البلاغة والصورة الاشهارية

د. طارق الخودي
باحث في سيميائيات اللفظ والصورة
المغرب

تمهيد:

من أهم مجالات اشتغال الحقل السيميولوجي تحليل وتأويل الخطاب الإشهاري عامة والصورة الإشهارية خاصة. ذلك أنه يراها علامات بصرية مفعمة بدلالات ضمنية تحمل بين ثناياها معان متعددة ومتنوعة. ولعل هذا هو ديدن السيميائيات منذ أن تنبأ بها فرديناند دوسوسير Ferdinand De Saussure كعلم عام سيشمل اللسانيات وعلم النفس الاجتماعي، ويهتم بدراسة العلامات داخل الحياة الاجتماعية. وأيضا كعلم قعد له شارل ساندرس بورس Charles Sanders Peirce بمرجعيات فلسفية نقلته من حقل اللسانيات إلى مجال المنطق والفلسفة. لذلك انفتح مجال تأويل وتفسير الصورة الإشهارية على عدة مشارب معرفية تتأرجح بين نظريات التلقي والتأويل، على اعتبار أن الخطاب الإشهاري هو بالأساس عملية تواصلية بامتياز. بمعنى أن هناك تلقي رسالة عبر قناة (تلفزيون، لوحات إشهارية،...) ومن خلال سنن، يحاول عبره مستقبل/متلق تلقيها والتفاعل معها، عبر فك شفراتها وقراءتها قراءة سليمة.

إن تأويل الصورة الإشهارية ينبع بالأساس من إدراك العلامة البصرية وأنماط بنائها وتجليها. وهذه العملية التأويلية أو قراءة العلامة البصرية تقتضي تبني مناهج جمالية دقيقة، قادرة على سبر أغوارها واستخراج مكنونها وتحديد التعييني فيها والتضميني منها. ومن هذا المنطلق، انبرت السيميائيات الدلالية والتأويلية مع كل من أمبرتو إيكو Umberto Eco، رولان بارث Roland Barthes، وجورج بينينو George Penninou، وغيرهم، لتوظيف عدة إواليات جديدة تساعد على إنجاح عملية التأويل السيميولوجي.

ومن بين أبرز هذه المقاربات التحليلية التي تستعين بها السيميائيات في عملية التأويل والتحليل، نجد ما أسماه بارث بالبلاغة الجديدة. حيث مهد لمقاربة جديدة في قراءة وتأويل العلامة البصرية، مؤكدا على أن للصورة بلاغة تضاهي بلاغة الرسالة اللسانية، لاسيما من حيث احتواؤها على إيحاءات نابعة من إيديولوجيا اجتماعية، تعكس، تقريبا، كل مكونات البلاغة الكلاسيكية. وقد اتضح فيما بعد هذا التجديد البارثي في قراءة وتحليل الخطاب البصري. ذلك " أن تحليل الرسائل يبين أن الإشهار خلال عمليته الإقناعية، قد أعاد إلى الاستعمال، بدون وعي، مجمل وجوه البلاغة الكلاسيكية ولاسيما وجوه الإبدال خاصة: الغلو والاستعارة والتورية والتجنيس..."[1]

إن التطور الذي لحق البلاغة منذ ظهورها، من فن في الإقناع والحجاج، إلى فن يختص أيضا بدراسة المحسنات البلاغية التي تستعمل في الخطاب، ساهم بلا شك في الإفادة منها داخل منظومة سيميولوجيا الصورة. بل إن " جاك دوران Jacques Durand" صرح بأنها عادت للحياة مع الصورة الإشهارية، حيث يقول: " أضحت البلاغة اليوم، متجاوزة من طرف التعليم الرسمي وكذا الأدب العالي، غير أنها وجدت ملجأ لها في الإشهار"[2]. ويعزى هذا الاستعمال، بلا شك، إلى الجهاز المفاهيمي الذي تتوفر عليه البلاغة، والذي يعد مصدر غناها، رغم تواريها خلف أستار المناهج النقدية، مع دراسة النصوص الأدبية من رواية وشعر. ومن ثم، ينسب للسيميولوجيين، خصوصا في الغرب، رد الاعتبار لهذا العلم الراسخ في القدم منذ القرن الخامس قبل الميلاد في سيراكوز Syracuse. فأعمال " السيميولوجيين واللسانيين هي التي كانت وراء الانتعاش الحالي للبلاغة القديمة. فقد بدا أن الجهاز المفهومي الذي بلوره البلاغيون يشكل أداة مثلى من أجل استكشاف سبل جديدة هي التي قادت إليها أبحاثهم"[3].

لقد ولدت هذه العلاقة الحميمية بين السيميولوجيا والبلاغة على أمل إحياء البعد الجمالي الذي امتازت به هذه الأخيرة في إثراء التواصل البصري وإغناء العلامة البصرية بإبدالات جمالية ومحسنات بلاغية غاية في الأهمية. فما هي تجليات المحسنات البلاغية في الصورة الإشهارية؟ وكيف ساهمت البلاغة الجديدة في تقوية سلطة الخطاب الإشهاري وتأثيرها على المتلقي؟

تعتبر البلاغة الجديدة وليدة العصر الحديث، غير أن جذورها ممتدة بلا شك الى البلاغة الكلاسيكية والمتمثلة في بلاغة أرسطو Aristote. إلا أن هناك[4] من سعى إلى بعثها من جديد بعد سنوات ركود في الثقافة الغربية وقام بتطويرها مركزا بالأساس على الجانب الحجاجي والذي يعتبر قطب رحى البلاغة الجديدة. غير أنه وقبل الشروع في تحديد أهم مقتضيات البلاغة الجديدة، لابد لنا أن نعرج على مفهوم البلاغة الكلاسيكية في الثقافتين معا الغربية والعربية. وذلك في محاولة منا لاستجلاء مسألة التأصيل وسيرورة التطور التي لحقت بالبلاغة عبر العصور، ثم أيضا مدى تمثل البلاغة الجديدة لمفاهيم علمية مقترنة بالحجاج أكثر ومبتعدة شيئا ما عن الجانب الفني التعليمي والبياني. لقد أصبحت البلاغة اليوم أحد الإواليات الأساسية للعديد من المناهج التأويلية، التي تعتني بتأويل ودراسة الخطاب في شتى المجالات، وأهم هذه المناهج نجد المنهج السيميائي الذي انفتح على البلاغة الجديدة وأفاد منها في قراءة وتحليل الصورة (رولان بارث، جماعة مو).

يعد مفهوم البلاغة من المفاهيم القديمة التي ارتبطت بالشعر والخطاب، وذلك منذ أرسطو الذي ساهم في بلورة هذا العلم وقعد له في كتابيه فن الشعر وفن الخطابة. والبلاغة من الناحية اللغوية "من بلغ الشيء يبلغ بلوغا وبلاغا: وصل وانتهى وتبلغ بالشيء: وصل إلى مراده، والبلاغ ما يُتبلغ به ويُتوصل إلى الشيء المطلوب"[5]. يستشف من الاشتقاق اللغوي، أن البلاغة هي إدراك غاية ما والوصول إلى النهاية، كما أن البليغ هو ذلك الشخص القادر على الإقناع والتأثير عبر كلامه وأدائه.

استنادا إلى الاشتقاق اللغوي العربي، يمكن أن نستنتج ملامح التعريف الاصطلاحي لمفهوم البلاغة والذي لا يعدو أن يكون سوى إيصال معنى الخطاب/ الكلام كاملا إلى المستمع/ المتلقي. كما أن الغوص في البحث عن معنى هذا المفهوم يقودنا بالأساس إلى الفلسفة اليونانية وخصوصا مع أرسطو، الذي أفرد لهذا العلم كتابا سماه "فن الخطابة"، حيث جعل من البلاغة هي الخطابة وكلاهما مرتبطان بالحجاج. فالبلاغة "كما استقر مفهومها في الثقافة الإغريقية، إنما هي نظرية في القول الناجع، وهي كذلك ذات علاقة متوطدة بالممارسة الشفوية"[6].

ترتبط البلاغة بالثقافة الإغريقية ارتباطا وثيقا، بل تتخذ صبغة أسطورية، مما يجعلها ترقى إلى مصاف أهم العلوم التي شغلت بال الفلاسفة والمفكرين اليونانيين. ونجد رولان بارث في حديثه عن قراءة جديدة للبلاغة القديمة خلال الدروس التي كان يلقيها في المدرسة التطبيقية للدراسات العليا بباريس في العام الدراسي 1964/ 1965 قوله إن البلاغة نشأت عند اليونان حوالي 485 قبل الميلاد، حين قام طاغيتان هما "جيلون وهيبرون" من صقلية بترحيل السكان ونزع ملكياتهم من أجل تعمير سراكوزا، وقسما الأراضي على المرتزقة. وثارت على الطاغيتين انتفاضة قوية تطالب بالديمقراطية استطاعت أن تعيد الأهالي إلى وطنهم، وأتاحت لهم أن يرفعوا الدعاوى القضائية ليستردوا أراضيهم، فإذا بالدعاوى كثيرة لا تحصى، وكان من الصعب على القضاء أن يفصل في دعاوى الملكي بعد أن أصبحت الحقوق غير ظاهرة بالدليل. وشكلت لجان تحكيم شعبية كبيرة. وأصبحت الوسيلة التي تُربح بها القضايا هي أن يكون المترافع أمام المحكمة بليغا، يصل ببلاغته إلى أن يقنع القضاة بأفضل مما تصل الأدلة إلى إقناعهم. وأصبح الناس محتاجين إلى فئة تتقن البلاغة، وتعلمهم كيف يؤثرون في المحكمة. وسرعان ما ظهر معلمون للبلاغة يدربون لقاء أجر أصحاب الحقوق على أن يكونوا محامين بلغاء ينالون حقوقهم ببلاغتهم، وكان المعلمون الأوائل لهذا الفرع من فروع المعرفة القديمة هم: أنبذقل الأجرجنتي، وتلميذه كوراكس وتيسياس. وبعد الحروب الميدية انتقلت تعليم البلاغة إلى أتيكا. لجأ إليها التجار ليحسموا نزاعاتهم القضائية بلاغيا. وعن طريق هؤلاء التجار الذين يستطيعون أن يدفعوا لأجل البلاغة انتشرت الظاهرة البلاغية في أثينا"[7].

تعتبر البلاغة الجديدة وليدة العصر الحديث، غير أن جذورها ممتدة بلا شك الى البلاغة الكلاسيكية والمتمثلة في بلاغة أرسطو Aristote. إلا أن هناك[8] من سعى إلى بعثها من جديد بعد سنوات ركود في الثقافة الغربية وقام بتطويرها مركزا بالأساس على الجانب الحجاجي والذي يعتبر قطب رحى البلاغة الجديدة. غير أنه وقبل الشروع في تحديد أهم مقتضيات البلاغة الجديدة، لابد لنا أن نعرج على مفهوم البلاغة

الكلاسيكية في الثقافتين معا الغربية والعربية. وذلك في محاولة منا لاستجلاء مسألة التأصيل وسيرورة التطور التي لحقت بالبلاغة عبر العصور، ثم أيضا مدى تمثل البلاغة الجديدة لمفاهيم علمية مقترنة بالحجاج أكثر ومبتعدة شيئا ما عن الجانب الفني التعليمي والبياني. لقد أصبحت البلاغة اليوم أحد الإواليات الأساسية للعديد من المناهج التأويلية، التي تعتني بتأويل ودراسة الخطاب في شتى المجالات، وأهم هذه المناهج نجد المنهج السيميائي الذي انفتح على البلاغة الجديدة وأفاد منها في قراءة وتحليل الصورة (رولان بارث، جماعة مو).

1) البلاغة: المفهوم والامتدادات

يعد مفهوم البلاغة من المفاهيم القديمة التي ارتبطت بالشعر والخطاب، وذلك منذ أرسطو الذي ساهم في بلورة هذا العلم وقعد له في كتابه فن الخطابة. والبلاغة من الناحية اللغوية "من بلغ الشيء يبلغ بلوغا وبلاغا: وصل وانتهى وتبلغ بالشيء: وصل إلى مراده، والبلاغ ما يُتبلغ به ويُتوصل إلى الشيء المطلوب"[9]. يستشف من الاشتقاق اللغوي، أن البلاغة هي إدراك غاية ما والوصول إلى النهاية، كما أن البليغ هو ذلك الشخص القادر على الإقناع والتأثير عبر كلامه وأدائه.

استنادا الى الاشتقاق اللغوي العربي يمكن ان نستنتج ملامح التعريف الاصطلاحي لمفهوم البلاغة، والذي لا يعدو أن يكون سوى إيصال معنى الخطاب/ الكلام كاملا الى المستمع/ المتلقي. كما أن الغوص في البحث عن معنى هذا المفهوم يقودنا بالأساس إلى الفلسفة اليونانية، وخصوصا مع أرسطو، الذي أفرد لهذا العلم كتابا سماه فن الخطابة. حيث جعل من البلاغة هي جوهر الخطابة وكلاهما مرتبط بالحجاج. فالبلاغة "كما استقر مفهومها في الثقافة الإغريقية إنما هي نظرية في القول الناجع، وهي كذلك ذات علاقة متوطدة بالممارسة الشفوية"[10]. وترتبط البلاغة بالثقافة الإغريقية ارتباطا وثيقا، بل يتخذ صبغة أسطورية مما يجعلها ترقى إلى مصاف أهم العلوم التي شغلت بال الفلاسفة والمفكرين اليونانيين. ونجد رولان بارث في حديثه عن قراءة جديده للبلاغة القديمة خلال الدروس التي كان يلقيها في المدرسة التطبيقية للدراسات العليا بباريس في العام الدراسي 1964-1965، قوله إن البلاغة نشأت عند اليونان حوالي 485 قبل الميلاد، حين قام طاغيتان هما جيلون وهيبرون من صقيلية بترحيل السكان ونزع ملكياتهم من أجل تعمير سيراكوزا، وقسم الأراضي على المرتزقة وثارت على الطاغيتين انتفاضة قوية تطالب بالديمقراطية، استطاعت أن تعيد الأهالي إلى وطنهم وأتاحت لهم أن يرفعوا الدعاوى القضائية ليستردوا أراضيهم، فإذا بالدعاوى كثيرة لا تحصى. وكان من الصعب على القضاء أن يفصل في دعاوى الملكية بعد أن أصبحت الحقوق غير ظاهرة بالدليل. وتشكلت لجان تحكيم شعبية كبيرة وأصبحت الوسيلة التي تربح بها القضايا هي أن يكون المترافع أمام المحكمة بليغا، يصل ببلاغته إلى أن يقنع القضاة بأفضل مما تصل الأدلة إلى إقناعهم. وصار الناس محتاجين إلى فئة تتقن البلاغة، وتعلمهم كيف يؤثرون في المحكمة. وسرعان ما ظهر معلمون للبلاغة يدربون أصحاب الحقوق، لقاء أجر، على أن يكونوا محامين بلغاء ينالون حقوقهم ببلاغتهم. وكان المعلمون الاوائل لهذا الفرع من فروع المعرفة القديمة هم: أنبذقل الأجرجنتي، وتلميذه كوراكس وتيسياس. وبعد الحروب الميدية انتقل تعليم البلاغة إلى أثينا، لجأ إليها التجار ليحسموا نزاعاتهم القضائية بلاغيا وعن طريق هؤلاء التجار الذين يستطيعون أن يدفعوا لأجل البلاغة انتشرت الظاهرة البلاغية في أثينا"[11].

يتضح من خلال هذه الحكاية التي تؤرخ لنشأة البلاغة الغربية، أنها مغايرة تماما لنشأة البلاغة العربية. وأنها تهدف بالأساس إلى الإقناع والحجاج، كما أنها مرتبطة بالنثر وليس بالشعر، أي بالخطابة. ويضيف رولان بارث إلى هذا التأصيل التاريخي للبلاغة، كيف طور "كوراكس" وسائل الإقناع البلاغية أمام المحاكم، حيث تتم عبر المراحل التالية: الاستهلال – السرد – المحاجة أو الأدلة – الاستطراد –الخاتمة[12].

هذا التقسيم البلاغي المتداول سينتشر بين الفلاسفة اليونانيين، وفيما بعد سيطوره السوفسطائيين الذين كانوا ينتهجون أسلوب الإقناع البلاغي للدفاع عن أي دعوى، ويبرهنون أيضا على أن الخير شر وأن الشر خير. وسيتصدى لهم أفلاطون، الذي حاول ربط البلاغة بالفضيلة، وبالتالي ميز بين " بلاغة فاسدة ينتجها معلمو البلاغة والمدارس، وجورجياس والسوفسطائيين، وهي تعتمد على الإيهام. وبلاغة جيدة هي البلاغة الحقيقية، البلاغة الفلسفية أو الجدلية، يسميها أفلاطون باسم سيكاجوجيا، أي تكوين الأرواح بواسطة الكلام"[13].

بعد ذلك، ستعرف البلاغة في الفلسفة اليونانية امتدادا واسعا، بفضل أرسطو الفيلسوف الذي يعد عماد الدراسات الفلسفية المنطقية لشتى مجالات المعرفة الإنسانية. وقد أسهم أرسطو بفضل آرائه الدقيقة والعلمية في تطوير البلاغة وجعلها محور الارتكاز في فن الخطابة، حيث ميز بين الشعر والخطابة وجعل البلاغة وجها آخر للخطابة. فالبلاغة عمل للفكر بينما الشعر ساحته الانفعالات والمشاعر، كالخوف والغضب والشفقة. كما ان البلاغة عند أرسطو مقترنة بمبدأين مهمين، هما الاستقراء والقياس. وانطلاقا من هذه المبادئ سعى إلى وضع ثلاثة أركان للخطابة أو الحجاج. وتعد هذه الأركان الثلاثة جهازا مفاهيميا أساسيا للحجاج، وهم: الإيتوس Ethos والباتوس Pathos واللوغوس Logos، وهي مقابل لأسس الخطاب الثلاثة: الخطيب والمتلقي/ المستمع والخطاب.

- الإيتوس Ethos: (أو حجج الباث)، حيث يقوم الإيتوس بتوصيف الخصائص المتعلقة بشخصية الخطيب، والصورة التي يقدمها عن نفسه، إذ يظهر في كل الأحوال كفؤا وشريفا، ويتكيف مع المقامات، فيكون شديدا أو مرحبا، عنيفا أو متفهما، رحيما أو قاسيا."[14]

- الباتوس Pathos: (أو حجج المتلقي) يتمثل الباتوس في مجموعة انفعالات يرغب الخطيب في إثارتها لدى مستمعيه (رحمة، كراهية، غضب، خوف...)"[15]. بمعنى توظيف كل ما من شأنه أن يحرك ميول ومشاعر المستمع/ المتلقي.

- اللوغوس Logos: (حجج الخطاب نفسه أو الموضوع) يعكس اللوغوس الحجاج المنطقي، الذي يمثل الجانب العقلاني في السلوك الخطابي، ويرتبط بالقدرة الخطابية على الاستدلال والبناء الحجاجي"[16].

استنادا إلى ما سبق، نستشف أن البلاغة الغربية مرتبطة أساسا بالحجاج من أجل الإقناع، وهي قرينة للخطابة بمفهومها الواسع والعام. أما في التراث العربي، فإن البلاغة انبثقت من خلال اللغة الإعجازية للقرآن الكريم ومن رحم المحسنات التي تزين الشعر العربي خاصة وفنون القول عامة. وقد انبرى العديد من علماء اللغة وساهموا بآرائهم العميقة في إثراء هذا العلم العريق، بدءا بالجرجاني في كتابه (أسرار البلاغة)، والجاحظ في كتبه العديدة مثل: البيان والتبيين، والسكاكي والزمخشري وغيرهم من فطاحلة اللغة العربية. ويرى بعض الباحثين[17] أن هناك عدة عوامل ساهمت في نشأة وتطور البلاغة العربية، وتنقسم إلى عوامل داخلية وخارجية، مثل الملاحظة المباشرة والاختيار الفني أو ما يسمى "بلاغة الرصد لكونها ترصد الملاحظات وتجمعها وتسميها دون اهتمام بنسق تنظيري". وأيضا استكشاف خارجي عن طريق تقنين اللغة والفكر وتبجيل الدين ولغة القرآن، أو ما يمكن تسميته بمنجزات علماء اللغة في النحو والصرف وعلوم اللغة ولاسيما لغة القرآن والشعر الجاهلي.

استقر علماء اللغة القدامى على تعريف البلاغة انطلاقا من قدرة المتكلم على إيصال المعنى إلى السامع دون لبس أو غموض، مع حمله على التأثر بالكلام والاقتناع به والاستجابة لمقصوده. أي إنها حالة من التطابق بين مقتضى الحال مع الكلام وفصاحته. ولعل هذا ما نجده في تعريف أبي هلال العسكري، حيث قال: "البلاغة هي كل ما تبلغ به المعنى قلب السامع، فتمكنه في نفسه كتمكنه في نفسك مع صورة مقبولة ومعرض حسن"[18]. إن البلاغة من خلال هذه الطروحات بين الثقافتين الغربية والعربية، تستقر على مبدأ أساس هو الإقناع وفن الإفحام، عبر إيصال معاني الكلام من خطيب إلى مستمع دون تشويش أو مساحة للتضليل. وإذا كانت البلاغة الغربية ارتبطت قديما وحديثا (مع شاييم بيرلمان) بالحجاج وبلاغته، فإن البلاغة العربية مرتبطة بعلوم تفرعت عنها وشكلت قوامها العلمي. هذه الفروع هي البديع والبيان والمعاني. وهذا التقسيم هو ما آلت إليه البلاغة العربية، وإن كان هناك تجديد على مستوى أنساق الخطاب والتركيز على البعد الحجاجي فيه. إذ أصبحت البلاغة بعد بيرلمان تنحو منحى فلسفيا مرتبطا بالحجاج وآليات الإقناع، كما وُلدت في أحضان الثقافة الإغريقية. أما عربيا فإن البلاغة القديمة أثرت الساحة النقدية وشكلت مدرسة في النقد والتحليل وتم التقعيد لها بشكل صارم ودقيق، بوأها مكانة هامة في الحقول اللغوية.

2-بلاغة الصورة الإشهارية:

يهدف الخطاب الإشهاري إلى الإبلاغ أولا، ثم الإقناع والتأثير على المتلقي، عبر عدة مؤثرات لغوية وبصرية. فهو يشكل حالة من حالات التواصل الجماهيري الهادف، التي تروم إقامة علاقة موطدة بين مرسَل (الشركة المنتجة) ومستقبل (المتلقي/المستهلك). هذه العلاقة قوامها الغايات التجارية في المطاف الأول والزج بالمستهلك في عوالم استيهامية للمنتج، ليصبح زبونا أمينا ومخلصا. وللوصول إلى هذه الغايات الكبرى النفعية والمادية، ينهج الخطاب الإشهاري عدة أساليب، مستعينا بتقنيات بصرية وأساليب حجاجية بلاغية.

وإذا كانت غاية البلاغة الإقناع والتأثير، فإنها تتقاطع مع أهداف الخطاب الإشهاري. بل إن هذا الأخير أصبح يوظف ما آلت إليه البلاغة من أشكال وأساليب وتقنيات وآليات حجاجية ويستثمرها لباء صوره ووصلاته الإشهارية.

لقد صرح "جاك دوران Jacques Duran" بأن البلاغيين وجدوا ضالتهم في الصورة، بعد أن طالهم الملل والنفور من الغوص في النصوص عبر البلاغة الكلاسيكية. ذلك أن الصورة تمثل سندا غنيا للدارسين من مختلف المشارب المعرفية. وحيث إنها أضحت عاملا أساسيا للتواصل بين الناس، بل وتعد وسيلة فعالة لنقل الأحاسيس والمشاعر والأفكار والآراء. فإن البلاغيين رأوا فيها ملاذهم الأخير، بعد أن نبذهم النص اللغوي ومل قراءاتهم وتأويلاتهم الكلاسيكية. كما أن تنوع مكونات الصورة أمكنهم الغوص في عوالمها الجوانية والبرانية، وأمدهم بتعدد القراءات وغناها، على الرغم من العلاقة التشابهية بين الدال البصري ومدلوله. غير أنه ليس من السهل على المؤول الإمساك بكل الأشكال البلاغية، على تنوعها واختلافها. بل لا بد من تأمل دقيق ودراية كبيرة بغايات تلك الأشكال البلاغية وجوهرها، لمحاولة إسقاطها على الصورة، وامتلاك ناصية مكونات الصورة والإحاطة بها. كما أن للبعد السيميولوجي حضورا قويا وبارزا لفهم الجانب البلاغي وتأويله في الصورة عامة والصورة الإشهارية خاصة.

إن ما يميز الصورة الإشهارية، سواء الثابتة أو المتحركة، هو اندراجها ضمن آليات التواصل الخطي La communication Linéaire، أي ضمن سيرورة تواصلية بين مرسل يمتلك سلطة إبلاغ قوية وعبر قنوات تواصلية فعالة (تلفزة، سينما، راديو، مجلات، أنترنت، ملصقات...) وبين مُتلق لا يملك مناعة بصرية تقيه فتنة الصورة وغوايتها. كما أنها تمتاز أيضا بمقومات بلاغية أيقونية وتشكيلية تزيد من سحرها وسطوتها على المتلقي. ومن خلال تأملات سيميائية في مكونات الخطاب البصري الإشهاري، يمكن أن نخلص إلى مظاهر الأركان البلاغية الحجاجية الخاصة بالخطاب. إذ يمكن إسقاطها على الخطاب البصري (الصورة) نظرا لغناه الدلالي وتعدد معانيه، التي تستنبط من مكوناته (تشكيل، ألوان، خطوط، وِضعات...).

أ- **الإيتوس Ethos**: ونقصد به باث الصورة الإشهارية، وهو الذي يوفر كل الوسائل لإنتاج خطاب إشهاري قادر على الإقناع والتأثير. لذلك، فإنه يبدو شريفا ونزيها ومحايدا، وناصحا للمتلقي بتقديم منتج من خلال صورة إشهارية قد تقول كل شيء عن المنتج أو لا تقول شيئا سوى استيهامات وأحلام وأمنيات يتحصل عليها المتلقي عبر امتلاك المنتج.

ويعمل الإشهاري على إثارة نوازع المتلقي، مستخدما كل ما يثيره، لاسيما الجسد الأنثوي، الذي يرى فيه بعدا إيروسيا قويا، وقادرا على انتشال المتلقي من غفوته وعزوفه والزج به في متاهات المنتج. لذلك، تعد الشركات الإشهارية اليوم، عاملا أساسيا في الترويج للمنتجات وتقديمها وتقريبها للمستهلك في صور إشهارية مختلفة ومتنوعة.

ب- الباتوس Pathos: يتمثل هذا الجانب البلاغي في الصورة الإشهارية من خلال جملة من الأحاسيس والانفعالات التي تميز المتلقي المستهدف. فلكل منتج زبائنه وعشاقه، لذلك يحرص الإشهاري على توظيف كل الإمكانات المتاحة له من أساطير ومدلولات توسطية لتحريك مشاعر المتلقي وميولاته. ومن ثم، فإن الإشهاري لا يقدم خطابه اعتباطيا دون دراسة مسبقة، بل إنه يستعين بالموسوعة الثقافية للفئة المستهدفة ويحاول صياغة خطابه وفق قناعات راسخة لديه. ونسوق هنا حكاية الخبير الإشهاري جاك سيغيلا **Jacques Seguila** مع السيدة

باطا صاحبه شركة أحذية عالمية، حينما تدخلت لتغيير بعض عناصر الصورة الإشهارية لأحذية نسائها، فاختلفت مع سيغيلا، إلا أنها أجابته بجملة كانت درسا له، حيث قالت: إننا لا نبيع أحذية، بل نبيع أقداما جميلة. في إشارة إلى تركيز الصورة الإشهارية على ساقي المرأة الممثلة في الصورة أكثر من الحذاء.

ج–اللوغوس Logos: كما سبقت الإشارة إلى ذلك، فإن اللوغوس يُعنى بالقدرة الخطابية والحجج المنطقية الكفيلة بإقناع المتلقي والتأثير عليه. وهذا الركن من أهم الأركان التي يشتغل عليها الخطاب الإشهاري، ذلك أنه يوظف كل السيرورات الدلالية التي تبرز المعنى والمراد من المنتج، وتحاول تغليفه بأفكار حقيقية لا مناص منها. وفي هذا الصدد تقدم الصورة الإشهارية أبعادا حجاجية لغوية وأيقونية. فاللغة الموظفة يجب أن تنأى عن الأساليب المباشرة والحافية، وأن تستقي ألفاظها من لغة تساعد على إنتاج المعنى وتوليد الدلالات الأيديولوجية، وأن تحمل أنساقا ثقافية تتصل بالموسوعة الثقافية للمتلقي وتكون جزءا من هويته وانتمائه الحضاري.

ومن أهم مظاهر الاستدلال الحجاجي ما يمتاز به الإشهار الجمالي الذي يوظف المدلولات التوسطية والمحكيات الأولى والأساطير المؤسسة للوجود الإنساني. هذه الآليات الحجاجية تساعد في الإبلاغ والإقناع والتأثير على المتلقي. فالمستهلك لا يقدم على فعل الشراء من أجل النظافة أو الجسد السليم أو للوقاية من البرد أو الأمراض وغيرها من الأمور النفعية المباشرة، بل إنه يستجيب لنداءات داخلية أقوى من النفعي المباشر وأشد ارتباطا بالضمني الخفي والاستيهامي الإغرائي. إنه يشتري من أجل البقاء والخلود ومن أجل الجمال والسعادة ومن أجل الشعور بالثقة في النفس والظهور في مظهر جميل، وأحيانا أخرى من أجل تحقيق رغبات إيروسية لا يجدها في عالمه الواقعي الحقيقي.

إن بعد اللوغوس في الخطاب الإشهاري عامة والصورة خاصة، يستند إلى الأنواع التي ابتكرها الإشهاري من أجل تمرير إرسالياته الإشهارية. ونجد في هذا الصدد الإشهار المرجعي والإشهار الإيحائي والأيديولوجي. وقد قام الباحث السيميائي **سعيد بنكراد** بتجميع هذه الأنواع التي اهتدى إليها **جون ماري فلوك Jean Marie Floch** في نوعين أساسيين هما: الإشهار المرجعي والإشهار الجمالي. وهذان النوعان يتسمان باختلاف في قدرتهما الخطابية وحججهما المنطقية والدلالية. فالإشهار المرجعي هو ذلك النوع الذي يقول حقيقة المنتج ومميزاته بطريقة مباشرة، لا تستدعي فعل التأويل. كما أن خطابه يتسم بكونه يستمد قدراته الدلالية من الحقائق الاجتماعية. "فالأمر يتعلق بحقيقة تخص ماهية المنتج ودوره وموقعه ضمن الوضع الإنساني المنتقى"[19]. وما يميز هذا النوع أنه قادر على تقديم المنتج للمستهلك من خلال وظائفه الحقيقية وخصائصه الواقعية، فهو يبتعد عن الأشكال السحرية والاستعارية والخيالية، ولا يسعى إلى إبعاد المستهلك وعينه إلى ما وراء الخطاب والصورة، وإنما يكتفي بالمعنى الجاهز والمباشر النفعي من خلال سرده لحقائق ومعلومات ومعطيات عن المنتج.

والنوع الثاني الذي ذكره الأستاذ سعيد بنكراد، هو الإشهار الجمالي الذي يتصل بالأبعاد الإيحائية والأيديولوجية. وقد وصفه **جون ماري فلوك** بكونه إشهارا إيحائيا وأسطوريا. إن أهمية اللوغوس في هذا النوع، تكمن في كونه لا يكشف عن مدلولاته ومعانيه بطريقة مباشرة، بل يقدمها للمتلقي تحت غطاء استيهامي مفعم بالقيم وأشكال الحياة. إنه لا يرمي إلى تقديم المنتج كما لو أنه ضرورة أملتها احتياجات الإنسان في حياته، أو أنه غاية استهلاكية عادية، وإنما يهدف بالأساس إلى إيقاظ كل النوازع والطاقات الانفعالية للمستهلك وجعلها تقوم من مرقدها إلى دائرة الحياة. إن المعنى لا يقدم من خلال التعيين المباشر، بل هو فعل تأويلي يبتعد بالعين عن الوقائع والحقائق الجاهزة إلى ما هو استعاري وإيحائي يقضي تدخل التأويل وإعمال العقل لاستيعاب معنى الخطاب الإشهاري.

3–الأشكال البلاغية في الصورة الإشهارية:

سعت البلاغة للبحث عن أسناد تحتويها و تجعلها تبرز بشكل أكثر حداثة وتطورا مما هي عليه، لذلك كان التمثيل البصري مرتعا جد مهم لما يمتاز به من مكونات وعناصر تقنية وفنية." **فالبلاغة اليوم ، إذ أضحت متجاوزة سواء من طرف التعليم الرسمي أو الأدب العالي، فإنها وجدت ضالتها في الإشهار**".[20] لهذا سعى البعض – رولان بارث ، جاك دوران ...– إلى إعادة الدرس البلاغي للمجال الأكاديمي في حلة

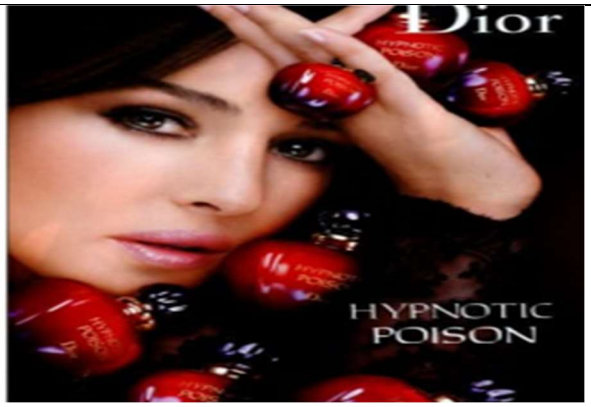
جديدة مع الصورة الإشهارية، محاولين بذلك إسقاط بعض المحسنات و الأشكال البلاغية على الصورة الإشهارية و دراستها وفق ما آلت إليه البلاغة.

واستنادا إلى ذلك قام "جاك دوران Jacques Durand" برصد عدة أشكال ومحسنات بلاغية يمكن أن تتصف بها الصورة الإشهارية، انطلاقا مما وصلت إليه البلاغة وقد جمعها في الجدول التالي[21] :

علاقة بين عناصر متغيرة	أ إضافة	ب حذف	ج استبدال	د تبادل
1- هوية	تكرار	حذف	المبالغة	القلب
2- تشابه في الشكل المحتوى	قافية مقارنة	موازية	تلميح استعارة	إبدال صرفي تناظر
3- اختلاف	تراكم	إقصاء	كناية	حذف الروابط
4- تقابل في المحتوى الشكل	ترابط نقيض الأطروحة	شرح ملتبس تحفظ	كناية عن موصوف تورية	الدور الناقص المقابلة العكسية
5- التماثل المزيف المعنى المزدوج - المفارقة	اللعب بالكلمات مفارقة	الحشو تعريض	جناس مركب طباق	تكرار غير منظم تناقض

(جدول توضيحي رقم 1 لأهم العلاقات التبادلية بين مختلف المحسنات البلاغية في الصورة).

من خلال الجدول أعلاه وللتوضيح أكثر سنقدم أمثلة عن بلاغة الصورة الإشهارية:

<table>
<tr>
<td>
</td>
<td> 
</td>
</tr>
<tr>
<td>التكرار répétition : يتمثل التكرار في عدد أزواج الأحذية جنبا إلى جنب، أي مضاعفة تمثيل نفس الشيء يتكرر في الصورة.</td>
<td>المقابلة : antiphrase نلاحظ المقابلة من خلال تقديم واقعتين متضادتين: عطر/ سم</td>
</tr>
<tr>
<td> </td>
<td>
</td>
</tr>
<tr>
<td>الاستعارة métaphore تشبيه المطر بأسلحة فتاكة لأسطورة الرجل الخفاش (باتمان)</td>
<td>Allégorie : مجاز تم تشخيص القدم وتحويلها إلى امرأة يقدم إليها خاتم الزواج.</td>
</tr>
<tr>
<td>
</td>
<td>
</td>
</tr>
</table>

مراكمة : accumulation ليست هي التكرار، وإنما هي تجميع لمختلف الأشياء المتشابهة والمتطابقة حسب الشكل أو الوظيفة.	كناية : périphrase نجد هنا في هذا المثال، حذاء الباليه يقدم حذاء آخر، مع خلق توازن فيزيائي عجيب. وهنا الكناية عن دقة حركات فن الباليه.

إن المعنى داخل الصورة ليس معطى جاهزا، وإنما هو حاصل تسنين إدراك ثقافي. ذلك أن دلالة الصورة لا تنبثق من علاقة التناظر بين دال الصورة ومدلولها، "فالعلامات البصرية رغم إحالتها على تشابه ظاهري لا تقدم لنا تمثيلا محايدا لمعطى موضوعي منفصل عن التجربة الإنسانية، فالوقائع البصرية في تنوعها وغناها تشكل لغة مسننة أودعها الاستعمال الإنساني قيما للدلالة والتواصل والتمثيل. استنادا إلى ذلك، فالدلالات التي يمكن الكشف عنها داخل هذه العلامات هي وليدة تسنين ثقافي وليست جواهر مضمونة موحى بها"[22].

الهوامش:

[11] – آن سوفاجو: الإيديولوجيا وآليات اشتغال الخطاب الإشهاري، ترجمة: أحمد الدويري، مجلة علامات، العدد 27، مكناس، 2007، ص 48.

[2] – Jacques Durand : Rhétorique et image publicitaire, in communication, N 15, 1970, Paris, p : 70.

[3] – دافيد فيكتروف: الإشهار والصورة، صورة الإشهار، ترجمة: سعيد بنكراد، دار الأمان، الرباط، ط 1، 2015، ص 97.

[4] – شاييم بيرلمان فيلسوف بلجيكي اهتم بمسألة الحجاج في البلاغة، وساهم في ترسيخ ثنائية مهمة في هذا المجال، وهي: الفصل Dissociation والوصل liaison.

[5] – **ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، د.ت، بيروت–لبنان، ج 8، ص 420.**

[6] – **علي الشبعان: الحجاج بين المنوال والمثال نظرات، في أدب الجاحظ وتفسيرات الطبري، مسكلياني للنشر والتوزيع، تونس، ط 1، 2008، ص 14**

[7] – **رولان بارث: قراءه جديدة للبلاغة القديمة، ترجمة عمر أوكان، افريقيا الشرق، المغرب، ط 1، 1994، ص 15.**

[8] – شاييم بيرلمان فيلسوف بلجيكي اهتم بمسألة الحجاج في البلاغة، وساهم في ترسيخ ثنائية مهمة في هذا المجال، وهي: الفصل Dissociation والوصل liaison.

[9] – ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، د.ت، بيروت–لبنان، ج 8، ص 420.

[10] – علي الشبعان: الحجاج بين المنوال والمثال، نظرات في أدب الجاحظ وتفسيرات الطبري، مسكلياني للنشر والتوزيع، تونس، ط 1، 2008، ص 14

[11]– رولان بارث: قراءه جديدة للبلاغة القديمة، ترجمة عمر أوكان، أفريقيا الشرق، المغرب، ط 1، 1994، ص 15.

[12] – رولان بارث، مرجع سابق، ص 15–16.

[13] – مجدي أحمد توفيق: ما البلاغة؟، سندباد للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2013، ص 62.

[14] – محمد طروس: النظرية الحجاجية من خلال الدراسات البلاغية والمنطقية واللسانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 2005، ص 18.

[15] – نفسه

[16] – محمد طروس، مرجع سابق، ص 18.

[17] – محمد العمري: البلاغة العربية، أصولها وامتداداتها، أفريقيا الشرق، المغرب، ط1، 1999، ص 18.

[18] – أبو هلال العسكري: الصناعتين: الكتابة والشعر، تحقيق علي محمد البجاوي ومحمد أبو الفضل إبراهيم، المكتبة العصرية، صيدا، لبنان، ط1، 1952، ص 16.

[19] – سعيد بنكراد: سميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية، دار الأمان، الرباط، ط1، 2016، ص59.

[20] – Jacques Durand, rhétorique et image publicitaire, in communication, N 15, 1970, p70.

[21] – نفسه، ص70.

[22] سعيد بنكراد : السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها ، دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا ، ط 3،2012ص 118.