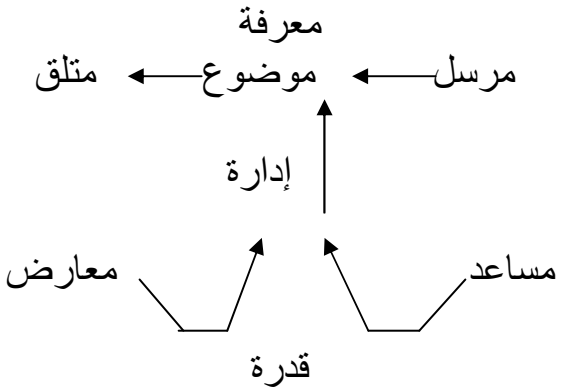
مجلّة الواحات للبحوث والدراسات
ردمد 7163- 1112 المجلد 7 العدد 2 (2014) : 37 - 41
http://elwahat.univ-ghardaia.dz

سيميولوجيا الاتصال في الخطاب الاشهاري البصري

عبد الواحد كريمة – جامعة باجي مختار عنابة–



مقدمة _

الخطاب الإشهاري ملمح حضاري شِيءَ له التموقع في ثقافة الفرد المعاصر، مثقلا بتلك الرواسب المعرفية والفكرية والفنية المتنوعة، جاعلة منه كيانا إعلاميا متمردا، لا يقر بمحدودية الخطاب وبضيق أفقه بقدر ما يغوص في أعماق الذات الفاعلة محاورا تلك الرواسب والمكونات في شيء من الايجاز المتقن والهادف.

ولئن كان الخطاب الاشهاري يدين بولاء صارخ غلى القصد التجاري النفعي، فإنَّ استراتيجيته تؤمن بذلك الإيمان المعرفي بفلسفة الحياة والوجود في شتى أبعادها ليتولد ذلك الاحساس الوجداني المنحدر من مشروع إشهاري يقر بحقيقة التواصل مع الاخر وفق ما تقتضيه الغاية الاشهارية انطلاقا من سبل تواصلية تضع كلا من الاقناع والكفاءة الاقناعية في الحسبان كونها منطلق الفعل التحليلي المبتكر.

لقد استطاع الخطاب الإشهاري بتركيبته المتميزة من اختزال الحياة في أبعادها المثالية من خلال ما يتوفر عليه من ايحاءات وانزياحات وأساليب تستجمع حياة المجتمع ككل في فضاء متسم بالتعالي والمثالية، يجد فيه المشاهد عالمه المنشود بعيدا عن كل ما يكدر صفوه، كما أثبت الخطاب الاشهاري مقدرة فائقة على استحضار متطلبات المشاهد في ظرف قياسي ووفق بناء يكفل له روح التواصل والإقناع انطلاقا مما تم تحصيله في الرحلة الاستكشافية بحثا عن تلك السبل الاقناعية الناجعة في الاستراتيجية، وهي خاصية دفعت بالعديد من الدراسات إلى ايلاء الاشهار اهمية في المجال البحثي حيث اكد بارت على أن الاشهار نظام حياتي، في الوقت الذي اعتبره بعض الدارسين الحياة في حد ذاتها. فكانت رحلة التعامل مع هذا النوع من الخطاب مع فترة الستينات ثم شِيءَ لها التوسع والامتداد من خلال السيميائية البصرية، ومما لاشك فيه أن أسباب الاهتمام بالخطاب الاشهاري لا يتعلق بغاياته التجارية النفعية بقدر ما يرتبط بخواصه التركيبية والفنية، وهو اتجاه أخرج الخطاب من دائرته الضيقة كونه مظهرا حياتيا بامتياز.

ولئن كانت استراتيجية الخطاب الاشهاري تؤكد على الفعل الإقناعي، فإن ذلك لم يسقط الفعل المعرفي، والذي يعد خطوة أساسة لتحقيق أيّ هدف آخر طالما أنَّ الاشهار بمثابة المجتمع في أروع صوره المقتطعة والمختارة، والتي لا تغيِّب الذات المشاهدة ولا عوالمها.

إنَّ اعتماد العلامات الاشهارية أمر على غاية الخطورة، يتوقف عليها مصير العملية ككل لذا نجد أنفسنا أمام علامات مختلفة الأشكال والدلالات في صورها المستقلة لكنَّ تناسقا وانسجاما أفرز دلالات مخالفة تدغدغ عواطف ومخيلة المشاهد وتجعله طرفا فاعلا في نهاية المطاف.

من الطرح اللساني إلى البحث السيميولوجي:

لقد كانت وقفات سوسير F. DE Saussure في البحث اللساني بمثابة المنطلقات الأساسية في الدرس الجديد كما كانت الدائرة الكلامية موضع اهتمامه من خلال تتبعه للعلامات اللغوية المنجزة في اطار تواصلي وما تحتكم إليه من ضوابط وقوانين لغوية ذات أوجه مختلفة كفيلة بتشكيل مظهر تواصلي.

استطاع سوسير أن يرسي منهجا علميا جديدا تمتد آثاره إلى السيميولوجيا ذلك أن البحث اللساني كما يرى سوسير « **تعد أساسا في إدراك الطبيعة المسألة السيميولوجية، ولكن لطرح هذه المسألة السيميولوجية بكيفية مرضية ينبغي أن تدرس اللغة في حد ذاتها** » [1]. ويتضح هذا القول أن سوسير أسَّس للسيميولوجيا كمشروع مستقبلي من خلال إشارته إلى أنماط لغوية تخرج عن دائرة التواصل الإنساني المعهود الذي هو ليس من اهتمام اللسانيات « **فاللغة نظام من العلامات التي تعبر عن أفكار، ومن ثم فهي مماثلة للكتابة وابجدية الصم والبكم والطقوس الرمزية، ولأشكال الاحترام وصيغه والإشارات العسكرية...**» [2]. فيتضح من هذا القول اهتمام اللسانيات بدراسة النظم اللغوية في الوقت الذي تسعى فيه السيميولوجيا إلى الاهتمام بالعلامة اللغوية وغير اللغوية وكل ما استعصى على اللسانيات التعامل معه، فكان ذلك بمثابة عهد جديد لدراسة التواصل الانساني في شتى اشكاله وتمضهراته، غير أن بارت رأى في اللسانيات ذلك الفضاء الأكبر والأشمل لاستيعاب السيميولوجيا كون العلامات غير اللفظية الدالة لا يمكنها التعبير عن ذاتها دون الدعم اللغوي ولذلك يرى أنَّ « **الحاجات والصور والسلوكات تؤدي دلالات، وهي تفعل ذلك بامتياز. لكنها لا تقوم بذلك بشكل مستقل أبدا. فكلّ الأنساق السيميائيَّة تمتزج باللغة** » [3]. مستدلا على ذلك بنظام الأكل والملبس والمودَا « **هل يستطيع لكي يدل الاستغناء عن كلام يصفه ويعلق عليه، ويمنحه دوالا ومدلولات كثيرة، حتى يصبح نسقا من الدلالات؟ إن التواصل الإنساني رهين باللغة، وليس بوسع أي عملية سيميائية أن تتجاهل هذه الحقيقة** » [4].

وإذا كان دفاع بارت عن اللغة متواصلا في طروحاته فإنَّ حقيقة ما أفرزته الحضارة الحديثة دفع بالباحثين إلى صرورة مراجعة الأمر فيما يتعلق بالخطابات المرئية وما تتوفر عليه من خصائص خطابية كفيلة بالإبلاغ دون استحضار اللغة بيد انَّ الأمر في هذه المسألة أخذ أبعادا فلسفية يفسرها محمد التهامي بالاختيار الفلسفي والأنطولوجي « **فالعالم في نظر بارت أخرس ولا يستطيع الكلام إلا عبر اللغة، وهوما يترتب عنه خلاصتان هما: أنَّ العالم مجرد لغة، وإن العالم الوحيد الموجود هو عالم العلم، وعلى الرغم من أنَّ هذه الأطروحة لا تعدم نصيبا من الصحة، فإنها تفرض "دكتاتورية" اللغة، وموهمة بمغالطة مفادها: إن كل دلالة لا يمكن أن تكون إلا لسانية، ومن ثم فإنَّ كل ما ليس لسانيا لا يستطيع أداء دلالته** » [5]. فاتضح أن المبررات التي اعتمدها بارت شابها نوع من الغلو نتيجة استحالتها في الخطاب المرئي الذي هو في أمس الحاجة إلى منهج أو مقاربات سيميائية تفي بواقعه وبأبعاده المغرقة في الإيحاء مما يتطلب التوقف عندها ومعرفة خصائصها، فضلا عن ذلك فإن البحث

(1)- F.De Saussure.Cours de linguistique générale.Payot.Paris.1971.P34.
(2)- Ibid.P33.
(3)- R.Barthes. « Présentation » de communication.N°4.

نقلا عن:
محمد التهامي العماري:حقول سيميائية.منشورات مجموعة الباحثين الشباب في اللغة والآداب، مكناس.المغرب.ص17.
(4)- نفسه ص 17.
(5)- المرجع السابق، ص18.

السيميولوجي بات حتميَّة علميَّة تنفتح على تلك المشارف التي توقفت عندها اللسانيات دون إسقاط إرث هذه الأخيرة من منطلقات ومصطلحات مازالت ماثلة في البحث كالدال والمدلول والمرجع وغيرها من التسميات الأخرى الممتدة في الدراسات السيميائية كي تتضح وجهة كل من العلمين ذلك أن اللسانيات تهتم بالأنظمة اللغوية في الوقت الذي تعاملت فيه السيميولوجيا مع العلامات اللغوية وغير اللغوية في المجال التواصلي مما جعل الكثيرين يربطون اهتماماتهم بالتواصل الإنساني أكثر من غيره، وهي فكرة لاقت النقد من قبل (غريماس Greimas) و(كورتس Courtes) و (إيكو Ecco) وغيرهم، كون الاهتمام السيميولوجي يكون موجها بالأحرى إلى الدلالة بدل حصره في كل من الباث والمتلقي. فكان هذا الطرح بمثابة رسم لتوجه جديد ومخالف يعرف بسيميولوجيا الدلالة.

وقد اتضحت ملامح سيميولوجيا التواصل في اجتهادات (إريك بويسنس Eric Buyssens) و (جورج مونان G.Monin) و (لويس بريتو Louis Pretto) حيث يرى هذا الأخير أنَّ « **استعمال العلامات يمكن من تحديد التواصل، يحاول من خلالها المرسل Le destinateur مخاطبة المرسل إليه Le destinataire أو إمداده بأمارة أو إشارة معينة** » [1].

أما (بريتو) (Pretto) فيميز ما بين ثلاث علامات تواصلية وهي الأمارات العفوية مثل لون السماء الذي ينبئ الصياد بحال البحر في اليوم الموالي، والأمارات العفوية المغلوطة مثل اللكنة في الكلام، وأخيرا الأمارات القصدية كعلامات المرور [2]. وعلى العموم فغنَّ العملية التواصلية المشار إليها يمكن إجمالها في كل من المرسل والمرسل إليه والخطاب وقناة التواصل والمرجع والرمز يأتي الحديث عنها في الخطاب البصري.

إنَّ ما يتضح من خلال النقد الموجه إلى سيميولوجيا التواصل هو إسقاطها لحقيقة الدال كعلامة على اختلاف أشكالها وعلاقاته بالمدلول وما ينتج عن تلك العلاقة من دلالة تصبح بمثابة القسم المشترك ما بين الباث والمتلقي ومن ثم يتشكل ما يعرف بالخطاب في أبعاده وسياقاته، وفيما يتعلق بواقع الاتجاهين ترى جماعة M.U أنَّ « **العلاقة ما بين سيميائيات التواصل وسيميائيات الدلالة ليس علاقة تقابل وصراع، بل هي علاقة تكامل وتعاضد ذلك أنَّ أكثر نظريات التواصل تشددا، تتأسس على وقائع تنتمي إلى سيميائيات الدلالة، وليست هذه الوقائع سوى مجموعة من الإعتبارات المقامية التي تسمح بتأويل الرسالة، وهذا معناه أنَّ سيميائيات الدلالة تشكل شرطا ضروريا لقيام سيميائيات تواصلية شاملة وصارمة**» [3].

وأمام مستحدثات الخطاب الحديث، وعلى وجه الخصوص المرئي وجد السيميولوجيون أنفسهم أمام واقع خطابي جديد يستمد منطلقاته من روافد شتى مما يتطلب الغوص في كنه العلامات وأبعادها في شكل مستقل ثم في علاقة تلك العلامات ببعضها البعض وما تحمله من رسائل خفية بات من الضروري معرفة أنساقها الاجتماعيَّة منها والثقافيَّة.

والإيديولوجية وغيرها ،لذا نجد أن مثل هذه الانفتاحيات قد أفرزت مبحثا سيميولوجيا جديدا يعرف بالسيميولوجيا الاجتماعية، وهو توجه يهتم بتتبع العلامة ،« **في حلها وترحالها و مايطرأ عليها من تحول دلالي حينما تتجول في السياق الإجتماعي ، فتعود محملة بمعان مختلفة فرضها المستعمل وجغرافيته وأوضاعه الاقتصادية** » [4] وهي بمثابة انفتاح جديد على

(1)- Jeanne Martinet.Clefs pour la Sémiologie.Seghers.Paris.1973.P24.
(2)-Ibid. p24.
(3)- Groupe Mu traite du signe visuel. Seuil. Paris. P120.

نقلا عن:
محمَّد التهامي العماري: حقول سيميائيَّة، ص23.
(4) - محسن البوعزيزي : السيميولوجيا الاجتماعية ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، لبنان ، 2010 ، ص13 .

الدراسات الاجتماعية مما يؤكد على ضرورة اهتمام عالم الاجتماع بالسميولوجيا كي تمكنه من « **التطلع إلى ما يوجد في الظواهر الاجتماعية من أبعاد رمزية و أنظمة دلالية** » [1] .

فموضوع البحث المشترك ما بين الحقلين هو العلامة حيث لا يكتفي البحث السيميولوجي بالإشارة إلى دلالتها بل يعمل على الغوص في أبعادها و غاياتها كالملبس الذي لا يمثل علامة وقاية بقدر ما يكشف عن سن الفرد وجنسه و بيئته ومستواه الاجتماعي وأبعاده الفكرية و الثقافية، وكذلك حال المسكن الذي تمرد عن تلك الدلالة الجاهزة ليروي حقائقه الخفية ذات البعاد المختلفة كتلك المشاهدة في الخطابات المرئية .

الخطاب البصري :

الصورة مظهر من مظاهر حضارة العصر استطاعت أن تفتك لنفسها مكانة لائقة أهلتها لأن تكون منطلق الدراسات الحديثة فالصورة في بعديها الثابت و المتحرك جاء مستوفية لشروط الخطاب بعيدا عن تلك التمثلات اللسانية المستندة إلى الأسس اللغوية .

إنها علامات جزئية مختلفة اتحدت في بعديها التأليفي و الاختياري لتنجز خطاب الصورة في بعديه الثابت و المتحرك، وهو خطاب مازال جهد الدارسين فيه محدودا الأسباب كثيرة أهمها حداثة الموضوع و الدراسات المهتمة بهذا الاتجاه حيث لم يعد تعاملها مقصورا على العلامة اللسانية و إنما أصبح موجها إلى كل من الإطار و اللقطة و المشهد و الحركة و اللون والموسيقى وغيرها من العلامات الأخرى الفعالة و المنجزة في نهاية المطاف الخطاب المرئي الذي هو في أمس الحاجة إلى تخيل أشمل وأعمق يجعلنا نسافر إلى أعمق العلامة المرئية و نتتبعها عبر أنساقها المختلفة للظفر بقراءة شافية للفعل الكلامي و المرئي على حد سواء ومن ثم نجد أنفسنا أمام سيميائية لا تؤمن بالإيحاءات فحسب وإنما تنفتح على الأبعاد التداولية التي يحملها الخطاب المرئي وعلى وجه الخصوص الخطاب الإشهاري المرئي تدعى بالسميولوجية التداولية (Semiopragmatiqe) ويقوم الخطاب البصري على ست عناصر بارزة هي : المرسل، المرسل إليه ، الخطاب أو الرسالة، القناة، الرمز، المرجع ،كما حددها جاكبسون في الشكل التالي :

سياق
CONTEXTE

رسالة
MESAGE

مرسل إليه	اتصال	مرسل
DESTINATAIRE	CONTACT	DESTINATEUR

رمز [2]
CODE

و قد اعتمد ميتز C. Metz في تحليله للخطاب البصري على منطلقات لسانية حفاظا منه على الطرح المنهجي و ان كانت حقيقة بحتة ذات ارتباط وثيق بالإرث السوسيري كونه يعتمد كلا من الدال والمدلول و المرجع أثناء دراسته للفلم، ولهذا الغرض نجده يقسم الفلم إلى خمس دوال كبرى هي «**الصورة، الصوت، الضجيج، الموسيقى ثم جميع هذه الدوال مشتركة** » [3].

كما أصبح الانفتاح على الخطاب البصري أمرا حتميا بعد أن وجد كل من اللسانيين و البنويين صعوبة في التعامل مع هذا النوع

(1) - نفسه، ص83 .

(2) -Ramon Jacobson, Essais de linguistique générale, traduit par Nicolas Ruwet . ed de minuit paris ,163, p 214.

(3) - C.Metz : Essais sur la signification au cinéma .Ed Larousse, paris , 1971,p62.

من الخطاب نتيجة مخالفة القاعدة اللسانية مما حذا بالاجتهادات البنيوية الحديثة إلى التعامل مع كل من الصورة و الفكر السينماتوغرافي بشيء من الليونة و الانفتاح فكانت دراسات و أبحاث كل من إيزنشتاين (Eseinstein) و لورانس باردان (Laurence Bardin) بمثابة الوجه الجديد للطرح البنوي [1] .

أما مجال البحث الإشهاري فكانت تجربة رولان بارت (R.Barthes) رائدة فيما يتعلق بالصورة الإشهارية الثابتة من خلال تعامله مع ملصقة لعجائن بانزاني حيث وجد إن هذا النوع من الخطاب يقوم على كل من الصورة و الكتابة اللسانية فضلا عن أشكال لونية مما استخلص رسائل خفية إيحائية تتمثل في « **الإيطالية، المتعة الجمالية، عراقة المطبخ الإيطالي وغيرها** ...» [2] . لكن رحلة البحث في الإبداع الإشهاري أصبحت أشمل بكثير فتناولت الخطابات المتحركة .

و أبانت عن خصائصها ومميزاتها كون الإشهار ليس مجرد مادة إعلانية بل هو نظام حياتي يتخذ من العمل السردي إحدى دعائمه للكشف عن الأبعاد الخفية مثلما جاء في مقال لبارت حول " المنظفات والواد الشبيهة بالصابون "« تدخل هاتان المادتان في معركة مشتركة، حيث العدو هو الوسخ، والنظام الذي ينبغي إعادته هو النظافة المطلقة، وتتحدان قبل كل شيء عبر أسلوب جدلي إذ تحيل" السوائل المنظفة" وظيفة بوليسية أكثر منها حربية، ما دامت تصطاد العو الصغير القميء الأسود . لايطلب من المستهلك أن يشهد على نتائج المعركة، إلا أنه تأسره الأحداث، وهي تحول حقيقي يعرفه المسحوق البطل» [3] . وهكذا يتضح أن الخطاب المرئي يحمل في طياته أفكار أشبه بتلك المعالجة في القصص والروايات، لكن ضرورة التطور الحضاري أملت شروطا وجب على المرء مسايرتها انطلاقا من الخطاب المرئي ذي العلامات الخاصة و المتميزة .

العلامة البصرية :

يعتبر بيرس (Peirce) العلامة عنصرا هاما من المسار التواصلي، حيث يرى أنه « **من خلال علامة فإنني افهم كل من يوصل معطى محددا لشيء مهما كان** » [4] . فهو يعتبر «**العلامة شيء ما يأخذ موضع شيء آخر لإحدى العلاقات أو لأحد الأهداف** » [5] أما سوسير فيعتبر العلامة « **ذات هوية فيزيائية تتضمن وجهين متحدين و متكاملين الأول يعرف بالدال Le Signifiant و هو عبارة عن الأصوات أو صورها المرسومة إذ تعرف بالجزء الحساس، و الثاني المدلول Le Signifié وهو المفهوم Concept أو الجزء المجرد La partie abstraite** » [6] .

إن تعدد العلامات و تنوعها وسع في مجال البحث السيميولوجي، حيث لم تعد العلامة مقصورة على الشكل اللغوي وإنما تعدته إلى كل من العلامة الذوقية Gustative و الشمية Odorat و السمعية L'ouie و الحسية Toucher و البصرية Olfactif . و يأتي الاهتمام بالعلامة « **كونها منطلقا قاعديا لكل علم كلامي، كما تشكل في الوقت نفسه عتبة لأجل الكشف ماهيتها** » [7] .

أما فيما يتعلق بالعلامة البصرية فإنها ذات تمظهرات مختلفة حيث تجمع الصورة بغيرها من العلامات الشبيهة و المتممة من أشكال و إيقونات يمكن جمعها في اللقطة بأشكالها المختلقة من قريبة و بعيدة، كبيرة متوسطة وصغيرة، فضلا عن الإطار Le Cadre الذي يحددها و دلالاته المعنوية و الفنية بالإضافة إلى علاقته برسم الفضاء و الأبعاد التي يتخذها. و من العلامات الأخرى البارزة في الخطاب البصري الأخرى، وهي جميعها تعمل على رسم عالم يعج بالمثل و القيم السامية .

(1) -Alain Johannes, Communiquer par L'image , Dunad ,Paris, 2008, p11.

(2) -R.Bathes, Rethorique de L'image ,In Communication ,Seuil,P41 .

(3)- رولان بارت سيميائيا : مجلة بيت الحكمة ، العدد السابع ، السنة الثانية، فبراير، 1988، ص113 ، 114 .

(4) -Jeanne Martinet,Clefs pour la Sémiologie, P06 .

(5) -Ibid, P07 .

(6) -Oswald Durot/ Tzevetan todorov, dictionnaires encyclopédique des sciences du langage, seuil, Paris , 197, p131.

(7)-Ibid, P131 .