

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية الآداب واللغات

قسم الآداب واللغة العربية



الأنساق الرمزية اللغوية ودورها في تعزيز الخطاب البصري

دراسة تحليلية سيميائية على عينة من الملصقات السياحية المختارة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية

تخصص: لسانيات وسياحة.

إشراف الدكتور:

نصر الدين بن غنيسة

إعداد الطالبة:

نسيمة بن حسين

السنة الجامعية 2014/2015

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية الآداب واللغات
قسم الآداب واللغة العربية



الأنساق الرمزية اللغوية ودورها في تعزيز الخطاب البصري

دراسة تحليلية سيميائية على عينة من الملصقات السياحية المختارة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية

تخصص: لسانيات وسياحة.

إشراف الدكتور:

نصر الدين بن غنيسة

إعداد الطالبة:

نسيمة بن حسين

السنة الجامعية 2015/2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

أهدي هذا العمل إلى روح والدي الطاهرة في الذكرى الأولى لرحيله..

وإلى أستاذي الفاضل الذي من واجبي أن أرفع له راية الشكر و العرفان:
الأستاذ الدكتور نصر الدين بن غنيسة، الذي لم يبخل بجهده ولا بوقته الثمين
في توجيه هذا العمل ونجاحه.

وإلى كل تلك الأسماء التي استوطنت وجداني وإلى جميع زملائي و زميلاتي
وأساتذتي الكرام بقسم الآداب و اللغة العربية، وإلى كل من يعرفني من قريب
أو بعيد أهدي هذا العمل المتواضع.

مقدمة

تعد اللغة قناة اتصال بين منتج الخطاب و بين متلقي وقارئ هذا الخطاب، لذلك كانت المهمة الأولى لهذا المتلقي، هي استكشاف النص وتأويله والوقوف على بنية هذه اللغة من حيث وحداتها اللسانية وتراكيبها والقيم الدلالية المسندة إليها.

فمن الثابت أن الأشياء والصور والسلوكات تنتج الدلالة، وهي تقوم بذلك بامتياز ولكن ليس بكيفية مستقلة عن اللغة، بحيث أن كل نسق سيميولوجي يمتزج باللغة، فالمادة البصرية مثلا تثبت مدلولاتها عن طريق مضاعفتها برسالة لفظية، بحيث يقيم جزء من الرسالة الأيقونية علاقة بنيوية مع نسق اللغة، إننا نعيش حضارة الكتابة أكثر من أي وقت مضى، بالرغم من اجتياح الصورة لحياتنا.

وقد أصبح الإشهار اليوم من أكثر التقنيات استخداما للعلامة اللغوية والبصرية على حد سواء، وذلك في مجالات أكثر حيوية كالتجارة والسياحة، وخاصة هذه الأخيرة التي تعطي دفعا للاقتصاد المحلي والوطني، بحيث يتبنى الإشهار السياحي في ذلك، دورا يقوم على نظام من القيم وشبكة تفسيرات تتضمن سلسلة من المدلولات والمعاني التي على المشاهد أن يختار بعضها ويتجاهل الأخرى، والتي لابد أن تظهر مع النص المرافق لها، خاصة وأن دور هذا الأخير يتمثل في الحد من تشعب معنى الصورة في الملصق الإشهاري (موضوع التحليل).

ويكمن دور اللغة البارز باعتبارها منظومة رمزية مكونة من حروف وألفاظ وتراكيب لغوية، قائمة على الجدل والبرهان والمقارنة والاستعارة والكناية، يرتبط فيها الدال أو الرمز أساسا بالتعابير اللسانية الأخرى، و الكامنة في مؤسسة اللغة، ما يجعل منها نظاما سيميائيا، يتطلع إلى أبعد من مجرد كونه وظيفة اتصالية.

ورغم انصهار الرمز بنسيج اللغة، و التي تشكل الصورة أساسها المادي والمطلق في فن صناعة الملصق الإشهاري، إلا أن الرمز اللغوي والصورة ليسا شيئاً واحداً، فإذا كانت الصورة هوية طّبعة في تمثيل الأشياء والموجودات الواقعية التي تستدعيها رؤية الواقع المعبر عن التراث السياحي العريق، في جانبه المادي، والذي يقوم على مبدأ الواقعية في التمثيل و الاختصار المكثف في التضمين، فإن أي استقراء دقيق يمكن أن يضع بين أيدينا بعض المظاهر الخاصة بالرمز، والتي لا تتوقف عند حد تمثيل معنى محدد مقابل شيئاً محدداً - وإن انطوى على ذلك - وإنما دلالة تتبثق من جسد الواقع ذاته وملقاة على عاتق اللغة الممثلة لها.

الرمز اللغوي ليس علامة بديلة وانعكاساً لشيء مرئي فحسب، بل هو الرمز نفسه وقيّمته في ذاته مثلما قيمته في قدرته على التمثيل لحظة تغيب الواقع واستحضار بديل مستدعى.

وعليه اندرجت أهمية موضوع هذا البحث عند المستوى اللغوي الرمزي ذو الخلفية النسقية الرمزية، ودوره في الكشف عن المضامين الإشهارية في الملصق السياحي، لا من حيث وظيفته التوجيهية فقط (الحد من تعدد القراءات ، خلق تناظر بين اللفظي والبصري) بل من حيث فهم كوامنه الرمزية ودورها في الإقناع لغاية التشهير بالثقافة السياحية بمعنى تحديد أفعال اللغة ودورها في تحديد الطاقات الإقناعية الضمنية، فالوصف لا يشكل سوى الواجهة المرئية لمضمونه، وهذا ما يدفعنا لطرح الإشكال الآتي:

ما هي العلاقة التي تربط الأنساق اللغوية الرمزية بخطابها البصري في الإشهار السياحي ؟

وبناء على التساؤل الرئيس نطرح جملة من التساؤلات الفرعية فيم يلي:

- 1- ما هي الأنساق الرمزية للغة الإشهار السياحي؟
- 2- ما هي العلاقة التي تربط بين البنى اللغوية و البنى النسقية الرمزية؟
- 3- هل يختلف التمثيل الرمزي في الأنساق اللغوية عنه في الأنساق البصرية؟

للإجابة على هذا الإشكال استلزم موضوع البحث، تطبيق رؤية منهجية تحليلية ما بعد الحداثيّة و المسماة "المنهج السيميائي" وذلك لكونه الأنسب لمساءلة البنى القيمية والرمزية الكامنة في ثنايا الخطابات الإشهارية، ورصد المقولات الدلالية التي تؤسس لقضايا انفتاح النصوص ورفض طروحات الأنساق المغلقة التي تقوم بعمليات توحيد مستمر لما هو متعدد.

وتهدف هذه الدراسة التحليلية السيميائية والمتعلقة بالإشهار السياحي، والتي ركزنا فيها على عينة من الملصقات الإشهارية السياحية المختارة باللغتين العربية والأجنبية، في بعدها الدلالي التعييني والتضميني (الإيحاء/الرمزية) إلى تحقيق جملة من المرامي العلمية المرتكزة على مجموعة من الأسباب نوردّها كما يلي:

1- الكشف عن رمزية النص اللغوي ومدى مطابقته للصورة الثابتة (الملصقات)، ولكن ضمن ظروف استقبال الرسالة الإشهارية في محيطها السنني الثقافي، بحيث يتخذ معنى موحدا قصد ترسيخ وتثبيت معاني ودلالات الصورة الثابتة.

2- تطبيق إسقاطات إجرائية تحليلية تركز على التحليل الدلالي (السمنطقي) للخروج بنتائج علمية بعد تطبيق بعض المقاربات النظرية والاتجاهات السيميائية التي تعمل في مجال الرسالة الألسنية كنص اتفاقي اصطلاحي، وفي ميدان الصورة كتمثيل للواقع.

3- الكشف عن الدور الحقيقي لكل من اللغة الرمزية والخطاب البصري على حد سواء ضمن دائرة أوسع دائرة الاتصال الاجتماعي والثقافي، ومن ثم إبراز عناصر الترابط والتداخل بينهما لتشكيل صورة ذهنية نهائية عن الإشهار السياحي.

4- مقارنة ما هو لساني لفظي في الإشهار السياحي بما هو رمزي مضمّر.

5- تسليط الضوء على أهمية الإشكالات المرتبطة بالرمزية في التناولات السيميائية.

من هذا المنطلق يتضح لنا جلّيا أسباب اختيار موضوع البحث، دعما لسير استجواب

مشكلة البحث الأساسية، وقد تجسدت جملة الأسباب في ما يلي:

1- الرغبة في البحث الدقيق عن المستويات العميقة للرسالة اللغوية الرمزية، نحو الرسالة البصرية الأيقونية، من خلال الوقوف على الجوانب السيكلوجية والاجتماعية والثقافية التي من شأنها أن تدعم التحليل السيميائي من منظور تحليلي لساني بحت.

2- إقامة استومولوجيا مقارنة بين الأنساق الرمزية اللسانية وغير اللسانية لحصر حدود إمكانية استفادة الثانية من الأولى.

5- انحصار الكثير من الدراسات السيميائية على التناول النظري فقط لأبعاد الرمز دون العناية التطبيقية الاشتغالية و التأويلية لسياقات تداوله و تغيره و إحالاته الممكنة.

ولقد انبنت هذه الدراسة في ملامسة هذه المفاهيم على خطة بحثية منهجية (إطار منهجي)، والذي تفرعت الدراسة من خلاله إلى ثلاثة فصول: فصلين نظريين، (الإطار المفاهيمي، والإطار النظري) وفصل تطبيقي (الإطار التحليلي).

- حيث عني الفصل الأول ب(الجهاز المفاهيمي للنسق اللغوي الرمزي) ويضم مجموعة من العناوين الفرعية المتمثلة في: (المحددات المفهومية للنسق اللغوي، رمزية النسق اللغوي، إشكالات بناء وتداول الأنساق اللغوية الرمزية).

- في حين ورد الفصل الثاني موسوما ب (قضايا المعنى ومجالات النسق اللغوي الرمزي) مقسما كذلك إلى ثلاثة عناوين فرعية (الأبعاد الرمزية الوظيفية للخطابات السيميو لغوية، التعبيرية الرمزية وتداولية اللغوي، خطاب الصورة الإشهارية).

أما الفصل الثالث فخصصناه للجانب التحليلي والتطبيقي) وتفرع بدوره إلى مفارق موضوعاتية مجسدة في: (الخطوات الإخراجية للإشهار السياحي)، و(نماذج تطبيقية للتحليل السيميولوجي) ضم ستة صور إشهارية، ثلاثة منها باللغة العربية، وثلاثة باللغة الأجنبية.

لا يخلو أي بحث أو دراسة من مجموعة من العراقيل التي تعترضه أثناء خطوات سيره من البداية وصولاً إلى نتائج البحث الأخيرة وهذه الدراسة بدورها اعترضتها جملة من الصعوبات النوعية في شقيها النظري و التطبيقي تمثلت في:

1- استعصاء دراسة الرمز اللغوي بخلفياته المتنوعة على العلماء اللسانيين، زائد بدايات تطرق علماء السيميائيين له، نظرا لحدثة الموضوع في الحقل الإشعاري، ونظرا لصعوبة تحديد موضع انبثاقه الرئيس، ليكون بذلك منفلتا من كل تحديد، فلا يفسر ببعد واحد يغني عن بقية الأبعاد، ولكن رغم ذلك نجد المصلحة الإشعارية حمالة أوجه اتفاقية تعاقدية مقننة.

2- استخدامنا للمنظور الرمزي ذي الإيستومولوجيا الميتافيزيقية، وهو ضرب جديد من الأطر الفكرية للقيام بالبحث العلمي والكشف عن كل ما هو خفي في الإشعار.

3- تعلق موضوع بحثنا بمجال الإشعار، وهو مجال مفتوح وقيّد الاجتهاد، أضف إلى ذلك ندرة المراجع التي تتطرق لموضوع الرمز في بعده اللغوي والبصري في عالم الإشعار عامة، والإشعار السياحي خاصة، وحدثة ظهور مجالي الإشعار والسياحة في ميدان البحث العلمي لدينا كموضوعات جادة للبحث والدراسة .

4- صعوبة تناول المراجع الخاصة بطبيعة موضوع الدراسة لا سيما ما تعلق بالجانب الرمزي في أبعاده العديدة.

وقد ارتكزت هذه الدراسة على مجموعة من المصادر و المراجع التي تناولت الجانب الرمزي اللغوي و البصري، نذكر من بين المصادر على سبيل المثال : أسس السيميائية لدانيال تشاندلر، السيميائية وفلسفة اللغة لأمبرتو إيكو، أما أهم المراجع فكانت تحت عنوان : فصول في السيميائيات لنصر الدين بن غنيسة، الأنثروبولوجيا الرمزية لحافظ الأسود و نظرية الرمز لتزفان تودوروف وبعض مؤلفات سعيد بن كراد.

والشكر الجزيل للأستاذ الدكتور المشرف "نصر الدين بن غنيسة" على سديد النصائح والذي كان له فضل التوجيه والرعاية لمسار هذا البحث، و جزيل الشكر لكل من ساعدني من قريب أو بعيد، لإنجاح هذا العمل، وما التوفيق إلا بالله العليّ القدير.

الفصل الأول.

الجهاز المفاهيمي للنسق

اللغوي الرمزي.

أولاً: المحددات المفهومية للنسق اللغوي.

ثانياً: رمزية النسق اللغوي.

ثالثاً: إشكالات بناء وتداول الأنساق اللغوية الرمزية.

"... من أجل إنقاذ النص على القارئ أن يتخيل أن كل سطر يخفي دلالة خفية، فعوض أن تقول الكلمات فإنها تخفي ما لا تقول. إن مجد القارئ يكمن في اكتشاف أن بإمكان النصوص أن تقول كل شيء، باستثناء ما يود الكاتب التدليل عليه. في اللحظة التي يتم الكشف عن دلالة ما ندرك أنها ليست الدلالة الجيدة، الدلالة الجيدة ستأتي بعد ذلك، إن الأغبياء هم الذين ينهون التأويل قائلين: لقد فهمنا. إن القارئ الحقيقي هو الذي يفهم أن سر النص يكمن في عدمه..."

أمبرطو إيكو - إسم الوردة -

تمهيد:

ينفرد الإنسان بمقدرته الإبداعية على خلق رموز تقوم واسطة بينه وبين الأشياء، فبفضل الوسائط استطاع أن يتجاوز التعامل مع العالم المادي بصورة مباشرة، مكثفيا باستحضار ما منحه من رموز تقوم مقامه، ثم تخطى ذلك ليتعاطى مع الأنساق الرمزية وفق لغة لها مشروعية الزخر ببيئة تنتج الرموز وتوظفها على نحو يفضي إلى حظوة الرمزي و سطوة اللغوي في النصوص والخطابات؛ ومن ثمة التشعب في الحفريات المضمرة للعلاقات الترابطية التي تقيمها الأنساق المنتظمة لتعزيز طغيان الرمز وسيادة اللغة في آن واحد.

الفصل الأول: الجهاز المفاهيمي للنسق اللغوي الرمزي.

أولاً: المحددات المفهومية للنسق اللغوي.

تحدد المفاهيم باعتبارها تمثيلاً رمزياً لوحدات ثقافية، والمشكلة لمجمل معارفنا حول العالم، وقد استقرت معجمياً بتفكيرنا استخداماتها، ومفهوم النسق اللغوي يتحدد بدوره كأحد أهم المفاهيم الأساسية التي لا بد أن تضبط للاقترب أكثر من موضوع الدراسة قيد التحليل.

1- النسق اللغوي: قراءة في المفهوم:

إن النسق بالرجوع إلى معناه المعجمي يتجلى تعريفه فيما يلي:

« النسق من كل شيء: "ما كان على طريقة نظام واحد، عام في الأشياء، وقد نسقته تنسيقاً، ويضيف ابن سيده: نسق الشيء يُنسقه، نسقا و نسقه، نظمته على السواء، وكل شيء أتبع بعضه فهو نسق له"»¹.

« النسق ما جاء من كلام على نظام واحد، والعرب تقول لطور الجبل إذا امتد مستويا، خذ على هذا النسق أي على هذا الطور»².

« نسق الكلام نسقا: "عطف بعضه على بعض، نقله الجوهري، وقال ابن دريد: النسق نسق الشيء بعضه في إثر بعض"»³

¹- ابن منظور، لسان العرب. ط: 1. لبنان: دار صادر، بيروت، 1997. المجلد العاشر، ص: 352، 353، مادة (ن، س، ق).

²- عبد الفتاح أحمد يوسف، قراءة النص وسؤال الثقافة. ط: 1. الأردن، عالم الكتب الحديث، جدارا للكتاب العالمي، ردمك، 2009، ص 79.

³- مرتضى الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس. ط: بلا. لبنان: دار الفكر، بيروت، 1994، المجلد الثالث عشر، ص 457.

أما فيما يخص التعريف الاصطلاحي، فقد تبنته اتجاهات شتى، وقد تجلت فيما يلي:
يرى دوسوسير (F.de Saussure.1913-1857) أن النسق يعادل اللغة بحيث يُعرف اللغة بوصفها نسقا من العلامات، وهو نسق لا يعترف إلا بنظامه الخاص¹.

النسق اللغوي حسب تعريف الباحث محمد مفتاح "مكون من مجموعة العناصر الأجزاء التي يترابط بعضها ببعض مع وجود مميز أو مميزات بين كل عنصر وآخر"².

« فالنسق اللغوي يتكون من مجموعة الأنساق، ليست فرعية كما سمتها لسانيات دي سوسير، ولكنها مجموعة من الأنساق الأصولية مثل: النسق الصوتي، والنسق النحوي، والنسق الدلالي، لذلك سمي النسق اللساني نسق الأنساق »³.

ويعرفه قاموس le Dictionnaire didactique des langues كالتالي:

✓ النسق: كلية مبنية تقتض وجود علاقات تعالق وتبعية وتعاقد بين العناصر التي تكونها، فكلمة نسق جد قريبة من مصطلح (بنية) فالنسق: بنية داخلية ظاهرة.

¹ - ينظر فرديناند ديسوسير، محاضرات في الألسنية العامة، ترجمة: يوسف غازي مجيد النص. ط: بلا. الجزائر: المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1986، ص36.

² - محمد مفتاح، المشروع النقدي المفتوح. ط: 1. الجزائر: منشورات الاختلاف، لبنان: الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2009. ص114.

³ - ينظر منذر العياشي، العلاماتية (السيمولوجيا). ط: 1. الأردن: عالم الكتب الحديث، العبدلي، جدارا للكتاب العالم، إربد، 2013 ص 73.

✓ النسق : يعني المجموع بوصفه تصميمًا عقليًا. مثال ذلك: النسق الفونولوجي

(الصوتي) بوصفه مجموعة من الفونيمات (الأصوات).¹

✓ « النسق : ما تكون من عناصر مشتركة ومختلفة.

✓ النسق: يؤدي وظيفة لا يؤديها نسق آخر». ²

أما التعريف الإجرائي للنسق اللغوي فهو "سلسلة الحقول التجمعية، يترابط بعضها حسب التقارب في المعنى، وبعضها الآخر يترابط حسب التقارب في الصوت، ليكون التعارض بين الألفاظ، إذا تعلق الأمر بالظاهرة اللغوية، أو الأجزاء إذا تعلق الأمر بالظاهرة الاجتماعية، والذي يساعد على بناء النسق".

2- بنية المنظومة اللغوية:

انطلاقاً من حقيقة أن كل علامة لغوية هي وحدة محاطة بدلالات غير الظاهرة وبناءاً على أن المعاني كامنة في الأذهان والألفاظ ترجمة لها، فإن جانباً مهماً من مسألة كيف تصنع اللغة المعنى؟، يجعلنا نطرح جملة من المفاهيم الإجرائية التي تعمل على إنتاج المعنى داخل بنية اللغة ومن هذه المفاهيم الإجرائية نذكر ما يلي:

أ- التركيب والاستبدال:

«يتأتى المعنى من الفروق بين الدوال، وهذه الفروق نوعان : تركيبية (تتعلق بالتموقع) واستبدالية (تتعلق بالإبدال)، والتمييز بينهما أساسي في التحليل السيميائي البنيوي».³

¹ - منذر العياشي، العلاماتية (السيمولوجيا). ص 141، 142. نقلاً عن:

- R.galison / D.coste :dictionnaire de didactique des langue Ed,

hachette .Paris.1976.P550 .

² - محمد مفتاح، المشروع النقدي المفتوح. ص119.

³ - محسن بوعزيزي، السيميولوجيا الاجتماعية. ط: 1. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2010. ص88.

فالعلاقات التركيبية احتمالات مزج، تقوم على النسق والمركب، في إطار القواعد النحوية (الظاهرة والمستترة)، المرتبة بين دالات متفاعلة، حيث إن دي سوسير يصطلح عليها مصطلح "سلسلة"، ويعتبر أن معنى الإشارات يكمن في علاقتها مع بعضها البعض في منظومة علائقية شكلية ومجردة¹.

« بينما العلاقات الاستبدالية، هي عبارة عن قيم ترابطية ناتجة عن العلاقات الدالة للعلامات الغيابية المفترضة²، « في ما يشبه جداول عمودية من العلامات تتقاطع مع الخط الأفقي للجملة، وبطريقة تتيح للجملة أن تستعمل واحدة من العلامات المتقاطعة³.

ب - التقابل:

« ينطلق مفهوم التقابل من خلال عمله اللساني، وذلك استنادا إلى مبدأ الاختلاف الموجود بين الوحدات اللسانية، ذلك المبدأ الذي بين دي سوسير وظيفته الإيجابية والمتمثلة في كون العلامة لا تستمد قيمتها **Valeur** إلا من خلال تقابلاتها الصوتية كعلامات التمييزية⁴.

ويمكن التمييز بين عدة أنماط من "التقابلات"، ولعل أهم الأنماط هي الآتية:⁵

- التقابلات (التناقضات المنطقية غير التدريجية): الكلمات التي تشكل بدائل مانعة (مثال ذلك: حي، ميت، حيث لا يمكن أن تعني "غير حي" إلا "ميت")

¹ - ينظر دانيال تشاندلر، أسس السيميائية، ترجمة: طلال وهبه. ط: 1. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، س: د، ص 153، 154.

² - عبد القادر فهم شيباني، السيميائيات العامة، أسسها ومفاهيمها. ط: 1. لبنان: الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، الجزائر: منشورات الاختلاف، الجزائر العاصمة، 2010 ص 26.

³ - جوناثان بيغل، مدخل إلى سيمياء الإعلام، ترجمة: محمد شيبا. ط: 1. لبنان: مؤسسة الجامعية للدراسات، بيروت، 2004، ص 24.

⁴ - الطيب دبة، التفكير السيميائي في اللغة والأدب، دراسة في تراث أبي حيان التوحيدي. ط: 1. الأردن: عالم الكتب الحديث، إربد، 2015. ص 67.

⁵ - دانيال تشاندلر، أسس السيميائية، ترجمة: طلال وهبه، ص 161، 162.

- التقابلات (التناقضات المنطقية التدريجية): كلمات، بالمقارنة مع بعضها بعضاً، متدرجة، من حيث البعد الضمني نفسه (مثال ذلك: جيد ، سيء).

ج- المقصد:

يستند مبدأ المقصد إلى اعتبار إرادة المتكلم شرطاً لتحقيق الدلالة السيميائية، وهو مفهوم جعل دعاة سيميائيات التواصل لا يعدون النظام سيميائياً إلا إذا ارتبط بوظيفة التواصل القائم على الأفعال القصدية الواعية.¹ « بحيث أن وضع العلامة التواصلية يرتبط بوعي المرسل بالعلامات التي يبثها، ذلك لأنها تحمل طابعاً قصدياً مسنناً **Code** ضمن قواعد تعاقدية (**Convention**) يتوافق ضمنها كل دال مع مدلول ²».

د - سياق المقام:

لا يصبح النظام سواء في إطاره الإجرائي أو في إطاره النظري وحده كافياً لتحقيق الدلالة وفهمه، بل لابد من ربط النصوص و الملفوظات بسياقها الذي تنتمي إليه؛ فالحديث عن السياق (**Contexte**) يقتضي الحديث عن مفهوم آخر يلزمه ويرتبط معه بل يلتبس به³، « ذلك هو مفهوم المقام (**Situation**)، والذي يسمى بظروف الواقع الفيزيائي والنفسي والاجتماعي و الثقافي»⁴.

إذن عملية بناء المعنى اللغوي، تخضع للعلاقات الداخلية لها (العلاقات التركيبية والاستبدالية، علاقات التقابل)، وتخضع في جانبها التداولي لمحيط اللغة، فيما يخص العلاقات الخارجية لها (سياق المقام، المقصد) وتؤول إليها عملية إنتاج المعنى اللغوي، الذي سنكشف عنه فيما يلي في شكل اشتغال علاماتي تعمل عليه أنساق اللغوية.

¹ - ينظر الطيب دبة، التفكير السيميائي في اللغة والأدب، دراسة في تراث أبي حيان التوحيدي، ص18.

² - عبد القادر فهم شيباني، السيميائيات العامة، أسسها ومفاهيمها، ص42.

³ - ينظر الطيب دبة، التفكير السيميائي في اللغة والأدب، دراسة في تراث أبي حيان التوحيدي، ص85، 86.

⁴ - عبد الواسع الحميري، ما الخطاب وكيف نحله؟. ط: 1. لبنان: مجد المؤسسة الجامعية، بيروت، 2009. ص 60.

3- الاشتغال العلاماتي على الأنساق اللغوية:

تستهدف السيميائيات دراسة الأنساق، على اختلافها وتنوعها، والنسق اللغوي واحد من هذه الأنساق بحيث إن مفاهيمه وأدواته المنهجية قد استعارها علماء السيمياء من اللسانيات، بعد أن أدركوا أن اللغات البشرية أنظمة سيميائية، وأن ما وضع من مبادئ ومفاهيم لدراساتها إنما يصلح لكل نظام سيميائي.

وقد تحدث أرسطو في فقرة معروفة من كتابه " في التأويل" بقوله: إن الكلمات هي علامات " فهو يقول قبل كل شيء" إن الألفاظ دالة (رموز) على المعاني التي في النفس، كما أن الحروف التي تكتب هي دالة (رموز) على هذه الألفاظ التي ليست واحدة بعينها عند جميع الأمم" أي إن الألفاظ والحروف توضع وتتشأ عن طريق التواضع¹.

« وهذا ما دفع بيار بورديو (P.Bourdieu.2002-1930) إلى دعم فكرة أنه لا يمكن أن تدرس اللغة كموضوع مستقل يبحث عن الدلالة في باطن اللغة دون البحث في الشروط الاجتماعية لاستخدام الكلمات، ففوة الكلمة وسلطانها لا تتبعان من ذاتها، بل من الاستعمالات الاجتماعية لها، ذلك أن قدرة العبارات على التبليغ لا يمكن أن توجد في الكلمات ذاتها، بل تستمد اللغة سلطتها من الخارج، إنها تمثل هذه السلطة وترمز لها»²

ومن منظور الإحياء تناول "رولان بارث (R.Barthes.1980.1915) سيميولوجيا الدلالة التي تهتم بدراسة الإحياءات بحيث إن التعيين يمثل الأساس الأول

¹ - ينظر أمبرطو إيكو، السيميائية وفلسفة اللغة، ترجمة: أحمد الصمعي. ط:1. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت. 2005. ص72. نقلا عن: أرسطو، في التأويل، ترجمة: ابن رشد؛ تحقيق: جبرا جهامي، ص84، 85.

² - محسن بوعزيزي، السيميولوجيا الاجتماعية. ص 64. نقلا عن:

- Pierre Bourdieu, ce que parler veut dire : L'economie des échanges linguistique (paris : fayard, 1982).

الذي يستند عليه الإيحاء، فالدليل في المستوى الثاني (المستوى التضميني) هو الذي اختاره "بارث" من أجل تجنب كل التباس مع الدليل (دليل التعين) أن يسميه دلالة¹.

« ويضيف رولان بارث بأن القراءة التضمنية ترجع إلى الدلالة الحقيقية للدليل، بمعنى أنها تحليل بما هو أبعد مما تمثله كونها تتعلق بالجانب الإنساني المتصل بالتأثير الذي يولده (الدليل) حين التقائه مع مشاعر وأحاسيس المتلقي»².

ومن هنا كان التركيز في السيميائيات على طبيعة التدليل استنادا إلى عناصر ثقافية (سنن ثقافي) لا على المادة، فالمعنى المرئي للكلمة لا قيمة له، وجد فقط لكي يدشن سيرورة (سيميز) التي لا تعطي نفسها بسهولة، والتي تختلف من حيث الطبيعة كونها مرتبطة بمكونات كل واقعة والتي تحدد طبيعة اشتغالها، إلا أن جوهرها واحد ومشارك³

« وقد كان بيرس (1839 - 1914) يفكر في هذا عندما كتب قائلا " بما أن الإنسان لا يمكنه أن يفكر إلا بواسطة الكلمات أو بواسطة رموز خارجية، وبإمكان هذه الرموز والكلمات أن تقول له (أنت لا تعني شيئا غير ما علمناك، ولذا أنت تعني فقط لأنك تقول بضع كلمات باعتبارها مؤولات لفكرك ، فالكلمة التي يستعملها الإنسان هي الإنسان نفسه) «⁴.

¹ - ينظر مرسلتي دليلة وآخرون، مدخل إلى السيميولوجيا (نص - صورة)، ترجمة: عبد الحميد بورايو، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، س: بلا . ص 19، 20.

2- Lazar Judith : **les sciences de la communication**, Que sais-je? 2eme Ed, Paris (1993). Press Universitaire, Dahleb, Alger. نقلا عن نجيب بخوش، عبيدة صبطي، الدلالة والمعنى في الصورة. ط: 1. القبة القديمة، الجزائر: دار الخلدونية، 2009 ص 13.

³ - ينظر سعيد بنكراد، السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، الكتاب: الحادي عشر. المغرب. منشورات الزمن، الدار البيضاء، 2003 . ص 20.

⁴ - أمبرتو إيكو، السيميائية وفلسفة اللغة، ترجمة: أحمد الصمعي، ص 112. نقلا عن :

- Peirce « some consequence of four incapacities » . P84.

« فالعلامة في تصور بيرس (Charles.S.Peirce.1914. 1937) هي الوجه الآخر لإواليات الإدراك، لذا لا يمكن تصور سيميائيات مفصولة عن عملية إدراك الذات وإدراك الآخر، إدراك " الأنا " وإدراك العالم الذي تتحرك داخله هذه الأنا».¹

« ولهذا فإنه في ممارستنا التحليلية - كيفما كان موضوع التحليل - لا نعين معنى، ولا نكشف عن مادة ضمنية مودعة بشكل سابق في الواقعة، فذلك إجراء وصفي لن يمنحنا أية نتيجة، بل لابد من اقتفاء أثر السيرورة المنتجة للمعاني، والمعنى ليس شيئاً آخر سوى هذه السيرورة المؤدية إلى إنتاج الدلالة² (السيميوز)³».

إن ما يميز العلامة هو اشتغالها على مفهوم التأويل الذي يعد حلقة هامة في سلسلة الإجراءات التحليلية، التي تقوم عليها الوقائع الدالة التي تشكل سندا للحياة الاجتماعية وعمقها الرمزي، بدءا بالنصوص المكتوبة البارزة - والتي سنكشف عنها لاحقا - مروراً بالأنساق البصرية، لتشكل تراثاً لتصنيف الوقائع المشكلة لدائرة الإبلاغ والتدليل.

ثانياً: رمزية النسق اللغوي :

ليس من شك في أن أي إثارة لموضوع الرمز، لا يمكن أن يتم من دون توضيح العلاقة التي تربطه بالمجال اللغوي و السيميائي، ومن ثم بمجال العلامة باعتباره مجال اشتغاله.

¹ - سعيد بنكراد، السيميائيات مفاهيمها و تطبيقاتها. الكتاب الحادي عشر، ص60.

² - المرجع نفسه، ص60.

⁴ - السيميوز (Sémiosis) مصطلح أطلقه بيرس في التصور الدلالي الغربي هو الفعل المؤدي إلى إنتاج الدلالات وتداولها، يشغل من خلالها شيء ما باعتباره علامة، فلا شيء يمكن أن يدل من تلقاء ذاته ضمن وجود أحادي في الحدود والأبعاد. نقلا عن: سعيد بنكراد، السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاته، ص21.

1-النسق الرمزي و الأنسقة الدالة:

« يمكن أن نعتبر مناقشة موضوع الرمز من أهم القضايا في علم الاتصال الحديث، فالرمز يرتبط بالدلالة من حيث أنه تصور ذهني لأشياء موجودة بالعالم الخارجي، المرجع فتبين هذه القضية المزدوجة للرمز نوع العلاقة بين ما نعرفه و ما هو موجود فعلا».¹

« فكل شيء قابل لأن يكون رمزا، لأن حياة الكائن البشري مليئة بالأسرار والطقوس والعقائد التي تجعل من كل حركة طقوسية رمزا لشيء خفي، وغير مصرح به»²

« الإنسان بطبعه كائن رمزي، فهو لا يعيش الواقع في ماديته، بل يعيش ضمن بعد جديد للواقع هو البعد الرمزي».³

« فالرمز في هذه الحالة يقوم على علاقة المشابهة بين المرئي المحسوس والمجرد، حيث تتم هذه العلاقة عن طريق النقل المجازي، فهو " صورة حسية مكثفة، تقوم على التعاطف بشتى أشكاله، وخاصة الكوني منه، والمشابهة فيه معاشة أي هي وجدانية، أكثر منها عقلية، أو هي مشابهة تعاطفية أكثر منها مشابهة متصورة»⁴.

« وفي قراءتنا المفترضة لمستويات حركة الرمز الوضعية سنميز بين ثلاث مظاهر تنضوي تحت العلاقة بين الرموز المُسَيِّقة والمصدر الأخير ووقعه وهي»:⁵

¹ - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة. ط: بلا. الأردن: عالم الكتب الحديث، إربد، 2008. ص 63.

² - محمد كعوان، التأويل وخطاب الرمز. ط: 1. الجزائر: دار البهاء، قسنطينة، الأردن: عالم الكتب الحديث، ردمك، 2009، ص 24.

³ - سعيد بركراد، مسالك المعنى، دراسة في بعض أنساق الثقافة العربية. ط: 01. سوريا: دار الحوار، اللاذقية، 2006. ص 16.

⁴ - محمد كعوان، التأويل وخطاب الرمز، ص 25، 26.

⁵ - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة ، ص 64.

أولاً: إن الرمز نتاج مبتكر من قبل المصدر نفسه فهو صورة وعيه ونوع نشاطه الذهني.

ثانياً: الرمز خلاصة المعاني والمضامين العرفية في الوعي الجمعي.

ثالثاً: الرمز بحد ذاته أنموذج العلاقة الرابطة بين الشيء الذي يشير إليه والواقع.

« ... ففي حالة الرمز يستعمل اسم الأسد مثلاً يستخدم كرمز للشهامة، والثعلب كرمز للمكر، والدائرة كرمز للخلود، غير أن الأسد والثعلب فيهما الصفات التي من المفروض أن يعبرا عن معناه... »¹.

« وهكذا ففي حالة الرمز على اختلاف أنواعه يحتوي الموضوع الخارجي في ذاته ومنذ البدء على المعنى الذي استخدم لتمثيله، فهو ليس علامة اعتباطية ولا يستعمل كيفما اتفق، بل هو علامة تتضمن في شكلها الخارجي ذاته مضمون التمثيل الذي تظهره »².

« ونميز بين ثلاثة أنواع من الرموز: »³.

أ- الرموز القصدية: وتكتفي البسيطة منها بوصف الموضوع وشد انتباه المستهلك إلى خصائصه، أو تلك التي يتطلب حضورها.

ب- الرموز التأويلية: وتثير الأحاسيس من خلال استحضار شخصيات ضمن وضعيات وأحاسيس وعلاقات يمكن أن يتماهى المستقبل معها.

¹ - عادل مصطفى، دلالة الشكل، دراسة في استيعاب الشكليات، وقراءة في كتاب الفن. ط1. مصر: رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة. 2014، ص37.

² - المرجع نفسه، ص 38.

³ - برنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ترجمة: سعيد بركراد. ط: 1. سوريا: دار الحوار، اللاذقية، 2012. ص 182، 183.

ج- الرموز الإيحائية: وتستدعي هيمنة حقيقية للرمز على المعنى الأول والموضوعي الذي لن يستخدم إلا باعتباره ما يقود إلى المعنى الثاني.

« وتبعا لما سبق ذكره يمكن أن نؤكد على حقيقة أن العلامة اللغوية تشير أو تحيل إلى شيء ما، أو صورة ذهنية موجودة سلفا، في حين يستمد الرمز دلالاته من ظلال هذه العلامة؛ حيث يعمل الرمز استنادا إلى قانون، إنه ينحدر من مقولة الثالثة عند بيرس، والثالثة في تصوره هي مقولة الفكر والضرورة والقانون الذي يحكم الوقائع استقبالا»¹

يمكن أن نميز الأنسقة الرمزية الدالة إلى أربع مرجعيات أساسية وهي كالاتي:

- **النسق الثقافي:** ويعني به التأسيس لنظام معرفي ترجع إليه الذاكرة الجمعية إلى الثقافة، ولذلك فإن اللغة والدين والأسطورة وكل السلوكيات الثقافية هي أشكال رمزية

- **النسق الاجتماعي:** وتتمايز بموجبه المواقع وتتباين الانتماءات والوظائف، مما يجعله ثابتا بنيويا يحكم كل التحولات المجتمعية من حوله، وعلى كافة الأصعدة.²

- **النسق الديني:** ويقصد به مجمل المبادئ اللاهوتية والعقائد الإيمانية، والطقوس والشعائر التي تتحكم بالفكر، وبالتالي الخطاب وتوجهه وجهة معينة»³

- **النسق التاريخي:** إن للتاريخ تأثيرا حيا في الذات البشرية، فهو ممتد في الحاضر منبسط في الوجدان، وهذا ما يفسر لنا انفعال الفنانين والمصممين بإحداثه، متخذين منها

¹ - محمد كعوان، الرمز والعلامة والإشارة : المفاهيم والمجالات، محاضرات الملتقى الرابع السيمياء والنص الأدبي، 28، 29 نوفمبر 2006. الكتاب الرابع، قسم الآداب واللغة العربية، جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر: دار الهدى، عين مليلة، 2005. ص 342.

² - ينظر محمد ولد عبيد، السياق والأنساق في الثقافة الموريتانية. ط: بلا. سوريا: دار نينوي، دمشق، 2009. ص 35 - 38.

³ - العزب محمد أحمد، طبيعة الشعر وتخطيطه، المغرب: منشورات أوراق، الدار البيضاء، 1985. ص 37.

رموزا قادرة على الإحياء بما يريد أن يعبر عنه، من مواقف وخلق معادلا موضوعيا لها»¹.

- «النسق التأويلي: وهو النسق الأهم، لأن جميع الأنساق السابقة تسير باتجاهه، لكي تتوصل إلى المعنى الأخير للنص»².

«إن دور الأنساق التي تتمظهر بها اللغة على شكل منظومات مجتمعة، تحول دون وجود الرموز بهيئات منعزلة، واللغة بهذا المفهوم تتواءم مع الإطار السيميوطيقي لها»³.

إذن فالرموز أي كان نوعها، تعلن عن نفسها كنقطة التقاء بين الإبداع الذاتي والوعي الجمعي، بين استقلالية الرمز وبين قيمته التوصيلية، المستوحاة من بيئة يفرضها سياق الاستخدام وطبيعة الثقافات ذات الطابع القابل للإدراك.

2- النسق الرمزي والسياق العام:

«إذا كانت الدلالات لا تكثرث للمادة الحاملة لها، فإن أشكال وجود هذه الدلالات لا يمكن أن تكون مفصولة عن السيرورة المولدة لها، بمعنى أن وجود الرمز واشتغاله، يحيل إلى سياقات عامة ومشاركة تجعل من هذا الشيء رمزا، وهو الذي لا يمكن يسلم دلالاته بسهولة، فالرمز لا يحمل هويته في ذاته، فهو يستعمل علامات سابقة على وجوده، فكل الملفوظات هي أشياء قابلة للإدراك، والفهم والتأويل، والتداول بين الناس»⁴، ذلك أن

¹ - العزب محمد أحمد، طبيعة الشعر وتخطيطه، ص 37.

² - عمر حسن القيام، أدبية النص القرآني، بحث في نظرية التفسير. ط: 01. الولايات المتحدة الأمريكية : المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، 2011. ص 144.

³ - محمد العزب أحمد، طبيعة الشعر وتخطيطه، ص 63.

⁴ - محمد كعوان، التأويل والخطاب والرمز. ط: 1. الجزائر: دار بهاء، قسنطينة. الأردن: دار الكتب الحديث، ردمك، 2009. ص 23.

العلامات وثيقة الصلة بالاستعمالات، وأي تغيير للسياق هو في واقع الأمر إحالة على مدلول لم يكن متوقعا في لحظة التمثيل الأولى، وهو ما يميز الرمز عن غيره¹

يقول فتغنشتاين (Ludwig.Wittgenstein.1951-1889) " لا وجود لعلامات، هناك فقط استعمالات، والاستعمالات هي سلسلة من السياقات التي تشير إليها الحاجات الإنسانية المتنوعة، هناك السياق اللغوي، السياق العاطفي، السياق الحضاري."²

« وحسب تعريف ديفيد شنايدر (David.schneider.1995 .1918)، يخضع الرمز للعرف والثقافة المجتمعية، بحيث يمثل الرمز شيئا آخر، ليس نتيجة وجود علاقة ضرورية أو جوهرية بينهما، بل نتيجة علاقة تعسفية بين الرمز والشيء القابل للإدراك».³

« يبقى القول بأننا لا ندرك الوجود إلا عن طريق وعينا به لغويا، ذلك لأن اللغة هي الشكل الوحيد الذي يمثل إدراك الموجودات، والإقرار بوجود المرجع أو الأفكار والمعاني، التي نعبر عنها ونعمل على إيصالها إلى المتلقي باستخدام رموز لغوية».⁴

إن أبرز ما يتحكم في مصير التواصل اللغوي هو مرحلة فك التسنين المؤسس على الأنساق الرمزية، والتي تشمل بصفة عامة، تلقي الإرسالية وقراءتها ومحاولة استيعابها والتي تجعل لغة المرسل عبارة عن أسطورة قائمة على تأطير وتوجيه السياق العام لها.

1- الرمزي في مدارج القراءة السيميو لغوية: (بين التعيين والإيحاء):

« إن معنى لغة الرمز، تكمن بالضبط في كونها غير مرتبطة بمعنى نهائي يمكن استردادها في مفاهيم عقلانية، فالرمزي يحفظ معناه في باطنه، لا يشير إلى شيء ما

¹ - ينظر سعيد بنكراد، مسالك المعنى، دراسة في بعض أنساق الثقافة العربية، ص 163

² - المرجع نفسه، ص 163 - 164.

³ - السيد حافظ الأسود، الأنثروبولوجيا الرمزية. ط: بلا. مصر: منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002. ص 93. نقلا

عن . 1980. P : 31 .chicago.P : 31 .America kinchip : Culture account ,David M ,Schneider -

⁴ - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، ص 61 .

لا يقع ببساطة في مجال ما نلاحظه على نحو مباشر، ونفهمه على نحو ما يكون أماننا بما هو كذلك، فالرمز بوجه عام يقوم على تفاعل متبادل بين الإظهار والإخفاء أو بين التعيين والإيحاء».¹

وقد تناول "رولان بارث" (R.Barthes .1980.1915) من خلال سيميولوجيا الدلالة التي تهتم بدراسة الإيحاءات بحيث إن التعيين يمثل الأساس الأول الذي يستند عليه الإيحاء، فالدليل في المستوى الثاني (المستوى التضميني) هو الذي اختار "بارث" من أجل تجنب كل التباس مع الدليل (دليل التعيين) أن يسميه دلالة.²

فهناك إذن مستويان للدلالة مستوى يكتفي بإنتاج وحدات قيمية من طبيعة تعيينية، ومستوى ثان يشير إلى قيم مضافة تدرج الفعل الإنساني ضمن وضع ثقافي خاص، ويطلق على المستوى الأول: التقرير وعلى المستوى الثاني الإيحاء.³

أ- « المستوى الأول: يتمثل في الرسالة التعيينية، وتضم الدلائل والمدلولات .

ب- المستوى الثاني: يتمثل في الرسالة التضمينية التي تأخذ جل الرسائل التعيينية كدال لتسيير بعض المدلولات الثانوية الإضافية»⁴ ، « فالدلالة التعيينية نسق دلالي أول يتكون من دال ومدلول، والعلاقة بينهما تكون العلامة، أما التضمين، فهو امتداد للنسق الأول تصبح فيه العلامة مجرد دال لمدلول ثان».⁵

¹ - مصطفى معرف (تأليف جماعي)، الترجمة والتأويل. ط: 1. الجزائر: منشورات الاختلاف، الجزائر العاصمة، لبنان: الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2009. ص161.

² - ينظر مرسلتي دليلة وآخرون، مدخل إلى السيميولوجيا (نص - صورة) ، ترجمة : عبد الحميد بورايو. ص19، 20. نقلا عن : R.Barthes .Rhétorique de l'image .Paris .1974 .P43.

³ - المرجع نفسه، ص19.

⁴ - نعيمة واكد، الدلالة الأيقونية والدلالة اللغوية في الرسالة الإعلانية. ط: بلا. الجزائر: تاكسيدج كوم للدراسات، 2012. ص88.

⁵ - محسن بوعزيزي، السيميولوجيا الاجتماعية، ص71.

ويستخدم مصطلح " الدلالة الإيحائية " للرجوع إلى ما ترتبط به الإشارة بكل ما هو ثقافي واجتماعي وشخصي (الأيديولوجي، الانفعالي)، فالدلالة الضمنية مرتبطة بالسياق، ودلالات الإشارات الضمنية أكثر تعددية - انفتاحا على التفسير - من دلالاتها التعيينية، ولكن على أن تعكس الدلالة التعيينية، بكل بساطة، إجماعا واسعا من أبناء الثقافة الواحدة.¹

« ويضيف برنار كاتولا (Bernard Cathelat) بأنه يمكن أن نجد هذا التحليل من خلال الإشهار في جزأين: الأول و الخاص بالمظهر الإخباري للإشهار، بشكل واعي ويمكن أن يكون موضوعا لنقاش عقلائي، أما الجزء الآخر الخاص بالمستوى الإيحائي، فيتكون من تمثيلات ورموز خفية، والتي تستوجب تحليل الآليات وآثارها البالغة الأهمية»²

الإشهار " إقناع سري " بالدرجة الأولى فهو يستتفر الانفعالات ويحاول تحييد العقل وتعطيل عمله، ومن جهة ثانية صريح من حيث النوايا والاشتغال، وهو ما يفسر التراكيب بين مستويين أحدهما مرئي (التقرير) والآخر ضماني (الإيحاء).³

« وتتحصر مزايا الإيحاء وآثاره على الدلالة اللغوية خاصة، في الوظائف التالية :⁴

1- وظيفة دلالية: يضمن الإيحاء تشتيئا (محدودا) للمعاني.

2- وظيفة سيميولوجية: إن وجود نسقين مختلفين، التقرير والإيحاء، يسمح للخطاب اللغوي أن يشتغل، بوصفه لعبا، كل نسق يحيل على الآخر، حسب حاجيات وهم ما.

¹ - ينظر دانيال تشاندلر، أسس السيميائية ، ترجمة: طلال وهبه، ص 237..239.

² - بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ترجمة : سعيد بنكراد. ص 175.

³ - ينظر سعيد بنكراد، الصورة الإشهارية، آليات الإقناع والدلالة. ط: 1. لبنان: المركز الثقافي العربي، بيروت، 2009. ص 55 .

⁴ - محمد بوعزة، إستراتيجية التأويل من النصية إلى التفكيكية. ط: 1. الجزائر: منشورات الاختلاف، الجزائر العاصمة ، 2011. ص 47. نقلا عن :

3- وظيفة تداولية: إن الإيحاء، من خلال توليده مبدئياً للمعنى المزدوج، يشوش على صفاء التواصل، إنه تشويش إرادي مضاد للتواصل. «

وبصفة عامة يمكن القول أن مضمون الإرسالية الإشهارية، يتحدد من خلال مستويين مختلفين لدلالات مركبة، بحيث ترتبط بالدلالة الكلية، الجامعة بين المضمون الواقعي والمضمون الوهمي داخل الإشهار، لتصبح الإرسالية كيانا مشتركا يتداوله ويتقبله الجميع.

ثالثا : إشكالات بناء وتداول الأنساق اللغوية الرمزية:

تبدو الرسالة الحرفية ركيزة للرسالة الرمزية، وإذا قلنا رسالة حرفية فنحن لا نستثني الرسالة البصرية، والتي تتجسد صفة الحرفية فيها من خلال التطابق الأيقوني الشبه تام، إذا كان هذا التطابق معياره التكافؤ الحقيقي، أما إذا دخل التسنين بينهما فسيجعل كل من الرسالة اللغوية والبصرية تتضويان تحت مسمى واحد هو الرسالة الرمزية؛ التي لا تحتمل التحليل الساذج، ولكنها تتادي بالوصف البنيوي لتفاصيلها ذات المغزى العميق.

1- بناء النسق اللغوي الرمزي:

« ليس ثمة شك من أن هناك من يرى بأن الإجراءات المرتبطة بطبيعة بنية الرمز، تؤكد في شرطه التكويني، بأنه لا يحقق ذاته إلا داخل اللغة، التي تتعدى وظيفة التواصل إلى ترميز جميع موجودات العالم بأسره من خلال اللغة الخطية أو المكتوبة الممثلة لها».¹

« وإذا سلمنا بترميز العالم عبر خلال الرمز اللغوي، الذي يتكون من دال ومدلولين؛ فإنه لابد أن نفهم بأن هذا المدلول في حالة الرمز يتعدى إلى مدلول ثان أو أكثر، فالرمز من هذا المنطلق هو بنية دلالية، يدل فيها المعنى الحرفي الأولي على معنى ثانوي، مجازي».²

¹ - كاظم مؤنس، دراسات نقدية في جماليات لغة الخطاب البصري، ص 69.71.

² - محمد كعوان، التأويل والخطاب والرمز، ص 36.

« ومن ثم يكتسب الرمز صورتين ذهنتين أو أكثر، تكون الأولى سببا في وجود الثانية، حيث تتشكل الدلالة الأولى وفق العلاقة الاعتبارية المتعارف عليها، وبقدر ما تكون تلك العلاقة غير مبررة بقدر ما يفتح الرمز على دلالات أخرى، أما الدلالة الثانية فتتسأ عن طريق الإيحاء، كما أنها غالبا ما تكون لصيقة بالسياق، لأنها دلالة مخصوصة»¹.

« وإذا علمنا بأنه يمكن لأي نسق أن يأخذ على عاتقه علامات نسق آخر ليجعل منه دواله، فإننا بذلك أمام مسمى النسق الإيحائي، أين تمارس اللغة نوعا من الملزمة التي تمنع المعنى الإيحائي في الخطاب البصري المرافق مثلا، من التوالد الذي يحد من السلطة الإسقاطية للصورة، تلك هي وظيفة الإرساء اللسانية، التي لا تخلو من الإيديولوجية»².

« وفيما يخص بنية اللغة وبشيء أكثر تفصيلا، فإنها تمكنها دلالتها المزدوجة، من أن تكون مؤولة للأنساق الأخرى من العلامات، في الحين أن العكس غير صحيح؛ فنحن لا نستطيع أبدا أن نتحدث عن اللغة من خلال علامات بصرية مجسدة، بتعبير أكثر وضوحا وحضورا، كما أن هذه الأخيرة لا تعرف الإشارة غير المباشرة والمجاز، يمكن لهذه العلامات أن تتغير، لكنها تبقى مطابقة لنفسها في كل لحظة»³.

ويضيف يوري لوتمان (Youri Lotman - 1993-1922) في ذات السياق، " أن النسق الذي يكتفي بذاته، وبقناة وحيدة، يعد آلية موجهة لنقل علامات في غاية البساطة وله وظيفة واحدة، غير أنه بالتأكيد غير مؤهل لمهمة ترمي إلى توليد الدلالة، فهذا النمط من الأنساق مؤسس في ظروف جد بسيطة وطبيعية، على العكس من ذلك،

¹ - محمد كعوان، التأويل والخطاب والرمز. ص 37.

² - رولان بارث، قراءة جديدة للبلاغة القديمة، ترجمة: عمر أوكان. ط: 1. مصر: رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011. ص 169، 170.

³ - بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ترجمة: سعيد بنكراد. ص 34.

هناك أنساق جد مختلفة تعد فاعلة، بفعل دلائلها التواضعية والتصويرية تعد تنظيمًا لنسق سيميوطيقي فاعل.¹

إن النص في هذا السياق لا يمثل عنصرا رابطا بين قطبية التواصل (المرسل والمرسل إليه)، ولكنه أصبح قادرا على توليد شبكة من الخطابات، تنتج عن سياقات خارج - نصية أخرى، فهذه الاعتبارات تجعل من النص يمتلك عناصر لا تتسج ضرورة من مادة اللغة ، ولكن بفضل عنصر السياق ؛ سوف يسهم هذا الأخير في خلق علاقات تناسية جديدة²

ونسعى من خلال هذه الإجراءات والمفاهيم السابقة، والتي ستفيدنا حتما في مقاربتنا النظرية لدراسة النشاط اللغوي السياحي، في بعده الإشهاري، وباعتباره نشاطا تواصليا يستخدم الأدلة اللغوية، لتوسيع التحليل ليشمل هذا القطاع الحيوي الاستثماري، الذي تتضافر فيه الرموز، لتصبح ملتقى للدلالات المفتوحة، بما يشحنه من أنساق متفاعلة بعضها ببعض.

2- التداولية النسقية للمركب اللغوي الرمزي :

لعل من أكثر الخطابات تداولية و رمزية في الساحة اللغوية، نجد الخطاب الإشهاري السياحي؛ كونه المؤسس الفريد لقاعدة نسقية مفعمة بدلالات متفاعلة ومتآزرة، بفعل ما يحققه من بلاغة بصرية ولغوية، تستمد شروطها الأساسية من لغة الترميز المكونة لها.

هذه الشروط التي تميز الرمز عن غيره، تعد بمثابة آليات لاشتغاله ، والتي أوردتها صلاح فضل في كتابه: "نظرية البنائية في النقد الأدبي"، فيما يلي:³

¹ - ينظر يوري لوتمان، سيميائ الكون، ترجمة: عبد المجيد نوسي. ط: 1. لبنان: المركز الثقافي العربي، بيروت، 2011. ص15، 16.

² - المرجع نفسه، ص6 - 7.

³ - ينظر: محمد كعوان، التأويل والخطاب والرمز ص33.

أ- خاصيته التشكيلية التصويرية: مما يعني اعتبار الرمز لذاته وإنما فيما يرمز إليه.

ب- قابليته للتلقي: أي إن هناك شيئاً مثالياً غير منظور يتصل بما وراء الحس، يتم تلقيه بالرمز الذي يجعله موضوعياً ومتقبلاً وسار العمل به في حياتنا اليومية.

ج- تلقيه كرمز: مما يعني أن الرمز عميق الجذور اجتماعياً وإنسانياً، حيث يصبح تصور قيام الرمز ثم تقبله بعد ذلك، عملية لتحول الشيء إلى رمز، وتقبله على هذا الأساس يعد عملية واحدة لا تتجزأ من المراحل السابقة لوجوده كنظام متداول « فهناك ما يسمى الصورة الرمزية، والتي تجسد تأسيساً للعناصر السابقة، حيث هذه الصورة توحى بالشيء الذي ترمز إليه، وتجسد المعنى في وجدان المتلقي بمراعاة السياق العام».¹

بناءً على سبق ذكره، يبرز دور وعمل المشعر الذي يوظف كل الإمكانيات السابقة، ليميز بذلك حضور المكون التداولي والثقافي معاً، والذي يبرز بشكل كبير في عالم أكثر ثراءً بحضور هذين المكونين، خاصة ألا وهو مجال "الترويج السياحي"، أين سيكتف اللغوي جهوده ليتترك انطباعاً مؤثراً يلامس العقل والوجدان، ويحفز الرغبة لزيارة الموقع السياحي، عبر لغة ذات نسق رمزي محكم.

3- الرمزية اللغوية في الإشهار السياحي:

يرتكز الإشهار الرمزي المبتكر، على عدد من الخصائص والمتطلبات، وفي مقدمتها ما اصطلح على تسميته بـ "الرمزية في الإشهار"، الذي تتحكم فيه عملية فك التسنين التي تشمل بصفة عامة الإمساك بالإرسالية والقراءة والاستيعاب الشبه واعي لرموزها، « ونقصد بالرمزية في الإشهار "اللجوء إلى تفسير جوهر الخدمة وعناصرها التكميلية الداعمة من خلال اللجوء إلى نظام (نسق) من الرموز اللغوية و المطابقة لرموزها البصرية،

¹ - حميدة صالح البلداوي، الصورة الرمزية لنخلة بقصر الحمراء، مجلة كلية التربية للبنات، المجلد (22)، 2011، ص4.

فالمصمم البارِع للإعلان الرمزي يجسد جوهر ومحتوى الشيء لمعلن عنه من خلال رموز وصور تفسيرية، ويطلق عليه بالمصمم الرمزي (Symbolist)»¹

أ- تعريف الإشهار السياحي:

« تعتبر الخدمة السياحية هي مجموعة من الأنشطة والخدمات والصناعات التي تتكون منها خبرة السفر، والنقل والمواصلات ومؤسسات الطعام والشراب والمحلات ووسائل التسلية وتيسيرات الأنشطة، وخدمات الضيافة الأخرى المتاحة للأفراد والتي تعتمد بشكل كبير على الإشهار في بعدها الترويجي لذلك»².

« يعرف الإشهار على أنه "ذلك الجزء الهام من نظام الإنتاج والتوزيع الجماهيري الذي يترجم في شكل إعلام وتذكير بالخدمات التي يتضمنها السوق، إنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والخدمات وترويجها بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع"»³

ونلاحظ أن كل هذه الخدمات مفيدة للنشاط السياحي، من حيث الإقبال عليه، والتعريف به ومحاولة تطويره واستثماره، إذ أن إبراز الجانب الجمالي لهذا القطاع الهام، ونشر القيم الثقافية والدينية بدرجة كبيرة، كل هذا يتأسس في حقيقة الأمر على خدمة الإشهار، الذي من خلاله نتواصل سياحياً، بما يؤدي طبعاً إلى إجادة الترويج للمساعي السياحية⁴ وعليه يمكننا أن نعطي للإشهار صبغة سياحية بتعريفه على أنه "أنه الأكثر جودة من الناحية الفنية والإخراج، إنه يقابل الغرباء ويدعوهم ليكونوا ضيوفاً لا بد أن

¹ - بشير العلاق، الإبداع والإبتكارية في الإعلان، مدخل تطبيقي. ط: 1. الأردن: دار اليازدي العلمية، عمان، 2010. ص81.

² - نبيل فيصل موسى، "أثر الاستثمار السياحي على التواصل الأثر الحضاري في المجتمع، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السادس والثلاثون، 2013. ص192.

³ - فايزة يخلف، مبادئ في سيميولوجيا الإشهار. ط: بلا. الجزائر: تاكسيدج كوم للدراسات والنشر، بن عكنون، 2010، ص7.

⁴ - ينظر بشير ابرير "السيميائيات وأثرها في التواصل السياحي، محاضرات الملتقى الدولي السادس، السيميائ والنص الأدبي، 18، 19، 20، أفريل، الجزائر: كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011.

يكون لبق الحديث، حلو المظهر، حيث يقدم معالم البلد وثقافتها، ويساهم في جذب السياح إليها»¹.

« ويعرف كذلك على أنه: "هو تلك الجهود غير الشخصية التي تعمل على التأثير في وجدان وعواطف ومدرجات السياح وتوجيه سلوكهم السياحي نحو التعاقد على برنامج سياحي معين أو على خدمات سياحية لشركة سياحية محددة ونجاح الإعلان السياحي يعني نجاح السياحة لأن الإعلان الجيد الصادق والواضح يلعب دورا إذا كبير في توجيه السياح إلى مشكلات قد تواجه التنمية السياحية"»²

ب - الخصائص اللغوية الرمزية في الإشهار السياحي:

« فإذا كان الخطاب الإشهاري يمثل ظاهرة لغوية ثقافية تواصلية تداولية تتفاعل فيه أنظمة العلامات اللسانية وغير اللسانية، وتتدافع فيه سلطة الأشكال الرمزية، فإن لغته حتما تتميز بخصائص فريدة من نوعها»، والتي يمكننا ضبطها في ما يلي:³

- التركيب الجديد الخاطف للأنظار، والجرس النظمي الموسيقي الجذاب.
- المصطلح المستخرج من عمق الحياة الاجتماعية، فالبيئة العامة هي التي تصنع المصطلح والتركيب الإشهاريين الذي تستوعبه الشريحة الواسعة.
- لا يهم أن يخالف المصطلح لفظا ومعنى المتعارف عليه في الفصحى.
- مخاطبة العاطفة أكثر من العقل، لغاية إثارة الرغبة في المتلقي.
- التنافسية والتمايزية والتفوقية هي روح الفعل الإشهاري مصطلحا وتركيبا.
- سرعة الظهور وسرعة الإندثار (عدم الاستقرار).

¹ - فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة. ط: بلا. الجزائر: دار الخلدونية، القبة، 2012، ص 84.

² - رجاء الغمراوي، الإعلام والتنمية السياحية . ط: بلا. مصر: دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013. ص 62.

³ - عمار ساسي، صناعة المصطلح في اللسان. ط: 1. الأردن: عالم الكتب الحديث، إربد، 2012. ص 217.

ج- الرمزية في الملصق الإشهاري السياحي:

« والمصقات كما جاء تعريفها في معجم مصطلحات الإعلام هي: "وسائل بصرية تعبر عن فكرة، أو موضوع معين بالصورة و الرسوم وكتابة الكلمات والعبارات المناسبة، وهي وسائل فعالة للاتصال بال جماهير والتأثير فيها، وهي وسائل فعالة للاتصال بال جماهير والتأثير فيها، وقد تكون الملصقات في حجم كبير أو صغير يظهر عند مداخل المدن أو الطرق السريعة»¹.

« وتعرفه فرانسوا إنال (Francoise Enel) على أنه "صورة ثابتة ومرفقة بتعليق قصير تكون فيه الصورة عامة ملونة وتحمل محورا محددا، عدد كلماته تتراوح بين عشرة إلى عشرين كلمة، ويعرف بأنه فن الشارع، هدفه شد انتباه المارة وإعلامهم"»²

« لذلك فالرمزية في الإشهار هي أسلوب حضاري لمخاطبة أذهان وعقول وقلوب المستهدفين والتأثير فيهم بعد أن أصبحت الكلمات والعبارات الطويلة تثير الملل»³.

« فالوصلات الإشهارية لا تكتفي باستثمار ما تجود به الطبيعة المباشرة، بل تتجاوز ذلك إلى تمثيل العالم داخلها بكل خصائصه الكونية، لتسجل بذلك مشاركتها الديناميكية في هذا الكون؛ وعليه فإن هذه الرمزية في استعمالها لصور سماوية، حداث غناء، مياه جارية، جبال شاهقة، تتخذ أبعادا مجردة وتشير إلى نشوة الإستيهام والحرية»⁴

¹ - نعيمة واكد، الدلالة الأيقونية والدلالة اللغوية في الرسالة الإعلانية، ص45.

² - François Enel: **L'affiche: Fonction -langage- theorique-** collection medium, France, 1971. نقلا عن: عبدة صبطي، فؤاد شعبان، كيفية تصميم الإعلان . ط : بلا . الجزائر : دار الخلدونية، القبة القديمة، 2012 ص 113.

³ - المرجع نفسه، ص 114.

⁴ - سعيد بنكراد وآخرون، استراتيجيات التواصل الإشهاري . ط: 1. سوريا: دار الحوار، اللاذقية، 2010. ص19.

وطبقا لما أسلف ذكره فإن دراسة الدلالة الكلية للإرسالية الإشهارية، تتطلب تمييز المضمون الواقعي عن المضمون الوهمي في الإشهار، نظرا للترابط الدائم بينهما، ذلك لأن بناء الإرسالية عبارة عن كيانا واحدا.

خلاصة الفصل الأول:

تعين المحددات المفاهيمية لبناء النسق اللغوي الرمزي، في سياقها العام والتداولي، جملة من الاستنتاجات المترابطة ذات البناء الرمزي في الرسالة اللغوية، من بينها ما يلي:

1- تخضع عملية بناء المعنى اللغوي للعلاقات الداخلية لها (العلاقات التركيبية والاستبدالية، علاقات التقابل)، كما تخضع في جانبها التداولي لمحيط اللغة، فيما يخص العلاقات الخارجية لها (سياق المقام، المقصد) والتي تؤول إليها عملية إنتاج المعنى اللغوي ككل.

2- يعد مفهوم التأويل حلقة هامة في سلسلة الإجراءات التحليلية، التي تقوم عليها الوقائع الدالة التي تشكل سندا للحياة الاجتماعية وعمقها الرمزي، ذات التأثير المباشر على النصوص المكتوبة البارزة، لتشكل في النهاية تراثا لتصنيف الوقائع المشكلة لدائرة التدليل.

3- تعلن الرموز أي كان نوعها، كنقطة التقاء بين الإبداع الذاتي والوعي الجمعي، المستوحاة من بيئة يفرضها سياق الاستخدام وطبيعة الثقافات المتداولة.

4- يتحدد مضمون الإرسالية الإشهارية، من خلال مستويين مختلفين لدلالات مركبة جامعة بين المضمون الواقعي والمضمون الرمزي داخل الإشهار، لتصبح الإرسالية كيانا مشتركا يتداوله ويتقبله الناس جميعا.

الفصل الثاني.

قضايا المعنى ومجالات

النسق اللغوي الرمزي .

أولاً: الأبعاد الرمزية الوظيفية للخطابات السيميولغوية.

ثانياً: التعبيرية الرمزية وتداولية اللغوي .

ثالثاً: خطاب الصورة الإشهارية.

"...هناك خزانة اجتماعية لدى كل قارئ يتم الاحتكام إليها خلال القراءة والتفسير، وهي لا تقتصر على لغة ما بوصفها قواعد نحوية، وإنما يشتمل على الموسوعة الكاملة التي حققته أداءات هذه اللغة، ويطلق عليها التقاليد الثقافية والتي أنتجت هذه اللغة وتاريخ التفسيرات السابقة لعدد من النصوص؛ مستوعبة النص الذي يعمل القارئ على قراءته..."

أمبرطو إيكو (حكايات عن إساءة)

تمهيد:

تبحث السيميائيات في رحلة الإنسان مع الأنظمة الرمزية وتعدد أشكالها، من أجل إيجاد وسيلة تخلصه من قيود الطبيعة، لكي يحتمي بعالم ثقافي رمزي يوفر له التفسير الممكنة التي تحدد كنه العلامة باعتبارها السيرورة المنتجة للدلالات وتداولها، خاصة في عصرنا الحالي، أين غدا الإشهار حقيقة اجتماعية وثقافية، قبل أن يكون آلية ترويجية، فهو لم يعد يقتصر على ذلك، بل أصبح طاقة رمزية خلاقة لثقافة تشمل كل سلوك الإنسان، و أكثر الحقول خصوبة لممارسة آليتي التحليل والتأويل.

الفصل الثاني: قضايا المعنى و مجالات النسق اللغوي .

أولاً: الأبعاد الرمزية الوظيفية للخطابات السيميو لغوية.

توزعت اتجاهات السيميولوجيا الحديثة إلى ثلاث اتجاهات منها اتجاهين منها ما يدرس السيميولوجيا باعتبارها تهدف إلى الإبلاغ والتواصل، وذلك من خلال ربط الدليل بالمدلول زائد الوظيفة القصدية بشكليها داخل دائرة الاتصال، أوفي إطار الظواهر الثقافية، (سيميولوجيا التواصل و سيميولوجيا الثقافة) واتجاه يربط الدليل بالمدلول أو المعنى (سيمائية الدلالة).

1- الأطروحات النظرية للرمز داخل الخطاب اللغوي :

أ - الاتجاهات السيمائية الحديثة:

- رمزية التواصل والثقافة: يقوم التأويل عند كل من (بويسنس **Buysens**، برييتو **Prieto**، مونان، **Mounin**، أوستين **Austin**، و مارتيني **Martini**)، على أن وظيفة اللسان الأساسية، هي التواصل، ولا تختص هذه الوظيفة بالأسنة، إنما توجد أيضاً في البنيات غير اللسانية¹.
- أما رمزية سيمائية الثقافة فتتعلق من اعتبار الظواهر الثقافية، موضوعات تواصلية وأنساقاً دلالية³.

¹ - ينظر أن إينو، ميشال أريفيه، السيمائية، الأصول، القواعد، والتاريخ، ترجمة: رشيد بن مالك، ط:1، الأردن: دار مجدلوي، عمان، 2008، ص35.

² - ينظر نوازي سعودي أبوزيد، الدليل النظري في علم الدلالة، ط: بلا، الجزائر: دار الهدى، عين مليلة، 2009، ص14.

³ - ينظر بسام قطوس، المدخل إلى مناهج النقد المعاصر، ط:1. مصر: دار الوفاء، الإسكندرية، 2006، ص194.

والثقافة عبارة عن إسناد وظيفة للأشياء الطبيعية وتسميتها وتذكرها، ولهذا الإتجاه مؤسسون في الإتحاد السوفييتي (يوري لوتمان Y. Lotman - إيفانوف Ivanov - أوسبنسكي Ouspensky - توبوروف Todorov¹).

• رموزية الدلالة (التضمين):

« يعتبر رولان بارث خير من يمثل هذا الاتجاه، وبالتالي تجاوز بارث تصور الوظيفيين الذين ربطوا بين العلامات و المقصدية، وأكد وجود أنساق غير لفظية، حيث التواصل غير إرادي، ولكن البعد الدلالي موجود بدرجة كبيرة² ».

« فالبحت السيميولوجي لديه هو دراسة الأنظمة و الأنسقة الدالة، فجميع الوقائع والأشكال الرمزية والأنظمة اللغوية تدل؛ ومادام الأمر كذلك، فمن الممكن تطبيق المقاييس اللسانية على الوقائع غير اللفظية لبناء الطرح الدلالي³ ».

« ولذلك تكتسب الدلائل غير اللسانية صفة النسق السيميولوجي من اللغة، وهذا ما دفع ببارث إلى أن يرى أنه من الصعب جدا تصور إمكان وجود مدلولات نسق صور أو أشياء خارج اللغة، وعالم المدلولات ليس سوى عالم اللغة⁴ ».

ب - اتجاهات سيمياء ما بعد الحداثة:

« وتتطلق هذه الإستومولوجيا⁵ من فرضية موجهة، تنتظر إلى اللغة كنسق رمزي معقد من الناحية البنيوية والوظيفية، ويتمثل السبيل الوحيد لمقارنته في تقسيم اللغة إلى أنساق تمثيلية متميزة ومتداولة، في محاولة لضبط انتظامات هذه الأنساق واستنباط قوانينها

¹ - ينظر آن إينو، ميشال أريفيه، السيميائية، الأصول، القواعد، والتاريخ، ترجمة: رشيد بن مالك، ص35.

² - جميل حمداي، السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق. ط: 1، الأردن: مؤسسة الوراق، عمان، 2011. ص73.

³ - المرجع نفسه، ص73.

⁴ - المرجع نفسه، ص74.

⁵ - لقد انصب اهتمام مجموعة من العلوم العلمية وكافة الفروع الإنسانية على أنظمة المعالجة الرمزية، بحيث تتميز الكائنات الحية في تفاعلها مع المحيط بالقدرة على بلورة أنساق رمزية بالغة التعقيد لأجل التكيف والتواصل مع العالم الفيزيائي. نقلا عن: حافظ اسماعيلي علوي، احمد ملاخ، قضايا إستومولوجية في اللسانيات، ص182، 183.

لأن اللغة محددة تحديدا مضاعفا ينبغي على الفكر الصوري المنمذج لها أن ينفصل إلى أنساق متنوعة تصف أو تفسر مستويات انتظامها ¹.

إن الرموز بصفة عامة، اللغوية منها وغير اللغوية، هي شبكة معقدة من الأشكال التي تعبر عن أهواء الإنسان و ومعتقداته ومقاصده، ذات أبعاد دلالية رمزية كامنة.

2- المحور الدلالي للرمز وآفاق الممارسة السيميائية:

لا يقتصر علم الدلالة في دراسته على دلالة المفردات، بل يعنى كذلك، بدراسة دلالات الكلمة في سياقاتها المختلفة، كما يعنى بدراسة دلالات العبارات والأساليب، ليصل تحديدا إلى معنى النص عامة أي معنى المعنى.

قسم إبراهيم أنيس " الدلالة ² " إلى نوعين: دلالة مركزية تكاد تكون واضحة في أذهان الناس، وتظل واضحة في ذهنه طوال الحياة، وهناك ما يسمى بالدلالة الهامشية، تلك المعاني التي تختلف باختلاف الأفراد وتجاربهم وأمزجتهم، وما ورثوه عن آبائهم وأجدادهم، وتسود الدلالة الهامشية جميع مجالات الحياة. ³

أما الدلالة التي كشف عنها الفيلسوف كاسيرر (E.Cassirer. 1945.1874) فهي مجسدة في التركيبات الفكرية والاجتماعية الكبيرة التي يدخل من خلالها الإنسان في علاقة مع العالم (اللغة كشكل رمزي للأشكال في التواصل الكلامي، والصورة كشكل

¹ - حافظ اسماعيلي علوي، أحمد ملاح ، قضايا إبستمولوجية في اللسانيات. ط: 1. لبنان: الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، الجزائر: منشورات الإختلاف، الجزائر العاصمة، 2009 ص 180.

² - الدلالة هي الكشف عن المعنى والمضمون من خلال الرموز، كونها تكون محملة بهذه المعاني والمضامين الدالة عليه، وتهدف لتوضيح حقيقة ومعنى الشيء، نقلا عن: عادل صبري نصار التميمي، الدلالات الرمزية في أعمال الخزافين، مجلة ميسان للدراسات الأكاديمية، العدد: 24، كلية التربية الأساسية، جامعة ميسان، العراق، 2014. ص 195

³ - المرجع نفسه، 195.

رمزي للأفكار في التواصل البصري، وبالتالي فهي تفسر بالرجوع إلى الإطار الاجتماعي والإيديولوجي الذي أوجدها، وهو ما يفسر منظورا رمزيا خاصا بها.¹

« وبناء عليه تصبح قراءة النصوص اللغوية بمنزلة الركيزة الأساسية لقراءة ما يمكن أن نصفه بالقريب اللغوي من مسرح و لوحات وأيقونات...، كون اللغة هي النسق الرمزي القاعدي الأشمل المعالج للأنساق الرمزية الأخرى في إطاره »².

لقد استطاع علم الدلالة ضمن السيميولوجية الحديثة، أن يميز بين الأبعاد الدلالية والأبعاد التركيبية والأبعاد الوظيفية للعلامة؛ فالعلاقة بين العلامة والمؤشرات الاجتماعية هي علاقة دلالية، والعلاقة بين العلامة والإشارات الأخرى، هي علاقة تركيبية، أما العلاقة بين العلامة ومستعملها هي علاقة وظيفية³.

لذلك نعتمد في تحليلاتنا الدلالية، على "منظور التفكير"؛ ذلك أنه يجعل النص مفتوحا على سياقات جديدة، هذه الأخيرة التي تعمل بدورها على استثمار ما يتوفر لديها من ترابطات ومؤشرات اجتماعية، وثقافية، واستخدامها في استقراء السيرورة الدلالية للعلامة (اللغوية أو البصرية)؛ ومعنى هذا أن السياق غير محدود⁴

« يراعي التحليل السيميائي سمات القضية الدلالية في الاعتبار البلاغة التي تؤثر في تبدلات المعنى الدلالي، فهي أحد روافده الفنية : المقام، الاستعارة، المجاز، التشبيه، الكناية... إلخ »⁵، وعليه فالعلاقة التي تربط الماثول الرمزي بموضوعه، تستند إلى العرف

¹ - ينظر جاك أومون، الصورة، ترجمة: ريتا الخوري. ط:1. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013. ص312، 313.

² - بشير ابرير "السيميائيات وأثرها في التواصل السياحي، محاضرات الملتقى الدولي السادس، السيميائيات والنص الأدبي، 18-19-20 أبريل، الجزائر: كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص27.

³ - ينظر منقور عبد الجليل، علم الدلالة، أصوله ومباحثه في التراث العربي. ط: بلا . سوريا: منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2001. ص50.

⁴ - ينظر خليل الموسى، التناسق ومرجعياته، (في نقد ما بعد البنيوية في الغرب)، الآداب العالمية، مجلة فصلية، اتحاد الكتاب العرب، ع:143، س:35، دمشق، 2010. ص61.

⁵ - « يامنة جراي، لغة الإشهار السياحي » - <http://www.oudnad.net/22/04/2015/H:20:30->

الاجتماعي الذي يعد قانونا وقاعدة تحدد مؤوله، فكل الكلمات والجمل وكل العلامات العرفية الأخرى تشتغل كرموز، فنحن نتحدث عن كتابة أو نطق كلمة "رجل" ولكننا في واقع الأمر لا ننطق أولا نكتب إلا نسخة أو تجسيدا لهذه الكلمة¹.

إن الدلالة المزدوجة للغة تمكنها من أن تكون مؤولة لأنساق أخرى من العلامات غير اللغوية، في حين أن العكس غير صحيح، ذلك لأن هذه الأخيرة لا تعرف المجاز في المعنى؛ فمعنى هذه العلامات يمكن أن يتغير ولكنه مطابق لنفسه في كل لحظة.

3- المرجعية الخطابية للرمز وأفق التأويل:

يعتبر المرجع الأرضية التي يقوم عليها الرمز في ترجيح معانيه، التي يعمل على إيصالها، حتى يكون الخطاب قابلا للتأويل، الرابط بين البنى الاجتماعية القائمة على صياغة الخطاب ككل.

« إن العلاقة الثابتة بين الرمز ومعناه ومرجعه، لهي من الانتظام، بحيث إن كل رمز تقابله معاني معينة، وكل معنى يقابله مرجع معرف ومحدد، بينما يكون مرجع واحد(شيء واحد مشار إليه)، له ما شئت من الرموز². »

« فعلاقة الرمز بالتأويل في فكر بول ريكور على سبيل المثال: هي علاقة جنينية، لأن الرمز يفيد إمكانية المزاجية بين تأويلات عدة، بل إن ما يؤسس للرمز هو أنه لا يمكنه أن يحمل معنى واحدا أو دلالة واحدة، حتى يتجاوز التجريد الميتا لغوي³. »

« ويرجع ذلك لأن الإحالة أو المرجع، تفهم من حيث هي الأشياء ذاتها التي تعبر عنها اللغة، أو تحاكيها أو ترمز لها، لدخولها ضمن عالم الكائنات والموجودات⁴، » ولكن

¹ - ينظر سعيد بنكراد، مسالك المعنى، دراسة في بعض أنساق الثقافة، ص165.

² - تودوروف، ستروسن، وآخرون، المرجع والدلالة في الفكر اللساني الحديث، ترجمة: عبد القادر قنيني، لبنان:

إفريقيا الشرق، بيروت، 2000. ص110.

³ - بول ريكور، الهيرمنيوطيقا، مفتاحا للرمز : H:23:17 . 28/04/2015 . WWW.Thewhat news

⁴ - محمد حايلا، نسق اللغة، فرضيات التكوين وإشكالات الصيرورة. ط: 1. الأردن: عالم الكتب الحديث، إربد، 2012.

ليس من الضروري تصور المرجع كموضوع مادي دائماً: الدولة والحق، الأساطير،
الأشباح، كلها مراجع، رغم أن أحدا لم يرها ¹.

وبناء عليه لا تنتج النصوص من البنى اللسانية فقط أو الخطابية، إنها تنتج أيضا من
البنى الاجتماعية الأخرى، ومن الممارسات الاجتماعية في جميع جوانبها، وذلك نظرا
لشدة ارتباطها بالمعالم الدينية والأسطورية والشعرية واللاشعرية، إنها انعكاس للاشعور
الجمعي لذاكرة الأمم، وهي بذلك تقرض سطوتها ².

« وفي قراءة النص البصري، وهو موضوع بحثنا، نصطدم بعلامات تحليل على خارج
النص، تجعله يستشعر كثافة الترابطات التي يقيمها مع نصوص أخرى بصرية أم غير
بصرية ³ ».

ف عندما تكون النصوص البصرية معبأة برؤى شاملة وعميقة يتجاوز التواصل معها
حدود الإبصار بصيغته الفيزيائية فلا يمكن التعامل مع البصري بكل نماذجه من غير
معرفة بالأساطير، والتجارب السابقة والتاريخ والحضارات القديمة ⁴
« ومن هنا يتحتم على المبدع أن يستوعب ويستحضر التقاليد و النصوص، جيدا حتى
تتشكل لديه قاعدة صلبة، وذلك ما يجسد الخلفية الفكرية والإطار المرجعي للمبدع ⁵ ».

وتبعاً لذلك فإن الإشهار وهو أحد تجليات النصوص البصرية، يأخذ على عاتقه إشباع
هذه الحاجات، على المستوى الرمزي، مدعو أن يأخذ بعين الاعتبار النماذج الثقافية

¹ - محمد سبيلا، عبد السلام بن عبد العالي. ط: 4. المغرب لك: دار توبقال، الدار البيضاء، 2005. ص 31.

² - ينظر نورمان فاركوف، تحليل الخطاب (التحليل النصي في البحث الاجتماعي)، ترجمة: طلال وهبة. ط: 1.
لبنان: المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009، ص 62.

³ - بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ترجمة: سعيد بركراد. ص 219.

⁴ - ينظر سعيد يقطين، من النص إلى النص المتربط (مدخل إلى جماليات التفاعل الإبداعي). ط: 3. المغرب:
المركز الثقافي، الدار البيضاء، 2006. ص 109.

⁵ - محمد بوعزة، إستراتيجية التأويل (من النصية إلى التفكيكية). ط: 1. منشورات الاختلاف، الرباط، 2011. ص 48،

المرتبطة بها، فالضرورة الأولى عند الإشهاري هي أن يكون في خدمة الثقافة، وأن يقترح على الزبون إشباعا رمزيا، ويجب أن يكون هذا الإشباع متطابقا مع النماذج المثمنة اجتماعيا¹.

وبهذا فإن المعنى لا يعطى للكلمات لا بواسطة الأولية، أي بواسطة اللغة نفسها، ولا بواسطة الثانوية، أي بواسطة الأشياء نفسها، بل يعطى بواسطة الفكرة التي هي الموضوع الخاص للتداولية، فلا وجود للدلالة ولا للمرجعية دون وجود التداولية

ثانيا: الرمزية وتداولية اللغوي والبصري:

إن التعبيرية الرمزية محكومة بتداولية اللغة التي يستخدمها، الفرد، من حيث إن دلالات ألفاظه ليست مستخدمة لذواتها، بل لقصديته وإرادته، نظرا لأن تأليف اللغة من طرفه فعل اختياري متصرف في وجوه شتى لحظة تشكل الأنساق الخطابية .

1- الرمز و بلاغة المعنى:

« تعد الاستعارة أحد أوجه البلاغة، بوصفها صورة من الصور البلاغية التي تصنف تنوعات المعنى في استخدام الكلمات »²، « ومن هنا فالعلاقة بين المعنى الحرفي والمعنى المجازي أشبه بنسخة مختصرة في داخل جملة واحدة من الدلالات المركزة والمتداخلة التي ينطوي على خطاب متميز عن أي خطاب آخر »³.

ومن هذا المنطلق تحدد الصور البلاغية اليوم، جانبا من الجوانب المركزية للوظيفة العامة للبلاغة، وهي تحديدا "الإقناع" الذي لا يكفي بالوصف الاستعاري للحاجات

¹ - ينظر نبيل راغب، النقد الفني. ط: 1. مصر: دار مصر للطباعة، القاهرة، السنة: بلا، ص64، 65.

² - فضل حسن عباس، البلاغة، فنونها وأفنانها - علم البيان والتبيين. ط: 9. الأردن: دار الفرقان، العبدلي، 2004. ص 179.

³ - بول ريكور، نظرية التأويل، الخطاب وفائض المعنى، ترجمة: سعيد غانمي، ص84، 85.

الحياتية، كما لا يقف عند حدود الإحالات الضمنية على عوالم يوحى بها، إنه يقوم بتحديد بؤر فعله من خلال الوجود الإنساني ذاته بتفاصيله اللغوية والمرئية¹.

وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أن البلاغة في الصورة الإشهارية، لم تعد ذلك التراث المحكوم عليه بالخمول، بل بزغت البلاغة البصرية لتفك العزلة عنها وتحررها من إطارها البديعي الضيق، وتعيد إليها مفهومها الواسع المتجلي في **نظرية للخطاب المرتبط بالسياق الثقافي** الذي تطورت ضمنه أشكال الخطاب التواصل، وخطاب وسائل الإتصال الجماهيري²

وسنقف عند دور أسلوب الحجاج ومن ثم الإقناع، كأهم مفتاح من مفاتيح البلاغة المؤثرة في الخطاب الاشهاري، بعد الاستعارة والرمز ببعديه اللغوي والبصري

2- التوظيف الرمزي والمعالجة الخطابية:

يظل المظهر الحجاجي من أبرز خصائص الفكر البلاغي عبر مراحل، وأصبح اليوم الخطاب يعتمد في إنجاز تلك الوظيفة، أساليب متنوعة، منها ما يقوم على بلاغة الصورة، ومنها ما يقوم على قدرة الخطاب الفائقة على التأثير بمفهومه الخفي³.

ومن هذه الوسائل ما هو **فكري** (كالدليل والحجة والعلامة والقياس والاستدلال والبرهان) ومنها ما هو **عاطفي** (كالتحريك والتهييج والانفعال والأحاسيس والعواطف والطباع والتحريض) ومنها **اللغوي** (كالوضوح والدقة والسلامة والصور والأساليب البلاغية بمختلف أنواعها الإعلامية، دلالية و تزيينية)⁴.

¹ - ينظر سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار و التمثلات الثقافية. ط: بلا. المغرب: إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2006. ص16.

² - ينظر محمد رابح، الخطاب الإشهاري (مقاربة سيميائية و سوسيواقتصادية). ط:1.المغرب : شركة بابل للطباعة، 1999. ص75.

³ - ينظر محمد سالم محمد الأمين الطلبة، **الحجاج في البلاغة المعاصرة**، بحث في بلاغة النقد المعاصر. ط: 1. ليبيا: دار الكتاب الجديد المتحدة، بنغازي، 2006. ص10-11.

⁴ - المرجع نفسه، ص12.

ويبدو أن البعد العاطفي هو الأكثر حضوراً في الإشهار، لأن غايته الأولى، هي السيطرة على اللاشعور، فهو السبيل الوحيد نحو توجيه سلوكنا وتنميط ردود أفعالنا استناداً إلى مجموعة من المسابقات الاجتماعية، التي نرتكز عليها في الإقبال على الخدمة، بدافعية الرموز الثقافية العاملة على توجيه ردود أفعالنا استلزامياً¹.

فالحجاج الإشهاري ممثلاً بمركبتيه، اللفظية و الأيقونية، يتعدى تأثيره فعل - الاعتقاد إلى فعل - الفعل، بحيث لا يكفي بإقناع المتلقي بفكرة الإشهار، بل يسعى إلى أن يدفعه بالإقبال على الخدمة المشهر عنها، وهو ما يخدم الاقتصاد عامة².

« وقد حدد خبراء الاتصال بعض المعايير التي من شأنها إحداث الإقناع بالرسالة الإشهارية وهي: - مصداقية المرسل (الثقة العالية من جانب الجمهور بالمصدر) - الثقة في الوسيلة - معايينة الواقع - الدقة في صياغة الرسالة - الوضوح - أسلوب العرض - الموضوعية - التخطيط الجيد لجذب الانتباه ثم التأثير »³.

فغاية الابتكار هي التأثير والإقناع وجعل الجمهور يقتنع بفحوى الرسالة الإشهارية ولا يتوقف عند ذلك الحد، بل ويستجيب لها ليتحول الإقناع إلى سلوك.

3- الثقافة الرمزية والبعد التداولي:

« لا يمكن أن ندرك أفعال موقف معين، ما لم يملك ثقافة خلفية التي تمكنه من الإدراك، ولا تعطي هذه الثقافة فقط عناصر التقدير (قواعد مشتركة) لكنها تشكل أيضاً فئات إدراكية (الكلمات، المصطلحات، والمفاهيم الضرورية لتجزئة الموضوع) تعتبر بمثابة قواعد الأداء الوظيفي لمؤسسة أو أي جزء من المجتمع »⁴.

¹ - ينظر سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار و التمثلات الثقافية. ص13.

² - ينظر نصر الدين بن غنيسة، فصول في السيميائيات. ط: 1. الأردن: دار الكتب الحديث، عمان، 2011. ص 199، 200.

³ - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي. ط: 2. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2006. ص22.

⁴ - ألكس مكيلي، الوجيز في سيميائيات الموقف، ترجمة: وحيدة سعدي. ط: بلا. الجزائر: منشورات بونة للبحوث والدراسات، عنابة، 2008. ص49.

« ولكن يجب أن ندرك أن قواعد الأداء الوظيفي السابقة الذكر، تخضع بدورها لسلطة القرار التداولي، وعموميته في النمط الرمزي يمنح القارئ المؤول القدرة على تحويل كل ما يقع على ذهنه ؛ و تمنحه إن شئنا القول، قوة فاعلة تضفي على كل نص - وبدون تمييز - طابع الرمز والرمزية »¹.

« فالنمط الرمزي - يضيف أمبرطو إيكو، لا ينحصر في نوع من العلامات لها مرجعية أسطورية أو ميتافيزيقية فقط، إنما هو صيغة خاصة من الإنتاج أو التأويل الرمزي »²

« ويجب أن نعلم أن عالم الرموز الثقافية يستمد قوته ورمزيته من عالم ما ورائية ، لا من العالم المحسوس للإنسان، ومن هنا يأتي المدلول الميتافيزيقي لقيم الحرية والعدالة والمساواة... كرموز ثقافية قادرة على شحن الأفراد والجماعات بطاقات ماردة جبارة الضاربة التي لا يعترض سبيلها معترض »³.

« لذلك على الإشهاري أن يعمل جاهدا من أجل التعرف على المعتقدات والمواقف والإيديولوجيات والفلسفة العملية التي يقبلها الجمهور الذي تتوجه إليه إرساليته »⁴.

« الإشهار عند المشهر أهم من ظاهرها، نظرا للقصدية والهدف والغاية التي يرمي إليها من وراء هذا التصميم »⁵.

« ولذلك تحمل الصورة مداليل عدة، بحيث تفسح المجال لقارئها بتحليلها كيفما شاء، لكنها في الأصل تحمل رسالة واحدة، محافظة بذلك على فلسفتها وقيمتها الأصلية»⁶

¹ - فريد الزاهي، النص و التأويل. ط: 1. المغرب: إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2003. ص58.

² - المرجع نفسه. ص59.

³ - محمود الذواوي، الثقافة بين تأصيل الرؤية الإسلامية واغتراب منظور العلوم الاجتماعية. ط: 1. ليبيا: دار الكتب الوطنية، بنغازي، 2005. ص84، 86.

⁴ - بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ترجمة: سعيد بنكراد، ص 225.

⁵ - عبد الرحمن عمار، الصورة والرأي العام، السلطة الخامسة، دراسة سيميولوجية. ط: بلا. الجزائر: دار بغداد، الرويبة، 2009. ص8.

⁶ - المرجع نفسه. ص 9-10.

« ومن هذا المنطلق التداولي، سنحاول إبراز أهم العناصر الاتصالية الحاضرة في تشكيل فكرة ومضمون الإشهار (الملصق) و المصمم لدينا فيما يلي ¹ :

أ - **المرجع**: مثلما هو متعارف عليه فإن لكل رسالة مرجعا أساسيا تنبثق عنه، فالمرجع هو المادة المصورة في الرسالة أثناء حدوث العملية الاتصالية و هناك نوعان من المراجع.

- **مرجع موضوعي** : ويتمثل في الأشخاص والأشياء الحاضرة أثناء حدوث العملية الاتصالية.

- **مرجع نصي**: ويتمثل في الأشخاص والأشياء الغائبة زمن حدوث الإتصال والتي تستحضرها الرسالة.

ب - **الوضع**: هي مجموعة الدلائل والرموز والإشارات المتفق عليها بين المرسل والمستقبل والتي يستعملها المرسل في رسالته من أجل المعنى، ويمكن استخدام أكثر من وضع.

ثالثا : خطاب الصورة الإشهارية.

يحتل خطاب الصورة أهمية كبرى في مدونات الإشهار البصري الثابت، وذلك لما يختص به في ميدان ثقافة البصريات، الموحدة في سجلاتها الثقافية بين الصورة و الخط المرافق لها، أين تعطي للإشهار بعدا موازيا لجماليات العين ووظيفة توصيلية، تغذي من شمولية تأثيرها.

1- من النص الأدبي إلى النص البصري:

« تتعامل السيميائية مع أي ممارسة دالة على أنها نص يتمتع بعلاقات داخلية تحقق له نصيته، وأخرى خارجة تؤسس لتفاعل عبر نصي مع البنية الثقافية لينفتح النص المرئي بذلك على ما هو أدبي أو مرئي خارجه انصهارا أو اقتباسا وتحويلا ² ».

¹ - عبد الرحمن عمار، الصورة والرأي العام، السلطة الخامسة، دراسة سيميولوجية، ص10-11.

² - خالد حسين، شؤون العلامات (من التشفير إلى التأويل). ص147، 148.

« ومن بين الأبعاد التي تتحدد في الاشتغال السيميائي هي النظر إلى المرئي على أنه جملة علامات مُسَمَّطة، لتشعبها بالترميز وكثافة الدوال، فهي حسب مفاهيم التناص أشبه بمفترق يفتح على جهات متقابلة، أقوال، أشكال أو نماذج بصرية أو كلمات، ذلك لأنه لا ينبثق من فراغ وإنما يتموضع ضمن ثانيا نظام ثقافي ما»¹.

« فالعلامات (الصورة ضمنها) هي الأساس الذي تقوم عليه رمزية الإنسان؛ إنها الأدوات التي مكنته من التخلص من العرضي والمتنافر والمتعدد واستعادته على شكل مفاهيم مجردة تكشف عن انسجامه ومعقوليته، إنها الأشكال الرمزية، التوسط الإلزامي في حالاته القصوى بين المرئي والرأى، بتحويل الأشياء على علامات »².

« الصورة بدورها عبارة عن علامة تماثلية غير لغوية يتطابق فيها الدال والمدلول إلى حد كبير، وأن التماثل حجر الأساس في مفهوم الصورة، والصورة ليست إلا تعبيراً بصرياً إبداعياً يسلك سبل التخيل وترجمة الأفكار بمعان مستمدة من البيئة الثقافية، التي يتحرك فيها خطاب الصورة وذلك من خلال مستويين الأول إخباري اتصالي، والثاني رمزي: وهو مستوى الدلالي والإيحائي للصورة »³.

و إذا قدمنا تعريفاً للواقع "فهو ما لا يمكن التعبير عنه إلا من خلال معاشته، وهو في جوهره معنوي، رغم أنه يمكن أن يظهر بصفة جزئية في المجسد"⁴

¹ - خالد حسين، شؤون العلامات (من التشفير إلى التأويل). ص 179.

² - غي غوتيبي، الصورة المكونات والتأويل، ص 16.

³ - علي عباس فاضل، الصورة في وكالات الأنباء العالمية، بين الاستمالية والإقناع. ط: الأردن: دار أسامة، عمان، 2012. ص 18، 19.

⁴ - ينظر عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز. ط: 2. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009. ص 17.

فالواقع لا يمكن التعبير عنه كلية كما هو، بحكم أن اللغة بمفرداتها وتراكيبها النحوية والصرفية والبلاغية لا تقدر على استيعاب الواقع، فهو أكثر اتساعا من اللغة، بل يغمرها، أي أن اللغة منتقاة في الوقت الذي تنتقى أو تبني فيه¹.

« وعليه فالنص البصري كذلك ومن ثم العلامة الأيقونية لا تمثل واقعا، بل نموذجا مفتوحا رمزيا بين العالم واللغة التي تستند إليها مجموعة من النصوص التي تتقاطع وتضاف إلى القراءة، في لعبة لا نهائية لصلات اللغة »².

« يعد التفاعل النصي نزعة تطويرية، يكون النص الجديد فيها نصا يؤريا ممرکزا وهو مفهوم سيميائي، يبحث في مرموزات النصوص وأيقوناتها وإحالاتها، فهو يملك ذاكرة تعمل على إدراك العلاقات بين النصوص اللغوية و الأيقونية »³، ذلك لأن الوجود الإنساني ذاته ليس سوى مجموعة من المواقف والوضعيات والاتفاقات التي برمجتها الثقافة وحولتها إلى سلسلة من الأسنن نؤول وفقها حالات الإنسان ووجدانه، استنادا إلى الاستعمال الاجتماعي لا إلى وجودها المادي⁴.

إذن قد يتبين لنا أن ثمة تداخل بين الإدراك النصي، والإدراك البصري، ولكن يختلف داخل اللغتين السابقتين ، بحيث أن تمثيل واقع الأشياء وطبيعة الأسنن الثقافي وذاتية المتلقي التركيبية (المعرفية والنفسية...) هي عوامل تساهم في إعطاء النصوص الإشهارية لا نقل حجمها الحقيقي بل حجمها الرمزي المقنن لأغراض دعائية وهو ما سنكشف عنه لاحقا عبر تحليلنا للمقاربات الإشهارية اللاحقة.

¹ - ينظر عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الإتصال، نحو فكر إعلامي متميز. ص18.

² - هشام عبادة، أبعاد التناص و امتداداته في الخطاب البصري ، دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من الأنساق البصرية الثابتة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا الإتصال، جامعة الجزائر 3، 2013، 2014. ص 78.

³ - عز الدين منصرة، علم التناص المقارن، (نحو منهج تفاعلي عنكبوتي). ط: 1. دار مجدلاوي، 2006، ص 170.

⁴ - ينظر غي غوتيهي، الصورة المكونات والتأويل، ص20.

2- المقاربات النظرية للخطاب البصري:

2-1- مقارنة La méthode vals:

« وهي الطريقة التي تكشف عن أنماط المعيشة **Les style de vie** وعن دور هذه الأخيرة في تحديد سلوك الإقبال على الخدمة وتعتمد طريقة **Vals** في دراسة أنماط المعيشة على تحليل عدة متغيرات هي في الأصل محددات الأسلوب المعيش لكل نسق اجتماعي ¹ وهي:

أ - **الثقافة:** « ولقد أكدت الاتجاهات السلوكية الحديثة أن الفرد حين يتصرف بطريقة معينة فهو لا يدري أنه واقع تحت تأثير معتقدات وآراء ثقافية معينة تناسب البيئة التي يعيش فيها، وقد لا تتاح له الفرصة لتغيير معتقداته، إلا إذا خرج عن نطاق ثقافته ²»

ب - الرمزية: **Le symbolisme**

فالرسالة الإشهارية تتضمن ثنائية التعيين والتضمن، أو ثنائية التقرير والإيحاء، أي إن هناك رسالتين متداخلتين ومتقاطعتين: رسالة تقريرية حرفية إخبارية في مقابل رسالة تضمينية وإيحائية ؛ يعني هناك رسالة مدركة سطحية ورسالة مقصدية مبطنة، ترمي لتحقيق أهداف خفية غالبا ما تكون براغماتية نفعية ³

2-2- مقارنة الجشتالت: **La théorie de la gestalt**

« لا يقتصر التذكر حسب هذه المدرسة على تكرار البنى المدركة فقط، وإنما يشترط في هذا العنصر توفر عامل النظام، وهو الطرح الذي يعزز فكرة الشكل الصحيح **La bonne forme** في مسألة التذكر، وقد ساهمت هذه النظرية مساهمة فعالة في تطوير

¹ - فايزة يخلف، مبادئ في سيميولوجيا الإشهار. ص 92.

² - المرجع نفسه. ص 92.

³ - ينظر جميل حمداوي ، السيميولوجيا ، بين النظرية والتطبيق، ص 535.

أساليب تقديم الرسالة الإشهارية بما يترافق و فطرة الأفراد التي تبحث دوماً على تنظيم مدركاتها في أشكال مهيكلة تحكمها قوانين خاصة، أهمها قانون التوازن والنظام»¹

2-3- مقارنة مارتين جولي: Martine Joly

- الرسالة الأيقونية: Le message Iconique.

« عرفت الدلائل الأيقونية ، حسب مارتين جولي (Martine Joly) فهرسة أثناء القيام بوصفها اللفظي، إذ أن تحليل الرسالة الأيقونية يقدم تفسيراً للأسباب المؤدية لمختلف الأنظمة كالاستعمالات السوسيو ثقافية للأشياء والأماكن»².

- الرسالة الألسنية: Le message Linguistique.

« تسهم الرسالة اللغوية في تفسير الصورة في مجملها وتحديد معانيها المتعددة وتوجيه إدراك واستيعاب المتلقي نحو معنى موحد، فهي موجودة في كامل أنواع الصورة، فنحن إذن ضمن مجتمع لفظي لأجل ترسيخ دلالة الصورة»³

2-4- مقارنة رولان بارث: (Roland Barthes .1980.1915)

« انطلق بارث من مفهوم المتعلق بالبدال والمدلول والمرجع، إضافة على المفهوم المزدوج لغة/كلام ، وأخذ أيضاً مفهومي التعيين والتضمين، وبلورتهما ضمن تحليله للصورة الإعلانية الثابتة، والخاصة بعجائن بانزاني Panzani»⁴

« و الجدول رقم (1) يبين تقسيم الدوال عند بارث »:⁵

مدلول التعيين	دال التعيين
مدلول التضمين	دال التضمين

¹ -فايزة يخلف: مبادئ في سيميولوجيا الإشهار، ص58.

² - نعيمة واكد، الدلالة الأيقونية والدلالة اللغوية. ص15، 16.

³ - المرجع نفسه، ص8.

⁴ - المرجع نفسه، ص16.

⁵ - محسن بوعزيزي، السيميولوجيا الاجتماعية، ص71 .

إن ما يسري على دور الرمز في تقديم الخدمة يسري أيضا على أثر الرمز في صياغة اتصال إشهاري فعال، فهو المحور الإبداعي الملائم لمفهوم ذات كل متلقي، وهذا انطلاقا من أن لكل خدمة بعدا رمزيا يضاف إلى بعدها التقريري والتضميني المشار إليه في الإشهار والذي يتطلب تأويلا دقيقا لفهم ومدلولاته المزدوجة.

3- قراءة النص البصري وحدود التأويل:

إن الممارسة الدلالية لا تنبثق من العدم بقدر ما يخضع شكلها إلى سياقات سوسيو ثقافية (سياسية، تاريخية، ودينية) وعليه وجد النقد الثقافي مبرره في النص الكوني المفتوح، ليحفر في الأنساق الثقافية المضمرة التي تحرك الخطاب¹.

« فالحقيقة أن الثقافة تطرح شيئا ما على أنه نص، ولاسيما إذا كانت بنياتها واضحة مثل غلاف كتاب، وإطار لوحة وصورة فوتوغرافية، فيلم، وهذه الأنساق البصرية التي نقرأها ونفهمها هي نتيجة عملية بناء ثقافي شديد التعقيد »².

« تتيح الممارسة التأويلية، الكشف عن الارتباطات التي تنشأ بين علامات ثقافية وتاريخية تتخذ قيمة دلالية تدرس ضمن هذا السياق، ويسمى هذا النوع من العلامات بالصورة المركبة أو النص المركب المرتبط بالنصوص الثقافية للجماعة وتجلياتها في تاريخ هذا الفن أو ذلك مثل التراكم فوق تشكيلية: كاستعارة الصور واستنساخ أعمال فنية سابقة وتحريفها الكتابة فوق الرسم، القطع، واللصق »³.

أما التناص فهو يسمح بدوره للقارئ، من اكتشاف تضاريس النص ومعاينة الطبقات الدلالية، وكيفية تشكلها والكشف عن طبيعة العلائق البنيوية المكونة له، إذ يبقى النص دون إنتاج للمعنى ما لم تتم القراءة الحفرية عن النصوص الغائبة فعلا، وإلا يتعطل فهم واستيعاب هذا النص المركب ودلالاته الغامضة⁴.

¹ - ينظر خالد حسين، شؤون العلامات (من التشفير إلى التأويل)، ص 191، 192.

² - خليل موسى، التناص ومرجعياته، ص 26.

³ - محمد عبد الرحمن حسن، سيميولوجيا العمل التشكيلي ثنائي الأبعاد، مجلة تشكيل، ع: 01، مارس، 2006، ص 63

⁴ - ينظر خالد حسين، شؤون العلامات (من التشفير إلى التأويل)، ص 189.

فالدلالة باعتبارها سيرورة في الوجود والاشتغال والتداول، فهي لا يمكن أن تكون معطى سابقاً أ لاحقاً للفعل الإنساني، إنها الفعل ذاته، فكل فعل ينتج لحظة تحققه سلسلة من القيم الدلالية التي تستند في وجودها إلى العرف الاجتماعي وتوضع الاستعمال، هو وحده الذي يمكن الذات المتلقية من فهم ما تتلقاه مباشرة¹

لا تكتفي النصوص البصرية بأحادية القراءة وأحادية التأويل، إذ أن نتاج المعنى المستمر وفك الترميز المتدفق من أعماق النص البصري؛ هو نتاج لعملية قراءة تأويلية لا نهائية، على أن لا يؤدي إنتاج المعنى إلى تشتيت جوهر المعنى لها².

أما البعد الثاني فيعمل على إعادة توليف هذه المكونات في البنية النصية بعد تحويلها إلى عناصر سيميولوجية وهي (المجتمع، التاريخ) وفق مراس تأويلي³، يستدعي النص البصري صناعة تأويلية داخل تصور حديث للعمل الذي يسميه أمبرطو إيكو (Umberto Eco) بالعمل المفتوح، فالعمل الفني كما يقول بارجر (Berger.R):

ليس موضوعاً معطى بصفة مسبقة، بل هو النتاج الأخير لمسار تواصل⁴.

« تتعلق عملية التلقي "بسلطة المشاهد" وهو ما يمكن ربطه "بسلطة القارئ" في تلقي النصوص المكتوبة، بالإضافة لتعدد المعاني بموت المؤلف عند الانتهاء من الكتابة، ليس فقط بتعدد القراء وإنما بتعدد قراءات القارئ الفرد الواحد»⁵

وبناء عليه يمكن نقل هذا المفهوم ذاته إلى تلقي الصورة بصرياً، التي تتم قراءتها أو مشاهدتها من خلال أنشطة عقلية خاصة بها وأجواء وجدانية في العوالم الداخلية للفرد

¹ - ينظر سعيد بنكراد، السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، ص22.

² - ينظر محمد عبد الرحمان حسن، سيميولوجيا العمل التشكيلي ثنائي الأبعاد، مجلة تشكيل، ص63.

³ - ينظر خليل قوبعة، فنون على الشاشة (الصورة التشكيلية في عصر إعادة إنتاجها الفني والإعلامي) أزمة تألق أم أزمة إنتاج؟ مجلة الإذاعات العربية (مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الدول العربية)، ص151.

⁴ - المرجع نفسه، ص148.

⁵ - مازن عرفة، سحر الكتاب وفتنة الصورة، من ثقافة النصية إلى سلطة اللامرئي. ط: 1. سوريا: التكوين للتأليف والترجمة، دمشق، 2007. ص 384.

المتلقي، كما أن تعدد المشاهدات للصورة عند المتلقي الواحد سترتبط أيضا بخبراته وتطورها وبالحالات النفسية والانفعالية التي يمر بها، والمتغيرة من لحظة إلى أخرى، مما يقدم له دائما رؤى جديدة مغايرة في كل مرة¹.

خلاصة الفصل الثاني:

- نستنتج من خلال تناولنا لقضايا المعنى ومجالات النسق اللغوي الرمزي، بأبعادها الأربعة (المرجعية، الدلالية، الحجاجية، التداولية) جملة من الاعتبارات نوجزها فيما يلي:
- 1- تخضع الممارسة الدلالية في النصوص البصرية الإشهارية لقراءات متعددة في عملية التأويل، إذ أن فك الترميز الآتي من أعماق النص البصري؛ هو نتاج لعملية قراءة تأويلية لا نهائية، وذلك مع الحفاظ على جوهر إنتاج المعنى.
 - 2- يبحث المصمم والمنتج من خلال الإيحاء والترميز على الفعالية من خلال الإشهار السياحي، بينما يبحث المتلقي عن الإشباع الوهمي لحاجاته، المرتبطة بمجموعة القيم المرجعية، وذلك بحثا عن الرقي الاجتماعي.
 - 3- يتعدى هدف الإشهار الترويجي البراغماتي في المجال السياحي إلى الإطلاع لغايات ونتائج سوسيو ثقافية ذات البعد التداولي، أين أصبح له دورا اجتماعيا، قادرا على التأثير في الجسم الاجتماعي وبطريقة غير مباشرة.

¹ - المرجع نفسه. ص285.

الفصل التطبيقي التحليلي.

أولاً: الخطوات الإجرائية للإشهار السياحي.

ثانياً: نماذج تطبيقية للتحليل السيميولوجي.

1- تحليل سيميولوجي لثلاث ملصقات

إشهارية باللغة العربية

2- تحليل سيميولوجي لثلاث ملصقات

إشهارية باللغة الأجنبية

■

تمهيد:

اعتمادا على إسهامات الناقد والباحث الفرنسي رولان بارت في مقاربتة الوظيفية في تحليل الصورة الثابتة بمستوياتها الثلاثة التعيينية والتضمينية و اللسانية، يروم هذا الفصل مساءلة كل ما هو رمزي في ثنايا الأنساق البصرية الثابتة(الملصقات الإشهارية السياحية أنموذجا)، من أيقون و لفظ؛ و منه محاورة تلك الاتفاقيات المبرمة مابين المرئي واللغوي اللساني في سبيل إنتاج المعنى وتعزيز الجوانب البلاغية والحجاجية في النص و الأنسقة على اختلافها بشكل وظيفي، يستند في اشتغاله على إجراءات تفكيكية و تأويلية وقراءات نصانية موعلة في عمق اشتغال الرمز وعلى تدلال أبعد من مجرد النظر إلى الصورة كمجرد فوضى دوال ومعان متناثرة وعليه سيعنى هذا التحليل بإيضاح منسوب الترميز في اللغة الإشهارية الموظفة كطاقة معززة و محركة لتعبيرية المرئي والأيقوني والبصري.

تعد السياحة خطاباً ثرياً بتنوع العلامات اللسانية و الأيقونية وتداخل رموزها وتضافرها، ويصبح بذلك ملقياً للدلالات المتفاعلة بعضها ببعض، وذلك في إنتاجها لدلالاتها ومعانيها، وسنتطرق فيما يلي لأهم الخطوات والإجرائية في تصميم الإشهار السياحي، والتي تحقق بلاغة اللغة وبلاغة الصورة في الوقت نفسه.

أولاً - الخطوات الإخراجية للإشهار السياحي:

1- آليات بناء الملصق الإشهاري السياحي.

أ- « التصميم: يتضمن التصميم وضع الخطة التي تؤدي إلى هيكل معين، يسمح لمصمم الإشهار أن يختبر توزيعات مختلفة، بحيث يتييسر لكاتب الرسالة اللغوية أن يتخيل مكان تموقع رسالته، واختيار هيكل معين للإشهار الذي سيلعب دوراً في التأثير على نفسية المتلقي من خلال الانطباع المكون نتيجة لرؤية هذا التصميم»¹.

« انطلاقاً مما سبق ذكره، لابد أن يتمتع مصمم الإشهار بملكات فنية، وأيضاً يجب أن يلم بالفن والترويج والتنسيق وعلم النفس، قصد التأثير على ذهنية الجمهور»²

ب- الترتيب: « وهو وضع العناصر المكونة للإشهار داخل إطار محدود من الفراغ، ويستخدم بطريقة شائعة في الإشهار المطبوع كالمصقات والصحف، ووظيفة الترتيب وضع الأجزاء المختلفة (العنوان، النص الإشهاري، توقيع المشهر)، بحيث تكون أجزاء الإشهار متوازنة، وذات تكوين جيد»³.

¹ - محمد حسن عامري، سيكولوجيا الاتصال الإعلاني. ط: 1. الأردن: دار أسامة، عمان، 2013. ص125.

² - أمينة رقيق، "بلاغة الخطاب المكتوب، دراسة لتقنيات الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية"، (رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم اللسان العربي)، كلية الآداب واللغات، قسم الآداب واللغة العربية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2013، 2014. ص131.

³ - محمد حسن عامري، سيكولوجيا الاتصال الإعلاني، ص133.

ج- العناوين في الإشهار:

« يعتبر العنوان من العناصر الهامة في الإشهار، ويميل البعض إلى أن نجاح أو فشل الحملة الإشهارية، يعود إلى كفاءة العنوان وفعاليتها، إذ يعمل العنوان الجذاب على تحفيز القارئ ووعده بمنفعة وفائدة عظيمة ¹».

« وتتمثل وظائف العنوان في ²»:

- اجتذاب الجمهور المحتمل والمقصود من وراء تحرير العنوان .
- إحداث تأثير سريع ومباشر، ويساعد في ذلك التناسق والانسجام مع باقي عناصر الإشهار من صور ورسوم ورسالة إشهارية.
- تركيز اهتمام القارئ في نقاط محددة من الإشهار، من خلال الإشارات.

د- التعبير المرئي:

« لا شك أن استخدام التعبيرات المرئية لا يقل أهمية عن التعبيرات المقروءة، إذ إن كليهما يحوي مجموعات من الرموز التي تصور أفكارا ومعان معينة، بما يخدم الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه ³».

« وفيما يلي عرض لأهم وظائف التعبير المصور ⁴»:

- التعبير عن الأفكار الإشهارية بسرعة وكفاءة.

¹ - محمد حسن عامري، سيكولوجيا الاتصال الإعلاني، ص 142.

² - نجم عبد شهيبي، نور الدير النادي، الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون . ط: 2. الأردن : مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2006. ص 142، 143.

³ - المرجع نفسه، ص 133، 134.

⁴ - محمد حسن عامري، سيكولوجيا الاتصال الإعلاني. ص 11.

- اجتذاب انتباه جمهور معين من الإشهار.

- إثارة اهتمام القارئ أو المشاهد بما يحويه الإشهار من عناوين ورسائل إخبارية .

- إضفاء درجة من الواقعية على الإشهار.

ويضم التعبير المرئي ما يلي:

هـ - استخدام الألوان:

« يرى خبراء الألوان أن كل لون يرمز إلى مجموعة من المشاعر على أساس أن أحد التأثيرات الأساسية للألوان هو ما تثيره من أفكار، وتعتمد علاقة الارتباط بين اللون والمشاعر التي يرمز إليها على طبيعة مواقف الإشهار المستخدمة فيه وطبيعة الخدمة المعلن عنها، بالإضافة إلى طبيعة الجمهور، فالطبقات الاجتماعية الأعلى تفضل الألوان الراقية، والطبقات الأقل تفضل الألوان الزاهية والبراقة »¹.

و - استخدام الإشارات والشعارات والرموز في الإشهار:

« يستعين مصممو الإشهارات غالبا ببعض الإشارات **Signe** و الرموز **Symboles** التي تساعد على إيضاح الفكرة وتقديمها للقارئ بأفضل طريقة، هذه الإشارات قد تكون على شكل كلمات أوفي شكل آخر كالأسهم والأشكال الهندسية والدوائر والصور، إضافة إلى الشعارات التي هي عبارة عن جملة إعلانية تتميز بالسهولة والوضوح، ويترتب عن تكرارها خلق درجة من الولاء من طرف المتلقين »²

وقد لخص أوليفي روبول (Olivier Reboul) خصائص الشعار فيما يلي:³

¹ - محمد حسن عامري، سيكولوجيا الاتصال الإعلاني. ص 11، 12.

² - نجم عبد شبيب، نور الدين النادي، الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون، ص 140

³ - ينظر سعيد بركراد، الصورة الإشهارية، آليات الإقناع والدلالة، ص 59.

- يهدف الشعار الإشهاري إلى الترويج لخدمة محددة ولا شيء غير الترويج.
- يخدم الشعار الإشهاري مصالح الفرد المرتقب، الذي لا يتردد في جعله في وضع تنافسي بينه وبين أمثاله: (كن أكثر حظوة، أكثر سعادة، كن محبوباً).
- يميز الشعار بين الأفراد، ويضع الفرد في وضع سلبي لارتباطه بحاجات نفعية قد تزول بزوال إشباعها أو الوهم بذلك.

2- الشروط الرمزية في لغة الإشهار السياحي:

- لا جدال في أن الإشهار الرمزي الفاعل عملة نادرة، لأنه يتطلب توافر شروط وإمكانات مادية وفكرية واجتهادية في غاية الحساسية، ومن أبرز متطلباته ما يلي:
- أ- فكرة فريدة **Unique idée**: الرموز المتكررة تقسد الإشهار.

- ب- مصمم فريد **Unique designer** والمصمم الفريد هو شاعر فريد، مفكر وأديب وفنان باعتباره المصمم البارِع والصيد الماهر للأفكار الفريدة.

- ج- إنتاج راق **Fine production**: « حيث الرمزية في الإشهار تتطلب أعلى درجات الرقي في إنتاج الإشهار، وعليه فإن الإنتاج الذي يعتمد على الإمكانيات التقليدية الدارجة لا يصلح لمثل هذا العمل الراقي »¹.

- د- التجانس: « أن تكون رسالته متجانسة مع عادات المجتمع الذي تخاطبه وتقاليده.

- هـ- الصدق: أن يعبر فعلاً عما يتضمنه من " المحفزات السياحية" التي تجذب السياح لزيارة المكان »²

¹ - بشير العلق، الإبداع و الابتكارية في الإعلان مدخل تطبيقي، ص 82، 83.

² - نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة. ط: 1. الأردن: دار المسيرة، عمان، 2001. ص 122، 123.

و - الغموض: **Ambigüité**: وهذه مفارقة حقيقية، حيث ينبغي للإشهار لكي يكون ناجحا أن يكون واضحا من حيث التصميم وصياغة الرسالة، لكن ليس دائما أن يكون الإشهار ساذجا من حيث وضوح المعلومة لكي يكون فاعلا.

ز - القيمة المدركة للرموز من قبل المتلقي: لا تصلح الرمزية في الإشهار كأداة تأثير فاعلة على المتلقي، إلا إذا توافقت القيمة المدركة للرموز مع توقعات المتلقي بعد استخدامه للمنتج المعلن عنه، فإن النتيجة تكون رائعة.

ي - تجسيد المنافع النهائية المبتكرة من طرف الرمزية الفاعلة:

« إن الرمزية الفاعلة والمؤكددة ينبغي أن تجسد المنافع النهائية التي يحلم أن يجنيها المستفيد من الخدمة بشكل ابتكاري من طرف الإشهار المعلن ¹.»

و من الناحية اللغوية تحضر اللغة في الجزء الأعلى من الصورة وهو الأطول، بحيث نلاحظ تدرجا معينا على مستوى الإرسالية حيث نمر من الطويل إلى المختصر ومن الإرسالية التي يتبناها متكلم إلى إرسالية شاملة وعامة ².

« ويرتبط عمل مصمم الإشهار أساسا بالكلمات وهي العنصر الأكثر تعقيدا من الصور أو الرسوم، نظرا لعدم قابلية الرموز اللغوية للفهم والتفسير في بعض الحالات بالنسبة لبعض الناس، ذلك أن من السهل تفسير معنى أي صورة تقوم بتوصيل فكرة بأقل قدر من الالتباس، أما الكلمات فمن المحتمل ألا تنقل نفس الفكرة لكل الناس نظرا لاختلاف مدلول بعض الكلمات لمجموعات المتلقين غير المتجانسة ³.»

¹ - بشير العلاق، الإبداع و الابتكارية في الإعلان مدخل تطبيقي، ص 83، 84.

² - ينظر سعيد بنكراد وآخرون، استراتيجيات التواصل الإشهاري. ط: 1. سوريا: دار الحوار، اللاذقية، 2010. ص 287.

³ - نور الدين أحمد النادي، محمد أحمد البهنسي، وآخرون، الإعلان التقليدي والإلكتروني. ط: 1. الأردن: مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2011. ص 314.

« ولهذا فإن استخدام الكلمات الموحية يلعب دورا كبيرا في عملية الاتصال الإشهاري نظرا لاختلاف مدلول الألفاظ في مجموعة من الكلمات ذات المعنى الواحد، فضلا عن تكوين الجمل والعبارات في النص الإشهاري وتركيبها بطريقة تزيد في وضوح الصور العقلية المطلوبة، لجمهور غير متجانس؛ وبالتالي زيادة فعالية الرسالة الإشهارية ¹»

وعلى الأساس حدد رولان بارث وظيفتين رئيسيتين للرسالة اللغوية في الصورة الإشهارية، وهي **وظيفة الترسيع ancrage** والمناوبة (الربط والتدعيم) **relais**.²

« تقوم وظيفة الترسيع بتحديد وجهة المعنى الذي تريد بثه الصورة في المتلقي، لأن الصورة نظام وخطاب متعدد المعاني، ويعمل النص اللغوي على إيقاف سلسلة المعاني التي تتولد من دلالات الصورة، من أجل تحديد المعنى المراد تبليغه ³.»

وفيما يخص وظيفة التدعيم أو المناوبة فهي الأقل حضورا مقارنة بوظيفة الترسيع خاصة في الصورة الثابتة، حيث الصورة واللغة هنا في علاقة تكميلية، ويوجد هذا النوع في القصص المصورة، والصور السينمائية، وأحيانا في الصور الإشهارية.⁴

« ويرى بارث أن هاتين الوظيفتين للرسالة اللغوية قد تجتمعان في الصورة الأيقونية الواحدة، فإذا كان للنص اللغوي وظيفة المناوبة فإن عملية الإبلاغ تكون أكثر كلفة لأنها تتطلب معرفة بسنن اللغة، أما إذا كانت وظيفته هي الترسيع فإنه في هذه الحالة تقوم الصورة بعملية الإبلاغ ⁵.»

¹ - نور الدين أحمد النادي، محمد أحمد البهنسي، وآخرون، الإعلان التقليدي والإلكتروني. ص 315، 314.

² - ينظر لعمرني مصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، مجلة فكر ونقد، مجلة ثقافية وفكرية، المغرب، العدد 34، 2000. ص 27. نقلا عن: أمينة رقيق، "بلاغة الخطاب المكتوب، دراسة لتقنيات الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية، (رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم اللسان العربي)، ص 157، 158.

³ - عبد الرحمن عمار، الصورة والرأي العام. ط: بلا. الجزائر: منشورات بغدادي، باش جراح، 2009. ص 55.

⁴ - ينظر لعمرني مصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، ص 158.

⁵ - المرجع نفسه، ص 159.

ففي إطار ممارسة الوظيفة الأساسية للسيمولوجيا، وهي تحديد واكتشاف قواعد اشتغال المعنى في خطاب ما، لا يستطيع المحلل السيميولوجي أن يتجاهل الدور الذي يمكن أن يساهم به التحليل البلاغي في إغناء الوظيفة المركزية للسيمولوجيا، كما لا يمكن له تجاهل قواعد التسنين التي تبنى عليها فكرة الإشهار ككل وهو ما سنستشفه فيما يلي بعد الإطلاع على موضوع الصورة الإشهارية ومستويات التسنين.

3- الصورة الإشهارية ومستويات التسنين:

« إن التفكير في الصورة الإشهارية لا يمكن أن يتم بعيدا عن أنماط التدليل الخاصة ببناء العلامة البصرية ذاتها، والتي لا تتم بمنأى عن تسنين الموضوعات (الأشياء) الثقافية والنماذج الاجتماعية التي تنتجها الممارسة الإنسانية ، وعليه تتفرع هذه التسنينات إلى ثلاث مستويات خاصة ببناء التدليل البصري والتي نوجزها فيما يلي ¹:

أ- المستوى الأول خاص بالتسنيين الأيقوني، وهو ما يمكن أن يترجم بلغة بسيطة، في القدرة على تحويل دال لفظي إلى دال بصري .

ب- المستوى الثاني ويعود إلى التسنيين الإيقونوغرافي، ويتعلق الأمر بمجموع التمثلات البصرية التي تحيل على تشكيل صوري يحتوي في داخله مدلولاً مسنناً بشكل اعتباطي ويشتمل إما على تشكيل صوري ذي صبغة تاريخية؛ الشخص المصلوب الذي يحيل على المسيحية، والعصابة السوداء على العين تعني قرصان.

ج- المستوى الثالث فيعود إلى حقل البلاغة، ويتعلق الأمر بإعطاء صورة بلاغية متجلية من خلال حامل من طبيعة لسانية مقابلاً بصرياً (طاولة مزدحمة بأنواع المأكولات: كناية عن الغنى).

¹ - سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار و التمثلات الثقافية، ص38.

« تقول سوزان سونتاغ (Sausan Sontag) "إن التصوير الفوتوغرافي يسجل ويسوغ على حد سواء، وهو في نفس الوقت يشهد على صحة الخبرة ويرفضها، وهو خضوع للواقع وهجوم عليه، وهو وسيلة استفاة من الواقع ووسيلة عزله" ¹»

« ومادامت الصورة هي بالتحديد وليدة إدراك بصري، فإن تمثيل الأشياء داخلها يعود إلى تحويل أنطولوجي لماهيات مادية وتقديما على شكل علامات، أي نظر إليها باعتبارها عناصر تدخل ضمن أنساق سيميائية يعد الإدراك البصري نفسه بؤرة تجليها، لذا فإن التفاعل بين الصورة وبين معطيات التجربة الواقعية هو وحده الكفيل بتحويل الإدراك البصري إلى نموذج خالق لماهيات يتحدد وجودها ومصيرها داخل أسن متنوعة منها الديني والأسطوري، الثقافي والاجتماعي ²».

فبالرغم من أننا ندرك الصورة في نظرة كلية في الوهلة الأولى التي يمر فيها الإدراك بعد ذلك بمراحل زمنية، إلا أن المشاهد ينتقل بعينه من جزئية إلى جزئية أخرى ثم يعود إلى الكل، وحركة العين هذه تستغرق قدرا من الزمن يطول أو يقصر، كذلك الأمر بالنسبة للغة المكتوبة فهي تأخذ حكم الصورة، في إطارها الزمني، الخاص بتعاقب المعاني على ذهن المتلقي، أين تقف المعاني على خط زمني مثلها مثل الصورة ³

« وما ذكر آنفا هو ما يعطي للصورة أهمية قصوى، فهي المنتجة لكل زوايا الرؤية: فكل شيء قابل للتسنيين: تسنين الأشياء، ما يظهر منها وما يختفي، وكذا ألوانها وأحجامها وامتداداتها في ما يحيط بها؛ فالأشياء لا تدل من خلال جواهرها ولا من خلال التجربة، بل

¹-Sausan Sontag, on photography (New York : Farrar, Straus and Girous ,1977),p179.

نقلا عن: ليندا هتشون، سياسة ما بعد الحداثية، ترجمة: حيدر حاج إسماعيل. ط: 1. لبنان : مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009. ص248.

²- سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار و التمثلات الثقافية، ص33.

³- ينظر سيزا قاسم، القارئ والنص، العلامة والدلالة. ط: بلا.المجلس الأعلى للثقافة، 2002. ص 195.

تدل بكامل أبعادها الإيحائية والرمزية (الفأس والمنجل والهلال كلها أشياء يستعين بها الإشهار في بناء دلالاته لا من حيث وظيفتها، ولكن من حيث أبعادها الرمزية) «¹.

وبالنسبة للرسالة اللغوية الجيدة فهي تلك التي توجز في ذاتها بلاغة غنية جيدة، وتطرق بدقة، وبكلمة واحدة في غالب الموضوعات الحلمية الكبرى للبشرية، محدثة التوسيع الكبير للصور الذي يميز الشعر نفسه، وبعبارة أخرى تكون معاييرها نفس معايير الشعر: صور بلاغية، واستعارات، زخارف لفظية، وتلاعب بالكلمات.²

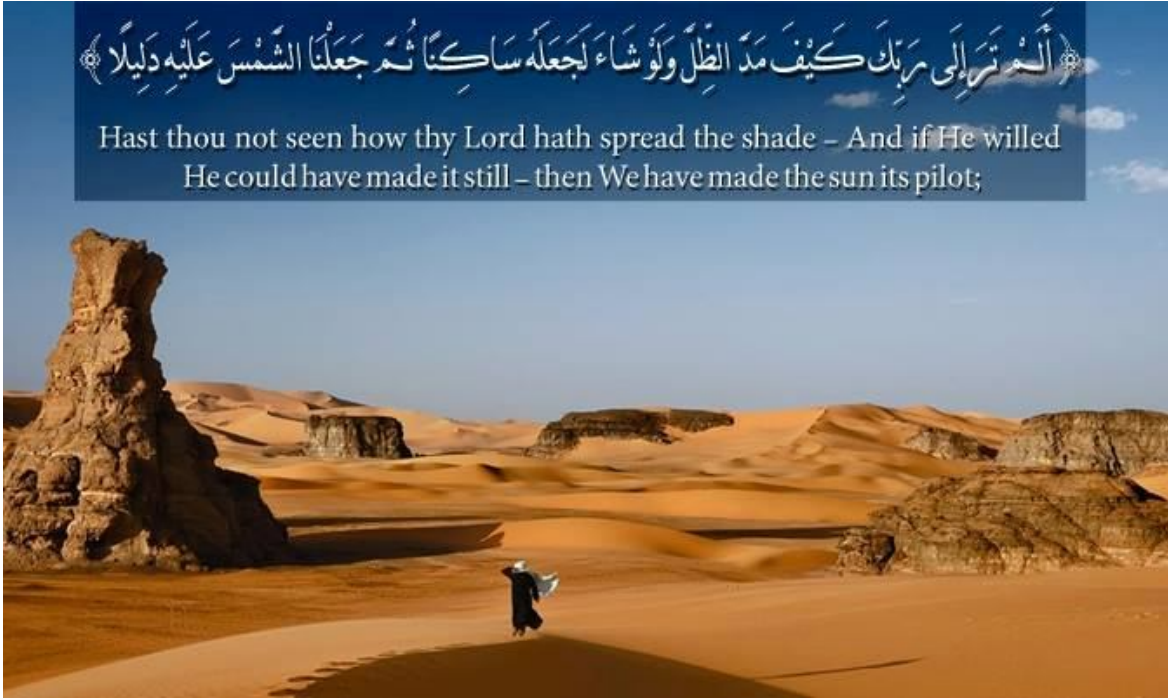
وعليه نجد أن الصور الإشهارية تستعين بسمات وصيغ أسلوبية عديدة ومتنوعة كالتشبيه، والاستعارة، والتشخيص، والأيقون، والمجاز، والكناية والرمز، والأسطورة، والسجع، والتورية، والجناس والطباق، والمقابلة، والتكرار، مما يشجعها لاقتحام عالم الرمز والترميز بامتياز، ويؤهلها لأن تقوم بوظائف وفق شروط رمزية محددة.

¹ - سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار و التمثلات الثقافية، ص 34.

² - ينظر جميل حمداوي، السيميولوجيا، ص 536، 537.

ثانيا: نماذج تطبيقية للتحليل السيميولوجي

1- تحليل الملصق الإشهاري رقم(1):



أولاً: وصف الرسالة:

- **موضوع الصورة:** يتجسد موضوع الصورة في تمثيل إشهاري لمنطقة الجنوب الجزائري، في إطار الترويج للسياحة الصحراوية.

- **العنوان:** جاءت هذه النسقية البصرية دون عنوان مباشر ومحدد، إلا أننا يمكن أن نعتبر اسم الهيئة المصممة للإشهار -وكالة سياحية-، في حد ذاته هو العنوان الرئيسي "السياحة في الجزائر"، لأنه يبرز مسعى ترويجيا للسياحة الصحراوية بجنوبنا الكبير.

- **نوع الصورة:** هي عبارة عن صورة فوتوغرافية تنتمي إلى الصور الإشهارية الثابتة، التي يخضع فيها المصمم لتقنيات التصوير الفنية.

- **المصدر:** الصورة ملتقطة من طرف شخص ما، قد يكون صحفيا أو مصورا محترفا، والصورة التي بين أيدينا نشرت بموقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) أما المصدر المرسل

فهو وكالة سياحية تملك صفحة تفاعلية في الفايسبوك تحت اسم " السياحة في الجزائر "

« tourisme en Algérie »

- الزاوية: التقطت الصورة من زاوية فوقية تتخذ فيها حركة العين سبيلا من فوق على تحت أي يكون موقع العين متجها نحو الأسفل.

ثانيا: القراءة التعيينية.

تحمل هذه النسقية (البصرية اللغوية) في تمثلها الأول للقارئ وحدات تعبيرية تتسم بالتركيز و محدودية الوحدات المعبرة، إذ تتمايز بين دوال لغوية و غير لغوية لتشكل معطى بصريا ونظاما لبنية من الوحدات المنسجمة وكذا بنية نظام لغوي دال، وقد تكون فيها من معطيات ما يلي:

رصد العلامات:

منظر طبيعي لمد شاسع من الرمال مع بعض الصخور و الجبال الصخرية بزاوية بعيدة نوعا ما بالإضافة إلى أعلى الصورة رسالة لسانية مكونة من 17 وحدة السنية تعبيرية للآية رقم 45 من سورة الفرقان موضوعة بين قوسين و باللون الأبيض و تحتها مباشرة ترجمة للآية نفسها باللغة الانجليزية في بنية السنية تضم 29 وحدة معبرة من حروف و أفعال وأسماء.

يظهر في الصورة رجلا تارقيا في حالة سير واضعا يده على عمامته البيضاء و يلبس الأسود، يتضح للقارئ أيضا أنه يسير على كتيب رملي منخفض.

انقسمت الصورة إلى لونين بارزين قارين؛ هما اللون الذهبي الذي يميز الرمال بنسبة تكاد تصل إلى نصف اللون الطاغي في النسق البصري ثم اللون الأزرق الفاتح أو لون السماء وقد أحتل النصف الآخر من التعبيرية اللونية، ثم اسود قليل جدا تجسد في لباس

الرجل وبعض الظلال على جانب الجبل و الكثيب بالإضافة إلى الأزرق الداكن قليلا خاص بالخلفية التي حملت الرسالة اللغوية.

ثالثا: القراءة التضمينية.

إن الإحالة في حالة الأيقون قائمة على التشابه في هذه الصورة، كما أكد ذلك بيرس ومفاد ذلك أن تقوم الإحالة على وجود عناصر مشتركة بين الماثول و الموضوع و قبل ذلك بين الأيقوني و اللساني، و قد انقسمت الصورة إلى نصف أعلى تضمن الجانب المعنوي (الروحي) و نصف أسفل عُي بالمادي الملموس، ثنائية استدعتها الغاية الاشهارية لإعطاء السائح تكاملا وإشباعا لحاجة ذاتية تتطلع إلى التغذية جماليا من هذه الإرسالية.

الآية المخاطبة بها الصورة مقتبسة من سورة الفرقان، الآية 45 {..ألم تر إلى ربك كيف مد الظل ولو شاء لجعله ساكنا ثم جعلنا الشمس عليه دليلا..} ، وهنا تكريم للإنسان بأفعال التبصر والتدبر في الطبيعة الخلابة وموجودات الأرض، و ما يهمننا في هذه الآية هو البعد الرمزي الذي تحمله و كذا الجوانب البلاغية التي تم استحضارها لتدل جنبا إلى جنب مع التعبير البصري، ومنه الإيحاء التعبيري القوي الذي نتج عن هذا التوظيف من أجل الإقناع طبعا، و من أجل إعطاء مفهوم جديد للفضاء و الحيز و الفراغ الذي نعتبره هنا الصحراء التي تعد رمزية في حد ذاتها، وبالتالي فما يتجسد في هذه الآية هو المحاجة القرآنية والتدرج البلاغي و الإعجاز وهي عوامل ساهمت في إعطاء مفهوم آخر للصحراء والسياحية الصحراوية وهذا من بين المبادئ التي يقوم عليها الترميز عند الكثيرين، بغض النظر عن الترميز من الطبيعة.

فالقارئ لا ينظر إلى رمال عادية و كثبان عادية ، ولا يلمح ظلالا كالتى يلمحها كل يوم، انه يأخذ من هذه الصورة الاشهارية السياحية، اكتشافات عن طبيعة الصحراء ومناظرها وسحرها وتلوناتها الخلابة؛ إنه يتعدى ذلك ليرى صحراء من نوع آخر؛ إنه يرى

صورة لا تَوَّهْ كثيراً إلا بعد أن يوغل في تلك الرسالة المرافقة لها وما تحمله من خيوط بلاغية قوية جداً، ليتضح له ذاك المظهر الرمزي الذي يستثير عقله و من ثم يدفعه إلى العجاب و الإنبهارية.

- "مد الله الظل أي بسطه وألقاهُ و شرّحه و جعل الشمس عليه دليلاً ، دالاً عليه وضابطاً له المد في الظل يحيل على شساعة الصحراء و شهوق جبالها و كثبانها و منه اتساعها والمد في الصورة يعرف للمتلقي بصحراء كبيرة و ظلال وافرة.

بلاغة القرآن طاقة تغذت منها الصورة الاشهارية في تعبيريتها رغم أن التعبير الأيقوني فيها ليس بالعميق، وعليه فالمصمم أدرك كيف يحول الصحراء من منظر مألوف إلى منظر من نوع آخر، وكأن الصحراء التي يشجع على زيارتها " ما لا عين رأت " و ظلالها غير تلك التي يعرفها الناس في مدنهم، و كأنه يقول " شمسها غير تلك الشمس التي يمشي تحتها" ؛ إنه يعبر في دوال لسانية منسقة حجاباً و جمالاً أخاذاً، يحاول أن يجعل منها آلية تحاكي الظل الحقيقي عن طريق بناء وحدات لغوية رمزية تبني معنى متفرد، لأن هذه الوحدات غير موجودة بشكل محسوس فقط إنها تتجسد في الواقع اليومي، في عملية فيزيائية معقدة تسمى " تعاقب الليل و النهار " غير أن بلاغة المعنى في الآلية، تجعل من متلقيها في تصميم إشهاري سياحي ينتقلون من هنا إلى هناك، إنه يفترض صحراء أخرى و ظلال و شمساً تسحر، أبعد وأجمل من الطبيعة الراسخة في مخيلته قبلاً ، و يدفعه أيضاً إلى شغف الارتواء في تلك الفضاءات التي مازالت مجهولة إنما فقط بنيتها له أنظمة تعبيرية تخضع لإيحاء والمحاكاة القوية وبلاغة المعنى.

وبدلاً من إقامتنا للمعادلات الرمزية اللغوية أو أفضلية الرمز الطاعني يمكن القول أن الآلية تعبر في كليتها و في جزئياتها في مفرداتها الدنيا و ووحداتها الكبرى وفي مجازها في تصويريتها، فلا وجود لرمز واحد ولكن هناك نُظْمَة رمزية لبناء لغوي قوامه أن يسمح

يربط مخيلة المتلقي بفضاء آخر من التخيلات و برسم مخيال خاص إنها الصور الذهنية الخالصة التي تدفع بنا إلى زيارة أماكن لم تكن تخطر ببالنا يوما.

غالبا ما تتجنب التحليلات السيميائية عموما طرح مسألة الأنظمة و الرموز و تتشبت بمعالجة الأجزاء كدوال و تعطي لها مداليل متوهمة أنها أسست لما يسمى بالمعنى الطاعي و التحليل الكيفي دون أن تطرح مسألة أصل المعنى و مكوناته و أبعاده البلاغية و كذا الترميزية التي يزخر بها النص و الخطاب.

رمزية الوحدات الغوية:

أربعة مقاطع:

- 1- ألم تر إلى ربك ✕
- 2- كيف مد الظل
- 3- ولو شاء لجعله ساكنا
- 4- ثم جعل الشمس عليه دليلا

و عليه نجد ما يلي:

علامة: من خلال طابعا المباشر (نكر للظل)

التصديق: يتحقق من خلال الوجود الفعل للشيء وجود الظل في الصورة.

الحجة: هي ذاك الفعل الذهني الذي يدفع متلقي الرسالة إلى الاقتناع بقضية ما (الإعجاز).

يهدف الإشهار السياحي بلغته و أيقونيته و أسلبيه التعبيرية إلى جذب المتلقين وتحويلهم إلى سياح لذا كان لاثقا جدا أن تبدأ ب (ألم تر..) أي ألم تسمع بهذه المنطقة؟ الم تكتشفها و تزرها؟ إنها تؤسس لفضول و هذا ما يتأسس عليه الإشهار، إنه مداعبة

فضولنا و دغدغة ذواتنا و مخاطبة نفوسنا و تدعونا الصورة إلى فهمها و تقبلها والانصهار فيها.

عند مطابقة كل تبئير أيقوني موجود في الصورة و مقابلته بما يكمله من وحدة لغوية مرمزة نجد أن البنية الخطابية اللغوية جاءت على شكل تصاعدي حتى بناء الصورة الذهنية و فعل التخيل سينطلق من فعل (رأى) أي تشكيل و استثارة المخيال كل ما يهم هنا هو أن يحزم أي شخص حقيقته و يسافر ليلا مس خيوط إشراقة الشمس.

لا تكفي الأطروحة البنيوية وحدها في بناء الرمزي أو البحث عنه أو استخراج التعارضات في النصوص لأن ذلك مدرك نسبيا فعلى عكس المعيار **التناظري** لما هو لغوي مع ما هو أيقوني، تزودنا الصورة بمعيار آخر أكثر أهمية يتحدد في المعيار **التقابلي** أين يكون بناء المعنى مزدوج، وهو المعنى الذي تقرضه البنيوية نفسها، وإن كانت لا تعمل به، حيث أقر **دوسوسير** ذلك في معرض تأسيسه لثنائيات اللغة داخل البنية الخطابية.

يمكن إذن استخراج رمزيات لغوية قارة في هذه المرسلات البصرية (الليل، الظل، الشمس) ونظمة مرموزات أيقونية : (الرمال، الصحراء، السماء، الكتبان) بماذا تخاطب هذه الصورة السياحية الاشهارية؟ بماذا تشوق المتلقي؟

إذ يرمز الليل إلى الطمأنينة و الهدوء و السكينة هو ملهم الشعراء و أيضا المصممين الإشهاريين أحيانا، ليل السمر والسهر عند السائح و ليل الصلاة عند المتعبد و ليل السفر عند المرتحل (ولو شاء لجعله ساكنا) فالليل في الأصل نهار نسبي (والليل نسلخ منه النهار) لكنه غير مذكور في الآية التي بين أيدينا، إنه مستحضر ضمنا فهو الغير معلن عنه إنه الرمزي الذي يتحقق في مخيلة المعجبين بالسياحة الصحراوية و يؤشر عليه استحضار لفظة الشمس، وعليه فلليل رمزية كبيرة جدا منذ القدم يقوم المصممون بمحاكاتها واستحضارها في منجزاتهم الفنية و الإبداعية سواء كانت أفلام صور فنية

لوحات تشكيلية حتى الوقائع المسرحية على الركح يخصص لها أحيانا ثلاثة أرباع الوقت ظلام.

الظل واحد من المؤثرات في علم البصريات الحديث و في صناعة الأفلام أيضا و في رسم اللوحات أنها تخضع لتوزيع منتظم في الأنساق و البنيات الخطابية البصرية أنها رمزية أن ترد في القرآن بمد الظل و ليس الأمر مرهونا فقط بتوزيعه أو انتشاره أو وجوده من عدمه و كذا التوقف عند الكميات التي تم احتسابها في خلق النص و تأليفه وإبداعه، للظلال رمزية التخيل و رمزية العظمة ومد الظل يحيل على أماكن الراحة في الصحراء أراد المصمم أن يعكس الصورة النمطية ويقلب المفاهيم القبلية أي أن يثور على المسلمات المكونة عن الصحراء في أذهان المتلقين ليؤكد أن الظل هنا الراحة والاسترخاء و المدُ هذا يفيد سعة الانتشار و لكثرة أي يدل على أن الصحراء ليست ذاك الفضاء المتسم بالحرارة اللاذعة صيفا بل إنها الفضاء الفسيح الذي به مد كبير جدا من الظلال المخصصة للراحة كما نلاحظه في الواحات مثلا ولا يمكن تخيل صحراء و كثبان و رمال بلا ظلال.

{ألم تر إلى ربك كيف مدّ الظل..}، دعوة تصرخ بالرمزي اللغوي الذي يدعوا إلى إعادة التدبر في خلقه، ودعوة إلى التأمل في الصحراء وإلى الجبال كيف نصبت والأرض كيف سطحت و إلى السماء كيف رفعت. ورمزيه كيف هنا تفيد أعمال العقل السياحي للمتلقي في المشاهدة و التأمل و التدبر فالقارئ. غير كفء أحيانا بما يكفي للقيام بقراءة تصويرية تقوم على استحضار محرضات الكون فتصير علامات و رموز تستند لوظائف إرجاعية ليست هي نفسها التي تعنيها وهي غاية السيميائية أن تبحث في المرجع الذي يقود إلى بناء تأويلية رمزية.

الشمس دليلاً:

لو لم تطلع الشمس لما عرف الظل وقد جعل الله سبحانه الشمس آية للناس و قد تم ذكرها في القرآن في كثير من المواضع ونزلت سورة اسمها الشمس أيضاً، كما أقسم بها في محكم تنزيله ناهيك عن أن الشعراء القدامى تغنوا كثيراً بمحاسن الشمس و ألزموها كل معاني الوهج والإشعاع و الإشراقات و النور، إذ ضمنوها أشعارهم و تخاطبهم و خير مثال ما تزخر به أعمالهم في باب المدح و الغزل والفخر.

و الشمس هي دليل التائهين و بوصلتهم و بها يهتدون إلى الطريق الصحيح في المتاهات فقد كان المسافرون قديماً يستدلون بها و بالنجوم إلى سبلهم حين يمضون إليها و الشمس دليل على الظل فلا يجعله الله ساكناً أي يقبضه بل يبسطه و يزيله و يدل على ذلك شروق الشمس ثم يجعله بأحجام إلى حين زواله و غروبها.

تنشأ في هذه الرسالة الاشهارية عملية تخاطب مليئة بالترميز اللغوي الإيحائي ففي الآية يخاطب الله سبحانه نبيه الكريم (بألم تر) و المصمم يخاطب المتلقي على الإيحاء نفسه الم ترى الصحراء و ظلها و شمسها و كثبانها هذه المخاطبة لا تقيد الماضي بقدر ما تقيد الحاضر و المستقبل يعني أنظر إلى قدرة ربك كيف يتصرف في الظل و الشمس ويمد الظل وهذه الاستعارات و التشبيهات و المجازات إلى يزخر بها القرآن تمد النصوص و الخطابات بترميز يقوي بلاغتها و السائح يتعرض للصورة من باب أنظر إلى الصحراء يعني أعد النظر يعني اكتشف من جديد.

يمكن إذن للغة أن تدعم الأيقون و تؤازره في بناء معنى و مقصد معين ولا يتوقف ذلك عند طبيعة البناء اللغوي وحده معزولاً عن بلاغة اللفظ وقوة الحجة و تصاعد الإيحائية في النص و سطح الخطاب بصفة عامة ، إذ يكتفي التعبير وحده ليوصل معنى محدد فصورة التارقي وبعض الكثبان و منظر الصحراء كفيل بجعل المتلقي يفهم إشهاراً لسياحة صحراوية لكن توظيف الرمز اللغوي قادر على زيادة التأثير و هذا يسعى

ضروري في بناء الخطاب الإشهاري و قادر أيضا على رفع منسوب الترميز للأشياء والموضوعات والوحدات الطبيعية التي يتفق العرف على تعظيمها و فهمها و قادر أيضا على صناعة بلاغة الصورة بما تحويه فتصير بليغة في مبنائها و معناها و تشكيلها وأيقونيتها و لغتها ووحداتها الكبرى و الصغرى و هذا ما جعل **جاك أومون** يفصل كثيرا بين سيميائية صغرى و أخرى كبرى.

ينحدر الرمز في مفهومه من طبيعة عامة و مجردة في المفهوم **البيرسي** خاصة أي من مرتبة الثالثة فهو لا يستند كوحدة لغوية ذات طابع نسقي منتظم من إلى حدث أو نوعيات أو أحاسيس كي يتمثل و يوجد بل يكتفي إلى الإشارة إلى القانون العام والضرورة و عليه فالعلاقة القائمة لا تركز فقط على التشابه و الإسقاط ، تتجاوز الرمزية هنا حدود التجاور اللغوي لما هو في الواقع لتصل إلى بسط العرف الاجتماعي الذي يعد قانونا وقاعدة وهو النظام الذي حدد بلاغة الرمز و اتساع دائرة فهمه.

فكل الكلمات و الجمل و الكتب وكل العلامات اللغوية العرفية تشتغل كرموز فنحن حين نتحدث عن كلمة شمس أو ظل لا ننطق في الواقع إلا نسخة وتجسيدا لهذه الكلمة القائم على ترميزات من صناعتنا مستمدة من قانون عام، فالشمس والظل والسكون والرؤية و ما يندرج معها من إبصار ونظر وتعقل وتفكر يؤسس لتفكير بصري تدعوا إليه رمزية صارخة لمضمون و تفسير الآلية بشكل عام.

من المهم جدا عند الحديث عن الكثافة الترميزية للقرآن خاصة الإشارة إلى نظرية السيميويز أو السيرورة المؤدية إلى إنتاج المعنى إنها سيرورة لا متناهية اتسعت لتشمل لا نهائية التأويل و المعنى المفتوح، فالعالم و الطبيعة لا يشتغلان إلا كعلامات واقعية ومختيلة و منه سلسلة من الأنساق وكل نمط في داخله أي تنظيمه يحمل نمطا آخر من الإحالات تأخذ بالقارئ إلى رسم المعاني التي استنبطها من الصورة ومن ثم فإن النظر إلى السيميويز اللغوي كفعل رمزي لا ينتهي هو مساهمة في نظرية اللغة.

الرمز ذو دور هام جدا في تنظيم الإبداع الإنساني المصقول في شكل نصوص وخطابات ذات أبعاد رمزية، و الرمز أيضا لا يكتفي فقط بتحديد التناظرات اللغوية للوحدات من منظور بنيوية بل يساعد أيضا على تسرب الذاكرة و المخيال و التجربة الإنسانية إلى اللغة منها وإليها.

خلاصة تحليل الصورة الإشهارية رقم(1):

وأخيرا ما يستنتج من تحليل هذا الملصق الإشهاري؛ هو أن الرمزية عند العرب تختلف كثيرا عند المصممين الغربيين، وذلك أن التصميم الإشهاري عند العرب صحيح أنه من البيئة الثقافية والسوسيو ثقافية والأيدولوجية، إلا أنها رمزية مستوحاة من عالم الميتافيزيقا، أين يكون الإنسان المسلم دائما يتدبر بخيالاته للعالم الأسمى والآخر(الجنة)، وهي رمزية تدبرية مستوحاة من طبيعة توجيه القرآن الكريم، الداعي دائما للتبصر واستكشاف المجهول، لمعرفة عظمة الله سبحانه وتعالى، والتمتع ببديع خلقه من طبيعة غناء وصحاري شاسعة، وقرى وغيرها، على غرار المصمم الغربي الذي ينشد الأسطورية والتطلع عند حد المادية وعالم الموجودات.

2- تحليل الملصق الإشهاري رقم (2):



أولاً: وصف الرسالة.

- نوع الصورة:

تنتمي هذه المرسلّة البصرية إلى فن الصور الفوتوغرافية الثابتة والتي تعتمد على الجانب التقني أي تجسيد وتمثيل الواقع البصري، الذي يعتمد المصورون الفوتوغرافيون في أخذها برؤية إبداعية ولمسة أسلوبية خاصة، تتيح لهذا النمط من الخطابات أن يحفل بالبعد الترميزي والدلالي الزاخر بالمعنى، خاصة في مجال مولع بالترويج لأماكن ومدن سياحية، تعتمد في جزء كبير منها على واقعية وجمالية الصورة الفوتوغرافية، والتي تنشّد الهيئة القائمة على الإشهار من وراءها لتقديم خدماتها، والتعريف والترويج لمناطقها السياحية الواسعة والمختلفة.

- العنوان:

ليست للصورة عنوان محدد، إلا أننا يمكن أن نعتبر اسم الهيئة المصممة للإشهار، في حد ذاته هو العنوان الرئيسي "السياحة في الجزائر"، لأنه يبرز ويختصر أهم ما أرادت الهيئة السياحية تقديمه ألا وهو الترويج السياحي للمدن الجزائرية العريقة والأصيلة، وكأنها تقول "جزائرنّا أصيلة و عريقة فتعال زرها".

- المصدر:

الصورة ملتقطة من طرف شخص ما، قد يكون صحفي أو مصور محترف، والصورة التي بين أيدينا نشرت بموقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) أما المصدر المرسل فهو وكالة سياحية تملك صفحة تفاعلية في الفايسبوك تحت اسم " السياحة في الجزائر " tourisme «

« en Algérie

- موضوع الصورة:

الصورة عبارة عن تقديم لمواقع سياحية تراثية، مجسدة في الدعوة لزيارة مدن الجزائر العريقة بأزقتها الضيقة والمأهولة، والتي يتواجد بها كبار السن الذين يعدون رمز أيقونة حقيقية لألفة هذه الأماكن، بتواجدهم الطويل بها.

شمل التأثيث في الصورة توزعا أيقونيا على شكل صورة مركزية للزوجين الشيخين يمشيان وسط الشارع الضيق، للحي الذي يقطنان به، كما شمل رسالة ألسنية بلغة محلية جزائرية "العشرة عندها ناسها..."

- الزاوية:

لقد وقع اختيار المصور للزاوية الوسط لالتقاط الصورة مباشرة، ذلك أنه كلما كانت اللقطة قريبة، كانت أكثر احتواء على مساحة الملصقة الإشهارية، حيث توسطت صورة الشيخين، وسط بنايات قديمة، وأرضية عريقة، في مساحة معتبرة أثنت لحامل الصورة الفوتوغرافية.

- الألوان:

الصورة مزيج بين عدة ألوان تمثل طبيعة بيئة العمران الجزائري الساحلي، مروراً إلى الألوان المجسدة في إشارة الرمز المعرف للهيئة السياحية الوطنية، (الأبيض والأخضر والأحمر)، مروراً للحضور الطاغي للونين الأزرق الذي تصطبغ به البنايات المعمارية، والأبيض الذي يكتنف لباس الشيخ وخط الكتابة في الرسالة الألسنية.

فتشكل العبارة باستخدام الدلالات اللونية يمنح السياق معاني تصل أحيانا بالخيال إلى التحليق فدلالات اللونية يمنح السياق معاني تصل أحيانا بالخيال إلى التحليق في أجواء لونية قد لا تحدها لغة مرئية

ثانيا: المستوى التعيني.

إن تصيد العلامة من خلال ما يمكن أن يقوم بين الدال والمدلول من علاقة، تقضي لقراءة تستند إلى طبيعة العلاقة التي يقيمها هذا القارئ مع مدينته، فنحن إذن نتحدث عن المستوى التعيني للصورة، من خلال صورة المدينة العريقة الحاضرة لباقي مكونات الصورة، بما فيها تواجد الشيخان، " المرأة والرجل "، المترافقان في السير، والمرتديان للباس تقليدي، دفاعا عن الملكية الثقافية، أضف إلى ذلك وضوح لون المدينة الزرقاء، وبروز اللون الأبيض الممثل برداء الشيخ، التي تفرض عليك الصورة من خلالها حالة نفسية واجتماعية معبرة، وبتوسط العبارة المخاطبة للسياح، أسفل الصورة باللون الأبيض وبالبنط العريض المتبوع بالنقاط الثلاث المتتابعة.

ثالثا: المستوى التضميني.

- الرسالة البصرية:

نلاحظ في صورة المدينة، بناءات رمزية قبل أن تكون بناءات معمارية، يشيد هذه المرة أنسجتها الرمزية علامات لها تاريخ وجغرافيا وأصول، والمدينة بعد هذا وذاك مبتدأ خبره الناس، ثقافة وهوية وتاريخا وأوضاعا اجتماعية، ولا يمكن ولوج هذا العالم إلا من خلال العين التي ترى ما هو باد للعيان لتخترق بعد ذلك الأنساق الكامنة.

- سيميائية الشارع:

حين نرى صورة المدينة تمر بداخلنا الكلمات والتراكيب، التي تتجاوز المكتوب، ولكن نحن أمام كلمات وتراكيب من نوع آخر، تراكيب ثقافية و رموز اجتماعية هذه المرة مستخلصة من سيرورة التاريخ وسيرته، تصنع من لغة الشوارع وأزقتها الضيقة وحركة

الناس بذهابهم و إيابهم، زمنا اجتماعيا ولوحة مشهدية، لمدينة ليست ركاما لمجسمات مادة، بقدر ما هي مجسمات لنصوص اجتماعية تخاطبنا رمزيا، ونخاطبها انتمائنا.

إذن فللمدينة لغة أيضا تتسج وتطرز تقسيمات لمساحات وفضاءات، تعد عبارة عن أنهج وشوارع وأحياء ودهاليز وأرصعة منعقدة تماما؛ ولكل منها دلالات تحاكيها، فدلالة الأرصفة مثلا في الأحياء الشعبية تكاد تغيب أو تتعدم وهي بذلك عبارة عن وجوه منفية، الناجمة من شدة الإحساس بالضيق والتقييد والفصل عن الجيران، ولكونها مجالا لإنتاج علاقات اجتماعية عابرة، على غرار تواجدها بحرص في الأحياء الراقية، أين نجد للرصيف طقوسه وضوابطه، ففي أكثر الأحياء شعبية واكتظاظا يغيب الرصيف، ليتحول إلى مجال(طريق) مشكالي (مشكل) منمنم وشديد التنوع، مثلما نلاحظه لدينا بالصورة.

إن سيميولوجيا غياب الرصيف أو حضوره هو معيار لدرجة التمدن، وهو في نفس الوقت تعبيرا عن مضاربة ومنافسة بين القوى الاجتماعية، بين التي تشد صيانة قواعد التضامن الجماعي(الطبقة الشعبية العامة)، وآخرين ينشدون درجة العزلة الاجتماعية والنفسية لأفراد يتحدثون عن أنفسهم بصوت عال (طبقة الأغنياء).

يزخر بناء الأحياء الشعبية المتداخلة، وأزقتها الضيقة والمتعددة دلالة رمزية مقصودة من طرف السكان المأهولين، ففي تراكم بناياتها وضيق أزقتها، حب لروح الجوار والتضامن والاجتماع والألفة بين أهلها؛ والمستوحاة من تعاليم الدين الإسلامي الحنيف، الموصي بالإخاء وألفة فيما بينهم وتبجيل علاقة الجوار، أضف أن لهذا التصميم مداخل ومتاهات تحيل بالزائر الغريب لمخارج عادة ما تنتهي به إلى باحة السوق ومحلات المدينة، أين يجتمع الباعة والسياح، قصدا لترويج النشاط التجاري بالمنطقة المأهولة، طبعاً بعد إقبال هؤلاء السياح الذين لا يعرفون المدينة إلى هذه السوق، وهو أسلوب ترويجي ذكي.

يخبرنا كل شبر مادي من المدينة عن عنف رمزي، إخبارا يقف عند التفاصيل الدقيقة التي قد لا نعثر عليها في براءتها وعفويتها إلا في هذه المساحات المفتوحة والمكتفة المعنى.

سيمائية اللباس: يحمل الملبس دلالات مختلفة، يعرف من خلالها ثقافة مرتديه وانتماءاته الفكرية والطبقية، فالجلابة التي يرتديها الشيخ والحجاب الذي تضعه العجوز، لهو دلالة على مرجعية دينية عربية مغربية إسلامية، يتعرف عليها الرائي ويرتاح لها الفرد الجزائري الذي ينتمي لهذا البلد، ويطمئن إلى أن فكرة التجوال والسياحة الموجهة إليه لا ضرر منها.

سيمائية توظيف فئة الشيوخ:

ودلالة اختيار فئة الشيوخ بالصورة، هي الدلالة الأنسب لمقام تجسيد الأصالة والعراقة، حيث أن الجد والجدة، هما رمزا الوقار والاحترام، والناصح الحكيم، الذي تؤخذ منه النصيحة دون ريبة أو شك، بحكم التجربة والخبرة الكبيرتين، التي تستحق التبني دون أدنى مجهود، وهو ما حاول المرسل إسقاطه من خلال اختيار هذا النوع من الفئات العمرية، التي تخدم رسالة الإشهار، وهدفها الرئيس؛ ألا وهو استقطاب الزوار و الإقبال على زيارة هذا الطراز من المدن العريقة، دون الشك في الاستمتاع بأزقتها والتجوال بين أسوارها، مثلما يفعل الشيخان اللذان يقطنان بها منذ عقود كما يبدو عليهم آثار الزمن بكبر سنهم ولباسهم الأصيل ويمكن أن نكشف عن وجود ثلاث قيم بهذا الإشهار تجسدت في ما يلي:

القيمة التعويضية: والتي سعت الصورة من خلالها لمخاطبة المشاعر ونقل القيم العريقة للمشاهد، خاصة فيما يتعلق بالجانب الثقافي والعاطفي، الذي يمكن أن يتم به التأثير.

قيمة ذاتية: وتتجسد في عنصر الذاتية الذي أضفاه المصور على صورته، من خلال التقاطه للصورة من الزاوية المركزية المقابلة؛ ألا وهو التركيز على صورة الشيخين بالنسبة للمتلقي وما تحمله من معاني، وإذا كان المرسل قد أضفى الذاتية أثناء إنتاج الإشهار، كذلك المتلقي من خلال التفسير سيضفي تصوره الذاتي المترجم بالحدس، من خلال معرفة سابقة.

وإذا كان ارتباط النص بالصورة حسب رولان بارث، هو ارتباط اعتيادي ومتواتر، فوجود الرسالة اللسانية، في كل الصور ضروري، لأن الصورة تمتاز بتعددية المعاني في حالة غياب النص المرافق لها، الأمر الذي سيجعل المتلقي يسبح في بحر المعاني، لذلك فالرسالة

الألسنية التي بين أيدينا توجه القارئ إلى مدلولات الصورة، وتقوم في نفس الوقت بدور التفسير والشرح، ومن الجانب اللغوي فالظاهرة الإشهارية هنا تقوم على عناصر وصيغ لها من خصوصيات الإشهار المحلي، الذي يخاطب شريحة واسعة من الشعب الجزائري.

بحيث هناك من يفضل لغة عامية عن اللغة الفصيحة، التي تبدو له لغة غير مباشرة، وهروبا من الثقل على اللسان، بصرف النظر عن سلامة قواعدها، بحثا عن نوع من الجناس يكون فيها للجملة إيقاع قد يسهل ترسخها، وتيسير حفظها "العشرة عندها ناسها".

وتلعب اللغة هنا في هذا الإشهار **وظيفة المناوبة (التدعيم)**، خاصة أن الصورة الإشهارية عبارة عن أيقونة ذات تطابق واقعي كبير، بحيث يلقي على عاتق الرسالة الألسنية مسؤولية التوضيح والتفسير لسد فراغ الترميز المرئي الذي لم تستوفه الصورة بشكل كبير.

و يمكننا استنتاج من اللغة والديكور البصري كلا من النسق الثقافي المجسد في التراث الثقافي المادي من ملابس ومعمار ، وتراث لامادي مجسد في الحفاظ على هذا الموروث الديني والأخلاقي ، وكل ما يعزز أواصر الترابط المحبة، أما النسق الاجتماعي فقد تجسد في الوفاء للأرض والوطن والحنين إليه، والنسق الأيديولوجي مجسدا في دوافع واتجاهات وآراء المرسل نحو المحافظة على الأصالة التاريخية والدينية، ويبدو ذلك جليا من خلال اختيار مثل هذه الصورة المشحونة بطاقات تعبيرية تقيض تأويلا ومن اتجاهات متعددة.

وكما تبعث الكلمات على الانفعال والتفاعل مع النص الإشهاري، يعمل اللون فعلة في الصورة؛ وإذا كان المصمم يعبر عن مشاعره وأهدافه و قيمه السوسيو ثقافية والجمالية، فإنه يتم عن طريق الخط أو اللون والضوء والتفاعل بينهما، واللون لا يؤثر في قدرة الإنسان على التمييز فقط، بل إنه يغير المزاج والأحاسيس، ويؤثر في الخبرات الجمالية، وفي الأحكام التفصيلية بشكل يكاد يفوق أي بعد آخر، وعليه فلا وجود لنظام عالمي ثابت لتفضيل الألوان، ومرد ذلك إلى الذوق الفردي، وبالتالي فأي لون قد يكون مبهجا أو غير مبهج بوجه عام.

فالألوان البادية في الإشهار، تبعث على الارتياح، فهناك ألوان باردة مركزية، مجسدة في اللون الأبيض؛ لون رداء "جلاية" الشيخ الناصعة التي تبدي إشعاعات عاكسة للضوء الموحية للطمأنينة والسكينة، والصفاء والراحة، فمساحات قليلة من اللون الأبيض في الصورة تجعل أقوى الألوان تألقا تبدو أقل سطوعا، فهو لا يتأثر بأي لون إلى جانبه مهما كان هذا اللون، وبسبب نشاطه الإشعاعي فهو يعد رمزا للتفاؤل وللخير و للسلام، لذلك تم التأكيد على اختياره في تلوين الرسالة الألسنية لهذا الإشهار قيد التحليل، و الإشهارات السياحية عامة، أما اللون الأزرق المجسد في لون البناءات والدادل على، إضافة للألوان المتدرجة نحو القتامة، الظاهرة بين أزقة الشوارع الضيقة، دلالة عن الظل وبرودة المكان.

يجيز الخطاب الإشهاري عادة مالا تجيزه اللغة، فيتلاعب بقواعدها ونحوها وصرفها، ليخلق نحوه الخاص، ومن قواعده الخروج عن القواعد الصارمة في النحو والمتواضع عليها، ليردها الإشهار مرنة ومتحركة، لأن عقيدته المباغته، وغير المتوقع والعاير، سباق لا ينتهي من أجل شد الانتباه والتحكم في السلوك الاقبالي على زيارة الموقع السياحي، إلى الحد الذي يمكن معه أن تتحول سرحا لمخاطبة أزقتها وحيطانها وأرصفتها التي تحكي بلغتها الخاصة. فالقيمة الإقناعية للصورة في الخطاب الاشهاري لا تتحقق نجاعتها إلا من خلال النسق اللغوي، فأنظمة الحركة واللباس، لا تكتسب صفة البنية الدالة، إلا إذا مرت عبر محطة اللغة التي تقطع دوالها وتسمي مدلولاتها.

وعلى أي حال، فالرسالة اللغوية هي التي تسم النص الإشهاري، وتعينه، وتصفه، وتثبته، وتؤكدده، وتعلن مشروعيته القرائية، وهي التي تحقق للإشهار اتساقه وانسجامه وتشاكله، وتزيل عنه كل غموض وإبهام.

فعلى القارئ استنتاج الرسالة الموجهة إليه، و ذلك باستقراءها بصريا ولسانيا،(استبداليا وتركيبيا) " أفقيا و عموديا " ، – مثلما تم التحليل آنفا - فالتحليل استبدالي يكون باستدعاء مفردات مشابهة خارج الرسالة اللغوية، مع استحضار أبعادها النسقية الرمزية، أما

التركيبة فكانت بقراءة الترابط والانسجام في اختيار وحدات لغة الإشهار المؤثرة، ولعل المتلقي اليوم أصبح يدرك مقدار الأهمية التي يوليها الباحثون المعاصرون لدراسة العناوين والرسائل اللغوية المشفرة في شتى الميادين.

فالرسالة اللغوية إذن مفتاح أساسي، يتسلح به المحلل للولوج إلى أغوار النص العميقة، وإقحام المتلقي في العملية الاتصالية، بغية استنطاقها و تأويلها، وبالتالي تستطيع لغة الإشهار أن تقوم بتفكيك النص من أجل تركيبه، وذلك عبر أساليب الهدم و البناء لبنياته الدلالية والرمزية.

خلاصة التحليل السيميولوجي للصورة الإشهارية:

- لقد مارست الرسالة اللغوية في هذا النوع من الإشهارات " وظيفة الاحتواء " لمداول النص الإشهاري ككل، كما أدت وظيفة تناصية، خاصة وأنها تحيل على نص خارجي عبارة عن مثل شعبي متداول.

- يحمل هذا النوع من الإشهارات تجسيد لثلاث وحدات تمثلت الأولى بكونها: وحدة عضوية (النسق الثقافي، والنسق الاجتماعي، والديني والإيديولوجي) ووحدة موضوعية (تحقيق مبادلات خدمتية بين المشهر والمتلقي) ووحدة الشعورية (تدعيم السياحة الداخلية وتمجيد الوحدة الوطنية).

3- تحليل الملصق الإشهاري رقم (3) :



أولاً: وصف الرسالة.

- نوع الصورة: تنتمي هذه المرسلّة البصرية إلى فن الصور الفوتوغرافية الثابتة والتي تعتمد على الجانب التقني في تجسيد وتمثيل الواقع البصري.

- العنوان: جاءت هذه النسقية دون عنوان مباشر ومحدد، ولكنه يبدو من خلال فكرة الإشهار ككل، على أنه "السياحة في لبنان"، لأنه يبرز هدفا ترويجيا للسياحة اللبنانية .

- الموضوع الرسالة:

عبارة عن تقديم لمواقع ساحات لبنان السياحية المأهولة بالزوار، وهو ما تبدو عليه الصورة، والعبارة اللغوية المجسدة في الدعوة لزيارة هذا البلد السياحي بامتياز، " لبنان السياحة "فراشة السلام" وقد جاءت باللون الأبيض البارز في الصورة لتجسيد هذه القيمة.

- المصدر: شبكة الإنترنت على موقع WWW.Tourism en Lebanon

- الألوان: لم تتباين الألوان في الصورة، بل كانت مجسدة في اللونين الأصفر والبرتقالي، لونا أضواء الليل والغروب فقط.

- الزاوية: التقطت هذه الصورة من زاوية عادية، تضع عين المتلقي مباشرة في مركز بصري مباشر للموضوع المعروض.

ثانيا: الرسالة التعيينية.

ترتكز القراءة التعيينية في الرسالة الإشهارية، على الوصف، نظرا لأننا بصدد رصد العلامات الكامنة بالملصق الإشهاري، وذلك في محاولة منا للاستطلاع واستنتاج الدلائل الكامنة وراء اختيارها وتوظيفها - وهو موضوع بحثنا -، ونحن من خلال هذه الصورة الإشهارية نلاحظ مشهدا فوتوغرافيا لساحة عمومية، تزدهم بالمتجولين ليلا، وسط أضواء ساطعة وحركة دعوبة، أما فيما يخص الرسالة الألسنية، فهي متمركزة أعلى يمين الصورة، بلون أبيض ساطع.

ثالثا: الرسالة التضمينية.

يولد ضوء النهار من الليالي ويمكننا أن نفسر جيدا سبب تعلق الإشهار المرمز بالعلاقات المعقدة، فميوه لتلك العلاقات يغذي سيرورته عن صور "الانبثاق الصراعي" بين ثنائيات (الليل والنهار، الصيف والشتاء، السلم والحرب...)، فالنهار يولد من الليل فينكره وينفصل عنه، بالطريقة التي تولد فيها الحياة من الموت وتتفصل عنه.

في هذه الحالة يمكننا أن نفهم سبب إضافة القيم على الصور التركيبية **Syntaxique** خاصة، فقلب المضمون الدلالي داخل صنف الإشهار مثلا يفترض قلب الهيمنة **Dominance**، أي قلب علاقة من القوى، وبالتالي فإن هذه الصورة ليست الطور الأول كحدث يدركه المشاهد من نمط "معرفي" يعزل الموضوع كوحدة دلالية تركيبية مستقلة ؛ إنها الانتقال التوتري و الصراعي بين حدثين (الليل، السلام).

وقراءة استخدام دلالة الليل، كخلفية للإشهار، تحيلنا إلى قراءة هذه الظاهرة من منظور علماء اللغة، وأقوال العرب؛ حيث كانوا يرون في الليل دلالة عن الظلمة، وما تشيعه من ظلال كالخوف والرغبة والاضطراب والشك والحذر والشدة والستر، وأن الليل - بصفته ظاهرة

طبيعية - وإن صنف من الطبيعة الصامتة، فإنه يحمل في جوهره معنى الحركة والتغير، الفناء والتحول، والموت والحياة، فالطبيعة حولنا ليست ثباتاً مطلقاً، ولكنها تغيراً مستمراً، وهذا التغير دليل النماء والحياة.

ولذلك لا يمكن إدراك علاقة الضدين (علاقة السلام بالليل)، وسط الصنف ذاته إلا لاحقاً وبفضل كفاءة ذات معرفية حقيقية، لذلك فإن هذه القدرة حسية إدراكية، يجب على ذات الحس أن تكون قادرة على الإحساس باللحظة التي تبدأ فيها الأشياء بالتغير ويرتسم فيها الحدث المنتظر على خلفية الحدث السابق أي تاريخ لبنان السلمي.

وبالتالي فالسمة الشروعية الناتجة عن طرق الوساطة، تبين لنا أن **المظهرية** هي الإشارة السطحية في الخطاب الإشهاري، لتوفر شروط **ظهور القيمة**، "لبنان السياحة"، "فراشة السلام"، وانبعاث الحياة وبداية الليل، وبالفعل فإن التبادل يظهر المعيار القيمي المؤسس لكل قيمة مشتركة، أي كتنظيم مجدد لمعايير عالم الخطاب التوتيرية والصيغة الفاعلة دون أن تفقد رمزيتها العاطفية والتصويرية.

ولذلك فإن شكل المعيار القيمي وفضاء المرسل لابد أن يكون موعود بتحويل دلالي وعاطفي، بطريقة غير مباشرة وصريحة في نفس الوقت، لتشق طريقها نحو الترميز والتي تعد مرحلة أولية كمصدر للسعادة المشتركة والمرجوة، داخل الدائرة الاتصالية للإشهار.

وكما ذكرنا آنفاً فإن هناك تفاوتاً في مقدار تأثير الألوان في النفوس، ومرد هذا التفاوت العادات والبيئة نفسها أو المؤثرات نفسية التي تسبق اللون، فمشهد الغروب وما يتراءى فيه من ألوان متعددة (الأصفر الذهبي، البرتقالي)، والتي تولد لدى نفوس مشاهديها إحساس تارة يثير فيه **الأسى والكآبة**، وتارة أخرى يثير فيه **الخيال الخلاق**، والإحساس بالجمال والهدوء، فمثلاً أختبر منظر الغروب هنا لاحتوائه على اللون الأصفر الذهبي المضيء، هذا اللون الذي يعد رمز الفكر والخيال والمقدرة على التطلع، والممزوج بالبرتقالي الممثلة لأضواء الليل الكاشفة، التي تؤول فيها دلالة هذا اللون بالنشاط الدءوب والمضاد للخمول والفتور، ولأنه

يبعث في نفس الوقت مشاعر رومانسية ممتعة، فقد يشعر الشخص الواحد بهذين الانفعالين في وقتين متفاوتتين، حسب الحالة النفسية التي يكون عليها فرحا أو حزنا.

لابد أن ندرك أن الألوان لا تحيل إلى ذاتها، إذ تحيل إليها في اللحظة الأولى فحسب، أما اللحظة الثانية فإن اللون نفسه يتحول إلى دلالة ثانية ذات طبيعة وجدانية.

ولا شك أن الذي يعقد الصلة بين العقل والحواس ويوطد الأصرة بينهما لخلق الصورة الأثيرة هو **الخيال الخلاق**، الذي يشدنا إلى الصورة شدا بالغا ويجعلنا نرتاح أو ننجذب إلى صورة الأشياء دون الأشياء ذاتها، وهو بذلك يبعد الصورة عن المطابقة الحرفية مع العالم الخارجي تلك المطابقة التي تقضي على كل أثر إيحائي في متلقيها وتحول دون تأملها تأملا فاعلا .

ولكن الخيال المستلهم في هذه الصورة الإشهارية المروجة لسياحة لبنان، و الدال على عيشة الاطمئنان والسلم، بوقت من أوقات اليوم والذي لطالما ارتبط بالخوف؛ لا يعد خيالا مسرفا **مجافيا للصدق**، وقرينا للاختلاق المحض، إنما هو خيال متزن يلفت الانتباه ويوقظ المشاعر بالاصطباغ الذي يلون بها الحقيقة الأساس، إن الخطاب الإشهاري لا ينقل الواقع العياني كما هو، وإنما يضيف إليها المصمم ويعيد تشكيل صياغتها التصويرية بما يتماشى مع مشاعره وعاداته وتقاليده ودينه ومواهبه وأهدافه المبتغاة من وراء تصميم هذا الإشهار، فتكون مزيجا من الشعور والحس من واقع الموجودات العياني وواقع المصمم النفسي.

فاستخدام الرسالة اللغوية بالإشهار السياحي، تسمح لنا بقراءة ثانية، فدائما هناك رسالة ثانية بين سطور الأولى: لو قرأت بخط بارز، فذلك معناه إذا قرأت ما تحت العنوان ستدرك سبب كتابته بخط بارز، وكلها قراءات على قدر كبير من **الأهمية** في حياتنا إنها تتضمن **قيما مجتمعية وأخلاقية و أيديولوجيات كثيرة**، لابد للإحاطة بها، من تفكير منظم هذا التفكير الذي نمارسه هو ما ندعوه هنا **التحليل السيميولوجي**.

و لدينا بالرسالة اللغوية عن الإشهار السياحي للبنان عبارة " لبنان السياحة. فراشة السلام" وهي صورة فنية تمثلت في تشبيهين بليغين، لتغذية الصورة بلاغة وثقة في نفس الوقت، التشبيه البليغ الأول: لبنان السياحة.. المتبوعة بنقطتين وذلك لاستوقاف القارئ برهة، والتركيز لما سيأتي لاحقا بعد هذه العبارة، حيث اقتصرت السياحة واختصرت في بمفرده اسم بلد واحد "لبنان"، فهذه صورة بيانية تطابق نشاط السياحة على لبنان، وتوسمه أحقية تلقيه به، مؤكدا بهذا الوصف على جمال وروعة المناطق السياحية، ولكن دون أن يذكر كلا من ذلك.

ولأن عناصر ومادة هذه المطابقة من واقع الحياة اليومية، فقد جاءت العبارة الثانية من الإشهار " فراشة السلام" رمزية وفي نفس الوقت واقعية، فجميعنا رأى جمال الفراشات وسلمها، فهي تعد كائن رمزا للسلم والأمان، ولا تعيش على حساب غيرها، وفوق هذا أضيف لها معنى السلام " فراشة السلام" لتأكيد المعنى على الأمان والسلم بهذا البلد، فالفراشة تجمع بين صفات شتى، (الجمال، الجد، المسالمة، التواجد بالأماكن الجميلة...) ولكن أبرز هذه الصفات هي السلام الذي تنبئ به في أغلب مراحل حياتها.

- وإذا حاولنا الاقتراب من ظلال هذه الصورة ونبضاتها المرئية والحسية، فلا بوسعنا غير الاستعانة بالعدة التي تقدمها لنا الشحنة المجازية للألفاظ و الإشارات الرمزية المتتابعة، وكذلك الاستضاءة بوحدة سياق الرؤيا التي تطمح إليها الصورة التأملية.

تعبر كلا العبارتين على عواطف المرسل وأفكاره قياسا على الحواس وقائما على التشبيه المبالغ فيه، بحيث أخذت الصورة كذلك ميزة التطابق التام بين الواقع الحقيقي والصورة، ولكن هذا لا يعني أنه خطاب بصري مباشر، فدلالة صورة منظر الليل.

ولكن ما يؤخذ على لبنان البلد، أنها من خلال الإشهار الذي بين أيدينا، وإشهارات أخرى مشابهة للذي بين أيدينا، أنها تتشد قيمتين بارزتين ومتميزتين: هي "قيمة الجمال وقيمة السلام"، وذلك نظرا لأن سيكولوجية وسوسيولوجية الشعب اللبناني تطمح وتهتم دائما بهذا الجانب، وهذا ما انعكس على لغة المرسل المخاطب وتأثره بهذه الفكرة، حتى أن هناك من يعتبر

لبنان، عاصمة للجمال والأناقة العربية، والأكثر من يؤمن بهذه الفكرة ويصبو إلى تحقيقها هم الشعب اللبناني خاصة، وهو ما بدا ظاهراً في التعبيرات والنشاطات اليومية المعبرة عن ثقافتهم، وذلك بالرغم من حالة التوتر الطائفية التي تعيشها لبنان، (مسلمي السنة والشيعة، المسيحيين، اليهود، جنسيات متعددة)، فلبنان ينشد دائماً للوحدة، والسلام والتآخي في عباراته اليومية، الإشهارية خاصة باعتبار أن هذا الأخير أحد الخطابات اليومية المستخدمة تجاه المتلقين، أيما كان الغرض نفعي براغماتي (تجاري، ترويجي، سلعي، أو خدماتي سياحي).

فصورة الفراشة هي معطى من بيئة المشهر وقد صيرها معادلاً موازياً لمكنون نفسه، المتطلعة للسلم والتي يشوبها في نفس الوقت "الخوف والكدر"، ويضيف يونج أن القلق هو شعور متولد عن خوف، وعليه يرى أن جل الإبداعات والمصارف الطبيعية المعبر عنها، هي رد فعل لتلك الخيالات غير المعقولة والمسيطرّة على الشعور الجمعي والتي تعد بقايا الحياة البدائية للإنسان.¹

ولأن اللغة هي كذلك إبداع معبر عن المصارف الطبيعية، فهي تمثيل لهذه الخيالات غير معقولة، والمجسدة في لغة الإشهار قيد التحليل، بالتعبير بمصطلحي "السلام" بالإضافة إلى مصطلح "السعادة" غير مصرح بهما، فكلاهما حالتان شعوريتان، ندرك جميعاً في قرارة أنفسنا أنها صعبة المنال والتحقق على أرضية الواقع، فهي مصطلحات مثالية براقّة تعبر عن حالة تطلع ورجاء لغد أفضل لا أكثر ولا أقل.

إذن فحقيقة التعبير الذي بين أيدينا، هو انعكاس لجانب - لا نقل الحرمان - وإنما التطلع لغد أفضل، عن طريق ماذا؟ عن طريق السبيل الكفيل بذلك ألا وهو النشاط السياحي والتجوال، الأنسب والمبرهن حقيقة وميداناً على محاولة معاشية السلم والأمان الدءوبين، بما

¹- هناك خوفاً طفيفاً هيناً وآخر عنيفاً، وخوفاً آخر بينهما يتفاوت من إلى حال وهي انفعالات نفسية تنتاب الإنسان وهو نتاج بواعث أحدهما صريح معلوم، والآخر مجهول غامض ينأى عن التعيين، ويصادف عن التخصيص، والإنسان محكوم بقوتين اثنتين، يصدر عنهما ويقع تحت تأثيرهما، وهما "الرجاء والخوف" وكلاهما رد انفعالي عن الخطر. نقلاً عن: جليل حسن محمد، الخوف في الشعر العربي قبل الإسلام. ط2: الأردن: دار دجلة، عمان، 2009. ص23.

يعكسه هذا النشاط الترفيهي من منافع اجتماعية وسوسيو ثقافية واقتصادية مريحة، ومنافع روحية استجمامية، ترجع على السائح والمواطن اللبناني المستقبل، بالراحة والاطمئنان، بما يخلق حالة من التضامن والشعور بالأمان والسلام المنشود من قبل الرسالة الألسنية للإشهار.

4- الملصق الإشهاري رقم (4):



أولا : وصف الرسالة:

- نوع الصورة: فوتوغرافية تركيبية تنتمي إلى الصور الاشهارية الثابتة التي يخضع فيها المصمم للتوليف و الدمج و التركيب.

-العنوان: العنوان الرئيس هي كلمة بواتييه البارزة باللون الأحمر الغامق، وهي تعبر عن مكان ومقصد سياحي.

- المصدر:

- وكالة إشهارية فرنسية « L'agence de communication poitevine MBA »

وتعمل على تصميم الملصقات الإشهارية السياحية في ميترو الأنفاق.

- تاريخ الصدور: صدر هذا الملصق الإشهاري يوم: 2013/02/24.

- الموضوع: هذا الإشهار عبارة عن إشهار سياحي لمدينة "بواتييه" الفرنسية، وقد نشر في ايطاليا، أين لقي رواجا كبيرا، وقد روج لأول مرة في ميترو الأنفاق.

الألوان: وردت ألوان الصورة مجسدة في الأحمر، والأسود والرمادي الطاغي على خلفية الصورة والرأس الحجري، والبارز في بذلة الرجل الأنيقة، وكذلك بروز اللون الأزرق الفاتح المستقطب للنظر في وشاحه الظاهر لدينا بالصورة الإشهارية.

الزاوية: التقطت هذه الصورة من زاوية عادية، تضع عين المتلقي مباشرة في مركز بصري مباشر للموضوع المعروض.

ثانيا: القراءة التعيينية

تعد **Poitiers** مجموعة صور إشهارية، والتي بين أيدينا إحداها، بحيث تروج للسياحة في مترو أنفاق بباريس، لمدينة تحمل الاسم نفسه، وهي مدينة تشتهر بالعبق التاريخي والفن و تلقب أيضا بمدينة المائة كنيسة و كاتدرائية.

تأخذنا هذه الكلمات في إرساليات مرجعية عديدة و تربط المتلقي بسياقات و أمكنة وأزمنة كما يتبين من خلال تراتبية سطح الملفوظات أن اسم المدينة " **Poitiers** » « **Capitale Romane** » ثم عبارة تدعوك لزيارة المكان، « **Vous invite** » وجها لوجه « **Tête a tête** »، ثم وورود اللفظة الأخيرة من الصورة، " **Epastrouillant*** " تعبر عن رمزية لغوية آسرة في المقطع اللغوي لبنية الملفوظ الكلي، و معناه الباهر والخيالي والفوق استثنائي و العجيب إلى أبعد حد.

لقد جاءت رسالة الإشهار خفيفة فهذا النوع يتميز بالبساطة والخفة والتنسيق واحتوائه على أهم قاعدة في الإشهار والتي تقوم عليها المدرسة الفرنسية « **Simple et Efficace** » ، لتقدم معلومات بسيطة بصيغة فنية وسهلة، بحيث تنفذ إلى نفس الجمهور المقصود، بكل لطف وسلاسة؛ وهذا ما أثبتته استطلاع الرأي والذي كانت ردود الجمهور إزاءه ايجابية جدا حول مضمونه.

فلم هذه المدينة بالذات؟ ولم هذه العناية الاشهارية الفائقة؟ وأين يقبع الرمزي في لفظية الخطاب اللساني؟

ثالثا: القراءة التضمينية.

لقد أقامت هذه الوحدات مجموعة من المعاني أولاها تقديم القيمة الفضلى وهي استعراض المكنون السياحي للمدينة، والذي يفضي لاستحضار النص المعماري والشوارع والزوايا والأبنية والقباب والتماثيل وأعالي الكنائس مروراً بالجسور والمنازل الفرنسية الصغيرة التي تشكل رمزية **بواتييه الكبرى**، ثم رمزيات الجدران و الطلاء والحجارة تفاصيل الانحناءات المعمارية بدقة؛ نعم إنها " **Poitiers** " دفعة واحدة، ذاك الكل المدينة المركب والمركز برمزياته، الذي تأسس وتراكم منذ عصور و قرون إنه عصارة التاريخ في كلمة واحدة.

الرمزي اللغوي و استيرادات الطاقة:

الصورة تختزل و تستورد الطاقة تشحن نفسها بالمعنى وتستعين كما في المثال إشهار (بواتييه) كل ما فيه رائحة الرمزي والبلاغي والإيحائي والدلالي إنها لا تقيم تمييزاً عنصرياً للعلامات، فقط البقاء للرمز الأقوى، للرمز الأسر وللرمز الوسيم والأمر الناهي للمتلقى، للسائح الذي قد لا يتردد في إبقاء نظره مركزاً على تعاليم الأيقون ولغته اللسانية لأكثر من عشرة ثوان، مركزاً في صورة بها لرجل برأس حجري؛ ترميز أيقوني عالي البلاغة لكن أن تضع نفسك مكان الرجل في الصورة أمر يسهل فعله، أما أن تتأثر وتعجب بروعة الحرف وزحفه في مخيلتك ذاك هو الاستثنائي.

تقيم التدرجات اللفظية، في رمزياتها اللغوية مسرحاً زمنياً به ملايين المشاهد والتلاوين الثقافية التي تتدفق مع كل إعادة قراءة نقيمتها، وكل إعادة فهم نقوم بها لنتخطى الصورة ونكون في قلب مدينة بواتييه، إنه إقناع الناظر بجمال وروعة وسحر **بواتييه** الذي تستلهم به المدينة السائح، وتغريه بأنها ملكه تضع كل ما يحلم به بين يديه، حتى يتمتع عينيه

بزخرفة جدرانها وأزقتها، ثم تسحبه وتتحداه عندما تدعوه ليكون حاضرا لا متخيلا، واقفا في رحابها لا قارئاً عنها و فقط.

لتذكره بعد ذلك بالتاريخ والامتداد وبرائحة الأساطير والأقدام التي وطأت هناك والجيوش التي مرت والحضارات التي تعاقبت، والوقوف على سهول أعظم معركة بالتاريخ تسمى " معركة بلاط الشهداء " يوم 10 أكتوبر 732م، وقد وقعت بين جيوش المسلمين بقيادة عبد الرحمن الغافقي وقوات الإفرنج.

الرموز اللغوية تبيع المحسوس:

إن ربط الصورة بقوة وحدة الحسي المعبر عنه، ثم ربطها بالدلالة في الوقت نفسه، يربطنا في الوقت نفسه بالشعور الذي يشير فيه إلى وجود تمفصلات ثابتة "حسية ونفسية " تخلقها فعالية الإدراك الحسي.

تبيع إشهارات بواتييه ولا سيما لغتها اللفظية المحسوس للمتلقي، للفرد وللمجتمع وللسائحين المتلهفين للمغامرة وللاكتشاف تتقلهم وهم في أماكنهم قابعين، تقتطع لهم تأشيرات للهرب من واقعهم، و تحجز لهم في أجمل القصور السياحية و تجعلهم يستلقون تحت أنقى و أصفى سماء ذات زرقة لم يعاهاوها إنها زرقة الإشهار، الممثلة في وشاح الرجل، والممثلة لزرقة البحر، زرقة الأمل، كيف لا وهو كما يقال أمير الألوان السياحية.

تجعلك اللغة تهذي مع الصورة تجعلك كأنك في حالة ضعف أمام مخدر الإشهار ومسكناته البصرية و اللغوية الفعالة، لتقرر بداخلك السفر وإن لم تفعل فإنك تكتفي بإعطاء العلامة الكاملة للمدينة التي حضرت إليك لتأخذ بيدك، هنا المخاطبة تتعدى حدود الإبصار والتلقي وحدود الإدراك لتصل بالفرد إلى التأمل الغارق في خيالات ذات أطر مرجعية، فالمفردات تفعل فعلتها تخاطب اللاشعور وتمحي نوبات العزلة اليأس والملل و الروتين لدينا.

تدعوكم وجها لوجه.. إنها تتحدى السائح تغريه بمكنوناتها التراثية العريقة، كأنما تخاطبنا وتؤكد أن لها ثقل كبير وسمعة النبلاء لتقيم عرسا سياحيا، وهي واثقة كل الثقة في قدرتها على احتوائه، وتعدده بالفرجة المضمونة، ووخزه جماليا وإدهاشه بمناظرها ومبانيها، وهذا ما تجسد في عبارة " **Epastrouillant***" هذه اللغة تبني لمرجع جمالي لثقافي وتاريخي وأسطوري تبني ما يؤسس لها دوام علاقة تواصلية، مع السائح لا تتقطع ولا تضحل، ولكن بالوقوف على الحدث والاقتراب أكثر والوقوف على معالمها، نكون أمام أول غاية من خلال الخطاب الرمزي، ألا وهي أن يتمثل السائح وجها لوجه كأول خطوة.

فغاية اللغة في الإشهار إذن أن تؤثر في المتلقي قدر المستطاع، والصورة تقيم نوعا من الاستهواء، الموظفة نوعا من الخطاب العاطفي و الوجداني، تحاول فيه إقامة الهيجان النفسي إنها لعبة نفسية هدفها تحريك الباطني، وعليه فاللغة منتقاة بعناية لتحرص على أن تعطي المعنى الكامل والصورة لأشمل، تختزل ما لم يتم قوله وتكمل وتوضح أيضا ما يصرخ به الأيقون كمرادف تعبيرية وكمرسخ لغاياته ومقاصده.

يبيح الإشهار معاملات خاصة من قبيل التعلق والإيهام وتعزيز الثقة بالنفس والشرود الذهني وإثارة العواطف والشعور بالطمأنينة، الإحساس بالقوة، المكانة، التميز و الفريدة وزيادة المعرفة اتجاه الأشياء كما يقيم من جهة أخرى كل بؤادر وأسباب السذاجة والغباء و التبعية عندما يتخطى عقل الفرد متاعبا به متآمرا عليه.

فلنعد للصورة رأس حجري للرجل الواقف صورة تركيبية يرافقها عبارة **(تدعوكم وجها لوجه)**، تعد هذه التكاملية التعبيرية والانسجام اللفظي الأيقوني واحدة من أبرز ركائز الإشهار الثابت و لا نقول كل الصور، الرأس عبارة عن مجسم حجري { رأس منحوت يشبه التماثيل الشامخة، فالرأس الحجري يمثل الماضي (تقدير الصورة للموضوع التاريخي) والجسد الحي يمثل الحاضر الحي، امتداد أسطوري في النص الإشهاري الحديث .

- و نلاحظ هنا امتداد السمات الجمالية على حساب السمات الأسطورية، جعلت من الصورة الأسطورية مشوبة بالحيرة وتوتر، لنكون أمام مصطلح جديد عبر عنه **جاك فونتاني ب" التوتر" أو القيم التوترية**، هذا الأخير هو عبارة عن تحويل الفضاء المرئي إلى فضاء توتري متجانس وصالح لاستقبال وتمييز أنواع مختلفة من المشاهد والقيم، ومنحها أسلوباً توترياً، مع عدم فقدان ذات الإبلاغ تمثيلها الإدراكي الحسي والدلالي.

وقد استدعت تلك السمة الذهنية حلقات أسطورية جزئية لم يكن لها أن توجد إلا بعد أن اتسع مجال التخيل بقوة وانفتح عن إمكانات أسلوبية متباينة، باستدعاء الأسطورة الأساس استدعاء معكوساً، من خلال إشارات وتلميحات متفرقة أو عبر انصهارها بمحكي التأمل.

وهنا يصبح سياق النص " النافذة الأخرى أو العالم الآخر" بأهمية مالا يقال، اللذان يكشفان معا عن حدة التوتر بين أوجه من عالمية الشخصية: الداخلي والخارجي.

لكن لم هذا الاختيار في التصميم؟ ولم اليد موضوعة على الذقن؟

ذلك لأن السائح سيتعجب، سينبهر لأنه على هذه الحالة سيقف مندهشاً من جمال المدينة ثم الحضور وجها لوجه كما يمثله توزيع العناصر بالصورة، وذلك بوقوف الرجل مقابلاً بوجهه العبارة اللغوية الواعدة، فكل الرموز التي دلت عليها نداءات الصورة ونداءات ما وراء الصورة سيعجبه... تعال لن نتقدم، تعال و لفظة **(تدعوكم)** هي ضد يفهم منه في الرقعة الألسنية ما لم يُلَقَ و الذي مفاده أنه لا يكفينا مئات الكلمات كي نجعلك تصدق سنكتفي فقط بجعلك تكتشف!!

من الرمزي اللغوي إلى الرمزي عبر لغوي:

تأتي الكلمات والعبارات لتعبر على ذاتها كما في الطرح البنيوي ولذا تدرس في استقلالها عن الخارج النصي ويكتفي الباحثون بالتعاطي معها كبناء لكن (ميشال فوكو، بارث، أندري ماريتني، كريستيفا، غادامير، بول ريكور و أمبرطو إيكو) وكل رواد مدارس تحليل الخطاب تجاوزوا تلك النظرة المجحفة في حق الخطابات والنصوص وربطوها بالسياق وكل ما يمكن أن يعتبر محركا لصناعة المعنى و تحقيق البعد الدال ويتعلق الأمر هنا بكل ما يحيل النص على خارجه، إنه الحراك الدلالي.

الكلمات في الصورة: (بواتيه، العاصمة الرومانية، أنت مدعو وجها لوجه، مدهش..) توظف ترابطات لنصوص عديدة و إحالات لا تعد، و سياقات لا حصر لها، لكل ما يرتبط بالمكان لأنه الفضاء الذي يروم الإشهار السياحي بالدعوة إليه والتشهير له، فكل الكلمات والأوصاف والنعوت التي تؤسس هنا تحكي أوصاف المدينة، فرغم محدوديتها لكن تأويل رمزيها المتراكمة لا تتم إلا بمد صنارة التأويل إلى أبعد نقطة وأعماقها.

ملفوظات دوال لسانية	مدلول رمزي مستوى أول	مدلول رمزي مستوى تأويلي
Poitiers	جمال، شوارع، مدينة، معالم	فضاء رمزي، معمار، تاريخ
Vous, invite	المتلقي، المخاطبة، التأكيد	التخيل، الحلم، التعلق، سفر أهمية الذات،
Tête a tête	المثول، الحضور دعوة،	المواجهة، اكتشاف، تحقق، تجربة جديدة و معاشة.
Capitale Romane	حضارة، شعب، مركزية ثقافة، أبنية	زمن، أساطير، تراث، مخلفات
Epastrouillant	مدهش، عجيب، غير عادي	فرادة، غير متوقع، مفاجأة

المقطع الأول يرمز كعنوان في هذه الصورة **Poitiers** لقطعة فرنسية واعدة بالسياحة وتعج بالآثار والمسالك و التعبد، الكلمات في الخطاب الإشهاري يجب أن تدل وتعبر و تحاكي، وأن تخلق أشياء لا يستطيع الفرد الحصول عليها، يجب أن تصنع الفارق وتغذي النفوس، وإن اعتبرنا أن اللغة تاريخ، فيجب أن تتطرق به الكلمات و كذلك الأمر بالنسبة للهوية و الزمن، لأن الوصف باللغة وصف داخلي في تركيبه الأول، وصف مليء بالشفرات لا أكثر.

فاللغة عبارة عن نظام من الرموز و بنية شبيهة ببنية المركب والمزيج في نفس الوقت، فكما يرتبط الرمز بتاريخ وثقافة البشر، ترتبط اللغة بعالمهم و ماضيهم و حاضريهم، وتقوم بوظيفة التواصل ومدهم بمستقبلهم، واللسانيات كعلم تأخذ هذه العلاقات في الحسبان ولا يجب أن تتركها بمعزل عن ماهيتها و كنهها الحقيقي التي أسست من أجله أصلاً.

وكما يبدو تسمح لنا العبارة الثانية بإقامة إسنادات للمعنى والرمز المضاعف لكلمتين أو لوحنتين يسمهما التركيب ب « **Capitale romane** » ولأن اللسانيات كعلم كفيلة بالتوقف عند فضل اللغة في نقل فكر الأجيال، ماضيها وإلى غيرها وتطورها، وهي بذلك تبحث في مايشوبها ويطرأ عليها، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على تناول اللغة دون قيود لمحتوى الأفكار والتراث و تمثيلها أيما تمثيل، من العصور السالفة كما تمثلتها فكرة الإشهار (تاريخ للمتحجرات والانجازات القديمة الشاهقة)، كيف لا واللغة امتداد من الماضي ونقل نحو المستقبل، وهذا لا يعطي للمصمم فرصة أو شرف إعادة تشكيل اللغة بنظامها وأصواتها ووظائفها، أو يرمي على عاتقه خرق المعقول والمألوف لتشكيل لغة معبرة و مؤثرة، وإنما يضعها فقط في قوالب بصرية أو أنساق بصرية ثابتة أو متحركة في شكل إبداعات تعج بالرموز والإحالات والتوترات التي تزيد من التشويق والتأهب لاستكشاف المطلوب، وهذا ليحاول إفهام المتلقي أكثر، أمورا تتعلق بالطابع الاجتماعي والثقافة والعبادة والتنقل والصناعة و اللغات المنتشرة و طرق العيش عن طريق مد علاقة

بين الرابط المباشر وهو التعبير اللغوي وبين الرابط المضمّر وهو المغامرة بأسلوب أقرب ما يكون إلى لغة المنطق و التداول اليومي.

فلغة الإشهار إذن لا تترك في متناول الهواة إنها تحرك الذوات تستقزها وتغذيها فنيا لتنمو وينمو معها الحس الجمالي والذوقي. لقد تأسست هذه الحركة داخل نسقية اللغة انطلاقاً من مجرد كلمات هي عبارة عن علامات لغوية معزولة منفردة لا رابط بينها وصولاً إلى شفرات هي بمثابة بروتوكولات أولية غير متجانسة تتحو إلى التبسيط وإلى الانتظام وفي نفس الوقت التأثير على المتلقي.

وحلي بنا لا ننسى ما أثاره المصمم من حس المغامرة، وتوظيفها بلغة خطابه اللغوي والبصري « **Vous, invite** » والتي تسمح للقارئ بأن يكتشف من خلال رمزية طبيعة الحجارة ونظام الحكم و الممارسة السياسية و طقوس الكنائس، وحتى أبسط ما يتبادر إلى ذهنه، ولا حرج أن يفكر المتلقي بما يشاء، مادام يبنى صوراً ذهنية حرضه الفعل الإشهاري على تخيلها وسمح له بالتجوال في ماضيه الدفين.

ولا يستند هذا التشكيل إلى وظيفة الأحداث والأوصاف قدر اعتماده على خطة تخيلية تعتمد أسلوب المفارقة الساخرة الذي يتخذ المحكي الأسطوري والتاريخي والديني مرجعيته بدلاً من السياق الإشهاري له، وتتمثل غاية هذا التشكيل في صياغة هي أقرب إلى البوح المتألم منه إلى الماضي العريق للحضارة الرومانية القديمة، واستعظام بطولات الحضارة الرومانية و حدود انتشارها العالمي .

فالمقطع الثالث بؤرة ثالثة في الصورة وقراءة نحو الأسفل بشكل تدرجي ممارسة دعوية إقامة نداء، دعوة إلى عرض، إلى فرجة، إلى مسارح مذهشة وساحرة، ولا يضاهي إلى الهواء الطلق دعوة إلى المدينة « **Poitiers** » الفاضلة عند المشهر.

وتبرز سمة الندائية للجميع وبلغة الجميع المحلية «tête a tête» التي إلى ترمز للقرب ولزوال الحواجز المكانية و العراقيل ترمز للحقيقة، لرؤية الأمور عن كثب للارتقاء في مدينة الإشهار للقيام بمغامرة سياحية، رمزية.

إن لارتطام الكؤوس عند الأوروبيين يعود لحادثة لتاجرين مالكين لأكبر مزرعتين في يوغوسلافيا في القرن 17م نشب بينهما شجار و سوء تفاهم دام ثلاث سنوات فتعطلت الحياة التجارية وحوائج الناس التي كانت تحت تسييرهما، ورفض كل منهما أن يباشر بصلح الآخر في انتظار المبادرة في نوع من عزة النفس، لكن مرّ مسافر فخطرت بباله مأدبة عشاء أقنع فيها الأول أن الثاني يريد عودة العلاقات إلى سابق عهدها والثاني أقنعه بالفكرة نفسها، عند العشاء تتأقلا في طلب ذلك من بعضهما و تعالت في وجهيهما الأنانية البشرية لكن سرعان ما جاءت فكرة تلامس الكأسين لتعلن عن كسر الحواجز وبداية صفحة جديدة دون أن يحط ذلك من قيمة أحد واشتهرت عبارة **(إيزديرافيا)** اليوغوسلافية والتي تعني بصحتك وترمز للقرب والثقة، فوجها لوجه ورأساً برأس في كفة الصورة هي زرع للثقة ما بين المتلقي والمنتج و مابين صورة المدينة الذهنية و صورتها في الواقع.

ويمكن الحديث أيضا **عن الوظيفة التواصلية** لعنوان كرسالة، إذ تهدف هذه الوظيفة إلى تأكيد التواصل، واستمرارية الإبلاغ، وتشبيته أو إيقافه، والحفاظ على نبرة الحديث والكلام المتبادل بين الطرفين.

وهناك **الوظيفة الوصفية** المتعلقة باللغة، وتهدف هذه الوظيفة إلى تفكيك الشفرة اللغوية، وذلك بعد تسنينها من قبل المرسل، والهدف من السنن هو وصف الرسالة لغويا، وتأويلها، مع الاستعانة بالمعجم أو القواعد اللغوية والنحوية المشتركة بين المتكلم والمرسل إليه.

وهناك الوظيفة الجمالية أو الشعرية التي تحدد العلائق الموجودة بين الرسالة و ذاتها، وتتحقق هذه الوظيفة أثناء إسقاط المحور الاختياري على المحور التركيبي، وكذلك عندما يتحقق الانتهاك والانزياح المقصود، وتتسم هذه الوظيفة بالبعد الفني والجمالي والشاعري.

وكذلك ورد الإشهار مستخدماً أهم وظيفة بارزة فيه، ألا وهي "الوظيفة الندائية" وتدخل الجملة الأمرية، والتي غرضها الطلب والدعوة لزيارة المدينة الأثرية، فهي تعبر عن مشاعر المرسل ذات الترحيب الواسع.

ونضيف الوظيفة البصرية أو الأيقونية كما عند ترنس هاوكس (T . Hawkes)، فهذه الوظيفة تهدف إلى تفسير دلالة الأشكال البصرية والألوان والخطوط الأيقونية، وذلك بغية البحث عن المماثلة أو المشابهة بين العلامات البصرية ومرجعها الاحالي.

خلاصة تحليل الملصق الإشهاري رقم(4):

1- إن السمة الأسطورية تفصل الشخصية المبدعة عن الحدود الضيقة لوجودها الفردي وتمنحها السمات الكونية و يتوقف الزمن (اللازمية).

2- إن استخدام الأسطورة لم يوظف لأجل التساند الجمالي مع مكونات الخطاب الإشهاري، وإنما كان توظيفها لغرض توسيع دائرة التأمل في الصورة.

3- تضع الأسطورة الشخصية في منزلة بين البشر والآلهة (أنصاف بشر)، وفق معايير جنس الصورة، فتبدو الشخصية كائناً هجيناً يدب على الأرض ممثلاً بالحياة والحاضر ورأسه المجسد في تمثال حجري ممثلاً بالأمجاد و الماضي المطلق الذي يضعه في زمن الآلهة القديمة.

4- تمجيد للأوثان والتدبر في عالم الموجودات.

وعليه ترد الأحداث الواقعية جنباً إلى جنب مع التاريخ والأسطورة والوثائق والصور الأثرية والحلم و الإستيهام والرموز الدينية، وتحظى كل هذه الدوائر بالقدر نفسه من الحضور والفعالية لتشكل في النهاية مستويات من وعي كلي كأنه فكرة من عقل السارد الذي يطمح إلى أن يسد مسد الامتداد بمفهومه الصارم، ولكن داخل لعبة الإشهار في مجال أرحب ومناسب، إنه عالم السياحة.

5- تحليل سيميائي الملصق الإشهاري رقم(5):



أولاً : وصف الرسالة:

موضوع الصورة: تسرد الصورة في تمثيلها التعبيري ترويجاً للسياحة في الجزائر.

العنوان: جاءت هذه النسقية البصرية بلا عنوان غير إنه ضمني من قبيل السياحة في الجزائر.

نوع الصورة: فوتوغرافية تركيبية تنتمي إلى الصور الاشهارية الثابتة التي يخضع فيها المصمم للتوليف و الدمج و التركيب.

المصدر: شبكة الانترنت www.tourisme.algerien.dz

الزاوية: التقطت الصورة من زاوية تحتية نظرا لطبيعة جلوس النسوة بالأرضية، وهذا حفاظا على موقع العين أين تتجه فيها من الأسفل إلى الأعلى، وهي تدل بذلك على العظمة والأصالة والافتخار في الوقت نفسه.

أولاً: القراءة التعيينية (رصد العلامات)

عند إمعان النظر في الصورة التي بين أيدينا تتجلى لدينا العديد من الوحدات التعبيرية اللغوية و الأيقونية يمكن تحديدها في ما يلي:

صورة إشهارية مركبة من صورة فوتوغرافية و رسالة لسانية يتوسطها بعض النسوة بلباس أسود و بني و في الخلف رجال على الجمال ملثمين أما أسفل الصورة عبارة باللغة الفرنسية تمثل مثلاً شعبياً خاص بالمنطقة يتوارثه و يقوله سكانها للضيوف و السائحين مكتوبة باللون الأبيض ببنت متوسط.

ثانياً: القراءة التضمينية.

إن المسار التدلالي الذي يدلنا على أن الإمساك بالشيء يتم دائماً عبر مستويات متعددة انطلاقاً مما يتوافر من مؤشرات و مرجعيات تؤسس للتعاطي مع قضايا المعنى و إنتاجه وقد يأخذ الأمر باللغة أحيانا إلى أن تعبر لذاتها في انتظام وحداتها الداخلية كما أكد ذلك سوسير، المقاطع اللغوية اللفظية التي بين أيدينا في الصورة مقاطع إيحائية تركز على المرجع في تعبيريتها أي الوظيفة المرجعية في إقامة عملية الاتصال و مخاطبة متلق ما.

يكنم الإشهار الجيد في كيف يقوم المصمم بالتخلص من الحشو اللغوي اللفظي والتكرار والإطناب و كيف يوزع وحدات أيقونية قليلة معبرة جداً هذا ما نلاحظه في الصورة الاشهارية السياحية التي لدينا مجموعة من الأشخاص يمثلون الثقافة الشعبية التارقية، يتبادر أول الأمر إلى مخيالتنا في شكل ترابطي ما بين الرمز والسياق والمفهوم سحر

المكان المليء بالأساطير والخرافات وعبق التاريخ إنها مخلفات ترسم لنا المعيار الثقافي والهوية والماضي، إن العلاقة داخل العلامة الرمزية ذات طبيعة عرفية فالأمم و الشعوب تخلق انطلاقا من تجربتها سلسلة من الرموز تستعيد عبرها قيم تاريخها كما في الصورة فتسقط من خلالها المستقبل و تقيم و تتأسس على الحاضر.

العبارات اللغوية الأربعة وردت باللاتينية كالاتي:

Quand tu voyage, عندما تسافر

Prends deux sacs خذ معك حقيبتين

L'un pour donner واحدة لكي تعطي

L'autre pour recevoir و الأخرى لكي تأخذ

يقفز المعنى في النسق البصري تارة من اللغوي إلى الأيقوني و تارة العكس، فصناعته تتطلب تأرجحا متبادلا لكلا النظامين بشكل يفضي إلى مغازلة الخارج النصي على نحو إنما يحيل بدوره إلى استثارة المداليل.

قراءة في اشتغال الرمز اللغوي بين النسق و الدلالة:

الصورة التي بين أيدينا تتسم بوحدة لغوية ذات طابع خاص يتحدد في أنها مثل تارقي معروف جدا عند سكان منطقة الطوارق فعند الفراغ من قراءة العبارات اللفظية الواردة يجد القارئ نفسه رهين مناحي خطابية، أولاها شد الانتباه و إقامة الاتصال والبدء بمخاطبة المتلقي، عكس كثير من الإشهارات التي تبدأ بمخاطبة المنتج، وهنا يصطدم بمعاني قبل أن تكون صورا لأشخاص غير أنها التماسات افهامية للصورة تمتزج بين كرم اللفظ و سخاء الأيقوني محاورة المتلقي الغير راغب أحيانا في السفر و الترحال.

لكن اللغوي هنا لا يباشر بإقامة المخاطبة كوظيفة لغوية أو بإقامة محور اتصالي من مرسل إلى مستقبل بل يتعدى ذلك ليبنى نظمة لغوية تدل و ترمز إلى الكرم وإلى الفضاء المكاني وإلى الإنسان كجوهر، إنه إنسان الصحراء الذي لا يأخذ منك بقدر ما تأخذ منه ويعطيك.

اللغة معيار رمزي في مضمار الخطاب البصري: تعد الأنظمة الرمزية أو الرموز بصفة عامة في الخطابات و النصوص كيانات عضوية في رحم النص وضرورات يرتكز عليها هذه الأخير في العملية الإقناعية وهي أيضا أي الرمزية اللسانية معيارا تفاضليا في نحت الأذهان وإقامة غشاوة بصرية آسرة على المتلقي و تطويع ميولاته، و ببساطة فقد جاءت لغة الصورة اللسانية ترمز إلى الصحراء ونوقها وكثبانها وخيمتها ونخيلها وتمرها وفلكلورها وأساطيرها على احتضاننا جميعا وهذه كلها رموز مضمرة لم تقلها الصورة إنما تستحضر عند بناء المضمار التأويلي، ومعناه أن الرمز الذي نبحت عنه ونفهمه في الصورة والخطابات اللسانية (الصور، الروايات، الأشعار، المسرحيات، اللوحات..) له صلات قرابة مع عشائر و قبائل رمزية لا حصر لها.

الرمزي اللساني خيارا إقناعيا:

تعددت العلامات والإشهار واحد، لماذا يهم الرمز اللغوي بلاغيا من ناحية القدرة الإقناعية؟، إن القارئ وهو ينظر إلى الصورة بها نساء تارقيات يصفقن في جو احتقائي بهيج تحت سماء زرقاء، لا ينبهر بقدر كبير، إنه يلامس شيئا عاديا بادئ الأمر، لكن ما إن يقرأ بعض الكلمات والعبارات الخطابية المرفقة للأيقون حتى ينغمس في الفعل السياحي وفي إيقاظ هواية السفر، إنه يتخيل بداية من التعرض لأول كلمة (عندما) ما يصدمه في أمر الرجاء والالتماس فالمصمم يذكره أنه عندما يسافر فسفره غير الأسفار التي قام بها، إنه استثنائي أكبر من أن يفهمه، يدعوه للتجربة و يستثيره بلغة متفردة ويدعوه لبناء معرفة سياحية خاصة لا تتيحها له إلا هذه المخاطبة الثقافية.

هناك نموذج أكثر عقلانية للتمثيل الإدراكي للمحرضات الرمزية المرئية ويترجم التعابير الرمزية السيميائية ويسمح في الواقع بإقامة ترابط وظيفي بين الدال والمدلول وبين الرمزي والمدلول الرمزي وبين اللغوي والأيقوني على محور استبدالي وهي خاصيات جزئية لا تنتج إلا عند التعاطي التفكيكي و التأويلي لها وفق تدرج إنتاج المعنى أو أسلوب تقطيع التراكيب واستبدالها.

احتجاب الرمزي: إذا كانت الرموز الخفية التي تؤسس لقراءة دلالية ذات سياقات أسطورية وتاريخية وثقافية ودينية مستعصية على الإدراك، فاللغة نسق يعيد هذا التأسيس عبر أواليات ترتيبية للوحدات اللغوية اللفظية ومن ثم تتكون سلسلة لا متناهية من الإدراكات للرموز المتجلية عبر تعيينها ببساطة في الخطابات وبين تلك المحتجبة في دهاليز التشكيلي والأيقوني من ثم تدعمها و تكملها فتصبح نسيجا معبرا في كليته وفي أجزائه.

إن الرمزي الذي يحتجب وتتغذى منه الصورة متنوع: رمزية التارقي، رمزية اللثام ورمزية المحكي المتراكم ورمزية الرقص الفولكلوري والملبس واللغة السائدة والعادات والتقاليد، كلها رمزيات تتدفق من رمزي اللساني في النسق البصري فنتج: رمزية للرمال(صفاء و نقاوة) والواحاحات، النخيل، البساطة، التواضع، وأعلى قيمة تعبيرا وبلاغة هي الكرم.

هذه الرموز تسوق للكرم قبل السياحة، إنها معادلة الأخذ والعطاء التي لا تمنحها للسائح الصور الاشهارية الأخرى، أيها السائح نحن لا ندعوك لتنفق وتخسر مالك فقط، ضمنا يعلم المتلقي أن الإشهار هدفه ربحي خدماتي وما إلى ذلك لكن يرغبه بشدة إنه مفطوم على الجدة وعلى غرابته و إغوائه، وعليه لغة الصورة تدعوك أيضا لتأخذ وتملك وتتعرف و تتجدد وتقنتي ما يعجبك إنها غاية إشهارية سياحية تحيد عن المبتذل في

الإشهار و ترنو إلى الإنسان والراقي في إقامة التواصل وفي العطاء أكثر من أي شيء آخر.

الرموز في الصورة غير متجانسة النوع لا الاسم فرمزية اللون الباهت الضئيل المعبر عن الصورة ليست نفسها رمزية السفر في لفظة **voyage** لكن هناك ترابطا و انسجاما بين الدوال لأنها في اجتماعها تشكل البناء العام للصورة أو فيزيولوجيا الإدركة المرئية، وتغدو هنا كل الدوال رموزا منسجمة نسقيا وفق قاعدة النظام والانتظام.

المعنى بين مطرقة الرمزي اللغوي و سندان الرمزي الأيقوني:

تقيم أنواع كثيرة من الصور سجلات أفضلية الرمز الطاعي والمعبر لسانيا وتقيم كذلك فوق هذا أحقيات كثيرة لتمايزات عدة بين حذوة التعبيري اللفظي على المرئي و العكس، لكن بعض الكلمات رغم رمزيتها عاجزة عن الإيحاء وهناك بعض التمثلات الأيقونية هي الأخرى عاجزة بدون خطاب لساني، فالأيقون رمز و يحمل في تموضعه النصي رموزا أخرى.

لنأخذ الألوان التي عكف التصويريون على التعبير بها للحياة الصحراوية إنها نفسها أصفر غالبا وبعض الأخضر للواحات و الأزرق للسماء كوحداث لونية كبرى زائد تدرجات لونية متباينة كألوان صغرى تخضع هذه الصورة الاشهارية من هذا المبدأ إلى فيزياء لونية دقيقة وإلى الألوان المركزة.

فاللون والأيقون والتشكيل في الرسائل المرئية مثل مستحضرات التجميل هي كذلك مستحضرات إقناع ومعنى في عالم الإشهار، لقد صاغ **ألجيرداس غريماس** و **جوزيف كورتيس** مبدأ مهما جدا في رمزية اللساني من منظور السيميائ مفاده أن نرى في السيميولوجيا المرئية تحليلا هائلا للعالم الطبيعي ومع ذلك يصلح مفهوم النموذج للأشياء الطبيعية و موجوداتها، ومنه يتطابق التارقي في الصورة مع التارقي في الواقع ومع ذلك الشيء ليس مرجعا فهذا الأخير ليس إلا وظيفة لرمزية لغوية لسانية.

إذا كان الأيقون هو اللغة التي تختزل الخارج و تقولبه، فالرسالة الألسنية هي اللغة الواصفة الكونية العالية الترميز في معظم الحالات، لذلك دعا بارث إلى تعالي العلامة اللسانية و تعظيم قدرتها على مسايرة الرمزي و خلقه و تغييره و تحويله من نسق إلى آخر ومن دال إلى دال آخر في سيرورة لا متناهية من التغيرات الدلالية وهي نفسها التي تستفيد منها الخطابات البصرية في بناء محتوياتها و أنظمتها التعبيرية.

للحديث عن رمزية نسق لغوي وهذه المقدرة استدل بارث بصناعة الرمز في اللوحات الفنية و البلاستيكية التشكيلية إنها صناعة لآلاف الرموز التي لا تموت و التي تنطلق في مستهل القراءات من رمزين أو ثلاث طاغيين الفكرة التي أراد إيصالها بارث والتي طبقت في صناعة الإشهار في مدرسة باريس عموما هي لا نهائية الرموز والعلامات و المضمرة وبالتالي عدم موت النص.

6- الملصق الإشهاري رقم (6) :



أولاً: وصف الرسالة:

- موضوع الصورة: تُسرد الصورة في تمثيلها التعبيري للسياحة في دولة مصر.
- العنوان: جاءت هذه النسقية البصرية بعنوان عريض وسط الصورة باللغة اللاتينية **Egypte**. أي مصر بعنوان مباشر و صريح.
- نوع الصورة: فوتوغرافية تركيبية تنتمي إلى الصور الاشهارية الثابتة التي يخضع فيها المصمم للتوليف و الدمج و التركيب.
- المصدر: شبكة الانترنت www.egypt.travel
- الزاوية: التقطت الصورة من زاوية أمامية مباشرة، في مركز بصري مباشر للموضوع المعروف، قصد جذب نظر المتلقي وتوجيه مركز بصره إلى باحة موضوع الإشهار.
- الألوان: تراوحت ألوان الملصق بين اللون الأزرق؛ لون السماء، واللون الأصفر الذهبي العاكس لأشعة الشمس، واللون البني الظاهر على ألوان الأعمدة بالإضافة للون الأبيض لون العلامة اللغوية بالإشهار السياحي.

ثانياً: القراءة التعيينية.

إن إمعان النظر في الصورة التي بين أيدينا، تتجلى لدينا العديد من الوحدات التعبيرية اللغوية و الأيقونية يمكن تحديدها في ما يلي:

من جهة يمين الصورة بالنسبة إلى ما بعد المحور العمودي بقليل نجد بناءات لأعمدة عملاقة تتدرج ضمن صنف الآثار الرومانية و ما شابه و خلفها تظهر مجموعة من النخيل الباسق و هذه الأبنية تركز على قواعد أو أساسات متينة مرتفعة نوعاً ما عن الأرض بحوالي المتر تقريباً، بالإضافة إلى صورة جانبية لشابة تظهر و كأنها في العشرينيات يظهر فيها وجهها، وهي وضعية تأمل و تركيز و هما أي الأعمدة والفتاة أبرز العناصر الأيقونية الموجودة في الصورة.

جاءت الصورة بثلاثة ألوان طاغية بارزة إحتل الأصفر الذهبي فيها نسبة كبيرة 50% منها بشرة الفتاة و ثيابها بينما الباقي 50% توزع على ظلال الأعمدة التي تميل إلى العتمة وبعض الأبيض الانعكاسي الذي يمثل الأفق و الأزرق السماوي و البني الذي اتسمت به الأعمدة.

أما فيما يخص دلالة الألوان فهي من أكثر الأشياء جمالا وخصوبة في حياة البشر، فيها أثرى الإنسان حياته، فهي ليست خطوطاً أو مساحات شكلية خالية من دلالات وجمالية تعبيرية ورمزية وظيفية، وفي بعض الأحيان تزيينية، بل هي صور تعبر عن موضوعات الحياة وانفعالات المبدع المصمم بها، وما يصبو إليه من خلال توظيفها، أو اختيار اللون الواحد دون الآخر منه.

فاللون الأصفر الذهبي: يعبر يوحي بالحرارة، وهو لون البهجة والشباب والحيوية، فهو يخلق جواً من النشاط الذي يحيي، وهو علاج ضد الكآبة.

اللون الأزرق: وهو لون خاص بعالم التفكير، وهو الأفضل لتحقيق الهدوء، العدل، الوفاء، المثالية، وهو لون السماء الزاهية.

اللون الأبيض: هو لون الصفاء، يعبر عن السكون التام، و لكن بصبغة تفاعلية فهو رمز السلام، التواضع، البريق، أين كتب به اسم البلد المضيف **Egypte**.

البنّي: وهو لون الأعمدة الحجرية يعبر هنا عن القسوة المادية، وهو أحسن الألوان للخلفية لأنه يريح العين.

و بالنسبة للرسالة اللسانية التي خاطب بها المصمم نجد أن الصورة وظفت ثلاث مقاطع رئيسية في 10 وحدات تعبيرية ما بين كلمة و حرف واحدة هي لفظة **Egypte** بالبنط العريض وسط الصورة بلون ابيض و في أعلاها عبارة (**et les pierre m'ont parlé..**) بلون أسود على خلفية زرقاء هي لون السماء أما الرسالة الثالثة جاءت في منتصف الصورة إلى أسفل المحور الأفقي بقليل بلون أبيض على خلفية بنية ممثلة ب (**la ou tout commence**).

ثالثا: القراءة التضمينية.

قراءة في المضمّر الأيقوني:

في الإشهار بصفة خاصة يحتاج التعبير البصري إلى لغة لفظية تسانده وتدعمه وتمثله، يحتاج الماضي الذي يتجلى على يمين القارئ ويسار الصورة أعلاه والذي أخذ امتداد أفقي إلى ما يقصه و يرويّه إلى لغة تلخصه و تُسرّده أمام العين السياحية التي تريد أن تفهم ماذا حدث في المكان، اللغة إذا ما أحالت على الرمزي فهي تورط الصورة ككل وتورط معها الأيقون المعبر جنبا على جنب، يجب أن تحاكي على أكمل وجه يجب أن تتسم بالشره في الإحالة.

تمثل الفتاة في الصورة السائح المشدود وتمثل وقفة استثنائية على الماضي وعلى العريق، تنوب عن السائح ترى مكانه و تدهش مكانه الفرصة المتاحة لهذه الصورة هي

تأشيرة مجانية هي فرصة المشاركة فاللغة (هوية انفعالية وجدانية) هذه الإرسالية فوق أنها تدعوا إلى ممارسة الفعل السياحي تقدمه كذلك تصويريا.

الصورة في الوسط معنونة ب **Egypte** أي مصر ببنت عريض مصر العظمة والتاريخ والحضارة الفرعونية مصر أرض الأنبياء مصر الأهرامات و المعجزات مصر التاريخ الذي لم تفك أسرارها بعد.

الاسم يرمز قبل المرور إلى العبارتين أسفل و أعلى الصورة إلى عظمة الأرض وإلى كرم النيل الكبير إلى زرقته وإلى الاكتظاظ وإلى التنوع وإلى الأساطير التي تختزلها أهرامات شاهقة أول ما تتبادر إلى الذهن يحط معها الغموض و الفضول.

حلّقوا إلى مصر ... اهبطوا إلى مصر

جاءت هذه الصورة ضمن حملة تحسيسية لإعادة حركة السياحة بمصر بعد الحراك العربي و انتفاضة 25 يناير وجذب السياح و بعث الاطمئنان، الاطمئنان مثلته الفتاة ربما رمز الرقة و الضعف و التي تحتاج إلى الأمان في معظم حياتها إنها ترمز للسائح ولأمان السائح وللضوء الأخضر و لمصر المتسامحة مع شعبها و مع الجميع.

يخاطب الإشهار هنا ليقول إن مصر مطمئنة و مستقرة وهادئة، لم تعد بها فوضى هنا حيث بدأ كل شيء لا خطر لا تنديد ولا فوضى الصورة ضمت تعبيرية أيقونية عالية التركيز توحى فعلا بالهدوء و التأمل و الراحة و الطمأنينة، نظرة الشابة مطمئنة تعكس واقعا آخر تغيرا في الأوضاع.

الكلمة في مجابهة المعنى الرمزي:

اختزلت الصورة عشرة وحدات لفظية سياقات المحكي الأسطوري، و قدمت من خلالها شفرات قابلة للتأويل و القراءات المفتوحة المتعددة و التفكيكية و التي لا تمنع من تعددية أروقة فهم المقصد السياحي مادام الغرض الأساسي للإشهار هنا هو التحريض على

السفر و إيقاظ نار الفتنة السياحية و التشجيع على اللافتتان بروعة مصر في نص بصري، إنه قدرة و فرادة اللفظي في المحاكاة و اللافهامية مقابل قدرة الأيقوني على إقامة غشاوة و من ثم أسر العين مركز الانبهار و الذهول.

تعد العناية الفائقة ببلاغة و رمزية الملفوظات في الخطابات الإشهارية المصورة خاصة غاية في الأهمية و هي حيث تبقى عند حدود وصف المنتج أو الدعوة إلى الفعل فإنها لا تقوم بالغاية الإشهارية المحضة ولا تمت بصلة لنبل الإشهار، لأن ذلك يتطلب من المصمم أن يملك رموز لغوية ناضجة بما فيه الكفاية لتقييم الفضول وتعرض العقل على التعاطي مع معانيها.

المعنى ليس شيئاً معطى وليس في متناول الجميع وهذا ما يحتم على لغة الإشهار أن تكون منتجة وُصنعة، إنه طعم فالإلقاء به يستوجب وقوع أثر بليغ و التماس الأثر في الإشهار والعملية الإقناعية الإشهارية أمر نلمسه، نتحسسه من التهافت على مضمونه، اللغة في الصورة، تلك المورفامات و المونيمات مليئة بالصراخ والأصوات القادمة من زمن بعيد، المتوارية خلف بضعة تشكيلات تقابلية، وحده المتلقي مسؤول عن تحسسها وجس نبضها.

الصورة لا تقول ما تقول:

و الإشهار لا يقول ما يقول، رفع عنه القلم إنه أداة، مكلف ومسير ومجبر على الانصياع لرغباتنا ومن ثمة تمثيلنا، واللفظي هنا لا يعبر وحده معزولا عن الجانب البصري وبالتالي لا يمكنه إقامة وظيفة المناوبة أي أن يحل اللغوي محل المرئي إنها وظيفة تكاملية، الإشهار السياحي ذو لغة خاصة متمردة نوعا ما متعالية أحيانا، لغة مغرورة تعطي للسائح أمكنة كأنها قطع من الجنة تعطيه رائحة أشجار و خريز مياه ونسيم بحر لم يصادفه من قبل، تبسط له حياته وتقنعه بأنها توهمه أن الحياة المثلى هي فقط ما

تسوقها له، إنها غواية من نوع آخر، لاشيء يدفع للقلق توجز اللغة التي بين أيدينا قصص التاريخ و تمجد مصر ترابا وعادات و تقاليد وتصنع الثقافي الذي لا يزول.

مقابل أن اللغة تدعوا إلى زيارة شرم الشيخ و الغردقة و الإسكندرية و القاهرة و الصعيد واحتضان النيل فهي تمجد المكان وتمجد الحجارة، رمزية بليغة جدا لأن مصر أرض المعجزات، الأهرامات و الحجارة الضخمة والأبنية العملاقة، منشآت ضارية في قدم التاريخ انجازات استثنائية لم تتحقق كثيرا على سطح الأرض إلى هنا و هناك، فكل حجر يعني في أرض الفراعنة وكل حبة حصى و كل ذرة تراب وكل نفس يفوز به السائح على أرضها هو سفر في الزمن هو عودة إلى الورا تفتح اللغة اللفظية في هذه الصورة بوابة الانتقال عبر الزمن.

الجانب الإستعاري كذلك قوي جدا في الاستعارة المكنية التي وظفها المصمم و(الحجارة حدثني) صورة بيانية من أجل التشويق من أجل خلق سفر للحظات لدى القارئ فحديث الحجارة ومصر حيث بدأ كل شيء ترمز من أن التاريخ ليس من الماضي إنه كذلك من الحاضر يمسرد لك أيها السائح كل ما جرى، يخبرك عن كل من مر من هنا، عن ملوك الفراعنة وعن الفرعونيّات الراقصات في توابيت الخلود.

قراءة أولى تاريخية ثقافية تنقفية والحجارة حدثني، هنا حيث بدأ كل شيء زائد أعمدة وسط الصورة احتلت تقريبا نصفها من حيث التوزيع يكمن المعنى الطاعي يتمركز هنا لتليها قراءة ثانية قراءة أيقونة الفتاة العصرية رمز المستقبل مثال الفرد السياحي المتميز.

تقيم المقاطع اللغوية في الصورة مستوى قراءة منفرد المعنى يـُـعنى باستثارة المخيال وتحريك الذوات وتؤسس لقراءة دلالية تتدرج ضمن رمزية السياقات التي تتحد فيها المكونات الاجتماعية و الثقافية و التاريخية، هذا المعطى فيه نوع من المواءمة والعدل في توزيع ريع المعنى و غنيمة و العلامات و الرموز.

تقيم التقسيمات الأيقونية بدورها مستوى ثانٍ يحيل و يحاكي ويمتص كل ما له علاقة بالذات المدركة للنص البصري وهذا ليس صراعا للعلامات في أدغال هذه النسقية البصرية اللغوية إنما هو تكاثف لجهود الكلمة و الأيقون من أجل إضفاء رمزية للفرعون المندثر و للمشهد السياحي.

الكلمات كرموز عرفية كأشكال تم تطويرها لتأسيس تواصلية إنسانية شملت نسقا متمائزا جدا من أوجه التخاطب البشري لا تدعوا إلى القناع بسحر المكان وفقط إنما إلى جعل السائح يؤمن بعظمة مصر في الصورة و التسليم بأنها أم الدنيا، أم العجائب وأم التاريخ الذي يتنفس في كل حجر يحمله هذا السائح وفي كل غبار يعلق بحذائه وبكل اكتضاض تعيشه مدنها.

إن المخاطبة اللغوية هي تجلٍ للسانيات الاجتماعية و للموروث الشعبي وللنيل الأزرق والرجل الصعيدي تعطي اللغة الإشهارية للأفراد بصيص الأمل وتجعل سائحا أوروبيا كان أو عربيا أو غيره يلامس خوفو الشامخ ويلامس خفرع العريق وتجره لإعمال الدهشة والانبهارية وتحْيِي فيه غريزة السائح المعروفة وهي طرح الأسئلة، التكهّن، التوقع ومن ثم التعلق.

الصورة بنية متماسكة جدا، الأمر لا يقتصر على نسب الأيقون وعراقة الكلمة بل يتعدى ذلك ليجد في تدلاله و ترميزه إلى رمزية اللون إلى اللون الأصفر والذهبي رامزا لمصر الصحراء لمصر الأهرامات والمعابد والجدران الشامخة وإلى الأزرق سماء مصر رمزا للاستقرار و الهدوء و النقاء و الطمأنينة وإلى بني محاك بالظلال رامزا للعبق التاريخي وللماضي و للحنين إلى الأسلاف و الفراعنة و الحضارة العظيمة.

الصورة التي بين أيدينا بكلماتها المنتقاة بعناية و أيقونيتها المعبرة في مشهد شبه أثري بصري لا تقيم التفرقة بين العلامات وبالتالي تشتت القراءات وتغيب المتلقي، على العكس الكلمات كانت ضابطة تصويرية مفعمة رغم قلة توظيفها بما يمكن أن يلخص

الكثير من الرموز الظاهرة و المضمرة و بما من شأنه أن يسرد الكثير من الخرافات التي مازالت عالقة لحد الساعة على الأهرامات كلوحات ساحرة تزخر بالنقوش و طقوس الصيد وقرابين العبادة و التقرب إلى الآلهة آنذاك.

اللغة تقول هنا حيث بدأ كل شيء بعبارة بسيطة ثم تأخذ القارئ إلى حديث النفس إلى اللغة التي لم تقل إلى ذاك الكل شيء الذي يسوق من خلال بعض الرموز اللغوية والبصرية في رحم النص.

نسنتنتج من خلال هذه الصورة أن الرمزي اللغوي يحيل على:

- البعد الأسطوري وبالتالي تقيم اللغة سردا للتاريخ بأساطيره وتحكي تعاقب الحضارات.
- يوجد تناسق كبير بين الملفوظات والتعبير المرئي هذا ما يؤدي إلى ضبط القراءة ضبطا جيدا لا يحيد بالمعنى الأصل ولا ينقص من قيمة الإشهار.
- ترمز الوحدات اللغوية في هذه الصورة إلى التاريخ والديني والثقافي والموروث الجماعي واللسان المشترك والعادات والتقاليد ككل مركب.

خاتمة

تجاوز الإشهار في عصرنا الحالي تلك النظرة التي تتوقف عند مقصد الترويج السياحي لمكان ما أو زيادة الإقبال عليه، بحيث أصبح الإشهار اليوم صناعة إستراتيجية تتبع أنماطا معيارية رمزية للحياة الثقافية، لتشكل في داخل المتلقي نماذج قيمية أصيلة من خلال إرسالية إشهارية ذات الخطاب المزدوج (اللغوي، البصري)، لتضعه كطرف فاعل في العملية الاتصالية ذات الأبعاد المشتركة.

و انطلاقا مما سبق ذكره يمكننا أن نستنتج جملة من النتائج التي قد تزودنا بآليات تحليلية في إطار فهم الأنساق اللغوية الرمزية المساعدة على تعزيز الخطاب البصري في مجال الإشهار السياحي، والتي نوجزها فيما يلي:

- نتائج نظرية:

- 1-** يهدف الإشهار السياحي لغايات تجارية استثمارية، كما أن له غايات ونتائج سوسيو ثقافية وهو مجال زاخر بالبلاغة و المحاجة.
- 2-** أصبح للإشهار السياحي اليوم دورا اجتماعيا، خاصا فهو ظاهرة اجتماعية، قادرة على التأثير في الجسم الاجتماعي و توجيهه نحو الاقتناع ثم القيام بالفعل.
- 3-** إن المتلقي ينشد رمزا في حياته، للوصول إلى الرقي والكمال الحالمين.

- نتائج تطبيقية:

- 1-** يجب أن لا نكشف عن مادة مضمونية مودعة بشكل سابق أثناء تلقينا للمرسلة الإشهارية، فذلك إجراء وصفي لن يمنحنا أية نتيجة، بل لابد من اقتناء أثر السيرورة المنتجة للمعاني، والمعنى ليس شيئا آخر سوى هذه السيرورة المؤدية إلى إنتاج الدلالة.
- 2-** يوجد ما يسمى بالبلاغة البصرية، والتي تعمل على فك العزلة عن بلاغة اللغة المحصورة في الإطار الإبداعي الضيق، لتعيد لها مفهومها الواسع المرتبط بالسياق الثقافي الذي تطورت ضمنه.

3- يبحث مصمم الإشهار عن الفعالية، التي يكتسبها من الإيحاء والترميز، بينما يبحث المتلقي من خلال هذه الإيحاءات (اللغوية - البصرية) عن الإشباع الوهمي لحاجاته المرتبطة بمجموعة القيم، الباحثة عن الرفاهية والرفقي الاجتماعي.

4- ليس الإشهار السياحي مجرد إقامة دعوة و إقناع للقيام بالفعل السياحي فذلك تحصيل حاصل لكنه يزخر بحضارة رمزية في محتواه اللفظي و الأيقوني و هي أكبر من أن تقتصر على التوصيف.

وبناء على النتائج المتوصل إليها، من خلال تناولنا النظري و التطبيقي مع اشتغالات الرمز بشقيه اللغوي و البصري و التعمق في مفهومه، إلا أنه يبقى مجالا خصبا و ثريا بالإشكاليات البحثية التي تتطلب مساءلة علمية في كيفية اشتغاله في الإشهار وعالم السياحة الواعد.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المعاجم:

- 1- ابن منظور، لسان العرب. ط: 1. بيروت: دار صادر، 1997. المجلد العاشر. مادة (ن، س، ق).
- 2- مرتضى الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس. ط: بلا. بيروت: دار الفكر، 1994، المجلد الثالث عشر.

المراجع بالعربية:

- 1- السيد حافظ الأسود، الأنثروبولوجيا الرمزية، ط: بلا، الإسكندرية: منشأة المعارف، 2002.
- 2- الطيب دبة، التفكير السيميائي في اللغة والأدب، دراسة في تراث أبي حيان التوحيدي. ط: 1. الأردن: عالم الكتب الحديث، إربد، 2015.
- 3- العزب محمد أحمد، طبيعة الشعر وتخطيطه، المغرب: منشورات أوراق، 1985.
- 4- ألكس مكيلي، الوجيز في سيمياء المواقف، ترجمة: وحيدة سعدي. ط: بلا. الجزائر: منشورات بونة للبحوث والدراسات، عنابة، 2008.
- 5- أمبرتو إيكو، السيمائية وفلسفة اللغة، ترجمة: أحمد الصمعي. ط: 1. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.
- 6- آن إينو، ميشال أريفيه، السيمائية (الأصول، القواعد، والتاريخ)، ترجمة: رشيد بن مالك، ط: 1، الأردن: دار مجدلاوي، عمان، 2008.

- 7- بسام قطوس، المدخل إلى مناهج النقد المعاصر، ط:1. مصر: دار الوفاء، الإسكندرية، 2006.
- 8- بشير العلاق، الإبداع والإبتكارية في الإعلان مدخل تطبيقي. ط: 1. عمان: دار اليازدي العلمية، الأردن، 2010.
- 9- بول ريكور، نظرية التأويل، الخطاب وفائض المعنى، ترجمة: سعيد غانمي. ط: 2. لبنان: المركز الثقافي العربي، بيروت، 2006.
- 10- بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ترجمة: سعيد بنكراد. ط:1. سوريا: دار الحوار، اللاذقية، 2012.
- 11- تودوروف، ستروسن، وآخرون، المرجع والدلالة في الفكر اللساني الحديث، ترجمة : عبد القادر قنيني، لبنان: افريقيا الشرق، بيروت، 2000.
- 12- جاك أومون، الصورة، ترجمة: ريتا الخوري. ط:1. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.
- 13- جميل حمداوي، السيمولوجيا بين النظرية والتطبيق، ط: 1، الأردن: مؤسسة الوراق، عمان، 2011.
- 14- جوناثان بيغل ، مدخل إلى سيمياء الإعلام، ترجمة: محمد شيبا. ط: 1. بيروت: مؤسسة الجامعية للدراسات، 2004.
- 15- جيرو بيير، علم الإشارة السيمولوجيا، ترجمة: منذر عياشي، دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر، 1992.
- 16- حافظ اسماعيلي علوي، أحمد ملاح، قضايا إبستمولوجية في اللسانيات. ط: 1. الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، منشورات الإختلاف، الجزائر العاصمة، 2009.

- 17-** حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية. ط: 1. الأردن: دار أسامة، عمان، 2013.
- 18-** حسن شحاته، الكتابة الإقناعية الحجاجية. ط: 1. مصر: دار العالم العربي، القاهرة، 2012.
- 19-** حسن عباس، البلاغة، فنونها وأفانها - علم البيان والتبيين. ط: 9. الأردن: دار الفرقان، العبدلي، 2004.
- 20-** خالد حسين، شؤون العلامات (من التشفير إلى التأويل). ط: 1. سوريا: دار التكوين، دمشق، 2008.
- 21-** دانيال تشاندلر، أسس السيميائية، ترجمة: طلال وهبه. ط: 1. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، س: بلا.
- 22-** رجاء الغمراوي، الإعلام والتنمية السياحية. ط: بلا. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2013.
- 23-** رولان بارث، قراءة جديدة للبلاغة القديمة، ترجمة: عمر أوكان. ط: 1. مصر: رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 24-** رياض هلال دليمي، بين الفكر والنقد والتشكيل البصري. ط: 1. عمان: دار الرضوان، العبدلي، العراق: مؤسسة دار الصادق الثقافية، الحلة، 2013.
- 25-** سعيد بنكراد، السيميائيات، مفاهيمها و تطبيقاتها. الكتاب: الحادي عشر. المغرب، الدار البيضاء: منشورات الزمن، 2003.
- 26-** سعيد بنكراد، مسالك المعنى، دراسة في بعض أنساق الثقافة العربية. ط: 1. سوريا، اللاذقية: دار الحوار، 2006.

- 27-** سعيد بنكراد، الصورة الإشهارية، آليات الإقناع والدلالة. ط: 1. لبنان: المركز الثقافي العربي، بيروت، 2009.
- 28-** سعيد بنكراد، سيمائيات الصورة الإشهارية، الإشهار و التمثلات الثقافية. ط: بلا . المغرب: افريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2006.
- 29-** سعيد بنكراد وآخرون، استراتيجيات التواصل الإشهاري. ط: 1. سوريا: دار الحوار، اللاذقية، 2010.
- 30-** سعيد يقطين، من النص إلى النص المترابط (مدخل إلى جماليات التفاعل الإبداعي). ط: 3. المغرب: المركز الثقافي، الدار البيضاء، 2006.
- 31-** سيزا قاسم، القارئ والنص، العلامة والدلالة. ط: بلا. المجلس الأعلى للثقافة، 2002.
- 32-** عادل مصطفى: دلالة الشكل، دراسة في استطبيقا الشكلية وقراءة في كتاب الفن، . ط: 1. مصر : رؤية للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2014.
- 33-** عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي. ط: 2. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2006.
- 34-** عبد القادر فهم شيباني، السيمائيات العامة (أسسها ومفاهيمها). ط: 1. لبنان: الدار العربية للعلوم، الإختلاف، بيروت، 2007.
- 35-** عبد الرحمن عمار، الصورة والرأي العام، السلطة الخامسة، دراسة سيميولوجية. ط: بلا. الجزائر: دار بغداد، الرويبة، 2009.
- 36-** عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الإتصال، نحو فكر إعلامي متميز. ط: 2. لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009.

- 37-** عبد الفتاح أحمد يوسف، قراءة النص وسؤال الثقافة. ط:1. الأردن، عالم الكتب الحديث، جدارا للكتاب العالمي، 2009.
- 38-** عبد الواسع الحميري، ما الخطاب وكيف نحله ؟ ط: 1. لبنان: مجد المؤسسة الجامعية، بيروت، 2009.
- 39-** عز الدين مناصرة، علم التناص المقارن، (نحو منهج تفاعلي عنكبوتي). ط: 1. دار مجدلاوي، 2006.
- 40-** علي عباس فاضل، الصورة في وكالات الأنباء العالمية، بين الإستمالية والإقناع. ط:1. الأردن: دار أسامة، عمان، 2012 .
- 41-** عمار ساسي، صناعة المصطلح في اللسان. ط: 1. الأردن: عالم الكتب الحديث، إربد، 2012.
- 42-** عمر حسن القيام، أدبية النص القرآني، بحث في نظرية التفسير. ط: 1. الولايات المتحدة الأمريكية: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، 2011.
- 43-** فايزة يخلف، مبادئ في سيميولوجيا الإشهار. ط: بلا. الجزائر: تاكسيدج كوم للدراسات والنشر، 2010.
- 44-** فرديناند دي سوسير، محاضرات في الألسنية العامة، ترجمة: يوسف غازي مجيد النص. ط: بلا. الجزائر: المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1986.
- 45-** فريد الزاهي، النص والتأويل. ط: 1. المغرب: افريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2003.
- 46-** غي غوتيي، الصورة، المكونات والتأويل، ترجمة: سعيد بنكراد. ط: 1. المغرب: المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2012.

- 47-** فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة. ط: بلا. الجزائر: دار الخلدونية، القبة، 2012.
- 48-** كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة. ط: بلا. الأردن: عالم الكتب الحديث، إربد، 2008.
- 49-** مازن عرفة، سحر الكتاب وفتنة الصورة، من ثقافة النصية إلى سلطة اللامرئي. ط: 1. سوريا: التكوين للتأليف والترجمة، دمشق، 2007.
- 50-** محسن بوعزيزي، السيمولوجيا الإجتماعية. ط: 1. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2010.
- 51-** محمد بوعزة، إستراتيجية التأويل من النصية إلى التفكيكية. ط: 1. الجزائر العاصمة: منشورات الإختلاف، 2011.
- 52-** محمد حايل، نسق اللغة، فرضيات التكوين وإشكالات الصيرورة. ط: 1. الأردن: عالم الكتب الحديث، إربد، 2012.
- 53-** محمد حسن عامري، سيكولوجيا الاتصال الإعلاني. ط: 1. الأردن: دار أسامة، عمان، 2013.
- 54-** محمد رابح، الخطاب الإشهاري (مقاربة سيميائية وسوسيو اقتصادية). ط: 1. المغرب: شركة بابل للطباعة، 1999.
- 55-** محمد سالم محمد الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، بحث في بلاغة النقد المعاصر. ط: 1. ليبيا: دار الكتاب الجديد المتحدة، بنغازي، 2006.
- 56-** محمد سبيلا، عبد السلام بن عبد العالي. ط: 4. المغرب: دار توبقال، الدار البيضاء، 2005.

- 57- محمد سعيد محمد ، في علم الدلالة، مصر: مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 2002.
- 58- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة. ط: 4. مصر: عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- 59- محمد كعوان، التأويل والخطاب والرمز. ط: 1. الجزائر: دار بهاء، قسنطينة، الأردن. ط: 1. الأردن: دار الكتب الحديث، ردمك، 2009.
- 60- محمد مفتاح، المشروع النقدي المفتوح. ط: 1. الجزائر: منشورات الاختلاف، بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون، 2009.
- 61- محمد ولد عدي، السياق والأنساق في الثقافة الموريتانية. ط: بلا. سورية: دار نيتوي، دمشق، 2009.
- 62- محمود الذواودي، الثقافة بين تأصيل الرؤية الإسلامية واغتراب منظور العلوم الاجتماعية. ط: 1. ليبيا: دار الكتب الوطنية، بنغازي، 2005.
- 63- مرسللي دليلة وآخرون، مدخل إلى السميولوجيا (نص - صورة)، ترجمة: عبد الحميد بورايو، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، س: بلا.
- 64- مصطفى معرف، تأليف جماعي، الترجمة والتأويل. ط: 1. الجزائر: منشورات الاختلاف، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر العاصمة، لبنان: الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2009.
- 65- منذر العياشي، العلاماتية (السميولوجيا). ط: 1. الأردن: ، عالم الكتب الحديث، إربد ، جدارا للكتاب العالم، العبدلي، 2013.
- 66- منقور عبد الجليل، علم الدلالة، أصوله ومباحثه في التراث العربي. ط: بلا. سوريا: منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2001.
- 67- نبيل راغب، النقد الفني. ط: 1. مصر: دار مصر للطباعة، س: بلا.

- 68-** نجم عبد شهيبي، نور الدين النادي، الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون. ط: 2. الأردن: مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2006.
- 69-** نصر الدين بن غنيسة، فصول في السيميائيات. ط: 1. الأردن: دار الكتب الحديث، عمان، 2011.
- 70-** نعيمة واكد، الدلالة الأيقونية والدلالة اللغوية في الرسالة الإعلانية. ط: بلا، الجزائر: تاكسيدج كوم للدراسات، 2012.
- 71-** نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة. ط: 1. الأردن: دار المسيرة، عمان، 2001.
- 72-** نواري سعودي أبوزيد، الدليل النظري في علم الدلالة. ط: بلا، الجزائر: دار الهدى، عين مليلة، 2009.
- 73-** نور الدين أحمد النادي، محمد أحمد البهنسي، وآخرون، الإعلان التقليدي والإلكتروني. ط: 1. الأردن: مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2011.
- 74-** يوري لوتمان، سيمياء الكون، ترجمة: عبد المجيد نوسي. ط: 1. لبنان: المركز الثقافي العربي، بيروت، 2011.

المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- François Enel: L'affiche: Fonction langage- theorique- collection medium, France, 1971.
- 2-Lazard Judith: les sciences de la communication, que je sais ?2eme Ed paris presse universitaire, Alger, Dahleb (1993)
- 3- Sausan Sontag, on photography (New York : Farrar, Straus and Girous , 1977 .

الرسائل الجامعية:

1- أمينة رقيق، "بلاغة الخطاب المكتوب، دراسة لتقنيات الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية، (رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم اللسان العربي)، كلية الآداب واللغات، قسم الآداب واللغة العربية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2013، 2014.

2- هشام عبادة، أبعاد التناص وامتداداته في الخطاب البصري، دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من الأنساق البصرية الثابتة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا الإتصال، جامعة الجزائر3، 2013، 2014.

المجلات والدوريات:

1- خليل موسى، التناص ومرجعياته، (في نقد ما بعد البنيوية في الغرب)، الآداب العالمية، مجلة فصلية، اتحاد الكتاب العرب، ع: 143، س: 35، دمشق، 2010.

2- نبيل فيصل موسى، "أثر الاستثمار السياحي على التواصل الأثر الحضاري في المجتمع، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السادس والثلاثون، 2013.

3- حميدة صالح البداوي، الصورة الرمزية لنخلة بقصر الحمراء، مجلة كلية التربية للبنات، المجلد (22)، 2011.

4- خليل قويعه، فنون على الشاشة (الصورة التشكيلية في عصر إعادة إنتاجها الفني والإعلامي) أزمة تألق أم أزمة إنتاج؟ مجلة الإذاعات العربية (مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الدول العربية).

5- لعمرني مصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، مجلة فكر ونقد، مجلة ثقافية وفكرية، المغرب، العدد 34، 2000.

6- عادل صبري نصار التميمي، الدلالات الرمزية في أعمال الخزافين، مجلة ميسان للدراسات الأكاديمية، العدد: 24، كلية التربية الأساسية، جامعة ميسان، العراق، 2014.

7- محمد عبد الرحمان حسن، سيميولوجيا العمل التشكيلي ثنائي الأبعاد، مجلة تشكيل، ع: 01، مارس، 2006.

المحاضرات:

1- بشير ابرير " السيميائيات وأثرها في التواصل السياحي، محاضرات الملتقى الدولي السادس، السيمياء والنص الأدبي، 18، 19، 20، أفريل، الجزائر: كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011.

2- محمد كعوان، الرمز والعلامة والإشارة: المفاهيم والمجالات، محاضرات الملتقى الرابع السيمياء والنص الأدبي، 28، 29 نوفمبر 2006. الكتاب الرابع، قسم الآداب واللغة العربية، جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر: دار الهدى، عين مليلة، 2005.

المواقع الإلكترونية:

بول ريكور ، الهيرمينوطيقا ، مفتاحا للرمز ، وفهما للرمز

1- www.Thewhat news .(post page) .23/04/2015 .H:23:17 .

- يامنة جراي ، لغة الإشهار السياحي ،

2- www.oudnad.net/spip.php?articl /22/04/2015/ H: 20 :30.

الملاحق

ملاحق الدراسة:

- ملحق لجدول يبين بعض المصطلحات المهمة في الدراسة:

Immanence	المحاينة	Le symbolisme	الرمزية
Intertexte	البين نصية	Système	النسق
Déconstruction	التفكيكية	Inférence	استدلال
Interprétation	تأويل	Intertextualité	التناص
Structuralisme	البنوية	Productivité	الإنتاجية
la structure	البنية	Dialogisme	الحوارية
Référent	المرجع	Transformation	تحويل
Hépotexte	النص الظاهر	Absorption	الإمتصاص
production textuelle	الإنتاج النصي	pratique signifiante	الممارسة الدالة
la pratique textuelle	الممارسة النصية	le champ signifiant	المسار الدال
l'analyse textuelle	التحليل النصي	le procès de la production	المسار الإنتاجي
interactivité textuelle	التفاعل النصي	le prouesses signifiante	السيرورة الدالة
Reprendre	استرجاع	chaine signifiante	السلسلة الدلالية
Persuasion	إقناع	Architexte	معمار النص
Adaptation	الاقتباس	convention	تعاقدية
Myth.	أسطورة	Citation	الإحالة
référence	المرجع	Contexte	السياق
Structure	بنية	symbole	الرمز
Intertextualisme	التناصية	Signes	الإشارات
Iconique	أيقوني	ancrage	الترسيخ
Pragmatique	تداولية	relais	المنابوة (التدعيم)
lcône	أيقونة	Interpellation	استتطاق

Type	نمط	Substitution	استبدال
Inerprétant	مؤول	Métaphore	استعارة
Système	نظام	Déconstruction	تفكيك
Argument	حجة	Adherence	استمالة
Argumentation	حجاج	Analogy	تمثيل

ملحق لأبرز الرواد في تناول مفهوم الرمز و النسق:

جوليا كريستيفا:

هي باحثة فرنسية من أصول بلغارية، تتقنت ثقافة أوروبا الشرقية (روسيا) وثقافة أوروبا الغربية (فرنسا)، مختصة في التحليل النفسي و السيميولوجيا، انضمت إلى الجمعية العامة للسيميولوجيا التي أنشأت بباريس سنة 1960 و كانت لها مجلة تصدر عنها بعنوان *Sémiotique* كما انتمت فيما بعد إلى جماعة *tel-quel* التي تجمع رواد النقد الفرنسي مثل فيليب سولار، جان ريكاردو، ميشال فوكو، من مؤلفاتها: *La Révolution Du Langage و Poétique*.

جيرار جينيت:

ناقد و باحث فرنسي ومدير الدراسات في المعهد التطبيقي للدراسات العليا بباريس، مدير مساعد لمجلة الشعرية و بعد من ممثلي التحليل البنيوي و نظرية الأشكال الأدبية، فهو ينظر إلى الأدب كلغة دون أن ينكر أهمية المضمون على خلاف النظرية النقدية القديمة، من مؤلفاته سلسلة صور في 05 أجزاء و أطراس 1982، و جامع النص و العتبات النصية.

بول ريكور:

فيلسوف فرنسي ولد في 1913، طبع فكره الظاهرية الوجودية و بالاعتماد على علاقات في التحليل النفسي بين فلسفة التفسير التي جعلت منه أكبر ممثل للتأويلية.

رولان بارث:

سيمياي فرنسي و منظر ثقافي ولد سنة 1915 عرف بتحليله المجدد لايدولوجيا الصور و النصوص الأدبية و أساطير الثقافة الشعبية، أثر لويس يلمسلف في أفكاره بشأن المعنى الضمني و أثر ليفي ستراوس عليه في مفهوم الأسطورة، إنتقل بارث من البنيوية إلى ما بعد البنيوية و تولى في كتابه S/Z 1970 عن نظريته السردية البنيوية السابقة و ركز على التناص و إنتهى به الأمر إلى اعتبار نفسه ناتجا لغويا كما عرف بالنقد الصحفي خاصة في جريدتي: Le Combat، France Observateur، و سجل العديد من الحصص الإذاعية واهتم منذ 1950 بالمرح الطائفي فكتب عن براشت و صامويل بيكو و ارتبط بجماعة Tel Quel و قد اختص في علم الاجتماع قبل أن ينشأ كرسي خاص بالسيميايية في معهد فرنسا من أهم مؤلفاته: الدرجة الصفر للكتابة 1953، علم الأسطورة 1957، نقد و حقيقة 1966، لذة النص 1973، مبادئ السيميايية، المغامرة السيميولوجية ، رولان بارث بقلم رولان بارث، محاولات نقدية....اهتم بالسيمولوجيا فدرس الإشهار والموضة والأبعاد الثقافية والاجتماعية، كما كانت له العديد من التسجيلات الإذاعية و المتلفزة و محاولات نقدية في اللسانيات و دراسات النص و السيمياء.

رومان جاكوبسون:

ألّسني بنيوي ووظائفي روسي أسس مع بعض رفاقه نادي موسكو الألّسني سنة 1915، و مدرسة براغ 1926، التي شغل فيما بعد نائب رئيسها، إرتبط إسمه بمدرسة كوبنهاغن كذلك بين عامي 1939-1949، تأثر إلى حد كبير بأفاهيم بيرس ساهم في وضع بعض

النظريات الأدبية الحديثة درس في جامعة كولومبيا و جامعة هارفارد من المبادئ الأساسية التي صاغها: السمات السمعية في مجال الفونولوجيات و السمات الكلية في الفونولوجيات و وظائف اللغة ومن إسهاماته أيضا التقابل الثنائي، الوسم، محوري الاختيار المزدوج، الاستعارة و الكناية، التشابه والتجاوز التمييز بين الشفرة والمرسلة والوظائف السيميائية....وقد أثر جاكوبسون تأثيرا كبيرا في بنوية كلود ليفي ستراوس و كتابات **جاك لاكان** الأولى.

جاك دريدا: من مواليد 1930 فيلسوف أدب و ألسني فرنسي ما بعد بنيوي، أسس تقنية التفكيك النقدية و شدد على عدم ثبات العلاقة بين الدال و المدلول و على الطريقة التي تسعى بها الايديولوجيا المسيطرة إلى ترويج تجاوزي متوهم.

أمبرتو إيكو:

هو سيميائي وراو إيطالي من مواليد 1932، سعى في كتابه "نظرية السيميائية " إلى المزج بين منظور لويس هيلمسليف البنيوي و سيميائية بيرس المعرفية التفسيرية، وابتكر مصطلحات كـ "سيرورة المعنى اللامتناهية " ومفهوم "تتالي التأويل " عند بيرس، و"النصوص المغلقة"، و " فك التشفير المستبعد"، وتأثير هيلمسليف واضح في مصطلحات (المعنى التعيني/ المعنى الضمني) و (التعبير /المحتوى) عند أمبرتو إيكو .

- ملحق الثبت التعريفي:

استنطاق: (Interpellation)، (هو مصطلح استحدثه ألتوسير (Althusser) لوصف آلية

"تتشكل" بها الذات البشرية (تشديد) بوساطة بنى نصوص سابقة لها (موقف بنيوي) .

الرمز: (Symbole)، يوافق الرمز كل علامة ملموسة توحى (بمقتضى علاقة طبيعية)

بشيء غائب أو لا يمكن إدراكه حسياً، وهو نظام مسترسل من الألفاظ يمثل كل واحد منها

عنصراً من نظام آخر، أو أنه ما يمثله شيء آخر بمقتضى علاقة مماثلة، والرمز كل صنعة

قابلة للتجريد.

السنن: (code) ويستلزم مفهوم السنن في جميع الحالات مفهوم المواضعة من ناحية

ومفهوم الآلية التي تتحكم في القواعد. ففكرة السنن هي وساطة بين نظامين، وهو نظام نمذجة

للعالم، ويحدد بارث خمسة أنواع من السنن: سنن علامي وسنن ثقافي وسنن رمزي وسنن

هيرمينوطيقي وسنن تفضيلي.

التأويل: (Interprétation)، إن ترجمة العلامة (العبرة) إلى عبارة أخرى يمثل فعلاً

عملية تأويل: فالعلامة شيء ما يقوم مقام شيء آخر من وجهة نظر ما أو بصفة ما،

وتتوجه إلى شخص، أي تحدث في فكر ذلك الشخص علامة موازية، أو ربما علامة أكثر

تطوراً. هذه العلامة هي التي يسميها إيكو مؤول العلامة الأولى، كل عبارة يمكن أن تكون

موضوع تأويل وأداة لتأويل عبارة أخرى.

التداولية: (Pragmatique)، هي في نظر بار - هيلل دراسة الارتباط الضروري لعملية

التواصل في اللغة الطبيعية بالمتكلم والسامع بالمقام اللغوي وبالمقام غير اللغوي وارتباطها

بوجود معرفة أساسية وبسرعة استحضار تلك المعرفة الأساسية وبحسن طوية المساهمين في

عملية التواصل .

الأيقون: (icône) في التعريف البيروني علامة تقيم علاقة مشابهة مع موضوعها نفسه.

تفكيك: (Déconstruction) .

هو استراتيجية في التحليل ما بعد بنيوي، أنشأها جاك دريدا، يسعى مستخدمو هذه الإستراتيجية إلى تفكيك البنى البلاغية في النص لإظهار كيفية اعتماد الأفاهيم الأساسية فيه على علاقتها التقابلية، غير المصرح بها، مع دالات غير مذكورة .

دلالة: (Signification)، يشير هذا المصطلح، في سيميائية سوسير إلى العلاقة بين الدال والمدلول، ويستخدم أيضا للإشارة إلى الأشياء الآتية: الوظيفة المحددة للإشارات (أي إنها تدل على شيء آخر، أو تنوب عنه)؛ سيرورة تشكيل الدلالة (سيرورة تشكيل المعنى)؛ الإشارات باعتبارها جزءا من منظومة.

دالات غائبة: (Absent signifiers) هي مدلولات غائبة من النص، لكنها من ناحية أخرى تؤثر في معنى دال مستخدم وظاهر (ومأخوذ من المجموعة الاستبدالية نفسها).

الإرجاع: (renvoi) هو العلاقة المتبادلة وبطريقة ما الغائبة أو غير المرئية لعبارة موجودة ماديا، والعلاقة المتبادلة بين عبارة وإرجاعها الممكن لا تظهر في شكل معادلة صرف بل شكل استدلال.

الفهرس التحليلي

- إهداء
- مقدمة..... - أ -
- أهمية الدراسة..... - ب -
- إشكالية الدراسة..... - ب -
- تساؤلات الدراسة..... - ب -
- منهج الدراسة..... - ب -
- أهداف الدراسة..... - ت -
- دوافع وأسباب اختيار الموضوع..... - ت - ث -
- صعوبات الدراسة..... - ث -
- الفصل الأول: الجهاز المفاهيمي للنسق اللغوي الرمزي.....09
- أولاً: المحددات المفهومية للنسق اللغوي.....09
- 1_ النسق اللغوي قراءة في المفهوم.....28
- 2_ بنية المنظومة اللغوية.....11
- 3_ الاشتغال العلاماتي على الأنساق اللغوية.....14
- ثانياً: رمزية النسق اللغوي.....17

17	1_ النسق والأنسقة الدالة.....
20	2_ النسق الرمزي و السياق العام.....
21	3_ الرمزي في مدارج القراءة السيميولوجية.....
24	ثالثا: إشكالات بناء و تداول الأنساق اللغوية الرمزية.....
24	1_ بناء النسق اللغوي الرمزي.....
26	2_ التداولية النسقية للمركب اللغوي الرمزي.....
27	3_ الرمزية في لغة الإشهار السياحي.....
35	الفصل الثاني: قضايا المعنى و مجالات النسق اللغوي الرمزي.....
35	أولا: الأبعاد الرمزية الوظيفية للخطابات السيميولوجية.....
35	1_ الأطروحات النظرية للرمز داخل الخطاب اللغوي.....
37	2_ المحور الدلالي للرمز وآفاق الممارسة السيميائية.....
39	3- المرجعية الخطابية للرمز وأفق التأويل.....
41	ثانيا: الرمزية و تداولية اللغوي و البصري.....
41	1_ الرمز و بلاغة المعنى.....
42	2_ التوظيف الرمزي و المحاجة الخطابية.....
43	3- الثقافة الرمزية و البعد التداولي.....
45	ثالثا: خطاب الصورة الإشهارية.....
45	1_ من النص الأدبي إلى النص البصري.....

2_ المقاربات النظرية للخطاب البصري.....	48
3- قراءة النص البصري و حدود التأويل.....	50
الفصل الثالث: الجانب التطبيقي التحليلي.....	55
أولاً: الخطوات الإخراجية للإشهار السياحي.....	55
1- آليات بناء الملصق الإشهاري السياحي.....	55
2- الشروط الرمزية في لغة الإشهار السياحي.....	58
3- الصورة الإشهارية ومستويات التسنين.....	61
ثانياً: نماذج تطبيقية للتحليل السيميولوجي.....	64
1- تحليل سيميولوجي لثلاث ملصقات إشهارية باللغة العربية.....	64
2- تحليل سيميولوجي لثلاث ملصقات إشهارية باللغة الأجنبية.....	88
خاتمة.....	114
قائمة المراجع.....	116
الملاحق.....	128

الفهرس التحليلي.

ملخص:

تُعنى السيميائيات المعاصرة بتولي زمام التعاطي مع كل أضرب الخطابات والنصوص، لتتجاوز بذلك السجلات الاستيمية القائمة على الفصل بين موضوعاتها والتي أدت إلى فرض قطيعة معرفية بين اللفظي و البصري وتعلن في الوقت نفسه عن شساعة ميدان اشتغالها وعن علو موضوعها ولا محدودية تعاطيها النظري والوظيفي مع نسق العلامات و الرموز، وقد أولى درسها حظوة كبيرة بالنص الإشهاري وبكل ماله من ارتباطات ثقافية واجتماعية و بالمعيار الرمزي اللفظي سيدا و قواما رئيسا في تحقيق الإحالات و فتح اتفاقيات العرف بين العلامات الغابرة، كما يروم رسم معالم التراث الرمزي اللغوي في الإشهار على اعتبار أن اللفظي ضرورة حتمية خاصة تعززه وتغذي بنيته، وتفتح له فرصة التصالح مع تعبيراته التشكيلية و الأيقونية عامة في مشهد متكامل لاتحاد الأنساق ومن ثم إرساء آليات التأويل والتفكيك و التلأل و المحاجة سبلاً وأدوات فعالة ومشاركة في استنطاق الرمزي و تفسيره وإعادة بناء معناه بما يضمن مشروعية وكفاءة الرمزي خيارا في الإقناع و محددات متفرد الخواص التعبيرية في نسق الملصق الإشهاري السياحي.

Summary:

The contemporary semiotics deals with every kinds of discourses and texts, to pass beyond the epistemological debates based on separation of its subjects, and which led to a cognitive break between the verbal and Visual knowledge, and announces at the same time the vastness of the field of its functioning, and the altitude of its subjects, as well as its limitless theoretical and functional dealing with the reference systemic and codes, and its study favored a great importance to the publicity text, and in all its cultural and social links, and to the symbolic and verbal norms standards as a primordial factor in realizing the lexical roots, and opening a custom conventions between the ancient the lexical roots.

Also, it aims at designing the symbolic linguistic heritage in the publicity, in consideration that the verbal is a specified necessity that supports and enrich its structure, and opens its conciliation occasion with its general iconicity and plastic in a couplet spectacle of systematic combination. Then, establishing mechanisms of interpretation and deconstructivism and argumentation, as a ways and effective tools, and participating in the symbolic interrogation and interpretation, and in reconstruction of its meaning, to ensure the legitimacy and efficiency of the symbolic choice on the persuasion, and singularly expressive properties defined in a systemic touristic publicity poster