مجلة جامعة جازان للعلوم الإنسانية
Jazan University Journal of Human Sciences (JUJHS)

الأنساق البلاغيّة للصُّورِ الثابتة والمتحرّكة: من الدرجةِ المنظورةِ إلى الدّرجةِ التّصوُّريّة

نجلاء علي مطري
قسم اللغة العربية، كلية الفنون والعلوم الإنسانية، جامعة جازان، المملكة العربية السعودية

The Rhetorical Systems of Static and Dynamic Images: From the Visible degree to the Conceptual Degree

Najlaa Ali Matari
Department of Arabic Language, College of Arts and Human Sciences, Jazan University, Kingdom of Saudi Arabia

DOI	RECEIVED الاستلام	Edit التعديل	ACCEPTED القبول
https://doi.org/10.63908/tb5h6b67	2025/01/30	2025/03/25	2025/03/29
NO. OF PAGES عدد الصفحات	YEAR سنة العدد	VOLUME رقم المجلد	ISSUE رقم العدد
14	2025	3	13

الملخص:

إذا كان الخطابُ البصريُّ الأيقونيُّ بمنزلة نسقٍ بلاغيٍّ يتصفُ بالمشابهةِ النسبيّة مع موضوعه في العالم الخارجيّ، فإنّه يعدُّ كذلك (نسيجًا) أيّ: يتكونُ من وحداتٍ ومواد صُنع منها، وهي وحداتٌ تؤشّرُ على التماثلِ أو التباينِ بما في ذلك وحدات اللونِ، والمساحةِ، والشكل؛ فالمقصودُ بالنسيجِ إذن هو مكوناتُ الصورةِ، ووحداتِها المرتبطةِ بمادّة الصورةِ وشكلِها وألوانِها وغيرها من العناصرِ القابلةِ للتحليلِ والتأويلِ.

لكنّ الخطةَ التي اعتمدتها الدراسة بوصفِها منهاجيّة لتحليلِ الصورةِ الأيقونيّةِ في الخطابِ البصريّ السعوديّ تعتمدُ مقاربتين متكاملتين: أولهما: المقاربةُ السيميائيةِ التي اعتمدت فيها الدراسة على مفهوم بورس للعلامة، وخصائِصها، والمقاربة الثانية هي: المقاربةُ اللسانيّةِ التداوليّةِ التي تكشفُ لنا عن علاقةِ الصورةِ بالأفعالِ اللغويّةِ، وتأويلنا لها قصدَ استكشافِ علاقة الخطابِ الاشهاريّ التجاريّ، أو الثقافيّ التوعويّ في الكاريكاتير بالتقاليد والتراث والمجتمع لإبراز الهُويّةِ السعوديّةِ المركّبةِ والمتعدّدةِ وترسيخها في المجتمع.

الكلمات المفتاحيّة: الأيقون، النسيج، المشابهة النسبيّة، الأفعال اللغويّة، الدرجة المنظورة، الدرجة التصوريّة.

Abstract:

If the iconic visual discourse is a rhetorical system characterized by relative similarity to its subject in the external world, it is also considered a "texture," meaning it is composed of units and materials from which it is made. These units indicate similarity or contrast, including units of color, space, and shape. Therefore, the texture refers to the components and units of the image related to the material, shape, colors, and other elements that can be analyzed and interpreted.

But the plan we adopt as a methodology for analyzing the iconic image in Saudi visual discourse relies on two complementary approaches: The first is the semiotic approach, in which we relied on Peirce's concept of the sign and its characteristics. The second is the pragmatic linguistic approach, which reveals to us the relationship between the image and speech acts and our interpretation of them in order to explore the relationship between the Culture's advertising discourse and traditions and heritage to highlight in order to establish the complex and diverse Saudi identity in society.

Keywords: The Icon, The Texture, Relative Similarity, Language Acts, The Visible Degree, The Conceptual.

موضوع الدراسة: دراسةُ وتحليل المستويات اللسانيّة والذهنيّة للصُّور البصريّة الأيقونيّة.

أهميّةُ البحث: الكشف عن آليّات تحليل الخطاب البصريّ.

أهدافُ البحث: سعى هذا البحث إلى التحقق من الفرضيّة الآتية:

تفترضُ الدراسة أنّ الخطابَ البصريّ الأيقونيّ نسقٌ بلاغيٌّ يتّصفُ بالمشابهة النسبيَّة مع موضوعه في العالمِ الخارجيّ، وبذلك يشكِّل (نسيجًا) يتكوّن من وحداتٍ وموادٍ صنع منها، وهي وحداتٌ تؤشِّر على التماثلِ أو التباينِ بما في ذلك وحدات اللونِ، والمساحةِ، والشّكلِ. من ثمّ، يمكنُ تأويل وتحليل مكونات الصورةِ ووحداتِها المرتبطةِ بمادّةِ الصُّورةِ وشكلِها وألوانِها؛ أيّ: الدرجة المنظورة، للانتقال إلى أبعادها الدلاليّةِ الذهنيّةِ؛ أيّ: الدرجة التصوريّة.

مشكلةُ البحث:

كيف نحلِّل ونؤوّل العلامةَ البصريّةَ بما في ذلك التشكيلُ، والإعلانُ التّجاريّ والكاريكاتيريّ؟

وهنا توضّح الدراسة أنّ المقصود بالأيقون الثابت هو تلك الصور التشكيليّة أو الإشهاريّة وغيرها والمثبتة على لوحات أو منشورة في الصحف والمجلات، بينما الأيقون المتحرّك المقصود به الإعلان التجاريّ مثلاً والتلفازي الذي يقدَّمُ في شكلِ سيناريو تمثيليّ.

منهجيّةُ البحث: تعتمدُ الدراسة، منهاجيًّا مقاربتين متكاملتين:

أولهما: المقاربةُ السيميائيّة التي اعتمدت الدراسة فيها على مفهوم **بورس (Peirce)** للعلامة، وخصائصها والمقاربة **الثانية هي:** المقاربةُ اللسانيّة التداوليّة التي تكشفُ لنا عن علاقةِ الصُّورةِ بالأفعالِ اللغويّةِ، وتأويلنا لها قصدَ استكشاف علاقة الخطاب الإشهاريّ التجاريّ، أو التربويّ الكاريكاتيريّ؛ لإبراز الهُويّة السعوديّة المركّبة والمتعدِّدة وترسيخها في المجتمع.

الدراسات السابقة:

هناك الكثير من الدراسات التي درست الصورة الكاريكاتيرية سيميائيًّا، لكن –على حدّ علمي– لم أجدْ هناك دراسات معرفيّة تعدُّ الصورة البصريّة نسقًا ذهنيًّا.

محاورُ الدراسة:

المحور الأوَّلُ: تقديم: رؤية في الموضوع والإشكاليّة والمنهاجيّة.

المحور الثاني: في مفهوم النسق البلاغيّ البصريّ: الأيقون.

المحور الثالث: الأيقون بين (نموذج العلامة) و(منتج العلامة).

المحور الرابع: الدّلالة والتأويل في أيقون الصُّورة.

المحور الأوّل: تقديم: رؤية في الموضوع والإشكاليّة والمنهاجيّة.

تشكّلُ العلاماتُ البصريّةُ الثقافيّةُ والاجتماعيّةُ والسياسيّةُ والدينيّةُ بما فيها الأيقونات من شعرٍ مجسّمٍ، وصورٍ، ورموزٍ، ونحتٍ، وتشكيلٍ، ومجسّماتٍ، وغيرها ظواهر إنسانيّة قديمة قدم الإنسان، وبذلك لا تنفصلُ عن طبيعتهِ لكونه كائنًا اجتماعيًّا حيثُ دماغُه قادرٌ على إنتاجِ الأنساقِ التحليليّةِ والمنطقيّةِ والتقنيّةِ ممّا يعنى أنّه قادرٌ على ما يسميه الفيلسوف كارل بوبر (Karl Popper) بـ **(الناتج الإنسانيّ)** المتعدِّد والمركّب فيزيائيًّا ومادّيًّا ومعنويًّا.

ويمكن أنْ نفسّرَ ذلك أيضًا بقدرة بني البشرِ على بناءِ الأيقوناتِ، والرموزِ، والشفراتِ، واللغاتِ بوصفها تمثّلات للعالمِ والمحيطِ.

من هنا، يمكنُ أنْ نشيرَ في هذا الصَّددِ إلى الكتاباتِ، والنقوشِ، والرموزِ في الحضاراتِ القديمةِ، وإلى الشِّعرِ

المجسّمِ في الشِّعرِ العربيّ القديمِ من قبيلِ القصائدِ التي كُتبتْ على شكلِ شفرةٍ عند شعراءِ الطوائفِ السّياسيّةِ الشّيعيّةِ للإحالةِ على النَّسبِ إلى آلِ البيتِ. نضيفُ إلى ذلك الموشّحاتِ المغربيّةِ الأندلسيّةِ التي تمّ نظْمها على شكلِ وشاحٍ متجاوزةً بذلك الشَّكلِ العموديّ لبنيةِ القصيدةِ التقليديّةِ، لنصلَ إلى الشِّعرِ الدادائيّ والسرياليّ في العصرِ الحديثِ، حيثُ كتبتْ بعد الحربِ العالميّةِ الثّانيةِ قصائدَ احتجاجٍ على شكلِ تفاحةٍ تتحوّلُ إلى قلبٍ. وفي السبعينيّاتِ والثمانينيّاتِ من القرنِ الماضي انتشرتْ ما سمّي بالقصيدةِ الكالغرافيّا التي تعتمدُ على أنساقِ الرَّسمِ، والتشكيلِ، ممّا جعلَ الحداثةَ الشِّعريّةِ العربيّةِ تتّخذُ من فضاءِ الكتابةِ مساحاتٍ للتعبيرِ البصريّ عن صياغةِ رؤيا شعريّةٍ متماسكةٍ دلاليّا وصواتيًّا كذلك.

إنّ الأنساقَ البلاغيّةِ للأيقونِ البصريّ ظاهرةٌ قديمةٌ بيد أنّ دراستَها والمدارسَ التي قاربتها هي الجديدُ انطلاقًا من المقارباتِ البنيويّةِ والسيميائيّةِ والمعرفيّةِ.

وتجدرُ الإشارة إلى أنّ دراسةَ الأنساقِ البلاغيّةِ البصريّةِ عند العربِ القدماءِ قد اتَّخذَت صيغةً جنينيّةً لم ترقَ إلى مستوى علمٍ يتمُّ التنظير له كما هو الحالُ في عصرنا الحاضرِ، حيث انتبهوا إلى بعضِ الظواهرِ البصريّةِ البلاغيّةِ مثل: التّصحيف، وهو: التشابُه في الخطِّ بين كلمتين أو أكثر، مثل: التخلّي، التحلّي، التجلّي..

وفي عصرنِا الحاضرِ ظهرتِ المدارسُ الظاهراتيّة التي تحلّلُ الظواهرَ بالنَّظرِ إلى أشكالِها وأبعادِها حيثُ استفادَ منها الدَّرسُ البنيويُّ والسيمائيُّ أمثال: رولان بارت (Roland Barthes) في تأويلِ: إمبراطوريّة العلامات، ونسق الموضة، والإشهار، حيثُ قامَ بتحليلِ الأيقوناتِ البلاغيّةِ بوصفها خطابًا بواسطةِ مفاهيم من قبيل التقطيعِ، والنسقِ التقريريّ، والنسقِ الإيحائيّ، وغيرها من المفاهيم مستثمرًا، كذلك نظريّة بورس (Peirce) السّيميائيّة التي عرّفت النسقَ البصريَّ الأيقونيَّ بأنّه: مشابهةٌ بلا حدٍّ ما بين الدالّ والمدلول، بخلاف العلامة اللغويّة حيثُ العلاقة اعتباطيّة بينهما[1].

وفي العالمِ العربيّ يمكنُ أنْ نشيرَ إلى دراسات مهمّة في تحليل وتأويل الظواهر البصريّة، لكنّها ليست بالتراكم المطلوب مثل كتاب: (الشكل والخطاب) للماكري، وهي: دراسةٌ بنيويّة سيميائيّة ظاهراتيّة، وأطروحة الباحث السعوديّ محمد الصفرانيّ في: (التشكيل البصريّ) وهي دراسةٌ بنيويّةٌ جماليّةٌ. غير أنّ الجديدَ في هذه الدِّراسة هو تجاوزُ النّظر البنيويّ والسيميائيّ الجماليين نحو تقديم تأويلٍ لأنساقِ البلاغةِ البصريّةِ انطلاقًا من العلومِ المعرفيّةِ الحديثةِ. ذلك أنّ المقاربةَ البنيويّةَ السيميائيّة تطرحُ سؤالين مركّزين هما:

ما هي العناصرُ المكوّنة للدَّال البصريّ؟ وما هي وظائفُه الدلاليّة المباشرة وغير المباشرة؟، بينما هذه الدراسة ستضيفُ على ما سبق سؤالين آخرين:

هل النسقُ البلاغيُّ البصريُّ هو نسقٌ ذهنيٌّ؟ وبذلك كيف نؤوّله انطلاقًا من آليّاتِ البلاغةِ المعرفيّةِ؟

ذلك إذن هو موضوع الدراسة وتلك الأسئلةُ هي إشكالياته بينما المنهاجيّةُ فهي متعدّدةٌ مركّبةٌ بين أطروحاتٍ بنيويّةٍ وسيميائيّةٍ ومعرفيّةٍ.

---

[1]– راجع بعض التفاصـــيل في: كولر، جوناثان: رولان بارت مقدمة قصيرة جدًا، ترجمة سامح سمير فرح، ط ١، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، ٢٠١٦، ص ٢٠ وما بعدها.

المحورُ الثاني: في مفهومِ النّسقِ البلاغيّ البصريّ: الأيقون

تعتمدُ الأنساقُ البصريّةُ للأيقونِ على آليّاتٍ بلاغيّةٍ ومعرفيّةٍ وسيميائيّةٍ متعدّدةٍ يختزلُها البعض فيما يسمى بالنَّسيج البصريّ (Texture)، وذلك في الصُّورِ الفوتوغرافيّةِ، والرسمِ، والنحتِ، والتشكيلِ، والكاريكاتير، والمعمار، والخطِّ، بل أيضًا السينما التي يمكن اعتبارها أيقونًا متحرّكًا.

غير أنّ الدراسة تفترضُ أنّ الأيقونَ هو عبارةٌ عن علامةٍ بصريّة تنتقلُ بالمتلقّي من درجةٍ منظورةٍ يمكنُ رؤيتها بالعينِ المجرّدةِ إلى درجةٍ تصوريّةٍ [1]، أيّ إلى ما تمثّله تلك الصُّورة الأيقونيّة في ذهن المتلقّي. وهذا معناه أنّ **(النّسيج البصريّ)** يتألّفُ من وحداتِ اللونِ، والشكلِ، واللغةِ، والإطارِ وغيرها ممّا يسمحُ بمؤوّلات عديدةٍ وفقَ سياقِ التلقّي وزاويةِ النَّظر.

لكنّ السؤالَ الذي يطرحُ نفسه، ما تعريفُ الأيقون (Icône) أيّ: العلامةُ البصريّةُ، وماهي خصائصُه البلاغيّة المعرفيّة، والسيميائيّة في علاقته بالدَّلالة، والمرجع، والمؤوّلة (أيّ: تأويل المتلقّي)؟

انطلاقًا من أعمال بيرس (Peirce) السيميائيّة [2] يمكن تعريف العلامة الأيقونيّة بأنّها: علاقة شبه طبيعيّة بين الدّال والمرجع، حيث يمكنُ اعتبارها أيضًا علاقة ثلاثيّة بين الممثّل وهو العلامةُ ذاتها، وموضوعها أيّ مرجعها الخارجيّ، وكذلك مؤوّلتها، أيّ: ذلك التأويل الديناميّ الذي اعتبره بيرس غير محدود، وكلّما توصّلنا إلى مؤولة تحوّلت إلى علامة قابلة، لأنَ تؤوّل كذلك بمؤولة (Interpretant). وبذلك يشتغل السيميائيّون وعلماء البلاغة البصريّة مثل: إيكو (Eco) وجماعة مو (Mu) وبيرس (Peirce) على العلاقة المكنة بين كلٍّ من الأيقون، والرمز، والمؤشِّر. ذلك أنّه إذا أخذنا مثلاً: صورة الميزان، فإنّه أيقون؛ لأنّ علاقتَه مع موضوعِه، وهو: العدالةُ أو المحكمةُ شبه طبيعية، كما أنّه إذا أخذنا عيّنة: ثوب سنعتبرها أيقونة يمثّلُ بشكلٍ طبيعيّ نسبيّ الثوب بأكمله. وكذلك الصُّور الفوتغرافيّة وغيرها، لكنّ إذا أثّر الريح على أجنحة طاحونة هوائيّة، أو كثُر الدخان المتصاعد من منزل ما، فإنّما هذا يعدُّ مؤشّرًا (Indice) غير أنّ هذا المؤشِّر يمكن أنْ يتحوّلَ إلى أيقون دال على الكرم، وبذلك فالأيقون يتضمَّنُ المؤشّر، بل يتضمّنُ كذلك الرَّمز حيثُ إنّ الميزانَ على أبوابِ المحكمةِ هو: عبارةٌ عن أيقون ورمز في الآن ذاته؛ هو أيقونٌ، لأنّ علاقتَه بموضوعه أيّ: المحكمة علاقة شبه طبيعيّة وهو رمزٌ؛ لأنّ النّاسَ أصبحتْ تعتبرُ في سياق ما أنّ الميزانَ هو رمزٌ للعدالة وبذلك، فهو أيقونٌ بصريّ كذلك.

نستخلصُ إذن أنّ الأيقونَ علامةٌ بصريّةٌ يتكوّنُ من ثلاثيّةِ الممثّل أيّ العلامة ذاتها، والمرجع أو الموضوع، والمؤوّلة حيثُ لا يوجد أيقونٌ بدون مؤوّلة: فتأويلُ المتلقّي ضرورةٌ أساسيّةٌ –كما يقول بيرس– بوجود العلامةِ البصريّةِ للأيقون.

---

[1]– بيرس (١٩٧٨)، صص ١٥٢: ١٥٣

– Peirce, Ch.S.(1978), Ecrits Sur Le Signe, Tra.Par Deledalle , G. , Seuil, Paris

[2]– راجع: شكري، إسماعيل ٢٠١٦: أمبرطوريّة التنافذ "نظرية في النسبيّة التأويليّة، دار توبقال، الدار البيضاء، ط ١، صص١٨٠:١٩٣.

– انظر كذلك: جماعة مو ١٩٩٢، صص ٣٤: ٣٥.

– Groupe u (1992)، Traité Du Signe Visuel, Seuil, Paris.

إذن ونحنُ نتطوّرُ تدريجيًّا في بناءِ هذه الدِّراسة استخلصت الدراسة خاصّيتين أساسيتين للأيقون، وهما:

أ- المشابهة النسبيّة التي تربطه بموضوعه: ويقصد بها بيرس أنّ الأيقون لا يشبه بشكل مطلق مرجعه الخارجيّ ولذلك فالأيقون يحتاج دائمًا إلى تأويلات سياقية.

ب- كون الأيقون يحوي المؤشّر والرّمز.

هكذا نطرحُ الموالي في سياق بنائنا لمفهوم العلامة الأيقونيّة:

لماذا اعتبر بيرس (Peirce) الأيقون يرتبط بموضوعه ومرجعه بمشابهة نسبيّة؟

ذلك أنّ هذا الفيلسوف السيميائيّ ينطلقُ من فرضيّة: "أنّ كلّ شيء يمكن أنْ ينوبَ عن شيء آخر يشبهه، لكنها مشابهةٌ نسبيّة، وذلك انطلاقًا من التمييز بين مستويين في العلامة الأيقونيّة" [1]، وهما:

أ- مستوى المشابهة الثابتة: حيثُ نجدُ بعض الأيقونات مثل: الأعلام الوطنيّة، وبعض أيقونات الشخصيّات التاريخيّة، والسياسيّة مثل: الملك فيصل -رحمه الله-، وكذلك بعض الرُّموز الدينيّة، وهي: أيقونات لها دلالة ثابتة ولا تتغيّر؛ لأنّ الناسَ تعارفوا على مؤوّلاتِها.

ب-مستوى المشابهة الديناميّة: حيثُ تكثرُ الأيقوناتُ في المجتمعِ من أعمالٍ تشكيليّةٍ، وكاركاتيريّةٍ، ومعماريّةٍ وغيرها، لكنّ بناءَ مؤوّلاتِها يتغيّرُ باستقرارٍ حسبِ المتلقّي وثقافتِه وخلفيّتِه المعرفيّةِ. وهذا معناه أنّ ما نعتَه بيرس بالمشابهةِ النسبيّةِ يكثرُ في المستوى الأوّلِ، ويضعفُ في المستوى الثاني. وبذلك فالمشابهةُ الديناميّةُ تقودنا إلى البحثِ في خلفياتِها الاجتماعيّةِ، والدينيّةِ، والسياسيّةِ، والثقافيّةِ بناءً على أطروحاتِ بورس وإيكو وجماعة مو.

ذلك أنّ الفيلسوفَ السيميائيّ شارل ساندرس بورس عرف بثورتِه العلميّةِ على المعرفةِ الديكارتيّةِ، وكذلك مع المعرفةِ اللسانيّةِ عند فردينان دو سوسير (Ferdinand de Saussure) بأنّه أعدّ السيميائيّاتِ هي: مركزُ علومٍ كثيرة مثل: المنطق، وعلم النفس، وعلم الاجتماع ممّا يقودُ إلى تصوّرٍ جديدٍ للعلامةِ اللسانيّةِ، أو اللغويّةِ بوصفها بنية ذهنيّة، ونفسيّة، واجتماعيّة.

فالعلامةُ أو ما نعته بـ **(الممثِّل)** تشكّل فيه الأعمالُ والتصوراتُ الإنسانيّة مجالاً لبناءِ مؤوّلاتٍ (nterpretants)؛ فالإنسانُ بجسمِه، وأعمالِه الماديّة هو: عبارةٌ عن علاماتٍ كذلك، حيثُ إذا كان الإنسانُ علامةً فإنّ ذهنَه عبارةٌ عن أنساقٍ منطقيّةٍ للمؤوّلاتِ. ثم إنّه لا وجودَ للعلامةِ بدون تأويلٍ، فالمؤوّلةُ هي التي تحيّنها وتجعلُها متجدّدةً على الدوام. فعلى سبيل المثال: إذا قمتَ بتأويلِ كلمة: (نسر) بمؤولة: الشموخ، فإنّ هذه المؤوّلةُ تصيرُ علامةً قابلةً لتأويلٍ آخر من جديد، فنؤوّل: الشموخ بمؤولة: النصر على الأعداء، وهكذا تتوالى المؤوّلات، ويتطوّرُ الفكر وفقَ السياقاتِ النفسيّةِ، والاجتماعيّةِ إلى أنْ نصلَ إلى المؤوّلةِ الكبرى حسبَ المتلقّي، وثقافتِيه، وسياقِ تلقّيه للعلامةِ.

نستخلصُ ممّا سبق أنّ للعلامةِ أساسًا ثقافيًّا خاصّة في العلاقةِ بين العلامةِ البصريّةِ الأيقونيّةِ وموضوعِها.

المحورُ الثالث: الأيقون بين (نموذج العلامة) و(منتج العلامة).

يؤكّدُ إيكو (١٩٩٢) على الترابطِ الثقافيّ بين العلامةِ/ الأيقون وموضوعِها حيث إنّ العلامةَ -كما أوضحنا سابقًا- لا تحملُ خصائصَ مرجعِ الأيقونِ أو موضوعِه لكنْ هناك ترابطًا ثقافيًّا، وسياقيًّا يشي (بواقع) منتج الأيقون الذي يمكنُ اعتباره مجردَ تمثّلاتٍ للواقعِ. فعندما أرسمُ قطًا،

[1]- المرجع نفسه.

فهي لا تمثّل القطّة كما هي في العالمِ الخارجيّ، بل هي مجردُ مثيرٍ ينتجُ معني في سياقٍ تعاقديّ ما [1].

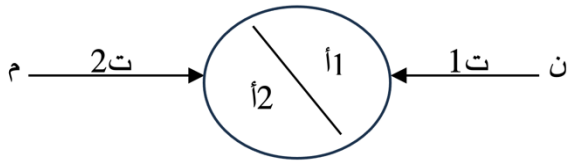
وبذلك، فالأيقوناتُ مثل: لوحات تشكيليّة، والعمارة وغيرها تشكّلُ دلالاتٍ ورموزٍ أكثر من تشكيلِها لوقائعٍ بعينِها.

إنّ تأكيدَ أهميّةِ الأنساقِ الذهنيّةِ، والثقافيّةِ في إنتاجِ الأيقون لا يلغي مقصديّة المحاكاة الطبيعيّة التي نجدُها في الصورِ الفوتوغرافيّةِ، أوما يسمّى بالرسمِ الطبيعيّ الذي يرسمُ الطبيعةَ والإنسانَ وغيرهما.

نستنتجُ ممّا سبقَ ومن أطروحاتِ جماعة مو أنّ العلامةَ الأيقونيّةَ تحيلُ بالضرورةِ على بنيتينِ اثنتينِ:

أ- **نموذج العلامة:** والمقصود به ذلك المرجع الأساس في العالم الخارجيّ الذي تحيلُ عليه العلامة الأيقون إذ يتوفّر على خصائص في الواقع ليست بالضرورة متوفرة في العلامة التي أنتجها صاحبها. وبذلك فالأيقون يتوفّر على بعض خصائص نموذج العلامة: أي المرجع، وكذلك إضافات يضيفها منتج العلامة.

ب- **منتج العلامة:** أيّ: أنّ الأيقونَ قد يمتلكُ بعضَ خصائصَ المرجعَ **(النموذج)**، وكذلك خصائص أخرى مصدرها المنتج، وهذا ما يشكّله الشكل الآتي الذي استعرناه من جماعة مو [2]:



الشكل (1) ازدواجية العلامة الأيقونية

نفسّر هذا النموذجَ كالآتي:

إنّ (ن) هي نموذج أو مرجع، و (ت1) هي تحويلٌ يشيرُ إلى الجزءِ الأول من الأيقون، (أ1) الذي يحيلُ على بعضِ خصائصِ النموذجِ. ثمّ إنّ (م) هي منتجُ العلامةِ: أيّ: الرسّام أو الفوتوغرافيّ.. ثم إنّ (ت2) هو تحويلٌ من المنتجِ في اتجاه (أ2): أيّ: الجزء الثاني من الأيقون الذي هو عبارةٌ عن تمثّلاتٍ لصاحبِ الأيقون.

معنى ذلك أنّ الأيقوناتِ هي: عبارةٌ عن أنساقٍ تصوريّةٍ أيّ: تشكّل أُطر استعاريّة بالمعنى الدلاليّ المعرفيّ، ذلك أنّ العلامات البصريّة تشتغلُ بآليّات بيولوجيّة معرفيّة في الذهن انطلاقًا من علاقته بالدماغ حيثُ الإدراكُ في فضاء فيزيائيّ ينقلُ صورًا تترجم إلى أنساق تمثّليّة وفق ثقافة المتلقّي التي تدخل في تفاعل ديناميّ، كذلك مع منتج العلامة ذاته. وقد دافع محمّد مفتاح (١٩٩٠)[3] عن صراع ثلاث مقصديّات؛ مقصديّة منتج النص، ومقصديّة متلقّي النصّ، ومقصديّة النصّ ذاته، حيث إنّ كلَّ مكوّن من هذه المكوّنات الثلاثة هي: عبارةٌ عن أحلام وتربية ورغبات يحاول أنْ يمررَها ويفرضها على الآخر. فصراعُ المقصديّات هذا هو الذي يغذّي المؤوّلات الديناميّة التي تحدثت الدراسة عنه سابقًا- عند بورس، الذي ركّز على أنّ العلامة البصريّة مثل: التماثيل، والتشكيل المعماريّ، ونسيج الخطّ وغيرها لا يمكن أنْ تتحيّنَ في الواقع المرئيّ بدون مؤوّلة يختارها المنتج بمقصديّته، ثم تتحوّل إلى علامة في ذاتها، فتحتاجُ إلى مؤوّلة أخرى تصيرُ علامة بدورها، وهكذا هي دورة الفكر الإنسانيّ توسمُ بالصراع والديناميّة بناءً على أطروحة صراع المقصديّات والمؤوّلات.

---

(١)- Umberto Eco, 1992 Le signe, TRAD/ Jean Marie, Klinkenberg, Ed. Biblio essais, pp : 30_40

(١)- جماعة مو (١٩٩٢)، ص ١٣٢.

(٢)- راجع: مفتاح، محمد (١٩٩٠) في ديناميّة النصّ "تنظير وإنجاز"، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، صص ١٣: ١٤.

وبناءً على ما سبق قد تتّفق أو تختلف المقصديّات بحيثُ نحدِّدُ العلاقات في نسق التأويل انطلاقًا من تلك التصوّرات المؤمثلة في الدماغ؛ فإذا كنتَ ترى وردة في مزهريّة، فغيرك قد يراها قلبًا، أو حبًا، أو علامة على رغبة في الحب، أو المعاشرة، أو الهديّة، أو أنّها مجرّد هديّة لا علاقة لها بكلّ ذلك، وتفسيرنا العلميّ هذا ينبني على مجموعة من المفاهيم التي طوّرها علماء الدلالة والمعرفيّون بشكل عام من قبيل **(التعيين)** و**(التعميم)** ، حيث إنّ الأوّل: يعنى أنّ الإنسانَ يسقطُ شيئًا على شيء أو يدمجه في شيء، ثم يعمِّمه على ظواهر متعدّدة. إذن فالعلامات البصريّة الأيقونيّة، هي مجردُ تمثّلات ذهنيّة للواقع، ونقدّم في هذا السياق بعض الأمثلة التوضيحيّة:

إذا رأيت صليبًا وأنت مسلمٌ، فإنّ هذه العلامة البصريّة تشتغل في ذهنك بوصفها نسقًا تصوريًّا للمسيحيّة كما طوّرها رجال الدين المسيحيين الذين يدّعون بأنّ المسيح ابن الله قتل مصلوبًا، لكنك إذا كنت مسيحيًّا، فإنّ تصوُّرك للعلامة يترجم إلى معتقد أو إلى مذهب بعيد عن الرواية الإسلاميّة التي تقول: إنّ المسيح رفعه الله. فهنا تتداخل مفاهيم وأواليّات لتفسير الدلالة وبناء المعنى في العلامة البصريّة/ الصليب، فالمسلم يسقط مقولة: (المسيح المرفوع) على الصليب العلامة، فيرفض بذلك مقصديّة الصليب ذاته، والعمليّة الذهنيّة ذاتها تشتغل في مؤوّلة المسيح أو البوذيّ كلٌّ حسب مقصديّته التي تتجذّر في البنية التصوريّة والثقافيّة للمشتركين في القرار التواصليّ بما فيهم المتلقي والعلامة والمنتج.

ومن ثم نؤكّد بأنّ النسقَ الفلسفيّ لبورس ينسجمُ والمفهوم الدلاليّ المعرفيّ للعلامات البصريّة، حيث وكما يبدو لنا في هذه الدراسة إنّ مفهوم **(المشابهة النسبيّة)** التي دافع عنها بورس هي: عبارةٌ عن اختيار المؤوّل للمشابهة التي يرغب في بنائها إذ لا وجود لصور مستنسخة في العلامة البصريّة بشكل مطلق؛ لأنّ تلك الأنساق تتدخّل فيها عناصر الصناعة، والتصوير، والتشكيل، والرؤيا المعرفيّة للعلامة البصريّة في ذاتها، وعليه نطرحُ سؤالين مركزيين نشتغل عليهما توضيحًا وتفسيرًا علميين:

ماهي الآليّات البصريّة الذهنيّة التي تنتظم تلقّي العلامات البصريّة؟

كيف نؤوّل تلك العلامات، وماهي آليّات ذلك التأويل؟

يمكن الحديث عن قواعد وآليّات العلامة البصريّة واشتغالها الذهنيّ انطلاقًا مما تنعته جماعة (مو)[1] بـ**(النسيج البصري)** الذي يستندُ إلى تكرار وحدات متشابهة أو اختلاف بما في ذلك الأشكال، والألوان داخل النسيج؛ حيث إنّ المتلقّي يتلقّى وحدات اللون، والمساحة، والشكل، وهي القابلةُ لإنتاج المؤوّلات ويعملُ بذلك على الانتقال من الدرجة المنظورة في ذلك النسيج إلى الدرجة التصوريّة. معنى هذا أنّ قواعد تأويل الصورة البلاغيّة البصريّة، هي كالآتي:

أ-النظر في الدرجة المنظورة من حيث اللون، والمساحة، والشكل.

ب-الانتقال من تلك الدرجة إلى الدرجة التصوريّة بواسطة مقوّمات اللغة، فمثلاً: إذا نظرنا في أيقون **(الميزان)** داخل المحكمة، فإنّ الدرجة المنظورة يتمثّل في نسيجها أيّ: شكل الصورة، وإطارها، وألوانها، ومساحتها ممّا يشكّل صورة الميزان أيقونيًّا، لكنّ الدرجة التصوريّة نعبّر عنها بالمقوِّمات كالآتي: [+عدالة]، [+محكمة]، [+تقاضي]، [+نصرة المظلوم]..

[1]- جماعة مو (١٩٩٢)، ص ١٩٧.

وهكذا يمكن بناء مؤوّلات الأيقونات الثابتة مثل: التشكيل، أو المعمار، أو الصور الفوتوغرافيّة انطلاقًا من الاقتراح الذي قدّمه إيكو (١٩٨٥) بتقسيم الأيقونات البصريّة إلى عبارة ومحتوى.

أ-مؤوّلات نسيج العبارة:

إنّ ما ينعتُ بنسيج العبارة يعد مادّة تجري في الزمان الفيزيائيّ؛ أيّ أنّ نسيج الوردة البلاستيكيّة يتفاعل مع محيط معين فيزيائيًّا. وهذا معناه كذلك أنّ المتلقّي يبني مؤوّلة النسيج البصريّ انطلاقًا من النمط الذي ينتظم (العبارة الأيقونيّة) بحيث في السينما مثلا: تكون الحركيّة متوالية أمام أعين المتلقّي، وأمّا في اللوحة التشكيليّة، فهي كليّة أيّ يدركها بشكل كليٍّ أوّل مرّة. ويؤكّد إيكو أنّ عبارةَ النسيج في الهندسة العماريّة، والتماثيل وغيرها من النسيج الثابت يفرض عليك ما يسميه **(زمن الطواف)**؛ أيّ أنّك إذا دخلت إلى مسجد، أو إلى مكة المكرمة، أو إلى متحف ما فإنّك تطوف على أبعاده وزخارفه بعينيك حتى وإنْ لم تتحرّك حيث يكون مجرى الإدراك خطيًّا، أو دائريًّا بحيث تتكرَّر الزخارف، والأبعاد، والأطر ممّا يجعل طوافك أيّ إدراكك طوافًا متعدّدًا بمنزلة رحلة داخل النسيج، ثم يتبع هذا الإدراك الأولي قراءة ثانية تستدعي ضرورة الكشف عن الحركة المنتجة في ذلك الأيقون أيّ: استكشاف العلاقات بين الألوان، والعلاقات بين الزخارف وأبعادها الإيحائيّة البعيدة[1].

ب-مؤوّلات نسيج المحتوى:

يحدّد إيكو **(الزمن الملفوظ)** بوصفه ذلك الزمن الذي يكونُ مضمرًا في اللوحة التشكيليّة مثلاً وكأنّها تحكي سلسلة من الأحداث في متواليات زمنيّة، أو بعبارة أخرى إذا كان الخطاب الشعريّ أو الخطاب الروائيّ يتلفظان متواليات زمنيّة للأحداث، فإنّ خطاب الصورة وبالضبط نسيج محتواها يتلفظ متوالية أحداث توجد في السينما، وفي الرسم، وفي العمران.. وهذا يعني أنّ (انتباه المتلقّي) يمرُّ من جزء في النسيج إلى آخر بناء على العلاقة الفضائيّة بين اليمين واليسار، وبين الما قبل والما بعد، بل يمكن أنْ نستشعرَ ديناميّة الحركة اليدويّة التي صنعت ذلك النسيج أو رسمته، بمعنى أنك وأنت تتابع ذلك الزمن الملفوظ فإنّك تفترض أنّ يد الرسام أو الفنان قد مرّت من هنا إلى هنا، ومن هناك إلى هناك في النسيج.

ثم يحدِّد بعد ذلك إيكو زمن التلفُّظ الذي يؤشِّر على فعل الذي يحكي أيّ: منتج الصورة؛ فاللوحة المرسومة أمامنا أصبحت جزءًا من التاريخ، لأنّها صنعت في الماضي وتقدّم لك في الحاضر حيث انبساط المناظر، أو الأشكال ممّا يجعل زمن القراءة زمنًا حاضرًا أيّ ينسجم وزمن التلفّظ الذي يقدّم اللوحة، أو الصّورة في شكل ديناميّ حاضر في زمن التلقّي.

ويمكن أنْ نجدَ هذه القواعد البصريّة التي تمثّل قواعد معرفيّة وإدراكيّة في الأيقونات المتحرِّكة كذلك أيّ في السينما، والمسلسلات التلفزيّة حيث تقدّم السينما مثلا (زمنًا خادعًا)، أيّ يوهم بالواقعيّة ويجعلك تتمثّل ذهنيًّا تلك الدرجة المنظورة كي تأوّلها إلى تصورات ومواقف. فعندما تشاهد في مسلسل تلفزيّ حوارًا بين الزوج وزوجته فإنّ الزمن الخادع بواسطة الكاميرا يقودك إلى تمثّل واقعك الشخصيّ مع زوجتك، أو في عائلتك انطلاقًا من العلاقة

---

[1]- راجع إيكو (١٩٨٥)، صص ٧٣: ٧٧.

Eco, Umberto. (1985), Le Temps de L'Art , Dans : Baudson, M.Et Michel, A.(eds), L'art Et Le Temps, I.B.M.Europe, Bruxelles.

بين الذاكرة وما تشاهده من أحداث متتابعة أو متلاحقة أو تتراكم أحيانًا بواسطة لعبتي المفاجأة والانتظار. وبهذا المعنى فإنّ ذلك الزمن الخادع في النسيج المتحرك (السينما أو التلفزة) تنتج عنه القدرة الموسوعيّة للمتلقّي الذي يدخل في حواريّة مع المنتج والمنتوج حيث صراع المواقف، أو انسجامها بناء على طبيعة المقصديّة –كما أشارت الدراسة إلى ذلك آنفًا– بين المنتج والمتلقّي والمنتوج.

وهنا يمكن التأكيد على أنّ جميع الصور البصريّة الثابتة، أو المتحرّكة في السينما، أو التشكيل، هي: عبارةٌ عن أيقونات ذهنيّة أيّ تمثُّلات للواقع تنتظمها كذلك عمليّات بلاغيّة من قبيل الحذف، والإضافة، والتشاكل، والتنافر ممّا يسمح ببناء أنساق متحاورة ومتصارعة بناءً على القيود المعرفيّة الإدراكيّة والبلاغيّة.

فكيف نبني مؤوّلاتنا في الصورة الأيقون؟

المحورُ الرابع: الدّلالة والتأويل في أيقون الصورة

إذا كان الخطاب البصريّ الأيقونيّ بمنزلة نسق بلاغيّ يتصفُ بالمشابهة النسبيّة –التي أشارت الدراسة إليها سابقًا– مع موضوعه في العالم الخارجيّ، فإنّه يعدُّ كذلك **(نسيجًا)** أيّ يتكوّن من وحدات ومواد صنع منها، وهي وحداتٌ تؤشِّر على التماثل، أو التباين بما في ذلك وحدات اللون، والمساحة، والشكل، فالمقصود بالنسيج إذن هو: مكوناتُ الصورة ووحداتها المرتبطة بمادّة الصورة، وشكلها، وألوانها وغيرها من العناصر القابلة للتحليل والتأويل.

لكنّ الخطة التي تعتمدها الدراسة بوصفها منهاجيّة لتحليل الصورة الأيقونيّة في الخطاب الإشهاريّ السعودي تعتمد مقاربتين متكاملتين:

أولهما: المقاربة السيميائيّة التي اعتمدت الدراسة فيها على مفهوم بيرس للعلامة، وخصائصها والمقاربة الثانية هي المقاربة اللسانيّة التداوليّة التي تكشف لنا عن علاقة الصورة بالأفعال اللغويّة وتأويلنا لها قصد استكشاف علاقة الخطاب الإشهاريّ التجاري، أو التوعوي التربوي بالتقاليد والتراث لإبراز الهوية السعودية المركبة والمتعددة وترسيخها في المجتمع.

هكذا سنتبع الخطوات الاستراتيجية الآتية في بناء مؤوّلات النسيج الأيقونيّ:

أولاً: الدرجة المنظورة للصورة الاشهارية أو الثقافية؛ في هذا المستوى نحلِّل الجوانب المنظورة في الصورة، أي ما تسميه اللسانيات **بالمستوى الوصفي** الذي يحوي العناصر الآتية:

تحديد نوع الصورة، وفضائها، وموضوعها، وتحديد منتج الصورة، هل هو جهة وزاريّة؟ هل هو شخص بعينه إلخ؟

تحديد أيقونات الصورة، أيّ نصف ما يوجد بداخل الصورة من أيقونات جزئيّة تشكّل الأيقون الأكبر، وهو العلامة الثقافيّة لإبراز الأبعاد الثقافيّة السعوديّة؛ مثل الآلات الموسيقيّة وشكل اللباس والإنسان والطبيعة إلخ.

تحديد أشكال، وألوان الصورة، أي شكل الصورة هل هو دائري أم مستطيل أم مربع؟ كما نصف الألوان المهيمنة، وزاوية النظر قريبة، أو بعيدة.

المستوى اللغويّ، نصف هنا الوحدات اللغويّة، ونفكّكها لكونها جملاً بسيطة، أو مركّبة، أو جملًا مختزلة عبارة عن شعارات وغيرها.

ثانيا: المستوى التأويليّ التصوريّ: في هذه المرحلة سنركّب حصيلة التحليل الوصفيّ لدراسة العناصر وتأويلها الآتية:

الأفعال التداوليّة، أيّ ماهي المعاني الخفيّة التي يقصد منتج والأيقون في السعوديّة إلى تحقيقها للتأثير على المتلقّي السعوديّ وغير السعوديّ؟

دراسة الأبعاد الإيحائيّة للثقافة السعوديّة وتأويلها من خلال الألوان وطبيعتها، بما فيها الألوان المهيمنة، كما ندرس الأبعاد الرمزيّة التداوليّة للأشياء المعروضة، أيّ: أيقونات اللباس، وأيقونات الطبيعة وغيرها، وخلفيّة الصورة، أيّ: كل ما يشكّل مساحة هامة لتأويل الصور الإشهاريّة، وتأثيرها على المتلقّي، معنى هذا أنّنا نودُّ استكشاف الأدوار التوعويّة للخطاب البصريّ السعوديّ الذي يحاول تكريس ثقافة الهُويّة، أو ثقافة التربية المجتمعيّة وجعلها تترسّخ في الشخصيّة السعوديّة في كلِّ زمان ومكان.

ونخلصُ إلى أنّ الخطاب البصريّ هو: عبارةٌ عن علامة أيقون أيّ نسق مركّب تتداخل فيه الأشكال، والموضوعات، واللغة قصد بناء رسالة مجتمعيّة، أو تربويّة. وإذا كانت هذه الصورة الأيقون تنقل واقعًا ماديًّا، أو متخيّلاً فإنّها بذلك تنشطر إلى درجة منظورة تعود إلى ذلك الواقع نسبيًّا، وتحملُ عناصر مؤثرة ثقافيّة وفكريّة تعود إلى الهيئة المنتجة لتلك الصورة، وهذا معناه أنّ وظائف الصورة الإشهاريّة الثقافيّة متعدِّدة، منها الوظيفة الإيحائيّة، والحجاجيّة، لإقناع المتلقِّي بأهميّة التشبث بالثقافة السعوديّة الغنيّة في مختلف المجالات.

فماهي إذن طبيعةُ تلك الوظائفِ والخصائص؟

الصورة رقم (١) [1]

يمكن أنْ نبني مؤوّلات الصورة الكاريكاتير (الرسم الساخر) التي بين أيدينا بناءً على الفرضيّة الآتية، وهي:

في الصورة مفارقة ساخرة من وضعيّة العمل في كلٍّ من القطاعين العامّ والخاصّ ذلك أنّ الدرجة المنظورة تقابل بين عالمين متناقضين، ويحملان أيقونات متصارعة فيما بينها وذلك كالآتي:

أ-في الدرجة المنظورة: وصف ساعات العمل أم هو زمن الحياة؟

نلاحظ أنّ إطار الصورة تكاد تكون مربعة وتنشطر إلى صورتين جزئيتين حيث نجد في الأولى أيقونات الساعة، وأيقون الرجل باللباس الوطنيّ الذي يتكوّن من الشماغ والعقال، والثوب ثم نجد الإضاءة واضحة والخلفيّة بلون أزرق مع التركيز على الصورة كاملة، وعن قرب غير أنّ للأيقونات في هذا الجزء الأوّل من الصورة وضعيّة وسياق حيث الرجل، وهو في ساعات العمل نشِطٌ يرقص

(١) - متاح على الشـــبكة العنكبوتيّة:
http://cartoon.salehblog.com/2015/12/blog-post_95.html

وبابتسامة عريضة ثم إنّ الساعة فوق رأسه هي زمنٌ واحدٌ في اتجاه واحد، أيّ أنّ الزمن ليس مكثفا ولا ضاغطًا.

إضافة إلى ما سبق هناك ملفوظ لغويّ: ساعات العمل في القطاع العامّ.

غير أنّ كل الأيقونات والعبارات الواردة في الصورة، أيّ: الجزء الأول يدخل في تقابل وصراع حتى على المستوى المنظور مع الصورة الجزء الثاني حيث أيقون الرجل وكأنه حامل أثقال، مضغوط بكثرة الساعات فوق رأسه، إضافة إلى ساعات ساقطة على الأرض مع لباس لا يظهر لونه الأبيض المعروف، بل هو رمادي، بينما خلفيّة الصورة، هي متأرجحة بين الورديّ والأبيض الغامق، ثم الملفوظ: ساعات العمل في القطاع الخاصّ.

لنلاحظ أنّ الدرجة المنظورة وهي عادةٌ درجة وصفية تشكّلُ نسقًا خِصبا للتأويل من خلال التقابلات عبر آليتي التشاكل والتباين.

فاللا تشاكل يتمفصل عن وجود قطاعين للعمل: [+عام]، [+خاص]، إضافة إلى اللا تشاكل بين ساعة واحدة وأيقون رجل راقص في مقابل ساعات مكثفة مع رجل يكاد يكون حاملا لأثقال الدنيا، بل إنّ التباين يشملُ التقابل بين الأزرق، واللون الرماديّ أو ما يشبه الورديّ المختلط بالرماديّ. إذن بناءً على التباين يمكن أنْ نحدِّدَ مقوّمات خاصّة لكلّ قطاع: في القطاع العام [+نشاط] و[+راحة]، وفي القطاع الخاص [+نكد]، [+مشقة] غير أنّ هذا التباين يبني عالمًا إيحائيًّا هو العالمُ الممكنُ الذي يبنيه المتلقّي من خلال ما سبق من تقابلات حيث انسجام العالم وفق المؤولة الآتية:

بين القطاع العام والخاص هناك مفارقة ساخرة تسيء للمجتمع وتسيء للدولة وتسيء لتقدُّم البلاد: [+لا مبالاة] في الصورة الأولى يعنى أنّ القطاع العام في خطر، وهو المرفق الذي يحتاج إلى عمل وجهد كثير، وبذلك تصبح الصورة في مجموعها متمفصلة عن تشاكل ساخر بنيناه من خلال تباين ساخر كذلك: فاللون الأرق يؤشّر على [+فسحة]، [+راحة] بينما اللون الرمادي، والأسود، والأبيض الغامق تؤشّر على حياة بئيسة، عنوانها [+المبالغة] ممّا يؤثّر سلبًا على المردوديّة في القطاع الخاصّ ذاته. إنّ صاحب الكاريكاتير ذو مقصديّة تنبيهيّة إلى خطر يهدِّد الاقتصاد ومصالح الدولة، حيث المفارقة تنتج الخطر في الاتجاهين: غياب العمل الجاد في القطاع العام يهد مرافق الدولة، وتكثيف العمل بطريقة غير سويّة في القطاع الخاصّ ينتج عنه قلّة الإنتاج وغياب الجودة.

الصورة رقم (٢) [1]

ب- في الدرجة التصورية:

في هذه الصورة الكاركاتيرية أو الرسم الساخر تتشابك الأيقونات وتتداخل من حيث وضعياتها وألوانها ودلالاتها الإيحائيّة.

فالصورة وهي إطار مستطيل تقدّم عالمًا ممكنًا من الأيقونات داخل مكتب حكوميّ حيثُ بطون الموظفين بارزة

[1] – متاح على الشبكة العنكبوتيّة:
http://cartoon.salehblog.com/2015/12/blog-post_68.html

وهم يأكلون ويشربون في المكتب، فنجد أيقونات الأكل منتشرة في المكان، وأيقونات الموظفين الأربعة بلباسهم الوطنيّ مع وجود الساعة خلفهم وبعض الأوراق المنتشرة ناهيك عن درج الملفات المفتوح، وفي اليسار نجد المراجعين يصرخون ويتزاحمون عبر إشارات أيقونيّة تتمثّل في أياديهم الحاملة للأوراق الخاصّة بالمعاملات، ويغلب على هذه الصورة اللون الرماديّ الذي يتخلّله بعض البياض، أو اللون البني. وفي غياب ملفوظات لغويّة نجد الساعة تؤشِّر على التاسعة صباحًا مما يعني أنّه وقت العمل الرسميّ.

تلك الدرجة التصوريّة تدخل في تفاعل مع المتلقّي عبر خلق نوع من الاستفزاز والتنبيه حيث يكون الأثر الجماليّ الأرسطيّ (Ethos) هو ذلك الشعور بالاشمئزاز من وضعيّة أيقونات الصورة، ونستدلُّ على ذلك انطلاقًا من تشغيل مبدأ الاستدلال المنطقيّ الصوريّ: حيث نعيدُ بناءَ الدرجة التصوريّة بواسطة مقدمتين ونتيجة كالآتي:

مقدمة أولى

من غشنا فليس منا

مقدمة ثانية

الموظفون يهملون مصالح المراجعين أيّ: يغشون

نتيجة

إذن الموظفون غشاشون ليسوا منا

الاستدلال المنطقي لبناء المؤولة

فالصورة احتجاج صارخ على مهزلة الغش والتماطل والتسيّب في المرافق العامّة التي يحتاج فيها الناس مراجعة مصالحهم.

إنّ تحليل الدراسة للخطاب البصريّ الذي افترضنا فيها أنْ يشكّل عالمًا ممكنًا واقعيًّا أو متخيلاً لا يقف عند حدود الرسم الساخر بحيث نتجاوز ذلك إلى الصورة الإعلانيّة التجاريّة. ذلك أنّ مقاربة الأيقون هي مستوياتٌ للتأويل انطلاقًا من فرضيتين أساسيتين:

الفرضيّة الأولى: أنّ الصورة الكاريكاتيريّة تنشِّط سمات **(المفارقة الساخرة)** بينما **الفرضيّة الثانية:** تجعلُ من الصورة الإعلانيّة سواء أكانت ثقافيّة، أم تجاريّة، فإنها تخضع لمعايير **(المقصديّة الترويجيّة)**، حيثُ تستهدف فئة معينة، أو شريحة اجتماعيّة بعينها، بل سنجدُ في الدرجة التصوريّة تمثلاتٍ لتكريس ثقافة ما، أو نمط عيش خاصّ، حيث يلعب الإيحاء بوصفه قيمة مضافة دورًا أساسيًّا في ترويج بعض القيم القديمة أو الجديدة.

الصورة رقم (٣) [1]

[1]- متاح على الشبكة العنكبوتيّة:
https://mostaql.com/portfolio/529240-

هكذا الصورة التي بين أيدينا هي عبارة عن أطارٍ أيقونيّ عمودي يقودنا إلى الوصف والتأويل في مرحلتين:

أ-النسق المباشر: حيث نحدّد أولاً الأيقونات، وهي: بطاريةٌ هاتف نقّال تخرج من بينها عضلات حامل أثقال، مع وجود الأثقال ذاتها في اليد اليمنى واليد اليسرى. غير أنّ الأيقونات تنحسرُ في حدود هذين الأيقونين فقط واللذين ينشطان المقومات المتقابلة: [+إنسان] /[+آلة] حيثُ لهذا الانحسار دلالة خفيّة في النسق غير المباشر (الدرجة التصوريّة).

يلاحظ داخل هذا الإطار أنّ اللون المهيمن هو اللون الأصفر الذي يتفاعل إلى حدّ ما مع بعض الألوان ذات الحضور الضعيف، مثل: الرماديّ، والأزرق، والورديّ.

غير أنّ زاوية الصورة ركّزت على البطاريّة وقرّبتها إلى أعين المتلقّي مصاحبة لملفوظات لغويّة تحيلُ تارةً على الشركة المنتجة (سبيد لاين موبايل)، وعلى الضمان ومعلومات للتواصل. لكن تصدّرت الصورة تشاكلات لغويّة هي: (الأداء القوي بده بطارية قوية).

كلّ هذه المكونات اللغويّة والبصريّة نعيد بناءها في النسق الموالي:

ب-النسق غير المباشر:

ذلك أنّ إطار الصورة العموديّ ينشّط مقومات عرضية أي: خفيّة تقول للمتلقّي: قف، وانتبه خاصّة أنّها تبئر البطاريّة كعلامة أيقونيّة وسط الصورة. وهنا نعود إلى الجواب عن السؤال السابق:

لماذا ركّزت الصورة على أيقونين فقط، وهما: عضلات الإنسان والبطارية الآلة؟

ألا تريد أن تقول هذه الصورة: إنّ العصر هو عصر زحف الآلة على الإنسان؟ بل في نظرنا الصورة تماثل بين قوة الإنسان وقوة الآلة ...ذلك ما نستنتج منه الفئة المستهدفة، وهي فئة الشباب الطامح للقوة والسيطرة على الطبيعة والآلة ذاتها، ومن ثمّ فـ (قوة الإنسان هي من قوة الآلة)، وتلك حجةٌ يتمُّ توظيفها لإقناع هذه الفئة. لكن لنلاحظ أنّ هذه الصورة ذات بعد فلسفيّ ينقلنا إلى مقولة القوة عند نيتشه: فالقوة والبطولة هي ما يصبو إليه الإنسان دائمًا، بل هي عنوان الشباب، وعنوان الفحولة أيضًا بالمعنى الشعريّ العربيّ القديم. بيد أنّ ما يثير الدراسة في هذا النسق غير المباشر كذلك هو هذا التجاور بين اللغة العربيّة وإحدى عاميّات الشرق العربيّ ممّا يعني أنّ هناك امتدادًا بين العربيّة واللغة العاميّة بل هي مؤشّرٌ على فعلٍ لغويٍّ خفي يريد أنْ يقول: لا فرق بين عربيّ وآخر، فنحن واحد، وهنا تستحضر الدراسة المقصديّة الترويجيّة أيّ: استهداف أكبر عدد من الزبائن مادامت المملكة العربية السعودية تستقطبُ ملايين العرب والمسلمين المتكلِّمين بالعربيّة، وهو ما يشكّل قوة تجاريّة وثقافيّة كبرى. فتتولَّد بذلك مجموعة من القيم منها قيم البطولة، والقوة، والشباب، والوحدة، وذلك في منظومة واحدة هي منظومةُ الإعلان التجاريّ القويّ.

خاتمة:

لقد اشتغل الباحث في هذه الدراسة على تقديم أطروحة المشابهة النسبيّة في الأيقون حيث حدّدنا مفاهيم سيميائيّة ومعرفيّة قصد بناء مفهوم جديد للأيقون البصريّ.

فانطلاقًا من اجتهادات إيكو وجماعة (مو) اعتبرنا الصور الأيقونيّة الثابتة، والمتحرّكة بنيات ذهنيّة ينتقل فيها الذهن لمعرفتها من درجة منظورة إلى درجة تصوريّة.

وقد أوّل الباحث على صور متعدِّدة لتحديد مسارات التأويل حيثُ اختبر الباحث كيف أنّ معرفة الصورة تنتقلُ من درجة وصفيّة إلى درجة تأويليّة خاصّة في الكاريكاتير الذي قاد تأويل أيقوناته إلى ما تمّ نعته: **بالمفارقة الساخرة.**

وبذلك فتنشيطُ التأويل داخل نسق الصورة معناه أنّ كلّ أيقون، وكلّ عبارة، وكلّ لونٍ، وكلّ العناصر الموجودة في الصورة تشكّل مادّة أوليّة لبناء وتنشيط المؤوّلات في الصّورة.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

شكري، إسماعيل (٢٠١٦): أمبرطوريّة التنافذ "نظرية في النسبيّة التأويليّة، دار توبقال، الدار البيضاء، ط ١.

مفتاح، محمد (١٩٩٠): في ديناميّة النصّ "تنظير وإنجاز"، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء.

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

Eco, Umberto, (1985), Le Temps de L'Art, Dans : Baudson, M.Et Michel, A.(eds), L'art Et Le Temps, I.B.M.Europe, Bruxelles.

Eco, Umberto, (1992) Le signe, TRAD/ Jean Marie, Klinkenberg, Ed. Biblio essais.

Groupe u (1992), Traité Du Signe Visuel, Seuil, Paris.

Peirce, Ch.S.(1978), Ecrits Sur Le Signe, Tra.Par Deledalle, G., Seuil, Paris.

ثالثًا: المراجع المترجمة:

كولر، جوناثان: رولان بارت مقدمة قصيرة جدًا، ترجمة سامح سمير فرح، ط ١، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، ٢٠١٦.

رابعًا: الشبكة العنكبوتيّة:

http://cartoon.salehblog.com/2015/12/blog-post_95.html

http://cartoon.salehblog.com/2015/12/blog-post_68.html

https://mostaql.com/portfolio/529240