

Sultan Qaboos University  
Journal of Arts & Social Sciences



جامعة السلطان قابوس  
مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية

## سيمائية الصورة الإشهارية في الخطاب الإعلامي العربي التونسي

---

سرور المختار اللحياني

---

أستاذ

قسم اللغة العربية-كلية الآداب  
جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن  
المملكة العربية السعودية  
sourour.lahyani1@gmail.com

# سيمياءية الصورة الإشهارية في الخطاب الإعلامي العربي التونسي

سرور المختار اللحياني

## المُلخَص

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة "سيمياءية الصورة الإشهارية في الخطاب الإعلامي العربي التونسي" من خلال شبكةٍ علاقيةٍ أركانها الأساسية المنتج والمتلقي، ورسالة جامعة بينهما، أهدتها الحاجة إلى التواصل. وقد قاربنا في هذا الخطاب العلاقة بين مكونات النسيج المرئي في فضاء الصورة لبيان أشكال انتظامها وأثر فعل هذه العلامة على المتلقي، وبحثنا من خلاله في مدى تلبية حاجاته ونقلها قيمًا تتلاءم مع البيئة العربية التي نشأت فيها. إن هذا العمل ينضوي في مشروع بحث بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن يدرس خصائص الخطاب الإعلامي العربي، افترضنا فيه أن القيم التوعوية تتقاطع مع القيم النفعية في الصورة الإشهارية. وأسهمنا من خلاله في تحليل آليات إنتاج المعنى وتوليد القصد في نموذج من الصور الإشهارية التونسية. وقد اعتمدنا في دراسة هندسة العلامة فيه على ثلاثة أبعاد، هي البعد التركيبي والبعد الدلالي والبعد التداولي، عرفنا بمقتضاها بالكفاءة السيمياءية في الصورة الإشهارية العربية التونسية، وبيّنا قدرة هذا النوع من الخطابات على الانفتاح على العالم. وانتهينا إلى أن بنية العلامة تنتج معنى متجذرا في المحيط الذي نشأت فيه، وأن بنية الصورة الإشهارية العربية التونسية وثيقة الصلة بالمنظومة القيمية العربية وبالخصوصيات التي تميزها.

الكلمات المفتاحية: مقارنة سيمياءية؛ خطاب إعلامي؛ صورة إشهارية؛ علامة قصدية؛ نسيج.

## The semiotics of the advertising image in the Arabic Tunisian media discourse

Sourour Almokhtar Lahyani

### Abstract

We aim through this paper "The semiotics of the advertising image in the Arabic media discourse" to study a relational network whose main pillars are the producer of the image, the receptor, and a message linking between them, created by the need to communicate. We approached, in this discourse, the relationship between the components of the visual texture in the image space to explore its regular forms and the effect of this sign on the receptor. We discussed, through it, to what extent it meets the needs of the receptor, and transmits utilitarian values that are compatible with the Tunisian environment in which it raised. This work belongs to a research project in Princess Nourah bint Abdulrahman University that examines the characteristics of the advertisement image in Arabic media discourse. We assumed that the educational values intersect with beneficial values in the advertising image. We contributed, to analyze the mechanisms of producing meaning and generating intent in a Tunisian model of advertising images in which we adopted three dimensions in the study of the architecture of the sign: the structural, semantic, and pragmatic dimensions which define a semiotic adequacy in the Arabic Tunisian advertising image, and show the ability of this type of discourse to open up to the world. We concluded that the structure of the sign produces a meaning rooted in the environment in which it grows up. Furthermore, we explained the relation between the structure of the Tunisian Arab advertising image, the Arab value system, and the specifics that distinguish it.

Keywords: Semiotic approach; Media discourse; Advertising image; Intentional sign; Texture.

وقد تفرّعت عنهما إشكاليتان أساسيتان، تنضويان في إطار الدراسات البيئية المتجذرة في البيئة العربية، وتبحثان في معايير الاختلاف والاتفاق، هما: هل يصحّ القول بوجود خصوصيات تميّز بين الصورة الإشهارية في تونس وبين غيرها من الصور في البلاد العربية؟ وإلى أي مدى يمكن القول: إنّ الصورة الإشهارية العربية هي علامة أيقونية تحيل على موضوعها ويتجلّى من خلال خصائصها الجوهرية، الممتلئة للمحيط الخارجي، الاختلاف بين الخطابات الإعلامية العربية ذاتها؟

وقد افترضنا، للبحث في هاتين الإشكاليتين، أنّ الخطاب الإعلامي بمختلف أنماطه بنية لسانية تواصلية، تُرصد ثوابتها ومتغيّراتها في صور مرئية تنضوي في الواقع المعيش، وتعبّر عنه، وأنّ القصد من صناعة هذه البنية يُدرّك بالبحث في الاستراتيجية التي تعالّق على أساسها نسيج العلامة المرئية؛ لبيدع الواقع ويعبّر عنه. وتفرّعت عن هذه الفرضية فرضية ثانية مفادها أنّ تشفير شبكة العلامات التي انتظم وفقها هذا الخطاب وفهم خصائصه يقتضيان البحث في آليات إنتاج المعنى في الخطاب الإشهاري.

وقد قسّمنا البحث، لدراسة هاتين الفرضيتين إلى ثلاثة أقسام. خصصنا القسم الأوّل منه لبيان صلة المقاربة السيميائية الممتلئة للإطار النظري للبحث بالخطاب الإعلامي. ودرسنا في القسم الثاني خصائص الصورة الإشهارية من خلال ثلاثة أركان، أوّلها اندراجها في صنف العلامات القصديّة، وثانيها كونها صناعة موظفة لخدمة اقتصاد المعرفة، وثالثها تشكّلها في نسيج علامي مرئي. وخلصنا في القسم الثالث إلى تحليل نموذج من الصور الإشهارية التونسية هو "صورة صندوق الاقتراع".

نسعى من خلال تحليل هذا النموذج- باعتباره مادّة اتّصال بين الباث والمتلقّي تجسّدت في نسيج مرئي له أطره المرجعية وخلفياته المعرفية- إلى بيان صلة هذه البنية العلامية بالمنظومة القيمية وما تفرّع عنها من خصوصيات مميّزة للمحيط الاجتماعي وللبيئة العربية.

#### ١- الخطاب الإعلامي والمقاربة السيميائية

يعدّ الخطاب الإعلامي صناعة متعدّدة الوسائط، تمثّلها وسائل التّواصل الاجتماعي المختلفة، غايتها استقطاب أكبر عدد ممكن من المتلقّين بتوظيف قدراتها التنافسية لغزارة المادّة المعروضة وكثافتها. تنقل هذه الصناعة محتوى معرفياً عبر فضاء سمعي أو بصري، مكتوب أو مرئي، ومتحرّك أو ثابت يستمد شرعيّته من البيئة التي تولّد عنها ومن بؤرة الحدث المراد تبليغه. ويختلف أثر ذلك المحتوى، باعتباره نسيجا علامياً اصطناعياً، في المتلقّي باختلاف استراتيجيات صياغته وقدرة صانعه على إبلاغ القصد.

تتداخل الاختصاصات في دراسته لكونه شبكة من العلاقات اللغوية وغير اللغوية التي تحقّق التّواصل، وتتنوّع مداخل البحث في مكوّنات بنيته وخصائص انتظامها. جعلنا هذا التعدّد أمام أكثر من سبيل لبلوغ القصد، واخترنا لمقاربتنا المنطلقات السيميائية لقدرتها على تشفير بنية العلامة داخل السياق الاجتماعي الذي

يقارب الدّرس السيميائي الحديث دلالات الصورة الإشهارية ممتلئة في شبكة علاقية تتشكّل من ثلاثة أركان أساسية هي مُنتج الخطاب ومُتلقيّه، ونسيج مرئي، يجمع بينهما ترتّب مكوّناته بعناية من مختصّين في التّسويق عبر تخطيط واضح المعالم يوجّه قصد الباث إقناع المتلقّي بمضمون هذا النّسيج. تحيط بهذه الأركان ملابسات الإنجاز ممتلئة في زمان التلقّي ومكانه وسياق صياغة مضامينه. وتوجّه هذه العلاقات معرفة عميقة بنفسية المتلقّي وكيفية التأثير فيه.

تصاغ هذه العلاقات من خلال مكوّنات نسيج الصورة الإشهارية المرئي ممتلئاً في زوايا النّظر للأشكال والخطوط والألوان والأحجام والعناصر ودلالاتها. فترسم، في فضاء الرّسالة، ملامح من المحيط الاجتماعي تعبّر عن خبايا النّفس البشرية الواعية واللاواعية، وفق استراتيجية تهيبّ فضاء للرغبة في أنه يطرز القول ويوشى حركته؛ لبيني- من خلال هذه التجربة- قيما دلالية مادّية ومعنوية تشدّ المتلقّي، وتجعله يفهم سيرورة الرّسالة الدلالية.

لايخرج النّسيج المرئي في الخطاب الإشهاري- وإن تعدّدت صيغته- عن صنفين من الخطابات. الصنف الأوّل نفعي يوظّف في وسائل التّواصل الاجتماعي لغايات استهلاكية ترويجية، وتنشط من خلاله تجارة العلامات، ويبني عوالم تستجيب بالدرجة الأولى لتلك الغايات. والثاني توعوي مشحون بدلالات تحمل توجيهات قيمية نابعة من ثقافة مشتركة ومن البيئة التي أنتجتها.

نخصّ بالدراسة الصنف الثاني من هذه الخطابات، ونختبر من خلاله أوجه التّعالق بين الوظيفة التوعوية والوظيفة النفعية، لافتراضنا أنّ القيم التوعوية تتقاطع مع القيم النفعية في نسيج الصورة الإشهارية. فهي- وإن اختلفت غاياتها- تشترك في استراتيجيات الإقناع الدّاعمة لـ "فعل" الاستهلاك، وتبني صورا نفعية تفاعلية محمّلة بدلالات جديدة.

ونفرد بالدراسة في هذا البحث الصورة الإشهارية في الخطاب الإعلامي العربيّ التونسي؛ لبيان مدى تبليغها قصد منتج الصورة، وتلبيتها حاجات المتلقّي. ونعرّف، من خلال ذلك، بمدى ملائمة النّسيج العلامي لرغبات المتلقّي وللمحيط الذي أفرزه وللبيئة العربية التي نشأ فيها.

يصدر هذا البحث عن رغبة في تفسير نسيج مرئي أبدعته الحاجة إلى التّواصل؛ تشكّل في صورة إشهارية عربية تونسية تستحضر فعل صانع المنتج في فضاء الصورة، وقدرة المتلقّي على تشفير خطابه وفهم غاياته من العلاقات القائمة بين مكوّناته. ويرنو إلى معرفة دلالات العلامة الأيقونية بؤرة القصد، وبيان أثر فعل العلامة الإنجازي على المتلقّي.

وقد وجّهنا، في صياغة هذه الرغبة، سؤالين جوهريين: الأوّل هو ما الخصوصية المميّزة للصورة الإشهارية في الخطاب الإعلامي العربيّ؟ والثاني هو هل يختلف الخطاب الإعلامي التونسي عن غيره من الخطابات الإعلامية العربية؟

وهي تشمل سننا مشتركا بين باث وملتق يعطي المرسل إليه معنى كقول متكلم باللسان العربي مثلا "سأتي حالا" استجابة لنداء صديقه. لن يفهم هذا المعنى، بالتأكيد، من متكلم بغير العربية لكونه لا يدرك من القول سوى وجود أصوات معبرة عن رسالة. وتصبح العلامة في هذا السياق كيانا داخل سيرورة دلالية (إيكو، ٢٠١٠: ٤٧-٤٩).

تبادل عناصر التّواصل باعتبارها تحقّقا لدلالة هذه الإرسالية، ويوافق المدلول جميع ما كان قابلا للتأويل في عالم ممكن للمقام الدور الحاسم في تشكيله. وتتضمّن لغتها بطريقة ما في قواعدها الدلالية تعليمات موجهة بصفة تداولية (إيكو، ٢٠٠٥: ١٣٤) لكونها منجزا يتكيّف مع السّياق الذي نشأ فيه، وينهل من واقع اجتماعي ونفسي وثقافي وعرفاني مشترك بين الباث وملتقى.

مكّن اقتران الدرس السيميائي - في بداياته - بدراسة خصائص العلامة، من توسيع دائرة اهتمامها؛ لتشمل توليد الدلالة (إيكو، ٢٠٠٥: ٣٨) الذي يتدرّج من الوصف إلى التأويل إلى التداول. وهذا التصنيف يوافق مقترح موريس (١٩٤٦) الذي تعامل مع العلامة من خلال ثلاثة أبعاد: "البعد الدلالي ينظر إلى العلامة (... باعتبار علاقتها بما تدلّ عليه" (إيكو، ٢٠١٠: ٥٦)، والبعد التركيبي ينظر إلى العلامة باعتبار قدرتها على الانضواء داخل مقاطع من علامات أخرى وفق قواعد تأليفية بعينها" (إيكو، ٥٦)، والبعد التداولي يحدّد "الاثار التي تحدثها عند الملتقين أي الطريقة التي يستعمل من خلالها الملتقى هذه العلامة" (إيكو، ٥٦).

بات مجال اهتمام هذه المقاربة، عندئذ، دراسة معطيات التجربة الإنسانية ومظاهر السلوك البشري المستفادة من انتظام هذه الأبعاد الثلاثة ممثلة في العلاقات التركيبية بين مكونات العلامة ودلالاتها، وعلاقات هذه الدلالات بالملتقى وتأويله لها. وحلّت تلك المعطيات تحليلا وظيفيا باعتبارها خزّانا من الاحتمالات الدلالية القصديّة، الصريحة أو الضمنية، يبدأ بالانفعالات البسيطة وينتهي بالأساق المعرفية (بنكراد، ٢٠١٢: ١٥).

ندرس، تبعا لما تقدّم، سلطة الصورة الإشهارية للكشف عن لغة هذه السلطة من خلال أبعادها التركيبية والدلالية والتداولية في القسم الثاني من هذا البحث. ونبحث في العلاقات المتحكّمة في هذا النسيج المرئي في الخطاب الإعلامي التونسي في القسم الثالث.

## ٢- الصورة الإشهارية

### ٢-١- الصورة الإشهارية علامة قصديّة

صنّف إيكو العلامات إلى صنفين؛ "علامات غير قصديّة"، تشكّل أحيانا طبيعياً نستعملها من أجل التعرّف على شيء ما واستنباط خصائصه، مثل "البراقع" التي تمكّن الطبيب من تشخيص بعض الاضطرابات الكبدية (إيكو، ٢٠١٠: ١٤)؛ و"علامات اصطناعية" هي نتاج سلوك إنساني قصدي يتواصل من خلاله الإنسان مع أخيه الإنسان استنادا إلى وجود أعراف (إيكو، ٢٠١٠: ٣٨)، مثل وعي الملتقى بدلالة عملية نقر مُرسلٍ بأصابعه على الطاولة رغبة

توجد فيه. فتكشف مظاهر التفاعل بين مكونات هذه البنية وأشكال انتظامها عن خلفياتها المعرفية، وعن خصائص الصورة الذهنية التي يسوّق على أساسها المنتج.

تهتمّ المقاربة السيميائية بدراسة الأنساق التواصلية باعتبارها آليات لإنتاج المعنى. وقد اقترن ظهورها في بداية القرن العشرين بفرديناند دي سوسير (Ferdinand de Saussure) (1875-1913)، وتجلّى ذلك خاصّة في "دروس في الألسنية العامّة" (Cours de Linguistique générale) الذي نشر سنة ١٩١٦. وفيها اعتبر اللغة أهمّ الأنظمة العلامية المعبرة عن أفكار الإنسان، وميّز بين العلامة اللغوية التي تتصّف بالخطية والعلامة المرئية التي تمثّل تشعبات متزامنة ذات أبعاد (دي سوسير، ١٩٨٥: ٣٧: ١١٠-١١٥).

وتواصل الاهتمام بهذا المبحث من قبل شارل بيرس (Charles Sanders Peirce) (1839-1914) الذي أقام تصوّره للعلامة على ثلاثة أركان هي الماثول (Representamen) والموضوع (Objet) والمؤوّل (Interpretant). يوافق الماثول العلامة وهو أداة التمثيل، ويعدّ الموضوع مدار التمثيل، ويجمع بينهما المؤوّل وهو يمثل الفكرة المتولّدة عن سلسلة العلامات (إيكو، ٢٠١٠: ٢٧٠). تشمل هذه الأركان كلّ أفعال الإنسان التواصلية، ولا تخرج التجربة الإنسانية عموما عن هذه العلاقة الثلاثية.

عمّق البحث في هذا التخصّص اللساني الحديث، إثر ذلك، رولان بارت (Roland Barthes) (1915-1980) الذي تبنى الفكر السوسيري، واستند في صياغة معنى العلامة إلى الأنساق الثقافية المختلفة اللسانية وغير اللسانية مبيّنا تمايز الدلالة التقريرية عن الدلالة الإيحائية (بارت، ١٩٦٤: ٩١-١٣٥)؛ وإمبرتو إيكو (Umberto Eco) (1932-2016) الذي جمع بين أعمال دي سوسير وبيرس في تحليله لآليات إنتاج العلامة للمعنى، مؤكدا على دور السياق الاجتماعي والثقافي في تشفيره وبيان ملاسباته. وبيّن أنّ قصديّة الخطاب، وقصديّة المؤلف، وقصديّة الملتقى، تتولّد عنها دلالات متعدّدة لتعدّد وجهات النّظر للعلامة وتأويلاتها.

مثّلت أعمالهما إطارا مؤسّسا للدرس السيميائي الذي نهل من الإرث السوسيري (بارت، ١٩٨٧: ٣٠-٢٩) والفكر البيرسي. وتفرّعت عن هذه البحوث دراسات تطبيقية تحلّل خطابات متنوّعة نخصّ بالذكر منها الخطاب الإعلامي باعتبار ممارسته تبحث في أنساق العلامات، وأشكال تشفيرها، وآليات إنتاجها وتمثيلها.

يعتبر هذا الخطاب أنّ العلامة تُشكّل من ائتلافها مع غيرها من العلامات نسيجا يكتنز دلالة توجّهها قوّة الإقناع، مقوماتها سيميائية تبحث حسب إيكو في كيفية اشتغال العلامة وكيفية تأويلها من قبل ملتقيها، وتدرس أشكال توليدها في عالم يختزل خبراته في علامات (إيكو، ٢٠١٠: ٤٥).

تمثّل هذه العلامات سيرورة سيميائية تواصلية، أركانها مصدر واث وبقناة وإرسالية ومرسل إليه. تعادل الإرسالية العلامة،

## ٢-٣- الصورة الإشهارية بنية علامية

يستدعي الخطاب الإعلامي بنية علامية تتفاعل في فضاءها مكونات النسيج المرئي لإنتاج المعنى. تولد هذه المكونات أيقونة (Icon) تمثل: "علامة تحيل على موضوعها وفق تشابه يستند إلى تطابق خصائصها الجوهرية مع بعض خصائص هذا الموضوع (...). وهكذا فإن الصورة الفوتوغرافية هي علامة أيقونية، وكذلك الرسم والرسم البياني، وكذلك الأمر مع الصيغة المنطقية وخاصة الصورة الذهنية" (أيكو، ٢٠١٠: ٩١). تصبح العلامة أيقونة عندما تتطابق مع موضوعها فتنتفي عنها صفة العلامة (أيكو، ٢٠١٠: ٩٦) باعتبارها تحيل على الموضوع وتعيد إنتاجه (أيكو، ٢٠١٠: ١٠٠). ومثل أيكو لذلك بحالة الطفل الذي يلهو بمسدس وهمي: "يمكنه أن يوجه سبابه مع إبهامه ويستجمع الأصابع الأخرى: نكون حينها أمام علامة أيقونية مفكرة تقلد المسدس. تقلد السبابة داخلها فوهة المسدس، ويمثل الإبهام قاعدته والأصابع الأخرى تمثل لقاعدته. ويمكن لنفس الطفل أن يجمع أصابع اليد ويضمها إلى راحة الكف كما لو أن بيده مسدس، ويحرك السبابة كما لو أنه يضغط على الزناد. فلا وجود لمسدس ولكن هناك يد فعلية تقوم بحركات هي نفسها التي ستقوم بها لو كان بها مسدس" (أيكو، ٢٠١٠: ٩٧). وقد استعار أيكو اسم أيقونة للصورة الفوتوغرافية من بيرس؛ لأن الأيقونة تتطابق مع الصورة الذهنية، والصورة الذهنية: "متولدة عن هذه الصورة الفوتوغرافية" (أيكو، ٢٠١٠: ٢٤٢).

تبنى العلامة الأيقونية القصد من الخطاب في نسيج تأليفي ذي أبعاد رمزية حمالة دلالات. ويدرس البحث السيميائي، تبعاً لذلك، الصورة باعتبارها بنية علامية تتشكل في نسيج مرئي تنظم مكوناته الفضائية لإنتاج المعنى، ويوجهها مساراً دلالي، يثي بغايات المنتج، وينقل القصد من الخطاب.

## ٣- سيميائية الصورة الإشهارية في الخطاب الإعلامي العربي، الصورة الإشهارية التونسية نموذجاً.

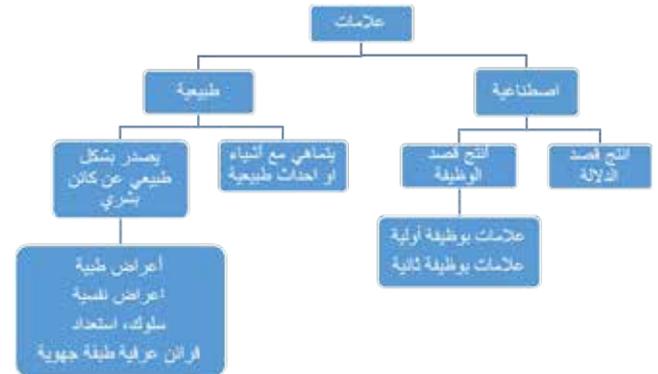
تعد الدراسة السيميائية صياغة كيفية إنتاج الإنسان للفكر. وتحمل الصورة الإشهارية - باعتبارها علامة - مضموناً فكرياً، يبدع الرمز دلالاته. ويدرك القصد من خلال تفكيكه، وفهم الجوانب الخلاقة المكتنزة فيه. هو عملية إدراك عقلي كيفية اشتغال لغة أبعادها الحاجة إلى التواصل؛ ويتجلى في قدرة متلقي الصورة على تشفير الخطاب، وتوليد دلالات جديدة من العلاقات القائمة بين مكوناته.

يوافق تنوع الدلالات وثوراتها في العلامة المرئية - باعتبارها خطاباً ممثلاً لنظام من المشيرات - مظاهر الإبداع فيها. هي قدرة توليدية تأليفية لانهاية قابلة للتلاؤم مع الوضعيات الجديدة والعوالم الممكنة. وتتشكل هذه القدرة التوليدية في نسيج مؤتلف من عناصر ذات أبعاد فضائية متعاقلة.

يتجسم البعد الثنائي في هذا النسيج من خلال العلاقة بين طول الصورة وعرضها، ويدرك البعد الثلاثي من هيئات الأشكال المندرجة

في الانصراف بسبب ضجره من الكلام الذي سمعه (أيكو، ٢٠١٠: ١٧). يوافق هذا السلوك السيميائي القصدي "الحالات الثقافية التي تمنح الأشياء والأعضاء بعداً جديداً يحولها إلى شكل رمزي" (أيكو، ٢٠١٠: ٢٥). ومثل لذلك بالشكل التالي:

شكل (١)



اعتبر أيكو - خلال تمييزه بين العلامتين - أن العلامة الطبيعية هي علامة تعبيرية عفوية لا إرادية، وأن العلامة الاصطناعية هي علامة قصدية إرادية. وبين - من خلال ذلك - أن هذا الصنف من العلامات يوظف في خطابات كثيرة لغايات إقناعية كالخطاب السياسي والديني والإعلامي وغير ذلك.

تنتمي الصورة الإشهارية في الخطاب الإعلامي، إلى الصنف الثاني من العلامات، وتتشكل من مصفوفة من المشيرات القصديّة بين الباث والمتلقي أنتجها تعالق بين مكونات صورة مرئية حاملة لشحنة من الدلالات المصطنعة.

## ٢-٢- الصورة الإشهارية صناعة

تمثل الصورة الإشهارية في الخطاب الإعلامي صناعة حديثة، توجهها أوامر وخلفيات معرفية تروج قيماً تأخذ بعين الاعتبار في صناعة الفكرة وتنفيذها أن المتلقي هو مجتمع عربي ينتصر لمبدئي المحافظة على الهوية العربية والانتماء إلى الوطن. لذلك يسعى صانعوها إلى نقل ثقافة المجتمع وتكييف مضامينه مع المحيط الذي نشأ فيه، بما يكون خلفية فكرية إيجابية وانطباعات طيبة داخلياً وخارجياً.

تنبع مادة الصورة الإشهارية من رؤية مبنية على استراتيجية توجهها مؤسسات وتقنيات، تخدم اقتصاد المعرفة وتأخذ في اعتبارها أهواء المتلقي وذوقه وعاداته وتقاليده ورغباته. وتكشف بنية الخطاب عن علاقة بين باث هو منتج الصورة الإشهارية؛ ومتلق متعدّد صلته بالمنتج - ممثلاً في النسيج العلامية - تختلف باختلاف حاجته إليه؛ وتجمع بينهما رسالة حاملة لمضمون الخطاب تحمل شحنة قيمية.

يسعى البحث إلى فهم العلاقات المشكّلة لبنية علامة لسانية مرئية في المحيط الذي نشأت فيه، وبيان مدى نقلها لخصوصياته وانفتاحها عليه، وقدرتها على تحقيق الوظيفة المرجوة منها في وجهها التوعوي ووجهها النفعي.

ولا يخفى على أحد أنّ لهذا الصندوق - ويسمى أيضا "صندوق الانتخابات" أو "صندوق التصويت" - أبعادا رمزية في البلدان المتقدمة والبلدان النامية. وتجلت هذه الرمزية في تعدد تسمياته- التي لا تعد ولا تحصى- عند الغربيين وعند العرب؛ كصندوق التبرعات، وصندوق جائزة كورونا، وصندوق التقاعد، وصندوق التأمين، وصندوق التنمية، وصندوق الرعاية الاجتماعية، وصندوق الكرامة، وصندوق المرأة، وصندوق عائلات الشهداء، وصندوق حفظ الأمانات، وصندوق دعم المشاريع الصغيرة، وصندوق الأمم المتحدة للديمقراطية، وصندوق النقد الدولي، وغير ذلك من الصناديق...

نحلل، في ضوء ما تقدم، نسيج صورة توعوية مثلت علامة بارزة في وسائل التواصل الاجتماعي لتحسيس الشعب التونسي بقيمة الانتخابات وأهميتها؛ والتعريف بملابسات إنجاز هذا النسيج ممثلة في زمان التلقي ومكانه، والعلاقة بين المنتج والمتلقي التي يوجّهها سياق صياغة المضامين.

### ٣-١- مكونات النسيج المرئي

بدا "صندوق الاقتراع" - وإن لم يكن مكتملا - في بنية الصورة ذات الشكل المستطيل بورتها. توسّط النسيج المرئي واحتلّ قسما بارزا من الفضاء، وتراءى محكم الإغلاق، علمته بطاقة بيانات. كانت علامة محدّدة للمكان والزمان، يدرك بوجودها في جانب من جوانب الصندوق القصد فهما وتأويلا. وارتبط هذا النسيج المرئي برؤية البلاد التونسية ذات اللون الأحمر والأبيض.

أحاطت بهذا المركز عناصر بارزة تسيّدت الفضاء. تجلت في "يد المقترع" الحاملة لورقة الاقتراع، و"يدي الرقيب" الحاملة للقلم. أضفت حركاتها بعدا رمزيا مشحونا بالدلالات. غابت الوجوه؛ لأنّ القصد هو "عملية الاقتراع"، وعوّضت "الأيدي" الأشخاص. وتحوّلت من علامة إنجاز لفعل الاقتراع إلى "الموضوع ذاته" الذي يعد بانتخابات شفافة ومستقبل مغاير.

بدا الفضاء متوازنا بحضور عناصر ملأته، ومشيراته تعلمه. أحاط بالصندوق من الجهة اليمنى شخص يلبس بدلة سوداء. ومثلت يده بؤرة القصد بحملها لورقة الاقتراع. قابله من الجهة اليسرى شخص ثان يلبس لباسا أبيض. وقد مثلت يدها الممسكة بقلم والمتجهة في حركة متعاكسة إلى اليمين عناصر مكتملة للمشهد، تقمّصت دور الرقيب. وتدعم هذا المشهد بوجود الكراس الأبيض علامة على الجاهزية والاستعداد. وأكد، وجود فراغ أبيض اللون خلف هذه العناصر، مثلته جدران الغرفة ووجود راية البلاد التونسية مرفرفة، هذا التوازن المنفتح على التأويل المبدع لجمالية الصورة.

لاح هذا النسيج المرئي البسيط مقلدا بالمعاني، معبرا عن جهد محترف يصنع قصدا أجمع عليه الشباب والكهول، مداره أنّ الانتخابات الجديدة في البلاد التونسية هي انتخابات جديدة بتضحيات شعبها لشفافيتها، وهي علامة ناصعة في تاريخ تونس وفي تاريخ الشعوب العربية.

ضمن هذا المحيط وأحجامها. وتألفت هذه الأبعاد، فيتشكّل البعد الفضائي في طريقة ائتلاف الأشكال والألوان، والأبعاد والأصواء، وتوظيفها بدرجات مختلفة. نمثل لهذه لعلاقات ولدالاتها من خلال "صورة صندوق الاقتراع" في البلاد التونسية خلال حملة الانتخابات الرئاسية التي أجريت في شهري سبتمبر وأكتوبر من سنة ٢٠١٩. وهي تنضوي ضمن صنف جديد من الخطابات في البلاد العربية في زمن "الربيع العربي"، قامت فيه وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة ووسائل الإعلام بدور الوسيط. واحتلت الصورة المرئية فيها محلّ الخطابات المكتوبة، وباتت المعبر الحقيقي عن مشاغل الشعب، والسلاح الذي يواجهون به واقعهم، ويدافعون به عن قيمهم ومبادئهم.

ظهرت صورة "صندوق الاقتراع" في نسخ مختلفة تفنّن الشباب في نسجها اخترنا منها أكثر الصور رواجاً آنذاك في وسائل الإعلام على اختلافها. ومثلت علامة أيقونية تحيل على موضوعها، لاختزانها أبعادا رمزية نابعة من حياة التونسيين.



(الصحافة التونسية، ٢٠١٩)

اقرنت هذه الصورة بفترة تحوّل هامة في حياة التونسيين، شهدوا فيها وفاة رئيس الجمهورية الباجي قايد السبسي في ٢٥ من جويلية سنة ٢٠١٩. واضطروا إلى إجراء انتخابات سابقة لأوانها؛ لأنّ الدستور التونسي ينصّ على ضرورة انتخاب رئيس جمهورية جديد في أجل لا يتجاوز تسعين يوما. جرت الجولة الأولى في ١٥ من سبتمبر، عوّض ١٧ من نوفمبر تاريخ الانتخابات الرئاسية العادية. وبلغ عدد المتنافسين على هذا المنصب أربعة وعشرين مرشحا. وتلتها جولة ثانية بتاريخ ١٣ من أكتوبر ترشّح لها الفائزان بأعلى نسبة من الأصوات في الدورة الأولى، وانتهت بفوز الرئيس قيس سعيد.

ما يعيننا من هذه الأحداث المختزلة ومن تاريخ وقوعها، أنّ هذه التظاهرة الرسمية نصّ عليها الدستور التونسي؛ وهي تعتمد "صندوق الاقتراع" سبيلا لانتخاب شخصية وطنية بشكل رسمي. إلّا أنّها لم تقتزن في الذاكرة التونسية بوجود تنافسية حقيقية. لذلك بات "الصندوق" علامة أيقونية ممثلة للحدث في فترة زمنية علمت حياة التونسيين، وشدّت الأنظار العربية والأجنبية.

## ٢-٣- ألوان النسيج المرئي

جمع صندوق الاقتراع البلاستيكي في فضاء الصورة بين الأحمر، لون غطاء الصندوق؛ والأبيض، لون الوعاء. وقد اقترن اللون الأحمر في الذّاكرة الجماعية بلون دماء الشهداء الذين ناضلوا وضحو بأنفسهم في سبيل الحفاظ على استقلال الوطن، واللون الأبيض بالسّلام والصفاء والأمان.

التقت دلالة اللونين - الأحمر والأبيض - في مخيال المتلقّي بدلالات الرّاية التونسيّة المطلّة خلفه، فرمزت إلى الاستقلال والحرية والوطنية والهوية والانتماء والكرامة. اعتلى اللون الأحمر، الذي يثير في النّفس الشعور بالدفء والبهجة والانشرح، إنه اللون الأبيض الشّفاف، الذي يثير في النّفس الشعور بالراحة والصفاء والنّقاء. ودلّ التقاؤهما على اعتزاز التونسيّ بهويّته، وبانتمائه لوطنه، وبقداسة هذا الانتماء.

صاحبت حرارة اللون الأحمر وبرودة اللون الأبيض، اللون الأخضر. وتراءى هذا اللون، وهو أكثر الألوان حضوراً في الطبيعة، من خلال أسلاك محكمة الغلق. لقد رمز اقتران هذا اللون بالأسلاك إلى ما يُنتظر من إحكام غلقها، البارز في الصورة، من نعيم يستمد دلالاته من صفات الجنّة. ويدرك القصد من دلالات اللون في مكونات الصندوق فهما وتأويلاً بحثاً عن حياة كريمة.

عكس الفراغ في الصورة أركان الغرفة، واقترن في خلفيتها باللون الأبيض الذي حقّق التوازن بين مكوناتها. ومكّن من إبراز صورة الصندوق، وانعكس ممتداً إلى الأمام ليمثّل اللون الأكثر جلاء فيه، والقسم الأكبر المجسّد لمكوناته يشدّ الناظر إليه.

رمز الفراغ الأمامي للانفتاح، ومنح صورة الصندوق الإحساس بالحركة والحياة. وبرز ثلاثي الأبعاد خلف الصندوق، وعلى يمينه وعلى يساره، دالاً على الحركة الزمانيّة والمكانيّة.

عكس اللون الأبيض خلف صورة الصندوق الضوء مخترقا بؤبؤ عين المتقبّل لتوجيه بصره إلى خصائص الصندوق الذي اتّسم ببياضه بالشفافية. حدّدت الإضاءة معالم عملية الاقتراع، وأضفت عليها صفتي الإشراق والتفائل بمستقبل أفضل. ودعم بياض الصندوق وبريقه الحدث، ولفت الانتباه إلى واقعيته وتحققه. ورمزت هذه الشفافية للوضوح، وكان حضورها علامة مرغّبة في عملية الانتخاب.

عضدتها دلالات السّواد والبياض المحيطة بالصورة. فقد قابل اللون الأسود من الجهة اليمنى اللون الأبيض من الجهة اليسرى، واقترن التّقابل بين اللونين في الإدراك البصري تقابلاً بين الفاتح والدّاكن الذي يعكس تقابلاً بين النّهار واللّيل. كما أفادا التوهّج، وتشاكلا في الدلالة على الحركة المستفيدة من دلالتهم على جميع الألوان. فالألوان كلّما اشتدّت قربت من السّواد، وكلّما ضعفت قربت من البياض. تحيل هذه العلاقة إحالة نفسية وجدانية على قيمتي الضياء والنور في مقابل الظلمة والعتمة. وتشكّل نسيج يؤكد جودة العملية الانتخابية والحدث التاريخي، ويطمئن المتلقّي ليتعامل مع الصندوق، رمز عملية الاقتراع وبؤرة القصد، بثقة وراحة كبيرين.

وظف النسيج المرئي قيم الصّفاء والنّقاء والشفافية لدعم الحدث. وتقلّص الشعور بالخوف الذي تميّزت به سنوات طويلة غاب فيها الانتخاب الحقيقي في مخيال الشعب التونسيّ، وعوّضته رغبة جماعية تؤسس لحياة شفافة لشفافية الصندوق ورمزيته.

امتلاً فضاء النسيج المرئي بالألوان المتضادة والمترابطة في آن، وسبغته بإيقاع إيحائي تمثّل خاصّة من خلال العلاقة بين "الأبيض" و"الأحمر"، و"الأبيض" و"الأسود". حقّقت هذه العلاقات الثنائيّة بانسجامها وترابطها مع صورة الصندوق بؤرة القصد.

## ٣-٣- إبداعية صورة صندوق الاقتراع

اقترنت "صورة صندوق الاقتراع" بفضاء مخصوص وأطر مكانيّة وزمانيّة؛ لتنقل معاني لسانيّة إيحائيّة تتجاوز المعنى الحرفي الظاهر للملفوظ وقصد منتج الرّسالة، وترسم خطاباً جديداً معبراً عن عالم ممكن مأمول.

جسّدت هذه الصّورة تشكيلاً بصرياً يختزل البنية التالية: "صندوق الاقتراع هو الطريق الوحيد والأمثل في بناء البلاد التونسيّة". استدعي هذا الخطاب الذي يفيد أنّ "تونس تنتخب"، دلالات كثيرة على صلة ببعد الصورة الشكلي كالقول بأنّ المقترع هو "سيدّ مصيره" فـ "لا مجال لترك صوته شاغراً" و"لا مجال لترك مكانه لغيره ليقرّر مصيره". يستفاد هذا المعنى من البعد الثلاثي الممتل في الصندوق، والعناصر المحيطة به. ويتجلّى في وجود أكثر من رقيب بجوار الصندوق، ووجود أكثر من يد واحدة. يمثّل الشخص الخفي الرّقيب الأوّل الذي لا يرى المتلقّي ملامحه بل يده التي تحمل قلماً؛ ويمثّل الرّقيب الثاني المقترع ممثلاً في يده حاملة ورقة الاقتراع. أمّا الرّقيب الحقيقي الخفي الحاضر، فهو الاختيار المخفي المعبر عن رغبة الشعب ممثّلة في يد المقترع والورقة البيضاء التي تستشرف مستقبلاً مغايراً.

اقترنت الرّغبة في إخفاء صورة الوجه بالدلالة على الإطلاق؛ فالسيدّ الذي يلبس بدلة سوداء هو من الشعب وممثّل لجميع أفرادها وليس شخصاً بعينه؛ وحركة اليد المتّجهة نحو فتحة الصندوق، أمام عين الرّقيب، تعبّر عن رغبة جامحة لدى كلّ فرد من أفراد المجتمع التونسيّ من مختلف الطبقات الاجتماعيّة في نقل إرادته الشخصية والمشاركة في تحقيق مصيره. لم تكثر هذه اليد بوجود يدين لشخص ثان. فقد مثّلت هاتان اليدين، في زمن مضى، السلطة تتعقّب المقترع لتوجّهه وتشاركه في الاختيار، وصارت تقتصر على ملاحظة سلوكه. وتجاوز دورها الملاحظة إلى المشاركة في هذا الاختيار بمنع وجود المخالفات والتّجاوزات.

تعبّر هذه الصورة عن وعي جماعيّ، مثله طرفان من المجتمع رمزا إلى جميع أفرادها. ائتلفت هذه العلامات؛ لتشكّل مسترسلاً فضائياً، تناسقت ألوانه البيضاء والحمراء، الممثّلة لألوان الرّاية التونسيّة. يحمل هذا الصندوق الأبيض الشّفاف راية البلاد للدلالة على القطع مع عهد سابق لم يكن يترك المجال للاختيار؛ وعوّضه واقع جديد واع بأنّ الصندوق المحكم الإغلاق، بشكل واضح

انتخابات شفافة، في كثافة العناصر المشكلة للنسيج المرئي وكثافة الألوان المقترنة بها. ووظفت هذه الكثافة لإقناع أصناف مختلفين من المتلقين بقيمة الانتخابات. الصنف الأول هو المتلقي الذي سيشارك في الانتخابات؛ ليعلم أن مشاركته ذات قيمة في تحديد مصير البلاد؛ والصنف الثاني هو المتلقي الرافض الانخراط في هذه الانتخابات؛ ليعلم أن الوضع مختلف وصوته هام. والصنف الثالث من المتلقين هو كل مشاهد مراقب لفعل الشباب في البلاد التونسية من الداخل والخارج؛ ليتبين الواقع الجديد المبشر بمستقبل مشرق.

أكدت العلاقة بين مكونات النسيج المرئي ودلالته على قيمة الصورة الإشهارية وملاءمتها لمقتضيات الحياة العصرية الحديثة التي يرنو المجتمع التونسي إلى تحقيقها. وتجلت من خلالها رؤية واعية بمتطلبات العصر، روافدها تداولية تتعامل مع السياق الذي نشأت فيه.

لقد انتظم القصد من العلاقات التركيبية الناعمة للفضاء بما يتلاءم والبعد الجمالي للنسيج المرئي. فتجلت في فضاء الصورة مقاصد مختلفة ممثلة لثلاثة أصناف من المتلقين تجمع بينهم رسالة واحدة، هي اختيار مستقبل أفضل. واختزن "الصندوق" الممثل لبؤرة القصد الدلالة الأيقونية في فضاء الصورة. ومثل، عندئذ، سلطة إبداعية ذات وظيفة توعوية لتوجيهها فهم المتلقين وسلوكاتهم من جانب؛ ونفعية، من جانب آخر، لتعزيزها واقعا جديدا ليست غايتها التسويق للاستهلاك بل الإقناع بجدوى المشاركة في البناء والخير الذي تحققه والإفادة المرجوة منها.

نبعت البنية التصورية للنسيج المرئي من معرفة بنفسية المتلقي وبحاجاته؛ وأبدعت صورة ملائمة للحدث، وعلامة بصرية ذات هوية تعد بالسعادة الغامرة والرّخاء الشامل. وغاب بالمقابل، النسيج اللغوي، الذي يفترض وجوده تحقق الانسجام بين بلاغة النظم وعمق الدلالة. وهو غياب إيجابي بررته بلاغة دلالة صندوق الاقتراع الأيقونية التي تميزت بالبعد الجمالي وبالطاقة الإيحائية. وقد أبدعت هذه البنية نسيجا معبرا عن رؤية المنتج التونسي لواقع، ورؤى المتلقين لذلك الواقع على اختلافهم عربيا أو أجنبيا.

توجد نماذج كثيرة عربية شبيهة بهذه الصورة نابعة من المحيط الذي نشأت فيه عبرت عن هذا الحدث وعملت على توثيقه ودعمه. إلا أن ما ميز هذه الصورة الإشهارية عن غيرها من الصور مكونات نسيجها التي علمتها كونها مختصرة بليغة بسيطة لا تتطلب مجهودا كبيرا في التفسير، وجعلت الرائي يفهم لغتها ويدرك دلالاتها ويربطها بمخيل اجتماعي عربي، وبمنظومة قيمية عربية، يحيلان على الهوية العربية التونسية. ويستجلي، كذلك- من خلال أبعاد هذا النسيج التركيبية والدلالية والتداولية- سلطة الصورة الإشهارية، ولغة هذه السلطة المنسجمة مع الواقع ومتغيرات العصر.

الليان، ممثل في الأقفال ذات اللون الأخضر- وهي الصفة التي ميّزت البلاد التونسية ولا تزال "تونس الخضراء" - هو الطريق الوحيد والأمثل لبناء البلاد. ويستشرف مستقبلا أفضل يشترك في صنعه الشعب نفسه متحملا اختياره.

وقد وظفت هيئة العلامات المنضوية في فضاء الصورة وحجمها، وتوزيع الألوان والأضواء، لتقديم صورة جديدة للانتخابات في البلاد التونسية تقطع مع صورة سوداء في مخياله. وتشكل المعنى عبر علاقات الجوار بين مكونات الصورة، التي حكمتها علاقة سببية، بفضلها نقل الذهن مسارات الإدراك من دلالة أولية تستفاد من مشهد صندوق اقتراع يمكن أن نراها في أي بلد يرنو نحو بلوغ الديمقراطية، إلى دلالات متفرعة عن هذا الخطاب ممثلا في العلاقات الجامعة بين مكونات هذا المسترسل المرئي في سياق مخصوص ومقام معلوم. وتحول مسار الإدراك البصري الممثل في الصورة إلى إدراك ناقل لخصوصيات شعب عربي يرنو عبر التغيير إلى بناء عقول حرة مسؤولة.

لقد مثل الصندوق سلطة الاختيار في البلاد التونسية؛ وكانت العملية الانتخابية الآلية المعتمدة، للسير بالبلاد نحو النور والخير والحياة الكريمة، رمز الديمقراطية والعدل والمساواة.

لإن الإبداع، تبعا لما تقدم، بحث في سيميائية مكونات الخطاب؛ وذلك عبر توليد القصد من هندسة المسترسل الإعلامي الممثل للصورة الإشهارية. وقد تشكل في ذهن المتلقي، في مستوى الإدراك السيميائي، بفضل تشفير نسيج الصورة وتفكيك مكوناتها؛ وهي ترتبط بمخيل اجتماعي يحيل على الواقع التونسي في فترة زمنية محددة.

استدعى تحليل النسيج المرئي، كذلك، القيم الدلالية الناقلة للبنية التصورية عبر تنضيد عناصره وترتيبها. وأسهمت جمالية هذا النسيج في جلب انتباه المتلقي لصورة جديدة ناقلة لواقع ممكن مغاير للواقع المعيش. هي علاقة بين الموجود والمنشود القابل للتحقق الآني والفوري والسريع بتحقيق فعل "صندوق الاقتراع".

تترامى الصورة الإشهارية للمتلقى، بناء على ما تقدم، محملة باستراتيجية تواصل واضحة الأهداف؛ تثير لديه رغبة رهيبية في التجربة بحثا عن الفوائد المأمولة المستفادة من بنية المشهد، ومن ملابس صياغته.

نخلص إلى أن تحليل الصورة الإشهارية التي تضطلع بوظيفة توعوية، يتطلب تمثيل البنية التصورية للمسترسل الإعلامي المولدة لمعان ثوان من معان أول؛ وأن هندسة هذا النسيج المرئي تتجلى انتظاما بين مكوناته، ونقلا لحركة دلالية متولدة عن قصد منتج الرسالة، يبدع المتلقي بفضلها مضمونا نفعيا مغايرا منشودا. إنها تشي بواقع معيش واعدة بعوالم ممكنة تتطلع إلى عوالم فضلى مليئة بالأمل والحياة، أبدعتها ديمومة الوقائع والأحداث.

تجلت هذه الاستراتيجية، المعبرة عن رغبة مشتركة في إجراء

نتوجه بالشكر إلى عمادة البحث العلمي على دعمها لهذا البحث. فقد تمّ تمويل هذا المشروع البحثي من قبل العمادة بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، من خلال برنامج دعم بحوث العلوم الشرعيّة واللغة العربيّة (رقم: ١٤٤٢-ع ش ع-٠٢).

## المراجع

إيكو، إمبرتو (٢٠٠٥). السيميائية وفلسفة اللغة، ترجمة أحمد الصمعي، المنظمة العربيّة للترجمة.

إيكو، إمبرتو (٢٠١٠). العلامة، تحليل المفهوم وتاريخه، ترجمة سعيد بنكراد، ط٢، ومراجعة سعيد الغانمي، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي.

بارت، رولان (١٩٨٧). مبادئ في علم الأدلة، ترجمة وتقديم محمد البكري، ط٢، اللاذقية، دار الحوار للنشر والتوزيع.

بنكراد، سعيد (٢٠٠٦). سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء بالمغرب.

بنكراد، سعيد (٢٠٠٧). السيميائيات، النشأة والموضوع، مجلة عالم الفكر، بحوث لسانية، (يناير- مارس)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مجلد ٣٥، ٧-٤٦.

بنكراد، سعيد (٢٠١٢). السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، ط٣، اللاذقية، مكتبة الأدب المغربي.

دي سوسير، فرديناند (١٩٨٥). دروس في الألسنية العامة، تعريب صالح القرماضي ومحمد الشاوش ومحمد عجينة، للدار العربيّة الكتاب.

فونتاني، جاك (٢٠١٠). سيميائيات المرئي، ترجمة علي سعد، ط٢، سورية، دار الحوار.

## المراجع الأجنبية

Barthes, R. (1964). *Éléments des sémiologie, Communication*, 4. 91-135.

De Saussure, F. (1982). *Cours de Linguistique générale*, édition critique préparée par Tullio de Mauro, publié par Charles Bally et Albert sechehayé, Payot, Paris.

De Saussure, F. (2002). *Écrits de linguistique générale*, par Ferdinand de Saussure, texte établi et édité par Simone Bouquet et Rudolf Engler, ed. Gallimard.

Eco, U. (1985). *Lector in fabula*, Paris, Grasset.

Eco, U. (1988). *Le Signe, histoire et analyse d'un concept*, adapté de l'italien par Jean Marie Klinkenberg, (Segno 1971).

Eco, U. (1997). *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Turin: Einaudi.

Fontanille, J. (1995). *Sémiotique du Visible, des mondes de lumières*, Presses Universitaires de France.

Morris Ch. (1964). *Signs language and behavior*, New York. Prentice Hall.

بحثنا في مدى تحقيق الصورة الإشهارية قصد الباحث، وفي أثر فعل هذه العلامة السيميائية على المتلقّي، وفي صلة الوظيفة التوعوية بالوظيفة النفعيّة في خطاب إعلامي أبدعته الحاجة إلى التّواصل في البيئّة العربيّة التي نشأ فيها. وانتهينا إلى الملاحظات المختصرة التالية:

١- الصورة الإشهارية صناعة تولّد القصد من هندسة العلامة، وهي تبني عوالم تستجيب لرغبات تفاعلية مشتركة. وتتحوّل دلالة نسيجها إلى مثير يثمن القيم التوعوية والنفعيّة التي تدرك من خلال تمثّل مكوناتها وإعادة بنائها وعيا بغايات وضعها وتشكيلها.

٢- القصد تجلّي في العلامة الأيقونية من خلال ثلاثة أبعاد:

١-٢- البعد التركيبي للنسيج المرئي يساهم في التعريف بدلالة العلامة عبر ثلاثة عناصر أساسية هي الاختصار والاقتصاد والبساطة. يتجلّى الاختصار من بلاغة الإيجاز، ويفيد الاقتصاد بذل المجهود الأدنى لبلوغ الفهم. وتدرك البساطة من خلال استراتيجية واضحة المعالم تنبّه إلى البؤرة وتومئ إلى وظائفها وفوائدها.

٢-٢- البعد الدلالي يمثّل القيم المعنوية النّاطمة للبنية التصورية؛ ويدرك عبر تنضيد عناصر الطبيعة داخل العلامة الأيقونية، وترتيبها، وتركيبها. فتتجلّى جودة هذا النسيج إبداعا لخصائصها وللمعاني التي تحتزنها.

٣-٢- البعد التداولي يتراءى محمّلا باستراتيجية تواصل واضحة الأهداف تطوّع المعاني لدى المتلقّي وتوجهه إلى القيم المنشودة والفوائد المأمولة. تعيد تلك المعاني-لارتباطها بسياقات مخصوصة تعلّمها- تعريف الكون، وترغب المتلقّي في التجربة.

تحقق هذه الأبعاد الثلاثة كفاءة سيميائية يشترط في تشكيلها ألا تضرّ مدخلات الصورة الأيقونية التي تعد بالسعادة بمخرجاتها البلاغية وإبداعيتها.

٣- دراسة هذا النمط من الصور في الخطاب الإعلامي العربي، مكنت من الاستدلال على التقاطه سمات المحيط الذي نشأ فيه؛ والتأكيد على أنّ مساهمته، في تخصيص هذا الخطاب وتعيينه، لا ينفي انضوائه داخل إطار قيمي عربيّ مشترك وتجذّره في بيئة عربيّة تميّزه بفضلها يفتح على العالم.

ترافق هذه المعايير كلّ صورة إشهارية باعتبارها خطابا ممثّلا لنظام من العلامات، ويفترض أن يبحث دارسها عن إجابة على هذه الإشكاليات: إلى أيّ مدى يمكن أن تنقل الصورة الإشهارية عالما ممكنا مغايرا للعالم المعيش؟ وإلى أيّ مدى يمكن أن تكون وفيّة بانفتاحها على العالم إلى المحيط الذي نشأت فيه؟ ثمّ إلى أيّ مدى يمكن أن تتطابق مع موضوعها وتعدّ أيقونة؟