

جامعة بجاية  
كلية الآداب واللغات  
قسم اللغة والأدب العربي  
عنوان المذكرة:

# أنماط التواصل اللغوي في الإشهار ديتول ( dettol ) نموذجاً

مذكرة مقدّمة لاستكمال شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي

تخصص: علوم اللسان

إعداد الطالبين :

إشراف الأستاذ(ة):

◀ تواتي مليكة

◀ حوشي عايدة

◀ زان رادية

السنة الجامعية: 2015/2014



# اهداء



إلى أعز وأغلى ما في الوجود إلى التي يحيا قلبي وعقلي بها

أطال الله في عمرها

إلى أمي الغالية

إلى من رباني أعز تربية، وعلمي الكثير لوصولي لهذا المستوى

إلى من أرجو رضاه

أطال الله في عمره

إلى أبي الحبيب

إلى من كان قلبهم أحن عليا من قلب الأم الرضيع

إلى أخواتي

إلى صديقاتي ورفاق دربي اللواتي أتمنى لهن التوفيق والنجاح إلى:

لندة جراحة ، سارة كبان ، ميمما

وإلى صديقاتي في الجامعة . حفيظة، ميادة ، و إلى كل فوج 10 و إلى

كل صديقات في الإقامة الجامعية إرياحن

## كلمة شكر

بعون الله و توفيقه بحقية و جهود مضنية، تمت مذكرة التخرج، فالحمد لله.

الذي لا نحمد سواه، أرسل لنا محمدا ليكون خير من يعلمنا و له الثناء والشكر، فقد أنار

دريا خطانا، و ننتهز الفرصة لنقدم الشكر الجزيل إلى كل أساتذتنا الذين كانوا سببا في ما

نحن عليه، و خاصة الأستاذة <<حوشي عايدة >> و جزاهم الله خيرا كثيرا و أبقاهم شعلة

لنور العلم كذلك الشكر الجزيل إلى كل من ساهم وساعدونا

و أخيرا نسأل المولى عز و جل التوفيق و الرضي و الصلاة و السلام على أفضل خلق

الله أجمعين.

## مقدمة:

تعد اللغة من أهم الظواهر الاجتماعية التي أنتجها التطور، إذ تلعب دورا مهما في تحقيق المنزلة العليا للإنسان، بمختلف الخدمات الجليلة له، فوجوده مرتبط بالغة، ولهذا عرف بأنه حيوان رمزي، لديه القدرة على استقبال الرموز و الإشارات فمن خلالها يستطيع الفرد أن يعبر عن أغراضهم و حاجياتهم الخاصة، فهي طريقة خالصة للتواصل و تحقيق عدة غايات، ويتضح كذلك أن اللغة أساس الحضارة البشرية ووسيلة رئيسية يتواصل بها الأجيال، و من خلالها تنتقل الخبرات و المعارف و المنجزات الحضارية بمختلف صورها مما يزيد الإنسانية بالأدوات الفعالة للتقدم، باعتبارها مجموعة منظمة من العادات الصوتية التي يتفاعل بواسطتها أفراد المجتمع، يستخدمونها في أمور حياتهم بطريقة إنسانية خالصة لتحقيق التواصل الذي يتم بواسطة نظام الرمز الذي ينتج طواعيه، فاللغة آذن نظام لا يستطيع المتكلم ان يميز تتابع الكلمات في إذن أداة حاملة للمعلومات، فقد قامت بدور الوسيط الاجتماعي و نجحت في تحقيق مهارات الكلام و التواصل بين أفراد المجتمع، و من الموضوعات التي أولاها البحث اللساني الحديث الأهمية البالغة سعيا منه الوصول إلى طبيعة و كيفية حدوث موضوع التواصل و مختلف الآليات التي يعتمد عليها في تحقيق عملية الإبلاغ و من قضاياه التي يتناولها بالدراسة نجد: البات، المتلقي، الرسالة اللغة و سياقاتها المختلفة و التي تتركز على غاية واحدة هي تحقيق التواصل بمختلف أشكاله و آلياته و سعى إلى إبدال الكثير من المفاهيم الاجتماعية، و غير العديد من القوانين التي عدلت بذلك جملة من النظم، فهي موضوع للفكر منذ أن وجد الإنسان نفسه محاطا بالعديد من المشاكل، منها على وجه الخصوص حاجته إلى إحداث التفاهم و نسج العلاقات بين أفراد المجتمع، بغية التألق و التجانس داخل المنظومة الاجتماعية ليستطيع بذلك تحقيق ما يسمى "التواصل الإنساني" فهو لم يعد منفصلا عن الدراسات الغوية فحسب بل تنفرع إلى عدة مباحث فرعية، نجد لها صدى منذ القديم، و بهذا فان البحث عن تحقيق التواصل ليس أمرا هينا نظرا لوفرة المنشغلين عليه منذ ما يقارب خمسون سنة، الأمر الذي جعله موضوعا مطاطيا و مكنه الحضور على مستوى العديد من العلوم بدءا بالميادين العسكرية الاستخباراتية و انتهاء بالعلوم الإنسانية و كذا الإعلام و الاتصال، وقد دفعنا النظر في هذا الموضوع موضوعا لدراستنا و المعنون بأنماط التواصل اللغوي في الإشهار **dettol** نموذجا، أسباب عدة موضوعية ذاتية نظرا لأهميته في تحقيق العملية التواصلية، هو في تطور مستمر ذات أهمية للفرد فهي أداة حاملة للمعلومات التواصلية بطريقة معاصرة، وكان ذلك من خلال الإجابة علي الأسئلة التالية :

✓ ما التواصل؟ وما أهميته؟

✓ ما العناصر المتحركة في العملية التواصلية؟

✓ هل يمكن اعتبار الإرسالية الإشهارية جنسا أدبيا ذو مكانة مستهدفة لتحقيق التواصل؟ وكيف

يمكن من خلالها بناء المعنى وإقناع بذلك المستهلك؟

و للإجابة عليها اقتضت طبيعة الموضوع تقسيمه : أولا مقدمة ،ثانيا فصلين ، ثالثا خاتمة

فتناولنا في المقدمة مفهوم اللغة و التواصل ، ففي الفصل الأول تطرقنا إلي إبراز محطات اللغة منطلقا

من المفهومين اللغوي و الاصطلاحي و كذا حددنا المفهوم اللغوي و الإصطلاحي للتواصل ، وكذا العناصر و الوظائف وصولا إلي الأهمية ،ثم انتقلنا إلي تحديد مفهوم السيمياء و اتجاهاتها و كذا تحديد مفهوما للعلامة عند كل من العرب و اللغويين وكذا الأنماط اللغوية لها .

أما الفصل الثاني عنوانه دراسة وصفية تحليلية للصورة الإشهارية منطلقا إلي تحديد نبذا تاريخية عن ميلاد الإشهار ، و كذا التعريف اللغوي و الاصطلاحي له ، و تطرقنا إلي إبراز أهم العناصر و المراحل التي مرت عبرها الرسالية الإشهارية و كذا بلاغة الصورة و فاعلية التأثير في الإرسالية .

و في الأخير توصلنا إلي تحديد خلاصة و التي هي بمثابة خاتمة لبحثنا ، كما اعتمدنا في انجازه علي قائمة من المصادر و المراجع ،نذكر منها فيصل أحمر معجم السيمائيات ،ميشال زكريا بحوث ألسنية عربية ،عادل فخوري تيارات في السيمياء .

## التعريف باللغة:

## 1- لغة:

من الوقع أن اللغة أكثر من مجموعة أصوات ، و أكثر من أن تكون أداة للتفكير أو التعبير باعتبارها جملة من الإشارات بها يعبر كل قوم عن أغراضهم و حاجتهم الخاصة، لأنها تشير للمقصود بنية التبليغ و التخاطب و التواصل فاللغة أصوات يعبر بها الأفراد قصد الإبانة و الإفهام باعتبار هذه الأخيرة مجموعة من الأجزاء : صوت ،كلام ،لفظ .<sup>1</sup>

## 2- اصطلاحا:

## 1. عند العرب :

إن العرب قد أولو الدراسات اللغوية اهتماما بالغا ، ولا يمكن إنكار ما بدلوه من جهد كبير في البحث و التنقيب و العناية بجميع ألفاظ اللغة، و دراسة أبنية الكلمات ووظائفها داخل نظام الجملة و في وضع أصول اللغة و استنباط أحكامها العامة.<sup>2</sup>

**2. عند المحدثين :** اللغة جملة من الإشارات و الرموز من خلالها يستطيع الفرد أن يعبر عن أغراضه و حاجاته الخاصة ، فهو يؤثر و يتأثر باللغة فلا يمكن أن تتحقق خارج أحضان جماعة لغوية معينة ، يتعاملون بها و هذا ما يوضح أن كون اللغة اجتماعية ؛و هذا ما يؤكد اللغويين المحدثين ، و في مقدمتهم العالم اللغوي <دي سوسير > من خلال قوله : << اللغة تنظيم من الإشارات المفارقة >> ، هنا ينظر إلي اللغة كتنظيم ،أي أن اللغة هي كل منظم من العناصر لا يمكن دراسته إلا من حيث كونه يعمل كمجموعة و لا يكون لعناصر التنظيم ، إذا أخذت علي حدي ، و كما تقوم دلالتها علي الترابط ببعضها البعض و بالتنظيم ككل ، كما نجده قد أشارة إلي عنصر التنظيم اللغوي المتكون من اقتران كل من الدال بالمدلول ، فالدال هو الإدراك النفساني للكلمة الصوتية ، أما المدلول فهو فكرة الاقتران بالدال و الرابط الجامع بينهما .<sup>3</sup>

1- د ميشال زكريا ، بحوث ألسنية عربية ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع ، ط1 ، سنة 1992 ، ص62

2- المرجع نفسه ص63

3- حاتم صالح الضامن ، علم اللغة ، وزارة التعليم العالي و البحث العلمي ، جامعة بغداد ، بيت الحكمة ص 32

## وظائف اللغة :

من الواضح أن للغة وظائف كثيرة و من المعلوم أنها تصنف وفق الاهتمام الدرسين عادة مثل وظائف التسمية و التعبير عن الأفكار و لهذا عني الباحثين بدراسة اللغة وفق اتجاهين رئيسيين هما:

الاتجاه الشكلي الذي عقد العرب من خلاله لعلمي النحو و الصرف ، و عند الغربيين في اللسانيات الصارمة التي تعني بدراسة النظام اللغوي معزولا عن السياق التواصللي الاجتماعي ، وهناك الاتجاه التواصللي الذي يدرس اللغة من خلال المنجز اللفظي في سياق مفيد و لهذا نجد تعدد هذه الوظائف تبعا لتعدد زوايا النظر و رغم أهمية كل وظيفة إلا أن اللغة من المنظور التداولي وظيفتين رئيسيتين ترتبطان بمقاصد الإنسان الذي يستعملها بوضعه الاجتماعي و أهدافه ، فالفرد عندما يتحدث لا يفعل ذلك لمجرد تحويل أعضاء النطق و لكن ليؤدي من خلال كلامه لهاتين الوظيفتين التفاعلية و الوظيفية التفاعلية فالأولي هي ما تقوم اللغة من نقل ناجح للمعلومات تبرز من خلاله قيمة الاستعمال اللغوي فيركز المتكلم جهده نحو بناء الخطاب ليستطيع المخاطب بعد ذلك من أخذ المعلومات منه صحيحة ودقيقة و تعد هذه الوظيفة احدي مزايا اللغة الطبيعية التي تمكن الأفراد من تطوير ثقافتهم من خلال تلك المعلومات المتناقلة و من تحقيق التواصل فيما بينهم سواء كان ذلك لتوجيه و التعليم أو غيره .<sup>1</sup>

و أما الوظيفة الثانية يقوم من خلالها الفرد بعلاقات اجتماعية و يحقق لنفسه بذلك غايات عدة و تتمثل في قدر كبير من العلاقات و تثبيتها ، و قد يتجاوز إلي التأثير و غيره فقد يقتصر دور اللغة في بعض السياقات علي إقامة العلاقات و تثبيتها و يكمن دورها الرئيسي في التعبير عن المقاصد التي ينويها المتكلم و بهذا يندرج تحت هاتين الوظيفتين بشكل مجمل لمختلف الوظائف التي تبرز وفق لمختلف الاتجاهات التواصلية .<sup>2</sup>

1- د يوسف تغزاوي ،وظائف اللغة( استراتيجيات التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي)،عالم الكتب للنشر

والتوزيع،الأردن،2014،ص82

2- المرجع نفسه ص 83

كما نجد أيضا وظيفة اللغة تصريف شؤون المجتمع الإنساني فنجد أصحابها يهتمون بعناية اللغة وذلك من حيث الجانب الاجتماعي ، إذ هم يعتبرونها ظاهرة اجتماعية و نتيجة للتواصل الاجتماعي و هي في الوقت نفسه مبنية علي تطورها و نموها وكذي وجود الجماعات ، و الوظيفة الأساسية للغة عند هؤلاء تيسر وفق أمور و تصريف شؤون المجتمع الإنساني ،ومن أنصار هذه المدرسة العالم الانتربولوجي **مالينوفسكي** الذي يؤكد في كتابه علي العنصر الاجتماعي للغة و يري أنها وسيلة لتنفيذ الأعمال و قضاء وحاجات الإنسان ، و يتضح هذا من قوله إن الكلمة نما تستعمل في أداء الأعمال و انجازها لوصف الأشياء وترجمة الأفكار ، فالكلمة إذن لها قوتها الخاصة فهي وسيلة لتنفيذ الأعمال و قضاء الأشياء و ليست تعريفا لهذه الأشياء ، و من أنصار هذه المدرسة كذلك العالم اللغوي **يسبرنسن** الذي يؤكد أن كلمات اللغة لا تستعمل لتشبع الاشتياق علي النزعة الاجتماعية و المصاحبة التي يهواها الإنسان ، و بهذا يتبين أن هناك نظرتين مختلفتين بالنسبة لوظائف اللغة فالنظرة الأولى: تركز علي الجانب العقلي من اللغة و الثانية: تركز علي الجانب الاجتماعي منها و لكن إذا نظرنا نظرة خاصة إلي هذين الجانبين نجدهما متكاملين <sup>1</sup>.

## التواصل اللغوي

أولاً: مفهوم التواصل .

أ- لغة .

ب- اصطلاحاً .

ثانياً عناصر التواصل ..

ثالثاً: وظائف التواصل .

رابعاً: أهمية التواصل .

## 1.التعريف بالتواصل :

يفيد التواصل في اللغة العربية الاقتران و الاتصال و الصلة و الترابط و الائتنام و الجمع و الإبلاغ و الإعلام ، أما في اللغة الأجنبية فكلمة **communication** تعني إقامة علاقة تراسل و ترابط و إرسال و تبادل و إخبار و إعلام ، و هذا يعني أن هناك تشابه في الدلالة بين المصطلح الغربي و العربي .

و يعرف شال كولي ( charles cooley ) التواصل قائلاً : > التواصل هو الميكانيزم الذي بواسطته توجد العلاقات الإنسانية و تتطور ، إنه يتضمن كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر المجال و تعزيزها في الزمن ، و يتضمن أيضاً تعابير الوجه و هيئات الجسم و الحركات ، نبرات الصوت ، الكلمات ، الكتابات المطبوعات و كل ما تم اكتشافات في المكان و الزمان < و يتبين لنا عبر هذا التعريف أن التواصل هو جوهر العلاقات الإنسانية و محقق تطوراتها .<sup>1</sup>

يظل لفظ التواصل علي تداول الألسنة ، له وروده في قطاعات معرفية مختلفة ، لفظا يكتفه الغموض ن فقد يدل علي معان ثلاث متميزة فيما بينهما :

- أولهما نقل الخبر ، و لنصطلح علي تسمية هذا النقل ب <الوصل >
- ثانيهما نقل الخبر مع اعتبار مصدر الخبر الذي هو المتكلم ، و لنصطلح علي هذا الضرب من النقل اسم <الإيصال> .<sup>2</sup>

يري أمبرتو ايكو بأن التواصل : > سيرورة اجتماعية لا تتوقف عند حد بعينه ، سيرورة تتضمن عددا هائلا من السلوكات الإنسانية ، اللغة ، الإيماءات، النظرة ، المحاكاة الجسدية ، و الفضاء الفاصل بين المتحدثين ، و لهذا سيكون من غير ممكن الفصل بين التواصل اللفظي و الغير اللفظي .<sup>3</sup>

و يعرفه عالم الاجتماع اللغوي ابن خلدون بقوله : > اللغة في المتعارف هي عبارة المتكلم عن مقصوده ، و تلك العبارة فعل لساني ناشئ من القصد بإفادة الكلام < . وهي بهذه الخاصية الاصطلاحية جاءت لحاجة الفرد إلي التواصل مع الجماعة ، لتفاهم و كذي الشكل التواصل المزدوج للعلامة اللسانية (الدال /المدلول ) .<sup>4</sup>

1-[Http/www.com مفهوم التواصل](http://www.com مفهوم التواصل)

2-الأستاذ عبد الرحمن طه ، التواصل و الحاج ، كلية الآداب للعلوم الإنسانية ، مطبعة المعارف الجديدة ، الرباط ص 4

3-سعيد بن كراد ، استراتيجيات التواصل من اللفظ إلي الإيماءة ، مجلة علامات ، عدد 21 ، سنة 2004 ، ص 11

4- عبد الرحمان ابن خلدون ، مقدمة ، دار الفكر للنشر ، لبنان ، ط1 سنة 2007 ، ص 558

## 2. عناصر العملية التواصلية اللفظية :

**المرسل Destinateur** : هو العنصر الأول من هذه العناصر ،و يعتبر ركنا حيويًا في الدارة التواصلية اللفظية،فهو الباعث الأول في إنشاء الدارة التواصلية ووظيفته القيام بعملية تركيب الرسالة وهو الذي وقع عليه أو إليه الكلام.<sup>1</sup>

**المرسل إليه Destinataire** : هو العنصر الثاني في عملية التواصل باعتباره مستقبل الرسالة، حيث يقوم بتفكيك أجزاء الرسالة سواء كانت كلمة أو جملة ،نصا ، كما نجد صنفين من مستقبلي الرسالة هما المرسل إليه المباشر و المرسل إليه غير مباشر ،و الفرق بينهما في عملية التواصل هو المسافة أو البعد و يتلقي الرسالة عن طريق عملية السمع فيحاول تحليلها.<sup>2</sup>

**الرسالة Message** : هو الجانب الملموس في العملية التخاطبية ، بحيث تستعمل كوسيلة مادية للاتصال ،من خلالها تتجسد أفكار المرسل في صورة سمعية لما يكون التخاطب شفهيًا و تبدو علامات خطية عند الرسالة المكتوبة ووظيفتها جمالية من خلال إسقاط محور الاستبدال علي محور التراكيب .

**السنن code** : فهو نظام رمزي مشترك بين المرسل و المرسل إليه عبره تنقل المقاصد و الأغراض، كما أنه القانون المنظم للقيم الإخبارية و الهرم التسلسلي الذي ينتظم عبر نقاطه التقليدية المشتركة المرسل و المرسل إليه، بحيث يعمل على الترميز عند استقباله الرسالة بتفكيك رموزه بحثًا عن القيمة الإخبارية .

**السياق Contexte** : لكل رسالة مرجع تحيل عليه ، فهو الذي يحدد مدلول العناصر اللسانية ،فيختلف المدلول باختلاف السياقات التي ترد فيها سواء من الناحية التتابعية الصوتية مجاورة الكلمات لبعضها البعض، أو من الناحية الزمنية و المكانية للموقف التواصلية باعتباره العامل المقفل للرسالة بما يمدّها من ظروف و ملابسات توضيحية .

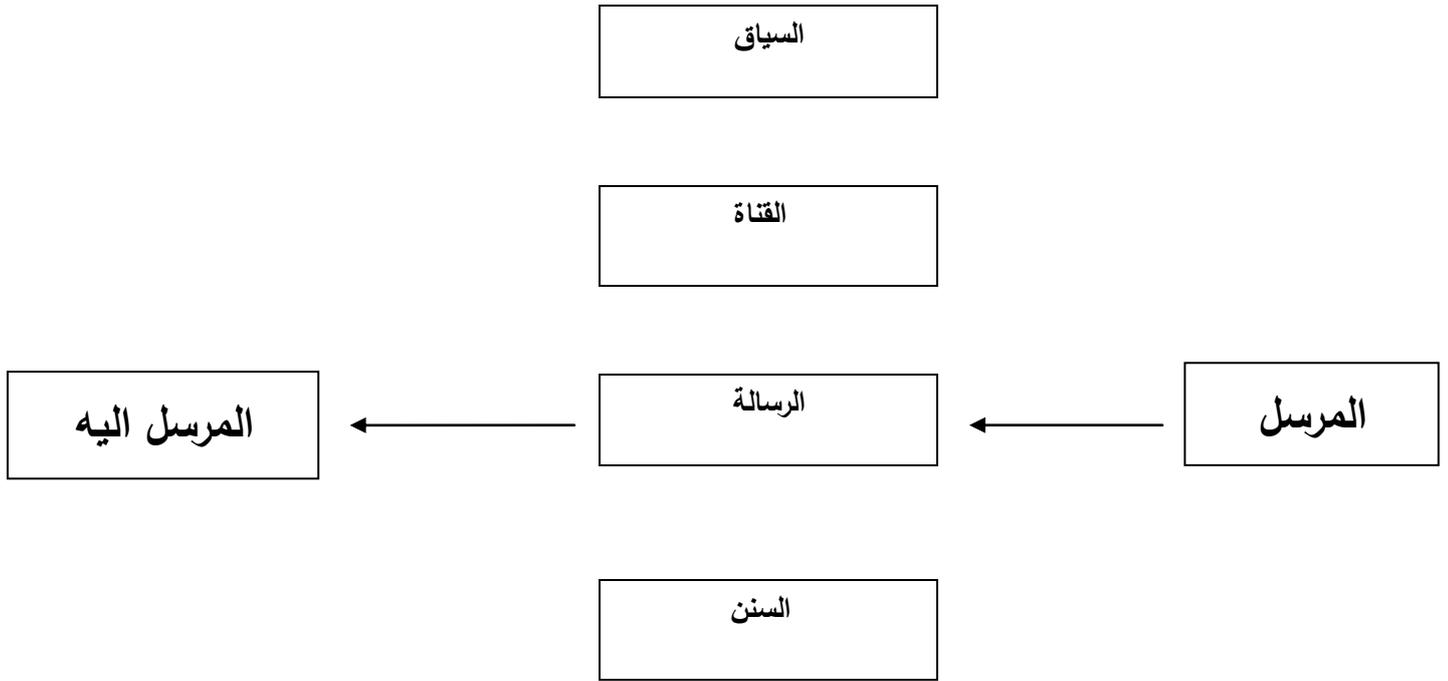
1طاهر بومزير،التواصل اللساني و الشعرية مقارنة تحليلية لنظرية رومان جاكوبسون،منشورات الاختلاف الجزائر

ط1، 2007،ص24

2المرجع نفسه ص 26،27،28

**القناة Canal** : هو المسلك الذي تنتقل عبره الرسالة المتبادلة بين المرسل و المرسل إليه ، إذ أن الجهاز السمعي والصوتي هما المسؤولان عن العملية التواصلية فسلامة الرسالة من سلامة القناة ، فأى نقص أو خلل فيهما من شأنه أن يعيق هذه العملية .<sup>1</sup>

و يمكن أن نوجز هذه العوامل و التي لا تستغني عنها عملية التواصل في المخطط التالي :<sup>2</sup>



1-المرجع السابق ص33

2- المرجع السابق ص34

## 3. وظائف التواصل :

أسس رومان جاكوبسون اعتماد علي تصور واسع لمناطق استعمال اللسانيات نظرية التواصل ايطارا معرفيا و نظريا و تطبيقيا يفترق الحدود التي تفصل مجالات فاعلية اللغة من خلال تنوعات الوسائل اللفظية ، والفرضية المحورية التي تركز علي أشكال و مكونات التواصل تجدد علميا من خلال نموذج التواصل اللفظي الذي صاغه و التي مكنته من صياغة نموذج تواصل لفظي يضم المكونات الأساسية لكل فعل تواصل من خلال وظائفه المختلفة و المتنوعة المرتبطة بدوره التخاطب و التي حددها في ستة وظائف و هي :<sup>1</sup>

أ-الوظيفة الشعرية: تتركز الرسائل التي هيمنت فيها الوظيفة علي الرسالة ذاتها و كما نبه جاكوبسون علي أنها لا تقتصر علي الشعر فقط و إنما ينبغي دراستها في أشكال الرسائل اللفظية الأخرى ، كما أنها تعمل علي إبراز قيمة الكلمات و الأصوات و التراكيب مكتسبة إياها قيمة مستقلة ، و الشعرية عنده لايعني بالضرورة الشعر بل كل رسالة أو عمل فني ،حيث قيمة الدال في المر سول الشعري مساوية لقيمة المدلول أو متفرقة عليه (المدلول ) ومن أمثلة ذلك النصوص التي تهيمنت عليها هذه الوظيفة (لوحة زيتية ، القصائد الشعرية ) و الحكم علي المر سول الشعري بالجمال و القبح و بهذا نجد أن الوظيفة تركز علي الرسالة مع عدم إهمال العناصر الثانوية الأخرى ، و الهدف من عملية التواصل هو البحث عن ما يجعل من الرسالة الشعرية أو الجمالية و ذلك بالبحث عن تلك الخصائص الشعرية و الجمالية مثل التركيز علي جمالية القصيدة و مكوناتها الإنشائية و الشكلانية .<sup>2</sup>

ب-الوظيفة التعبيرية أو الانفعالية : تتمثل في الوسائل التي تتركز علي الحمولة الانفعالية و الوجدانية و من ثمة فهي مرتبطة بالمرسل بحيث تقدم انفعاله و انطباعه اتجاه شيء ما لأنها مهدفة بصفة مباشرة عن موقف المتكلم وما يتحدث عنه في مختلف القضايا ، و نجد أن الانفعالات نوعان هما :الانفعال الخالص عما يختلج في الذات التي كانت مصدر للخطاب المرسل و أخرى تجاوزت النقل المباشر للأحداث التي تبدي المرسل اتجاه مميز يجعل الخطاب المنجز ملكا له ، كما أن هذه الوظيفة مهيمنة علي نصوص ذات طابع ذاتي إذ نجدها تظهر في عبارات التعجب و الدهشة و هي معبرة عن ذاتية المرسل بصفة خاصة مثل :إبداء حكم ،إفصاح عن المشاعر و لهذا فدور المواقف الانفعالية في ضبط

1- د عبد القادر الغزالي ، لسانيات و نظرية التواصل (رومان جاكوبسون نموذجا ) ، در الحوار للنشر و التوزيع ، سوريا اللاذقية ،

ط 1 ، 2003 ، ص 49

2-المرجع نفسه ص 50

التعبيرية المنسجمة مع رسالة ما في وضع خطابي معين ن لان ذلك الموقف الانفعالي (خاصة في رسالة منطوقة ) هو الذي يتيح التلويحات التعبيرية من خلال التنوع الناتج عنه و عبر هذا التنوع البارز في رسالة مركزة علي جهاز الإرسال،يستطيع إخضاع كل الرسائل الانفعالية للتحليل و يتحول بعد ذلك إلي صورة تعبيرية ناقلة لجوهر و كيان المبدع ، فجوهر الإنسان كامن لغته<sup>1</sup>.

**ج- الوظيفة المعرفية:** الوضعية أو المرجعية ،نجدها مترجمة بإصلاحات عدّة غير أنها تشترك في كونها تشير إلي الوظيفة المهيمنة عندما تتجه الرسالة إلي السياق و تتركز عليه تتلون كل رسالة بهذه الوظيفة عندما يكون محتواها مؤيدا للأخبار الواردة فيه باعتبار أن اللغة فيها تحيلنا إلي أشياء و موجودات ،و تقوم اللغة فيها بوظيفة الرمز إلي تلك الموجودات و الأحداث المبلغة و بهذا نجد أن اللغة تكون بمثابة رسالة تهيمن لها الوظيفة المرجعية وتتفرع عن الشكل التواصلية المتمثل في السياق و يمكن أن تتحقق في اللغة اليومية و اللغة العلمية ،لأن الرسائل في هذه الحالة تعتمد علي الوظيفة اللغوية المشتركة بين أفراد الجماعة اللسانية كما أن الغرض من التواصل يتمثل في الإبلاغ ذي الطبيعة النفعية تبعا لهرمية الوظائف المهيمنة في الرسالة لان وظيفتها الأساسية هي التركيز علي المرجع أو موضوع الرسالة ،بحيث تسمح لنا بالحديث عن الأمور و كل الأشياء المحيطة بنا (أشياء عينية و معنوية ، أو تكون من ضرب الخيال خرافية ) و تتأكد عندما يكون الحديث عن أشياء العالم ضمن وضعية معينة<sup>2</sup>.

**د- الوظيفة الإفهامية :** و يطلق عليها بعض اللسانيين الوظيفة التأثيرية وهو إصلاح مهم يمكن استثماره إلي جانب الإفهامية ذلك أن الأول نظر إليها من وجهة نظرية عقلية بينما الثاني يحمل المدلول العاطفي للوظيفة ، وتبرز هذه الوظيفة علي سطح الخطاب عندما تتجه الرسالة إلي المرسل إليه ، فالمميز لهذه الرسالة من الناحية التواصلية كونها ذات طابع لفظي يتمظهر في تركيبين بارزتين في كل لغة إنسانية و هما الأمر و النداء وأن قيمتهما الإخبارية لا تقل الإخضاع لأحكام تقييميه لأنها في أسلوب إنشائي بمصطلح البلاغة القديمة ، و بهذا نجد هذه الأحكام تهيمن و تفرض كافة حضورها خاصة في الأدب الملتزم و الروايات لأن هذين اللونين الأدبيين يمتصان علي مخاطبة الآخر و محاولة التأثير عليه وإقناعه و إثارته و كما تكتسي نوعية الإبلاغ الموجه للمستمع صيغة الأداة التمييزية التي تطبع الرسائل بدلالات خاصة وتتسم تمظهراتها و بناها التركيبية و النحوية بخصوصيات محددة تعين تعاليق مكونات<sup>3</sup>

1- المرجع السابق ص 51

2- طاهر بومزير ، التواصل اللساني و الشعرية ، ط1 سنة 2007 ص 34

3- المرجع نفسه ص 35

التي تتمركز و تتصل بالمرسل إليه ن وتحدد لنفسها إطار خاص لتبادلات العلائقية و التفضلات اللسانية التي تتفاعل داخلها.<sup>1</sup>

هـ - **الوظيفة الإنتباهية** : هناك أنماط لغوية تقوم بأدوار خارجية عن نطاق الخطاب الإبلاغي لتزويد المتلقي بقيم إخبارية و إنما تؤدي وظيفة المحافظة علي جهاز الاتصال و التأكد من استمرارية سلسلة الرسائل الموجهة إليه علي الوجه الذي أرسلت به لإقامة التواصل و الحفاظ عليه و ذلك باستخدام أشكال تعبيرية و سلاسل لفظية في لحظات معينة قصد إيصال المستمع المضمون الذي يحويه ذلك الإبلاغ الحقيقي ، كما تأخذ هذه الوظيفة أبعاد تشكيلية توظف لأغرض فنية توفرها الرغبة في إقامة التواصل و تحقق جمالية ، وتتفاعل مع الحمولة المعرفية الخاصة كما أنها توظف للتأكد إذا كانت دورة الكلام تشتغل أم لا ، و هذا ما ذهب إليه جاكوبسون <sup>2</sup> إذ أن هناك رسائل توظف في الجوهر لإقامة التواصل و قدم مثال علي ذلك : عندما نقول < ألو > ؟ < هل تسمعي > أو بالأسلوب الشكسيري استمع إلي و عندما يقول < نعم > فالعملية التواصلية هنا تستجيب قليل من دائرة الرسالة للتأكد من مرورها مهنا نلاحظ اشتراك كل من الباحث و المستقبل في وضع هذه الوظيفة فعند السؤال و الإجابة نلمح الدلالة علي الإجابة يعني سلامة الاتصال عبر القناة المستخدمة في العملية التواصلية.<sup>2</sup>

و- **الوظيفة الميتالسانية** : يمكن أن نميز هذه الوظيفة بين مجالين لغويين المجال الأول تمثله اللغة الواصفة المعتمدة في الدراسة العلمية التي تتخذ من اللغة موضوعا لها أما المجال الثاني فيرتبط بعمليات الشرح التي تتخلل التواصل في الكلام اليومي وهي بهذا ترمي إلي تحقيق درجة قصوى من التمثل لدي المستمع ، و نجد أن المدرس في هذه الوظيفة يقوم بشرح المصطلحات و المفاهيم الصعبة و الشفرة المستعملة ، كشرح مثلا لقواعد اللغة و الكلمات الغامضة الموجودة في النص و المفاهيم النقدية الموظفة أثناء الشرح.<sup>3</sup>

1-المرجع السابق ص 35

2- طاهر بومزير ، التواصل اللساني و الشعرية ، ص36

3- المرجع نفسه ص 37

## 4. أهمية التواصل :

- "إن أهمية الاتصال و التواصل بالنسبة للفرد يمكن أن نلخص هذه الفائدة في النقاط التالية
- يحدد التواصل دور الفرد داخل المجتمع و بذلك يحس كل فرد بقيمته الاجتماعية، فكل دور اجتماعي يفرض علي صاحبه التواصل مع الآخرين
  - يساعد الفرد علي الاقتراب مع غيره و إحساسه بالطمأنينة الناتجة عن التمسك الاجتماعي
  - يفيد الفرد في اتخاذ قراراته من خلال معرفته بالقضايا و الموضوعات اليومية
  - بدعم انتماء الفرد إلي المجتمع، كونه يكتسب سمات و خصائص المجتمع الذي يعيش فيه
  - يوفر المعلومات الخاصة بالبيئة مما ينعكس علي دعم الاستقرار داخل المجتمع و خارجه
  - يحقق الترابط بين الأفراد و يدعم التفاعل الاجتماعي
  - يحقق الحفاظ علي الهوية الثقافية للمجتمع
  - يولد الفهم عند الآخرين حسب قول غرايس >حين نتصل بالناس نفلح في توليد فهم لديهم يجعلهم يتعرفون علي قصدنا في توليد ذلك الفهم <"<sup>1</sup>

1. عميشال زكريا ، بحوث ألسنية عربية ، المؤسسة الجامعية الدراسة و النشر و التوزيع ، بيروت ، ط1 ، سنة 1992 ، ص 211

## السيمياء و العلامة

1- مفهوم السيمياء

أ- لغة

ب- اصطلاحا

2- اتجاهاتها

3- مفهوم العلامة

- عند العرب

- عند اللغويين

4- الأنساق العلامتية الثلاثة

## تمهيد :

لاريب أن الدافع التي دعت إلي تعاضم الاهتمام بالسمياء ،هو تشعب الموضوعات التي يتناولها هذا العلم باستثناء قلة الباحثين الذين يقصرون مجاله علي الألفاظ .ثمة إجماع شبه أن سائر العلامات غير لفظية هي كذلك من موضوعاته الأساسية و هناك عدد غير يسير من السيميائيين :كلاوس و سيبوك ، يدرج أيضا العلامات التي يستعملها الحيوان تحت هذا العلم ،والإقبال علي السيمياء هو نتيجة حاجة الفروع المذكورة لأدوات قادرة علي الوصف والتفسير ،و لهذا تكون بمثابة وسيلة فعالة لاستقصاء أنماط متنوعة من عمليات الاتصال و التبليغ و استيعاب كل ما هو مشترك بين هذه العمليات ،و بهذا يعد مصطلح السيميائية من المصطلحات الكثيرة التي شهدت تذبذبا و غموضا و تعددا في اللفظ و المعني نجد :<sup>1</sup>

semeion المشتقة من اليونانية ، Semiotics البرسية و Sémiology السوسرية ففي الاصطلاح الغربي بمعني وجود دليل ن بينما يلحظ الأمر أكثر اضطرابا و اتساعا في الاصطلاحات العربية الحديثة التي أتت بتسميات كثيرة للسميائية منها :السيمولوجيا ،العلامة ،علم الدلالة ،الإشارتية علم السيمياء .<sup>2</sup>

بالرغم من هذا الازدهار و كذلك تشعب فروع ،الدراسة لا يمكن بعد اعتبار السيمياء نسقا نظريا متكامل بل ليس هناك سوى طروحات متفاوتة من حيث المنهجية و الشمول ، وأن المحاولات التي يمكن أن تسحب علي مجال السيمياء يعود الفضل فيها أساسا علي تيارين رئيسيين ، ومن جهة ساهمت الفلسفة منذ نشأتها مع أفلاطون و الرواقيون مرورا بفلاسفة العرب و القرون الوسطي و كذا الفلاسفة المحدثين أمثال : لوك ليبنتز ،رولان بارت و هيغل وصولا إلي بيرس ، و من جهة أخرى كانت اللسانيات الأوروبية المعاصرة خصوصا بفضل مؤسسها دي سوسور و بفضل أعمال جاكسون و هيلمسلف بمثابة التأثير الكبير لفتح آفاق أمام الأبحاث السيميائية المتنوعة .<sup>3</sup>

1-فصيل الأحمر ،معجم السيميائيات ، منشورات الإختلاف ، الجزائر ، ص 60

2- المرجع نفسه ص 62

3- المرجع نفسه ص 63

## أولاً: مفهوم السيمياء

أ- لغة :

السيمياء مشتقة من الفعل سام الذي هو مقلوب وسم وزنها عَفَلَى وهي في الصورة فِعْلَى يدل علي ذلك قولهم :سمة فإن أصلها وَسْمَةٌ و يقلون سِيَمَى بالقصر و سِيَمَاءً بالمد و سمياء بزيادة الياء و بالمد ، و يقولون سَوَمَ إذ قلبوا حروف الكلمة و قلب عين الكلمة متأت خلاف قلب فائها ، ولم يسمع من كلامهم فعل مجرد من سَوَم المقلوب و إنما سمع منه فعل مضاعف في قولهم :سَوَم فرسه أي جعل عليه السمة ،وقيل الخيل المسومة هي التي عليها السيماء و السومة وهي العلامة .<sup>1</sup>

كما ورد هذا المعني في القران الكريم في عدة مواضع منها قوله تعالي >>تعرفهم بسمياتهم لا يسألون الناس إلحاقاً << البقرة الآية 273 وقوله تعالي >> و بينهما حجاب و علي الأعراف رجال يعرفون بسماهم << الأعراف الآية46 وقوله >>يعرف المجرمون بسماهم فيؤخذ بالنواصي و الأقدام <<الرحمن الآية 41

كما ورد السيمياء في الشعر قول أسيد بن عنقاء الفزاري يمدح عميله حين قاسمه ماله

له سيمياء لا تشق علي البصر

غلام رماه الله بالحسن يافعا

وفي جيده الشعري وفي وجهه القمر<sup>2</sup>

كأن الثريا علقت فوق نحره

و بهذا فإن كلمة سيمياء المشتقة تعني العلامة و بالفرنسية signe

و الأولي لنا استخدام هذا المصطلح سيمياء دون غيره لأنه مصطلح ضارب في الأصل ، إذ يعبر

عنه حالياً بمصطلحين هما Sémiologie بالفرنسية ، semiotice بالإنجليزية و هذا أن

المصطلحان مشتقان من اللفظة الإغريقية sémion بمعنى الإشارة أو العلامة .<sup>3</sup>

1-محمد مفتاح ، حول مباديء السيميائية ، عدد160

2-نفس المرجع ص 186

3- لمرجع نفسه ص 166

## ب- اصطلاحا :

من المعروف أن علم السميائيات علم حديث النشأة، لم يظهر إلا بعد أن أرسى دي سوسير أصول اللسانيات الحديثة في بحر القرن العشرين، مع الإشارة إلي وجود أفكار سميائية متناثرة في التراثين العربي و الغربي علي حد سواء فهو علم استمد أصوله من مجموعة من العلوم المعرفية، فإن مهمة إعطاء مفهوم عاما له من الأمور الصعبة جدا، والسبب في ذلك تعدد الآراء في تعريفه و في تحديد مصطلح دقيق له سواء في اللغات الغربية أو اللغات العربية<sup>1</sup>

إن السميائية كما عرفها دي سوسير هي عبارة عن علم يدرس الإشارات أو العلامات داخل الحياة الاجتماعية، و النص الذي يتلي دوما هو اللغة نظام العلامات تعبر عن أفكار، ولهذا يضع العلامة داخل أحضان المجتمع و يجعل اللسانيات فرعا من السمياء خلافا لغيره من العلماء، و هكذا فإن علم السمياء هو ذلك العلم الذي يدرس حياة الإشارات في قلب المجتمع و يهتم بإنتاج الإشارات أو العلامات و استعمالها بحيث تبرز الأنظمة السميائية من خلال العلاقات بين العلامات<sup>2</sup>.

أما السمياء في نظر الفيلسوف الأمريكي بيرس تبعا لرؤيته هي علم الإشارة و يظم جميع العلوم الإنسانية و الطبيعة حيث يقول >> ليس باستطاعة أن ادرس أي شيء في هذا الكون كالرياضيات، الأخلاق، علم النفس، علم الصوتيات، علم الاقتصاد .. إلا علي أنه نظام سميولوجي << نجد نظام بيرس السميائي (السميولوجي) عبارة عن مثلث تشكل الإشارة فيه الضلع الأول الذي له صلة حقيقية بالموضوع الذي يشكل الضلع الثاني المحدد للمعني، و الضلع الثالث أي المعني هو إشارة كذلك تعود علي موضوعها الذي أنتج المعني<sup>3</sup>.

1- فيصل الأحمر، معجم السيمياء، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، ص11

2- دانيال تشاندر، أسس سيميائية، تر طلال و هبة، المنظمة العربية للترجمة، ص 27

3- فيصل الأحمر، معجم السيمياء، ص 15

## ثانيا :اتجاهات السيمياء :

## أ.الاتجاه الدلالي :

يمثلها رومان بارت الذي يولي اهتماما كبيرا بالدلالة لدرجة يجعل منها مجموعة من الحقول المعرفية و المجالات السيميائية ترجع في أساسها إلي مسألة الدلالة ،كعلم النفس و البنيوية والنقد الأدبي ... وغيرها ، إذ أنها تدرس الواقع إلا من كونها ذات دلالة و معني ، ووجود الدلالة يؤدي إلي وجود السيميائية التي يري حبارت < أن بإمكانها أن تسدي خدمات لبعض العلوم و تصاحبها في طريقها و تطرح عليها نمودجا إجرائيا يحدد انطلاقا منها ،فلكل علم نوعية ينصب عليه . و قد هذا الاهتمام بالسيميائية نقطة تحول هامة في تاريخ حبارت <الفكري و ذلك بانقاله من البنيوية إلي السيميائية أي من بنيوية وصفية تبنتها علوم نقدية محددة من أنتروبولوجيا و علم النفس إلي سيميائية لا محدودة موضوعاته نصوص متعددة ينتجها الخيال من حكايات و صور وتعايير ولهجات وأهواء و بنيات تتمتع بمظهر الاحتمال و عدم يقين الحقيقة<sup>1</sup>، و لهذا يبقي حبارت < من أقوى المفسرين لي <سوسير > فيما يتعلق بالعلامة اللغوية الذي يري أنه الجزء الأكمل من البحث السيميولوجي المعاصر كما رده بدون انقطاع إلي مسألة الدلالة و افتراض الدلالة يعني اللجوء إلي السيميولوجيا و بهذا فالدلالة عنده لا تحتاج إلي القصد التواصلي بقدر ما تحتاج إلي الدلالة و أن كل المجالات المعرفية ذات العمق السيميولوجي الحقيقي تفرض علينا مواجهة اللغة ، ذلك أن الأشياء تحمل دلالات غير أنه ما كان لها أن تكون انساق سيميولوجيا و انساق دالة ، فلولا تدخل اللغة و لولا امتزاجها باللغة فهي إذن تكتسب صفة النسق السيميولوجي من اللغة ،كما أنه من الصعب جدا تصور مكان وجود مدلولات نسق و صور أشياء خارج اللغة فلا وجود لمعني إلا كما هو مسمى و لهذا يأخذ حبارت < بضرورة تدخل اللغة لأن كل الأشياء تحمل دلالات معينة ومن جهة أخرى تتطلب السيميائية البارتيية وجود اللغة التي تقوم دلالات الصورة و الأشياء و السلوكيات مما لا يمكنها الاستقلال عن اللغة و يعلق حبارت < علي ذلك قائل :مما لا مرأ فيه أن الأشياء، الصور ، السلوكيات قد تدل و تدل بغزارة لكن لا يمكنها أن تفعل ذلك بكيفية مستقلة ،إذن كل نظام دلالي يمتزج باللغة فالماهيات البصرية من سينما مسرح وصور صحفية تعد دلالتها عن طريق اقترانها برسالة لسانية ،كذلك فإن مجموعات الأشياء كاللباس ، الطعام ...لا ترقى إلي الأنظمة إلا بمرورها عبر البديل اللساني الذي يجزئ دوالها ويسعي مدلولاتها<sup>2</sup>. ويؤكد أن علم الدلالة يعالج

1- فيصل أحمر ، معجم السيميائيات ، ص 91

2- المرجع نفسه ص 92

كل الشفرات التي تمتلك بعدا اجتماعيا لأن كل الأنساق الدلالية لا يمكن أن تكون بمعزل عن اللغة ، ولأن كل النظام دلالي يمتزج باللغة

و لهذا نجد <بارت> أعطي أهمية للغة لأنها تقوم مقام الأشياء و الظواهر المحيطة بنا بكل جوانبها ، فنجد أن عناصر سيميائية الدلالة التي أخاص بها <بارت> في أربع ثنائيات مستقاة من الألسنية البنوية وهي اللغة الكلام الدال المدلول المركب النظام أو حيز التقرير و الإيحاء حيث تعتبر العناصر و المبادئ التي قامت عليها النظرية السيميائية لأنها كانت فعلا بمثابة عناصر خادمة و أهداف هذه الأخيرة التي تسعى إلي كشف عن كل ما هو جديد و بهذا فهي عناصر ذات أهمية لذا أولها <بارت> للعلامة الدلالية باعتبارها عناصر خادمة لمبادئ و أهداف النظرية السيميائية من جانب الدلالة والتواصل<sup>1</sup>.

## 2.الاتجاه التواصلية:

يمثل هذا الاتجاه كل من <برينو> و <موان> و <مارتني> و <بويسنس> و غيرهم إذ يقوم هذا الاتجاه في أساسه علي القول بالوظيفة التواصلية الابلاغية الدليل ، العلامة الذي تجمله يتكون جراء ذلك من ثلاثة أجزاء هي الدال ، المدلول ، (الوظيفة /القصـد) ، و أول من أرسى مبادئ سيميولوجيا التواصل هو <اريك بويسنس> وذلك منذ سنة 1943 عندما نشر كتاب اللغات و الخطاب ، كما أكد كل منهم ضرورة العودة إلي الفكرة السوسيرية القائلة بالطبيعة الاجتماعية للعلامات و ذلك تلافيا لتفكيك موضوع السيميائية مسندين بذلك إلي أفكار <دي سوسير> حول اللغة التي يقول بشأنها ،اللغة نظام من الدلائل يعبر بها الإنسان عن أفكاره ، ويقصد بالدلائل كل الإشارات اللغوية و الغير اللغوية ولكن جعل اللغة أشدهن أهمية فقوله <<يعبر بها عن أفكار >> يحيل إلي أنه يريد أن يجعل من الإشارات فعلا تواصليا مع مع الآخرين و بقصد من المتكلم و الحقيقة قد أشارة بالفكرة القائلة :<<بأن اللغة هي نظام من أنظمة التواصل >> بمعنى اقتران الأنظمة اللغوية و الغير اللغوية بالقصدية لغرض تحقيق التواصل بحكم التصور السوسيري للغة . جاء كل من <بريتو> و <موان> و <بويسنس> فعملوا علي تطوير أفكاره ، فقد أكد كل منهم أن وظيفة اللسان هي التواصل و التي لا تختص الألسنية فحسب<sup>2</sup>.

1فيصل أحمر ،معجم السيميائيات ، ص 36

2- المرجع نفسه ص 37

إنما توجد أيضا في البنيات السيميائية ، و يضيف <مونان> أن التواصل هو الذي يكون السيميولوجيا ، غير أنه مشروط بالقصدية الواعية و بناءا علي انحصار موضوع السيميائية في العلامة القائمة علي الاعتبائية لأن العلامات الأخرى ليست سوي تمظهرات بسيطة ، وبهذا تكون للعلامات السيميائية وظيفة تواصلية اجتماعية ، يمكن علي إثرها تقسيم التواصل السيميائي إلي محورين اثنين هما <sup>1</sup>:

✓ **التواصل اللساني:** الذي يتم عبر الفعل الكلامي و التبادل الحواري بين المتكلم و المستمع.

✓ **التواصل الغير لساني:** الذي يعتمد علي أنظمة غير لغوية يمكن تصنيفها إلي ثلاث معايير

هي:

معيار الإشارة النسقية :و يتميز بثبات العلامة و ديمومتها مثل علامات السير الثابتة  
معيار الإشارة الغير النسقية : و هي خلاف الأول أي يتميز بعدم ثبات علاماته و عدم ديمومتها  
مثل الملصقات الدعائية المغيرة إلزامية إلي جذب انتباه المستهلك .

معيار الإشارية :و يقوم علي العلامة الجوهرية الأساسية بين مضمون المؤشر و شكله كتلك  
الشعارات المتعلقة علي واجهة المحال التجارية و المشيرة إلي أنواع البضائع الموجودة ، و يدخل  
ضمن هذا المعيار الإشارية ذات العلاقة الاعتبائية مثل إشارة الصليب الأحمر إلي الصيدلية .<sup>2</sup>

### 3.الاتجاه الثقافي:

تعود جذورها إلي فلسفة الأشكال الرمزية عند <كاسيرير> و جماعة الشكلايين الروس و علي رأسهم  
<رومان جاكوبسون> و <يوري لوتمان> و <أوسينسكي> و <يفانوف> و <تودوروف> و يري أصحاب  
هذا الاتجاه ان العلامة تتكون من وحدة ثلاثية المبني ، المدلول ، المرجع و بهذا فالعلامة عندهم مبنية  
علي هذه العناصر و تنطلق سيميوطيقا الثقافة باعتبار الظواهر الثقافية موضوعات تواصلية و انساق  
دلالية تقوم علي بعث السياق الثقافي بكل حمولته علي الدلالات السيميائية بنية تحقيق التواصل و بهذا  
نجد مدرسة <تارتو> تولت عناية خاصة بالثقافة كونها الإطار الأصلي الذي يظم عموما السلوك  
الإنساني الفردي منه و الجماعي ، فالعلامة لا تكتسب دلالتها إلا بوضعها في إطار الثقافة و أن هذه  
الدلالة لا توجد إلا عن طريق العرف و الإصلاح فإن هذين بدورهما ما هما إلا نتاج التفاعل  
الاجتماعي.<sup>3</sup>

1-المرجع السابق ص 93

2-المرجع نفسه ص 94

3- ينظر المرجع نفسه ص 95

الداخل ضمن إطار آليات الثقافة فعليه أن هذه الثقافة تتكون من عدة انساق اقل تعقيدا بما في ذلك اللغات الطبيعية و الفنون و الأساطير.

والطقوس و غيرها ،و أن كل نسق سيميائي معزول مهما كان كاملا لا يمكنه أن يكون ثقافة بمفرده ، إذ الثقافة نتاج أنظمة من العلامات المتنوعة و المتداخلة و المشتملة علي مناحي الحياة المختلفة في اجتماع و سلوك و ايدولوجي ، كما تهتم بتخزين المعلومات لأن الحديث عن الثقافة يقودنا إلي الحديث عن الذاكرة التي يمكن النظر بواسطتها إلي الثقافة علي أنها ذاكرة الجماعة التي تقوم بتخزين المعلومات وتصنيفها و تنسيقها مثلها في ذلك الذاكرة الفردية للإنسان و هذا القول لا يتناقض مع ديناميكية الثقافة ،كما تهتم بتخزين المعلومات و ثباتها بأنها تقوم ببرمجة النصوص الجديدة و إنتاجها ، ومن هنا يمكن الانتقال إلي تلك النصوص الثقافية التي يري <ايفانوف > و أصحابه أن الثقافة هي الوظائف التي تؤديها هذه النصوص في الحياة الاجتماعية مع ما يصاحبها من آلية توليد هذه النصوص الثابتة و غيرها من النصوص المستقبلية ،كما نجد اتجاه آخر يهتم بالظواهر الثقافية لا تنشأ ولا تتطور إلا بتوفر شروط<sup>1</sup> ثلاث :

1- حينما يسند كائن مفكر وظيفة جديدة للشيء الطبيعي.

2- حينما يسعى ذلك الشيء باعتباره يستخدم شيء ما و لا يشترط أبدا قول هذه التسمية بصوت مرتفع ، كما لا يشترط فيها أن تقال للغير .

3- حينما تتعرف إلي ذلك الشيء باعتباره شيء يستجيب لوظيفة معينة و باعتباره ذات تسمية محددة ولا يشترط استعماله مرة ثانية و إنما يكفي مجرد التعرف عليه ، فكل ظاهرة ثقافية عبارة عن وحدة دلالية و أن المدلول وحدة ثقافية ،و هذا يعني أنها يمكن أن تدرس من وجهة نظر سيميولوجية باعتباره أنها ذات وحدات دلالية تمكن من التواصل.<sup>2</sup>

لقد اهتم <شارل موريس > منذ سنة 1938 م علي غرار تصورات ،بدور تسجيل الرمزي في العلوم ،بيبدو متحمسا لمشروع <بيرس > حول سيرورة العلامات مؤسسا انشغاله علي نظرية عامة للعلامات تطلق من قاعدة معرفية متعددة الاختصاصات انتروبولوجيا فلسفية و منطقية و سلوكية ، وتبدو السيميائية في نظره علاقة مزدوجة مع العلوم كونها علما قائما بذاته من جهة و أداة مسخرة لخدمة العلم من جهة ثانية ، ومن اللافت للنظر أن <موريس > منذ سنة 1938 م<sup>3</sup>

1-المرجع نفسه ص94

2- ينظر نفس المرجع ص 96

3- المرجع نفسه 99

يدافع عن تأويل سلوكي لنظرية العلامات و لا أدل علي ذلك توظيف لشبكة من مصطلحات علم النفس السلوكي مثل الحافز و التهيؤ للاستجابة إلا أنه كان يؤمن بما لا يدع مجال للشك بحياد النظرية العامة للعلامات ، ذلك بالنظر إلي التعارض القائم بين النزعتين الذهنية عند <بيرس> و السلوكية عند <شارل موريس > ولا ينبغي أن يحمل هذا علي أنه انقطاع مع المشروع السيميائي عند < بيرس > ذلك لان التأويل السلوكي الذي قدمه <موريس> للمفاهيم القاعدية في السيميائية يمكنه أن يجد موسعا واضحا ضمن تأكيد <بيرس> علي الخاصية الفردية لكل <سيميوزيس> من جهة وعلي حد الأقصى للدليل في كل مؤولة و تبني <موريس> التعريف الذي قدمه <بيرس> نفسه الخاص <بالسيميوزيس> و يميز فيه بين الشيء الذي يعمل كالدليل و بين ما حلل عليه الدليل و بين مفعوله .<sup>1</sup> الدليل علي أي شخص شارح كيفما كان نوعه و يقتضي ذلك المفعول يصبح الشيء المقصود دليل لذلك الشخص الشارح ن و يمكن أن نسمي هذه المكونات الثلاثة <للسيميوزيس > علي التوالي بالدليل الحامل و المبين و المؤول ، يمكن أن يدرج الشخص الشارح كعامل رابع و بعد مرور 26 سنة من بلورة هذا المفهوم <السياق> و من ثمة أضحى ينظر إلي السيميوزيس علي أن له علاقة بين أطراف تلك العلاقة التي تختلف فيها العلامات التي هيئ للفعل بطريقة محددة في الأشخاص الشارحين اتجاه نمط معين من الموضوعات في ظل بعض الشروط السياقية و من خلال المشروع المزوج <موريس > و <كارناب > تحديد المعالم السيميائية للتركيب المنطقي في ثلاث ميادين. هي :<sup>2</sup>

- (1) علم التركيب :الذي يعالج العلاقة الشكلية للعلامات فيما بينها
- (2) الدلائيات :تعالج علاقة العلامات بالموضوعات في كل حدودها الممكنة .
- (3) التداوليات :إذ تعالج علاقة العلامات بالمؤولين و إثارة المعني داخل السلوك بمعني السلوك السيميائي متمحور في تركيب البنية الشكلية للعلامة و الدلالة و التداول اللذان يهتمان بالمعني .

1- المرجع المرجع السابق ص 38

2- نفس المرجع ص 40

## ثالثا : مفهوم العلامة

## عند العرب :

لقد عرفت الحضارة العربية علم العلامات و مارسه الناس في حياتهم و اعتمدوا عليه في اتصالاتهم قبل أن يقعدوا قواعده و يصغوا أصولها من طليعة تبليغهم بالعلامات ن ما ورد في حديث أبي بكر حين عهد إلي عمر (رضي الله عنهما ) بالخلافة قائلا **كلكم ورم أنفه** أي اغتاض لأن المغتاض يرم أنفه و يحمر فقد عبر أصدق تعبيرا و أكثره لياقة عما أصاب الحاضرين من حسد و غيره عن طريق ما علت أنوفهم من احمرار وهي لفظة إشارية تحكي الواقع بصدق يقين <sup>1</sup>.

أما الجاحظ تطل دراسته التي تعتبر بحق بحثا سيميائيا أصيلا و قال في باب البيان و البيان اسم جامع لكل شيء كشف لك قناع المعني و هناك الحجاب دون الضمير حتى يفضي السامع إلي حقيقته و يهاجم علي محصولة كائنا ما كان ذلك البيان ومن أي جنس كان الدليل لأن مدار الأمر و الغاية التي يجري القائل و السامع، إنما هو الفهم و الإفهام فأني شيء بلغت الإفهام و أوضحت عن المعني فذلك هو البيان في ذلك الموضوع <و كان الهدف عند الجاحظ هو الفهم و الإفهام و هو يحتاج إلي علامات تنتقله، فبرزت عنده العلامات التي تنتقل المعني و هي تدور بين اللفظ و غير اللفظ

فقال الجاحظ معددا الإشارات و العلامات التي تدل علي المعاني وجميع أصناف الدلالات علي المعاني من لفظ و غير لفظ خمسة أشياء لا تنقص و لا تزيد أولها اللفظ ثم الإشارة، العقد، الخط وأخيرا الحال و التي تسمى نصبة.<sup>2</sup>

## عند اللغويين :

## (1) عند دي سوسير :

لقد أعلن دي سوسير في وقت متزامن تقريبا عن العلاماتية >إن اللغة نسق متكامل من العلامات التي يعبر عن الأفكار و إنها لتقارن لهذا مع الكتابة ، ومع أبجدية الصم و البكم ، و مع الشعائر الرمزية و مع ،صياغ اللباقة ، و مع العلامات العسكرية....وإنها تعد فقط النسق الأهم مع كل هذه الأنساق و إنما لا نستطيع أن نتصور علما يدرس حياة العلامات في قلب الحياة الاجتماعية ، وإنه سيشكل جزءا من علم النفس العام ،و سنعطي لهذا العلم اسم العلاماتية ( من اليونانية semeion علامة ) وإنه سيعلمنا

1-محمد كشاش ، اللغة و الحواس ، ط1 ، سنة 2001 ص 21

2- الجاحظ عمرو بن بحر ، البيان و البين ، ج3 ، دار الكتب العلمية ، بيروت لبنان ، ص 85

سيعلمنا مما تتكون العلامات و أي القوانين تسوسها و لأنه مازال غير موجود ، فيمكننا القول إنه سيوجد ، و لكنه يمتلك الحق في الوجود إذ إن مكانه محدد مسبقا < .وإن الإسهام المباشر لي دي سوسير في العلاماتية غير اللسانية فقد تحدد تقريبا بحدود هذه الجمل ، و لكنها اضطلعت بدور كبير و خاصة في فرنسا حيث كان من نتائجها أن تتطور العلاماتية ، وقد احتذي مثال اللسانيات بشكل دقيق .<sup>1</sup>

## 2. عند بيرس :

تعتمد السيميائيات التي أسسها بيرس علي تأمل فلسفي يشمل الكون كله ، فالعلامة هي علامة بحد ذاتها قد تكون مجرد ظاهرة أو كيفية بحثه فتسمي علامة كيفية (qualisigne) أو الصفة منها الجنسية كالألوان و الأنغام و الروائح ، وقد تكون العلامة شيئا فرديا يحصل في الخارج و تسمي علامة عينية أو مفردة ( d'insigne ) كوجود كلمة في سطر الكتاب فهي علامة عينية مهما تعددت مثل الإشارة الضوئية فهي في مكانها علامة مهما تعددت هذه الإشارات في الشارع ...<sup>2</sup>

و من حيث الدلالة علي الموضوع يقسم بيرس العلامة إلي أيقونة Icone و شاهد Index و رمز Symbole ، و الموضوع هو الشيء الذي يمكن تسميته أو الدلالة عليه كما يميز بيرس أيضا ثلاثة فروع للعلامة نسبة إلي المؤول ويستعبر لها ثلاثة مصطلحات من المنطق التقليدي و هي – rhème disert – argument ، فالأول rhème يقابلها مصطلح مفردة في المنطق عند العرب إلا أنّ مصطلح التصور أعم وأقرب إلي قصد بيرس ن أي كل علامة مفردة أو مركبة لا تصلح أن تكون حكما بل فقط حدا في الحكم ، و بالتالي لا تحتل لا الصدق و لا الكذب مثل المحمولات البسيطة كأسمر أو المحمولات المركبة طويل الشعر أو الاستعارات كأسد بدل اسم الشخص و المصطلح الثاني disert الذي تعني القول فيختص بقسم من القول الذي هو تام لا ينطبق علي القول الناقص الذي ينطبق علي المصطلح rhème فهو التصديق و عند بيرس علامة قابلة للحكم ، أي أنها قابلة للصدق و الكذب فهي مركب تام و مركب يصح السكوت عنه ، و المصطلح argument الحجة ، تاليف من العلامات لا يتعلق غلا بالقواعد و هي أتم العلامة الحجة دائمة الصدق و أقر بمجموعة المقولات ممكنة التحقق في الواقع .<sup>3</sup>

1- منذر عياشي ، العلامتية و علم النص ،المركز الثقافي العربي ، ط1 سنة 2004 ص18

2- فيصل أحمر ، معجم السيميائيات ، ص22

3- نفس المرجع ص 23

## رابعاً: الأنماط الثلاثية للعلامات :

حاول السيميائيون تصنيف و الوقوف علي أنماطها تحقيقاً للوصف العلمي الذي تتوخاه السيميائيات بوصفها علماً عاماً ، و قد خضع هذا التصنيف لمبدئي التعليل و الاعتباطية من جهة و ثنائية التماثل و عدم التماثل ، و ترتيب عن ذلك وجود أنماط من العلامات كنا أو مآناً و إليها سابقاً أغلبها ما صنفه بورس في أثناء تعريفه للعلامة وهي القرائن و الأيقونات و الرموز بحصر المعني و حسب ديكرود > إن بورس يعود لكي يميز ضمن الأيقونة بين ثلاثة أنواع من الدلائل ، الأول هو الصورة image و هو عبارة عن رسم فوتوغرافي للشيء ، يحتفظ بعناصر الشيء و علاقاتها و أبعادها ، الثاني هو الرسم diagramme الذي لا يحتفظ من الشيء المرسوم إلا بالعلاقات بين عناصره المكونة مع إغفال صفاته ، عنه يرى الأولي لخريطة أو بناية ، الثالث هو الاستعارة métaphore هذا الدليل لا يحتفظ من الشيء إلا بصفة من صفاته باستعمال شيء آخر يتوفر علي هذه الصفة <<sup>1</sup> إلا أنه لا يوجد تصنيف متفق عليه من قبل الاتجاهات السيميائية ، حيث لا يجمع حولها الباحثون ، ولا سيما أن المشروع السيميائي لدي سوسير لا يحتتمل إلا صنفين من أنماط العلامات و هما العلامة القائمة علي مبدأ الاعتباطية ، إذ لا وجد لعلاقة بين الدال و المدلول و الرمز الذي تحكمه علاقة تعليل بين الدال و المدلول بينما شارل ساندرس بورس كما أشرنا إلي ذلك إلي تصنيف ثلاثي في مقابل التصنيف الثنائي لدي سوسير الرمز ، القرينة ، الأيقونة.<sup>2</sup>

أ- الأيقونة : و في أصلها اليوناني eikone و تفيد الصورة وفي اللاتينية تفيد التمثيل أو التصور représentation ، لأن اللاتينية تملك كلمة مناسبة للصورة هي imagio و بيرس في استعماله للأيقونة قصد بذلك العلامات الأولية أو تلك العلامات التي تحيل إلي الشيء الذي تشير إليه بفضل صفات تمتلكها خاصة بها و حدها فالأيقونة قائمة علي التشابه وهذا أما قوله بورس حينما يجعل الأيقونة قائمة علي وجود عناصر مشتركة بين المآثور و الموضوع ، فالأيقون علامة تحيل علي الموضوع بموجب الخصائص التي يمتلكها هذا الموضوع سواء كان هذا الموضوع موجوداً أو غير موجود ، فلا وجود لأي تمايز علي الأقل في الأيقون الخاص بين المآثور و الموضوع الذي يحيل عليه لذا فالأيقون هو علاقة يملك طابعا يجعل منها دالة .<sup>3</sup>

1- أحمد يوسف ، السيميائيات الواصفة ( المنطق السيميائي و جبر العلامات ) منشورات الإختلاف ، الجزائر ، ط1، سنة 2005

ص 83

2- دانيال تشاندرز ، أسس سيميائية ، تر طلال وهبة ، المنظمة العربية للترجمة ، ط1 ، 2005 ، ص219

3- نفس المرجع ص 220

حتي و لو غاب موضوعها مثل ذلك بخط قلم الرصاص ، يمثل خطأ هندسيا < و بعبارة أخرى فإن العلامة الأيقونية هي علامة تملك بعض الخصائص الشيء الممثل في تصور بورس ، و انتاج العلامة ولا نستطيع أن نميز بين المأثور و الموضوع إنهما متطابقان <sup>1</sup>.

و إن السمة المحددة للأيقونة حسب بيرس هي فقط التشابه المحسوس فهو يعلن أن الإشارة الأيقونية تمثل بالدرجة الأولى بواسطة التشابه ، و علي الرغم من تسمية الأيقونة بمقدار ما هي مماثلة للشيء و بمقدار ما تستعمل كإشارة له ، و للأيقونات صفات تشبه صفات الأشياء التي تمثلها و كثير الأحاسيس نضيرة لها في الفكر و بخلاف المؤشر ، ولا تملك الأيقونة ارتباطا ديناميكيا بالموجودة التي تمثل ، كون الدال يشبه ما يشير إليه لا يجعله بالضرورة محض أيقوني <sup>2</sup>.

تقول سوزان لانجيه > إن الصورة في الأساس رمزا لما تمثل و ليست نسخة طبق الأصل عنه < كما يقول جون ليوز Jon Lyons > إن الأيقونة تعتمد دائما علي خصائص في الوسيط الذي يعطي الشكل < يقدم كمثال لذلك كلمة الإنجليزية المحاكية cuckoo (الكوكو) و يقول إنها أيقونة عندما وسيلة اتصال لفظية (كلام ) أما عندما تكون وسيلة اتصال تصويرية (كتابة فليست كذلك في حين تستطيع وسيلة الاتصال اللفظية تمثيل أصوت مميزة ، كما عبر ابن جني تعبيرا واضحا عن مفهوم الأيقونة و ذاكرة وظائفها المتمثلة في السرعة و الخفة و السهولة إلي حد يكاد ينطبق مع ما انتهى إليه تعريف بورس فيقول <كل واحد منها لفظ إذا ذكر عرف به مسماء ليمتاز عن غيره ، و يغني ذكره عن إحضاره إلي مرآة العين ، فيكون ذلك أقرب و أخف و أسهل من تكلف إحضاره > <sup>3</sup>

كما الأيقونات أخذت فضاء أرحب للسيميائيات عامة ، و السيميائيات البصرية التي عبرت عنها الثقافات القديمة و أخذت صيغة دينية حينما صارت أيقونة و تشير إلي طلاء ديني خالص للكنيسة الأرثوذكسية في الشرق ، لقد اهتم بها علماء الأنثروبولوجيا الثقافية ووقف عليها الفيلولوجين و علماء الآثار ، ولكن الحضارة المعاصرة و المجتمعات الحديثة و جدت فيها ضالتها بل أصبحت لغتها الحية التي تتجاوز في بعض الأحيان معوقات اللسان في تحقيق تواصل أوسع بين البشر فتكاد تكون الأيقونة الموضوع الذي له خطوة ربما أكثر من غيره من العلامات الأخرى في السيميائيات المعاصرة علما بأن العلامات البصرية ليست مشهدا من مشاهدها ، إن وجود الأيقونات مشروط بوجود الموضوعات التي تربط بينهما علاقة

1- أحمد يوسف ، السيميائية الواصفة ، ص86

2-المرجع نفسه ص 89

3-سعید بن كراد ، السيميائيات و التأويل ، ص 22

علاقة مشابهة التي لا يمكن أن نفهمها علي النحو الشائع الذائع ، إن المشابهة قد تكون ضربا من المماثلة بين أجزاء الموضوع المعين الذي تشير إليه كما هو الحال في الخرائط .<sup>1</sup>

إن الأيقونات ضرب من العلامات التي تنفرد بخصية التعليل التي تستند إلي عامل المشابهة الناتجة عن نظام التقطيع غير المتماثل ومن الأمثلة التي تساق في مجال الأيقونات كما حددها بورس ثلاثة أنواع من الأيقونات :

**1/أيقون الصورة :** وهي كل الصور التي تحيط بنا و التي نودعها نسخة منا ، و العلاقة هن قائمة علي وجود تشابه بين المأثور وموضوعه فيما تحيل عليه الصورة هو نفسه أداة تمثيل كما تركز علي المشابهة بين الكيفيات البسيطة بين وحدتين بينهما علاقة .<sup>2</sup>

**2/أيقون الرسم البياني :** وهي كل رسم تخطيطي ، وعند وجود تناظر في العلاقات بين أجزاء السم الموجودة حتى مع غياب الشبه الحسي بينهما ، و هناك رسوم تخطيطية كثيرة لا تشبه الموجودات أبدا في ظاهرها إنما يكمن التشابه في العلاقات بين الأجزاء حتي أكثر الصور واقعية ليست مطابقة للأصل أو حتي نسخة عنه ، كما أنها تسعى إلي تمثيل العلاقات القائمة بين الأشياء عن طريق العلامات التي تظهر نفسها ، كما أن في هذه الحالة نكون أمام علاقة أيقونية بين المأثور و موضوعه قائمة علي وجود تناظر بين العلاقات التي تنظم عناصر الموضوع و عناصر المأثور ، مثال ذلك البيانات التي تستعملها الإحصائيات و كذلك النماذج النظرية في العلوم الدقيقة .<sup>3</sup>

**3/الأيقون الاستعاري :** تمثل الطبيعة التمثيلية التي ليست بالضرورة أن تكون قائمة علي الاستبدال و المماثلة و إنما علي التوتر و مبدأ فائض المعني في نظرية بول ريكو . إن الأيقونات هي أيضا كيانات عقلية أو صور فكرية خالصة ماثلة في الذهن ن وكذلك ما يؤكد **كانطية بورس** في تكوينه الفلسفي الأول ، ولهذا كثيرا ما تحكم العلاقة العقلية بين الأيقونات و موضوعاتها في مقابل أيقونات فعلية تحكمها علاقات مشابهة حسية . ولا يمكن أن تؤول حرفيا بعبارة ما صدقية و حتى (بالنسبة إلي عالم ممكن ) لا تقول أبدا الصدق أي أنها لا تقول أبدا شيئا يمكن للمتلقي أن يقبله بكل اطمئنان علي أنه صادق حرفيا ، إن أكذوبة الاستعارة ظاهرة (فالمرأة ليست بجعة كما أن المحارب ليس أسد ) إلي حد أنها لو وقع فهمها بصفة حرفية لتعطل الخطاب ، إذ ستحدث قفزة تشاكل دلالي غير قابلة للتفسير ، ينبغي تأويل الاستعارة باعتبارها صورة .<sup>4</sup>

1- سعيد بن كراد، السيميائيات و التأويل، ص 26

2- نفس المرجع ص 29

3-مجلة عالم الفكر ، عدد 35 ، مارس 2007 ص 11

4- المرجع نفسه ص 13

وتمثل العلاقة السيميائية عن طريق علاقة سيميائية مشابهة ولهذا حظيت الاستعارة منذ أرسطو باهتمام الفلاسفة إلي أن خصص لها السيميائيون حيزا من الدراسة ، وكما أنها تكون أمام شبكة من العلاقات المعقدة ، فهي تشير إلي الطابع التناظري القائم بين الماثول و الموضوع من خلال الإحالة علي عناصر المشتركة بين الأول والثاني ، وقد يتعلق الأمر بالخصائص و قد يتعلق بالبنية مثال ذلك صورة شجرة صغيرة قد توحى بالطفولة و التشابه هنا لا يتعلق بعناصر محسوسة و مشتركة بينهما بل يتعلق بخصائص مجردة كالطراوة و النضارة و العفوان ، إلا أن هذا التشابه الذي يلمح إليه بورس يخلق الكثير من سوء الفهم ، إن إيكو يرفض رفضا مطلقا فكرة التشابه و عوض ذلك يقول بالتسنيين المسبق الذي يتحكم في إدراك العلامات الأيقونية.<sup>1</sup> فالأشياء التي تري و تدرك بالعين أي كل ما يشغل كعلامات أيقونية لا ينظر إليها في حرفيتها ن وإنما يتم التعامل معها باعتبارها عنصرا منضويا داخل هذا النسق أو ذاك ، من هنا فإن العلامات الأيقونية تشتغل رغم كونها محكومة ظاهريا علي الأقل بمبدأ التشابه وفق نسق أيقوني يحدد درجة هذا التشابه و أيضا يحدد من سلطة الإحالة المباشرة و من ثم يحدد نمط إنتاج و إعادة إنتاج عناصر التجربة الواقعية ،فإدراك الواقع عبر العلامة الأيقونية ، ولا يتم انطلاقا مما تشتمل عليه هذه العلامة من عناصر قادرة علي إحالتها علي تجربة واقعية ، بل يتم عبر معرفة سابقة إنها تمكننا في الآن نفسه من الإمساك ببنييتين بنية إدراكية متولدة عما توفره العلامة الأيقونية كتمثيل ذهني عام و بنية واقعية هي منطلق التمثيل و أصله و هذا يعني أننا لا ننتقل أليا من الدال الأيقوني إلي ما يوجد خارجه ن فنحن دائما في حاجة إلي وسيط يجعل الرابط بين الطرفين قادرا علي توليد دلالة أي قادرة علي الانضواء تحت نسق يمنحه امكانيات التدليل .<sup>2</sup>

كما يختصر إيكو طبيعة هذه الإحالة في عنصر واحد هو سنن التعرف فلا يمكن الحديث عن إدراك ضمن عالم العلامات الأيقونية إلا انطلاقا من وجود معرفة سابقة تمكننا من تأويل هذا العنصر أو ذاك وفق انتمائه لهذه الدائرة الثقافية أو تلك فحسب إيكو > هناك سنن أيقوني يقيم علاقة دلالية بين علامة طباعية و بين مدلول إدراكي مسنن بشكل سابق ، أي هناك علاقة بين الوحدة المميزة داخل السنن الطباعي و بين الوحدة المميزة داخل سنن مغنمي يعد إنتاجا لعملية تسنين سابقة علي التجربة المدركة ><sup>3</sup>

ب-المؤشر : يرتبط استخدام كلمة المؤشر في الصيغة التأشيرية ارتباطا و وثيقا باستعمالاتها في اللغة الانجليزية Index فهي تعني أيضا فهرس كتاب ، و تعني إصبع السبابة ، ويقدم بيرس مقاييس

1-سعيد بن كراد ، السيميائيات و التأويل ، ص 112

2-المرجع نفسه ص 115

3-المرجع نفسه ص 118

متنوعة لتحديد المؤشر ، ويدل علي أمر و علي سبيل المثال تدل الساعة علي الوقت وقد حدد بيرس أن هناك علاقة أصيلة بين الإشارة و الموجودة بحيث لا تعتمد اعتمادا صرفا علي الفكر المفسر ، و المؤشر يرتبط بالموجودة في الواقع الحال ولا يمكن أن تكون الموجودة متعلقة بخيالية و لا تستند إلي التشابه و التناظر في حين يتصف المؤشر بالتجاور<sup>1</sup>.

وتعتبر إيزييت براس أن المؤشر علاقة و ليست صفة لذلك لا يحتاج الدال إلي سمات خاصة ، يكفي أن يكون بالمستطاع البرهنة علي ارتباطه بشيء آخر و أهم هذه الوابط التوارد المكاني و التابع الزمني والسبب بالنتيجة<sup>2</sup>.

كما أن المؤشر تثير انتباهك غلي وجود شيء ما عبر دافع و هذا الدافع لا علاقة له بالتشابه فهو يتم بحكم علاقة مرجعية و لهذا السبب فإن المؤشر يفقد مباشرة الطابع الذي يجعل منه علامة إذا حذف موضوعها أما إذا غاب المؤول فإنه لن يفقد هذا الطابع ، و هذا ما يوضحه التعريف الذي قدمه بورس للمؤشر >علامة أو تمثيل يحيل علي موضوعه لا من حيث وجود تشابه معه ،ولا لأنه مرتبط بالخصائص العامة التي يمتلكها هذا الموضوع و لكنه يقوم بذلك لأنه مرتبط ارتباطا ديناميا مع الموضوع الفردي من جهة و مع المعني أو ذاكرة الشخص الذي يشغل عنده هذا الموضوع من جهة ثانية <

إن الانتقال من المأثول إلي الموضوع يتم بحكم التجاور الوجودي ، ولا يحكم القانون أو التشابه بالدخان دليل علي النار ،رغم عدم وجود أي تشابه بين الدخان والنار فإن المؤشرات قد تكون طبيعية و قد تكون اجتماعية أو لسانية<sup>3</sup>.

**ج- الرموز: Symbole** ينحدر من طبيعة عامة ومجردة ولا يستند إلي حدث و لا إلي نوعيات أو أحاسيس و إنما يكتفي إلي الإشارة وإلي القانون و الضرورة و لهذا فإن العلاقة القائمة بين المأثول الرمزي و موضوعه لا تستند إلي التشابه ولا إلي التجاور و إنما إلي العرف الاجتماعي الذي يعد قانونا و قاعدة ن ولهذا فإن الرمز هو مأثول يكمن طابعه التمثيلي في كونه قاعدة تحدد مؤوله ، فكل الكلمات و الجمل و الكتب و كل العلامات العرقية الأخرى تشغل كالرموز فنحن نتحدث عن كتابة أو نطق كلمة (رجل) مثلا و لكننا في واقع الأمر لا ننطق و لا نكتب إلا نسخة أو تجسيد لهذه الكلمة<sup>4</sup>.

1- المرجع السابق ص 122

2- ينظر المرجع نفسه ص 125

3مجلة عالم الفكر السميائيات ، مجلد 35 ، مارس 2007ص 25

4- نفس المرجع ص 27

# الإشهار

1-نبذة تاريخية عن ميلاد الإشهار.

2-تعريف الإشهار

أ-لغة .

ب- اصطلاحا .

3- انواع الرسائل الإشهارية

3-عناصر الإشهار .

4-بلاغة الصورة و فاعلية التأثير في الإرسالية الإشهارية .

5-تحليل الإرسالية الإشهارية وأهم مراحلها .

• مرحلة الوصف العام للمنتج

• مرحلة تحليل المنتج

• مرحلة التحليل التشكيلي

• طريقة الطباعة

6- مرحلة التحليل الأيقوني و سيكولوجية الإرسالية

فالرمز لا يمكن أن يكون رمزا إلا إذا كان تكيفا لسلسلة من النسخ السلوكية المتحققة ، فلا يمكن للنسخة المفردة أن تكون رمزا ولا يمكن أن تؤدي السلوك الفردي غلي إنتاج رمزا ، وإن الرمز يحتاج إلي الزمن و الوظيفة الرمزية التي نشأة من تعدد التجارب و تنوعها و تكرارها أيضا > إن المأثول الرمزي هو نفسه ذو طبيعة عامة أو قانون أو علامة معيارية ، إنه ليس فقط عاما و مجردا و مجزوما من أي سياق و لكن موضوعه أيضا يجب أن يكون من طبيعة عامة أي مفهوما <sup>1</sup>

و الرمز يشير إلي موضوعها من خلال الذهن و الفكر الذي يستخدمه مثل الألفاظ اللغوية ذات الطبيعة العامة و بالتالي الرمز لا معني له في ذاته بل يتحدد معناه فقط من قبل الذين يستخدمونه بطريقة اصطلاحية و لكن هذه الاصطلاحية لا تجري بطريقة عشوائية إذن إن طبيعة الموضوعات ذاتها هي التي تحكم اتفاقنا علي رمز معين و كيفية استخدامنا له علي أن الخلاف قائم حول علاقة الرمز بالعلاقة ، و بيرس يذهب إلي يذهب إلي أن الرمز جزء من العلامة و يختلف عن الأيقونة و الإشارة <sup>2</sup>.

أما دي سوسير تحاشي اعتبار الإشارات اللسانية رموزا لكي لا يختلط استخدامه للمصطلح باستخدام الشعبي له فيقول بأن الرموز في معناها الشعبي ليست أبدا اعتبارية بالتام و أنها تظهر علي الأقل ارتباطا طبيعيا بين الدال و المدلول كما ركز سوسير علي الرمزية الاعتبارية و هو الرياضيات فلا تحتاج الرياضيات أبدا أن ترجع إلي العالم الخارجي ، الرياضيات منظومة علامات و ليس اعتبار مدلولاتها مفاهيم موضع جدال <sup>3</sup>.

وكما يعرف بيرس الرمز علي أنه كل علامة مرتبطة بموضوعها بمقتضي تواضع فبينما يحيل العارض علي موضوعه بمقتضي سببية مادية و تحيل علي الأيقونة علي موضوعها بمقتضي ساعات خاصة ، فإن الرمز هو علامة تحيل علي الموضوع الذي تشير إليه بمقتضي قانون ، يكون في العادة علي شكل تداع الأفكار عامة ، ومن المحتمل أن الاختيار المصطلحي لبيرس يعود إلي كونه قور أن يستعمل لفظ ، علامة علي أنه يحيل علي جنس عام جدا و لهذا كان عليه أن يجد تسمية مختلفة لهذا النوع المفصوص الذي تنتمي إليه العلامات اللغوية كلها ، ومع ذلك لا شك في أنه توجد في الرموز الجبرية أو المنطقية أو الكيميائية بالنسبة إلي بيرس ، أيضا جوانب أيقونية بما أن شكلها يمثل علاقات منطقية (و بذلك يمكن أن نتحدث بعبارات إيكو عن علاقة (برهنة معقدة) ،ولكن بالنسبة لبيرس أنه لا وجود لأية علامة تكون في حد ذاتها رمزا فحسب أو أيقونة أو عارضا و إنما تحتوي العلامة و بنسب مختلفة <sup>4</sup>.

1- أحمد يوسف ، السيمياء الواصفة المنطق السيميائي و جبر العلامات ، منشورات الإختلاف ص 55

2 - المرجع نفسه ص 59

3-عبد القادر فهيم الشيباني ،معالم السيميائية العامة اسسها و مفاهيمها ص 87

4- المرجع نفسه ص 89

## تمهيد:

يعتبر الإشهار أحد الأنشطة الاتصالية التي تركز عليها أي مؤسسة في سبيل التعريف بالسلع والخدمات التي تساهم بها في العرض المتوفر في سوق معين، من هنا كان من الضروري الانطلاق من دراسة استطلاعية قبل البدء في تصميم الحملات الإشهارية، حيث تسمح هذه الأخيرة بالتعرف على حاجات ورغبات المستهلك والتي تتحول إلى طلبات بمجرد حصول الزبون على الموارد الكافية لتحصيلها كما تجدر الإشارة إلى أن دور الإشهار يختلف حسب عدة متغيرات، فهو مرتبط أساساً بالخطة التسويقية بصفة عامة والإستراتيجية الاتصالية المسطرة من طرف المؤسسة بصفة خاصة، كما ترتبط وظيفته بالسوق الممثل في العرض والطلب وبالظرف الاقتصادي الذي تمر به المؤسسة من جهة والمميز لقطاع النشاط من جهة أخرى.<sup>1</sup>

يعتبر الإشهار إحدى السمات المميزة للحياة اليومية للمجتمعات الحديثة، نظراً للتطور الهائل في وسائل الإنتاج، والمرحلة الفكرية المتقدمة التي وصل إليها الإنسان، ونسبة التحرر العالية سواء في الميدان الاقتصادي أو الثقافي التي يتمتع بها الفرد المعاصر، وكذا التطور السريع و المتواصل لوسائل الإعلام والاتصال.<sup>2</sup>

هذه الأخيرة يستخدمها المعلنين من أجل الوصول إلى الجماهير الاستهلاكية الواسعة، فنجدهم يقومون بشراء مساحات في الصحف والمجلات سواء الورقية أو الالكترونية، أو مدة زمنية من وقت البث في التلفزيون أو الإذاعة لنشر إشهاراتهم، إضافة إلى اعتمادهم على وسائل أخرى منها اللافتات الخارجية كالمصقات واللوحات الملونة و اللوحات الكهربائية الضخمة، وكذا الإعلانات الموضوعة على وسائل المواصل وعرض الواجهات في مكان البيع.<sup>3</sup>

فهذه العوامل مجتمعة جعلت من الإشهار نشاطاً لا يذم منه في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، ووسيلة فعالة في التأثير على الجماهير والتحكم بنسبة معينة في سلوكها وثقافتها الاستهلاكية، نظراً للتأثير الكبير الذي يمارسه على حياة الناس، حيث يُشجَعُهُم على تناول أنواع معينة من الطعام أو ارتداء ملابس معينة أو اقتناء سيارات معينة أو استعمال أنواع معينة من السلع المستخدمة في المنازل. ويُروَّج الإشهار لاستعمال الأدوات المؤقَّرة للوقت.<sup>4</sup>

1-www .mawdoo 3.com

2-الموقع نفس-

3 www.google.com/AAM/publicity

4 نفس الموقع

## نبذة تاريخية عن الإشهار :

يعتبر الإشهار قديم قدم الإنسانية ، إذ ظهر منذ حوالي 3 آلاف سنة قبل الميلاد ، على شكل كلمات متناغمة يلقيها الناس في الأسواق والأماكن العمومية من أجل التعبير عن متطلباتهم للآخرين، بهدف إقامة العلاقات التبادلية وتحقيق المصالح والمنفعة المشتركة، أو على شكل نداء يستخدمه الباعة للترويج لبضاعتهم والدعوة لاقتنائها<sup>1</sup>.

هذا الشكل الشفوي يعتبر النواة الأولى للإشهار وقد ظهر بخاصة لدى الإغريق ، ومن ثم الرومان الذين طوره إلى تحريري ، بإنشائهم لسجل المشرع الروماني ، الذي كانت تنقل فيه كل قرارات السلطة وكافة إعلانات البيع و الشراء و التاجير<sup>2</sup>.

ثم بدأ استخدام بعض العلامات واللافتات ، كوضع رسم للحذاء أمام متجر بائع الأحذية ، أو تزيين المخمرة لدى الإغريق برسومات لنبات اللبلاب الذي يرمز لباكوس الإله النبيذ ، وقد عثر في شمال العراق على لافتة مكتوب عليها باللغة البابلية القديمة عبارة " لا أبيعها إلا للعشاق " ، تبين فيما بعد أنها لافتة كانت تعلقها إحدى بائعات الورود أمام مدخل متجرها و قد تطور الإشهار أكثر في أوروبا ، إذ صدر مرسوم ملكي فرنسي عام 1722 م ، أصبح الإشهار عن طريق الملصقات بمقتضاه حرفة شرعية<sup>3</sup>.

ثم تطور أكثر بعد الثورة الفرنسية عام 1789م ، حيث عرفت الصحف بعضا من الحرية ، فقامت جريدة La gazette de france بوضع أول تعريف للإشهار ، لكن هذا التعريف لم يفرق بين مفهوم الإشهار والمفاهيم الأخرى كالدعاية ، إذ لم يتخذ مفهومه التجاري إلا في بداية القرن 19م ، عندما تحررت التجارة من الإقطاعية ، وتحررت الصحافة من السلطوية والقهر الممارس عليها ، كتحميلها لرسوم ثقيلة<sup>4</sup>

ليست الصناعة الاشهارية نتاج التطور النفسي و العلمي ،بل هي صناعة قديمة ،فلطالما عبر الانسان عن متطلباته وكذا عن انتاجه ،كما اقتنع منط زمن بعيد ان خاصية تبادل المنفعة ضرورية لضمان الاستمرارية و البقاء ، و تعد طريقة التعليق l'affichage في داخل المحلات التجارية اقدم طرق الاشهار في اوروبا، حتى اكتشف العلماء الاثار امثلة جديدة عن طريقة اخرى اكثر شيوعا هي الرسم ، الطباعة على البيانات ،فاذا اردنا التفكير حسب LAURENTGERVERAU في اصل كلمة اشهار

1بشير ابرير ، دراسات في تحليل الخطاب الغير أدبي ،الملتقى الخامس ،ص96

2المرجع نفسه ص97

دعاية في لغة الفرد سنجدها حتما ذات طابع ديني ، ففي عام 1922 م تأسست أول جمعية للدعاية الدينية و الطائفية تطورت و أصبحت بمعنى الدعاية السياسية مع الثورة البلشفية في روسيا 1917، لكنها ، لكنها اخدت طابع ها التجاري مع الحركة السياسية في باريس سنة 1950 حيث عرضت الصحف مجموعة من الأسلحة المعلقة الحديثة ، إذ يرى بعض المؤرخين إن اللافتات الخارجية على المتاجر هي أول الإشكال الإعلان ، فقد استخدم البادليون لافتات للدعاية على متاجرهم منذ 3000 ق م ، لكن التطور الفعلي للإشهار مع الو.م.ا الصناعية حيث اتسعت دائرة توزيع و إرسال المصنفات les catalogue والذي شاع بكثرة حوالي سنة 1970 وكذا المؤسسات التي تتبع منتجاتها بالمراسلة correspondance الذي شاع بكثرة حوالي السنة 1870 وهكذا غزى الإشهار باقي القطاعات الجديدة خاصة ، قطاع انتاج المواد الطبية و الصيدلية مصانع كوكا كولا ، مركبات الحديد ، ومع التطور التقني و بعد الحرب العالمية الأولى نشط الإشهار و استعمل وسائل الإعلام و الصحافة قناة له و تحديدا مع الراديو بدا نفسا جديدا ابتداء من 1929 على يد مارسيل بلوستاين بلوتشي MARCEL BLEUSTEIN BLANCHET المؤسس الأول للوكالة الاشهارية الفرنسية و المالك للبريد الفرنسي آنذاك <sup>1</sup>.

لكن بعد الحرب العالمية الثانية ظهرت عدة عوامل أدت إلى التطور الصناعة الاشهارية مثلما هي الآن من حيث الجودة و التصميم و الإفراج خاصة بعدما أقيمت دراسات اكاومية تقدم مقررات حول المادة الاشهارية بكل متخصص هذا ما عزز هذه الصناعة لتصبح قطاعا مهما في المؤسسات الحضارية المعاصرة ، كما ساهم التضخم في الحياة الاقتصادية المعاصرة في تعبئة المنافسة التي تحولت إلى أهم العوامل الصناعية الاشهارية فكل شركة تحاول تسويق منتجاتها مهما كان نوعه و كميته قيمته <sup>2</sup>.

كما ارتبطت المناحة الاشهارية بتطوير وسائل الاتصالات الحديثة كذا التطور الذي مس إنتاج السلع الخدمات التي تؤثر على سلوك المستهلك و تخلق لديه الرغبة في اقتناء المنتج و قد استطاع إن يصبح بذلك سلطة تثيرونا و تستهونا و تغير قيمنا و ذوقنا واختياراتنا خاصة و انه يستعمل الموسيقى و اللون الإيقاع لمداعبة خيال المتلقي وتأثيره عليه تتشكل الإرسالية بتفاعل ما هو لغوي مع ما هو بصري بهذا تعد الإرسالية الاشهارية مركبا توصليا أنتجتة الحضارة المعاصرة التي قامت بتحويل الصورة سلعة تباع <sup>3</sup>.

1- بشير ابرير ، دراسات في تحليل الخطاب الغير أدبي ، الملثقي الخامس ، ص79

تعريف الإشهار :

لغة :

من مادة (ش،هـ،ر) ورد في الصحاح ... و الشهرة وضوح الأمر تقول شهرته الأمر من باب قطع و(شهرة ( ايضا (فالشهرته ) و(اشتهرته ) ،ايضا (فاشتهر) و شهرته ،شهيراً ،ولفلان فضيلة (اشتهها ) ،و(شهر) سيفه من باب قطع أي بسله .<sup>1</sup>

ورد في (لسان العرب) مادة ( شهر) ما يأتي الشهرة: ظهور الشيء... وُضُوح الأمر.

... ورجل شهير ومشهور: معروف المكان مذكور؛ ورجل مشهور ومُشَهَّر؛ والشَّهْرُ: القَمَر، سمي بذلك لشهرته وظهوره، وقيل: إذا ظهر وقارب الكمال...ابن سيده: والشهر العدد المعروف من الأيام، سمي بذلك لأنه يُشَهَّرُ بالقمر، وفيه علامة ابتدائه وانتهائه؛ وقال الزجاج: سمي الشهر شهراً لشهرته وبيانه؛ ويقال: لفلان فضيلة اشتهرها الناس. وشَهَر فلان سيفه يَشْهَرُهُ شهراً أي سلَّه؛ وشَهْرُهُ: انْتِضَاهُ فَرَفَعَهُ عَلَى النَّاسِ...<sup>2</sup>

ومن خلال المادة المعجمية (شَهَرَ) يتبين أنها حملت عدداً من الدلالات :

- الوضوح والفضح .
- شهرة الشيء :معرفة الناس به.
- الارتفاع .
- لفت الأنظار، والتباهي بين الناس.
- الانتشار .

ويمكننا من مجموع هذه الدلالات، القول: إنَّ الإشهار عملية إيضاح الشيء ورفعته؛ للفت أنظار الناس إليه، وتعريفهم به، ليتحقق انتشاره بينهم .<sup>3</sup>

أما الإشهار لدى الدارسين المعاصرين فهو ترجمة للمصطلح الأجنبي: (Publicity) بالإنجليزية، وبالفرنسية (publicité) وهذا المصطلح ورد بمفاهيم متعددة أبرزها:

- ضَرْبٌ من ضروب الخطابة التي تنتمي بدورها إلى مجال عريض من القول.

<sup>1</sup>نقلا ،مقاربة سيميوطيقية في الإرسالية الإشهارية العربية

- ضَرْبٌ من ضروب الخطابة التي تنتمي بدورها إلى مجال عريض من القول.
- رافعة اقتصادية، ورمز لمجتمع الاستهلاك، وجهاز إنتاج وتواصل، ووسيلة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.<sup>1</sup>
- الإشهار(الإعلان) وسيلة ضرورية من وسائل البيع، إنّه أداةٌ بين عارض لبضاعة (كيفما كان نوع هذه البضاعة: سلعة أو أفكارًا، أو خدمات) وبين زبون محتمل مضطر اجتماعيًا أو نفعيًا أو جماليًا إلى استعمال هذه البضاعة في تدبير شأنه اليومي- هو عبارة عن خطاب له مساحة انتشار كبيرة يقدم بشكل مختصر منتجًا (تجاريًا أو ثقافيًا أو سياسيًا) وذلك من أجل الإقناع بأهميته، ويستهدف أن يقوم المتلقي بفعل الشراء، وبفعل الاختيار.<sup>2</sup>
- هو خطابٌ دالٌّ يشترك في الدلالة مع كل أنواع الخطابات الأخرى يجمع بنائياً بين عدة مكونات: لغوية، صوتية، تصويرية...<sup>1</sup>
- هو عملية تواصل جماهيرية يشير إلى استراتيجية إبلاغية قائمة على الإقناع يوظف في ذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة ورمز وصورة؛ قصد التأثير على المتلقي المستهلك وحمله على اقتناء منتج ما، والتسليم بأهميته وأفضليته على باقي المنتجات الأخرى المشاكلة له.<sup>3</sup>
- ومن خلال الاستعراض السابق يمكننا القول : إن الإشهار من حيث ماهيته عملية كشف وإعلان وإظهار لرسالة معينة من قبل مرسل معين يحقق من خلالها التواصل بغرض غاية معينة يتغيا تحقيقها من المرسل إليه؛ للاقتناع بها وإيثارها على ما سواها .<sup>4</sup>

1-[Http/www.startimes.com](http://www.startimes.com)

2- نفس المرجع

3-<http://www.algerian-vision.com>

4- نفس المرجع

## اصطلاحا:

رسالة مخصصة للإعلان و بيع منتج ، أو هيئة وجدت لتعريض الجماهير لاقتناء منتج أو استعماله هو وسيلة مدفوعة لإيجاد حالة من الرضى و القبول النفسي في الجماهير بغرض المساعدة على بيع سلعة أو خدمة أو بموافقة الجمهور على قبول فكرة أو توجيه جهة بذاتها و كما يقول والتر غراو walter . "فن إغراء الأفراد على سلوك ما بطريقة معينة" أنه .

يعرّف القاموس الفرنسي "الاروس" الإشهار على أنه مجموعة الوسائل المستخدمة للتعريف بمنتج تجاري أو صناعي و إقناع المستهلك بامتياز المنتجات و مدا جودتها . أما في الثقافة العربية فيعرّفه الدكتور محمد العليان على أنه عملية الاتصال غير الشخصي من خلال وسائل الاتصال العامة لإيصال معلومات معينة بحيث يفصح المعلن عن شخصيته وبذلك يكون الإشهار واصلا بين أطراف في علاقة أفقية وهي المتلقي والمنتج.<sup>1</sup>

ومن أحسن التعاريف التي وضعت حديثا ما وضعته جمعية التسويق الأمريكية: "الإشهار هو مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإشهارية المرئية و المسموعة على الجمهور بغرض حثه على الشراء سلع أو خدمات أو هو الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار و الترويج عن السلع و الخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع.<sup>2</sup>

## تعريف دائرة المعارف الفرنسية الكبرى:

"هو مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية بامتياز منتجاتها والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليه.<sup>3</sup>

## تعريف علي السلمي:

"هو عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لتوصيل معلومات معينة لفئات من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصيته .<sup>4</sup>

## تعريف: A.Cadet et B.Calehlat:

"هو نمط يؤدي إلى خلق ثقافة معينة توجه الفرد نحو استهلاك ما ، أو تؤدي إلى طريقة تفكيره وتصرفاته ، وهو مؤسسة اجتماعية تعمل على خلق انسجام بين المنتج والمستهلك فهو إذن تقنية للاندماج الاجتماعي " .<sup>5</sup>

2-Http/www.bublhcitcity .com

3-http/www .revues .com

4-http/www.stumbleupom .com

5- نفس المرجع-

## عناصر الإشهار :

و بتسابق فيه مجموعة من الوسائل العلامات وفق قواعد تركيبية و دلالية و تتمثل في هذه العناصر و هي :

أ . المرسل: وهو الذي يُحدث الخطاب ويعمل على شحنه بما يحتاجه من مادة إشهارية لازمة بالنظر إلى الموضوع الذي يدور حوله الإشهار، ثمّ يقوم بإرساله نحو المتلقي الذي يتحدد بناء على نوعية المنتج: فالروائح والعطور والورود... ترسل إلى النساء والحليب والجبن وأنواع الحلوى واللّعب ترسل إلى الأطفال... والحقائب البراقة والمكاتب الفاخرة والسيارات اللامعة غالباً ما يتم إرسالها إلى رجال الأعمال... وهكذا يعمل المرسل (الإشهاري) le pubiciste على تحقيق الوظيفة التعبيرية La fonction expressive في الخطاب الإشهاري، فيضمنه ما يثير ذوق المرسل إليه أو المتلقي ويسيل لعبه نحو المنتج، ولذلك كيف صيغه حسب الأحوال والمقامات التي يقتضيها<sup>1</sup>.

ب . المرسل إليه المتلقي: وهو العنصر الثاني المهم في العملية الإشهارية وهو المقصود بالإشهار ولا تتم العملية الإشهارية إلا به ومن خلاله تتحقق الوظيفة الإلهامية أو الطلابية La fonction conative ou appellative إذ يعمل المرسل على إفهام المرسل إليه بجدوى المنتج وأهميته بأي طريقة، فيقدم على استهلاكه ويحقق الهدف الأساسي الذي يريده المرسل.<sup>2</sup>

ج الرسالة الإشهارية: ويفترض وجود مرسل أو متكلم يُحدث أقوالاً ومتلقياً يستقبل هذه الأقوال ويعمل على فهم أنساقها الدلالية المختلفة) وتحليلها وتأويلها بعد ذلك. وهنا تتحقق ؛ وذلك أن الإشهار يعمل على أن يثير ردود أفعال المتلقي وانتباهه نحو الموضوع.

ولا بد من الإشارة إلى أن هذه العناصر والوظائف الناتجة عنها مترابطة ببعضها وما التفريق بهذه الطريقة إلا تسهيل الإدراك والفهم<sup>3</sup>.

1-<http://www.alkhaimadz.123.st>

المرجع نفسه-2

المرجع نفسه 3-

### أنواع الإشهار :

أ. الإشهار المسموع: ويتم من خلال الكلمة المسموعة في الإذاعات والمحاضرات والندوات والخطب... وتعد الكلمة المسموعة أقدم وسيلة استعملها الإنسان في الإشهار، وأهم ما يميزها هو طريقة أدائها، إذ يلعب الصوت دوراً بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبير والجهر والهمس، وتصحب الكلمة المسموعة أحياناً الموسيقى فتزيدها طاقة كبرى على الإيحاء والوهم والتخيل، وعملاً على استثارة الحلم وإيقاظ الراقد في الأعماق<sup>1</sup>.

ب. الإشهار المكتوب: ويتخذ وسيلة له الصحف والمجلات والكتب والنشرات والتقارير والملصقات على جدران المدن أو في ساحاتها العامة حيث يكثر الناس (4) وذلك ما نلاحظه من صور لزجاجات العطر أو أنواع الصابون أو الساعات... الخ.

والأمر نفسه لما نلاحظه من إشهار على اللوحات الإعلانية الثابتة أو المتحركة في ملاعب كرة القدم مثلاً، لأن ذلك يجعلها تشيع ويتسع مداها وتصل إلى أكبر قدر ممكن من المتلقين<sup>2</sup>...

ج. الإشهار المسموع والمكتوب (السمعي . البصري): وسيلته الأساسية التلفزة، ويتم بالصورة واللون والموسيقى وطريقة الأداء والحركة والموضوع، فهو، إن صح التعبير، عبارة عن "ميكروفيلم" يتعاون على إنتاجه وإنجازه فريق عمل متخصص في: الإخراج والديكور ووضع الأثاث، والحلاقة والتجميل، والإضاءة والتسجيل وضبط الصوت والتركيب والتمثيل... الخ.

وهذا يبين . بما لا يدع مجالاً للشك . أهمية الإشهار كخطاب سار في المجتمع له خصوصياته وأبعاده، وأهمية الدور الذي تلعبه التلفزة كوسيلة إعلامية في المجتمع<sup>3</sup>...

ويمكن . أيضاً . أن نقسم الإشهار إلى:

أ. إشهار تجاري: ويرتبط بالاستثمار والمنافسة، ولذلك فإن استراتيجيات التسويق واستراتيجيات الإشهار مرتبطان ببعضها.

ب. إشهار سياسي: ويرتبط بالتعبير عن الآراء المختلفة ومحاولة التأثير على الرأي العام بتقديم الإشهار في شكل يبرز أهمية الرأي بأنه هو الأحسن وهو الأفضل من بين كل الآراء الأخرى المتواجدة في الساحة، كما هو الحال في الدعاية للحملات الانتخابية<sup>4</sup>.

1 بشير ابرير بلاغة الصورة وفعالية التأثير في الخطاب الإشهاري (متندي) ص 31

2 نقلاً عن ، العلاقة الأيقونية و التواصل الإشهاري ، جامعة شلف ص 34

## بلاغة الصورة و فاعلية التأثير في الإرسالية الإشهار :

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة البحث عن جملة العناصر التي تجعل من الإشهار رسالة سيميائياً تداولياً بالنظر إلى صورته الثابتة والمتحركة بما تحمله من كفاءة وقوة على التبليغ والتواصل وما يكمن فيها من عناصر جمالية وفنية وطاقية وفعالية في التأثير على المتلقين وذلك بالتركيز على أنواع الإشهار وعناصره ووظائفه والمقاربات المنهجية الخاصة بتحليله مع محاولة تقديم نموذج تطبيقي.<sup>1</sup>

يعد الإشهار في عصرنا هذا صناعة إعلامية وثقافية بأتم معنى الكلمة، ولذلك فهو يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات وخصوصاً المتطورة منها، لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي وتشكيل الوعي وفي التأثير على الثقافة وتوجيهها في أبعادها المختلفة الأخلاقية والفلسفية.

وبالرغم من هذا فإن هذا النوع من الإشهارات ما يزال يحبو ويكاد يكون مجهولاً في كتاباتنا ومناهج تدريسينا ودراستنا باللغة العربية وبخاصة في اللغة والأدب التي لا بد أن تتغير وتتطور وتواكب عصرها، إذ لا شك في أن الإشهار يعد من الخطابات التي تندرج في إطار الممارسة الثقافية كالخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري... فهو يؤثث فضاءات اليومي ويستهلك إلى جانب الخطابات الأخرى، كما يكتسي طابعاً ثقافياً يتمثل في مكوناته اللغوية والسيميائية والتداولية، بالإضافة إلى بعده الاقتصادي والاجتماعي المرتبط بالدعاية التجارية.<sup>2</sup>

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة البحث عن جملة العناصر التي تجعل من الإشهار خطاباً سيميائياً وتداولياً بالنظر إلى صورته الثابتة والمتحركة بما تحمله من كفاءة وقوة على التبليغ والتواصل وما يكمن فيها من عناصر جمالية وفنية وطاقية وفعالية في التأثير على المتلقي، وذلك أن الإشهار فن إعلامي يستند على مؤشرات مرئية مثل العناوين في كتابتها ومضامينها وأنواع الطباعة والصورة... من خلاله يمكن تأسيس تعارف وعلاقة بين المخاطب والمتلقي أو بين المنتج والمستهلك. فهدفه . أولاً وقبل كل شيء . هو تبليغ خطاب، ولذلك يتوخى أن تكون أفكاره واصفة وهادفة ويستعمل وسائل تبليغ متنوعة ومتناسقة يسخرها كلها في سبيل تحقيق الهدف المحدد .

وهكذا فإن الإشهار متنوع الأشكال والأهداف، فقد يتم توجيهه إلى فرد أو جماعة أو حزب أو أمة... وقد يكون علمياً أو ثقافياً أو سياسياً أو اقتصادياً، وقد يكون مسموعاً أو مكتوباً أو سمعياً . بصرياً .

1-<http://www.mataematr.net>

2- المرجع نفسه

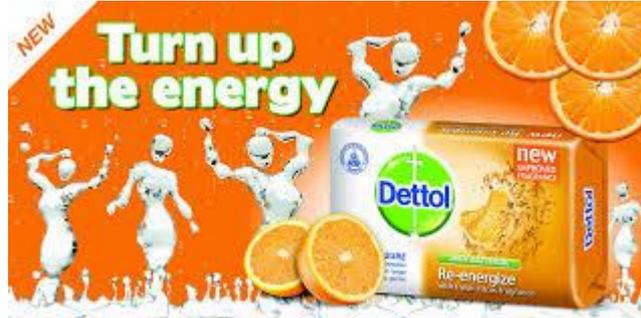
## تحليل الإرسالية الإشهارية و أهم مراحلها :

-مرحلة الوصف العام : (إشهار حول منتج Dettol ) يقدم الإشهار محل الدراسة منتج صابون مضاد للبكتيريا علي خمسة مشاهد :

المشهد الأول :يظهر يد تعلقت به عدد من الجراثيم فنقلت بذلك لتشمل جسمه كليا فيصبح بذلك معرض للجراثيم كليا .



**المشهد الثاني :** نجد أن هذا المنتج يخلص الباحث بسرعة إلي أن أفضل حماية من الجراثيم هي dettol يقول الباحث نقدم لك dettol في تشكيلته الجديدة و يوفر لك أفضل حماية من الجراثيم



<div data-bbox="389 1357 657 1518" data-label="Text"> <p>???</p> </div> <div data-bbox="485 1518 624 1554" data-label="Text"> <p>صابون عادي</p> </div> <div data-bbox="515 1592 651 1632" data-label="Text"> <p>وجود جراثيم</p> </div>	<div data-bbox="1007 1357 1267 1518" data-label="Text"> <p>DETTOL</p> </div> <div data-bbox="1091 1592 1310 1632" data-label="Text"> <p>خلو تام من الجراثيم</p> </div>
--	--

المشهد الثالث : في هذا المشهد الأخير يقدم الباحث النتيجة المباشرة للنص بأكمله ، منتجات dettol أفضل حماية للقضاء علي الجراثيم



المشهد الرابع: سائل dettol يقضي 100 % علي الجراثيم



المشهد الخامس: منتج dettol يعطي أفضل حماية للأسنان وهي ضد التسوس و الإصفرار باحتوائه علي الفورايد الذي يجعل الإنسان أكثر قوة و لمعان و لثة صحية .



2-مرحلة تحليل المنتج : نقوم في هذه المرحلة علي تحليل المنتج من خلال :

- المكونات : يتكون من صوديوم بالمات ،صوديوم كوكات ، تيتانيوم ، سيلكون ،تالك ، ملون أبيض
- الخصائص المادية :الوزن 120غ ،مستطيل الشكل ،أبيض اللون ، أما الغلاف الخارجي أخضر اللون و أبيض
- مدي جده المنتج : سنة 2010<sup>1</sup>

ومن هذه النتائج نستخلص أن :هذا المنتج يساعد علي اختفاء البثور و علاج الجروح ،الشعور بالسعادة عند استعماله اختفاء الجراثيم و حماية أكيدة ،تحقيق النجاح نتيجة طبيعية للصحة الجيدة .

3- مرحلة التحليل التشكيلي : تركز هذه المرحلة علي الإرسالية الإشهارية ككل لا علي المنتج و تدرس جميع جوانب الرسالة الإشهارية كما تبحث في المستوي الأولي للمعني الباطن ،و تمر بعدة تقسيمات و هي

- **المادة matière** :ترتكز الرسالة الإشهارية العربية علي الطفولة باعتبارها مصدر البراءة و الصدق ، وهذا لتعزيز المنتج عند المستهلك ، لكن وجود المرأة في الإرسالية صار ضروريا ، فلا يخلو أي إشهار منها خاصة ما يتعلق بمنتجات الغسيل فهي الوسيلة المناسبة و الملائمة لترويج بضائعهم و منتجاتهم المختلفة ن وتثبيت أنماط ثقافية .
- **اللون couleurs** :رغم أن أنظمة اللون تحويلية و متغيرة ، لا تخضع لمعايير ثابتة في المقياس التأثيري و الحركي ، إنما تعتمد علي درجة حساسية اللون و تفعيل مراهه ، كما أن له دلالاته في الأديان السماوية فهو دال علي الإخلاص و الخلود و التأمل الروحيو الأهم من كل هذا أنّ اللون في هذه الرسالة يستدعي مفهوم الجنة عند المسلمين خاصة ، فالمرأة ترتدي لباسا دينيا يجمع بين الأبيض و الأخضر ، و اللون مرتبط هنا بالخير و الجمال و العطاء و التجدد إضافة لوجود اللون البيض الذي يعد لونا حياديا ن فهو بالنسبة للإرسالية دال علي الصفاء و النقاء و الحماية و الإشراق<sup>2</sup>.

- **طريقة الطباعة typographie** : اختار المرسل جملاً قصيرة لبدييات جديدة <الغد> ليلتقطها المتلقي بسرعة ، وتثبت في ذهنه ثم تساهم في تحقيق رد الفعل المطلوب .<sup>1</sup>

**4- مرحلة التحليل الأيقوني و سيكولوجية الإرسالية** : ترتبط هذه المرحلة مباشرة بنفسية المستهلك حيث نبرز فيها أهم العوامل التي تصنع الإثارة و الإقناع في الإرسالية العربية ، ولكنها لا يمكن أن تتحقق درجة الإقناع القصوى إلا عندما تنجح في تكرار العالم ، ليس هذا فحسب.<sup>2</sup>

1-نقلا عن خشاب جلال تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري ( المركز الجامعي سوق أهراس ص  
المرجع نفسه ص

## الخاتمة :

في ختام هذا البحث حري بنا القول بان التواصل ضرورة حتمية والية لابد منها في المجتمعات البشرية حتى تسير الحياة بشكل طبيعي شفاف بعيدا عن الضبابية والإبهام وتؤكد اجتماعية الإنسان فتغيب الفردية لان التواصل لم يعد منفصلا عن الدراسات اللغوية فحسب بل انه تفرغ الى عدة مباحث فرعية مختلفة، نجد لها صدى منذ القديم وحاجته إحداث التفاهم ونسج علاقات بين أفراد المجتمع بغية التالف والتجانس داخل المنظومة الاجتماعية إذ تنطوي على قدر كبير من القيم الاجتماعية والإنسانية ومن سماته انه متعدد الجهات ومتكرر الحدوث، والعملية التواصلية تقوم على الإفهام فإنها تقوم على الإقناع أيضا، حيث يعتبر هذا الأخير غاية من غايات التواصل وبذلك تكون الملقى بالمتلقي علاقة "فهم"، "إفهام"، "إقناع" و"اقتناع". حيث يستدرج الملقى متلقيه وستميله بعدة طرق من اجل إقناعه بأي شكل من أشكال التواصل وبكل عناصره وعلى هذا الأساس فان الظواهر الإنسانية لا يمكن أن توجد خارج رغبة الكائن البشري في التواصل مع غيره بشكل مباشر أو غير مباشر، فجميع ما ينتجه الإنسان غير لغته وأشياءه وجسده وعاداته وطقوسه ومعامره يندرج ضمن سيرورة تواصلية وتعددت المظاهر والوجود والتجلي إلى الحد الذي جعل الثقافة في كل كليتها سيرورة تواصلية دائمة باعتباره حالة اجتماعية تتحقق من خلال انساق متعددة ينسج الأفراد داخلها سلسلة علاقات من طبائع مختلفة: اللغة، ليشمل بذلك الحجات الاقتصادية بما تثيره الإرساليات الاشهارية بأنواعها من انفعالات وردود الأفعال عند التخاطب. فنجاح الإرسالية او فشلها مرتبط بسلامة ووضوح الكم الخبري المبتوث من اجل إقناع المتلقي لحظة البث لان مصدر الخبر ينتج الإرسالية ووجود الباث تحول له الإرسالية وهذا ما يحقق نجاح أي عملية تواصلية أو أي إرسالية من عدّة زوايا من حيث التصنيف سواء تصنيف الظواهر التواصلية أو تحديد أنماطها وتجلياتها ووظائفها وكل ما يمكن أن يشتغل كرابط بين الإنسان وما يوجد خارجه.

## مصادر و مراجع

1. أحمد يوسف ،السيميائيات الواصفة المنطق السيميائي و جبر العلامات ،منشورات الاختلاف ،الجزائر ،ط1 ،2010
2. أوبرتو ايكو ،التأويل بين السيميائيات و التفكيكية ،ترجمة سعيد بن كراد ،المركز الثقافي العربي ،ط2، 2004
3. ، السيميائية و فلسفة اللغة ،ترجمة أحمد الصمغي ، المنظمة العربية للترجمة بيروت ، ط1، نوفمبر 2005
4. ،العلامة تحليل المفهوم و تاريخه ،ترجمة سعيد بن كراد ،المركز الثقافي العربي ،بيروت ،ط1 ، 2005
5. دانيال تشاندلر ،أسس سيميائية ،ترجمة طلال وهبة ، المنظمة العربية للترجمة
6. روبرت شولز ،السيميائية و التأويل ،ترجمة سعيد الغانمي ،المؤسسة العربية للدراسات و النشر ،الأردن ،ط1 ،1992،
7. طاهر بومزير ،التواصل اللساني و الشعرية مقارنة تحليلية لنظرية رومان جاكسون ،منشورات الاختلاف ،الجزائر ،ط1، 2007،
8. عادل فخوري ،تيارات في السيمياء ، دار الطليعة للطباعة و النشر ،لبنان ،ط1 ،نوفمبر 1990
9. عبد القادر فهم الشيباني ،معالم السيميائية العامة أسسها و مفاهيمها ،سيدي بلعباس الجزائر ،ط1 2008
10. عبد القادر الغزالي ،اللسانيات و نظرية التواصل ،دار الحوار للنشر و التوزيع اللاذقية سورية ،ط1 ،2003
11. فيصل الأحمر ،معجم السيميائيات ،منشورات الاختلاف ، الجزائر ،ط1، 2010
12. محمد مفتاح ، حول مبادئ السيميائية ،علامات عدد 160
13. مصطفى ناصف ،اللغة و التفسير و التواصل ،عالم المعرفة سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الأدب ، الكويت ،يناير 1995
14. ميشال زكريا ، بحوث ألسنية عربية ،المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع ،بيروت ،ط1 ،1992،
15. يوسف تغزاوي ، الوظائف التداولية و استراتيجيات التواصل في نظرية النحو الوظيفي ،عالم الكتب للنشر و التوزيع ،الأردن،2014

## الدوريات و الملتقيات :

1. آمال منصور ، صناعة الوهم ،مقاربة سيميوطيقية في الإرساليات الإشهارية العربية، كلية الأدب و العلوم الإنسانية و الاجتماعية،جامعة -بسكرة-.
2. بشير ابرير \_دراسات في تحليل الخطاب غير أدبي \_
3. خشاب جلال تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري \_مقاربة سيميائية \_المركز الجامعي \_سوق أهراس
4. خاين محمد \_العلاقة الايقونية و التواصل الاشهاري\_جامعة شلف.

5. آليات التواصل عند ابن عربي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الأدب العربي 2008\_2009.
6. يحي صالح احمد ألمذبحي \_ الأبعاد الثقافية للغة الإشهارية في المحلات السكنية\_دراسة سميائية،جامعة الملك خالد(السعودية).

### مواقع الانترنت :

1. [HTT/www Catégorie parente :revue al athar.COM](http://www.Catégorie parente :revue al athar.COM) .
2. [Htt/ www .mawdoo 3.COM](http://www.mawdoo3.COM)
3. [Htt/www .google.com/aam/publicity](http://www.google.com/aam/publicity) ,10-11-2009
4. [htt /www.swalifi.net](http://www.swalifi.net).
5. [htt/www.startimes .com](http://www.startimes.com)
6. [htt/www.stulbleupom .com](http://www.stulbleupom.com)
7. [htt/www.algerian -version .com](http://www.algerian-version.com)

# فهرست

..... مقدمة

## الفصل الأول التواصل و السيمياء

- 1- مفهوم اللغة ..... 1
- 2- وظائف اللغة ..... 2

### أولاً: التواصل

- 1- مفهوم التواصل ..... 4
- 2- عناصر التواصل ..... 5
- 3- وظائف التواصل ..... 7
- 4- أهمية التواصل ..... 10

### ثانياً : السيمياء و العلامة

- 1- مفهوم السيمياء ..... 12
- 2- اتجاهات السيمياء ..... 14
- 3- مفهوم العلامة ..... 19

4- الأنماط الثلاثية ..... 21

## الفصل الثاني الإشهار

1. نبذة تاريخية عن ميلاد الإشهار ..... 28

2. تعريف الإشهار ..... 30

3. عناصر الإشهار ..... 33

4. بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الإرسالية الإشهارية ..... 35

5. تحليل الإرسالية الإشهارية و أهم مراحلها ..... 36

..... خاتمة