الخطاب البصري مقاربة نظرية مفاهمية

د. امال قاسيمي

أستاذة محاضرة بجامعة الجزائر3

كلية الاعلام والاتصال

الخطاب البصري مقاربة نظرية مفاهمية

ملخص

يقدّم الخطاب البصري دلالات قابلة للقراءة والتأويل من غير زاوية فكرية أو فلسفية أو جمالية، والاهتمام بالخطاب البصري بوصفه خطاباً إنسانياً بالدرجة الأولى هو مقياس مهم لتقييم هذا الخطاب نفسه، والخطاب البصري وما يندرج تحته لا يقتصر على الفنون فحسب، وإنما يمتد إلى كل صورة تواجهنا، حيث نحيا كأفراد وجماعات داخل عوالم من الصور، وهي صور تصوغ حياتنا، وتعبّر عما نحياه، وتعكس إمكانات هذه الحياة وممكناتها واحتمالاتها في الوقت نفسه.

وعليه سنحاول في هذه الورقة البحثية ان نعالج الاساس المفاهيمي للخطاب البصري مع ذكر خصائصه الرئيسية وانواعه بنوع من التفصيل، والورقة البحثية تركز على النقاط التالية :

1. التأسيس المعرفي للخطاب البصري
2. خصائص الخطاب البصري
3. انواع الخطاب البصري

الكلمات المفتاحية : الخطاب البصري، الصورة، الخطاب.

Abstract

The visual discourse presents the meanings of reading and interpretation from a non-intellectual, philosophical or aesthetic point of view, and attention to visual discourse as a humanistic discourse is an important measure to evaluate this discourse itself. The visual discourse and the underlying discourse are not limited to the arts, Where we live as

individuals and groups within the worlds of images, images that shape our lives, reflect on what we live, and reflect the potential of this life and its possibilities and prospects at the same time.

So, in this paper, we will attempt to address the conceptual basis of the visual discourse with its main characteristics and types in some detail. The research paper focuses on the following points :

1. The definition of visual discourse
2. Characteristics of visual discourse
3. Types of visual discourse

Keywords : visual discourse, image, the discourse .

تمهيد

ان معظم الدراسات الادبية التي تناولت الخطاب بالتحليل والقراءة تناولته على اساس انه تركيب من العلامات اللغوية القابلة للتقطيع، لكن سرعان ما وسع الباحثين خاصة من كان منهم في المجال السيميولوجي، دائرة بحوثهم واهتماماتهم ليشملوا بذلك كل الخطابات اللغوية والشفوية والبصرية، مع العلم ان ذلك عرف تطورا وتضاربا في الآراء بين الباحثين والنقاد، وهذا راجع لاختلاف بين المرجعيات، وعليه فان المجال البصري يعد اكثر تعقيدا من المجال اللغوي المنطوق، وبالتالي سنتناول في حيثيات هذا المقال تعريف الخطاب البصري وخصائصه مع تحديد انواعه المختلفة.

1. التأسيس المعرفي للخطاب البصري

يتألف مصطلح الخطاب البصري من مصطلحين هما : الخطاب والصورة، فالخطاب كما وسبق وان تحدثنا عنه انه يمثل لغة يتم من خلاله الاتصال بالأخر اذ تصدر هذه اللغة من مرسل الى مستقبل وعادة ما تكون بصيغة الفاظ او اشارة او ايماءة او حركة او صوت يهدف المرسل من وراء هذه اللغة الى اخبار او تبليغ المستقبل بشيء ما او حدث ما او بخبر ما وكذلك باقتناعه بوجهة نظر معينة، اما خطاب الصورة فهو الاتصال الحادث بين المرسل والمستقبل عبر وسيط مرئي بهدف تبليغه لرسائل تنطوي على مضمون معين فخطاب الصورة هو عملية تبليغ الاخر برسائل معينة عبر الصور. (محمد شمال حسن : 2006، ص11)

وعليه سنحاول ان نلم نوعا ما بعض المفاهيم الاولية لمصطلح الصورة لنصل الى مرحلة صياغة مفهوم الخطاب البصري، الامر الذي سيمنح لنا فرصة الغوص في انواعه وخصائصه اهم مكوناته على اعتبار انه تركيبة من مجموع علامات لغوية وبلاستيكية.

إن كلمة الصورة مشتقة من الكلمة اللاتينيةIMAGO، مصدرها السيميولوجي IMATARI، التي تعني التماثل مع الواقع وبهذا يصبح مصطلح الصورة يعني سيميولوجيا "كل تصوير تمثيلي يرتبط مباشرة

تمهيد

ان معظم الدراسات الادبية التي تناولت الخطاب بالتحليل والقراءة تناولته على اساس انه تركيب من العلامات اللغوية القابلة للتقطيع، لكن سرعان ما وسع الباحثين خاصة من كان منهم في المجال السيميولوجي، دائرة بحوثهم واهتماماتهم ليشملوا بذلك كل الخطابات اللغوية والشفوية والبصرية، مع العلم ان ذلك عرف تطورا وتضاربا في الآراء بين الباحثين والنقاد، وهذا راجع لاختلاف بين المرجعيات، وعليه فان المجال البصري يعد اكثر تعقيدا من المجال اللغوي المنطوق، وبالتالي سنتناول في حيثيات هذا المقال تعريف الخطاب البصري وخصائصه مع تحديد انواعه المختلفة.

1. التأسيس المعرفي للخطاب البصري

يتألف مصطلح الخطاب البصري من مصطلحين هما : الخطاب والصورة، فالخطاب كما وسبق وان تحدثنا عنه انه يمثل لغة يتم من خلاله الاتصال بالأخر اذ تصدر هذه اللغة من مرسل الى مستقبل وعادة ما تكون بصيغة الفاظ او اشارة او ايماءة او حركة او صوت يهدف المرسل من وراء هذه اللغة الى اخبار او تبليغ المستقبل بشيء ما او حدث ما او بخبر ما وكذلك باقتناعه بوجهة نظر معينة، اما خطاب الصورة فهو الاتصال الحادث بين المرسل والمستقبل عبر وسيط مرئي بهدف تبليغه لرسائل تنطوي على مضمون معين فخطاب الصورة هو عملية تبليغ الاخر برسائل معينة عبر الصور. (محمد شمال حسن : 2006، ص11)

وعليه سنحاول ان نلم نوعا ما بعض المفاهيم الاولية لمصطلح الصورة لنصل الى مرحلة صياغة مفهوم الخطاب البصري، الامر الذي سيمنح لنا فرصة الغوص في انواعه وخصائصه اهم مكوناته على اعتبار انه تركيبة من مجموع علامات لغوية وبلاستيكية.

إن كلمة الصورة مشتقة من الكلمة اللاتينيةIMAGO، مصدرها السيميولوجي IMATARI، التي تعني التماثل مع الواقع وبهذا يصبح مصطلح الصورة يعني سيميولوجيا "كل تصوير تمثيلي يرتبط مباشرة

بالمرجع الممثل بعلاقة التشابه المظهري أو بمعنى أوسع كل تقليد الرؤية في بعدين (رسم، صورة) أو في ثلاث أبعاد (نقش، فن، التماثل) (فايزة يخلف : 1996، ص26) وهي عند ابراهام مولز (Abraham Moles) دعامة أو سند الاتصال البصري، تجسد مقتطفا من المحيط المدرك (الواقع)، قابلة للدوام والاستمرار على مرّ الوقت، هي إحدى المركبات الأساسية والهامة في الاتصال الجماهيري، وتنقسم عموما إلى صور ثابتة وأخرى متحركة (Abraham Moles : 1980، ص20)

فهي حسب السيميولوجيين حامل للمعنى والاتصال في نفس الوقت، وهنا يعرفها Claude Fozza، انها دليل بصري يعمل على تمثيل الشيء ويرجع اليه، ومن خلاله نتعرف على تقاليد الواقع، فيعني التماثل مع الواقع وهو ايضا تمثيل يربط مباشرة بالمرجع. (Jean Claude Fozza, Anne Marie Garat, Françoise parfait : 2003، ص12)

والباحثة (Yveline Baticle) تعرفها بانها شكل يمثل شيء شخص تحصلنا عليه عن طريق تقنيات فنية كالرسم، اللوحة الفنية، الصورة المنحوتة، (Yveline Baticle : 1986، ص15) اما مجموعة مو فتعتبرها تمثيل مادي لكائن او لشيء فهو يشمل مختلف انواع الرسومات والصور والفتوغرافية والنحت، (Groupe (u) : 1992، 266) الى جانبه يرى بيرس بانها عبارة عن ايقونة حيث ان الرسم قائم على تقنية الخصائص الشكلية للمرجع، الالوان، الاشكال، والتفاصيل التي تمكننا من التعرف على الشيء. (Martine Joly : 2015، ص26)

نلاحظ من خلال هذا التصنيف السيميولوجي للصورة أنه يمكن إدراج الصورة الكاريكاتورية ضمن الصور الثابتة التي صنعتها اليد البشرية والتي هي في جوهرها تسمح بإقامة اتصال قصد إيصال ما تحمله في طياتها من معاني، معلومات أفكار ومضامين بالاستعانة بمختلف الأشكال والرموز واللغة.

ونجاح العملية الاتصالية التي تؤديها الصورة يتوقف كثيرا على متلقيها أو قارئها، إذ يقوم هذا الأخير بتأمل الصورة ثم يبحث في المعنى الحقيقي لها.

وبالتالي فان الصورة لها المعنى الجلي الذي ندركه بمجرد ملاحظة الصورة وكذا المعنى الخفي الذي يتطلب منا الغوص في تحليلها وفك رموزها لاستنتاجه، وتحليلها يكون بين مستويين لما يعود إلى الإدراك (كيف ندرك) وما يعود إلى إنتاج الدلالة (كيف تأتي المعنى إلى الصورة ؟) بهذا التساؤل الأخير كان (رولان بارت) يطرح على طريقته علم دلائل الصورة في فرنسا، وذلك في المقال الشهير الذي نشره عام 1964 بعنوان "بلاغة الصورة"، وعلى هذا الأساس فان القضية المركزية في تحديد طبيعة الصورة تتلخص في معرفة الطريقة التي تأتي من خلالها هذه الصورة إلى العين وتستوطنها باعتبارها نظيرا للشيء الذي تقوم بتمثيله، فالإحالة الصافية على موضوع يتم تمثيله من خلال سند أيقوني يوحي بان العلاقة القائمة بين دال الصورة ومدلولها علاقة قائمة على تشابه تجعل الأول يحيل إلى الثاني دون وسائط، وفي هذه الحالة فان دلالة الصورة أمر يأتي من الصورة ذاتها دونما استعانة بمعرفة سابقة يمكن أن يوفرها التسنين الثقافي.

اما الخطاب البصري فهو نسق سيميائي فهو دال يتظاهر ويتفاعل فيه ما هو لغوي بما هو غير لغوي اذ انه يتشكل من علامات بلاستيكية وايقونية واخرى لسانية وتستند هذه العلامات على وحدات صغرى تقوم بنسج عدد من العلاقات فيما بينها لتأدية الخطاب البصري.

وكما يتبن لنا فان الخطاب البصري أو المرئي، يقوم من خلال المساعدات البصرية والتي تتركز أساسا في "العين"، وذلك من خلال المؤثرات البصرية التي تتمثل أساسا في الأنساق اللغوية ومختلف الصور(الثابتة أو المتحركة)، أو بعبارة أخرى هو كل ما يقع على العين لغرض ما، هذه فئة من الاتصالات الأكثر شيوعا التي لها علاقة بالخطاب المرئي.

ومن هنا لابد أن ندرك معطيات الخطاب البصري من اللوحة الفنية والصورة الفوتوغرافية الساكنة إلى دينامية الخطاب المرئي متجسداً في السينما والتلفزيون وفي الصور الثابتة وفي هذا السياق تؤكد تجليات الخطاب البصري أنه لابد أن يكون مفعماً بتعابير الأفكار الإنسانية وتلقائية مجريات الأحداث، وليس من باب المجازفة في القول : - إذا زعمنا

أن تجليات (الخطاب البصري) حالياً تقتضي البعد عن التنظير بما تحمله من دلالات في إطار المحسنات التقنية والمعالجات البصرية التي لا تجيز قراءتها من مرجعية تنظيرية. إذا ما نظرنا إلى ذلك بعين الاعتبار، سوف يتضح لنا أن عوالم الصورة جسدت في سياقاتها رؤى ومسوغات بالغة الاهتمام في أفكار علماء (الجمال والسيمياء).

وبناءً على ما سبق تبقى شروحاتهم مجرد معرفة بنائية تشكل منطلقاً لخلاصة استجابة القارئ إزاء ثقافة الخطاب البصري برمته وهي بمثابة خلاصة رؤية تسمو صوب دلالة الوعي الذي يوجز التفكير الاستقرائي لقراءة تكوين بنائية الصورة من منظور ثقافي جمالي.

2. خصائص الخطاب البصري

ان مفهوم خطاب الصورة يعني الاتصال الحادث بين المرسل والمستقبل عبر وسيط مرئي بهدف تبليغه لرسائل تنطوي على مضمون معين فخطاب الصورة هو عملية تبليغ الاخر برسائل معينة عبر الصور. ولهذا الخطاب البصري عدة خصائص منها :

- الخطاب البصري لا يقبل التقطيع المزدوج فهو عبارة عن وحدة شاملة لا تقبل التقطيع، وهذا ما دفع بالعديد من الباحثين للقول ان الخطاب البصري يؤسس انظمة جد متعددة بعضها ايقوني، خالص لان تمفصلاته لا تقع على الال دون المدلول لتقاربهما على عكس الخطاب اللفظي لأنه مبرر لاحتوائه على نسق دلالي شمولي ومباشر (عبد القادر فهيم الشيباني : 2010، ص36) واخر يظهر في رسائل غير بصرية، اذ انه لا ينتج الخطاب نفسه بل لغة لفظية تصبح واصفة لمواضيع مختلفة من ضمنها المواضيع غير اللسانية. يرى غوتيي في هذا المقام أن الخطاب البصري في حده الأدنى عبارة عن ملفوظ، وهذا يعني أنه بإمكانه اقتراح عدة ملفوظات في الحدود الدقيقة للتوازن اللساني ينطوي هذا الملفوظ على بنية لمجموع مدرك مباشر (محمد الهجابي : 1994، ص67)

وفي هذا المجال يخلص ميتز إلى مجموعة من الملاحظات المحددة لخصائص الخطاب البصري منها ما يلي : (محمد غرافي : 1998)

1- إلى جانب مشكل الأيقونات المنطقية التي تحدث عنها ش. س. بيرس، ومنها بالتحديد الأيقونات البصرية، باستطاعة الخطاب البصري ألا يكون تماثليا. لأن المماثلة البصرية تخضع لتغيرات كمية، كمسألة "درجات الأيقنة degrès d'iconisation "عند بعض المشتغلين بالحقل السيميولوجي.

2- كما يخضع الخطاب البصري أيضا لتغيرات كيفية. فمفهوم التشابه يختلف من ثقافة إلى أخرى. وفي الثقافة الواحدة نعثر على مجموعة من محاور التشابه، لأن تشابه الشيئين يتم دائما في علاقتهما برابط ما. ولذلك، فإن التشابه يشكل في حد ذاته نظاما أو مجموعة من الأنظمة.

3- إن الخطاب البصري يستطيع أن يشكل درجة قوية من الأيقنة دون أن يكف عن احتواء علائق منطقية نسقية غير أيقونية (لأن بعضها احتياطي) رغم أن مجال بروزها هو الأيقون.

إن مجموعة من الخطابات البصرية التي نعتبرها عادة "بصرية" هي في الحقيقة نصوص مختلطةtextes mixtes .

4- من ذلك مثلا : السينما الناطقة والصور المرفوقة بالكتابة.

5- هناك مجموعة من الخطابات البصرية التي ليست مختلطة في معنى معين، ولكنها مختلطة في بنياتها، فالصورة لا تملك سننا خاصا بها لوحدها ويقوم بتغييرها كليا، بل يتم تبليغ رسالتها بواسطة أنظمة مختلفة، بعضها أيقوني محض وبعضها يظهر أيضا في خطابات غير بصرية. وهنا تبرز مجموعة من الإشكالات السيميولوجية، منها إشكال الأيقونية iconographieمع بانوفسكي Panovsky وإشكال حضور مجموعة من الأسنن المختلفة في الصورة الواحدة (أ. إيكو U. Eco) وبشكل عام إشكال التداخلات السوسيو-ثقافية للصورة(ر. بارت R. Barthes .)

6- إن التعارض القوي بين "البصري" و"اللغوي" اختزالي جدا، لأنه يسقط من حسابه كل حالات التقاطع والتطابق والتركيب. وهو تعارض جزئي كذلك لأنه يهمل كل الدلالات التي ليست لسانية محضة ولا بصرية محضة.

7- إن استعانة الدراسات الأيقونية ببعض المفاهيم النظرية التي تخص الدلالة signification والتواصل communication والإبلاغ information لا يجب اعتبارها تطفلا على المفاهيم اللسانية التي يعتقد بعض المدافعين عن "الحصن" البصري أنها غريبة عن السيميولوجيا. صحيح أن هناك بعض

المفاهيم اللسانية لا يسمح لها حقلها الخاص بأن تكون عرضة للتصدير إلى حقول أخرى، ولكن هناك مفاهيم أخرى تدخل ضمن الجهاز المنهجي للسيميولوجيا، وكل تحليل أيقوني يريد تجاوز هذه المفاهيم أو إسقاطها من مقارباته لا يستطيع أن يكون دراسة للدلالة.

8- إن التفكير في الصورة هو في غالب الأحيان إنتاج لا للصور بل للغة(الكلمات). ومن هذا المنظور، فإن اللغة تعد بمثابة لغة واصفة métalangage بالنسبة للغات (كموضوع) المختلفة وحتى غير اللسانية منها. ونستطيع أن نعتبر مع ج. ل. شيفر J. L. Schiffer أن الصورة موجودة لأننا نقرأها.

اضف الى هذه الملاحظات بعضا من الجوانب التي يمكن ان تعتبرها جملة من الخصائص المميزة للخطابات البصرية والتي تتفرد بها عن غيرها من الخطابات.

- تتخذ دوال اللسان طابعا خطيا وتدرك حسب نظام تحدده الجملة غير ان الايقون ينتشر في فضاء الخطاب البصري بحيث تغيب الخطية في ادراكه فادراك عناصره مسالة اختيارية متروكة للمتلقي، فاذا كانت قواعد النحو والصرف تحكم اللسان فان الخطاب البصري يتخلص من هذه القواعد.

- الخطاب البصري لا يقبل التقطيع المزدوج، فهو عبارة عن وحدة شاملة لا تقبل التقطيع، وهذا ما دفع العديد من الباحثين للقول إن الخطاب البصري يؤسس أنظمة جد متعددة، بعضها أيقوني خالص لأن تمفصلاته لا تقع على الدال دون المدلول لتقاربهما على عكس الخطاب اللفظي لأنه مبرر لاحتوائه على نسق دلالي شمولي ومباشر. (عبد القادر فهيم الشيباني : 2010، ص36) ويرى غوتيي في هذا المقام أن الخطاب البصري في حده الأدنى عبارة عن ملفوظ، وهذا يعني أنه بإمكانه اقتراح عدة ملفوظات في الحدود الدقيقة للتوازن اللساني ينطوي هذا الملفوظ على بنية لمجموع مدرك مباشر. (محمد الهجابي : 1994، ص67)

- امكانية صنع الرموز، وصياغة الدلالات وتجسيد القيم لما يحتويه من عناصر تعبيرية سواء تمثلت في ما هو شكلي، او لوني، او حجمي، او جمالي وبهذا غدى مصدرا اساسي الانتاج وتوظيف وتشكيل الوعي والوجدان والسلوك.

- الاختصار والشمولية وهما صفتان في الخطاب البصري الذي قد يختصر عدة صفحات من الكتابة في خطاب واضح وشامل اضف الى ذلك الزمان والمكان.

- لا يستند الخطاب البصري في انتاج دلالته الى عناصر اولية مالكة لمعاني سابقة (الكلمات مثلا) وانما يستند الى تنظيم يستحضر السنن التي تحكم هذه الاشياء في بنيتها الاصلية ويقدم بارث في هذا المجال مثالا بالغ الدلالة، فخطاب بصري يمثل رجلا مستلقيا على اريكة يقرا جريدته تحت ضوء خافت يستخرج المدلول التالي، لحطة الاسترخاء فهذا المدلول هو نتاج تأليف مجموعة من المدلولات التوسطية التي تحيل عليها بشكل منفصل الدوال المشكلة للخطاب البصري فالأريكة لا تشبه الكرسي في شيء هي للراحة وهو للعمل والضوء الخافت عكس الساطع في الحدة، والجريدة توحي لتمضية الوقت، فتنظيم دوال الخطاب البصري هو الذي يولد المعنى، اذ انه يرد هذه العناصر الى بنيتها الاصلية، وبالعودة اليها يتم الكشف عن الابعاد الدلالية للدوال الحاضرة في الخطاب البصري، فهو الوسيط بين الواقع والفكر، وبين الحس والعقل وفق راي الباحث حسن حنفي (سعيد بنكراد : 2006، ص32)

- الخطاب لبصري منفتح على عدة تأويلات وذلك باختلاف قدرات المدركين، وقد يحمل معاني مضمرة لا تحملها دواله، وقد يزيف الحقيقة احيانا خاصة في غياب السياق الادراكي.

- يستند الخطاب البصري الى خاصية التعليل، والمماثلة والتشابه، لأداء رسائله التي تفضي عليه صبغة نقل الواقع بكل عضوية وطبيعية

- الخطاب البصري وسيلة اتصالية : اذ كشفت الدراسات المختلفة اهميته ودوره الإتصالي بل يتعدى ذلك ليكون عاملا اساسيا في تثمين العلاقات الانسانية وتنمية الحس الجماعي وذلك من خلال الاحساس بألم الاخر، كما يمكن ان نثبت دوره الاتصالي من خلال المرحلة الابتدائية الانسانية اين كان الخطاب البصري وسيلة انسان للتعبير عن حاجاته البيولوجية لأجل التواصل والخطابات الموجودة في الطاسلي دليل واضح على ان الانسان كان يتصل بغيره بواسطة هذه الرسومات التي بقيت حتى وقتنا الراهن لتأدية دورها الاتصالي مع الاجيال المتتالية ونفس الشيء يخص اللغات القديمة التي كانت عبارة عن رسومات صور مثل لغة الفراعنة، وجدت لأداء وسالة اتصالية تتجاوز حاجز الزمن.

3. انواع الخطاب البصري

انطلاقا من اراء الباحثة مارتين جولي التي اقرت ان تحديد مفهوم الخطاب البصري امر صعب لأنه لا يوجد تعريف شامل لكل استعمالاته، فهو يتنوع بين رسومات الاطفال والافلام والرسوم الجدارية والانطباعية وكذا الخطاب الذهني والخطاب التجاري لكن ما يجب التأكيد عليه هو انه مهم جدا في التواصل الثقافي ، (Martine Joly : 2015، ص11) يمكن لنا ان نستخلص من ذلك نتيجة مفادها ان الباحثة تؤكد تنوع الخطاب البصري، وتفرعه الى عدة انواع متمايزة، وكل نوع يعني بمجال معين حسب المضمون والمحتوى، غير ان جل الخطابات وان تنوعت يبقى الخطاب البصري هو الوعاء الحاوي لها والحامل لقواعد التسنين والدلالة، كما أكد(فوكو) بآن لكل مجتمع وسائله في ضبط انواع الخطاب فيه مثل القوانين الاجتماعية والفكرية السائدة في حقبة معينة، (فوكو، ميشيل : 1989، ص39) وعليه فما هي انواعه اذاً ؟.

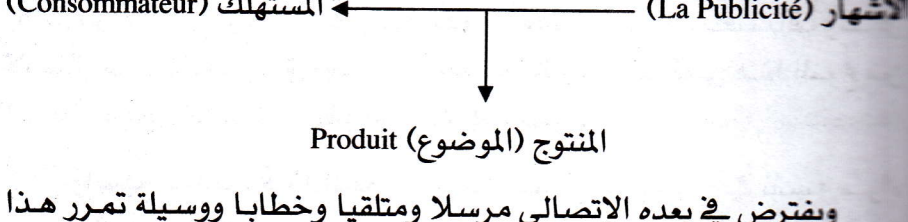
- **الخطاب الاشهاري** : يعد الخطاب الإشهاري في عصرنا هذا صناعة إعلامية وثقافية بأتم معنى الكلمة، ولذلك فهو يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات وخصوصاً المتطورة منها، لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي وتشكيل الوعي وفي التأثير على الثقافة وتوجيهها في أبعادها المختلفة الأخلاقية والفلسفية.

يمثل الخطاب الاشهاري خطابا سوسيو اقتصادي يعتمد الى استثمار (اجتماع المعطيات البصرية واللسانية وكذا التركيز على المعطيات السيكولوجية للدفع بالمتلقي (المستهلك) الى القيام بفعل الشراء وتحقيق هذا الفعل باعتباره المبتغى الاسمى للتواصل الاشهاري. (عبد المجيد العابد : 2008، ص47) كما يعتبر نوعا من أنواع الخطاب بعامة لاتصاله بالحياة الانسانية بشكل مباشر، فيؤسس للقيمة الاجتماعية والأخلاقية والحضارية، ناهيك عن القيمة التجارية فهو وإن ارتبط ارتباطا وثيقا بالدعاية بمفهوم عام، إلا أنّه يبطن في الممارسة اللغوية والأيقونية قيمة ثقافية ذات سمة إيديولوجية غالبة تحاول أن ترسخ لدى المستقبلين وبهذه الطبيعة المتشابكة لا بد من تمييز ما هو من الخطاب نفسه بوصفه نسيجا لغويا دالا يهدف الى الاقناع وبين ما هو خارج الخطاب فيما يتصل من قيم سوسيو-اقتصادية اذ انه يتأسس في بعده

التأثيري على مبدا الترويج للسلعة والفكرة المنوطة بها من خلال عرض خصائصها المميزة. (نعمان بوقرة : 2011، ص46)

ويتأسس الخطاب الإشهاري في بُعده التأثيري على مبدأ الترويج للسلعة والفكرة المنوطة بها من خلال

عرض خصائصها المميزة (السمة المائزة في اللسانية ومبدأ القيمة السوسيري) بهدف الدفع بالجمهور المستهلك إلى الاقتناء، وهكذا تتجسد العملية الإشهارية كفعل اقتصادي اجتماعي وفق العلاقة التالية : (بلقاسم سلاطنية وعبيدة سبطي وفؤاد شعبان : 2013، ص82)



ويفترض في بعده الإتصالي مرسلا ومتلقيا وخطابا ووسيلة تمرر هذا الخطاب اذ يقوم الخطاب البصري على نسقين متميزين في التدليل احدهما لساني صرف والثاني أيقوني خالص يمتزجان لأداء خطاب اشهاري متجانس. اذ ان بناء هذا الخطاب لا يمكن ان يكون بعيدا عن بناء الخطاب البصري فهو يشتغل كسنن مشكل من علامات ممتلئة على حد تعبير رولان برث وبهذا يعتبر الخطاب الاشهاري مجرد وصف للمنتوج بل هو تحديد لعلاقات وانماط من السلوك مرتبطة بقاعدة مثلى للفعل ففعل الشراء هو الغاية الكلية للرسالة الاشهارية. (سعيد بنكراد، 2006، ص39، 40.) فالخطاب الإشهاري هو صناعة إعلامية وثقافية معاصرة، وله العديد من الاهتمامات في مختلف المجتمعات خاصة منها المتطورة.

ويعد من الخطابات التي تندرج ضمن الممارسة الثقافية كالخطاب الأدبي او السيميائي او البصري وهو يتركب من مكونين، مكون لساني ومكون أيقوني. (عبد المجيد نوسي : 2009، ص13)

- **الخطاب الفني** : ارتبط الخطاب الفني منذ ظهوره بالأعمال اليدوية ولم ينظر له كفن يملك جمالية الا في اللحظة التي اصبح فيها نشاطا ثقافيا.

يعرفه ايليوسيو فيرون Eliseo Veron بانه نتاج لمتعة او نشاة من طبيعة خاصة يجدها الانسان في بعض تركيبات الاشكال والخطوط والالوان والحركات والاصوات والايقاعات والصور لكن هذه التركيبات لا يمكن ان تزوده باللذة الا عندما تعبر عن الاحاسيس والعواطف التي تكتنف النفس البشرية. (Eugèn Véron : 2007، ص23)

عرف الخطاب الفني بداياته الاولى كخطاب بسيط يحاول ان يماثل بين الحقيقة والواقع ولم يكن سوى وسيلة للتصوير، ومحاولة تقليد الطبيعة سواء بتشكيل بعض الايقونات او بخط بعض الصور على الكهوف والمغارات، فالهاجس الاول الذي ربط الانسان بالفن هو الخوف الدائم من ما هو غيبي وسرعان ما تطورت وتيرة الحياة باكتشاف وسائل الاتصال من مطبعة وورق ووسائل اتصالية اخرى حتى نمى هذا النوع من الخطابات وابتكرت له وسائل جديدة في العمل.

واصبح صاحب هذا الخطاب يبدع ويعبر عما يختلج في نفسه سواء بالتعبير المباشر او التجريدي، وظهرت له مذاهب توجه اعماله ومن بينها المذهب الكلاسيكي ذو النزعة العقلانية ففاية الفنان وفق هذا الاتجاه هو تجسيد الجمال الخالص المجرد دون ترك اي بعد للغيب او الخيال في هذا التعبير الفني، فالجمال حسب هذه المدرسة هو جمال هندسي لأنه يستخدم الخطوط الحادة والبناء المحكم. (مارك حمينير : 2009، ص56)

ويؤكد يوري لوتمان Youri Lotman في هذا المجال ان العلامة في الفن تشكل وسيلة تواصل وان الفنان والمتلقي على حد سواء، ويؤسس كل منهما لغة خاصة تساعد على استيعاب وفهم العمل الفني، ومجموع هذه العلامات يعقد لغة فنية اي لغة مشفرة، وبهذا يحدد يوري لوتمان سمات العلامة في الفن بانها تواصلية ونظام نمذجة في ان واحد، فالأعمال الفنية تتضمن رسائل لأغراض التواصل والتخاطب مثلها مثل اللغة تماما وتقدم في الوقت ذاته نموذجا منفردا. (Youri LOtman : 1993، ص33)

وعموما يظل الخطاب الفني خطابا ابداعيا تعبيرا مهما تباينت مذاهبه ويحمل في طياته دلالات صريحة ومضمرة ومسكوكة في اشكال والوان وخطوط، تعكس تجربة الفنان الشخصية وانعكاسات البيئة

المحيطة به بمختلف جوانبها الاجتماعية والنفسية، ويعجز الفنان في بثها وايصالها بشكل مباشر الى المجتمع باللغة الموازية والمتداولة في المحيط، فهو يعاود تشكيلها برموز واشارات وعلامات فنية بغية التأويل محققا بذلك لغة تواصل جديدة خاضعة لعناصر التكوين الفني وتعبر عن عالمه الداخلي وعن شعور الذي يحسه.

- **الخطاب الفوتوغرافي** : هو عبارة عن علامة تمتلك بعض خصوصيات الموضوع الممثل على حد تعبير شارس موريس في تحديده للايقونة اذ ان هذا النوع من الخطابات يندرج ضمنها.

يملك الخطاب الفوتوغرافي دلالة خاصة بامتزاجه مع خطاب اللفظي الاعلامي فهدفه الاول هو توصيل الرسالة من مرسل الى متلقي، باقل قدر من التحريف والتشويش الذي قد يقلل من مصداقيته ان اكتشف المتلقي ذلك.

يخضع الخطاب الفوتوغرافي الى الضوابط الخمسة التي صاغها الباحث هارولد لاسويل عام 1932 من يقول ؟ المرسل ماذا' الرسالة الاعلامية ولمن يقول ؟ اي المتلقي ولماذا يقول ؟ اسباب ارسال الرسالة الاعلامية، باي وسيلة اي الصورة التي هي حامل الرسالة وهذا اقتناعا من الباحث بان الخطاب المصور هو النموذج الامثل فالبعد البصري هو القادر على اثراء الكلمة وايضاح ادق التفاصيل، غير ان الباحث ماك لوهان صاغ نظرية خاصة للخطاب الفوتوغرافي تقوم على البارد والساخن ذات مفاهيم فلسفية اجتماعية الكترونية فحسب هذا الباحث الخطاب الفوتوغرافي هو وسيلة ساخنة لأنه يعد حاسة واحدة من حواس الانسان وهي حاسة البصر بدرجة عالية من الشدة ولا يترك له شيئا يكمله فهو لا يتطلب الكثير من المشاركة لكنه يتطلب تقنيات خاصة في انجازه كاختيار الزوايا وكلمات تسطر اسفله وتشرح عناصره وربما معانيه. (مهندس محمد نبهان : 1984، ص 130)

يتميز هذا النوع من الخطاب بكونه لغة عالمية واسهل قراءة وفهما من النص الالسني فهو يختزل الكثير من الالفاظ في مشهد واحد. كما انه يشغل حيزا خاصا في الخطاب الاعلامي سواء كان متحركا او ثابتا فهو يملا الفراغ الذي يخصص له وفق السياسة التحريرية للوسيلة الاعلامية ويتكون الخطاب الفوتوغرافي من تمفصل مدونات مختلفة (الشكل،

والالوان والتاطير) اضف الى ذلك محاكاته للواقع، فهو دائم الارتباط بانية الاحداث وهذا ما يجسد تماثليته وارتباطه بالمرجع خاصة اذا زاح عنه النوايا السيئة (التحريف). ان الخطاب الفوتوغرافي سواء كان متحركا او ثابتا فان مغزاه الاول هو الاتصال والتواصل فهو يحمل نفس مقومات الخطاب البصري سواء التكوينية او التأثيرية.

- **الخطاب الذهني** : يعتبر نشاط ذهني باطني يقوم الفرد من خلاله بتخيل وتركيب وبناء مجموعة من الافكار والتخيلات ونسجها لتكون على شكل خطاب ذهني، يتميز بالأحادية في الانتاج او حتى في الارسال، يختلف هذا الخطاب من فرد لأخر وذلك وفق القدرات الذهنية لكل واحد فهو بتواجد بدرجات متفاوتة لدى كل شخص، وقد ارتبط الخطاب الذهني قديما بفئات معينة مثل الفنانين والرسامين وخاصة الشعراء وبراعتهم في مجال الشعر باستعمالهم لمختلف الاساليب البلاغية في تصوير ما يختلج في مكنوناتهم، وتعضد ماهية ذلك حين ربط الباحث جاستون باشلار (Gaston Bachelard) بين الادب والشعر والخيال، وان الخيال يهب معنى للخطوط الواقعية التي تبدو للوهلة الاولى غير دالة. (جاستون باشلار : 2010، ص223) فالخيال حسب الباحث يهب معنى للعالم وليس مجرد ادراك حسي مباشر ويقوم الشاعر بموجب الذهاب من الواقع الى غير الواقع ليعود الى الواقع مرة اخرى، وعدّه باشلار ضمن قوة الانتاج النفسي. ومجمل القول يظل الخطاب الذهني خطاب غير مدرك حسيا لان مرئيته فردية وحامل لمعاني ودلالات يمكن ان تصب في واقع حسي مدرك.

- **الخطاب السينمائي** : هو خطاب ابداعي فني ولغة خاصة توظف عدة عناصر لانجازها (الكاميرا، سلم اللقطات، المؤثرات الخاصة..) والمونتاج الذي يعد عملية هامة في انجاز هذا الخطاب ويتم بموجبه تركيب اللقطات فيما بينها لإنجاز جسم ذا معنى ودلالة نسميه فيلم.

فالخطاب السينمائي ليس خطابا فنيا مستقلا ووسيلة تعبير مميزة ولكن ايضا وسيلة اتصال جماهيرية حيث صنفه الباحث ماك لوهان ضمن الخطابات الساخنة لحدته في التأثير، كما يحمل الخطاب السينيمائي رسائل ضمنية متعددة يتم فهمها من خلال فهم العلاقة بين مختلف المدونات والشفرات بكل انواعها، ونظام الاشارات التي تحمل معاني متعددة

ومرتبطة في نفس الوقت بالسياق الثقافي والاجتماعي خاصة وان هذا النوع يتميز بتعدد مستويات انتاج المعنى او الدلالة، ويظهر هذا التنوع بصورة بارزة في سلم اللقطات وزوايا التصوير وغيرها من الشفرات الاخرى لان الفيلم كنص وخطاب له لغته الخاصة التي تميزه عن الفنون الاخرى.

إن دراسة لغة هذا الخطاب تتيح فرصة الاطلاع على مدى تعدد دلالاته وخصائصه وقدرته في بلورة العديد من المعاني، خاصة وانه عرف نحوا خاصا على يد الباحث كريستيان ميتز الذي يرى في السنيما بانها لغة مركبة تتألف باقتران خمس مواد تعبيرية دالة، نوعان يؤلفان شريط الصور وهي الصور الفوتوغرافية المتحركة والبيانات المكتوبة، وثلاثة انواع اخرى تمثل شريط الصور وهي الصوت الشبهي او الايقوني كالضجيج والصوت المنطوق وصوت المتكلم من خلال الحوار او التعليق والصوت الموسيقي، اضف الى ذلك الاوضاع الخاصة بالسينما (سلم اللقطات وزوايا التصوير وحركات الكاميرا والمونتاج والسيناريو والحوار) والاوضاع غير خاصة (الشخصيات الديكور الاضاءة الموسيقى والصوت). (جورج سادول : 1997، ص185)

- **الخطاب الكاريكاتيري** : هو نص سيميائي حسب السيميولوجيين الذين يتبنون فكرة أنه لا شيء خارج النص، وتعد الأشكال المحوّرة جزء لا يتجزأ منه، لها قدرة دلالية قادرة على بعث الفكرة في زمن قياسي مقارنة بذاك الزمن الذي يستغرقه القارئ في إدراك اللغة، يتسم بالبساطة والتلقائية، وهو خطاب مفتوح للمتلقي بغض النظر عن مستواه الثقافي. (عبد الهادي عتيق : 2007)

يخضع الخطاب الكاريكاتيري لسنن ايقونية خالصة من شانها ان تجعل منه نسقا دالا وينسج علاقة وطيدة بينه وبين الخطاب البصري اذا سلمنا بان الثاني يمثل خطاب مجرد عن هياة خبر الذي يخضع الى اجراء حدثي فيختلق لنفسه شخصيات حكائية ثابتة احيانا ومتميزة في احيان اخرى حيث يخضع في انتاجه لقوانين التجريد السيمي على نحو يتحول فيه من مجرد رسم يدوي الى خطاب معبر يقوي على اظهار التناقضات الموجودة في الواقع اليومي. (عبد القادر فهيم الشيباني : 2009، ص70)

يتكون الخطاب الكاريكاتيري مرفولوجيا من تشكيلات خطية تمليها شروط الرسم الساخر تكون هذه الاخيرة مسكوكة في اشكال وخطوط والوان وهذا ما يمكن من تشكيلات خطية تمليها شروط الرسم الساخر تكون هذه الاخيرة متكونة في اشكال وخطوط والوان وهذا ما يمكن ان نصطلح عليه بالعلامات البلاستيكية اضف الى العلامة الايقونية الكاريكاتيرية التي تكون حاملة لطيف من خصوصيات التعرف وتظهر باعة الرسام في الربط بين هاذين المكونين يحتم عليه الامر اللجوء الى الرسالة اللسانية حتى لا تكون مادة الكاريكاتير جافة

يساير الخطاب الكاريكاتيري الانية مثله مثل الخطاب الاعلامي ويعمل على ترجمة الخبر وتصويره عبر واقعة عينية تكون انعكاسا له او لفت الانتباه الى ظاهرة معينة او التهكم على شخصية عمومية وبهذا يتطرق الى بعض المسائل التي يعجز امامها الخطاب اللفظي وهذا ما يضمن له مسايرة دائمة وقارة في مختلف الجرائد والمجلات.

يعتبر الخطاب الكاريكاتيري خطابا ساخرا هدفه الاسمى التواصل بأدوات نابعة من جوفه ساخرة مضمرة تحمل ابعادا دلالية متصنعة امام المتلقي بزي الهزل والطراف

وفي الاخير نصل الى ان نقول أن شمولية الخطاب البصري ليست عائقاً أمام خصوصية كل عنصر من عناصر هذا الخطاب، وإنما هي أشبه ما تكون ببانوراما عن الواقع، وعما يتداخل مع هذا الواقع من احتمالات، وهي ليست شمولية أحادية، وإنما شمولية فيها تشاركية وغنىً واسع، فنحن أمام الكتلة والفراغ واللون والظلال والانطباعات والتداعيات، وخلف كل ذلك يوجد تداخل الأفكار والرؤى الإنسانية، ويمكن لكل متلق للخطاب البصري أن يرى هذا الخطاب بحرية تامة، وأن يتفاعل معه بطريقته الخاصة، وربما هذا ما يميز الخطاب البصري عن الخطاب المكتوب أدباً أو فكراً أو تحليلاً، حيث تسيطر اللغة المكتوبة وأنساقها التاريخية على توجيه المتلقي، والتحكم بطريقة تلقيه للخطاب. (C. Metz : 1970، ص 08)

قائمة المراجع

ا. باللغة العربية

1. العابد عبد المجيد، مباحث في السيميائيات، المغرب : ط1، دار القرويين، 2008.
2. الهجابي محمد، التصوير والخطاب، الرباط : ط1، ديوان 3000، 1994.
3. بلقاسم سلاطنية وعبيدة سبطي وفؤاد شعبان، سيميولوجيا الصورة الإشهارية، الجزائر : مخبر التفسير الاجتماعي والعلاقات العامة، 2013.
4. باشلار جاستون، جماليات الصورة : ترجمة غادة الامام بيروت : ط1، التنوير للطباعة والنشر، 2010.
5. بوقرة نعمان، فعالية الصورة وقيمتها الحجاجية، اليات الخطاب الاشهاري، اشراف محمد الداهي، سلسلة ندوات ومناظرات رقم 23، الدار البيضاء : دار التوحيدي للنشر والتوزيع، 2011.
6. بنكراد سعيد، سيميائية الصورة الإشهارية، الإشهار والتماثلات الثقافية، المغرب : إفريقيا الشرق، 2006.
7. حمينير مارك، ما الجمالية، ترجمة : شربل داغر بيروت : ط1، المنظمة العربية للترجمة، 2009.
8. جورج سادول، العناصر الدالة للغة السينمائية، ترجمة محمود اليراقن، حوليات جامعة الجزائر، العدد 10، 1997.
9. شمال محمد حسن، الصورة والاقناع، دراسة تحليلية لأثر الخطاب الصورة في الاقناع، القاهرة : ط1، دار الافاق العربية، 2006.
10. فهيم الشيباني عبد القادر، السيميائيات العامة أسسها ومفاهيمها، الجزائر : ط1، منشورات الاختلاف، 2010.
11. فهيم الشيباني عبد القادر، الصورة والصورة الكاريكاتيرية بحث في سيميائيات النحو الايقوني، الاردن في اطار ندوة الصورة والخطاب 19/18 عالم الكتب الحديث (د. ط) 2009.
12. مهندس محمد نبهان، التصوير والحياة، الكويت : عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، رقم 75، مارس 1984.

13. فوكو، ميشيل. حفريات المعرفة، ترجمة. سالم يفوت، الدار البيضاء : المركز الثقافي العربي، 1989.

14. نوسي عبد المجيد، الخطاب الإشهاري بالمغرب استراتيجيات التواصل، الجديدة : كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، 2009.

15. عتيق عبد الهادي، دراسة أسلوبية في صورة الكاريكاتير الفلسطيني (فن الكاريكاتير لدى الفنانة أمية جحا) مداخلة في مؤتمر فيلادلفيا الثاني عشر، بعنوان ثقافة الصورة، 2007.

16. يخلف فايزة، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الاعلانية، دراسة لعينة من اعلانات مجلة الثورة الافريقية، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر 1996، ص26

17. محمد غرافي، قراءة في السيميولوجيا البصرية، مجلة فكر ونقد، العدد 13، 1998، . عن الموقع.

http : //www. aljabriabed. net/n13-08ghrafi. htm

ب. باللغة الفرنسية

1. Abraham Moles, L'image, Communication, Fonctionnelle, CASTERMAN Belgique. 1980

2. C. Metz, au delà de l'analogie, l'image, in communication,n°15, 1970.

3. . Eugèn Véron, Esthétique, Belgique, paris : Editions Vrin, 2007.

4. Groupe (u), Traité du signe visuel, pour une rhétorique de l'image, la couleur des ideés, paris : édition du seuil. 1992.

5. Jean Claude Fozza, Anne Marie Garat, Françoise parfait, petite fabrique de l'image, Paris : édition Magnard,. 2003.

6. Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image, paris : Armand Colin, 2015.

7. Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image, (paris : Armand Colin, 2015.

8. Yveline Baticle, Apprendre l'image, photographie, cinéma, bande dessinée, télévision, publicité, paris : éditions Magnard, 1986

9. Youri LOtman, la structure du texte artistique, traduit du russe par Anne. Fournier et autre, Paris, Edition Gallimard 1993.