ISSUE 9 June 2020
مجلة العلوم الإنسانية والتطبيقية
Journal of Humanitarian and Applied Sciences
العدد 9 يونيو 2020

الاستعارة في ضوء البلاغة الجديدة
موقع الاستعارة بين النّسق الحجاجيّ والتّجلّي الإعلاميّ

سميـــحة تونـــسي

جامعة أحمد بن بلة – وهــران/الجــزائــر

samiha.n71@gmail.com

Abstract

In short, we will try to present an approach between the pilgrims and the pattern. The metaphor, let's then go to the metaphor and the media. What defines metaphor and its importance is the role it plays in the discourse to which they are left.As the metaphor constitutes the purposes and form of the pilgrims of the speech, it has been a means of persuasion since the inception of rhetoric as a means of influencing the audience by using a rhetorical fluid through proof means to make the potential more attractive, and borrowing is one of these rhetorical images as the speaker seeks to convince the recipient and seek to change His intellectual and emotional attitude through the use of different graphic images, as he may resort to employing the creativity and uniqueness of the listener and get him to respond and achieveThat's the communication purpose between them.

Not only did the new rhetoric be a linguistic persuasion, but it went beyond it to the linguistic production, from posters and documentaries, or pictures on the pages of newspapers, websites or even music.

The communicative performance in the media depends on the success of the media discourse and its ability to influence its audience, as the promoter in the success of his famous speech such as promoting a particular commodity or service to a language commensurate with the souls of the recipients in order to influence them and their appeal towards this propaganda, as it makes it suggestive of a character Thumb to draw more attention such as reading a newspaper or watching cinema, the audio and visual media benefited from the various rhetorical formulas to attract the thought and passion of the recipient and thus formed a coordinated format with all segments of society.

Wherever there is a commercial image or poster, the rhetoric is present and effective, and in order to resonate with the public, it has to wear its fancy metaphorical dress to achieve effectiveness.

الملخّص:

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله أمّا بعد:

سنحاول باختصار شديد في ورقتنا تقديم مقاربة بين الحجاج والنسق الاستعاري لنلج بعدها إلى الاستعارة والتجلي الاعلامي

إن ما يحدد ماهية الاستعارة وأهميتها إنما هو الدور الذي تنهض عليه في الخطاب الذي تركن إليه. إذ تشكل الاستعارة مقاصد حجاج الخطاب وتشكله، فقد عدت أداة اقناع منذ نشأة البلاغة بوصفها وسيلة تأثير في الجمهور باستعمال وسائل خطابية عبر البرهان وسائل تصبو إلى جعل المحتمل أكثر جاذبية، والاستعارة إحدى هذه الصور البلاغية إذ يلجأ المتكلم إلى إقناع المتلقي والسعي إلى تغيير موقفه الفكري والعاطفي من خلال استعمال صور بيانية مختلفة، كما قد يلجأ إلى توظيف أبعادها وأفرادها ليطرب السامع ويحمله على التجاوب فيتحقق بذلك الغرض التواصلي بينهما.

ولم تكتف البلاغة الجديدة بالاقناع اللساني فحسب، بل تجاوزته إلى الانتاج اللالساني، من ملصقات إشهارية وأفلام وثائقية، أو صور على صفحات الجرائد ومواقع النت أو حتى الموسيقى.

يرتهن الأداء التواصلي في وسائل الاعلام على نجاح الخطاب الاعلامي وقدرته على التأثير في جمهوره، إذ يعمد المروج في إنجاح خطابه الاشهاري كالترويج لسلعة أو خدمة معينة، إلى لغة تتناسب ونفوس المتلقين بهدف التأثير فيهم واستمالتهم نحو هذه الدعاية، كما يجعلها إيحائية تكتسي طابع الإبهام حتى تلفت انتباههم أكثر: كمطالعة صحيفة أو مشاهدة السينما، فاستفادت الوسائل الاعلامية السمعية منها والبصرية من الصيغ البلاغية المتعددة لاستمالة فكر المتلقي وعاطفته وشكلت بذلك نسقا دالا تواصليا مع جميع فئات المجتمع.

وحيثما وجدت صورة إشهارية أو ملصقة تجارية كان الخطاب البلاغي حاضرا وفعالا، ولكي تجد صداها عند الجمهور عليها أن تتحلى بلباسها الاستعاري المنمق لتحقق الفعالية.

الاستعارة والنّسق الحجاجيّ:

تعدّ اللّغة النّاطقة بأحوال الفرد، والنّاقلة لأحداثه والتّرجمان لآفاته وتطلّعاته، وقد توجب عليه استعمال لغة منزاحة عن المستعمل ومنحرفة عن المتداول، متحرّرة من الجاهزيّة والسّطوة التّقليديّة إلى نسق استعاريّ من شأنه توسيع اللّغة، وشحنها بالدّلالات المفتوحة، وشحذها بالطّاقات الإيجابيّة، ومن دون اللّغة الاستعاريّة فإنّ شعلتها تنطفئ، ووميضها ينجلي.

ومن ثمّ، فقد تجاوزت الاستعارة تلك المضايق الحرجة كونها مجرّد حلية لغويّة، حيث أصبحت تشكل مقاصد حجاج الخطاب وتشكّله إذ إنّ " القول الاستعاريّ قول حجاجيّ، وحجاجيّه من الصّنف التّفاعليّ نخصّه باسم 'التحاج' "[1] ، ولا نعجب من أن يكون الأسلوب الاستعاري، "أقدر الأساليب التّعبيريّة على إمداد الخطاب بقوّة التّفرع والتّكاثر، فهو أشدّها توغّلا في العمل بالآليّات التّشبيهيّة"[2]

أرسى أرسطو كما هو معلوم، معالم البلاغة الحجاجيّة في كتابة الخطابة وأسهم في تقديم صنّافة للاستعارة إذ جعلها في أنواع ثلاثة " الاستعارة الجمهوريّة، الاستعارة الشّعريّة، الاستعارة الحجاجيّة، فإذا كان الخطاب يهدف إلى الإقناع يكون حجاجيّا،

[1] طه عبد الرحمن، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، الدار البيضاء، المغرب، ط1،1998، ص 310
[2] ـالمرجع نفسه ص 295

وإذا كان يهدف إلى المتعة يكون شعريّا، أمّا إذا كان يهدف إلى الإبلاغ فيكون عاديّا، وعليه فالاستعارة الجمهوريّة تهدف إلى الإبلاغ، والاستعارة الحجاجيّة تهدف إلى إحداث تغيّر في الموقف العاطفيّ أو الفكريّ للمتلقي، في حين أنّ الاستعارة الشّعريّة لا تحيل إلاّ على ذاتها >>[1]

وقد عدّ أرسطو الاستعارة بخاصّة والبلاغة بعامّة <<مسلك البرهان وتجلّيّ الفهم وتحقيق الإدراك للخطيب العاجز عن توصيل الأفكار وبلوغ المرام>>[2]

ثمّ تجاوز شايم بيرلمان النّظرة التّقليديّة للبلاغة، فتشوّق المحدث المفارق وأحدث ثورة بلاغيّة جديدة كبرى مسندا لها الوظيفة الحجاجيّة، فقد كان من ضمن إضافاته << إبطال مفعول بلاغة المحسّنات وإدراج الاستعارة والتّشبيه ضمن بلاغة الحجاج >>[3].

وقد رفض بيرلمان كلّ الانتقادات الّتي لا تلتفت إلى وظيفة الاستعارة في الحجاج، ورأى أنّ للمحسّنات دورا فعّالا في عمليّة الإقناع، ليوضّح أنّها – أي المحسّنات . إن لم تكن قمينة بأداء دور الإقناع والتّعبير عن مراد الأفكار فإنّها ستظلّ مجرّد حلية وزينة[4]

كما أنّ قوّة الحجاج من قوّة الكلام وسلطة الخطاب، إذ إنّ نظرته للحجاج تسعى إلى كيفية << اشتغال الأقوال داخل خطاب ما أي تسلسل الأقوال وتواليها داخل الخطاب بصورة استثنائيّة وبعبارة أخرى إنّها تدرس منطق الخطاب >>[5]

وعبر مسالك التّجاوز والثّورة على الجاهز، ألفينا الاستعارة قد جعلت من الحجاج سبيلا في التّأثير ومسلكا في التّواصل عبر الجماهير بالإقناع والاستمالة والتّعبير، إذ يتسلّح المتكلّم بوسائل وإمكانات لغويّة يوفّرها قصد توجيه خطابه ليحقق أهدافه الحجاجية والتي << تنطلق من الفكرة الشّائعة الّتي مؤدّاها: إنّنا نتكلم عامّة بقصد التّأثير >>[6] وذلك أنّ القول الاستعاري يتمتّع بعمق وقوّة المحاججة من شأنه التّأثير في المتلقّي وحمله على الاقتناع.

وبهذا يتجلّى لنا الدّور الحجاجيّ للاستعارة باعتبارها وسيلة << تأثير في الجمهور باستعمال وسائل خطابية، غير البرهان وغير العنف، وسائل تصبو إلى جعل المحتمل أكثر جاذبية. والاستعارة هي إحدى هذه الصور البلاغيّة>>[7].

وقد تساءل الباحثون القدامى، عن الغرض من استعمال هذه الانحرافات فوجدوا أن الكلمات اللّامألوفة "المجازيّة "، تستعمل << إمّا ردم فجوة دلاليّة في الشّفرة المعجميّة أو لتزين الخطاب وجعله أكثر إشراقا. ولأنّ لدينا أفكارا أكثر ممّا لدينا من كلمات نعبر عنها، فلا بدّ لنا أن نبسط دلالات الكلمات الّتي لدينا إلى ما يتخطّى حدود الاستعمال اليوميّ. أو قد

---

[1] عمر أوكان، شعرية البلاغة (أرسطو والبلاغة)، مجلة فكر ونقد، ع17، مارس1999 ص 114
[2] سورية لمجادي، دلالات الإستعارة في شعر محمد عفيفي مطر، رسالة ماجستير إشراف ناصر استنبول 2010، 2011، ص 51
[3] محمد الوالي ـ الإستعارة في محطات يونانية وعربية وغربية، دار الأمان، الرباط/المغرب، ط1،2005، ص 457
[4] سورية لمجادي، دلالات الإستعارة في شعر محمد عفيفي مطر، ص 87
[5] أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، الطابع في العمدة، ط1 ،2006، ص 42، وينظر ص 127، وص 08 وص 17
[6] أبو بكر الغراوي، اللغة والحجاج ص14 وينظر ص105 اونيلا الخطاب والحجاج ص 47، 48
[7] بول ريكور، نظرية التأويل وفائض المعنى، تر. سعيد الغانمي، الدار البيضاء، المغرب، ط2 ،2006، ص 87، 88

نختار، في الحالات الّتي تتوفّر فيها كلمات مناسبة، أن نستعمل كلمة مجازية لكي ندخل السّرور أو الفتنة في قلوب المستمعين إلينا >>[1]، وهذا ما يجعلها تدفع بالمتلقّي إلى تخوم الأداء فالاقتناع، فالتّغير، فالتّواصل.

إنّ اللّغة الاستعاريّة هي نسق شامل للحجاج والتّواصل، إذ أضحت الكلمات تنتج << نوعا من التّواصل الشّكليّ، تتولّد عنه شيئا فشيئا كثافة ثقافيّة أو شعريّة، يستحيل وجودها بدون تلك الكلمات >>[2].

فالقول الاستعاري قول حواريّ يشترك فيه ذوات خطابيّة متعدّدة في بناء الكلام وهي أربع: الذّات المظهِرة، والذّات المؤوِّلة، والذّات المضمِرة، والذات المبلِّغة << ويتّخد المتكلّم الواحد كلّ هذه الذّوات مظاهر لوجوده في القول الاستعاريّ يتقلّب بينهما، قائما بكلّ أدوارها الخطابيّة في آن واحد>>[3]، كما يحلينا لفظ الحجاج على مظاهر التّفاعل سواء كان <<تبادلا للتّأثير أو تناقلا للتّغير أو حتّى تجاوبا وجدانيّا .... أوقل إنّ الحجاج أصل في كلّ تفاعل >>[4].

كما تبرز فعّالية الاستعارة الحجاجيّة انطلاقا من السّيرورة الاستدلاليّة القائمة على التّأويل، أي إنجاز المتكلّم وتأويل المخاطب دون إهمال السّياق الذي يجمعهما والّذي يكشف بدوره عن المعنى المقصود[5]. والاستعارة بدورها تعدّ أبلغ وجوه تقيّد اللّغة بسياق الكلام، فالتقيد بالمقام يجعل الاستعارة تدخل << في سياق " التّواصل الخطابيّ " باعتباره نسقا من القيم والمعايير العمليّة، إذ هدف هذا السّياق هو بالذّات إجراء تغيير في الأنساق الاعتقاديّة والقصديّة والتّقويميّة للنّاطقين ودفعهم إلى الانتهاض بالعمل >>[6].

إنّ مجتمع الحداثة وما بعدها أضحى بمأمس الحاجة إلى النّزعة الحجاجيّة الملازمة لفضيلة التّواصل، وذلك من أجل بناء مجتمع خال من الاستعبادين الفكريّ والاجتماعيّ، لأنّ الحجاج الّذي ننشده هو السّند القويّ للحوار ضمن قيم بلاغيّة تمجّد وتتطلّع إلى آفاق الإبداع المفتوح[7].

ولا يخفى أنّ التّواصل الاستعاري قد يكون لغويّا وغير لغويّ << والحجاج يكون هو الآخر بوسائل لغويّة وآخرى غير لغويّة .... لا تواصل من غير حجاج ولا حجاج بغير تواصل، فيكون الحجاج مرتبطا بكافّة أشكال التّواصل >>[8].

ومن ثمّ، يعدّ الحجاج وسيلة عرض للحجج وحسن توظيفها من جهة واستعمال أساليب لغويّة ذات أبعاد بلاغيّة من جهة أخرى، دون أن نهمل شخصيّة الملقي وطبيعة المتلقّي، ليتحقّق بذلك الغرض التّواصليّ بينهما.

---

[1] المرجع نفسه ص 87
[2] رولان بارت ، درجة الصفر للكتابة ، تر برادة محمد ، دار الطليعة،بيروت،لبنان،ط1 ،1980 ،ص 59
[3] طه عبد الرحمن ، اللسان و الميزان ، ص 310 - 311
[4] المرجع نفسه ، ص 229
[5] نور الدين بوزناشة ، الحجاج بين الدرس البلاغي العربي و الدرس اللساني الغربي ، إشراف خليفة بوجادي ، أطروحة دكتوراه 2015 - 2016 - ص 358
[6] طه عبد الرحمن ، اللسان و الميزان ص 312
[7] أحمد يوسف ، السيمائية و البلاغة الجديدة مختبر السيمائيات و تحليل الخطاب ، وهران ، الجزائر العدد 02 خريف 2006،ص112
[8] أبو بكر العزاوي ، الخطاب و الحجاج، مؤسسة الرحاب الحديثة،ط1 ،2010، ص 106

ولكنّ الاستعارة وما تؤدّيه من إقناع لاينفي عنها مؤدّى الإمتاع، إذ إنّها << أمدّ ميدانا، وأشدّ افتتانا، وأكثر جريانا، وأعجب حسنا وإحسانا، وأوسع سعة، وأبعد غورا وأذهب نجدا في الصّناعة وغورا من أن تجمع شعبها وشعبها، وتحصر فنونها وضروبها، نعم وأسحر سحرا وأملأ بكلّ ما يملأ صدرا، ويمتع عقلا، ويؤنس نفسا، ويوفر أنسا >>[1].

وقد قسّم أبو بكر العزاوي الاستعارة إلى نوعين، استعارة حجاجيّة وأخرى بديعيّة، إذ تكون الأولى ضمن الأدوات اللّغويّة الّتي يستخدمها المتكلّم بغية توجيه خطابه وتحقيق مقاصده الحجاجيّة، وهي الأكثر انتشارا لارتباطها بنوايا المتكلّمين وبسياقاتهم التّخاطبيّة والتّواصليّة، إذ نلفيها في لغتنا اليوميّة وفي المدوّنات الأدبيّة والسّياسيّة والعمليّة والصّحفيّة، أمّا الثّانية فلإظهار الزّخرف اللّفظيّ والجمال الأسلوبيّ [2].

وبهذا نلمس وشائج الاستعارة وملامح تواصلها بالحجاج، إذ إنّنا نجد أنّ الأصل في تكوثر الحجاج هو صيغته المجازيّة وأنّ <<العلاقة الاستعاريّة هي أدلّ ضروب المجاز على ماهيّة الحجاج >>[3].

فالاستعارة تحمل هذه الازدواجيّة بين الجماليّ والحجاجيّ، فما يجعلنا نميل ونعجب، يجعلنا كذلك نسلّم ونقتنع، ومن ثمّ فإنّ الأوجه البلاغيّة يكون توظيفها لغرضين << إنّه يقنع بالفكرة أو الرأي من جهة أنّه قياس، وهو يمتّع ويطرب من جهة أنّه صورة تزيّن القول وتوشّيه>>[4].

فلا يمكن الفصل بين الحقل الجماليّ والحقل الحجاجيّ، إذ يلجأ المتكلّم إلى إقناع متلقّيه بفكرة ما والتّأثير فيه من خلال استعمال صور بيانية مختلفة، كما قد يلجأ إلى توظيف أفردها ليمتّع السّامع ويطربه ويحمله على التّجاوب أكثر.

والاستعارة بهذا تضفي نوعا من الجمالية والامتاع فتؤدّي إلى الإقناع، وهكذا << نجد في مقابل الغاية الجماليّة للاستعارة مطمحا إقناعيّا للاستعارة الحجاجيّة >>[5]، فتتفاوت درجات الامتاع والتّأثير بتفاوت الصّيغ الجديدة للاستعارة في الخطاب.

وهكذا، نلمس هذا التّضافر والتّشافع بين العلاقتين، فبقدر ما تكون الاستعارة جمالية مدهشة، بقدر ما تكون حجاجيّة إقناعيّة، وكلّما كانت أقدر على التّأثير كلّما كانت أكثر لمسا للعواطف.

وكما يبني الحجاج على المعاني المجازيّة يبني كذلك على القيم الأخلاقيّة، فتكون ثمرة << الاشتعال المزدوج بالمتكلّم والمستمع إحياء الحجاج وجعله بنية تداوليّة يجتمع فيها التّوجيه المقترن بالأفعال والتقويم المقترن بالأخلاق>>[6].

---

[1] اسرار البلاغة في علم البيان،تصحيح محمد عبده،وتعليق محمد رشيد رضا،دار المعرفة للطباعة والنشروالتوزيع، بيروت، لبنان، د.ت ، ص32

[2] أبو بكر الغزاوي ، اللغة و الحجاج ص 108 - 109

[3] طه عبد الرحمن ، اللسان و الميزان ص 233

[4] سامية الدريدي الحسيني ، دراسات في الحجاج ، قراءة لنصوص مختارة من الأدب العربي القديم ـ عالم الكتب الحديثة بدار للكتاب العالمي " 2009 ص 95

[5]ميشال لوقرن، الإستعارة و الحجاج: طاهر غرير ، مجلة المناظرة ، ع ص 1991 ص 89

[6]طه عبد الرحمن، اللسان و الميزان، ص 272

الاستعارة والفضاء الإعلاميّ:

تخطّت الاستعارة كلّ سنن مسبق وخرجت عن النّسق المغلق، إذ باتت تأخذ انزياحا عن سكونيّة المحدّد، لتلج رحابه الانفتاح على الأفق المتجدّد المتعدّد، ممّا أتاح مكنة التّهيّؤ في أنماط متباينة وعلى أشكال لامتناهية.

أضحت الاستعارة تعبر عن حاجات المجتمع الجديدة بأشكال متنوّعة من التّواصل، لها المقدرة الآسرة على التّأثير في أفراد المجتمعات عبر وسائل إعلاميّة بدءا من السّلطة الرّابعة المتمثّلة في الصّحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، ووصولا إلى المسرح والسينما والنّحت وحتّى الرّقص وغيرها من الثّقافات والفنون الّتي << ترسم بدورها بلاغة كلّ فنّ، ومن ثمّ بلاغة كلّ ثقافة >>[1].

تتقاطع الاستعارة المحدثة مع ثقافة الصّورة وعرفانيّة الهيئة والتّشكّل، حيث أضحى للصّور سلطة الأداء، وللبصر فعّاليّة المقاربة، إذ إنّ الأداء التّواصليّ في وسائل الإعلام يرتهن على قدرة المتكلم على إقامة تفاعل مع الجمهور آخذ بتقنيات وطرائق بلاغيّة لضمان نجاعة العمليّة التّواصليّة، وذلك عبر أشكال خطابيّة متنوّعة كالإشهار والدّعاية والملصقات...فاستلزم بلاغات لها، بلاغة إعلان وبلاغة إشهار، وبلاغة صورة، وبلاغة سينما وغيرها.

الخطاب الإشهاري:

يسعى الخطاب الإشهاري إلى التّأثير في جمهوره وإقناعه تجاه منتوج محدّد، بذكر صفته وثمنه ... وذلك بغية تحريك الجانب النّفسيّ عن طريق الإيهام بالحجّة الأقوى الموحية بأن هذا المنتوج هو الأفضل. إنّ الثّنائيّة الاقتصاديّة: محور / تيمةّ " تمثل مستوى الخطاب الإشهاري بوصفه لغة أو نسقا دالاّ في مقابل ثنائية (اللّسان والكلام) أو (الكفاية والأداء) من الثنائية اللسانية، والّتي تمثّل مستويات اللّغة الجماعيّة بين المجرّد والفعليّ "[2].

إنّ لغة الخطاب الإشهاريّ لا تخلو " من التدليس، فهي تكسي طابع الإيحاء الثّاني في الرّسالة الإشهاريّة رغم أنّها تخضع لضوابط يفرضها قانون التّموين وطرق العرض"[3].

تحمل بلاغة الإشهار– حسب بارت – رسالتين: تقريريّة وإيحائيّة، فحينما "نطالع صحيفة أو نذهب إلى السّينما، وعندما نشاهد التّلفاز فإنّنا نتلقّى دوما رسالة إيحائيّة وهذا يدعونا إلى تفحّص الحمولة الأخلاقيّة لهذه الظاهرة. كما أنّ الرّسالة التقريريّة تكون في الوقت نفسه دالاّ لمدلول إشهاريّ "[4].

والرسالة الإشهاريّة الجيّدة في نظره هي تلك " الّتي توجز في ذاتها بلاغة غنيّة جدّا "، فتكون بذلك الاستعارة صانعة للخطاب الإعلاميّ، تنذر بمتعدّد حضورها الجارف عبر متاهات عصيّة وقصيّة تتطلّب دقّة التّبصّر وحصافة التّركيز.

---

[1] أحمد يوسف السيميائية و البلاغة الجديدة،مجلة علامات ، مختبر السيميائيات وتحليل الخطاب، جامعة هران ، ع2، خريف2006 ، ص 118

[2] قوتال فضيلة ، البلاغة الجديدة والأشكال الخطابية المتنوعة ،مجلة السمائيات وعليك الخطاب 2013 ص 53

[3] محمد الوالي بلاغة الإشهار ، موقع سعيد بنكراد مجلة علامات ، علامات ، ع 18 ،2002 ص 01

[4] رولان بارت ، المغامرة السيميولوجية، تر عبد الرحيم نزل ، ط1 /دارتينمل للنشر مراكش 1993ص 31 ،32

الملصقات:

تقدّم الملصقات نسقا دالاّ تواصليّا مع متلقيه، وتكون أمام الطّرقات، أو البنايات أو وسائل النّقل أو أماكن عامة، ممّا يزيد من حجم متلقّي هذا الخطاب لأنّه يفرض نفسه في أماكن جمة.

لقد باتت رسالة بصريّة تؤدّيها حاسّة العين من خلال فعل القراءة، فتجاوزت مستواها التّقريريّ الإخباريّ وأضحت أكثر إيحائيّة، فتقنع من رآها، وتصل إلى مبتغى مؤدّاها، كما أنّ الملصقات وما فيها من صور، قد تعززت ببعض الكلمات القصيرة، فأصبحت أفقا تغشاه بلاغة الصّمت بما لا يمكن أن يقال بالصّور، بل بالقصير المكتوب.

إنّ النص اللغوي المصاحب للصّورة يؤدّي مهمّة الإبلاغ بوظيفة التّرسيخ Ancrage، فقد تغيّرت العلاقة بين الكلمة والصّورة بلاغيّا وتواصليّا "فبعد أن كانت الصّورة سندا للكلمة أصبحت الكلمة هي الّتي تأتي سندا للصّورة، ويحدث هذا مثلا في مجال السّينما، ولا أدلّ على ذلك من أنّ أفضل الأفلام وأبلغها هي الّتي يفهمها المشاهدون حتّى ولو كانوا لا يفهمون اللّغة الّتي صيغت فيها ونطق بها أبطالها الممثّلون "[1].

الخطاب السّمعيّ البصريّ:

هو أكمل الخطابات الإشهاريّة، لأنّه يشمل الخطاب البصريّ، الحركيّ السّمعيّ، المكتوب، فينقل المتلقيّ من المجرد إلى المحسوس، فهو خطاب إقناعيّ يقوم على "تنويعات استعاريّة "[2]، فيتحقّق التّأثير الإقتناع فالإقتناء ترى جماعة هو أنّ الوصول إلى تخوم المعنى << يمرّ عبر مجالين كبيرين " مجال التّعبير ومجال المحتوى". فالأوّل عبارة عن مثيرات بصريّة بينما الثّانيّ يؤلّف فضاء مفتوحا من العلامات، ففي قانون نظام المرور يستمدّ اللّونان الأحمر والأخضر مادّتهما من المدونات البصريّة >>[3].

إلا أنّنا لانكتفي أمام صورة أو فيلم بالإدراك البصريّ فقط << إذ أنّ هذا النّشاط يكون مرفوقا دائما باستثمار خياليّ >>[4]، وهكذا نرى أنّ للخيال دورا فاعلا في المهمّة الدّلاليّة والتّبليغيّة للصّورة.

نستشفّ مما سبق أن الاستعارة وبكل ما تنتجه، تنفتح على دائرة الرّحب من الخطابات، فعلى الباحثين تحديث الجهاز الاصطلاحي للاستعارة حتّى تستوعب الأشكال المختلفة للخطابات كالخطابات السّياسيّة والصّحفيّة والتّجاريّة والإشهاريّة والمرفعات القضائيّة، كما أنّها تمثّل آليات التّعبير الأيقوني بدءا من الكتابة وصولا إلى عالم الصّورة الّتي فرضت أدبيات حوار جديدة ومتعدّدة.

---

[1] **عبد** اللام المسدي ، ما وراء اللغة بحث في الخلفيات المعرفية ، مؤسسة عبد الكريم عبد الله دار النشر و التوزيع ،تونس ،(د ت) ص 80، 81

[2] فرانسو مورو البلاغة المدخل لدراسة الصور البيانية تر ، محمد الولي ، عائشة جرير ،إفريقيا الشرق،المغرب،2003،ص49

[3] الطاهر روانية سيميائية التواصل الفني (مقال) بالسيميائيات مجلة عالم الفكر ع3 2007، 27

[4] جوديت لازار الصورة، تر حميد سلاسي، مجلة علامات ، ع5 ،1996 ، ص 03