافة في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة دراسات عربية، العدد7، مايو1985، ص44.

²ينظر، المرجع سابق، ص44.

³علي حرب، العالم و مازق منطق الصدام و لغة التداول، مرجع سابق، ص155

أما التواصل للزماني فهو ذو بعد واحد لأنه يؤمّن للاستمرار من جيل للآخر عبر نقل المكتسبات أو التقاليد والأعراف. أما التواصل المكاني فإنه ذو بعد مزدوج لأنه يتيح التفاعل بين الأفراد والقطاعات، عبر تبادل المعلومات والخبرات أو المنتجات والخدمات¹. وهذا كله يعتمد على نوعية الخطاب المنتج الذي يتم تقديمه للمتلقى.

ويبرز ذلك في لغته المكثفة وجمله المختصرة وكلماته المشعة البراقة التي تتوجه نحو المستقبل فهو الذي يعنيها أكثر من غيره ولا تتوجه نحو الماضي إلا بما يخدم مصلحة الإشهاري ويتعلق بمستقبل المتلقي².

5- المقاربة الثقافية: إنّ الثقافة هي الأخرى قد تبنته، وأوجدت ما نسميه بالعلومة الثقافية. لتأتي الصورة في طليعة هذه الثقافة ولأننا معنيون أكثر من غيرنا في الحديث عن الصورة فقد وظف المصطلح من بين ما وظف فيه تبرير وتمير الكثير من البرامج والمخططات التي ينجح الخطاب التقليدي السائد في تحقيقها وفي أغلب الأوقات فإن الفرد حين يتصرف بطريقة معينة فهو لا يدري أنه واقع تحت تأثير معتقدات وآراء ثقافية معينة تناسب البيئة التي يعيش فيها³.

¹ علي حرب، العالم و مازق منطق الصدم و لغة التداول، مرجع سابق، ص 155.

² سراج أحمد، دور الصحافة في تشكيل الوعي الاجتماعي، مرجع سابق، ص 44.

³ ينظر، فايزة يخلف، مبادئ في سميولوجيا الإشهار، مرجع سابق، ص 92.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

وقد لا تتاح له فرصة لتغيير معتقداته، إلا إذا خرج عن نطاق ثقافته و الاتصال بثقافات مجتمعات أخرى.¹ لذا نجد المجتمعات العربية مرتبطة أشد ارتباط بالواقع فهو يعد مرآة عاكسة لما يحدث في المجتمع ولا يسعنا أن نغير هته المعتقدات إلا إذا خرجنا من دائرة هذا الواقع.

تظهر أهميتها باعتبارها متغيرا أساسيا في دراسة أنماط المعيشة وفي تحديد السلوك. وتصرف الفرد، فهي عامل بيئي هام له تأثير بعيد عن الدوافع والرغبات واتجاهات الفرد وخصائص شخصيته وكيفية إدراكه.² لذا يعد الإشهار نوعًا من أنواع الاتصال بين الفرد ومجتمعه وذا علاقة وطيدة تظهر في الأثر الذي يحدثه في المجتمع. فهو يتلاءم مع ظروف الناس وقيمهم ويمكن أن يكون كذلك سلاحا ذا حدين في التأثير على فكر المجتمع وتنوير ثقافتهم بالسلب أو الإيجاب فهو يقلل من حرية المستهلك.

6-المقاربة السيميائية: وهي أهم المقاربات وأنسبها لتحليل الخطاب الإشهاري إلى

جانب المقاربة التداولية، لأنها تجمع بين الصوت والصورة والموسيقى والحركة والأداء واللون والإشارة والايقونة والرمز واللغة والديكور.³

¹ ينظر،فايزة يخلف،مبادئ في سميولوجيا الإشهار،مرجع سابق،ص92.

² ينظر،مرجع نفسه،ص93.

³ ينظر،بشير إبرير،بلاغة الصورة و فاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري(نظرة سيميائية تداولية)الجزائر.

www.startimes.com.2015/04/10-16

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

لأنها تشترك في نشر الخطاب الإشهاري وخصوصا السمعي البصري¹. كما

نجد المقاربة السيميائية تشمل كل المقاربات السابقة وخصوصا التداولية منها.

لذا يمكننا تقسيم المقاربات إلى طبيعتين: طبيعة سياقية وتشمل المقاربة

الاجتماعي ونفسية، أما الطبيعة الثانية فهي نصية محايدة وتشمل مقاربة لسانية

وتداولية وسيميائية أما المقاربة الثقافية فتبقى مشتركة بين الطبيعتين.

تعد اللغة احدى أنظمة العلامات التي يستعملها الإنسان لتجسيد قصده وتحقيق

هدفه من إفهام وفهم بين أطرافه، من جانب وتحقيق أهميتها عن جانب آخر أهميتها

بيد أنّ أهميتها تتجاوز ذلك إلى أنها هي الأداة الأهم؛ فلا يقتصر دورها على وظيفة

نقل الخبر، أو وصف الواقع بل ينجز الانسان بها أعمالا لا يستطيع من دونها إنجاز

ذلك. وبما أنّ اللغة هي الشفرة الرمزية المهيمنة في العملية التواصلية من وجهة نظر

تداولية. ورغم طبيعة اللغة التي هي مادة الخطاب، إلا أن استعمالها هو الذي يخرجها

من حالة سكون، كما يتم التبادل به ليس لغة حسب سوسيور، بل خطاب يستلهم

المعنى من الخارج أي من السوق اللغوي. ليكسبه قيمة رمزية تتبع من التجارب الفردية

ومن التضمني والإيحاء يبني التواصل بين المتحدثين كونهم ممثلين اجتماعين على

مبدأ الحوار وتعدد الأصوات².

¹ ينظر، بشير إبرير، بلاغة الصورة و فاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري (نظرة سيميائية تداولية)، مرجع سابق.
² عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، مرجع سابق، ص25.

الفصل الأول في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الإشهاري السياحي

لذا نجد أنّ الهدف الأساسي من الخطاب هو تأثير في المتلقي أكثر من خطاب نفسه فهو يعتمد على استقطاب المتلقي من خلال أشكاله المتنوعة، لتمير رسالته بطرق مباشرة وغيرها. كالخطاب المكتوب والمسموع والمرئي بهدف اقناع المتلقي بهته الرسالة ويكون بذلك أدى هدفه التواصلي. ووظيفته الخطابية باعتبارها تقدم علاقة تحدد في الأصل بينه وبين المتلقي. فمجال الكتابة والقراءة مستهلك في حاضرنا لأنه يدفع إلى التفكير في كتابه هذا النشاط والتطبيق عليه هذا ما جعل العمل السياحي يستمر رغم التحولات البارزة في عصرنا، وبهذا يكون قد قدم انطبعا عن الهوية الفردية والجماعية للذات الانسانية مما يكسبه أثرا قابلا لاحتوائه من طرف الخارج في تحريك عواطفه وأحاسيسه ليقدم بذلك خطوة نحو المستقبل وتفكيره بالإنتاج الأفضل، فالصورة الخطابية باعتبارها أثرا يضاعف إنتاجه ويدعم واقعه كبنية مغلقة لتترك بذلك بصمة في شخصيته ليتأثر بإنتاجها ويتحقق المراد.

الفصل الثاني:آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي.

المبحث الأول: آليات الوظيفة التمريرية.

المبحث الثاني:الأشكال الاتصالية للخطاب الإشهاري.

المبحث الثالث:الأشكال في الصورة الإشهارية.

المبحث الرابع : ثنائية الجسد و المرأة في الصورة الإشهارية السياحية.

المبحث الخامس: رمزية الأجيال .

المبحث السادس:الخطاب المرئي.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

المبحث الأول آليات الوظيفة التمريرية.

لا يمكن الكشف عن متضمنات التلطف إلا بمعرفة القواعد والقوانين التي تميز الخطاب وتحركه. أي أن هناك قوانين تدخل في طريقة استعمال وتوظيف المعنى الضمني في المخاطب، لأن المخاطب لا يلجأ إلى الأقوال الصريحة للتلفظ بها، بل يسعى من توجيه المخاطب أو المستمع إلى التفكير في الشيء غير المصرح به. فلكي يحقق الخطاب فعاليته يعتمد المخاطب عناصر تجعله يتوجه إلى التلميح أي يقول ما يرغب فيه دون أن يصرح بذلك، وما على المتلقي إلا إدراك مآل أقواله دون الإفصاح بدوره. ففي أغلب الأحيان "لا يكتفي الإنسان بظاهر الكلمات عند التعامل مع الناس ولكن يتساءل أحيانا عن مقصد هذه الكلمة أو تلك"¹. ذلك أنه ليس كل ما يتلفظ به الفرد واضحا لكنه يلجئ إلى عدة أساليب يجعل بها كلامه سديما يستدعي لفك سدامته عدة آليات.

وهذا المظهر يسميه علماء الدلالة بالافتراض المسبق *Présupposition* وهو مرتبط أشد الارتباط بقانون الأخبار والشمولية، ففي الافتراض المسبق يعتقد المخاطب ما يذهب إليه ويؤكدده. في حين يهدف المخاطب في استعانتها بالأقوال المضمرة *Les sous-entendus* إلى توظيفها حسب ظروف الخطاب².

¹ ينظر، ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلطف و تداولية الخطاب، مرجع سابق، ص177.
² المرجع نفسه، ص177.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

فالخطاب مستويان: المستوى الظاهري، والمستوى الباطني (غير الظاهر). فإذا كان المتلقي لا يستطيع أن يطلع من عالم معارف المخاطب إلا على ما يرد على لسان هذا الأخير فإن قسما كبيرا من عالم المعارف هذا يبقى مجهولا لدى المستمع المتلقي، وبالتالي يبقى غير فعال على تفكيره. بينما هو عند المخاطب جزء من كل يندرج فيه مع سائر الأجزاء وينسجم معها عند جريان التفكير لديه¹. يعبر الضمني عن محتوى موجود في الملفوظات بصفة غير مباشرة، وكونه بدون دال يميزه فإن محتواه مرتبط بالمحتوى الصريح الذي يتميز بدّاله الخاص، وبذلك يمكن اعتبار المحتوى الأول أنه موجود ضمنيا ولكنه غائب على السطح. وبذلك يكون من الصعب الكشف الضمني الذي لا يجد مكانته بسهولة في خطاب يريد أن يكون صريحا و مباشرا².

لذا نستنتج من أن الأقوال المضمرة تحتوي كل الأخبار القابلة لأن تكون محمولة بواسطة الملفوظ؛ فهي تقوم على قصدية المتكلم Intention. و حدس المخاطب الذي يلجأ إلى حسابات التأويلية Calculs interprétatifs لفك رموزها. إن اللجوء إلى استخدام الأقوال المضمرة قد ترجع إلى أسباب كثيرة تمنع المخاطب من التصريح وقد تكون محددة في مقام التواصل ووظيفة العلاقة التي تربطه بالمخاطب³.

¹ ينظر، ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ و تداولية الخطاب، مرجع سابق، ص178.

² ينظر، المرجع نفسه، ص178.

³ المرجع نفسه، ص178.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشعاري السياحي

إن استعانة المخاطب بالضماني كان بهدف تمرير خطابه إلى المتلقي كحيلة لبلوغ الغايات المنشودة. منها تحسيس المتلقي بالمكانة التي يحتلها ضمن التاريخ الماضي والحاضر كما أنه لا يمكن لأي خطاب الاستغناء عن الافتراض المسبق ذلك أنه باحتوائه على معطيات يعرفها كل من المتكلم والمخاطب لا يعني إلغاء أهميته أو نفيه ولكن يعتبر القاعدة الأساس التي يركز عليها الخطاب في تماسكه العضوي حتى أن "ديكرو" يقول: «أما الافتراضات المسبقة فإن كان لها وظيفة فهي تمثل الشرط الأساس للتماسك العضوي للخطاب»¹. وجود الوظيفة علّة في تماسك الخطاب.

يرى تشو مسكي أنه ليس ثمة ما يثبت أن الوظيفة تحدد البنية ويمكن بالتالي خلافاً لما ذهب إليه فلاسفة اللغة بأن دراسة بنية اللغة دون الانطلاق من وظيفتها كما يمكن للفزيولوجي أن يدرس بنية القلب دون أخذ وظيفته (ضخ الدم)².

بعين الاعتبار وعلى العكس من هذا من ينطلق في دراسة اللغة الطبيعية من مبدأ

الوظيفة التواصلية لتحديد بنية اللغة.³

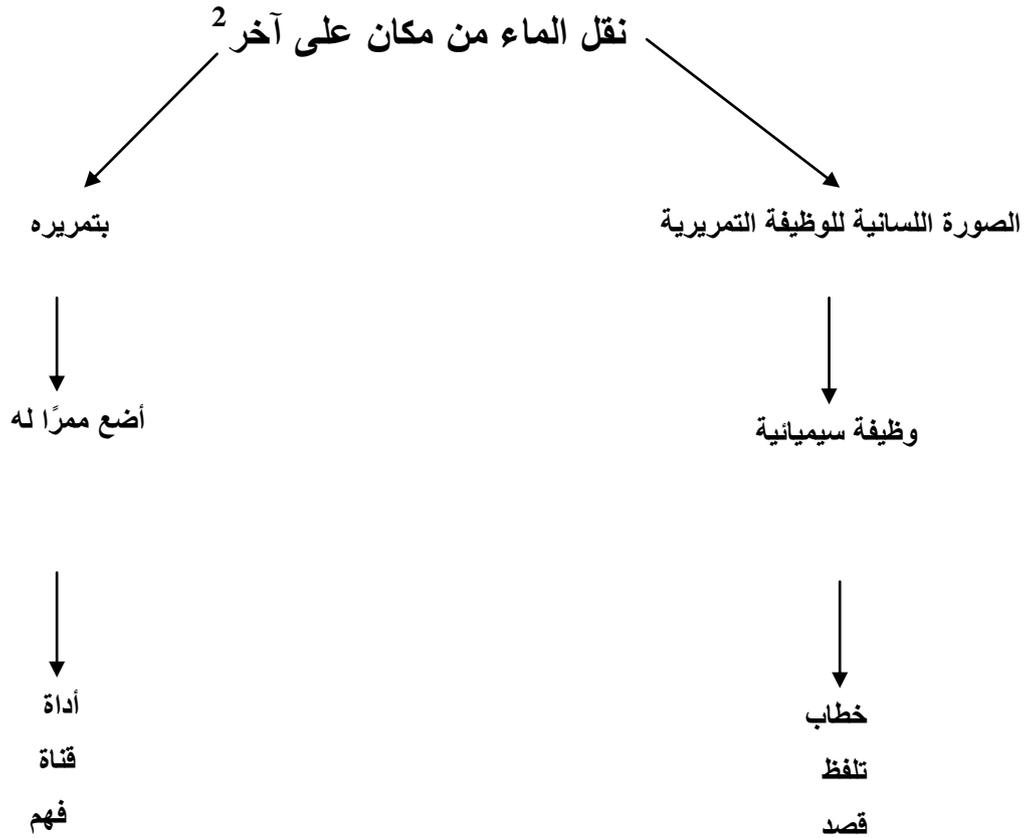
¹ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ و تداولية الخطاب، المرجع سابق، ص178، 179.

²المرجع نفسه، ص179.

³ينظر، أحمد المتوكل، اللسانيات الوظيفية، مرجع سابق، ص56.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

إن كل أداة من الأدوات التي يستعملها البشر تأخذ البنية التي تلائم الوظيفة المستعملة من أجلها، و لتوضيح وجوب ملائمة بنية الأداة لوظيفتها يعطي " فان ديك " مثالا عن الحضارات الإنسانية شكل نقل الماء من مكان إلى آخر فاضطر إلى صنع أدوات معينة لحل هذه المشاكل.¹



¹ ينظر، أحمد المتوكل، اللسانيات الوظيفية، مرجع سابق، ص56.

² المرجع نفسه، ص57.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

المبحث الثاني: الأشكال الاتصالية للخطاب الإشهاري السياحي:

إن العمليات الاتصالية تمثل في حقيقتها شكلا من أشكال الاتصال بين الأفراد أو الجماعات لتلعب اللغة والمشاعر دوراً خطيراً في فهم المتلقي و استجابته على مستوى تفسيره لرموز وإشارات يتلقاها من المرسل، فمن الطبيعي أن يكون المخ مركز الإدراك التفسير واطدار لجهاز الحركي الذي يقوم بأداء أنواع مختلفة من الاستجابات والنشاطات فثمة حقيقة واضحة أن مجمل العمليات الاتصالية على اختلاف أنواعها إنما تتوقف على إيصال الرموز إلى للآخرين¹.

هذه الرموز من خلالها يتوحد الفهم المشترك للمعنى الذي يحملها. فما الاتصال إلا عملية حمل لهذه الأخيرة. " لتشكل مرجعية سائدة على المستوى النفسي والفكري؛ الذي يعيش في ظلّه الإنسان مع العالم الخارجي. الذي ينعكس في علاقات اجتماعية للسيطرة على البيئة كيفما كان نوعها وشكلها الثقافي².

لقد أضحت حضارة اليوم على مستوى عال من التركيب والتعقيد. وبهذا فهي من المظاهر الصعبة المتمثلة في حصر الاتصال الشخصي بين الافراد إلا أن هذه المفارقة تلغي الحواجز الجغرافية وتحقق اتصالا مباشرا بين أغلب البلدان و المناطق ليتم التبادل في مختلف الحضارات والثقافات .

¹ ينظر، كاظم مؤمن، خطاب الصورة الاتصالي و هذيان العولمة ، مرجع سابق، ص55.

² ينظر، مرجع نفسه، ص55.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

حيث يتلقى الجميع نفس الرسالة وستكون بالضرورة مفهومة من قبل الملايين على اختلاف ثقافتهم وطبائعهم ومعتقداتهم، ويرجع ذلك لفضل الصورة التي تصل إلى الجميع بشكل منظومة كاملة من الرموز والإشارات الحاملة لجملته من المعاني والأفكار والمضامين والتي تحدد نوعية الرمز¹. لمحاولة رسم شتى السياقات التي يستعمل فيها الخطاب. وذلك من أجل تشكيل ما يُحتمل من معانيه. إن ما يميزه إلى حد كبير بين مختلف دلالات المصطلح هو ضوابط وقواعد المجالات التي يستعمل فيها. ليركز مجال تحليل الخطاب على بنية اللغة المحكية المستعملة في ظروف طبيعية. كما نجد ذلك في بعض الخطابات كالمحادثات والاستجابات والتعليق والخطب بينما يركز مجال تحليل النص على بنى اللغة المكتوبة ومن أمثلة ذلك المقالات اللافتات سياحية وإشارات المرور وغيرها.

فموقف المتكلم يمكن أن يتأثر بالنسبة للموضوع بعوامل أخرى مقاميه كالشروط والعلاقات التي تربطه بالمخاطب ويمكن أن نميز مبدئياً بين الموقف وهذه العوامل المساعدة كأن يتحاشى مثلا بعض المتكلمين استعمال كلمات محظورة في مقامات محترمة، أو في مقامات عائلية عندما يوجه كلامه للجنس الآخر. في حين يستعملونها بحرية بالنسبة لنفس الموضوع في محاورات عائلية مع أعضاء من نفس الجنس².

¹ ينظر، كاظم مؤمن، خطاب الصورة الاتصالي و هذيان العولمة، مرجع سابق، ص55.

² نور الدين رايبص، اللسانيات المعاصرة في ضوء نظرية التواصل، عالم الكتب

الحديث، ط1، أربد، الأردن، 2014، ص174.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

إذ يمكن أن يكون استعمال مثل هذه الكلمات يكشف عن موقفهم إزاء موضوع التماور¹. فالخطاب اتصال لغوي يُعتبر صفقة بين المتكلم والمستمع ونشاطاً متبادلاً بينهما تتوقف صيغته على غرضه الاجتماعي. بينما يعتبر النص ببساطة اتصالاً لغوياً (محكياً كان أو مكتوباً) لتقنن رسالته المسموعة أو المرئية. فكل عبارة تفرض نية تأثير المتكلم في السامع كيفما كان شكل الخطاب.

ومن زاوية أخرى يجب مقارنة الصورة الإشهارية، وكشف عن طريقتها التي تبنى عبرها الإرسالية المتنوعة. فالتفكير في الصورة الإشهارية لا يمكن أن يتم بعيداً عن نمط بناء العلامة البصرية ذاتها، ذلك أن تحديد أنماط التدليل الخاصة بالصورة الإشهارية لا يمكن أن يتم إلا بوجود موضوعات الأشياء الثقافية التي تنتجها الممارسة الإنسانية وبعيداً أيضاً عن النماذج الاجتماعية المرتبطة بها². فهي لا تملك إلا وظيفتها، لأنها محددة لغاية تتجاوزها. فمضمون بصري ولساني حامل لواقعة ابلاغية قد تمت بلورتها داخل إطار تتداخل فيه مجالات متنوعة منها الاقتصادي والاجتماعي والنفسي³. فاهتمامه الأول ليس الجانب الجمالي في الدال الأيقوني الحامل للإرسالية الإشهارية؛ بل قدرته على تفسير حالة ثقافية للمتلقى في شراء منتج ما.

¹ نور الدين رايس، اللسانيات المعاصرة في ضوء نظرية التواصل، مرجع سابق، ص 174.
² ينظر، سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية "الأشهار و التمثلات الثقافية"، مرجع سابق، ص 36.
³ المرجع نفسه، ص 36.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

فالصورة هي الغاية الكلية لإرسالية الإشهارية وعلى هذا الأساس فهي لا تترك إلا ضمن نسق كلي يجزأ وفق وجود قوانين فرعية تُمنح للعنصر كونه مغلق الدلالة لتعيده إلى أصله و لتقذف به إلى دائرة الأنثروبولوجيا الإنسانية.

ومن هنا فإن الصورة لا ترتبط بما هو خارجها ارتباطا كليا ب (وضع نية كلية في مقابل نية كلية أخرى). وإنما يتعلق بربط يتم من خلال مواجهة سلسلة من الأنساق (وهي أنساق توجد خارج الصورة) بنسق واحد (هو نسق الصورة)¹.

عبر تحديد انتماء كل عنصر من عناصر الصورة على النسق الذي يدل داخله. وسيكون تنظيم الصورة (أي تنظيم الدال أو الدوال الأيقونية) ونمط توزيع الوحدات المكونة لها هما المتحكمين في عملية إنتاج المعنى وتحديد طبيعته².

فكتابة النصوص الإشهارية أو كتابة صورة أو تحرير الإشهار يتألف من كلمات تهدف لترويج شخص أو مؤسسة أو منتج أو رأي أو فكرة. وقد يستخدم كلمات أو مادة مكتوبة كنص مستقل أو كإشهار يُبث من خلال المذياع أو التلفزيون، أو ينشر عبر مختلف المنتجات الدعائية المطبوعة أو المصورة أو المكتوبة. فالهدف الرئيسي من كتابة هذا النص الترويجي هو إقناع المستمع والقارئ والمشاهد بشراء منتج ما والاشتراك في خدمة ما أو إتباع وجهة نظر معينة أو العكس لدفعه ترك فكرة أو سلوك³.

¹ سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية "الإشهار و التمثلات الثقافية"، مرجع سابق، ص36

² المرجع نفسه، ص37

³ ينظر، بلقاسم سلاطنية، سيمولوجيا الصورة الإشهارية، مرجع سابق، ص107.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

فالبناء الدلالي الذي يتأسس انطلاقاً من نظام الأشياء التي لها حدود تتجاوز المعطى المباشر لما تقدمه الصورة للكشف عن خبايا الإرسالية الإشهارية، فما يمثل في الصورة لا يمثل في الشيء المدرك بالواقع¹.

ويمكن تحديد الصورة الإشهارية باعتبارها استعادة للموضوعات الثقافية المتداولة بين الناس.

إنّ الكلمة أو الأيقونة على حد سواء فكلاهما وسائل منتجة للمعاني ومن دونها لا يمكن للعملية الاتصالية أن تقوم أصلاً، كما يمكن أن تحقق أهدافها. لذا فالرموز هي العمود الفقري للاتصال بالمتلقي. لأنها تحقق أغراضه فالإنسان لا يستطيع التعبير عن أفكاره إلا عن طريق وسيط مادي قادر على التعبير السليم في الأعمال أو الرسائل الاتصالية². التي لا بد أن تتجسد بصورة ما، ومن هذا التجسيد لا يمكن لأحد أن يعرف مضمونها، ليرز دور اللغة باعتبارها منظومة رمزية فما الحروف والألفاظ إلا أساس مادي مطلق في الاتصال³.

لتظل قائمة بين قطبين هما المرسل الذي يرسل الرموز وعن طريق وسيط للمتلقي يقوم باستقبالها لتحليلها وتفسيرها.

¹ ينظر، سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية "الإشهار و التمثلات الثقافية"، مرجع سابق، ص56.

² كاظم مؤمن، خطاب الصورة الاتصالي و هذيان العولمة، مرجع سابق، ص56.

³ ينظر، المرجع نفسه، ص56.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

فعمليتي الإرسال والتلقي ما هما إلا عمليتان عقليتان يتشارك فيهما المرسل والمرسل إليه للحصول على أفضل تشكيل لغوي لتعبير عن المعاني والمضامين في الرسائل الاتصالية المتبادلة بينهما. فالمرسل يشكل رسالته التي تحمل مضامين معينة ليقوم ببثها على المتلقي مما يحقق أهداف يرومها. و بهذا يكون قد استجاب بشكل تعبيرى عليها¹. فكل عملية تعبيرية تحوي معاني و رموز لفظية وغير لفظية كما هو الأمر في التلفزيون والسينما.

لذا فالخطاب البصري والسمعي يكتمل بتزواج كلا من عنصري الصوت والصورة، فيصبح كل تشكيل بصري تشكيل سمعي².

ونظرا لاقتحامه أهم أوساط الحياة الإنسان المعاص. بكل ما فيه من وسائل سمعية وبصرية، لذا فإنه بدا للبعض أنه يزاحم الفنون الأخرى المكتوبة والمرئية على حد سواء. فالإشهار يفرض نفسه حتميا على الناس في المجتمع الرأسمالي الحالي. ولأن الحاجة إلى استمراريته أضحت أمرا ضروري لضمان وترويج السلع مما قاده إلى التفنن والإبداع في مختلف وسائل التعبير من أجل شد الانتباه وجذب المتلقي³.

¹كاظم مؤمن، خطاب الصورة الاتصالي و هذيان العولمة، مرجع سابق، ص56.
²ينظر، سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية "الاشهار و التمثلات الثقافية"، مرجع سابق، ص57.
³ينظر، حميد الحمداني، مدخل لدراسة الإشهار، مجلة علامات العدد18، المغرب، 2002، ص76.75.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

لذا يمثل الخطاب الإشهاري " نوعاً من أهم أنواع الخطاب في عامة الاتصالات بالحياة الإنسانية بشكل مباشر فيؤسس القيمة الاجتماعية والأخلاقية والحضارية"¹. ناهيك عن قيمته التجارية المباشرة .

فهو وإن ارتبط ارتباطاً وثيقاً بالدعاية بمفهوم عام، إلا أنه ممارسة اللغوية والأيقونية فهو قيمة ثقافية ذات سمة إيديولوجية غالبية تحاول أن ترسخ لدى المستقبلين"². مما يبرز أهميته وهدفه نحو المتلقي وبعده السوسيو اقتصادي الذي يوجد خارجه، ويكون هذا النسيج داخل خطابه الإشهاري. فالقيمة الإقناعية للصورة الإشهارية، لا تتحقق إلا في ظل نسق لغوي، فأنظمة الحركة واللباس والموسيقى لا تكفي لوحدها لتصبح اللغة ذات دور دال لها واكتسابها علامة لسانية وبلاغية.

فالغاية النفعية تجعلنا ننظر إلى الإشهار إذا ما أخذنا موضوعه الأساسي بعين الاعتبار وإذا أنه موجه إلى السلع أو الخدمات أو الأفكار التي يراد تسويقها، وقد قيل بأن الإشهار لهذا السبب لا يحتوى على النفي، ولا على النهي ولا على الاستتكار³.

ولكن هذا الرأي لا ينطبق على كل الخطابات الإشهارية، وإذا أردنا تبسيط المسألة نقول: أن الاستتكار والنفي والنهي يكون من نصيب كل السلع المغايرة وأن المدح والإثبات والتركية يكون من نصيب السلع الخاصة⁴.

¹ محمد خلاف، الخطاب الإقناعي الإشهاري نموذجاً ، مجلة دراسات أدبية لسانية، العدد 5-6، المغرب، 1986، ص74.

² المرجع نفسه، ص80.

³ ينظر، حميد الحمداني، مدخل لدراسة الإشهار، مرجع سابق، ص83.

⁴ المرجع نفسه، ص83.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

إذا توجه له عبارات تثير اهتمامه كمرحلة أولى بالتركيز على احتياجاته، ثم محاولة الإقناع بأهمية المنتج المقدم ودفعه لاتخاذ قرار الشراء أو التجربة بدافع ما تتوفر عليه السلعة من مزايا وغيرها.....

كما نجد أن فعالية النصوص الإشهارية وجعلها متمثلة فيما يلي:

- أن يكون البناء الفكري منطقي لنصها.

- اكتفائها بفكرة واحدة مقنعة.

- الاختصار الشديد.

- التركيز على مزايا والمعاني وليس الخصائص.

- العناية باللغة المستخدمة.

- التوجه إلى المستهلك بشكل فردي.

تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتستخدم في

ذلك:

- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.

- بناء النتائج على مقدمات. استحضر رواسب تاريخية والأسطورية ودينية .

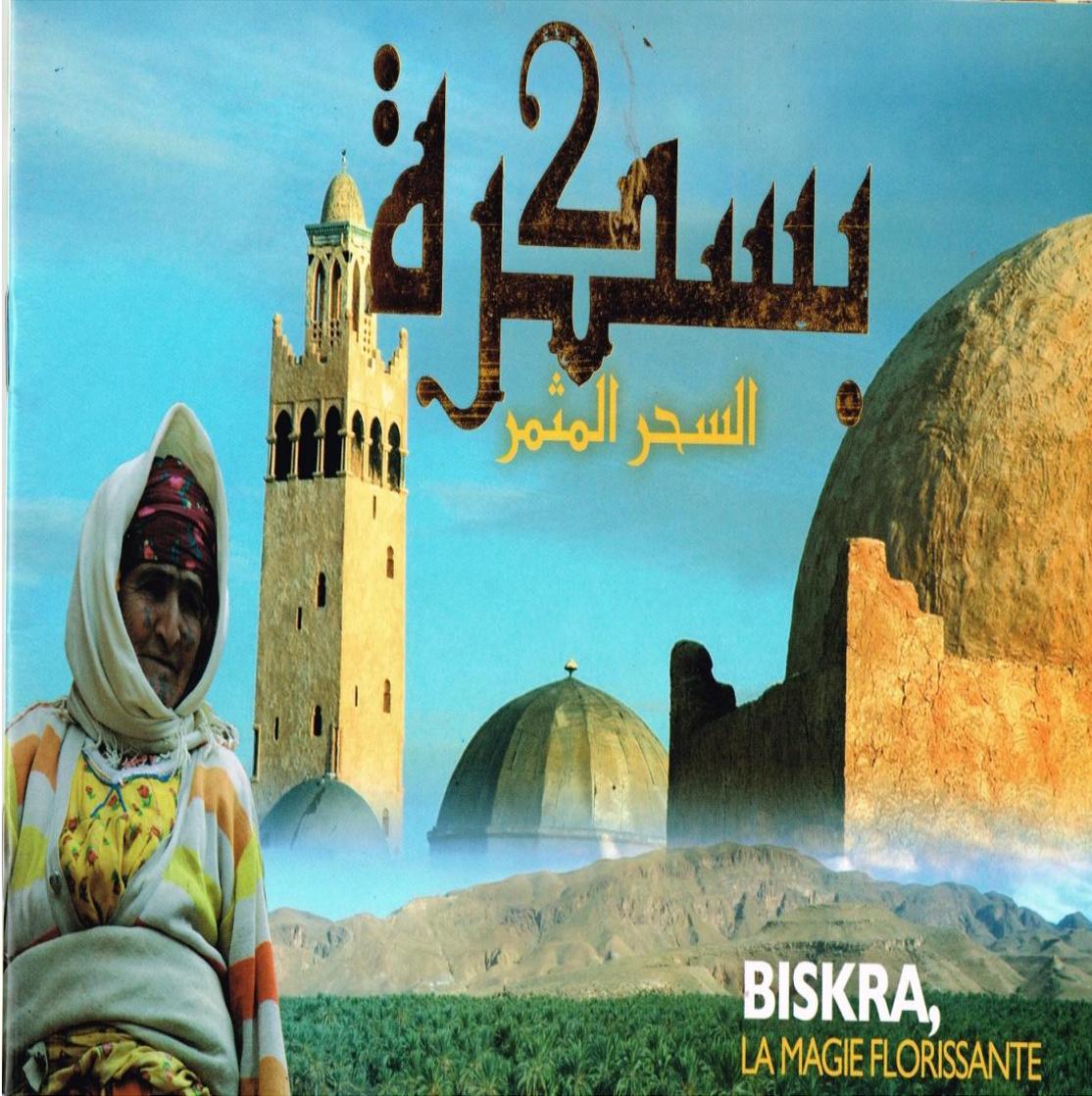
- استخدام الإنسان كعنصر بشري ورحلته في الحياة

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

و في هذا السياق يمكن إدراج صورة التالية:

ربط بين الخطاب والصورة كما هو ممثل في صورة من مديرية الثقافة والسياحة

لولاية بسكرة.



فهي تبرز أثر التاريخ ومهد الحضارة في ربطها بين الماضي والحاضر والمستقبل وتجسيدها لأبعاد تاريخية وسياحية واقتصادية. فاستخدمها للموروث التاريخي لجذب السائح ومنه لتطور الاقتصادي لذا يُعتبر " السحر المثمر " رمز للربط بين قيم التاريخ وحضارة وآفاق المستقبل.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

وفي هذا السياق نجد " فَاَنْ دِكْ " يذهب إلى أن: " التفسير الوظيفي للظواهر اللغوية لا يقوم على فرضية الترابط البسيط بين الصورة والوظيفة بل يقوم بينهما، بالعكس من ذلك على شبكة من المتطلبات والقيود المتفاعلة فيما بينها والتي تؤول إذا أخذ كل منها على حدى إلى مبدأ وظيفي"¹. و بهذا يكون قد قسم هذه المتطلبات إلى نحو:

- الأغراض و الأهداف التي تستعمل من أجل تحقيقها

- استعمال لغة طبيعية.

إنّ الهدف من استعمال اللغة هو التواصل وقد تتمثل في قناة صوتية أو سمعية بصرية كما يستلزم استعمالها لظروف مادية وثقافية واجتماعية وسياحية ولغوية. كما نجد مقومات وظيفية للغة بطريقة غير مباشرة - فمفهوم "التطور اللغوي الممكن" هو الانتقال من لغة ممكنة إلى لغة ممكنة أخرى². وهذا ما ينطبق على الإشهارات المترجمة من لغة عربية إلى الأجنبية أو العكس.

فهذا النوع من الخطابات يأخذ بعده الثقافي قبل كل شيء كما نُعه حدثا ثقافيا / اجتماعيا، ثقافي في انتمائه إلى وعي جماعي شكلته العصور المتعاقبة لفئة من الناس فاستخلصوا منه قيمهم ومفاهيمهم ما يتبعهم من أعراف وعادات وتقاليد... أما الاجتماعي كونه سبيل في التواصل بينهم يربط بين القيم والآداب والسلوك³.

¹ أحمد المتوكل، اللسانيات الوظيفية مدخل نظري، مرجع سابق، ص60.

² ينظر، المرجع نفسه، ص61.

³ ينظر، سعيدة كحيل، الترجمة الإشهارية بين نقل المعماري المصطلحي و تأويل الصورة، مرجع سابق، ص37.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

وإذا ما نظرنا إلى الخطاب الإشهاري السياحي فإننا نتوغل في انتمائه وهويته فيما يحمله من أثر فني واقتصادي. فهو ضروري مرتبط بطابعه وبيئته وعصره وحضارته وشعبه.

ولأن الكلمة تمنح دلالتها في جو اجتماعي خاص، لم يوجد له مثيل في الحياة العربية إذ يمكن للخطاب الإشهاري أن يتحول من لغة إلى أخرى بعد كثير من المتاعب والمشاق ونزع ثوبه القديم لاكتسابه ثوباً جديداً يعوضه ما فقد، ليشعر بالاستمرارية في التوبين¹.

فصعوبة ترجمة الخطاب تطرح، طبيعة ما تقتضيه من تكوين في العمليات الذهنية لتثير مشكلات وصعوبات عديدة تعترض سبيل المترجم². فشكل اللغوي يعطي نفس الدلالة وإن تعددت التأويلات.

وفي هذا السياق يمكن إدراج صورة "تركيا إسطنبول" - "تركيا عطر الأناضول".

¹ ينظر، سعيدة كحيل، الترجمة الإشهارية بين نقل المعماري المصطلحي و تأويل الصورة، مرجع سابق، ص37.
² المرجع نفسه، ص40.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي



—جمينة—





Tourisme & Voyages

Maroc

**10 Nuitées
11 Jours**

169 000,00 DA
Du 21 Août au 31 Août
Places limitées

MARRAKECH /AGADIR/ESSAOUIRA ET CASABLANCA

ur 1 - AEROPORT / CASABLANCA /MARRAKECH
ivée à l'aéroport de Casablanca, assistance et transfert par notre guide à l'hôtel. Transfert à Marrakech, cocktail de bienvenue, dîner et logement à l'hôtel.

ur 2 - MARRAKECH
rés le petit déjeuner à l'hôtel, visite culturelle de la perle du sud : la Koutoubia , les tombeaux saadiens , Bahia Palace, isée Dar Si Saïd, Menara et ses jardins. Déjeuner à l'hôtel. Visite de la célèbre place Djemaa El Fna , les boutiques risanat marocain. Dîner spectacle au restaurant avec fantasia show et folklore logement à l'hôtel.

ur 3- MARRAKECH / AGADIR
rés le petit déjeuner à l'hôtel, départ sur Agadir. Arrivée check inn à l'hôtel et logement à l'hôtel.

ur4 - AGADIR
rés le petit déjeuner à l'hôtel. Visite de la ville Agadir : « La Ville Blanche par la mer » Dans une grande Crique avec une le plage de Sables D'or et la plaine fertile du Sous. Point de départ idéal pour la découverte des installations du Haut as, Plusieurs contrastes : entre le bord de la mer et les montagnes. La reconstruction a commencé dans la station balné- e d'Agadir. Cette ville est devenue un recours (une station de vacances) touristique avec des hôtels, des Restaurants et s séductions touristiques et le loisir international. Hassan II boulevard et le boulevard Mohammed V, les deux grands (pers) axes de mouvement sont décorés de leurs bords de Palmiers et logement à l'hôtel

ur 5 - AGADIR
rés le petit déjeuner à l'hôtel. Toute la journée libre et logement à l'hôtel

ur 6 - AGADIR/ESSAOUIRA
rés le petit déjeuner. Départ sur Essaouira
ite de SEKALLA, la marche des artisans, mellah, le port de la ville, et toute l'ancienne ville
ner dans restaurant locale dans le port d'Essaouira
gement

ur 7 - ESSAOUIRA
rés le petit déjeuner à l'hôtel, visite des remparts, journée libre
gement à l'hôtel.

ur 8- ESSAOUIRA /CASABLANCA
rés le petit déjeuner à l'hôtel, départ pour Casablanca, déjeuné à Oualidya (ville côtière) en extra
0 euros) boissons comprises.
ner et logement à l'hôtel

ur 9-CASABLANCA
rés le petit déjeuner à l'hôtel , visite de la ville économique du pays : le marché central, place Mohamed V, le quartier du
bbous, visite extérieure du palais royal, la Corniche, le quartier résidentiel de l'Anfa, Vue extérieure de la fameuse
isque Hassan II . Dîner et logement à l'hôtel.

ur 10-CASABLANCA
rés le petit déjeuner à l'hôtel. Toute la journée libre. Dîner et logement à l'hôtel

ur 11-CASABLANCA
rés le petit déjeuner à l'hôtel, transfert à l'aéroport.

Hôtels Proposés en 5 étoiles

| | | | |
|---------------------|-------------------------|------------------------------------|---|
| juités à MARRAKECH | HOMI KENDI FARAH 5* | - Les extras aux hotels | - Logement D.P dans les Hôtels mentionnés dans le programme |
| juités à AGADIR | HOMI ATLANTIC PALACE 5* | - Les boissons Durant les repas | aux hôtels 5* Bus 36 Places A/C à disposition |
| juités à ESSAOUIRA | HOMI ATLAS MEDINA 5* | - Les tips pour guide et chauffeur | - Guide parlant français |
| juités à CASABLANCA | HOMI GOLDEN TULIP 5* | - Déjeuner à oualid | - Entrées aux monuments |

Not included:

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

استخدام الشعارات و الرموز: لتلخيص الهدف الإقناعي في صيغة واضحة، ومؤثرات عاطفية تثار في كل مرة، واستعمال كلمات محملة بالمشاعر تركيا عطر الأناضول.

Herms
للسياحة والتأجير

عمرة

فنادق ممتازة و قريبة من الحرمين
أسماءهم بحدود مائة

15 يوما
رحلة مباشرة على الخطوط العربية السعودية
الرياض، قسنطينة - المصبة / اليب، جدة - قسنطينة

033 52 33 37
Herms tourisme & voyages
01 مكات الفا الحرم
(مقابل مديرية المحامير)
بني مرة - بكرة

البرنامج
رحلات عمرة على مدار السنة
خدمات عمرة
خدمات خاصة رافعة

فندق 4 مكة 400 م
فندق 4 المدينة 200 م

مرشد ضيفي و طاقم طبي خاص لكل مجموعة
زيارات صبية و تاريخية في مكة و المصبة

استخدام الأساليب اللغوية: مثل التشبيه والاستعارة، الكناية لتغريب المعنى وإعطائه لون من السحر ليتم التأثير في المتلقي واستبدال كلمة بأخرى لها دلالة معنوية لإنتقال الذهن من مفهوم اللفظ إلى ما يلائمه.

الاستشهاد: مثل التشبيه بما أكثر شهرة أو أعلى سلطة، لتحريك الغرائز وذلك من خلال الإحساس الجماعي واستغلال تلك النقطة التي تجعلنا نتوافق مع المرجعية التي تنتمي إليها. فهي بمثابة تنافس بين الأفراد للوصول إليها ومثال ذلك صورة العمرة¹.

¹ ينظر، حميد الحمداني، مدخل لدراسة الإشهار، مرجع سابق، ص84.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

الوضوح في العبارة: وتجنب الألفاظ الطويلة مخالفة الوقوع في الالتباس الذي قد يحدثه التركيب، فالإشهار يتحول من سلطة البلاغة الأدبية لفائدة "سلطة الخطاب الثقة أو بلاغة التكرار والمحاصرة"¹. ونقصد بها أن انتباه الناس ينصب على الإشهارات لتصبح جزء من حياتهم و تحمل موقعا في ذاكرتهم؛ فالغاية النهائية من أي فعل اشهاري هي الوصول إلى هدف معين.

فقد رأى البعض أن الإشهار هو وصف مباشر للمنتج ووظائفه وإيجابياته، بينما رأى البعض الآخر فيه تلميحا وتضمينا واستعارات لا تنتهي². ومن جهة أخرى مرتبط بالبعد النفعي المباشر الذي يضمن استمرار حياة الأفراد وحاجاتهم المختلفة.

إنَّ التتابع بين الصورة والنص اللغوي بمرافق لها يمنحها دعما لغويا وشرحا لمعطياتها فيشكلان معنًا موحدًا لها. فوحدة الثقافة أيضا تلعب دورا كبيرا في لغة ووحدها العربية هذا لما قد تجده من أخطاء، في عملية الترجمة أو في الركافة للأسلوب وحذف أدوات الربط... بالإضافة إلى الوظيفة اللسانية التي تعد أداة إبلاغ عن المعنى الذي لا يكتمل إلا بها. فالحديث عن الإشهار و لغته يتطلب سمات معينة، هدفها إقناعي بدرجة الأولى لخدمة المشهر وتحفيز المتلقي لاقتنائها.

¹ ينظر، حميد الحمداني، مدخل لدراسة الإشهار، مرجع سابق، ص84.

² ينظر، سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، مرجع سابق، ص60.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

المبحث الثالث : الأشكال في الصورة الإشهارية :

للشكل فعالية جمالية وإيحائية يمكن استثمارها في الصورة الإشهارية، التي تحمل الإبداعية في إيجاد اشكال جديدة. خلافا للهندسة المعروفة من مربع أو مستطيل والدائرة... الخ. ولأن التركيز فيها يكون على شكل السلع أكثر من غيرها من الأشكال لكن حتى وإن اكتفينا بتوظيف هذه الأشكال (المعتادة)، فإن حملتها الدلالية لا تنتقى. لأنها كالألوان لها الأثر الفعال في لفت الانتباه والتأثير المزدوج لما تحمله الصورة من دلالات تدعم لمستها الجمالية¹. لذلك استخدمت للتأثير في عين المتلقي و تدعيم فكرته لكونها أسا مادي مطلق في عملية التواصل. وزرع الإثارة لما يصل من خلالها فهي تعبر عن مصداقيتها لذاتها الناتجة عن التواصل.



تمثل الصورة الأولى دروع في طريق مشونش والثانية جمينة والثالثة جبال القنطرة.

¹ ينظر، سعيد بنكراد، السيميائيات مفاهيمها و تطبيقاتها، منشورات الزمن، الدار البيضاء، المغرب، 2003، ص93.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

وتتفاوت الأشكال نوعا و حجما في لفت الانتباه ومن ثم الإدراك، مثلا ملاحظة شكل المربع قد تلفت الانتباه أكثر مما تشير به الدائرة الصغيرة... وبما أنّ الصور هي نمط بصري تحدها حدود معينة. إذن فمختلف الأشكال المستخدمة داخلها لا بد أنّ تترك داخل ذلك الإطار المحدد لها والحيز الفضائي الموجودة ضمنه¹.



صورة رقم: 2

صورة رقم: 1

تمثل الصورة رقم 1 منارة سيدي عقبة قديما أما الصورة رقم 2 جامع سيدي عقبة

ليلا.

¹ ينظر، سعيد بنكراد، السيميائيات مفهومها و تطبيقاتها، مرجع سابق، ص 96.

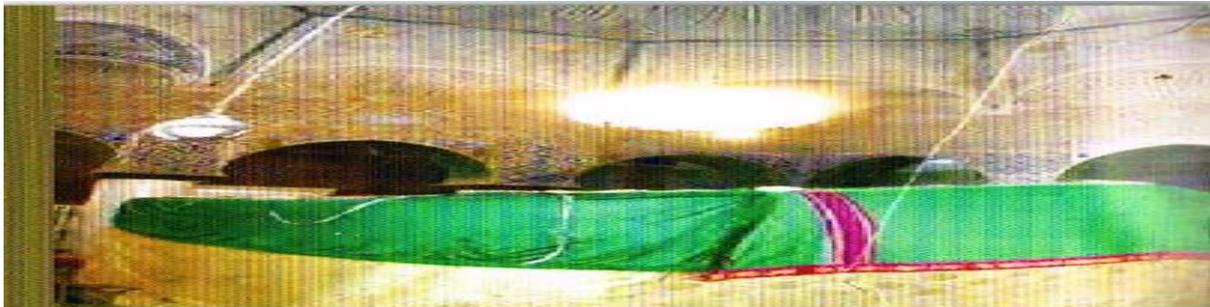
الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

منارة سيدي خالد قديما و ضريح سيدي خالد.



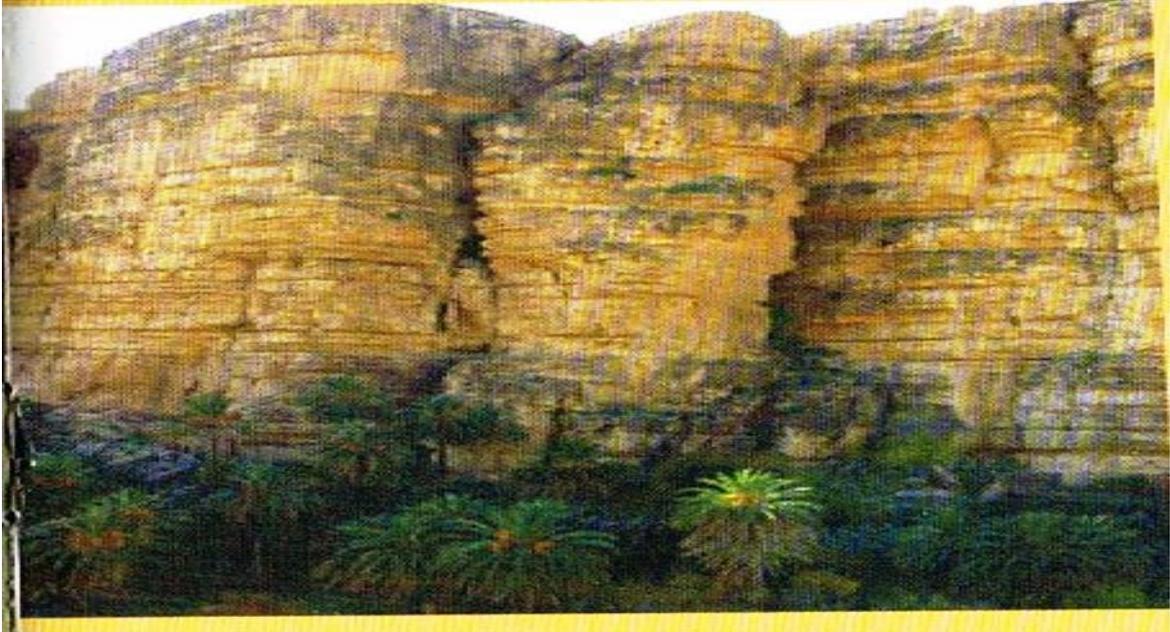
Biskra *Biskra carrefour des religions et des cultures,
Sidi Khaled est une ode à la vie et au voyage.*

منارة سيدي خالد قديما.



ضريح سيدي خالد.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي



- آثار جمينة -

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي



Hôtels en Tunisie
Prix mois d'août 2013

Hammamet Yasmine

été 2013

Hermès
Tourisme & voyages

| | | |
|---|---|---|
| <p>à partir 10 850 DA en LDD</p> <p>● jusqu'au 25/09/2013</p>  <p>Hôtel Iella beya 4*</p> | <p>à partir 8 250 DA en DD</p> <p>● jusqu'au 25/08/2013</p>  <p>Hôtel belisaire 4*</p> | <p>à partir 9 050 DA en ALL-IN</p> <p>● jusqu'au 25/08/2013</p>  <p>El Mouradi Menzali 4*</p> |
| <p>à partir 13 400 DA en ALL-IN</p> <p>● jusqu'au 25/08/2013</p>  <p>Hôtel Averroes 4*</p> | <p>à partir 12 600 DA en ALL-IN</p> <p>● jusqu'au 25/08/2013</p>  <p>Hôtel chich khan 4*</p> | <p>à partir 11 000 DA en DD</p> <p>● jusqu'au 25/09/2013</p>  <p>Iaico hammamet 5*</p> |

Tarif par personne en chambre double

01 Villa Nech El-Djaid Biskra - Algérie
www.hermes-tours.com
info@hermes-tours.com
hermes tourisme & voyages

Tél: + 213 (0) 33 73 73 57
Fax: + 213 (0) 33 73 73 98
Mob: + 213 (0) 661 47 27 87

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

المبحث الرابع : ثنائية الجسد و المرأة في الصورة الإشهارية السياحية :

يشكل الخطاب الإشهاري اليوم سلطة تثيرنا و تستهويننا وتغير قيمنا وأذواقنا واختياراتنا، فهنا تكمن خطورة الخطاب الإشهاري خاصة أنه يستعمل اللغة والموسيقى واللون والإيقاع والصورة لمداعبة خيال المتلقي، والتأثير عليه لاقتناء المنتج وترسيخ سلوكات ما ومن هنا تشكل رسالة بتفاعل ما هو لغوي وما هو بصري، فنقدم نفسها على أنها تمثيل وضعية عادية يحق لكل فرد الحكم عليها وادراكها وتحديد عمقها الاجتماعي¹.

إذن فحضور المرأة في الإشهار كثر بمقابل الحضور الضئيل للرجل وهذا ما جعلها تدخل عالم الاستغلال، فطريقة اللباس (التي هي بالنسبة لكل فرد أو جماعة طريقة القول أو الادعاء). ففي الوشم والطقوس والعادات والتقاليد (مثل حفل تقام بمناسبة قدوم شخص إلى الحياة أو الزواج، التي توقع الحياة اليومية في حركات طقوسية أو غير طقوسية التي تسلكنا أكثر في العالم سوسيو ثقافي². وفي هذا السياق أوجد منتجو الارسالية الإشهارية أن المرأة هي الوسيلة المناسبة والملائمة لترويج بضائعهم ومنتجاتهم المختلفة وتثبيت أنماطها ثقافية³.

¹ ينظر، إدريس جبري، الصورة الإشهارية البناء والدلالة (الإشهار والمرأة)، مجلة علامات، العدد 07، المغرب، 1997. ص 01.

² ينظر، جوزف كورتيس، تر: جمال حضري، سيميائية اللغة، مجد المؤسسة الجمعية، ط1، بيروت، لبنان، 2010، ص 79.

³ ينظر، إدريس، جبري، الإشهار و المرأة، مرجع سابق. ص 02.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

فالصورة الإشهارية إذن تعد نقلا للواقع بكامل عضويته وطبيعته إلى حدّ أنّ البعض

اعتقد أنها رسالة غير مشفرة.

فتوظيف المرأة في تجلياتها التقليدية

الأصلية تكسبها حمولات سوسيو ثقافية

كما هو ممثل في الصورة.

- صورة المرأة في عمر متقدم من السن

وهي مرتديه ملابس تدل على بعدها

الثقافي والاجتماعي. وانتمائها إلى منطقة

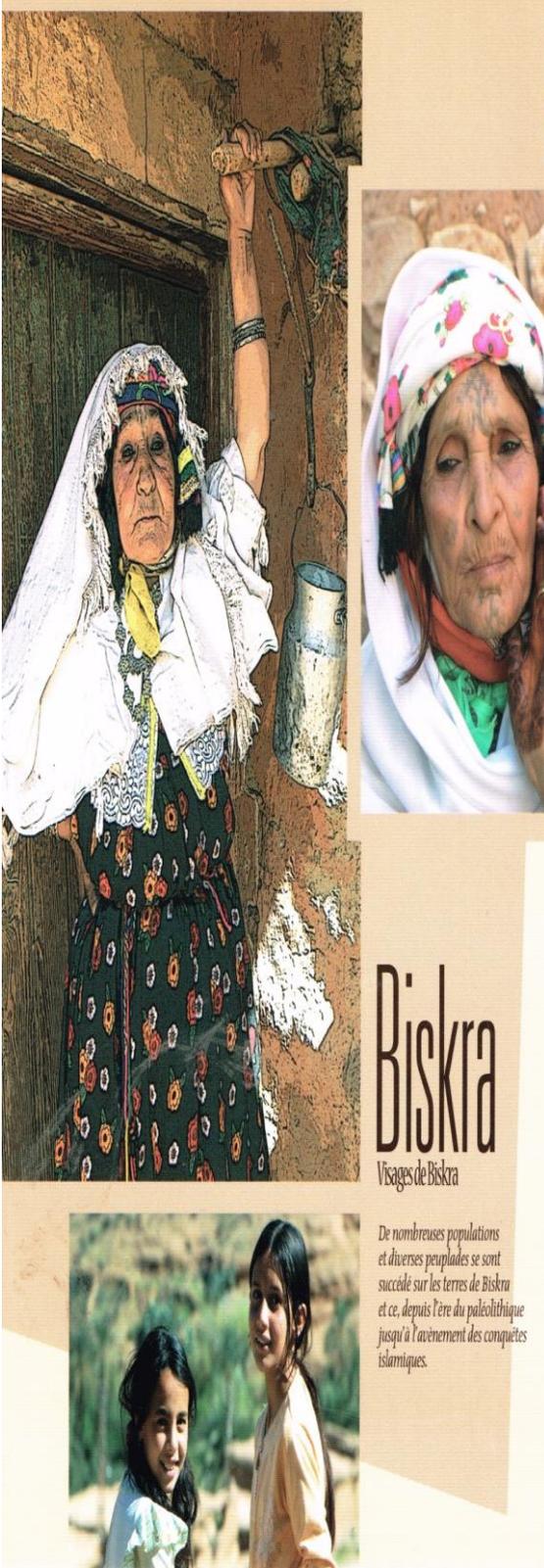
صحراوية.

- فصورة المرأة بهذا المنظور تختلف

عما نشاهده في المنظور الحالي

فالملابس والوشم مثلا يعطيان دلالة

مختلفة عن باقي النساء.



الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

وحتى التعبير و نبرات الصوت و ملامح الوجه أيضا لها دلالة مميزة ، كما هو ممثل في الصورة. إضافة إلى ذلك فالحقيقة التي تقف أمامها ما هي إلا بعد تاريخي وحضاري لمنطقة بسكرة إذ أنها تبرز بعد تاريخي ساعد في السياحة والنمو الاقتصادي.

فالجسد هو الواجهة الأولى للذات وانفعالاتها فهو أيضا مفتاح للأفعال ومصدرها الدلالي الذي تؤسس عبره علاقة بديهية مع العالم أي ما يعود إلى النشاط المحسوس و التعبير عن المشاعر للكشف عن الطقوس و التفاعل اللغة الإيمائية والاختفاء بالذات ولعبة إغراء ذلك أن الوجود قبل كل شيء وجود جسدي¹. فهو لغة من لغات حسب شكله ومورثه الثقافي والاجتماعي لما يحمله من دلالات وتأويلات.

إنّ وضع المرأة كما يتجلى من خلال الرموز ودلالات اللغة ، وضع لا يعكس موقعها الفعلي والعلمي داخل المجتمع، وهذا الوضع الملتبس والمزدوج في آن واحد يؤثر سلبيا في صورة المرأة لذا يصعب حصره وتحديد آلياته². فالتمثلات التي يحملها المجتمع عن المرأة هي عبارة عن صور ذهنية، معبر عنها بعلامات لسانية. كما هو الحال بالنسبة لأمثال الشعبية مثلا. فهي عبارات مجهولة الأصل تتداول بدرجة عالية من السرعة، لكن لا أحد يحد أصولها أو منابعها الأولى³.

¹ ينظر، سعيد بنكراد،،سيمائيات الصورة الإشهارية،،مرجع سابق،ص87.
² ينظر، محسن أعمار، المرأة واللغة قراءة في التمثلات السيميائية و الرمزية،مجلة علامات، العدد37،المغرب،2012،ص112.
³ المرجع نفسه،ص113.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

فهي مرتبطة بالثقافة و متمسكة بأذهان فئات المجتمع مهما اختلفت مستوياتهم الثقافية والاجتماعية.

إنّ نظرة المرأة في المجتمع الأبيسي (المجتمع الذكوري) الذي يُغلبُ الرجل على المرأة حتى في المجتمعات الغربية التي تدعي لها الحرية فرغم تلك الحداثة على السطح إلا أن الإشهار في عمقه يعيد إنتاج تمثلات تقليدية اختزالية للرجل والمرأة. ذلك يربط الأول بمواصفات الذكورة والثانية بنعوت "الأنوثة" وهذه الثنائية تعتمد على الفصل بين القوة والضعف¹. لتوضع المرأة في واجهة كل شيء يخص الرغبة والجمال وكأن لا أهمية لها إلا في هذا المجال التأثيري.

المبحث الخامس: رمزية الأجيال

إنّ الأطفال يملكون قدرة تأثيرية في نفوس الآباء والأمهات لذا فاستحضارهم في الإشهار نوع من شعور الايجابي، الذي يترك بصمة براءة وعفوية يتم بها الطفل لذا فقد أصبح الطفل اليوم مقلدا للكبار لتشجيعه على هذا نوع من الإشهارات سياحية منها لأنه يبرز ثقافته. مع اكسابه بعدا اجتماعي هام ينمو معه ويتطور إضافة إلى أنه يبرز محيطه الذي يعيش فيه ليكون همزة وصل بينه وبين المتلقي أو سائح.

¹ ينظر، كاظم مؤمن، خطاب الصورة الإتصالي و هذيان العولمة، مرجع سابق، ص90.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

و لأن الصورة عملية اتصالية لها تأثير كبير يمكن إيجازه في النقاط التالية:

تمثل نموذج النسق عن طريق الرصف اللقطوي (تركز على اللقطات التأثيرية

ورصدها لتكون مؤثرة في المتلقي).

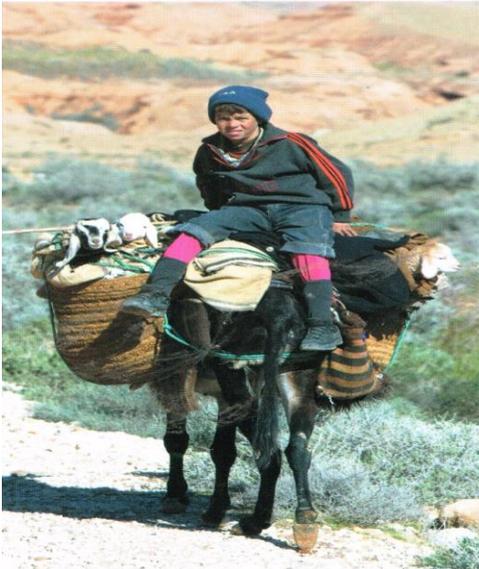
أنها أمضى أثر وأكثر بلاغة ووضوحًا.

أنها تبرز واقع المعاش دون زيف أو خداع.

- أن لها القدرة على فهم محتواها رغم تنوعها و اختلاف حجمها.

- إنّ انتاج الصورة يكون من طرف فرد واحد لكنها موجهة للجميع في زمن واحد.

مناطق ريفية في بسكرة.



Biskra

Visages de Biskra

De nombreuses populations et diverses peuplades se sont succédé sur les terres de Biskra et ce, depuis l'ère du paléolithique jusqu'à l'avènement des conquêtes islamiques.

المبحث السادس: الخطاب المرئي

إنّ المشهد الحضاري المعاصر قد تحول إلى سلطة اقتصاد السوق في إطار ظاهرة العولمة، فجاءت حضارة الصورة لتنتقل الإنسان من الحداثة إلى ما بعد الحداثة حيث تقلصت مساحة العالم لتجعله في حدود القرية الصغيرة خصوصاً بعد دخول الانترنت التي فرضت على مفهوم الإقليمية القطرية تماشياً مع السلطة يحررها من الخطاب الصوري كونه يقدم الواقع مع شفراته تفاعلاً وانفعالاً¹. فهو مضامين موجودة في كل صورة تجسد واقعا مزيفاً فجمالية الاتصال المرئي تقودنا إلى أشياء تفوق تصوراتنا ويراد لنا فهمها بشكل الذي ينبغي إرساله لنا.

" في حين صرنا في زمن نستهلك فيه اللغة استهلاكاً مفرطاً كان لزاماً علينا أن نعي بأن لغة أخرى موازية أضحت تفرض وجودها بقوة وهي محملة بأنساق المعنى وجماليات التلقي. فتصبح حياتنا من خلالها ضرباً من العلامات يجب علينا في كل مرة تفكيكها"². فصارت العمارة لغة تقوم على توليد الدلالات أي تكسب دلالات متعددة بلغة مركبة. فمنذ القدم وهي تفتح تطلعات أماننا تزداد كل ما تطور العصر.

فهي عبارة عن تناظر رمزي، يختص به كل قوم لتحقيق رغبة ما وتعريف بمدلولها في إطار بناء داخلي يسمى الأفكار.

¹ ينظر، كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي و هذيان العولمة، مرجع سابق، ص 90-91.

² ينظر، أمال منصور، أبراج دبي- نحو سلطة جديدة، قراءات، العدد 04، بسكرة، الجزائر، 2012، ص 46-47.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

وعلى هذا الأساس يجاهد الإشهار في أن يضفي حميمية على الرابط الموجود بين العناصر الدالة المسكوت عنها ورغبات الأفراد في علاقتهم بحاجاتهم وأحاسيسهم.... ولا يصل إلى ذلك إلا جزئياً. فهي تكشف عن دلالات هوية شخص ما. ولوضعيته ورغباته الباطنية وفي هذه الحالة سيكون دور المرسل هو الاستجابة للدوافع الحقيقية للمستهلك المحتمل¹. ومن هنا يجب على الفرد الاهتمام بها من زاوية القصد والفهم والمصادقية.

فهذه الحقيقة تدفعنا إلى قراءة وجودنا بعمق. لنتمكن من الغوص في قلب الدلائل. وقراءة العالم الذي نسكنه بطريقة تختلف عما نعتقد به ويؤمن كثير من النقاد المعماريين أن العمارة " رسالة مشفرة". أو هي لغة يمكن لمن عرف أبجدية قراءتها وفهم معانيها المضمرة خلف نصوصها². فهي تكشف لنا خبايا لم نكن نعلمها واعتبارها أمراً خاصاً بالعابرة. وأحياناً ينظر لهذه الأماكن على أنها ميدان للذوق والحدس لأنها أفق تجريبية من خيال الإنسان رغم فعاليتها في التأثير. فالمعمار عبارة عن فن تشكيلي يترجم لغة بطريقة أخرى.

كما تشير بعض الحملات الإشهارية على أن الإشهار وإن تغير من جلده، فما هو إلا مجرد حكاية منتشرة في كل مكان .

¹بيرنار كاتولا، تر: سعيد بنكراد، الإشهار و المجتمع، دار الحوار، ط1، سورية، 2012، ص183.

²ينظر، أمال منصور، قراءات، مرجع سابق، ص47.

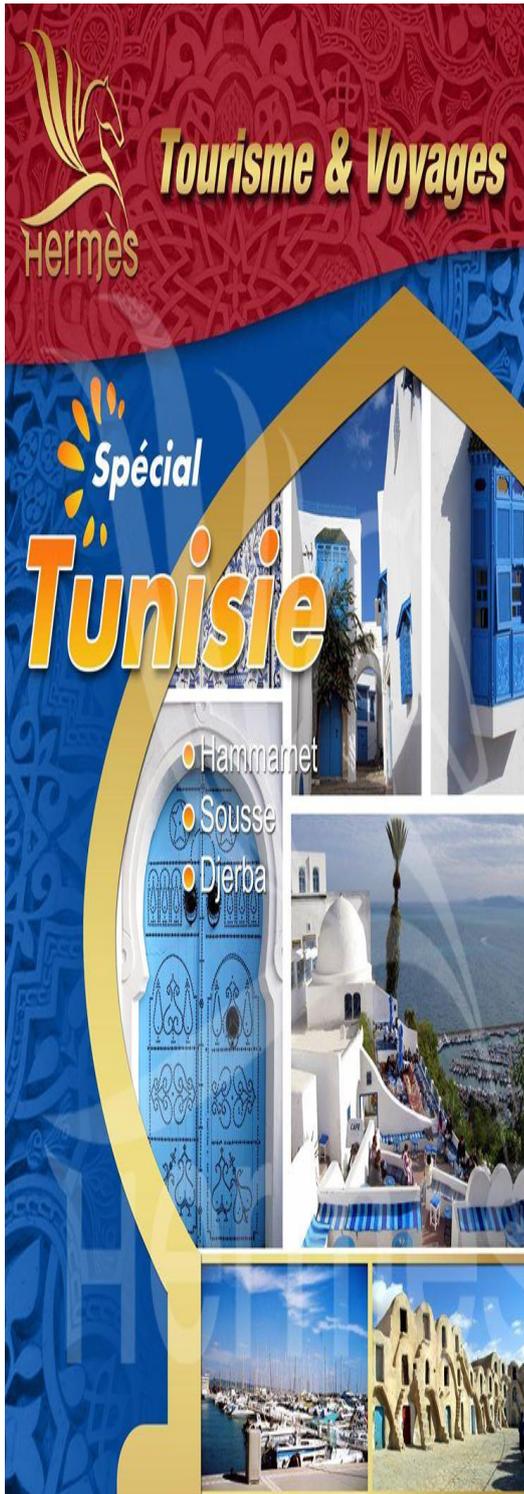
الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

فهو مؤسسة من أخطر المؤسسات الاجتماعية التي ترتبط بذوات مجتمعها ضمن عملية تواصلية¹. لذا وجب علينا معرفة آليات وحدود تفاعلها حرصا على عدم تضحية بثمار الطرفين.

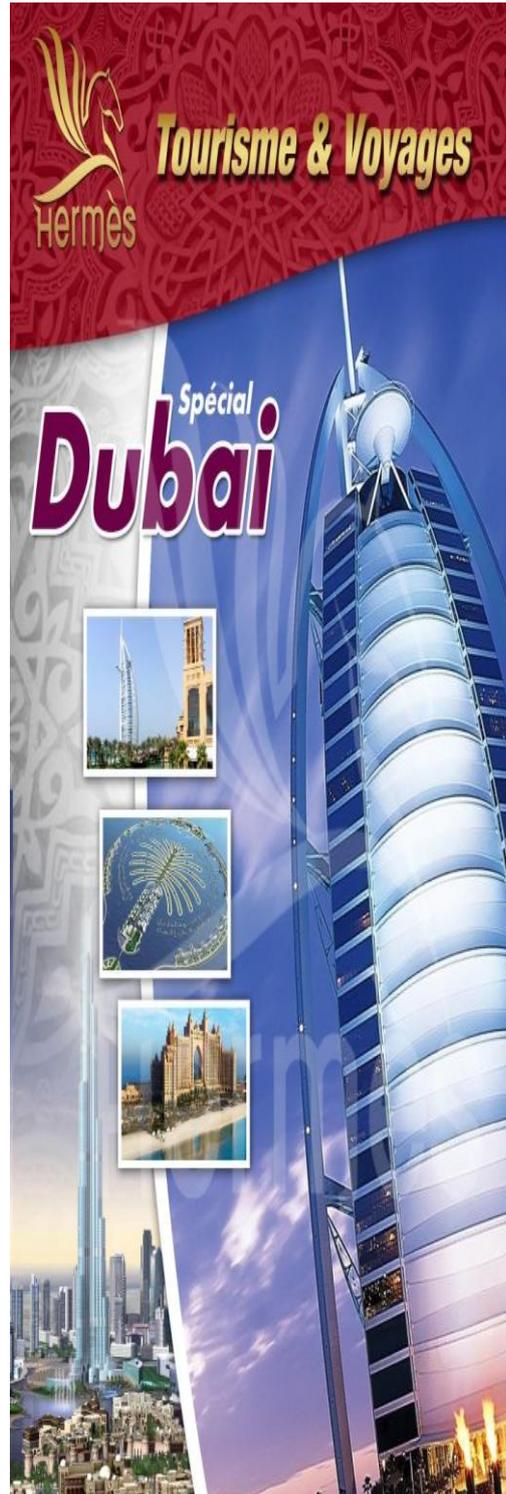
سياحة خارجية نماذج من وكالة هرماس للأسفار.



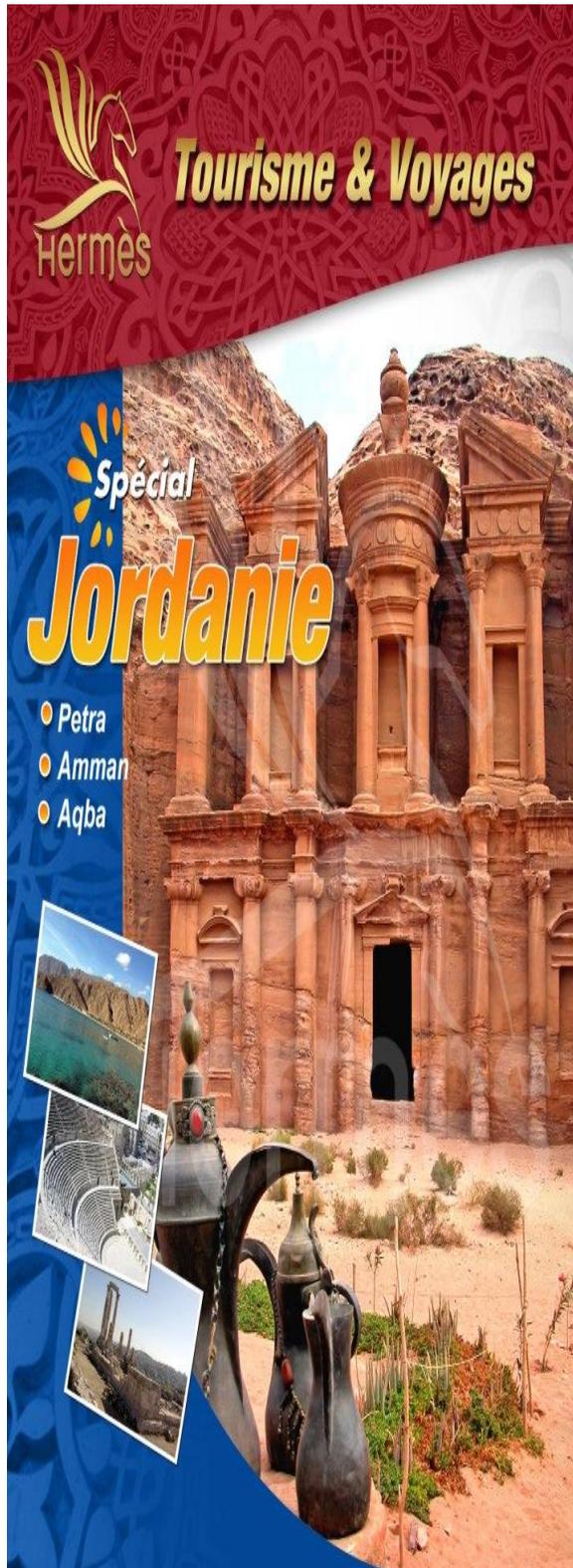
¹ ينظر، بيراناركاتولا، الإشهار و المجتمع، مرجع سابق، ص 184.



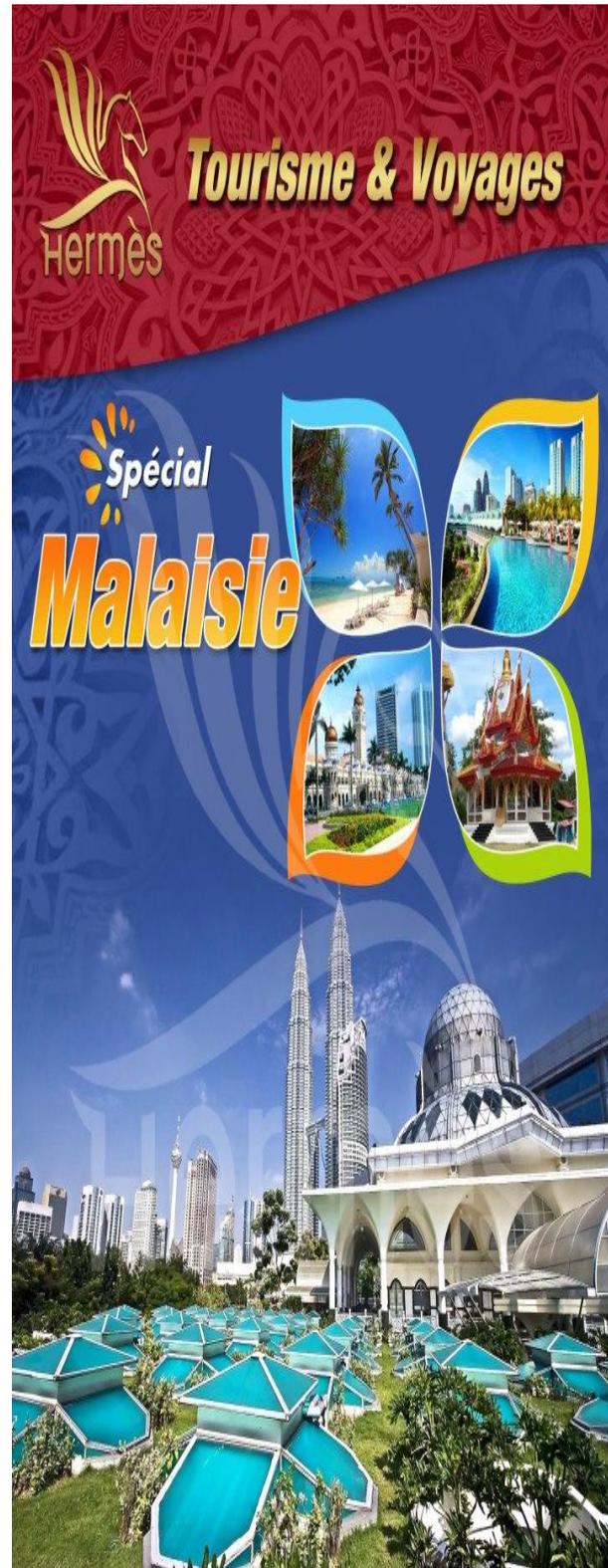
- تونس -



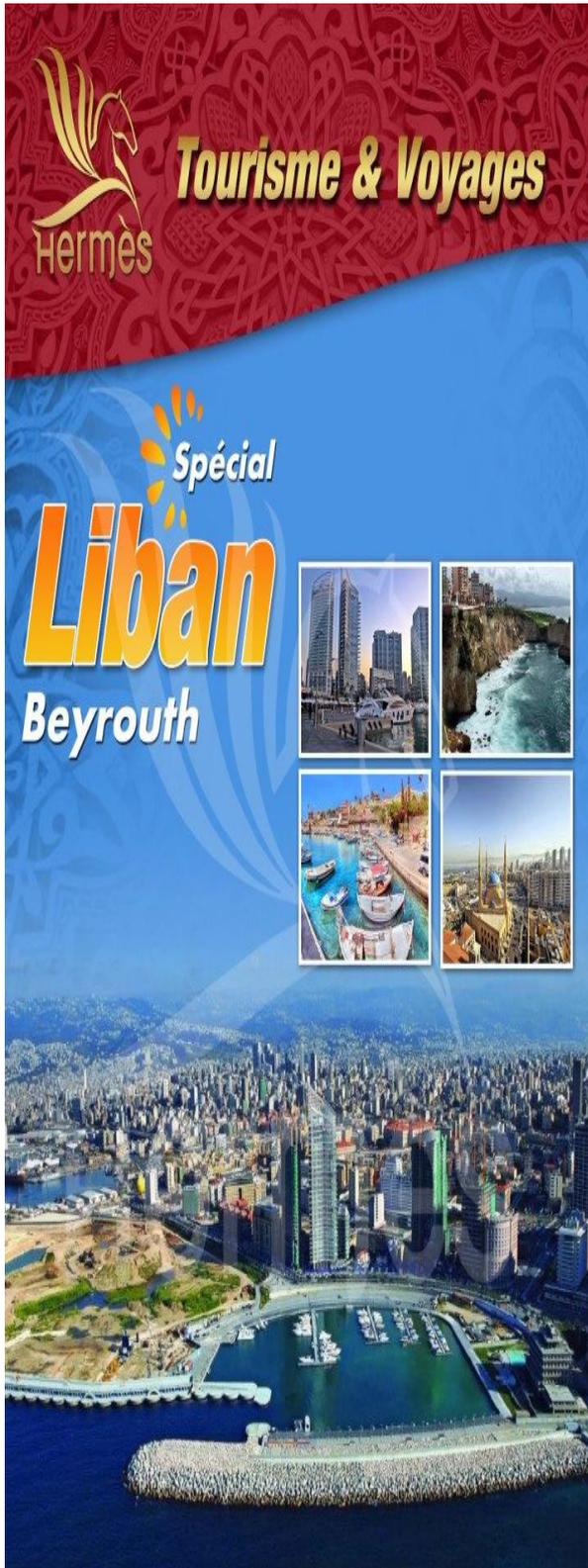
- دبي -



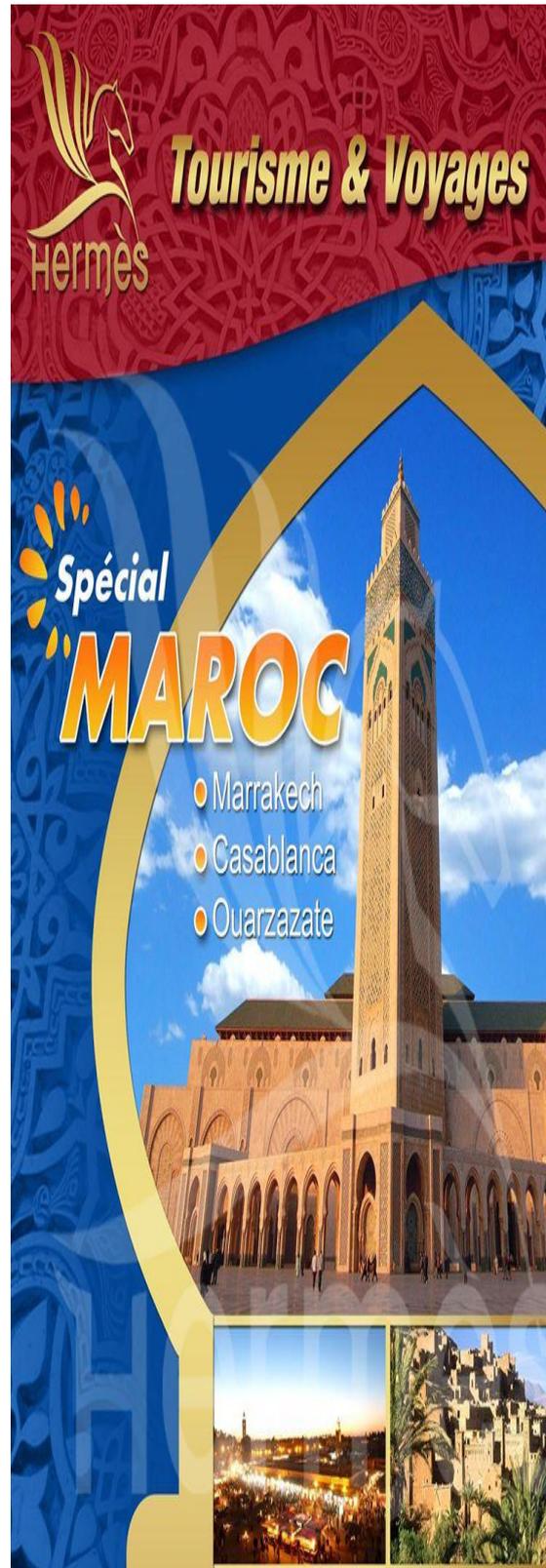
-الأردن-



-ماليزيا-



- لبنان -



- المغرب -



-باريس-



-روما-

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

إنّ الخطاب المرئي يعد نوعاً من وسائل الاتصال والتعبير عن مظاهر العصر واختصار لعلاقات الشعوب ولتحريك الوعي الجمعي بفعل انتشاره من سلطة طاغية إلى مهيمنة في التأثير على المتلقي وربطه بثقافات أخرى.

يعد مستوى التفاعل إذا ما وقع في وقت محدد أن يصل إلى أعلى قيمة من التفاعل وذلك لإشراف هيئات ووسائل الإتصال، لتبث مواردها وبرامجها لترتبط بما نسميه بالأوقات المناسبة أو الفترات الذهبية بالنسبة لتلفزيون وغيره من وسائل سمعية والبصرية. لذلك فإن دراسة الأوقات الملائمة أمر بالغ الأهمية لهذا النوع من وسائل الاتصال لضمان نجاح الرسائل¹. وعلى هذا الأساس نقدم تسجيل صوتي لوكالة هرماس للعمرة :

ومن هذا نجد: " الله أكبر الله أكبر، أنتم المشتاقون لرحاب المصطفى صلى الله عليه وسلم عمار المسجد الحرام تحنكم النية الصادقة والأمل المرجو لتجديد الأحد بالله في مواطن الرحمة ومنازل الغفران هرماس للسياحة والأسفار بطاقم شاب يوفر لكم أجود الخدمات وبأخذ بأيديكم لأداء النسك ويحقق لكم الأفضل " .

-يدفع عددا كبيرا من المشاهدين والسامعين للاشتراك .

-يساعد وصوله إلى فئات واسعة من المجتمعات.

-يعمد على الإثارة والجذب.

¹ينظر،كاظم مؤنس،خطاب الصورة الاتصالي و هذيان العولمة،مرجع سابق،ص93.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

-يعمل الإشهار المرئي على إرسال رسالته في أحسن الصور وأبرزها، مما يجسد انطبعا حسنا عن نوعية الخدمة المقدمة .

إنّ البعد الواقعي للصورة وقدرتها على الإقناع مقبول، فهي تحقق الهدف الذي تسمو إليه الرسالة.

إنّ البعد الفني ذو أثر بالغ في إنجاحه وتحويله إلى قوة جاذبة للمتلقي، فأخراجه في شكل جيد مشوق يكسب للمتلقي معنى واضح.

فالإقناع هو أحد طرفي العلاقة بين الرسالة الهادفة والمتلقي فلا وجود لإقناع دون اقتناع باعتباره فعلا توصليا، يحمل رسالة متمثلة في الخطاب فعوامل الموضوعية تجعله ينتج رسالة ويمررها للمتلقي. فالخطاب اللغوي يتأثر سلبا أو إيجابا بمضمون الرسالة التي تلقاها لتحتل الصدق أم الردّ أم حياد، فخطابه لا بد أن يتأثر بهذا الموقف. فهذا التناقض ذو أبعاد اجتماعية وثقافية وأخلاقية فيما وضعت قواعد وضوابط وقوانين يلتزم بها أبناء هذا المجتمع. ذلك أن لكل واحد من الأفراد مصلحة تلزمه أن يحترم هذه الضوابط. لذا فخرج الفرد منها تجعله في دائرة الحرج الاجتماعي والنفسي لامتلاكها قوة ضبط تظهر في سلوك الفرد¹. وهذا ما يترك أثرا كبيرا في اللغة.

¹ينظر، سمير شريف، اللسانيات المجال و الوظيفة و المنهج، أستيتية عالم الكتب الحديث، ط1، عمان، الأردن، 2005، ص702.

الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الإشهاري السياحي

و هذا ما جعلنا نفرق بين ضوابط أخلاقية أو ما يسمى بغسيل الدماغ فاللغة في الحالتين أداة من أدوات الإقناع كونها تبني ضوابط أخلاقية تعمل على توجيه المجتمع وإيقاضه من الضياع.

إنّ التفكير مليا بالوسائل المناسبة لإيصال الرسائل أعطى للسينما بحكم تراثها الفني الكبير بعض من النماذج التي يستخدمها التلفزيون. وكذلك ما يفعله الإعلان فهو الآخر يتمسك بسمة الجذب والإقناع، حيث تشكل تجربة المشاهد قاعدة للاستقبال نموذج المتلقي ليجد نفسه في قوام تجربة ذاتية. فالاستجابات تعلن عن مشاعر ترتبط بالمنجز مباشرة وتصبح الأدوات مثل: الصورة المؤثرات، الحوار الموسيقى... لذا يصبح البرنامج قوة للتحويل أو وسيئته على المستوى النفسي للمتلقي¹.

فاللغة التصويرية كفيلة بتقليل الحوار وجعله عنصر دعم للصورة فوسائل الاتصال المرئية تحدد أدوار مختلفة، تجعلها تركز على كافة المتلقين باعتبارهم أهم هدف في المجتمع، فهي اليوم تمثل سبيلا لنشر الثقافة التي يريدتها بتجربتها تماما من قدرة اللجوء إلى العقل والمنطق وقدرة تحكم في مصير المتلقي.

¹ ينظر، كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي و هذيان العولمة، مرجع سابق، ص97.

خاتمة

تعرفنا بالبحثنا هذا كيفية تمرير الخطاب الإشهاري السياحي رسالته إلى متلقيه بإبرازه وظيفته التمريرية واختلافها من رسالة لأخرى. لذلك ختمنا هذه الورقة البحثية باستخدام بعض النتائج التي خلصنا إليها بعد إنجاز هذا البحث، ويمكن إجمالها فيما يأتي:

أن الخطاب السياحي فن تصويري تعبيرى هدفه التأثير والإقناع في المتلقي

كونه فعل رئيس يدفع إلى تعويض النقص والفراغ المعرفي.

كما خلص البحث إلى أن اللغة الإشهارية تحقق مقاصدنا المتنوعة في الحياة،

فهي تمرر رسائل متنوعة إغرائية وترغيبية.

إن الخطاب الإشهاري السياحي يعتمد مجموعة من الآليات التمريرية في

اشتغاله بالمستويات التي يحتاجها المجتمع.

الوظيفة التمريرية تعطي أهمية للخطاب الإشهاري السياحي لما تتطوي عليه

من إمكانيات ساحرة الإقناع المتلقي بوصفه يقوم على الجذب الرغبوي في الإنسان.

الوظيفة التمريرية أيضا تمثل ضمن استراتيجية الإشهار السياحي فعلا، وعليه

فإن الخطاب الإيحائي يولد أساسا قراءتها من لدن المرسل إليه سبيلا لاقتناعه.

كما بين البحث أيضا أن الوظيفة التمريرية تشكل نقطة إثارة في المخاطب
وتحتة على نقل خبر بطريقة غير مباشر، أو التعبير عن الثقافة السياحية المهمة لتذكير
الأفراد بالواقع السياحي وجذبهم إلى الواقع الذي يراد الوصول إليه.

قائمة المصادر والمراجع

*القرآن الكريم برواية:حفص عن عاصم.

المصادر:

1. ابن منظور، جمال الدين بن مكرم، لسان العرب، جزء، مادة/ش هـ ر/، بيروت، 1992.

2. المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية، ط1، مصر، 2004.

المراجع:

3. أحمد جلاّد، التخطيط السياحي البيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 1988.

4. أحمد المتوكل، اللسانيات الوظيفية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط2، بيروت، لبنان، 2010.

5. أحمد مداس، لسانيات النص نحو منهج لتحليل الخطاب الشعري، عالم الكتب الحديث، ط2، اربد، الأردن، 2009.

6. أمحمد زغوان، درس العربية و تأسيس الخطاب المنطق اللغوي والديني، ط1، الأردن، 2012.

7. أحمددي عبد العظيم، السياحة، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 1996.

8. بلقاسم سلاطنية آخرون، سيمولوجيا الصورة الإشهارية، مخبر التغير الاجتماعي و العلاقات العامة، بسكرة، الجزائر، 2013.

9. جلال خشاب، تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي - مقارنة سيميائية، السيمياء و النص الأدبي، العدد5، بسكرة، الجزائر، 2008.

10. خليف مصطفى غرابية، السياحة البيئية، دار ناشري، دط، دار ناشري، دط، الأردن، 2012.

11. رابح بوحوش، الأسلوبيات و تحليل خطاب، دط، عنابة، الجزائر.

12. سعيد بنكراد، السيميائيات مفاهيمها و تطبيقاتها، منشورات الزمن، الدار البيضاء، المغرب، 2003.
13. سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية و التمثلات الثقافية، إفريقيا الشرق، دار البيضاء، المغرب، 2006.
14. سلمى بركات، اللغة العربية مستوياتها و أدائها الوظيفي وقضاياها، دار البداية، ط1، عمان، 2008.
15. سمير شريف، اللسانيات المجال و الوظيفة و المنهج، أستيتية عالم الكتب الحديث، ط1، عمان، الأردن، 2005.
16. صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، ط5، الجزائر، 2009.
17. صبري متولى، علم الصرف العربي أصول البناء و قوانين التحليل، دط، دار غريب، القاهرة، 2002.
18. عبد القادر سلامي، الخطاب الإشهاري بين علم الدلالة و التداولية، تلمسان، الجزائر، 2013.
19. عبد هادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، بيروت، لبنان، 2003.
20. علي حرب، العالم ومأزقه منطق الصدام و لغة التداول المركز الثقافي العربي، ط1، الدار البيضاء، المغرب، 2002.
- 21.فايزة يخلف، مبادئ في سيمولوجيا الصورة الإشهار، طاكسيج كوم لنشر، الجزائر، 2010.
22. فهد خليل زيد، الأخطاء الشائعة النحوية و الصرفية و الإملائية، دار اليازوري العلمية، دط، عمان، الأردن، 2006.
23. قدور عبد الله الثاني، مغامرة الصورة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، الوراق للنشر و التوزيع، ط1، عمان الأردن، 2008.

24. كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي و هذيان العولمة، عالم الكتب الحديث، أريد، الأردن، 2008.
25. محمد خاين، العلامة الأيقونية و التواصل الإشعاري، المتلقى الدولي الخامس السيمياء و النص الأدبي، ط5، بسكرة، الجزائر، 2008.
26. محمد خطابي، لسانيات النص مدخل إلى انسجام الخطاب، المركز الثقافي العربي، ط1، بيروت، لبنان، 1991.
27. محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية و نماذج تطبيقية، المكتبة الإعلامية، ط1، القاهرة، مصر، 2007.
28. محمد علي كريم الدوين، فصول في علم اللغة العام، كلية العلوم و الآداب، جامعة ناصر، ط1، ليبيا، 2002.
29. محمد فهمي حجازي، أسس علم اللغة العربية، دار الثقافة، ط1، القاهرة، مصر، 2004.
30. نعمان بوقرة، المصطلحات الأساسية في اللسانيات النص و تحليل الخطاب، ط1، عمان، الأردن، 2009.
31. نور الدين رايس، اللسانيات المعاصرة في ضوء نظرية التواصل، عالم الكتب الحديث، ط1، أريد، الأردن، 2014.

الكتب المترجمة:

32. برنار توسان، تر: محمد نظيف، ماهي السيمولوجيا، إفريقيا الشرق، ط2، الدار البيضاء، المغرب، 2000.
33. بيرنار كاتولا، تر: سعيد بنكراد، الإشهار و المجتمع، دار الحوار، ط1، سورية، 2012.
34. جوزيف كوريس، تر: جمال حضري، سيميائية اللغة، مجد المؤسسة الجامعية، ط1، بيروت، لبنان، 2010.

35. جون سيرل، تر: سعيد الغانمي، العقل و اللغة و المجتمع الفلسفة في العالم الواقعي، دار العربية للعلوم ناشرون، ط1، بيروت، لبنان، 2006.
36. دليلة مرسللي، تر: عبد الحميد بورايو، مدخل إلى السيولوجيا، الجزائر، 1995.
37. ماجدة توماس حانة، تر: شهرستان، اللغة و الاتصال في الخطاب متعدد المعاني، دار كيوان، دط، دمشق، سوريا، 2008.
38. ماري أن بافو، جورج إلياس رفاقي، تر: محمد الراضي، النظريات اللسانية الكبرى من النحو المقارن إلى الذرائعية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط4، بيروت، 2012.

المجلات:

39. إدريس جبيري، الصورة الإشهارية البناء و الدلالة (الإشهار و المرأة)، مجلة علامات، العدد 07، المغرب، 1997.
40. حميد حمداني، مدخل لدراسة الإشهار، مجلة علامات، العدد 18، المغرب، 2002.
41. سراج أحمد، دور الصحافة في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة دراسات عربية، العدد 7، مايو 1985
42. سعيد بنكراد، والنجم إذا علا استراتيجية التواصل و بناء الهوية، مجلة علامات، العدد 18، المغرب، 2002.
43. سعيدة كحيل، الترجمة الإشهارية بين نقل المعمار المصطلحي و تأويل الصورة، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد 4، عنابة، 2010.
44. محسن أعمار، المرأة و اللغة قراءة في التمثلات السيميائية و الرمزية، مجلة علامات، العدد 37، المغرب، 2012.
45. محمد خلاف، الخطاب الإقاعي الإشهاري نموذجاً، مجلة دراسات أدبية لسانية، العدد 5-6، المغرب، 1986

46. عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، كلية الآداب، مجلة
علامات، العدد 18، مكناس، المغرب، 2002.

المقالات:

47. أمال منصور، أبراج دبي نحو سلطة جديدة، قراءات،
العدد 04، بسكرة، الجزائر، 2012.

48. ذهبية حمو الحاج، التحليل التداولي للخطاب السياسي، الخطاب، ع1، تيزي
وزو، 2006.

49. يامنة الجراي، لغة الإشهار السياحي، المجلة الثقافية الشهرية عود
الند، العدد 78، تونس، 2012.

المواقع الإلكترونية:

50. بشير إبرير، بلاغة الصورة و فاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري (نظرة
سيمائية تداولية)، الجزائر. 05-16-10/04/2015. www.startimes.com.

51. يامن عيسى خضور، الخطاب الإشهاري دراسة سيميائية معمقة، المدونة
الأكاديمية للأدب و النقد، 4 يوليو 2011. Dr.chikh.blogspot.com.

فهرس الموضو عات

فهرس الموضوعات:

- مقدمة:.....ص01
- الفصل الأول: في مفهوم الوظيفة التمريرية والخطاب الاشهاري السياحي.....ص 06
- المبحث الأول: تعريف الوظيفة.....ص07
- المبحث الثاني: أنواع الوظائف.....ص 13
- المبحث الثالث: تعريف الخطاب.....ص 20
- المبحث الرابع: مفهوم الخطاب عند اللغويين.....ص23
- المبحث الخامس: تعريف الخطاب الاشهاري.....ص32
- المبحث السادس: تعريف الخطاب الاشهاري السياحيص 36
- المبحث السابع: مكونات الخطاب الاشهاري السياحيص 39
- المبحث الثامن: الهدف من الخطابص 47
- المبحث التاسع: المقاربات المنهجية للخطاب الاشهاري السياحي.....ص 51
- الفصل الثاني: آليات الوظيفة التمريرية في الخطاب الاشهاري السياحي.....ص 59
- المبحث الأول: آليات الوظيفة التمريرية.....ص60
- المبحث الثاني: الأشكال الاتصالية للخطاب الإشهاري.....ص 64
- المبحث الثالث: الأشكال في الصورة الاشهارية.....ص 81
- المبحث الرابع: ثنائية الجسد والمرأة في الصورة الإشهارية السياحية.....ص 86
- المبحث الخامس: رمزية الأجيال.....ص 89
- المبحث السادس: الخطاب المرئي.....ص 91
- الخاتمةص100
- قائمة المصادر والمراجع.....ص 103
- فهرس الموضوعاتص109-110

المخلص:

تعتبر الوظيفة التمريرية رسالة
موجهة من المرسل إلى المتلقي
لتبنى على أساس مادة صوتية أو
خطية أو صوتية ممثلة في خطاب
إشهاري سياحي باعتباره معنى
لل كلمات نفسها و في هذه العلاقة
التي تؤدي رسالة إقناعية لتأتي
بعدها رسالة شاملة التي يتم معها
بلوغ الغاية التمريرية للخطاب
الإشهاري السياحي.

Résumé

the passing fonction
is considered message
directed from the sender
to the recipient to be built
upon vocal or written
material or vocal
represented in a touristic
advertising discourse as
it represents a meaning to
the same wouchs in the
relation that conveys a
persuasie message .leting
after it the coming of a
compre lensir message
with the passing end of
the touristic advertising
discourse is achieved.

شكر من محمد وآله
والله