الثابت والمتحرك في صورة الإشهار

إدريس عزابي

أول ما تصطدم به العين في هذه الصورة، هو أشكال لكائنات حية، تتعرف عليها باعتبارها مخلوقات؛ انسان يمتطي أسدا، بجانبهما لبؤة في فضاء واسع؛ الغابة. الإنسان/ رجل يركب الحيوان/ الأسد في وضعة pose من الوضعات. الأسد يتمشى في اتجاه الى جانب اللبؤة، الرجل يستلقي ظهر الأسد في وضعية مريحة، الأسد غير عابئ بما يحمل. اللبؤة بجانبه فاتحة فاها، العين ترى الفضاء؛ الأرض صفراء، تتساءل هل هي صحراء ؟! لكن هناك أعشاب تتجه من الخضرة الى الصفرة، الزمن ليس الليل إذن هو النهار؛ نهار مشمس من خلال الضوء الساطع، أي فصل من فصول السنة،؟ ليس فصل الشتاء، الأرض غير ماطرة ولا هو فصل الربيع، الأعشاب غير ناضرة. لا هو فصل الصيف ولا فصل الخريف، إذن زمن غير محدد، سرمدي، وفضاء واسع، بعيد عن صخب المدينة وبنايات المعمار، إنها الطبيعة من حيث مرحلتها البدئية الأولى، غير أن ما يشد العين تلك العلاقة بين الإنسان والحيوان، علاقة غير منطقية من خلال ما اكتسبته العين داخل الثقافة، تقدم هذه الثقافة نفسها على أساس أن الأسد سيفترس الانسان لا محالة، لكن هذه الصورة تقدم للعين نموذجا عليها أن تقذف بها باعتبارها علامة أي ماثول يحيل على موضوع عبر توسط إلزامي للمؤول وتفتح سيرورة التأويل من أجل القبض على هذه العلاقة المنبثقة باعتبارها علاقة جديدة لم ترها العين من قبل، وعليها أن تجد معنى يوقف سيرورة التأويل

ولو آنيًّا، ولهذا تتحول العين لتقرأ على أسفل الصورة(ارسالية لسانية) جملة كتبت باللسان الفرنسيpréserve la force qui est en vous، ثم ترى العين أسفل الصورة صورة صغيرة مُشكلة من ألوان وخطوط وأشكال مختلفة ونص مكتوب على نحو Eau Minérale Naturelle. إذن كيف رأت العين هذه الصورة اجمالا، وكيف نظرت إليها حين وقفت تتأمل عناصرَها ومكوناتها الأساسية؟ كيف تشكلت الإرسالية باعتبارها صورة الإشهار؟ وما علاقة ذلك بالإرسالية اللسانية؟ وبجملة، كيف أنتجت هذه الصورة معانيها؟

1- الأسد، الرمز.

تقدم الثقافة الإنسانية الأسد رمزا للقوة، وعليه نجد القواميس العربية تتوقف على معناه، ففي تاج العروس: الأَسَدُ محرّكةَ من السِّباع أَي معروف وأَوردَ له ابن خَالَويه وغيرُه أَكثر من خَمْسمِائة اسمٍ (....) وأَسدَ الرّجلُ كفَرِحَ يأْسَدُ أَسَداً إِذا تَحَيَّرَ ودَهِشَ من رُؤيتِه . ومن المَجاز : أَسَدَ الرَّجُلُ واستأْسَدَ : صارَ كالأَسَدِ في جَراءته وأَخلاقِه . وقيل لامرأَةٍ من العرب : أَيّ الرِّجالِ زَوْجُك ؟ قالت : الّذي إِن خَرَجَ أَسَدَ وإِن دَخَلَ فَهِدَ (إن الاستعارة هنا صريحة وهي تشبيه حذف أحد أركانه، أي أن الرجل كالأسد في جامع القوة بينهما والإقدام والجبروت والشجاعة والمهابة،) " إن كل هذه المعاني قد وقف عندها مصمم هذه الصورة الإشهارية، فهو يعلم مسبقا أن الأسد في المخيال الإنساني يحمل دلالات القوة والشموخ والمأسدة والهيمنة... ولهذا عَمَد إلى أن يحل هذا محل ذاك، فالإشهاري همه أن يبيع المنتج، غير أنه لا يقول بصريحة العبارة اشتروا هذا الماء إنه أحسن ماء أمام باقي المياه، بل على العكس من ذلك لم يذكر كلمة اشتروا ولم يشر إليها بطريقة من الطرق الصريحة، بل هو يقدم صورة أسد ولبؤة والرجل يمتطي الأسد في وضعة من الوضعات،

وكتب على أسفل الصورة بلسان فرنسي فيما معناه " حافظوا على القوة التي بداخلكم" مما يجعل العين وهي تتجه من الرؤية نحو النظرة تتساءل، ما علاقة هذا بذاك،؟!

2-**الوثن الجديد في صورة الإشهار.**

إن الحلم في معاشرة الأسود، حلمٌ مثير وجذاب، أن تكون متميزا برفقة الأسود، أن تكون مشهورا شهرة **كيفن ريتشاردسون** مروض الأسود الذي يظهر في الصورة يمتطي ظهر الأسد، تلك العلاقة المثيرة وغير القابلة للتصديق، إنه الرجل وحين تعين العين فإنها تقصي، الرجل مقابل المرأة، الحاضرة الغائبة، رجل مشهور بترويض الأسود في محمية بجنوب افريقيا، يلقبه البعض بعاشق الأسود.

لكن لماذا يُحشر هنا في هذه الصورة، إنه البطل الوثن الجديد، أمام اضمحلال الأوثان القديمة وتلاشيها، رجل في مقتبل العمر كله حيوية ونشاط، يخلق عالمه الخاص بكل ثبات، شهرته انسلخت من إطارها النفعي المباشر المخصص في ترويض الحيوانات المفترسة لتتسلل إلى روح المعبود، إنه إلاه من الآلهة، يستحق العبادة. فمن يستحق العبادة الرجل أم الحلم الذي تسعى الصورة إلى خلقه من الوثن ومن المنتج "ماء عين أطلس".؟

إن هذا من ذاك، هو مبتغى وهدف الإشهاري، أن يجعل المستهلك يسلم بأن الوصول الى المعبود لا بد له من المرور عبر القناة الأساسية وهي استهلاك هذا المنتج. " ماء عين أطلس"، وهي صيغة اخرى للقول، إن البطل كيفن ريتشاردسون ما كان ليكون كذلك لولا صورة الاشهار، إنه حين يقدم الإشهاري البطل فإنه يقدم بطولة المنتج باعتباره نجما يزداد تألقا في سماء المعبودات، يحل هذا محل ذاك، وهي غاية أخرى يجد الرائي نفسه حين يستهلك ماء عين أطلس فإنه يؤدي فريضة من فرائض هذا المعبود تجاه الشخصية المذهلة والمتألقة والمنتج المميز والفريد ليس كمثله شيء.

3 – **التقنية تسهم في تسليم دلالة الصورة.**

لكن، كيف للصورة أن تسلم مضامينها للعين الناظرة نحوها؟ إن تقنيات التقاط الصورة وكذا العناصر الأساسية المكونة لها هي وحدها القادرة على منح هذه الدلالة وإقصاء أخرى، وأول هذه التقنيات، طريقة التقاط الصورة، وفي هذه الصورة تقف العين أمام **اللقطة الأمريكية**، حيث تلتقط الصورة في حالة حركة، فالأسد واللبؤة يخطوان معا في حين أن الرجل يظل مستلقيا على ظهر الأسد، مما يولد التساؤل إلى أين يتجهان، فبمجرد ما يبدأ الرائي في طرح التساؤل فإن العين تتجه من الرؤية vision الى النظرة regard، وبقدر ما تتسع دائرة التساؤل بقدر ما يزداد الإشهاري فخرا ونجاحا، فالمدة الفاصلة بين أن أرى وأن أنظر، هي المدة التي يراهن عليها الإشهاري في نصب حباله، وعليه يطرح التساؤل، أين يتجه الأسد وزوجه وصاحبهما ؟ إن العين بوعي أو بغير وعي تتبع اتجاه الخطوات، فتجد أن القبلة هي ماركة مسجلة على أسفل الصورة على اليسار. إنهم يتجهون نحو ماركة عين أطلس. يأتون من كل فج عميق، إنه الحج، مكة المكرمة، برج إيفل، القدس، روما، كل الطرق تؤدي إليها... يأتون صاغرين رغم جبروتهم أو بمحض الإرادة، بدافع العطش، بدافع الاكتشاف، بدافع العادة، في حين أن الماركة المعروفة يأتونها من كل حدب وصوب، كل أولئك العمالقة، الجبابرة، الكبار، المشهورين الذين يعرفون قيمتها في حين أنها ساكنة هناك كالجبال. وهي صيغة أخرى للقول: فإذا كنت أيها الرائي تود أن تستهلك فالطريق إليه معروفة كثار على جبل، حتى ولو أن الإشهاري لم يضع منتجه في عمق الصورة كما هي الإرسالية الانبثاقية التي تعلن عن المنتج " بداية بطريقة عادة ما تكون من حجم كبير"(1) ومن خلال وضعة أمامية استعراضية تجيلية، كما لا يعرض على أنها لم تقذف نفسها بنوع من الصور الوجودية التي تهدف إلى التذكير بمنتج موجود من قبل في السوق،

فعلى العكس من ذلك تماما، فاللوغو logo يكتفي بحيز صغير جدا على الأسفل من الصورة على اليسار، إذا ما وضعنا هذه الصورة الإشهارية موضوع العرض وقارناها في سياق أنواع الصور الإشهارية، نلاحظ أنها لم تعتن بالمنتج وتضعه في قلب الصورة ولم تهتم بالمنتج وتضعه في الواجهة، وإنما عمدت إلى الإعلاء من شأنه، وهذا نوع من أهم أنواع الصور الإشهارية يُدعى **بالإرسالية الإسنادية** يسمح هذا النوع باستخدام " المحسنات البلاغية بالتلميح، وهو ما لا يمكن عرضه بشكل مباشر. والمحسنان اللذان يُستعملان عادة في الإشهار، هما الاستعارة والكناية نظرا لقيمتهما الإيحائية الغنية"(2)، هذه الاستعارة التي تحضر في هذه الصورة باعتبارها تشبيها، أجملناها في القوة والطاقة والحيوية والغريزة الجنسية والاستحواذ والشموخ وما إلى ذلك من الدلالات التي تجمع الأسد وهو حر طليق والرجل الذي يسيطر عليه. وعليه يحاول الإشهاري بكثير من الذكاء أو الدهاء محاكاة هذا بذاك، هي عناصر تسهم في هذه الإرسالية إلى جانب تقنيات بحصر تدفق الدلالات، فلا يمكن قراءة هذه **اللقطة الجانبية** إلا على نحو تمليه طبيعة هذه اللقطة وخصائصها، فهي غيرها الأمامية ولا الخلفية وإنما هي جانبية تقدم للعين على أنها لا تعير اهتماما للمتلقي، و"لا تنظر إلى القارئ، إن القارئ هو الذي ينظر إليها."(3) إننا أمام تحاشي المتلقي كأنها لا ترغب في إشراكه، لا تتوسل إليه ولا تدعوه إلى مشاركته، إنها غارقة في ما هي فيه، فلا يعنيها القارئ بما يعنيها الموضوع الذي تتجه نحوه بخطى ثابتة إنه ماء عين أطلس، وهذا لا يعني أنها لا تهتم بل على العكس من ذلك، إن اهتمامها كله منصب على القارئ كالمرء حين يتدلل ويظهر عكس مما يخفي. إن هذه اللقطة الجانبية تتطلب من الإشهاري نحوا بلاغيا متميزا حتى لا تُقرأ على أنها إعراض، بل هو اهتمام ما بعده اهتمام. وهذا يعضده تقنية التقاط وضعة ثلاثة أرباع الوجه trois quart "، وهي وضعة فوتوغرافية تركز على العينين

وجانب واحد من الوجه، وقد تكون خلفية كما يمكن أن تكون أمامية"(4)، وهي في هذه الصورة تمثل هذا النوع من الوضعات، تقذف خارجها دلالات تحيل على "الغموض، الإغواء، النرجسية، الانطواء، الاستبطان، أحلام اليقظة ميدان اللايقين وميدان المعقد، ولكنه أيضا ميدان الحساسية حيث تكف الوجوه عن لعب دور ما، بل تقود إلى اكتشاف سيكولوجيا"(5)، المتلقي الذي يبحث في الصورة عن ذاته وطموحه وآماله وحلمه وتطلعاته، إن الصورة لم تطرح مناقب المنتج الذي تروج له، ولم تعدد النفعي فيه، بل حملت لغزا وحكاية وحلما، ونعني بالحلم ذلك الشعور الموجود بالقوة في النفس البشرية يتطلع الفعل إلى إخراجه من وجوده ذاك إلى الوجود بالفعل.

4-صورة الإشهار بين الأسطورة والحكاية.

غير أن الإشهاري يتولى مهمة بيع "وهم" مقابل شراء ماء عين أطلس. ولماذا يستغل الإشهاري الصورة؟ هل فقط لأنها تتسلل إلى النفس في غفلة منها لتستوطن اللاشعور وتغازله أم أنها الحامل الفعال للدعاية وإبراز مزايا المنتج؟ ألا يمكن القول "إن كل صورة هي في الأصل حكاية تُخفي في ثناياها ما يؤثث هذه الصورة ويشكل وحدتها؟ وإن كل نظرة وكل وضعة وكل حركة إنما هي "ممكن سردي" قابل للتحقق فيما يمكن أن تنجزه عين الرائي (المشاهد) (6)، وعليه أمكننا التساؤل ما هي الحكاية السابقة عن هذه اللقطة المصورة؟، من أين أتوا وإلى أين يتجهون؟ ما سر وجودهم هنا والآن؟ ألم يخبرنا المؤرخ أن الأسود قد انقرضت من جبال الأطلس؟ هل نحن أمام حكاية ضاربة في التاريخ أم أنها تعيد إلى الأذهان ملحمة الطوفان؟ فقد كانت تلك "الملحمة جزءا من تراث شعب قديم جدا هو الشعب السومري الذي كان يستوطن الجزر التي ظهرت في المنافع بعد أن غيضت المياه (...) وقد ورد ذكر الطوفان بعد ذلك في سفر التكوين حيث قيل إن نوحا

امتثل لأمر الله ببناء السفينة (...) أما القرآن الكريم فقد تناول هذا الحدث الجسيم وأجمل قصته في بلاغة معجزة في قوله تعالى في سورة هود [... حتى إذا جاء أمرنا وفار التنور قلنا احمل فيها من كل زوجين اثنين وأهلك إلا من سبق عليه القول ومن آمن وما آمن معه إلا قليل] (7). مما يجعل المتلقي يطلق العنان للبدايات الأولى للحكاية، فمكونات الحكاية شخصيات وفضاء وزمان وحدث وكلها عناصر تتوفر عليها الصورة، مما يجعل التساؤل ممكنا، هل فعلا الأسد واللبؤة من الكائنات الناجية أم إنها أسطورة يوظفها الإشهاري على نحو بلاغي من أجل استمالة المتلقي الذي تستهويه الأسطورة؟. إن قصة الطوفان المرتبطة بنوح عليه السلام والفلك الذي صنعه لهي قصة قديمة حقا تعود على الأرجح الى نحو 4000 سنة قبل الميلاد (...) حتى استقرت عاليا على جبل نيزير Nisir"(8) ، لكن في الصورة ليس جبل نيزير، إنها جبال الاطلس، العين تقرأ في قراءاتها في صورة على أن هذه الجبال، هي جبال الأطلس، ما الذي دعاها إلى أن تقصي كل جبال المعمور وتحتفظ بجبال الأطلس، تلك السلسلة الجبلية الممتدة عبر الشمال الغربي لقارة إفريقيا حوالي 2.500 كلم عبرت كلا من المغرب والجزائر وتونس، تبلغ أعلى قممها 4.156 م، وهي قمة طوبقال في جنوب غرب المغرب"(9).

5-هذه الجبال وتلك الحفر..

الجبل يحيل على الشموخ والثبات والأصالة والوقوف أمام الريح والرياح، لا يشيخ ولا يتقادم بفعل تصرف الزمن، إنه الجَبَل كما عرفه ابن منظور في لسان العرب: اسم لكل وَتِدٍ من أَوتاد الأَرض إِذا عَظُم وطال من الأَعلام والأَطواد والشَّناخِيب (...) وجَبْلة الجَبَل وجَبَلته: تأْسيس خِلْقته التي جُبِل وخُلِق عليها. وأَجْبَل الحافرُ: انتهى إِلى جَبَل. وأَجْبَل القومُ إِذا حَفَروا فبَلَغوا المكان الصُّلْب". إن الجبل بهذا المعنى يغري مصمم الإشهار

ليمتح من معانيه ويصب جزءا منها في منتجه، ليس النفعي فيه، وإنما الصورة الذهنية التي تراكمت عبر التجربة في ثقافة الإنسانية، فالجبل لا يحيل على الشموخ وحسب، وإنما على المرتبة العليا في مقابل التحت، والبقاء في مقابل الفناء، والتاريخ المجيد وبطولة الأجداد عبر معركة الهري الشهيرة سنة 1914 التي قادها موحا واحمو الزياني، إنه طرد للمستعمر "الغاشم"، إنه الانتماء والانتصار. والإشهاري لا بد أن يعزف على أحد الأوتار الحساسة في نفسية المستهلك، لأن هناك ثمة ثلاثة أنواع من الرغبات: الرغبة الجنسية وما يحوم حولها من اشتهاء، ثم الرغبات النرجيسية المتعلقة بالتمثل الذاتي، وأخيرا الرغبات الجماعية أو الرغبات المتعلقة بالانتماء إلى جماعة معينة"(10). تسلم هذه صورة نفسها من جانب منها على أنها تمثل التراث المغربي الأصيل بجمع بين مكوناته الطبيعية وعناصره التاريخية، دون أن تنسى في سياق صب هذا في ذاك، أن تعيد إلى الأذهان أسطورة " الأطلس". ذلك المعبود " من الميثولوجيا الإغريقية، يشتهر بحمله قبة السماء، وهو أحد العمالقة الأقوياء كعنتي وهرقل وغيرهما (...) إلاه مقبرة الشمس وقديما كان الناس يعبدون الشمس"(11)، ومهما يكن من أمر التسمية الأطلس فإن الإشهاري ليمتح من الصورة الذهنية وليس من الدال وما الصورة السمعية إلا إحالة على كون ثقافي يحيل على أن هذا المكان ضارب في عمق التاريخ، إنه بذلك نظير لمنتج منه، يحمل اسمه، بل هو من يحيل عليه في نهاية الأمر، إنه اكتشاف جديد، بل هو عودة إلى الأصيل، فالأسد أسد الأطلس الذي انقرض، والجبال جبال الأطلس الضاربة جذورها في المكان، والماء عين هذا الأطلس، فشرب ماء هذه العين هو شرب ماء الحياة الطبيعية الأصيلة التي اكتشفها منتج عين أطلس.

6- لغة الصورة.

إذا ما سلمنا أن للصورة **حكاية**، فلا بد لهذه الحكاية من لغة تستميل القارئ وتحاوره بنحو خاص، قوة بلاغتها في اجتماع أهم مكوناتها (الخطوط والأشكال والألوان)، وانصهار هذه العناصر وتوافقها داخل تأطير يمنح أو يحرم الصورة قوتها، وبالتالي، ما دلالة الأصفر في الصورة؟ لون الجنون والعظمة، لون الصحاري والخريف، لون الذهب الذائب، وفي هذه الصورة تجتمع كل هذه الدلالات دون أن يطغى أحد على الآخر، هو التعب وهو الإنهاك في مرحلة من مراحل الحكاية ، اللون الأصفر يطغى على جل مساحة الصورة، حتى لون الشمس الحارقة يغطيه اللون الأصفر على شكل سهوب، فقط لون الماركة logo يكسر هذا اللون الطاغي، من يقدر على أن يكسر شساعة الصحراء الصفراء ؟! ومن يستطيع أن يعلو على لون الأرض المنبسطة؟! فقط لون الجبال، اللون الأزرق لون السماء، أزرق مغطى بالأبيض لون الثلج، لون الحياد، غير المنتمي، لون الصفاء والماء الخاص، بارد وشفاف إنه ماء عين أطلس تؤكد الألوان وانصهارها في لون واحد، لون الماء وليس أي ماء، بل ذاك الذي تنصهر عنده كل الألوان وتُجمع فيه كل صفات القوة والشموخ بتناقضاتها ماء عين أطلس، تقول الألوان في قراءة من القراءات. وما اللون الأخضر، الذي يحمل إرسالية لسانية Eau Minérale Naturelle إلا تكريس لمعنى الطبيعة الخضراء في صفائها الأول، فقط حزام باللون الأخضر الذي لا يكاد يُرى يحمل معنى نفعيا مباشرا، ماء معدني طبيعي، فما دلالة هذه الألوان داخل هذا التأطير إن لم تكن توجه عين الرائي وتحدد موضوع رؤيته بتوجيه من الإشهاري الذي يعرف مسبقا أن العين تعبت من الأصفر وعليها أن ترتاح في الألوان الحياة الأخرى، إذن لا مفر من أن تتوجه نحو مركز logo، هو وحده يمتلك كل الألوان.

وما **الخطوط** التي رسم بها اللوغو Ain Atlas إلا لتتماهى وتعانق الجبال، كل حرف من حروف اسم المنتج يوازي جبل Atlas وهو بذلك يتحايل على العين حين ترى Ain Atlas فإنها ترى كذلك الجبل، استغلال لعبة التكرار الحرف À وهو محسن أسلوبي يقوم على تكرار الصوت ذاته كأنه أمام مرآة تعكس صورة الجبلين؛ صب هذا في ذاك بلعبة التماهي. لأن الخطوط lignes "هي التي توجه رؤية الناظر صوب وجهة معلومة داخل الصورة. وإذا تكررت الخطوط على نفس المنوال احتوت على لغة المشاعر"(12) كما هي في هذه الصورة؛ يوحي في النفس كماء ينساب بين الجداول، هذا الماء يخرج من ذلك الجبل، وذاك الجبل هو الشموخ والعزة والأنفة وما إلى ذلك. إنه ليس شيا آخر غير رسم لجبل تتعرف عليه الذاكرة وتتجاوزه لما هو أهم من ذلك كله؛ المنتج/ ماء عين أطلس، وكأن كل هذه الحكاية قامت على أساس معرفة شيء له هالة وقدسية وتفرد... وهذا ما دفع ـــ في قراءة من القراءات ـــ مصمم هذه الصورة الإشهارية أن يخت "اللوغو" logo ماء عين أطلس باعتباره جزءا من الإطار الذي ألصقت به الصورة، لتوهيم الرائي أن هذا اللوغو من هذه الصورة، بل هو المنفذ وهو الهدف المنشود، باعتباره الحلقة المفقودة في الحكاية، على العين أن تشقى وهي تبحث عنه وعليها أن تسعد حين تجده، وهي صيغة أخرى للقول، إنها حكاية وظفت جل عناصرها لتجعل من المنتج هو البطل الغائب/ الحاضر. وبذلك جمعت هذه الصورة الإشهارية بين **الأشكال** المتجاورة والمتقابلة؛ بين القوة والشموخ؛ قوة الأسد وشموخ الجبال، حركة الألوان وصمود لون واحد، إطار كبير وآخر صغير، حركة الأسد وسكون الجبال، لكن ليس أي جبال، بل تلك التي تضم أعلى قمة جبلية والممتدة في المكان كما هي ممتدة عبر الزمن، إن صب هذا في ذاك يتطلب نحوا بلاغيا ليس فقط على مستوى الأيقوني ولكن كذلك على مستوى اللساني.

7-حين يهاجر اللسان إلى صورة الإشهار.

إن العالم موضوعي في ذاته لا في وعي الذات التي تلتقطه في كليته أو في تفاصيله. فالعين ترى عبر وسائط الثقافة والمخيال والمعتقدات (ترى العين ما تود أن تراه لا ما يمثل أمامها) (13)، وتبعا لذلك تتوسع دائرة الدلالات الممكنة. هل الصورة تحيل على حلم أم غموض أم قوة وجبروت أم صناعة وثن جديد؟ وهي تتجه. هل تتجه نحو هدف محدد، وما علاقة هذا بذاك، فضاء الغابة والأسد واللبؤة والرجل وتلك الوضعات وتلك الحكاية، التي تفتح سيرورة التأويل اللا نهائي، في الوقت الذي تبحث العين عن إدراك يوقف سيرورة التأويل، ومن ثمة يمكن أن نتساءل كما تساءل غي غوتيي؛ هل يمكن للصورة أن تكون سندا لخطاب ما؟ والخطاب هنا قريب في معناه من تعريف بنفنيست، إنه كلام، فالمتلفظ يتوفر على الوسائل التي تمكنه من اقتراح تسلسل منطقي تنتظم وفقه عناصر تنتمي إلى المخزون المشترك عند مجموعة لغوية ما؟"(14)، أو بتعبير ابن جني هو أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم، لكن ما يطرح في هذه الصورة كإرسالية لسانية من وظائفها حصر تدفق دلالات الصورة نجدها هي الأخرى على العين وهي تنظر أن تستوعب هذا الكون اللساني وهو "نسق من العلامات المعبرة عن أفكار، وهو بذلك شبيه بأبجدية الصم والبكم وبالطقوس الرمزية وبأشكال الآداب والإشارات العسكرية، إلا أنه يعد أرقى هذه الأنساق."(15) غير أنه لم يعد كذلك حين تقف العين في هذه الصورة أمام مكون لساني مهاجر من لغة أخرى ليستوطن في ثقافة أخرى مختلفة تماما، كما هو في هذه الصورة؛ تلك الإرسالية اللسانية المرفقة للصورة préserve la force qui est en vous وكأنها موجهة الى مجتمع يتحدث معظم متكلميه باللسان الفرنسي، غير أن العين لا حول لها ولا قوة أمام ما يعرض أمامها. والإشهاري تبعا لذلك "وهو يختار اسم الحملة وثيمتها من أجل الترويج لمنتج جديد، أن

يهتم في المقام الأول بمعرفة حاجات الزبون المحتمل، ما يتعلق منها بأذواقه ورغباته (الصريحة أو غير الصريحة) (16)، وعليه فقد اختار الاشهاري جمهوره مسبقا وعن معرفة ودراية واسعة بتطلعات شريحته، فالماء للجميع وهو أصل الحياة [وجعلنا من الماء كل شيء حي]، لكن ماء عين أطلس مخصوص لطبقة معينة تلك التي لا تتكلم بالفرنسية وحسب، وإنما تفكر بها، وبذلك تخطى العامية وتجاوز اللغة العربية الفصحى، وصوب إرساليته إلى طبقة ليست تلك التي تتكلم الفرنسية ولا التي تفكر بها، وإنما تلك التي تحلم أن تكون فرنسية. أليس الإشهار رسالة بتعبير رولان بارت؟ أليس الإشهار نسقا تواصليا يجمع بين منتجين ومستهلكين بواسطة وسائل التواصل الجماهيري(17). إنه يفترض جمهوره ويؤسس بناء على ذلك ارساليته، إنه يتوجه، إلى مجتمع مفترض أنه عربي، بلسان غير عربية لمنتج مغربي بأيقونات غير مغربية (الأسد وصاحبه) للترويج لمنتج في محيط سواده الأعظم يشرب من ماء الصنبور، أليس هذا خلق حاجات وفرض قيم وإغراء بتسلق طبقي وتأكيد سلطة، والحث على توجيه الأذواق؟. أليس هو جمعا بين المتناقضات.(أسد مفترس يركبه إنسان، ذكر يركب ذكرا...

هذه التناقضات يحصرها المكون اللساني من التدفق من جهة ويفتح سيرورة التأويل من جهة أخرى، إن الإرسالية اللسانية لا تحكي شيئا، فقط القول: "حافظ على القوة التي بداخلكم" ؛ يخاطب المفرد بصيغة الجمع، ليس لوضع مسافة محترمة بين المرسل والمتلقي كما هي في أدبيات الحوار، وإنما يضع المتلقي في مقام vous/ أنتم الجديرين بالاحترام والتقدير، مقامكم أعلى على أن نخاطبكم كالعوام، مقامكم العالي يفرض علينا أن نخاطبكم بذلك المقام الذي تحلمون به، فأنتم سيداتي سادتي غير معنيين بتضييع طاقتكم، تلك الطاقة التي تتبادر إلى ذهنكم، فالقوة والطاقة force تتسع دلالاتها وتفيض معانيها، فإن

كانت العين التي تنظر إلى هذه الصورة تتجه إلى الكهولة والشيخوخة فإن الدعوة موجهة إليها وحدها لكي تحافظ على تلك القوة البدنية. وإن كانت محرومة من القوة الجنسية وينتابها إحساس بأن تلك القوة في تلاشٍ فالدعوة موجهة إليها وحدها ليس للحفاظ عليها وحسب، وإنما لاسترجاعها، أما إن كانت في مركز مرموق أو في تجارة نامية أو في نجومية صاعدة أو في حلم متذبذب فهي تعنيهم وحدهم دون سواهم، وبذلك قد تكون الإرسالية وجهت إلى جل المستهلكين دون استثناء.

وبالتالي جاءت الإرسالية اللسانية تعضد مجموعة من الرغبات المعلنة والدفينة للإرسالية الأيقونة، أولا لأن الإرسالية اللسانية وهو تعليق هامشي مدرج في الصورة، ويقوم بوظيفتين حسب رولان بارث: الوظيفة المعتادة هي تثبيت دلالة الصورة. باعتبار أن الصورة كالنص تتعدد معانيها بتعدد قرائها، أي تحيل على زخم من الدلالات، غير أن القارئ بفضل المكون اللساني المصاحب للصورة الذي يتولى التقليص من عدد الدلالات وحصر فيض المعنى، وبالتالي يقذف النص إلى "اختيار المستوى الأفضل للإدراك"، ويمكن أن يوقف سيرورة التأويل ولو مرحليا ويساعد على تدقيق دلالاته الرمزية وفي الحالتين معا فإن وظيفته هي توجيه المتلقي نحو المعنى الذي سبق أن انتقاه صانع الإعلان."(18) وفي هذه الصورة يتوزع المكون اللساني بدلالات حتى ولو أنه حد من تدفق دلالات الصورة التي جاء بغية حصر معناها وبذلك قام بعملية "تثبيت"، حسب التعبير الشهير لبارث.

1- G Peninou : Physique et métaphysique de l'image publicitaire , op cit p , 104 من كتاب دافيد فيكتروف، الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف منشورات الاختلاف، الطبعة الأولى 2015، ص: ص: 84

2–من كتاب دافيد فيكتروف، الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف منشورات الاختلاف، الطبعة الأولى 2015، ص:85

3-دافيد فيكتروف، الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف منشورات الاختلاف، الطبعة الأولى 2015، ص:87
4-دافيد فيكتروف، الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف منشورات الاختلاف، الطبعة الأولى 2015، ص:87
5- G Peninou : l'intelligence de la publicité p, 284 دافيد فيكتروف، الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف منشورات الاختلاف، الطبعة الأولى 2015، ص:87
6-بنكراد سعيد، السميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، منشورات الاختلاف منشورات الضفاف، الطبعة الاولى 2015، ص:122
7-أمين محمود عبد الله، استاذ الجغرافيا المشارك بكلية الآداب جامعة الملك عبد العزيز – جدة. مجلة العربي العدد 218 يناير 1977، ص: 51
8-أمين محمود عبد الله، استاذ الجغرافيا المشارك بكلية الآداب جامعة الملك عبد العزيز – جدة. مجلة العربي العدد 218 يناير 1977، ص: 51
9-موسوعة ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، على شبكة النت.
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D8%A8%D8%A7%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B7%D9%84%D8%B3
10-عبد العالي معزوز، فلسفة الصورة. الصورة بين الفن والتواصل، إفريقيا الشرق – المغرب، ص: 147
11-موسوعة ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، على شبكة النت.
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%B7%D9%84%D8%B3
12-عبد العالي معزوز، فلسفة الصورة. الصورة بين الفن والتواصل، إفريقيا الشرق – المغرب، ص:
13-سعيد بنكراد، مجلة علامات، العدد 32 عام 2009، ص: 32
14-غي غوتيي، الصورة المكونات والتأويل، ترجمة سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء – المغرب، الطبعة الأولى، 2012، ص:
15- F de Saussure, Cours de linguistique générale (C Bally et A Sechehay) Payot Paris 1969
نقلا من كتاب دافيد فيكتروف، الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف منشورات الاختلاف، الطبعة الأولى 2015، ص: 68
16-دافيد فيكتروف، الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف منشورات الاختلاف، الطبعة الأولى 2015، ص:
17-دافيد فيكتروف، الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف ، الطبعة الأولى 2015، ص:19
18-من كتاب دافيد فيكتروف، ص71
19-مجلة علامات، العدد 45 سنة 2016، ص: 11