

تشكّل القيم في الصورة الإشهارية الاستهلاكية

دراسة سيميائية تداولية

–السياق المغربي نموذجاً–

الباحث وليد الشاوش

د. فتيحة قداڤ

جامعة ابن طفيل، القنيطرة

كلية اللغات والآداب والفنون

مختبر الديدأكتيك واللغات والوسائط والدراماتورجيا

waleedchaouch@gmail.com

المملكة المغربية

الملخص:

تتناول هذه المقالة مسار تشكّل القيم داخل الصورة الإشهارية الاستهلاكية المغربية، من خلال مقارنة سيميائية تداولية تنبع انتقال العلامات الأيقونية والتشكيلية واللسانية من تنظيم المجال البصري إلى إنتاج المعنى القيمي. ويقوم التحليل على صورة إشهارية للبنك الشعبي، تستثمر ذكرى المسيرة الخضراء، وتجمع بين الجماعة السائرة، والعلم الوطني، والفضاء الصحراوي، والمدينة المستقبلية، والملفوظ اللساني: "التاريخ ألهم مسيرتنا والمستقبل يوجه خطانا". وتكشف القراءة أن الصورة تبني قيماً متداخلة؛ تبدأ بالذاكرة الوطنية والانتماء الجماعي، وتتسع نحو الثقة والاستمرارية والتقدم، ثم تنتهي إلى أفق قيمي يجعل العلامة البنكية جزءاً من سرديّة وطنية تصل الماضي بالمستقبل. وبذلك تتحول الوطنية داخل الخطاب الاستهلاكي إلى مورد رمزي يمنح المؤسسة امتداداً وجدانياً وثقافياً داخل إدراك المتلقي.

الكلمات المفتاحية: الصورة الإشهارية الثابتة؛ الخطاب الاستهلاكي؛ إنتاج المعنى؛ تشكّل القيم؛ السيميائيات؛ التداولية.

مقدمة

تحتل الصورة الإشهارية الثابتة الاستهلاكية موقعا مركزيا داخل الثقافة البصرية المعاصرة، لأنها تتحرك في منطقة تجمع الاقتصاد بالرمز، والحاجة بالرغبة، والعرض التجاري ببناء المعنى القيمي. لأن المنتج أو الخدمة، داخل الإرسالية الإشهارية، يدخلان في شبكة من العلامات التي تمنحهما معنى يتجاوز وظيفتهما الاستعمالية المباشرة، ويضعهما داخل عوالم رمزية تتصل بالثقة، والانتماء، والتميز، والرعاية، والذاكرة، والهوية. ومن هنا تتحدد أهمية مقارنة الصورة الإشهارية بوصفها خطابا بصريا موجها، يستثمر العناصر الأيقونية والتشكيلية واللسانية لبناء معنى مقصود، وتوجيه التأويل، وإنتاج علاقة مخصصة بين المتلقي والعلامة التجارية.

تتضاعف فاعلية الصورة الإشهارية الثابتة داخل الفضاء الرقمي، حيث يصبح التكييف البصري شرطا أساسيا للتأثير. حيث إن الصورة الثابتة تنجز خطابها داخل لحظة إدراكية محدودة، وتضغط الدلالة في سطح بصري واحد، وتجعل العلاقات المكانية بين العناصر أساسا لإنتاج المعنى. لذلك يتخذ اللون، والفضاء، والجسد، والشعار، والملفوظ، وموقع العلامة، وظائف تتجاوز التزيين البصري إلى بناء مسار قرائي موجه. وانطلاقا من هذه الزاوية، يصبح تحليل الصورة الإشهارية الثابتة بحثا في كيفية إنتاج الدلالة، وفي الطريقة التي تمنح بها هذه الدلالة اتجاهها قيميا قابلا للتداول داخل الثقافة.

تطرح المقالة سؤالا مركزيا مؤداه: كيف تتشكل القيم داخل الصورة الإشهارية الثابتة الاستهلاكية المغربية، وبأي آليات أيقونية وتشكيلية ولسانية تتحول الذاكرة الوطنية إلى أفق لبناء الثقة والولاء الرمزي للعلامة التجارية؟ وينبثق عن هذا السؤال تصور عام مفاده أن القيمة تتشكل عبر تآلف العلامات داخل نسق بصري ولساني منظم؛ فالعنى ينتج من علاقات العناصر، والقيمة تتولد من الاتجاه التأويلي الذي تمنحه الصورة لهذا المعنى داخل سياق ثقافي وتداولي مخصوص.

وتكتسب هذه المسألة أهميتها من طبيعة الخطاب الإشهاري الاستهلاكي في السياق المغربي، حيث تستثمر علامات تجارية كثيرة المناسبات الوطنية، والرموز الجماعية، والألوان ذات الحمولة الوجدانية، والملفوظات ذات الطابع المؤسسي، قصد بناء علاقة رمزية مع المتلقي. وفي هذا المستوى، تتحول الوطنية من قيمة ثقافية عامة إلى مورد رمزي، وتغدو الذاكرة الجماعية مجالا لتوسيع معنى الخدمة أو المنتج، بما يجعل الاستهلاك محاطا بالثقة والانتماء والمشاركة.

1. الصورة الإشهارية الاستهلاكية وبناء المعنى القيمي

تدخل الصورة إلى المجال الإشهاري بوصفها نسقا بصريا منظما، قادرا على تحويل الأشياء والأشخاص والفضاءات إلى حوامل دلالية. وقد ارتبط مفهوم الصورة، في امتداده التاريخي والثقافي، بفعل التمثيل والتشكيل وبناء الشبه، ثم اتسع مع الوسائط الحديثة ليشمل ما يظهر على الشاشة، وما يتشكل ذهنيا بوصفه تمثلا قابلا للتداول. ويفيد الأصل الأوروبي لكلمة «image»، المتصل بالجذر اليوناني «icon»، أن الصورة تحيل إلى التشابه والمحاكاة¹، غير أن الصورة الإشهارية تمنح هذا التشابه وظيفة تداولية؛ فهي تنتقي عناصرها، وتؤطر حضورها، وتضعها داخل استراتيجية تأثيرية مقصودة.

ينتقل مفهوم الصورة، حين يدخل المجال الإشهاري، من وضع التمثيل العام إلى وضع الخطاب البصري الموجه. إن الخطاب الإشهاري، في امتداده الاصطلاحي بين «publicité» و «advertising»، يقوم على الإعلان والإظهار

¹ David B. Downing & Susan Bazargan: Image and Ideology: Some Preliminary Histories and Polemics, p. 4.

والجذب والاستمالة، وتوسعه المقاربة السيميائية التداولية نحو إنتاج المعنى، وتنظيم الرغبة، وإعادة بناء تمثلات المتلقي داخل أفق اجتماعي وثقافي¹. لذلك يتحدد الإشهار إجرائيا بوصفه خطابا بصريا لسانيا موجها، يتوسل تضافر المكونات الأيقونية والتشكيلية واللسانية من أجل إنتاج معنى مقصود، وتوجيه التأويل، وبناء الرغبة، وترسيخ منظومة من القيم داخل أفق ثقافي واجتماعي محدد.

وتتحدد الصورة الإشهارية الثابتة، ضمن هذا الأفق، بوصفها نصا بصريا «**texte visuel**»، يمتلك تنظيما داخليا، ويؤسس علاقة تواصلية بين مرسل مؤسسي ومتلق مستهدف، ويستثمر مكوناته من أجل بناء معنى مقصود. وتبني نصية الصورة الإشهارية على تآزر أنساق متعددة داخل بنية واحدة: المكون الأيقوني، بما يمثله من أشخاص وأشياء وفضاءات، والمكون التشكيلي، بما ينظمه من ألوان وخطوط وأشكال وتكوين وإضاءة وتموضع، والمكون اللساني، بما يقدمه من شعار وعنوان وتعليق ولسم علامة. وقد أشار جاك فونتانييل Fontanille إلى أن النصوص المرئية تتشكل من موضوعات سيميائية تستثمر ما يسميه أنساق التركيب التمثيلي «**syntaxes figuratives**»، بما يجعل المرئي قابلا للدرس بوصفه نصا سيميائيا منظما².

تنبع أهمية الصورة الإشهارية الثابتة في تحليل القيم من قدرتها على تكتيف المعنى داخل لحظة بصرية واحدة. تضغط الصورة الثابتة الزمن في مشهد واحد، وتجعل العلاقات المكانية بين العناصر أساسا لإنتاج الدلالة. وهو ما أكسبها قدرة خاصة على برجمة القيم داخل النسق البصري، لأنها تتحكم في توزيع العناصر، وتوجيه النظر، وترتيب البؤر، وضبط العلاقة بين المرئي والمقروء. إن الصورة تمتلك "قوة إقناعية في قدرتها على التأثير المباشر دفعة واحدة"³. وتنفذ هذه الخاصية أن الصورة الثابتة تضع المتلقي أمام تركيب بصري مكتمل، يطالبه بإعادة بناء المعنى من داخل تنظيم المجال المرئي.

ضمن هذا التصور، تتحدد القيمة بوصفها أثرا دلاليا موجها يرمج داخل البنية السيميائية للصورة الإشهارية الثابتة، ويعمل على توجيه التأويل داخل أفق ثقافي واجتماعي معين. أما القيم، فهي تحليلات خطافية وثقافية متعددة لهذا الأثر، يمكن رصدها داخل الصور من خلال تنظيم العلامات، وتوزيع العناصر، وعلاقة المرسل بالمتلقي، والمسارات التأويلية التي تفتحها الصورة. إن التمييز هنا بين القيمة والقيم يسمح بالانتقال من المبدأ المنظم إلى التجلي الخطابي؛ القيمة بنية منظمة للمعنى، والقيم آثار دلالية وثقافية قابلة للملاحظة داخل النصوص البصرية.

وتتصل القيمة بإنتاج المعنى اتصالا عضويا. يتشكل المعنى من خلال تنظيم العلامات الأيقونية والتشكيلية واللسانية، وتوزيعها داخل المجال المرئي، وضبط علاقاتها التركيبية، ثم يوجه داخل وضعية إشهارية مخصوصة نحو أفق تأويلي تسعى الصورة إلى ترسيخه في إدراك المتلقي. وبذلك تمنح القيمة هذا المعنى وجهته الثقافية والإقناعية. حيث تبني الدلالة المعنى، والقيمة تحدد اتجاهه، وتجعله قابلا لأن يتحول إلى اعتزاز، أو رغبة، أو ثقة، أو ولاء، أو استعداد للاختيار.

يتيح هذا التصور فهم الخطاب الاستهلاكي باعتباره مجالا لتحويل المنتج أو الخدمة إلى حامل قيم. يتحول المنتج في الإرسالية الإشهارية إلى حامل لقيم منتقاة، ويندرج داخل شبكة رمزية تتجاوز حدوده المادية المباشرة⁴. وفي هذا المستوى،

¹ Oxford Advanced Learner's Dictionary, s.v. « advertising », Oxford, Oxford University Press.

² Jacques Fontanille: Hétérogénéités et rhétoriques du visuel, p. 1.

³ سعيد بنكراد: تجليات الصورة، سيميائية الأنساق البصرية، ص. 251.

⁴ سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الإشهارية: الإشهار والتمثيلات الثقافية، ص. 9.

يصير المنتج علامة على نمط عيش، أو هوية، أو موقع اجتماعي، أو انتماء وجداني. ويتحقق ذلك عبر تنظيم بصري ولساني يجعل المتلقي يرى الخدمة من داخل قيمة معينة، ويرى العلامة التجارية من داخل عالم رمزي يتجاوز فعل البيع والشراء.

2. القيم الوطنية داخل الخطاب الإشهاري الاستهلاكي

تحتل القيم الوطنية والانتماء الجماعي موقعا خاصا داخل الخطاب الإشهاري الاستهلاكي، لأنها تتيح للعلامة التجارية ربط المنتج أو الخدمة بمجال رمزي أوسع من الوظيفة الاستعمالية المباشرة. فالهوية، والذاكرة المشتركة، والانتماء إلى الجماعة، موارد رمزية تمنح الإرسالية الإشهارية طاقة وجدانية وثقافية، وتجعل العلاقة بين المتلقي والعلامة التجارية تمر عبر المشترك الجماعي. وحين تستدعي الصورة العلم، أو الألوان الوطنية، أو الجماعة، أو الرموز المرتبطة بالوجدان الجمعي، فإنها تعيد تنظيم فعل الاستهلاك داخل علاقة أوسع بالجماعة التي تمنحه معنى إضافيا داخل المجال الثقافي.

ومن هذا المنطلق، تصبح العلامة التجارية جزءا من شبكة دلالية تستمد جانبا من مشروعاتها من المشترك الوطني، ومن الرموز التي تنقسمها جماعة معينة داخل سياقها التاريخي والثقافي. إذ تنتقل الصورة الإشهارية، في هذا المستوى، من عرض خصائص الخدمة إلى استثمار الرصيد الرمزي الذي تحتزنه الذاكرة الجماعية، من أجل بناء علاقة وجدانية بين المتلقي والعلامة التجارية. وداخل هذا البناء، يتحول الوطن من قيمة ثقافية عامة إلى مورد رمزي تستثمره الصورة في تشكيل معنى جديد لفعل الاستهلاك.

ويكتسب هذا الأمر وضوحا خاصا في السياق المغربي، حيث تحضر رموز الانتماء الوطني في الإشهار المرتبط بالخطاب الاستهلاكي عبر ربطه بالتظاهرات الرياضية، والمناسبات الوطنية، والحملات التواصلية الكبرى. فالألوان، والأعلام، وصور الجماهير، والهياكل الجماعية، والملفوظات المرافقة، تؤدي وظائف دلالية تشارك في بناء عالم من المعاني المرتبطة بالهوية الوطنية والانتماء الجماعي. وعليه تبرز أهمية الصورة التي تستثمر ذكرى المسيرة الخضراء، لأنها تكشف الكيفية التي تتحول بها الوطنية داخل الخطاب الإشهاري الاستهلاكي، إلى قيمة قابلة للتداول البصري، وإلى وسيلة لربط الخدمة البنكية بمشاعر الانتماء والفخر والاندماج داخل الجماعة.

3. المنظور المنهجي ومسار التحليل لعينة الدراسة

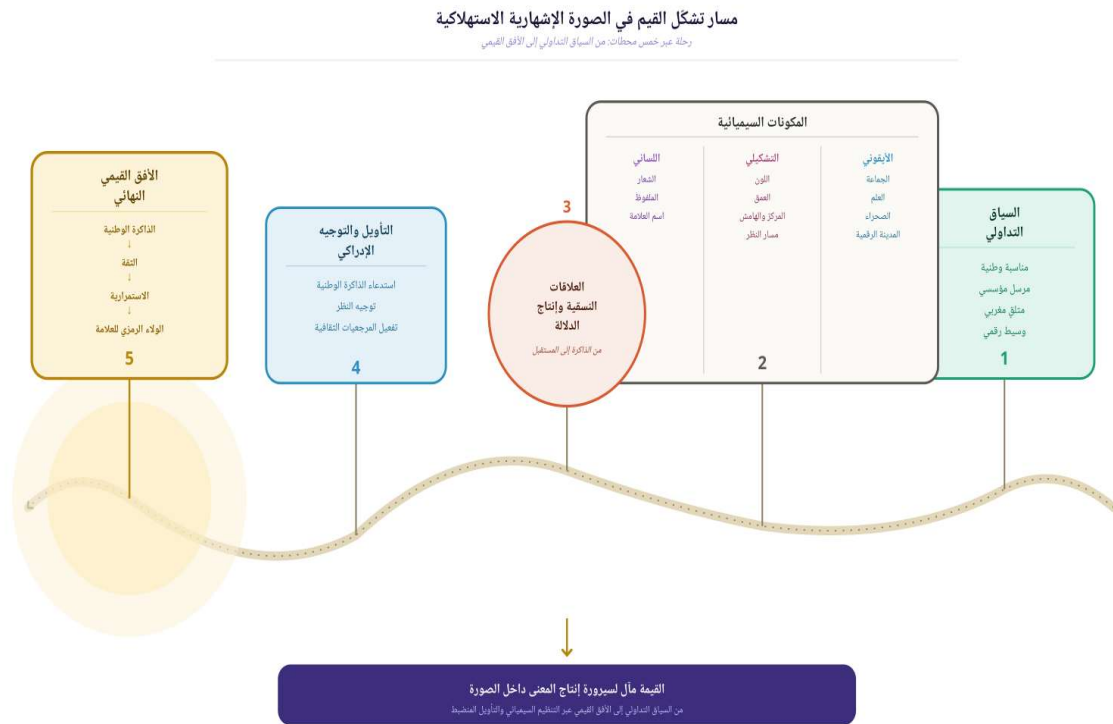
يتأسس التحليل التطبيقي في هذه المقالة على مقارنة سيميائية تداولية ترى الصورة الإشهارية الثابتة نسقا بصريا تنتج عناصره معناها من خلال العلاقات التي تنتظم بينها داخل المجال المرئي. ترتبط الدلالة بمنطق اشتغال النسق وآليات تنظيمه الداخلي، بينما تشكل القيمة عبر سيرورة تدريجية تداخل فيها مستويات التنظيم البصري، والعلاقات النسقية، وإنتاج الدلالة، والتوجيه الإدراكي، وتفعيل المرجعيات الثقافية داخل أفق تداولي يوطر فعل القراءة.

يقوم هذا المنظور على تدرج إجرائي يجمع الوصف والتحليل والتأويل. حيث يرصد الوصف البنيات البصرية والعلاقات التي تنتظم بين العناصر الأيقونية والتشكيلية واللسانية داخل الصورة. ويتجه التحليل نحو تفكيك العلاقات النسقية التي تتحكم في إنتاج الدلالة، وتتبع للآليات الإبراز والتنظيم والتفصيل التي توطر حركة النظر وتعيد توجيه الانتباه. أما التأويل، فيعيد بناء المسار الذي تشكل عبره الدلالة داخل النسق البصري، ويكشف الكيفية التي تتحول بها البنيات الدلالية إلى مؤشرات موجهة للإدراك ومنتجة للأفق القيمي.

وتستند القراءة إلى ثلاثة مستويات كبرى:

- **المكون الأيقوني:** يتيح تتبع العلاقات الدلالية بين الشخص، والأشياء، والفضاءات، والعناصر الرمزية.
- **المكون التشكيلي:** يرتبط بآليات بناء التراتبية الإدراكية من خلال التوضع، والإبراز، والألوان، واللقطات، والإضاءة، والتباين، وحركة الكتل داخل الفضاء.
- **المكون اللساني:** يشتغل بوصفه عنصرا مؤطرا للمسار التأويلي، من خلال العلاقة التي يقيمها النص مع التنظيم البصري للصورة.

وسنمثل بالخطاطة الآتية لهذا النموذج الإجرائي في تحليل الصورة الإشهارية الثابتة:



(الشكل رقم 1: مسار تشكّل القيم في الصورة الإشهارية الثابتة)

تقدم هذه الخطاطة المسار العام الذي ستتبعه المقالة في تحليل الصورة. إذ تجعل السياق التداولي نقطة انطلاق، والمكونات السيميائية مادة للاشتغال، والعلاقات النسقية مجالا لإنتاج الدلالة، والتأويل مرحلة لتفعيل المرجعيات، ثم تجعل الأفق القيمي نتيجة لهذا المسار كله. وبهذا ينتظم التحليل حول فكرة مركزية مفادها أن القيم داخل الصورة الإشهارية الاستهلاكية تتشكل عبر سيورة مترابطة، تتقدم من تنظيم العلامات إلى بناء الولاء الرمزي للعلامة.

4. القيم الوطنية والانتماء الجماعي في الخطاب الاستهلاكي¹



GROUPEBCP.COM

1.4 السياق التداولي: المرسل، المرسل إليه، السياق

تدرج الصورة موضوع التحليل ضمن التواصل الإشهاري للبنك الشعبي «Banque Populaire». بمناسبة تخليد ذكرى المسيرة الخضراء، وهي منلصة وطنية ذات حضور بارز داخل الذاكرة الجماعية المغربية. وتقدم الإرسالية مشهدا جماعيا يتحرك في فضاء صحراوي مفتوح، متجها نحو مدينة ذات ملامح مستقبلية، ومدعوما بالمفهوم اللساني: "التاريخ أهم مسيرتنا والمستقبل يوجه خطانا". وبهذا تضع الصورة العلامة البنكية داخل سياق تواصلية يستثمر منلصة وطنية، ويجعلها مدخلا لبناء علاقة رمزية مع المتلقي داخل الخطاب الاستهلاكي الخدماتي.

تقوم الصورة على بناء زمني مزدوج: فهي تستحضر الماضي من خلال المسيرة الخضراء، وتفتح المستقبل من خلال المدينة الرقمية ذات الملامح التكنولوجية. ويظهر البنك الشعبي داخل هذا البناء بوصفه علامة مؤسساتية ترافق الحركة الجماعية، وتضع ذاتها في موضع المشاركة الرمزية في مسار وطني ممتد. ومن ثم، يتجه الخطاب نحو بناء صورة مؤسسة متصلة بالذاكرة الوطنية وبأفق المستقبل. وتتيح هذه الاستراتيجية للعلامة التجارية أن تتحرك من مجالها الاقتصادي إلى مجال وجداني وثقافي أوسع، حيث يصبح الانتماء الوطني وسيطا لبناء الثقة والاستمرارية.

¹ نشرت الصورة موضوع التحليل على الصفحة الرسمية للشعبي بنك «Banque Populaire» عبر الوسيط الرقمي: facebook، بتاريخ: 20-05-2026. رابط الصورة:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1346580847260726&set=pb.100057264707651.2207520000&type=3>

يمنح حضور ذكرى المسيرة الخضراء الصورة رصيڤا رمزيا سابقا، لأن هذه الذكرى تشغل في الوجدان المغربي بوصفها لحظة جماعية، تتكشف فيها قيم الانتماء، والتعبئة، والوحدة، والسير المشترك. لذلك تستثمر الصورة هذه الذاكرة من أجل بناء مشهد جديد يربط الجماعة بالمستقبل، ويجعل الحركة الجماعية متصلة بأفق تنموي وتقني. فالزمن الوطني هنا يظهر بوصفه طاقة رمزية قادرة على إلهام الحاضر وتوجيه المستقبل، كما يصرح بذلك الملفوظ اللساني نفسه.

2.4 المكون الأيقوني: الجماعة، العلم، الصحراء، والمدينة الرقمية

أيقونيا، تنتظم الصورة حول جماعة بشرية تتقدم فوق كتبان رملية، في هيئة تستدعي الذاكرة البصرية للمسيرة الجماعية. وتتوزع الشخصيات في مقدمة المشهد، وتضم فئات عمرية مختلفة، بما يمنحها طابعا تمثيليا لجماعة وطنية عابرة للأجيال. يمنح الاختلاف العمري لدخل الجماعة الحركة معنى الاستمرارية، ويجعل المسار الوطني يتجاوز حدود حيل بعينه، ليتحول إلى مشروع مشترك تتناقله الأجيال. وهذه الخاصية تجعل الصورة تبني الانتماء بوصفه مشاركة ممتدة، يتقاطع فيها الماضي والحاضر والمستقبل.

وتحضر الأعلام المغربية بكثافة داخل المجال التصويري، فتستقطب العين منذ اللحظة الأولى، وتمنح حركة السير إطارا وطنيا واضحا. يشتغل العلم هنا بوصفه علامة أيقونية ورمزية في الآن نفسه: هو عنصر مرئي يملأ الفضاء، وهو علامة وطنية تنقل الحركة من مستوى التنقل الجسدي إلى مستوى الانتماء الجماعي. ومن خلال تكرار الأعلام وتوزيعها داخل المشهد، تتعزز دلالة الجماعة، ويتحول السير في الصحراء إلى فعل وطني يكرر الذاكرة ويعيد تمثيلها بصريا.

أما الفضاء الصحراوي، فيقوم بوظيفة أيقونية وثقافية مركزية. يحضر باعتباره فضاء ذا امتداد داخل الذاكرة الوطنية المغربية، ويحيل إلى مجال الحدث التاريخي، وإلى الأرض بوصفها موضعا للانتماء، وإلى المسار الذي عبرته الجماعة في المخيال الوطني. وبهذا يغدو المكان حاملا دلاليا، لأن الموضوع المرئي يكتسب معناه من امتداده الثقافي ومن علاقته بالسياق الذي يؤطره. "فبدون عمق من الالامرئي لا وجود لشكل مرئي"¹. إن المرئي يستمد طاقته من علاقته بالذاكرة التي يستدعيها، وبالخبرة الجماعية التي تمنحه قابلية التلقي.

وفي الخلفية، ترتفع معالم عمرانية ذات طابع مستقبلي، محاطة بشاشات وعناصر رقمية تستدعي عوالم التكنولوجيا والابتكار. وتقوم هذه المدينة الرقمية بوظيفة مقابلة للفضاء الصحراوي؛ فإذا كانت الصحراء تحيل إلى الذاكرة والجذور، فإن المدينة المستقبلية تحيل إلى التنمية والابتكار والامتداد التقني. ومن تفاعل الصحراء والمدينة، يتكون مسار بصري يربط الأصل التاريخي بالأفق المستقبلي، ويمنح الجماعة السائرة وجهة عملية تتجه نحو الإنجاز.

وبهذا يتكون المشهد من أربع كتل أيقونية كبرى: الجماعة المتحركة، والعلم الوطني، والفضاء الصحراوي، والمدينة الرقمية. وتدخل هذه الكتل في شبكة من العلاقات تجعل كل عنصر يكمل الآخر. حيث تمنح الجماعة الحركة بعدا إنسانيا، ويمنحها العلم هوية وطنية، وتمنحها الصحراء عمقا تاريخيا، وتمنحها المدينة الرقمية وجهة مستقبلية. ومن هذا التآلف يبدأ المعنى القيمي في التشكل، لأن الصورة تجعل الانتماء حركة، وتجعل الذاكرة قوة موجهة، وتجعل المستقبل امتدادا للمسار الجماعي.

¹ ريجيس دوبري: حياة الصورة وموتها، ص. 21.

3.4 المكون التشكيلي: اللون والفضاء وترتيب الإدراك

على المستوى التشكيلي، ينهض اللون الأحمر بوظيفة تنظيمية واضحة؛ إذ يمتد من الأعلام إلى أجزاء مختلفة من المشهد، ليمنح الصورة وحدة بصرية مرتبطة بالرمز الوطني. فاللون في هذه الصورة يتجاوز دوره الجمالي، ويشارك في بناء الإحساس بالانتماء والامتداد، خاصة حين يتصل بالفضاء الوطني وبذاكرة الحدث. لأن اللون "يمثل جانبا رمزيا بالغ الأهمية في الثقافات الإنسانية"¹. وبناء على ذلك، فإن حضور الأحمر داخل الصورة يشغل بوصفه حاملا رمزيا، ينقل عين المتلقي من العلامة اللونية إلى الذاكرة الوطنية التي تستدعيها.

ويخلق امتداد الفضاء الصحراوي إحساسا بالحركة والانفتاح. تمنح الرمال الممتدة الصورة عمقا خاصا، وتجعل مسار الشخصيات مفتوحا على الأفق. كما أن توزيع الجماعة في مقدمة المشهد، وتدرجها نحو العمق، يخلق إيقاعا بصريا يحاكي السير الجماعي، ويجعل المشاهد يشعر بأن الصورة تنطوي على حركة رغم ثباتها. وهذه الخاصية مهمة في الصورة الإشهارية الثابتة، لأن الثبات يمنح الحركة صيغة تركيبية، ويجعلها نتيجة لتوزيع الأجساد والخطوط والاتجاهات داخل المجال البصري.

وتضيف المدينة المستقبلية عمقا بصريا يوجه العين نحو الأفق. إذ تبدو العناصر المعمارية والرقمية في الخلفية مضادة وممتدة إلى الأعلى، بما يجعلها نقطة جذب ثانية بعد الأعلام والجماعة. ويصنع هذا التوزيع مسارا إدراكيا متدرجا:

← من الأعلام إلى الجماعة ← من الجماعة إلى الفضاء الصحراوي ← إلى المدينة الرقمية.

وتأسيسا على هذا التصور يرتب التشكيل البصري العلاقة بين الماضي والمستقبل، ويجعل المتلقي ينتقل بعينه من الرمز الوطني إلى الجسد الجماعي، ثم إلى أفق التنمية.

ويأتي شعار البنك الشعبي في أعلى الصورة بلونه وهويته البصرية، فيأخذ موقعا مؤسسيا هادئا منسجما مع النسق العام للمشهد. هذا الموقع يمنح العلامة التجارية حضورها، ويدمجها داخل البناء الوطني في الوقت نفسه. فالشعار يطل على المشهد من موقع علوي، ليكون علامة مؤطرة لمسار الجماعة، مما يسمح بقراءة المؤسسة بوصفها جزءا من هذا الأفق، أو مرافقا رمزيا له. وتتقوى هذه الوظيفة من خلال انسجام الهوية اللونية للمؤسسة مع الطابع الوطني للصورة.

أما التوازن بين دفء الفضاء الصحراوي وبرودة العناصر الرقمية في الخلفية، فيصنع مقابلة تشكيلية بين الذاكرة والمستقبل، وبين الأصل التاريخي والامتداد التنموي. فالدفء اللوني يربط الصورة بالأرض والذاكرة والجماعة، بينما يمنح البعد الرقمي إحساسا بالحدثة والانفتاح. ومن تفاعل هذين المستويين، تبنى الصورة معنى وطنية إنجازية، تجعل الانتماء فعلا متجها نحو المستقبل، وتجعل المستقبل امتدادا لما ألهمه التاريخ.

4.4 المكون اللساني: التاريخ الملهم / المستقبل الموجه

يقوم المكون اللساني على ملفوظ عربي فصيح: "التاريخ أهم مسيرتنا والمستقبل يوجه خطانا". ويؤدي اختيار العربية الفصحى وظيفية مؤسسية ووطنية، لأنه يمنح الخطاب طابعا رسميا جامعا، ويقربه من لغة المناسبات الوطنية والتواصل المؤسسي. اللغة هنا تنقل عبارة ذات وظيفة توجيهية، وتضع الصورة داخل مقام احتفالي وطني، وتمنح العلامة التجارية قدرة على مخاطبة المتلقي من داخل سجل رمزي مشترك.

¹ شاكر عبد الحميد: المفردات التشكيلية، رموز ودلالات، ص. 50.

يقوم الملفوظ على ربط زماني بين التاريخ والمستقبل؛ إذ يجعل التاريخ منطلقاً رمزياً، ويجعل المستقبل وجهة للفعل. ويستعمل الملفوظ فعلين دالين: "أهم" و"يوجه". يحيل الإلهام إلى طاقة معنوية آتية من الذاكرة، في حين يحيل التوجيه إلى مسار عملي نحو الأفق. وبين الفعلين تتحدد وظيفة الجماعة السائرة: فهي تحمل أثر التاريخ، وتنتج نحو المستقبل. وهذا تشارك اللغة في بناء المسار البصري نفسه، لأنها تؤطر حركة الجماعة وتمنحها معنى موحها.

يستعيد هذا الملفوظ وظيفة الترسّخ «*ancrage*» التي تحدث عنها رولان بارت *Roland Barthes* في علاقة النص بالصورة؛ إذ يرى بأن النسق اللساني يثبت إمكانات القراءة، ويقود المتلقي نحو معنى مخصوص داخل تعدد الدلالات البصرية¹. بهذا المعنى تضيف العبارة بعداً زمنياً واضحاً، وتجعل التاريخ مصدراً للإلهام، والمستقبل غاية للتوجيه. وبهذا يصبح النص عاملاً في تنظيم القراءة، لأنه يربط بين ما تراه العين وما ينبغي أن تفهمه من هذا المرئي.

كما يندمج الملفوظ مع شعار البنك الشعبي داخل سياق لساني بصري واحد. لأن العبارة الوطنية والشعار المؤسسي يتجاوران ضمن المجال نفسه، مما يسمح بربط المؤسسة بمسار تاريخي ومستقبلي في آن. ويتيح هذا الإدماج ما تحدث عنه أمبرتو إيكو *Umberto Eco* حول اشتغال العلامات داخل سياق ملفوظ، حيث تكتسب العلامة قوتها من إدراجها في نسق يوجه قراءتها². ومن ثم، يظهر شعار البنك بوصفه جزءاً من خطاب يجعل المؤسسة حاضرة داخل سرديّة وطنية.

5.4 العلاقات النسقية وإنتاج الدلالة

تتحدد قوة الصورة في العلاقات النسقية التي تربط بين عناصرها؛ العَلَم يمنح الجماعة هويتها الرمزية، وحركة السير تمنح الذاكرة بعداً عملياً، والمدينة المستقبلية تجعل هذه الحركة متجهة نحو أفق تنموي، بينما يندمج شعار البنك الشعبي داخل هذا البناء بوصفه علامة مؤسسية تقترح لنفسها موقعا ضمن سرديّة وطنية تصل الذاكرة بالمستقبل. ومن تفاعل الرمز الوطني، والجماعة المتحركة، والفضاء الصحراوي، والمدينة الرقمية، والملفوظ اللساني، يبدأ المعنى في التشكل داخل صورة تجعل المؤسسة البنكية حاضرة في مسار جماعي يتسع على حدود الخدمة البنكية المباشرة.

يفسر هذا التآلف بين عناصر تنتمي إلى مجالات مختلفة قدرة الصورة على بناء عالم دلالي منسجم رغم اختلاف مكونات هذا العالم. هذا التآلف ضروري لينخرط المتلقي في عالم الصورة؛ إذ لا بد للمتلقي من "خلق ألفة بينه وبين عالم الصورة تسهل عليه الفهم"³. فالصورة موضوع التحليل تجمع بين حدث تاريخي، وفضاء جغرافي، وجماعة بشرية، ومدينة مستقبلية، ومؤسسة بنكية، وملفوظ وطني. وهذه العناصر تنحدر من حقول مختلفة من حيث الوظيفة والمرجعية، لكنها تتحول داخل الصورة إلى بنية موحدة، لأن العلاقات التي تنتظم بينها تمنحها قابلية للتآلف والتبادل الدلالي. وتجسّد هذه الفكرة مشروعاتها في كتابات سعيد بنكراد الذي يعتبر إنتاج المعنى داخل الصورة يقوم على إدماج العلامات داخل وحدات نسقية تجعلها قابلة للتآلف والتبادل الدلالي⁴.

وتكشف هذه العلاقات عن ثلاث بُور دلالية مركزية:

- الأولى بورة الذاكرة الوطنية: التي تتشكل من حضور المسيرة الخضراء، والفضاء الصحراوي، والأعلام المغربية.

¹ Roland Barthes: *Rhétorique de l'image*, p. 44.

² Umberto Eco: *La structure absente*, pp. 213-215.

³ غي غوتي: الصورة، المكونات والتأويل، ص. 176.

⁴ سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الإشهارية: الإشهار والتمثيلات الثقافية، ص. 34.

- الثانية بؤرة الجماعة المتحركة: حيث تنتظم الشخصيات في حركة مشتركة توحى بالمشاركة والاستمرار.
- الثالثة بؤرة المستقبل التنموي: التي تتجسد في المدينة الرقمية والعناصر التكنولوجية والملفوظ الذي يجعل المستقبل موحها للخطى.

وعن طريق تفاعل هذه البؤر تتكون بنية دلالية تجمع الماضي والحاضر والمستقبل داخل مسار بصري واحد.

يقوم السيناريو الدلالي للصورة على تصور الوطن بوصفه مشروعا جماعيا ممتدا عبر الزمن. تستدعي الصورة ذكرى المسيرة الخضراء بوصفها رصيда رمزيا مشتركا، ثم تعيد إدراجها داخل أفق يرتبط بالتنمية والاستمرار. وتكتسب الشخصيات أهميتها من تفاعلها في حركة موحدة، بينما تمنح المدينة الرقمية لهذه الحركة وجهة عملية. ومن خلال هذا البناء، يضع البنك الشعبي صورته داخل سرديّة وطنية تجعل الثقة في المؤسسة جزءا من الثقة في الاستمرارية الجماعية.

وتكمن كثافة هذه الصورة في قدرتها على جعل حيز بصري محدود حاملا لعالم أوسع منه؛ إذ تختزل تاريخا وطنيا، ومسارا مؤسساتيا، وأفقا تنمويا، داخل سطح بصري واحد. حيث يتحول "الإطار المحدود إلى مجال مفتوح على عالم يتجاوز حدوده المادية"¹. بهذا المعنى تنشئ الصورة عالما دلاليا ممتدا، يجعل الذاكرة الوطنية قابلة للاستعادة، ويجعل المستقبل قابلا للتخيل، ويجعل العلامة التجارية جزءا من هذا الامتداد.

6.4 التأويل وتفعيل المرجعيات الثقافية

يفتح هذا السيناريو باب التأويل نحو قراءة الصورة باعتبارها إعادة تركيب للذاكرة الوطنية داخل خطاب استهلاكي خدماتي. تظهر المؤسسة البنكية في موقع المرافق الرمزي لمسار جماعي، وتستثمر مناسبة وطنية لكي تمنح حضورها بعدا وجدانيا يتصل بالثقة والاستمرار والانتماء. وهنا يتحول الإعلان من قننة ظرفية إلى بناء بصري يضع العلامة داخل علاقة أعمق بالذاكرة والمستقبل.

وتستدعي الصورة مرجعيات ثقافية متصلة بالمسيرة الخضراء، وبالذاكرة الوطنية المغربية، وبفكرة الجماعة السائرة نحو أفق مشترك. كما تستحضر مرجعية التنمية من خلال المدينة الرقمية والعناصر المستقبلية، فتلتقي الذاكرة التاريخية مع تصور حديث للمستقبل. وتتفاعل هذه المرجعيات من داخل النسق البصري ذاته، عبر العلم، وحركة الجماعة، والامتداد الصحراوي، والملفوظ الذي يصل التاريخ بالمستقبل. ومن ثم، تتحول المرجعيات الثقافية إلى قوى موجهة للتأويل، لأنها تمنح العناصر المرئية دلالاتها داخل سياق مغربي مخصوص.

إن الذاكرة هنا تظهر بوصفها طاقة لتوجيه الحاضر نحو المستقبل. فالملفوظ يجعل التاريخ مصدرا للإلهام، والجماعة تجعل هذا الإلهام حركة، والمدينة الرقمية تجعل الحركة فعلا تنمويا. وبهذا تتشكل صورة وطنية إنجازية، تربط الانتماء الشعوري بالعمل والاستمرار والتقدم. وتصبح العلامة التجارية قادرة على الاستفادة من هذا الأفق، لأنها تضع نفسها داخل الحركة ذاتها، وتربط حضورها بالمستقبل الذي تنجه نحوه الجماعة.

وتؤدي هذه القراءة إلى إبراز البعد التداولي للصورة. فالإرسالية موجهة إلى متلق مغربي يعرف المناسبة الوطنية، ويمتلك رصيда ثقافيا يسمح له بفهم دلالة العلم والصحراء والجماعة والملفوظ. وبذلك ينتج المعنى من تفاعل الصورة مع الكفاءة

¹ يوري لوتمان: مشكلة المكان الفني، ص. 65.

الثقافية للمتلقي، إن تحقق القيم بسيرورة التأويل، يمكن اعتبارها نتائج تعاون تأويلي يستند إلى بنية قيمية مضمرة داخل النص¹. ومن هذا المنظور، تقترح الصورة مسارا دلاليا، ويفعله المتلقي داخل أفق ذاكرته وخبرته وثقافته.

7.4 التوجيه الإدراكي ومسار القراءة

يشغل التوجيه الإدراكي للصورة عبر مسار يبدأ من الأعلام المغربية، بوصفها العلامة الأشد بروزا، ثم ينتقل إلى الجماعة المتحركة، قبل أن يستقر عند الفضاء العمراني المستقبلي. ويؤدي الملفوظ اللساني دورا موجهها لهذا المسار، لأنه يمنح العين مفتاح القراءة: تاريخ يلهم، ومستقبل يوجه. وبهذا يتجه المتلقي إلى قراءة المؤسسة البنكية داخل حركة جماعية ذات بعد وطني وتنموي.

إن ترتيب البؤر داخل الصورة يجعل المتلقي يعبر ثلاث محطات إدراكية:

- محطة الرمز الوطني؛
- محطة الجسد الجماعي؛
- ومحطة الأفق المستقبلي.

وفي المحطة الأولى يواجه المتلقي العلم، وفي الثانية يرى الجماعة السائرة، وفي الثالثة يكتشف المدينة الرقمية. وهذا المسار يقوم على توزيع تشكيلي وأيقوني يجعل بعض العناصر مركزية وأخرى مكملية. وقد تؤكد جماعة **Groupe μ** في هذا السياق أن "التنظيم البصري يمنح العناصر قيمتها من خلال موقعها داخل النسق والعلاقات التي تنتظم بينها"². وبناء على ذلك، فإن قيمة العلم والجماعة والمدينة تأتي من موقع كل منها داخل المسار العام للصورة.

ويسهم الملفوظ في ضبط هذا المسار، لأنه يمنح العلاقة بين الماضي والمستقبل صيغة لفظية واضحة. فالعبارة "التاريخ أهم مسيرتنا والمستقبل يوجه خطانا" تعمل بوصفها خريطة تأويلية، تجعل المتلقي يفهم السير بوصفه امتدادا لمسيرة تاريخية، ويفهم المدينة المستقبلية بوصفها وجهة. ومن هنا تصبح اللغة جزءا من التوجيه الإدراكي، لأنها تحدد للعين كيف تقرأ المشهد، وتمنح الحركة معنى زمنيا وقيميا.

8.4 تشكّل القيم داخل الصورة

إذا انتقلنا إلى مستوى تشكّل الأفق القيمي، تصرّح الصورة بقيم معلنة تتمثل في الذاكرة الوطنية وربطها بالمستقبل، كما يظهر ذلك في الملفوظ العربي الفصيح. فالقيمة المعلنة تقوم على الانتماء الوطني، وعلى استحضار المسيرة الخضراء بوصفها ذاكرة جماعية وفعلا تاريخيا موجهها. وتظهر هذه القيمة عبر العلم، والفضاء الصحراوي، والجماعة السائرة، والعبارة التي تجعل التاريخ مصدرا للإلهام. وبذلك تقدم الصورة الوطنية بوصفها قيمة جامعة، تتصل بالماضي وتفتح على المستقبل.

أما القيم المضمرة، فتتولد من حضور العلم، وحركة الجماعة، والفضاء الصحراوي، والمدينة الرقمية. فمن داخل هذا التنظيم البصري، تتشكل قيم الانتماء والمشاركة والتقدم والثقة. فالعلم يضمّر معنى الوحدة الوطنية، والجماعة تضمّر معنى

¹ Umberto Eco: A Theory of Semiotics, pp. 68–72.

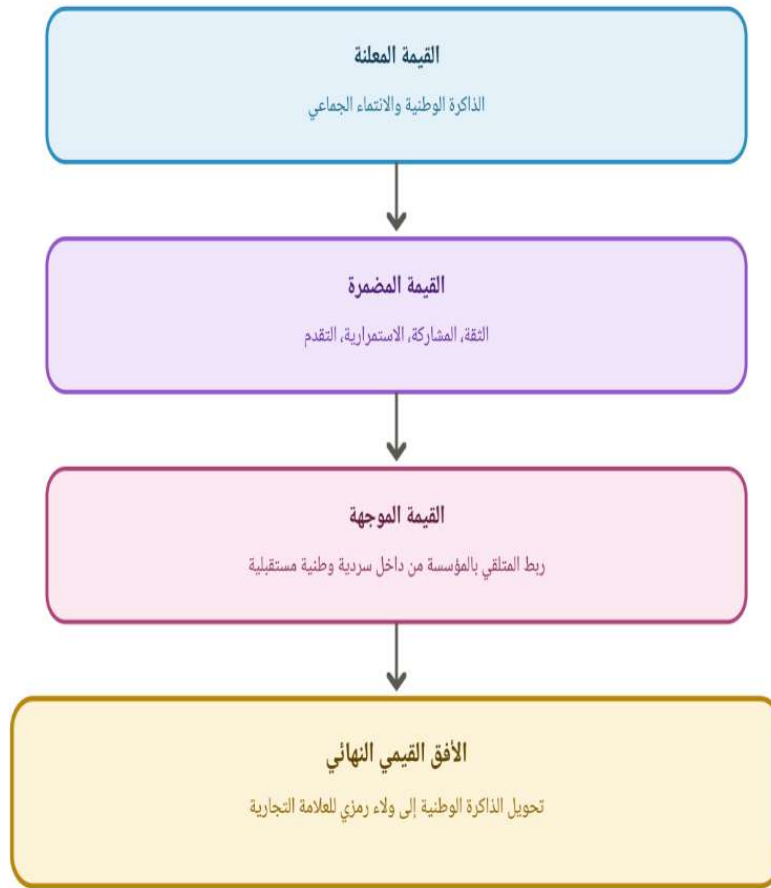
² Groupe μ: Traité du signe visuel, p. 187.

المشاركة، والصحراء تضم معنى الارتباط بالأرض، والمدينة الرقمية تضم معنى التنمية والحداثة. وهذه القيم تنشأ من العلاقات بين عناصر الصورة، ومن طريقة تنظيمها داخل الفضاء البصري.

وتحدد القيم الموجهة في دفع المتلقي إلى تمثل الوطن بوصفه مشروعاً جماعياً ممتداً، تتحرك داخله المؤسسة البنكية باعتبارها جزءاً من سرديّة الثقة والاستمرار. فالمتلقي يرى البنك داخل حركة جماعية متصلة بالتاريخ والمستقبل. ومن هنا يتحول الانتماء الوطني إلى أفق لبناء علاقة وجدانية مع المؤسسة، ويتحول حضور العلامة التجارية إلى امتداد رمزي للذاكرة الجماعية.

أما الأفق القيمي النهائي للصورة، فيقوم على وطنية إنجازية، تربط الانتماء بالفعل، والذاكرة بالتنمية، وتمنح العلامة البنكية موقعاً رمزياً داخل مسار جماعي يصل الماضي بالمستقبل. وهذه الوطنية الإنجازية تستحضر الحدث الوطني وتعيد توجيهه نحو قيم الثقة والاستمرارية والولاء. وبذلك يصبح البنك الشعبي، داخل الصورة، مؤسسة تتجاوز تقديم الخدمة البنكية، وتدخل في تمثيل رمزي للمسار الوطني، حيث تغدو الثقة في العلامة امتداداً للثقة في المستقبل الجماعي.

ويمكن تركيب القيم المتشكلة في الصورة على النحو الآتي:



الشكل رقم 2: تشكّل القيم في الصورة المدروسة

ينسجم هذا التركيب مع تصورنا الذي يرى أن القيمة داخل الصورة الإشهارية الثابتة تتشكل عبر سيرة سيميائية تنتظم فيها العلامات داخل علاقات نسقية توجه الإدراك وتؤطر التأويل. حيث تظهر القيمة بوصفها المآل الذي تنتهي إليه سيرة إنتاج المعنى، حيث تتفاعل التنظيمات البصرية والعلاقات النسقية والمرجعيات الثقافية في بناء أفق قيمى موجه للإدراك.

5. من الوطنية إلى الولاء للعلامة

يكشف التحليل السيميائي التداولي للصورة أن الخطاب الإشهارى الاستهلاكي يستطيع توظيف القيم الجماعية من أجل بناء علاقة رمزية بين المتلقي والعلامة التحلوية. تمنح للذاكرة الوطنية الخطاب مشروعية وحملانية، والجملة تمنحه بعدا اجتماعيا، والمستقبل يمنحه أفقا تنمويا، والشعار يمنح المؤسسة موقعها داخل هذه السردية. ومن خلال هذا التفاعل، تتحول العلامة التجارية إلى فاعل رمزي يشارك في بناء المعنى الجماعي.

إن الوطنية، في هذه الصورة، تتحقق بوصفها موردا ثقافيا داخل خطاب استهلاكي خدماتي. وهذا التحول يكشف الطريقة التي تستثمر بها الإشهاريات المعاصرة القيم الكبرى في بناء الثقة. فالعلامة التجارية تدرك أن المتلقي يستجيب للمنتوج أو الخدمة من خلال العالم الرمزي الذي يقترحه الخطاب. ولذلك تضع الصورة الخدمة البنكية داخل عالم وطني مألوف، يجعل المؤسسة قريبة من الوجدان الجماعي للمتلقي.

وتنتهي هذه العملية إلى بناء الولاء للعلامة من خلال آلية غير مباشرة. إن الولاء يتشكل من خلال ربط المؤسسة بسردية وطنية ذات قوة رمزية. وكلما بدا البنك جزءا من المسار الجماعي، أصبح حضوره أكثر قابلية للقبول والثقة. ومن هنا يتحول الانتماء الوطني إلى وسيط رمزي لبناء علاقة مستمرة مع المؤسسة.

ويمكن القول إن الصورة تشتغل وفق منطق مزدوج: تستثمر الذاكرة الوطنية من أجل بناء معنى جماعي، ثم تدخل العلامة التجارية داخل هذا المعنى، فتستفيد من رصيده الوجداني. وهذا ما يجعل الخطاب الاستهلاكي قادرا على توسيع معنى الخدمة، إذ يقدمها بوصفها جزءا من مسار اجتماعي وثقافي أوسع. وبهذا المعنى، يصبح التعامل مع المؤسسة فعلا محاطا بقيم الانتماء والثقة والاستمرارية.

خاتمة

تفضي القراءة السيميائية التداولية للصورة المدروسة إلى أن القيم داخل الصورة الإشهارية الاستهلاكية تتشكل عبر مسار متدرج يبدأ من تنظيم العلامات وينتهي إلى بناء أفق قيمي موجه. فقد أظهرت الصورة كيف تتفاعل الجماعة السائرة، والعلم الوطني، والفضاء الصحراوي، والمدينة الرقمية، والشعار المؤسسي، والملفوظ العربي الفصح، داخل نسق بصري ولساني واحد، ينتج معنى يتجاوز حدود التهنئة الوطنية أو العرض المؤسسي، ويتجه نحو بناء علاقة رمزية بين المتلقي والعلامة التجارية.

ويتضح من خلال التحليل أن الصورة تبني قيما متعددة داخل سطح بصري واحد. فهي تعلن قيمة الذاكرة الوطنية والانتماء الجماعي، وتضمّر قيم الثقة والاستمرارية والمشاركة والتقدم، وتوجه المتلقي نحو قراءة المؤسسة بوصفها جزءا من سرديّة وطنية تصل الماضي بالمستقبل. وبذلك يتحول الانتماء الوطني إلى مورد رمزي لتوسيع معنى الخدمة، وتغدو العلامة البنكية حاضرة داخل أفق قيمي يجعل الثقة في المؤسسة امتدادا للثقة في المسار الجماعي.

وتكشف هذه النتيجة أن الخطاب الإشهاري الاستهلاكي المغربي يستثمر الذاكرة الجماعية والرموز الوطنية من أجل بناء الولاء للعلامة التجارية. إذ تقدم الصورة المؤسسة داخل عالم دلالي يجعلها جزءا من حركة جماعية ممتدة. ومن هنا تظهر قوة الصورة الإشهارية الثابتة في قدرتها على تحويل المرئي إلى معنى، والمعنى إلى قيمة، والقيمة إلى علاقة رمزية بين المتلقي والعلامة.

لقد بين النموذج المدروس أن تشكّل القيم في الصورة الإشهارية الاستهلاكية يتم عبر تآلف الأيقوني والتشكيلي واللساني، وعبر تفعيل المرجعيات الثقافية داخل وضعية تداولية محددة. فالصورة، في حيزها المحدود، تفتح عالما دلاليا ولسانيا، يعيد ترتيب العلاقة بين الذاكرة والمستقبل، وبين المؤسسة والجماعة، وبين الخدمة والقيمة. وبهذا تصبح الصورة الإشهارية الاستهلاكية مجالا مكثفا لإنتاج المعنى القيمي، حيث تتحول الوطنية إلى أفق لبناء الثقة، وتتحوّل الثقة إلى مدخل للولاء، ويتحوّل الولاء إلى صيغة من صيغ ارتباط المتلقي بالعلامة داخل الثقافة الاستهلاكية المعاصرة.

المصادر والمراجع:

✓ باللغة العربية:

○ الكتب

- بنكراد، سعيد: *سيمياتيات الصورة الإشهارية: الإشهار والتمثيلات الثقافية*، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2006.
- بنكراد، سعيد: *تجليات الصورة: سيماتيات الأنساق البصرية*، المركز الثقافي للكتاب، المغرب، ط1، 2019.
- دوبري، ريجيس: *حياة الصورة وموتها*، ترجمة: فريد الزاهي، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، ط2، 2013.
- غوتي، غي: *الصورة: المكونات والتأويل*، ترجمة: سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، 2012.

○ المقالات

- عبد الحميد، شاكر: *المفردات التشكيلية: رموز ودلالات*، الثقافة الجديدة، الهيئة العامة لقصور الثقافة، العدد السادس، فبراير 1997.
- لوثمان، يوري: *مشكلة المكان النصي*، ترجمة وتقديم: سيزا قاسم، ضمن: *جماليات المكان*، عيون المقالات، الدار البيضاء، ط2، 1988.

✓ باللغة الأجنبية:

○ الكتب:

- Barthes, Roland: «Rhétorique de l'image», *Communications*, n°4, 1964.
- Downing, David B., and Susan Bazargan: «Image and Ideology: Some Preliminary Histories and Polemics», in David B. Downing and Susan Bazargan (eds.), *Image and Ideology in Modern/Postmodern Discourse*, Albany, State University of New York Press, 1991.
- Eco, Umberto: «La structure absente»: *Introduction à la recherche sémiotique*, Paris, Mercure de France, 1972.
- Eco, Umberto: «A Theory of Semiotics», Bloomington, Indiana University Press, 1976.
- Fontanille, Jacques: «Hétérogénéités et rhétoriques du visuel»: *Résolutions & manipulations polysensorielles et multimodales*, communication au congrès, Université de Limoges, 2008.
- Groupe µ: «Traité du signe visuel»: *Pour une rhétorique de l'image*, Paris, Éditions du Seuil, 1992.

○ المعاجم والمواقع الإلكترونية الأجنبية:

- *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, s.v. «advertising», Oxford, Oxford University Press, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/advertising>.