

البُعْدُ الإشهاري في سياق التعبير القرآني

م. عمر رعد أسعد

المديرية العامة لتربية ديالى

omaralok401@gmail.com

الكلمات المفتاحية: الإشهار، التعبير القرآني، المقاصد، التواصل.



المستخلص:

لما كان الاتصال بالآخر قائماً على إبلاغ المحتوى الإرسالي بالفهم والإفهام، كان ذلك يعني توجيه خطاب قصدي يوظف أنماطاً تعبيرية متنوعة تسهم بجعل المعنى قاراً في ذهن المخاطب، في ضوء ذلك تتطرق هذه الدراسة لتأصيل رؤية خاصة تتناول البعد الإشهاري في سياق التعبير القرآني، بوصف الإشهار وظيفة تعبيرية تحمل مقاصد الإعلام والإعلان والإبلاغ والتأثير والإقناع التي تبرز مستويات إشهارية للمعنى، ولهذه المفاهيم ارتباط بلغة القرآن الكريم وسياقاته التعبيرية سواء كان على مستوى التضمنين أو التصريح، فالباحث لا يدرس الإشهار بعمومية مفهومه إنما يكتفي ببعد دلائلي تفرضه مقامات التخاطب، فيحدد ماهيته ويستقرئ مستوياته ويقف عند نموذج العامل، فهو البعد الذي يُؤشّر ضمن بث رسالة مشروطة بإفهام المتلقي واتخاذ موقفاً يتناسب وموضوعها؛ إذ الإفهام دليل إنجازية التراسل، واتخاذ الموقف دليل الاستجابة ضمن علمية التخاطب، فالباحث يتقصى البعد الإشهاري الذي يقوم بإذاعة معنى أو إعلانه فيتجاوز مجرد النقل والإخبار به إلى توجيه خطاب موضوعي يعزز المقاصد التعبيرية، وهذا يعني أنّ القرآن الكريم يشتمل على بُعد إشهاري وأساس اتصالي تأثيري ينتج دلالة محكومة بسياق خاص.

The advertising dimension in the context of Quranic expression

Abstract

Since communication with others is based on communicating the message understanding and understanding, this means directing an content with intentional speech that employs various expressive patterns to make the meaning clear in the mind of the addressee. In light of that, this study sets out to establish a special vision that deals with the advertising dimension in the context of Quranic expression, defining its nature and extrapolating its levels. It stops at its working model, as it is the dimension that is indicated within a speech based on broadcasting a message that is conditional on the recipient's understanding and taking a position commensurate with the position and subject of the advertisement. Understanding is evidence of the achievement of a speech, and taking a position is evidence of response and influence within the process of communication and communication. The study seeks to investigate the .communication and communication

dimension that broadcasts or advertisements go beyond mere transmission and advertising information to direct an objective discourse with functions that enhance expressive purposes. This means that the Holy Qur'an, in its essence, is based on an accomplished advertising dimension and an influential communicative basis that contributes to producing a meaning governed by a special context.

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على رسوله الأمين وعلى آله وصحبه أجمعين، أمّا بعد: أولت المناهج اللسانية معطيات إجرائية تضطلع بإطار معرفي يستهدف السياق التعبيري، فأسهمت بإيجاد موجّهات تعبيرية اتوسّع فاعليتها إلى الفهم والإفهام بين المتخاطبين، ولعلّ البُعد الإشهاري الذي يدخل في صلب الإنجاز التّواصلي المُمنهج هو واحدٌ من أهمّ المخرجات التي تجعلنا أمام رؤية تحليلية لمحاورة السياق والوقوف عند تشكّل دلالاته وطرائق إعلانها، ولأنّ اللسانيات ترسّخ مجالها ضمن المعطى الوظيفي، فإنّها تفسح مجالاً استقرائياً يكشف المتلقي بالمحمولات التي تقضي إلى تنوّع الحقول الدّلالية ضمن عمليّات إبلاغ المعنى وإداعته، ومن هنا فإنّنا سنقف أمام رؤية إجرائية تستهدف أركان عمليّة الاتّصال: المرسل، والمرسل إليه، والرّسالة بمقصدها، والقناة النّاقلة، في سياق التعبير القرآني، فتقترب من البُعد الإشهاري بوصفه استدلالاً ينشأ عن استقراء المحتوى الإبلاغي إلى الآخر، وهذا المحتوى تنهض به الدّراسات اللغوية الحديثة واللسانيات النصيّة والسيميائيات الدّاوليّة فتؤسّس حقلاً يعنى بمباحث الإشهار ورصد مظاهره في التّخاطب، فجاءت خارطة البحث بإطارين: نظري يؤصّل المتبنّيات المفاهيميّة للبُعد الإشهاري ويعيّن حدود الرؤية التي ينبثق منها، ثم إطار إجرائي بمسارات ثلاثة، وُسم الأول بـ (الإشهار بالمؤثر البصري) فرصد القنوات الإشهارية ذات التشكّل البصري بدوال: الألوان، علامات الوجوه، سلوك الجسد، فإنّها مظاهر تسهم بإذاعيّة على مستوى الإدراك بالحاسة البصريّة، بينما وُسم الثاني بـ (الإشهار بالنموذج العامل)، وقد سعى لتقصّي البنى الإشهارية الفواعل ضمن سياق التعبير، إذ تبرز مؤشّرات دالة على إبلاغ المحتوى بفاعليّة استدعاء المخاطب واستمالة تفكيره وإشباع نوازعه النفسيّة، والنموذج العامل إذ يعبر عن نفسه تقنيّة تعبيرية فإنّه ينهض ببُعد إشهاري يتضمّن إعلاناً للمقاصد، مثل: النّار، المكان، القميص، بوصفها عيّنات إجرائية وقف عندها البحث في سياقات ورودها ومقامها التعبيري، أمّا الثالث فقد وُسم بـ (الإشهار بالمظهر الأيقوني) فقارب الوقوف عند المظهر الأيقوني بوصفه مجالاً تعبيرياً ذهنياً قائماً المشابهة بين واقعين فتفسح لمقاربة إشهارية ضمن الاستعمال السيميائي والدّاولي، بخصوصيّة علائقيّة ضمن أبعاد الإحالة والاستدعاء، فوقف البحث عند نمذجة: العصا، العصف المأكول، الغراب، بوصفها موظّفات أيقونيّة بفاعلية استدلالية لماورائيات

خطابية يقصدها التعبير، فضلاً عن خاتمة توجز النتائج، وقائمة بالمصادر المتبعة، والمهم ذكره أن البحث اقتصر على اختيارات يتجلى فيها البعد الإشهاري وانزياحاته نحو عوالم معرفية ومفاهيمية، فالغاية تأصيل الفكرة بالأمثلة التي تحيل على الرؤية التي يستتبط منها هذا البعد ضمن مسارات استقراء المعنى وكيفيات بثّه، تاركاً التوسع في مفهوم الإشهار ومجالات اشتغاله واختيار العينات الإجرائية، نظراً لطبيعة الدراسة وحجمها البحثي، والله الموفق.

البعد الإشهاري في سياق التعبير القرآني: الرؤية والمفهوم

يعدّ الإشهار أبرز الموضوعات القائمة على نقل المعلومات والأفكار بقصد معين وبطرائق ترتبط بالمعاني الترويجية، فتركز على المجال البصري والقابلية الذهنية التي تستعيد صياغة قيمة إفهامية، تؤسّس دلالة سياقية تفكّ شفرتها داخل الثقافة التخاطبية التي تجعل الدالّ التعبيري مستهلكاً نفعياً يتدفّق بالعلامة الصورية التي ترسخ تراتبية تضمينية في ضوء التداول والتعاطي مع البعد الرمزي المؤسس على فكرة الترويج^(١)، وهو على تنوّع وسائله وموارده مجال إنجازي تحقّقه عناصر عملية الإرسال والتلقي للتأثير في السلوك، فصار خطاباً وظيفياً يهدف إلى تكوين رأي واتخاذ موقف وترسيخ المعلومات في ضوء دلالية الصورة والصوت والحركات واللون والأيقون التي تحيل على بعد إشهاري يرتبط بـ ((صناعة إعلامية وثقافية...))؛ لما يتميز به من قدرة عالية على التأثير وتشكيل الوعي، فيتحقّق التفاعل بين المرسل والمستقبل في عملية التواصل^(٢)، ليكشف تعبيراً يتوزّع على حقول معرفية متنوعة: ثقافية، اجتماعية، نفسية، أنثروبولوجية، لسانية^(٣)؛ لأنّ الفعل التواصلية يتشكّل بمسارات تراعي مقومات التلقي ومرجعيات الثقافة التي تسهم بتجسيد فضاء معرفي لتبادل المعلومات، ولذا عدّ هذا البعد ((من أهمّ وظائف النظام الاتصالي))^(٤)، ولذا تتنوّع أنظمتها الإرسالية فتشتمل على إفهام المقاصد، والتعبير القرآني يوظّف أنظمة دلالية تتشكّل بمستويات قابلة للتأويل والتدليل، وهي أيضاً تنضوي بتحوّل يكتنز بعداً إشهارياً يستهدف المخاطب لاستمالته والتأثير فيه حسياً وذهنياً ووجدانياً؛ لأنها تحيل على إذاعية قصديّة وسيطرة مفاهيمية تتخذ سبيلاً إعلامياً لتمرير القصد بتناسب والتطلّعات الخاصة والمرجعيات الذاتية للمخاطب، ما يعني أنّ البعد الإشهاري يستند إلى تفاعل وظيفي يتوزّع على الجمالي والإقناعي والرمزي والسيكولوجي القائم على كشف القصد وإعلان الهامش المضمّر تدريجياً بوصفها آليات الإشهار^(٥)، لذا يخضع للمقاربة العلائقية بين الدالّ والمدلول لتمثيل موضوع تفاعلي ومهمة إبلاغ نفعي يجدر أثره في ذهن المخاطب ويزجّه في بوتقة المسار الترويجي، فيتعيّن بعده في الرسائل التي تخزنها مقاصد العلامات (الوصلة الإشهارية)، ومن هنا شكّل المنهج السيميائي إجرائية مناسبة لتحليل هذا البعد وتعيين دلّته؛ ((لأنّه يتيح النفاذ إلى البنية العميقة للنظام التواصلية، سواء كان هذا النظام لغوياً أو غير لغوي))^(٦)، ليستقرّ آليات تكوّن البعد الإشهاري على وفق مستوى تدريجي، فتبدأ

بالمستوى الإدراكي الذي يوفر المعلومات والمفاهيم، المستوى النفسي الذي يوفر الاستمالة والإثارة واتخاذ موقف بصددها، والمستوى المؤول الذي يترجم الموقف الإقناعي والسلوكيات التي تتعاطى مع المعنى المشهور به الذي يفسر بدوره خطاب السيطرة الإشهارية، فيتعاطى مع تشكّل خطابه؛ فهو ((مفهوم عام يحيل على أنواع مختلفة، باختلاف الوسائط الإعلامية المستعملة))^(٧)، التي تفرض خصوصية إجرائية للتعامل مع تدليلها الإشهاري.

يحقق الإشهار مجالاً وظيفياً ضمن الاتجاهات اللغوية التي أثارها الدرس اللساني المعاصر؛ لتمثّل جانباً من جوانب دراسة استعمال اللغة في المقام التعبيري بمراعاة المتخاطبين بقصد إعلاني، أي ضمن مقاصد المتكلم وفي حدود ثقافة المتلقي، فالبعد الذي يحليه السياق بمحتوى إعلامي-إعلاني، بمرجعية تأثيرية-إفهامية، هو بُعد إشهاري، وهو متحقق بالدوال التي تمثّل حالات قابلة لأن تكون مؤشراً وظيفياً يرتبط بشروطه الإذاعية والإنجازية، وهو من هنا أيضاً يرتبط بمباحث الفعل الكلامي بوصفه مبحثاً ينبثق من مباحث التداولية ومتبنيات الفلسفة اللغوية الحديثة في رصد وحدات التعبير الإنجازي، انطلاقاً من تصوّر الإرساليات اللسانية حدثاً اجتماعياً تواصلياً؛ إذ يسعى الدرس التداولي إلى البحث في آليات الخطاب وتلقّي محتواه ورصد مدلوله على وفق اشتغال على مستوى الإفهام والاتصال في ضوء الكلمات والصور والرموز فتحقق تحولاً في الاكتساب المعرفي وإقامة منطق إعلامي أو إعلاني انطلاقاً من مسلمات التعبير التي تضرر دلالة مرتبطة بالمسارات التأويلية التي يمكن انتقاؤها استناداً إلى أشكال حضورها في سياق خطابها^(٨)، أي بفعالية الإدراك الاستهلاكي (إعادة انتاج المعنى) على وفق القصد، وهذا التوسع يمنح المعبرّات فاعلية تشكيل دلالات تتجاوز الدلالات التي يمنحها التركيب اللغوي في دلالاته السطحية (النقريّة) التي تطفو على الألفاظ، إلى دلالات تمثيلية (دينامية) تنشأ من تصوّر العلامة محتوى إحالي: (دال-مدلول) و(مدلول-دال) بينهما علاقة توالد إفهامي يجعل الدلالة الأولى دالاً لدلالة أخرى، ثمّ يشكّلان امتداداً لفضاء استقرائي رحب يفترض محور الاستبدال، ليتشكّل في ضوء ذلك ما يطلق عليه جميل حمداوي (ركن الإشهار)^(٩)، الذي يتحدّد بمنظومة تواصلية وظيفية بمستوى إبلاغي إخباري، إعلاني وإعلامي، وهذا التأصيل يقدّم للتعبير انطلاقاً من الكلمة فاعلية في الإبلاغ وإسهاماً في طبيعة الترويج والإعلان الدلالي بصياغة تحمل وجهاً تأثيرياً في بنائها الإقناعي (المكتّف) ومرجعها التداولي الوظيفي^(١٠)، فالبعد الإشهاري دلالة استعمالية تتشكّل من مكونات الاتصال: الخطاب، المخاطب، المخاطب، قناة التخاطب؛ لأنّ ((كلّ عملية اتصال تتمّ بين متكلم ومخاطب في مقام معيّن))^(١١)، وعليهما مدار الفهم والإفهام، بوصف هذه الدلالة تجسيداً يوفر التّأشير الثانياني الذي يفرض مرجعاً لموضوع يُراد إشاعته بوساطة موضوع سابق فيتأكّد القصد في ضوئها، فهي السيّرة التي صاغها بيبيرس بـ ((أول يحيل على ثانٍ عبر ثالث))^(١٢)، فتؤشّر علائقيّات مؤولة بنظام يتأسّس إجرائياً بوصفه ((علامة تحيل على الموضوع الذي تعنيه بموجب قانون، وفي العادة

بموجب تلازمات أفكار عامة تحدّد مؤوّل الرّمز بالإحالة على هذا الموضوع، إنّه هو ذاته نمط عام، (أو قانون، أي علامة قانون))^(١٣)، فضلاً عن طبيعة العلاقة العلاميّة التي تنتج إعلاماً خبرياً أو تُخضع المخاطب إلى توجيه دلالي معيّن، فهو البُعد المتحقّق بفاعليّة عرض الدالّ ذو المعنى الإنشائي المتضمّن دلالة إخبارية^(١٤)، باستعمال اللغة خطاباً موجّهاً بصياغة إشهارية، أي بتوظيف وضعي ضمن سياق مقامي للتعبير عن دلالة تسعى لإقناع المتلقّي، فرصد هذا البُعد إنّما هو تمييز سياقي من بين أبعاد متنوّعة تتضمّن المكوّنات التعبيريّة التي قد تحتلها زاوية تبئير أخرى غير إشهارية، إلا أنّه محدّد بمستوى التّركيب والبناء والتّقديم والنتيجة، فيعرض الفكرة بمتضمّنات الاستمالة، ويسمح بتلقي الأثر الدلالي وانتاجه والتّعاطي مع قصده^(١٥)، والقصدية تتموّع داخل مظاهر تعبيرية لها خصوصيّة الاستدلال، ولا يمكن أن يُستدلّ بها دون رؤية تحليليّة تمنحها قابليّة التجدّد الموضوعي للوقوف عند مؤشّرها الاستعمالي، وهذه المؤشّرات ملفوظات إشاريّة تأثيريّة لها فاعلية إبلاغ مقاصد المرسل، والتّعاطي معها يعني تحقّق المعنى القصدي (الإشهاري)، ويمكن رصد ذلك بالإفادة من الحيّز التداولي لتحقيق الوظيفة المناطة به؛ لأنّ الإشهار بصفة الإذاعيّة للمعلومات هو واحد من أهمّ المفاصل التي تحقّقها التداوليّة في عملية التّواصل، فهي ((تُعنى بدراسة حال اللغة حال الاستعمال، وتهتمّ بأقطاب العمليّة التواصليّة، وتعتني بالمتكلم ومقاصده وتراعي حال السّامع أثناء الخطاب، كما تهتمّ بالظّروف والأحوال الخارجيّة المحيطة بالعمليّة التواصليّة))^(١٦)، ما يعني أنّ الدّوال السّيميائيّة والمؤشّرات الإحاليّة والإعلانيّات الإعلاميّة والأيقونات الصّوريّة والمضامين الإخبارية هي نمذجة لفواعل تعبيرية يُستدلّ بها على إشهار معلومة، بوصفها ناقلاً وظيفياً إسنادياً داخل المنظومة الاجتماعيّة، إذن فالْبُعد الإشهاري يقع في صلب عملية التّخاطب والاتصال مادام هدف الإشهار هو ((الإخبار والتّأثير على السّامعين والقراء، وهو صنف من الخطابات المتغلّغة في أعماق الحياة الاجتماعيّة المؤثرة فيها والمتأثّرة بها))^(١٧)، فضلاً عن اكتسابه معطيات الثقافة والمستنّات الوضعيّة التي تزوّد بقدرات إفهاميّة.

يحمل الإشهار معاني عدّة، منها: التّعريف، الإخبار، التّبيين، الإعلان، الإبلاغ، الإيصال المجاهرة، التّعريف^(١٨)، وهذه المعاني تدلّ على إشاعة المعلومات وبثّها بين النّاس، فهو فنّ إعلامي يستند إلى مؤشّرات تعبيرية تتوخّى الوصف والتّأثير، في ضوء إيصال المعلومات بوساطة وسائل إذاعيّة خاصّة بأبعاد هادفة^(١٩)، ليكون بعداً متجسّداً بدلائليّة سيميولسانيّة، ففيه اللغة واللون والحركة والإشارة والصّور^(٢٠)، فهو كشف عن المواقف الآنيّة والمستقبلية وحتىّ الإخبار بالماضي، متضمّناً التّجربة العمليّة والتّرجمة الذهنيّة، ما يعني اشتماله على أشكال الاتصال وأنماطه، فهو تشكّل بمستوى علاماتي يتضمّن دلالات يوظّفها المشهّر لإثارة المخاطب واستمالته نحو القصد المشهّر به، ليكون ((حالة من حالة التّواصل الفعّال))^(٢١)، تجسّد أبعاداً متنوّعة لها سعة مفاهيميّة واستدلاليّة قيمية تستند إلى ازدواجيّة في التّدليل، تجعل المنتج الإعلانّي يتأرجح بين مظهر مادّي

هو موضوعة التأثير والاستجابة، وبين المكوّن القيمي الذي يكتنزه الإعلان ويبرز رمزاً له^(٢٢)، ومن هنا عرّف اصطلاحاً علمياً: ((نشر الحقائق والأخبار والأفكار بين الناس بين الناس بوسائل الإعلام المختلفة وذلك بغية التفاهم والإقناع وكسب التأييد))^(٢٣)، ليقوم بدور إنجاز موضوعي هادف بوسائل لها سمة التأثير، وأبعاده تتجلى ضمن أنشطة إذاعة معلومة بعملية اتصال بوظائف: إعلانية إخبارية، إرشادية، إشهارية، وموضوعات ثقافية وعقدية وفكرية واجتماعية^(٢٤)، كما أنّ البُعد قائم على أسس: المرسل، المرسل إليه، الرسالة، القناة الناقية، الاستجابة، التأثير، الفهم والإفهام، وما دامت هذه الأسس مشتملة على ((ما يُلقى على أجهزة الإعلام من مهام وواجبات ومسؤوليات تشكّل نظاماً إعلامياً متكاملاً له منطلقاته وأهدافه ووسائله))^(٢٥)، فإنّها تسعى لما يريد المرسل إيصاله، فالْبُعدُ الإشهاري قابع في عملية التّخاطب، وتحديدًا في دائرة المعاني التي ترتبط باستعمال اللغة استعمالاً تداولياً يجعل ما يصدر عن المتكلم موجّهاً للإعلام بموضوع يُتخذ موقفاً بشأنه، فيتضمّن مساراً استدلالياً يستدعي عملية قرآنية نوعية لمعالجة غايات تخصّ موقف المتلقي وردود أفعاله في ضوء إنجازية نظام تعبيرية تأثيري^(٢٦)، فالْبُعدُ الإشهاري استنتاج نوعي للدلالة على وفق سياق تواصل، ينزِع إلى تحليل إجرائي يُفَتّت محتواه ويحوّله إلى بيانات تنهض بالمعنى الإعلامي، بالإفادة من مجال تحليل أنظمة التعبير وبثّ الخطاب، زيادة على الرّؤى التداولية واللسانية السيميائية التي تتقصّى المدلول العلاماتي، والمجالات التي تتقبّل تأويل المحتوى وتهتمّ بتقديم مبادئ تعنى بالاستنباط المعرفي؛ لأنّه مضمون رئيس في سياق التعبير، ومشكّل فاعل بمنظوماته: الخطابية، المنطوقية، الحجاجية، السردية، التصويرية، ما يعني أنّه تبثّر ينتمي إلى عملية بناء معرفة استدلالية- تأويلية، تحيط الوقائع وتنقلها مفاهيماً مسنّنة، وهذه الرّؤية تتحقّق ضمن اتجاه اللغة الاجتماعي، الذي يُعنى بدراسة اللغة بمرجع اجتماعي ثقافي^(٢٧)، ويسعى لتأكيد المحتوى القصدي في ذهن المخاطب، وهو متحقق في التعبير القرآني - تضمينا وتصريحا - ضمن سياقات التّخاطب ومقاصد التّواصل.

الإشهار بالمؤثر البصري:

يوظّف التعبير القرآني أليّات إشهارية تتشكّل على مستوى إدراك العين بوصفها حاسة ذات مجال تأثيري بالغ وفاعلية إعلامية تعبّر عمّا يرتبط بدواخل النّفس وما يتّصل بالذهن ويثير التأمّل، فتوظيفها يوحى بمضمرات تنهض بتقديم تعريفي يرتبط بمرجع قصدي تقع عليه الحواس تعبيراً وإدراكاً، لتؤسّس فضاءً عُرف في الدّرس النقدي بـ(الإحساس البصري)، وبلاغته تعود على المحمول البياني بما لا تقع عليه الحاسة إلى ما تقع عليه، أي البصريّة^(٢٨)، وبذلك تتمثّل المعاني للفهم وتُدرّك به المقاصد، وبه يُصار لإجراء يشتمل على ((كشف المعنى ورفع الحجاب عن الغرض المطلوب وإدناء المتوهّم من المشاهد))^(٢٩)، فهو نمطٌ تراسلي يتمثّل للمتلقى تعبيراً قصدياً يضيف إفهاماً وتأثيراً، فيكون معادلاً لسانياً يوميّ بالمعنى ويعيّن أبعاده، ويمثّل الإمساك بالمؤثر البصري

تجسيدا لسيرورة استدلالية تؤدي إبلاغ معنى في ضوء مؤولات الدوال وتشبيدها مبنى اتصاليا إنجازيا، فالدوال البصرية تشكل لغة مستننة أودعها الاستعمال العرفي قيما تواصلية ودلالات ذات تسنين ثقافي^(٣٠)، تتجاوز إدراك ما في الخارج وتخزينه المعلومات الخاصة، إلى إبلاغ الشعور الداخلي ونقل مدلوله إلى المخاطب، ويمكن متابعة ذلك في مجالات اقتصر البحث فيها على خطاب الألوان، والوجه، والسلوك الجسدي:

يوظف اللون بوصفه مؤثرا إشهاريا يبرز بفاعلية الإيحاء بالمعاني والتزود بالمعلومات ضمن خطاب العلامات، وإشاراتها التي تحيل على حقل معرفي يؤسس موضوعا إعلاميا، ينفسح على مردودية ذهنية تكسب قدرات تأويلية لاستخلاص المدلول التوظيفي في سياق التعبير، فاللون تقنية تشكيلية تلازم الإنسان وتتعايش معه، وتمتلك طاقة تعبيرية توظف بفاعلية تدللية جمالية وإيحائية قائمة على ترسيخ المعنى المشهر به، وشدة الانتباه لمظهره^(٣١)، ومرجعية ذلك من ((وجود قيم دلالية مشتركة بينها، أو وجود نوع من التناظر بين ما يحيل عليه اللون وما يحيل عليه الشكل، لذلك فلا اللون في ذاته ولا الشكل في ذاته قادران على إنتاج دلالة في الانفصال عن بعضهما البعض، فالعلاقة بينهما مصدر دلالتهما))^(٣٢)، غير أن هذه العلاقة دائمة الحاجة إلى قرائن اللغة لتوجيه التوظيف اللوني بعيد إشهاري، ولأن ((العلامة اللغوية هي إشارة ذات معنى))^(٣٣)، فإن هذا المعنى يقدم إبلاغا يتشكل في ضوء أثر إعلامي، ففي قوله تعالى: ﴿أُولَئِكَ لَهُمْ جَنَّتٌ عَدْنٌ يَجْرِي مِنْ تَحْتِهِمُ الْأَنْهَارُ يُجَلَّوْنَ فِيهَا مِنْ أَسَاوِرَ مِنْ ذَهَبٍ وَيَلْبَسُونَ ثِيَابًا خُضْرًا مِنْ سُنْدُسٍ وَإِسْتَبْرَقٍ مُتَكَرِّرِينَ فِيهَا عَلَى الْأَرَائِكِ نِعْمَ الثَّوَابُ وَحَسَنَتْ مَرْفَقًا ۖ﴾ [الكهف: ٣١]، خص أهل الجنة بلباس الخضرة في مقام التكريم والاستشعار بالنعيم، فهو ليس لباسا لمجرد التستر، إنما لما جاد به عليهم سبحانه بما استوجبه جزاء عملهم الصالح، ثم بيان منزلتهم وأحوالهم في الحبور والانتشاء، فخصت لهم الثياب الخضراء؛ لأن مدولها يحيل على ذلك المعنى إعلاما بأحوالهم وإعلانا بمفازتهم؛ ((لأن الخضرة أحسن الألوان، والنفس تنبسط بها أكثر من غيرها))^(٣٤)، فحققت اشتغالا إشهاريا وصفيا لنعيم الجنة وعظمة مقامهم فيها، ففي ألبسة الخضرة مؤشر للحسن والطراوة وهو مظهر يحقق دوافع الاستجابة في النفس، والمعنى المتضمن فيه هو الحياة والنشاط والتجمل؛ ((ولما كان ميل النفس في الدنيا إلى الأخضر ذكر الله تعالى في الآخرة ما هو على مقتضى طبعه في الدنيا))^(٣٥)، فهو إذن دال بصري يحدث الاستجابة لمدلول النعيم، بغية التعرض له بالعمل الصالح، وقد أشار بعض المختصين إلى أن اللون الأخضر هو ((اللون الوحيد الذي يجلب السرور إلى داخل النفس والانتعاش في الفكر، ويشير في الإنسان علامة البهجة وحب الحياة))^(٣٦)، ومن هنا يحقق السياق الوصفي بعدا إعلاميا يستدعي مجالات التفاعل والاستجابة مع خطابه القصدي، ويمكن استخلاص ذلك البعد أيضا في قوله تعالى: ﴿أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَتُصْبِحُ الْأَرْضُ مُخْضَرَّةً إِنَّ اللَّهَ لَطِيفٌ خَبِيرٌ ۝﴾

﴿[الحج: ٦٣]، إذ يتناسب تأثيره البصري ومشهد تحوّل مظهر الأرض وصيرورتها مخضرة بالنبات، ويأتي بعده الإشهاري بقصدية حمل المتلقي على معرفة اليد الصّانعة والمتحكّمة بتغيير شكل الأرض بعملية الإنبات بعد نزول الغيث، فدلائلية الخُصرة تسهم باستحضار صورة الأرض مبهجة خضراء زماناً بعد زمانٍ تخاطب النفس وتملأها بمعاني الرّاحة والسّكينة؛ لأنّها لون ممتع للأبصار، فعبر به عن وجمال المصنوعات في مرأى الأرض بإنزال ماء السّماء بقدرة الله تعالى^(٣٧)، فتجسّد دالاً إشهارياً بمدلول الحُسن المحمول على اعتبارات الشكر للصانع سبحانه، وإذا تابعنا قوله تعالى: ﴿أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَسَلَكَهُ يَنْبِيعٌ فِي الْأَرْضِ ثُمَّ يُخْرِجُ بِهِ زَرْعًا مُخْتَلِفًا أَلْوَنُهُ ثُمَّ يَهِيْجُ فَتَرَاهُ مَصْفَرًّا ثُمَّ يَجْعَلُهُ حُطَمًا إِنَّ فِي ذَلِكَ لَذِكْرًا لِأُولِي الْأَلْبَابِ ﴿٥﴾﴾ [الزمر: ٢١]، فإنّ إعلاميّة اللون الأصفر تتجسّد علامة تتقابل عكسياً مع مدلول الخُصرة في مدلول الإيجاد والفناء، فيرتبط بغرض إشهاري (ذهني) لتأكيد القدرة المعجزة بعملية الإحياء والبعث بعد الموت بمظهر الصّفرة في شكل الأرض والتعاطي مع مدلولها التنبيه من الحياة والاستعداد لمواجهة الموت وما يتبعه من شأن الحساب يوم القيامة؛ لأنّ اصفرار نباتها إيدان بتحطّمه وتلاشيهِ، فيتناسب وما تحتفظ به الذاكرة الإنسانيّة للصّفرة من الإعلام بالرموز الدّالة على الزوال ودنو الموت عبر الإشارة اللونية في الشّكل^(٣٨)، وهذا البعد يمثّل وجهةً عقديّة يستدلّ بها على حقيقة الإنسان والحياة، فكلاهما إلى فناء، مما يستدعي ((تصحيح المقاييس الشعوريّة والقيم النّفسيّة، والاستعلاء على غرور المتاع الزّائل وجاذبيته المقيدة بالأرض))^(٣٩)، فتمثيل أطوار النبات يحيل إلى إنجازيّة الصورة اللوني بمظهر الصّفرة بعد النّضارة للاستدلال - بالإفادة من إشاعة المعنى السياقي - على تحولات الإنسان من شباب وشيبة وكهولة وضعف، فترغب بالآخرة، وتتنذر من الاغترار بالدّنيا وبهجتها، فتوظيف اللون الأصفر انطوى على بُعد إشهاري مصحوب بتأثير انعكاسي ضمن سياق تداولي إنجازي يرتبط بتقديم الحدث مشهداً بصرياً لمعالجة السّلوّك في الحياة، فهو خطاب قصدي ينسجم ودلالته المعبرة عن بسط مؤشّر الهلاك في مساحة ذهنيّة بمؤشّرات تحوّل الأشكال والهيئات والسّلوّك.

يلتقي البُعد الإشهاري مع ما تقرّه علامات الوجه وتراسماته الرّمزيّة؛ إذ أنّها تنشر مدلولات ترتبط بمجالات التّفكير ومؤثّرات الشّعور، فتحوّل ارتباطها الفسيولوجي بمعنى يسير باتجاه موضوع سياق خطابها؛ ممّا يكشف عن خصائص الهيئّة المعروضة بإشارة إلى علائقها الإشهاريّة وأبعادها السياقيّة، فالوجه مُعلّم بالانفعالات الشّخصيّة وما يتردّد في الدّهن من أفكار وأحاسيس تجاه المواقف المتنوّعة، وعن طريقه يمكن معرفة ما ينتاب الإنسان من أحوال ومكنونات نفسيّة؛ لأنّه ((يجيد نقل التّعبير عن الفرح والغضب، كما أنّ كلّاً من الوجه والصّوت معاً ينقلان الشّعور بالمفاجأة أفضل من كل تعبير على حدة))^(٤٠)، فهو يشغل مكانة مهمّة في التّواصل مع الآخر، وبوساطة العلامات التي تبرز عليه يمكن إفهام الآخرين الرّسائل المتوخّاة في مقام التّخاطب الذي يفكّك

شفراتها المتلقي، فيعرف بما يصيب صاحبه؛ فبرز أكثر الاعضاء تعبيراً عن الأحاسيس؛ لأنها تظهر عليه بشكل جلي، فهو من أول الأجزاء تأثيراً وتأثراً، وأن التأثر الأولي في المقام الأول هو سلوك وجهي^(٤١)، كما في قوله تعالى: ﴿وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ مُّسْفِرَةٌ ۖ صَاحِكَةٌ مُّسْتَبْشِرَةٌ ۖ وَوُجُوهٌ يَوْمَئِذٍ عَلَيْهَا غَبَرٌ ۖ تَرَهَقَهَا فَتْرَةٌ ۚ أُولَٰئِكَ هُمُ الْكَافِرَةُ الْفَجَرَةُ ۝﴾ [عبس: ٣٨-٤٢]، إذ يطالعنا الوجه على محمولات إشهارية بموضوعها المؤول نتائجية تبرز في المشهد الأخرى، إذ ينقسم فيه أهل الموقف إلى قسمين: المؤمنين الذين نالوا شرف الفوز بالجنة، والكافرين الذين استحقوا دخول النار بفجورهم، فبرز علامات الوجوه يومئذ منبئاً إشهارياً بأحوال الفريقين، فثمة وجوه يعتليها الإسفار والاستبشار، ووجوه مغبرة مغمومة يعلوها القتر والكدر، الذي يحيل على مدلولات السواد: الحزن، الكآبة، والكرب، وما أحاط نفوسهم من ألم وتحسر، ولا ترى أوحش من اجتماع الغبرة والسواد في الوجه^(٤٢)؛ لتحقيق هذه العلامات بعداً إشهارياً يعرف بمصيرهم الذي سيؤولون إليه في جهنم، فالعلامة البادية في الوجوه المسودة بالكفر والفجور تؤثر الكدر الذي يتناسب ووصفية جهنم، على عكس وجوه المؤمنين التي بدت مستبشرة متهللة بنور الإيمان؛ لتتناسب ووصفية الجنة، فهذه العلائقية تجسد إذاعة ما أعدّه الله تعالى للفريقين في مقامهم، فنعيم الجنة ينسجم والاستنارة في الوجوه، كما قال تعالى: ﴿إِنَّ الْأَبْرَارَ لَفِي نَعِيمٍ ۝ عَلَى الْأَرَائِكِ يَنْظُرُونَ ۝ تَعْرِفُ فِي وُجُوهِهِمْ نَضْرَةَ النَّعِيمِ ۝﴾ [المطففين: ٢٢-٢٤]، إذ تتجسم حسيّاً قسماً الوجوه المطمئنة بنعيم الجنة تعبيراً عن وفرة الراحة وفرط مسرتهم به، فهو إشارة إلى إعلان استدلالي يرمي إلى التشهير بمراتب العلا ومقامات التكريم، فيعلم بحالهم كلّ من رآهم، بينما تتسجم المعينات الإشهارية في وجوه الكافرين بموضوعة تكفل استنطاق المقاساة واستجلاء العلاقة التناسبية بين دلائل الكدرة في وجوههم وبين ما سيجدونه من العذاب في جهنم، والخطاب يتجسد بعلاقة تعود بهم إلى التعريف بما كانوا عليه في الدنيا، إذ كانت وجوههم تقول العناد والإنكار بمنطق إشهاري، كما أخبر تعالى عنهم: ﴿وَإِذَا نُنَادِيْنَاهُمْ بِآيَاتِنَا بَيِّنَاتٍ نَّعْرِفُ فِي وُجُوهِ الَّذِينَ كَفَرُوا الْمُنْكَرَ يَكَادُونَ يَسْطُونَ بِالَّذِينَ يَتُلَوْنَ عَلَيْهِمْ آيَاتِنَا قُلْ أَفَأَنْتُمْ بِشِرِّ مِّنْ ذَٰلِكُمْ أَلَّا تَرَوْا وَعَذَاهَا اللَّهُ الَّذِينَ كَفَرُوا وَيَسَّرَ لِمَنِ الْيُسْرُ ۝﴾ [الحج: ٧٢]، إذ كانت وجوههم مركز التواصل وإشهار مقاصده، لتجسد معادلاً موضوعياً بمقام إشهاري بالإنكار، وتبدو آثاره في وجوههم، والمنكر: الشيء الذي تنكره الأنظار والنفوس، فدلائل كراهيتهم وغضبهم وعزمهم على السوء تلوح على وجوههم بالغَيْظ والغضب حين يُدْعَوْنَ إلى الإيمان، تعبيراً عن امتلاء نفوسهم من الإنكار والغَيْظ حتى يتجاوز أثره بواطنهم فظهر على وجوههم^(٤٣)، فهذه العلامات تبرز بوصفها دالاً بصرياً أو مؤثراً إشهارياً ينفسح بأفاق معرفية تجسد خطاب الهوية، فتضفي على المتلقي استدلالاً تطابقياً بتحديد المضمّر.

يتحقّق البعد الإشهاري في السلوك الجسدي، إذ يعيّن الجسد وظيفة تعبيرية (إشهارية) عن موقف الذات تجاه الآخر وهو هنا يرتبط بمفهوم الإشهار غير المباشر، أي يقدم المعنى على

وفق يخالف أفق الانتظار، فيقاس بعده بقدرة المخاطب على الفهم أو التفاعل مع مضمونه، وبقدر ما تنتجها الإمكانيات الذهنية التي تقوم بدور التفكير والتفكير^(٤٤)، فهو إشهار يتحقق بإنتاج إعلاني على وفق مستنات سياقية آنية تشتمل على موضوع محدد بوصف الإعلان ردة فعل تجاهه، كما في سلوك المستكبرين من قوم نوح (عليه السلام)، إذ يكشف مضمرات تجوب الذهن وتبرز الموقف الذاتي منه ومن دعوته في قوله تعالى: ﴿وَإِنِّي كُلَّمَا دَعَوْتُهُمْ لِتَغْفِرَ لَهُمْ جَعَلُوا أَصْدِعُهُمْ فِي أَذَانِهِمْ وَأَسْتَغْنَوْا شِيَابَهُمْ وَأَصْرُوا وَاسْتَكْبَرُوا اسْتِكْبَارًا ۝﴾ [نوح: ٧]، إذ تبرز أعضاء الجسد منبئاً إشهارياً يجسد التراسل القصدي بين الطرفين، فالمرسلات الإشهارية تسهم بتميرير بُعد مفاهيمي يقوم على إعلان موقف خاضع لسلوك خارجي غير مباشر؛ ليكون ترجمة إضمارية ترويجية لما يتبنونه من موقف تجاه الدعوة والداعي، والسّياق يخرج المشهد قائماً على عرض الدعوة وطريقة التعاطي معها، فنوح (عليه السلام)، النّاصح لقومه يقابل برفض الاستجابة، غير أنّ رفضهم تجسّد بطريقة إشهارية تؤثر المباشرة باللسان إلى الجسد لتحمل دلائل الاستخفاف والسّخرية، فهم لا يرفضون الاستجابة فحسب بل يريدون استحالة حصولها فأروه السّخرية به ومن دعوته، فأفهموه بالسلوك الجسماني، في ضوء وضع أصابعهم في آذانهم دلالة على عدم الاصغاء وكراهة الاستماع، فضلاً عن الاستغشاء بالثياب دلالة على الإصرار والاستكبار، فالسلوك مشتمل على ما استقرّ في دواخلهم من موقف، فكان إعلامه مؤلفاً من علاقة سببية بين حركة الجسد والأثر الوجداني، فوضع الأصابع في الأذان سلوك حركي إشهاري دالّ على عدم إرادة الاستماع ((معبرين بذلك عن عجزهم عن عدم التكيف مع الموقف ومعالجته بالنحو السليم))^(٤٥)؛ أي بغلق وسائط إدراك الخطاب، مبالغة في إعراضهم وإصرارهم، كما تأخذ إرسالية الاستغشاء بالثياب الانطباع نفسه لإخفاء الفاعلية البصرية التي تمنع مشاهدته (نوح)، ففيها طابع إفهامي وبعد إشهاري يولّد دلالات وتواضعات إبلاغية تعلن ((تعطيل أبصارهم في المعنى الشامل للدّاعي والدّعوة والتّفكير فيما يدعوههم إليه، فهم بمنزلة من منع بصره بوصفه وسيلة للإدراك والمعرفة))^(٤٦)، فهم لما لم يستجيبوا حجّبو أبصارهم عنه مكابرة لما يدعوههم إليه؛ وبهذا يتحقق البعد الإشهاري العام بأنهم ((سدّوا مسامعهم حتى لا يسمعوا ما دعاهم إليه، وتغطّوا بثيابهم حتى لا ينظروا إليه؛ كراهة وبغضاً من سماع النّصح ورؤية النّاصح))^(٤٧)، معلنين إقامتهم على معصيته بوساطة السلوك الجسدي بوصفه فعلاً إشهارياً يوجّه رسالة قصديّة، ((فكلّ سامع بهذا الوصف يستقرّ في نفسه ما

يحمل من دلالة ويفهم الحال الذي كان عليه هؤلاء بصورة أوضح وأبلغ من الوصف بكلمة الصدّ (أو الرّفص)^(٤٨)؛ فردّهم يُظهر النشاط النّفسي بتزامنية مع الموقف فيحيل على خطاب يتضمن بُعداً إشهارياً واتّخاذ موقف.

الإشهار بالنّمودج العامل:

ينبثق البعد الإشهاري من مؤسسات الفعل الإقناعي في التعبير الذي يسهم تمثله بخطاب استدعائي يقوم على ترسيخ قيمة إفهامية تحمل مضمرات الاستجابة والاستقراء بالمخاطب وتوجيه رغباته ضمن دورة استهلاكية (التلقي المنتج) لا تتوقّف عند حدّ بعينه^(٤٩)، أي بخصائص موضوعية تتشكّل بترابط ومحور الدلالة الإشهارية التي ترتبط بالنّمودج الدالّ بصفته العاملة، فتوجّه القول بمضمون إشهاري ليتحوّل إلى عنصر استهلاكي وتنظيم دلالي يتجاوز مظهره الصريح إلى مستوى أعمّ يتموضع بفاعلية إنتاجية (موضوعية) تستهدف ذهن المخاطب، أي تقوم بإبلاغ المحتوى الذي يؤسّس فعل الإشهار بغية الوصول إلى التعريف والإدراك، أي استدعاء المخاطب واستمالة تفكيره وإشباع نوازعه النفسية بمستوى إنجازي، ومن هنا فإنّ البعد الإشهاري يتكئ على الفواعل التعبيرية والنّمودج العامل في التعبير، بوصفه تقنية تسهم بتسريب إشهاري وتوجيه بموضوعه، وتستقطب إمكانات التواصل ونقل المدلولات أو التّحفيز تجاهها، والنّمودج العامل أحدّ المكونات الأساسية لبنية السياق الإشهاري؛ لأنّه تشخيص إنجازي لعالم الأفعال^(٥٠)، فضلاً عن مفهومه ((وحدة تركيبية ذات طابع شكلي، بغضّ النّظر عن أي استغلال دلالي أو أيديولوجي))^(٥١)، ووجوده يمثّل دالاً مركزياً وقيمةً متعاليةً تنتج مدلول السياق وأبعاده التخاطبية؛ لذا يوظّف بفاعلية تكيّف الانفعال الوجداني والتهيئة للتفاعل مع محتواه، فما تحقّقه العوامل هو صياغة التّفكير وربطه باستدلال تأثيري ترويجي يتعاش وعوالم الجاذبية، لذا يتوقّف تحديدها على تحديد بُعد ترويجي ضمن خطاب إشهاري؛ لذا يتنوّع تشكّل النّمودج العامل، فيكمن في ((الاشياء والمجرّدات والكائنات المؤنسة والمشيّنة معاً))^(٥٢)؛ وجميعها نمذجة تؤشّر بُعداً إشهارياً في سياق التعبير، فمؤشّر النّار في قوله تعالى: ﴿فَلَمَّا قَضَىٰ مُوسَى الْأَجَلَ وَسَارَ بِأَهْلِهِ آنَسَ مِنْ جَانِبِ الطُّورِ نَارًا قَالَ لِأَهْلِهِ امْكُثُوا إِنِّي آنَسْتُ نَارًا لَّعَلِّي آتِيكُم مِّنْهَا بِخَبَرٍ أَوْ جَذْوَةٍ مِنَ النَّارِ لَعَلَّكُمْ تَصْطَلُونَ ﴿٢٩﴾ فَلَمَّا أَنهَا نُودِيَ مِنْ شَاطِئِ الْأَيْمَنِ فِي الْبُقْعَةِ الْمُبَارَكَةِ مِنَ الشَّجَرَةِ أَنْ يَمْوَسَىٰ إِنِّي أَنَا اللَّهُ رَبُّ الْعَالَمِينَ ﴿٣٠﴾﴾ [القصص: ٢٩-٣٠]، يجسّد بُعداً إشهارياً بفاعلية استدعائية محفّزة وممهّدة لحصول التّكليف بالرسالة للنبي موسى (عليه السلام)، غير أنّ الحدث يتأطرّ بجوانب نفسية مع مؤثر عاملي تحفيزي بمشهد النّار الذي أثار في نفسه نوازع المعرفة في ظلمة الليل، فسيدنا موسى (عليه السلام)، آنس النّار واجتذبه مكانها فألف مظهرها حتى استمال تجاهه، ما يعني أنّ الرؤية عامل يترتب عليه مردود إدراكي في الدّهن، تناسب نفسياً ومقلّم الحاجة إلى

النَّارَ، ليكشف السياق عن اشتغال النموذج ضمن محدّد مكاني بأبعاد تحيل على الاتّصال، فالنَّارُ بوصفها العامل ((الذي هو لحظة الحسم الایدیولوجي أو هو الاختبار في خطوطه العامة))^(٥٣)، وهو المقوم التحفيزي والمحدّد السلوكي، وهو القائم بالربط بين حضور سيدنا موسى (عليه السلام) إلى الوادي وبين حدث التكليف بفاعليّته الاستدعائيّة؛ لتوافقه مع الحاجة إليه، زيادة على حب الاستطلاع، فعّد ضمن سياق الخطاب النموذج الأهم في مقام الاتصال بتتبّع أثره تمهيداً لحصول التكليف بالرسالة وتبليغها عن الله تعالى، فما بين حضور الوادي والتكليف نموذج عامل ووسيط إشهاري (النَّار) يبرز علامة ترويجيّة استدعائيّة، تنهض بدور المحفّز الإنجازي.

يرتبط البُعد الإشهاري بما تقدّمه توظيفات الأمكنة بوصفها أنموذجاً فاعلاً في عمليّة التواصل وخصوصية الإعلام بالمقاصد؛ إذ تشكّل مرجعيّة إفهاميّة تحدّد طبيعة الخطاب وتفرض نمطاً في توجيه الرسالة وطريقة تقديم موضوعها؛ فللمكان وساطة تأثيريّة في السلوك والمواقف، فهو يحيل على دلالات تتناسب وخصوصيّة في الأحداث المتنوّعة^(٥٤)؛ فله مرجعيّة استدلاليّة بمجال يرتبط بتوجيه القصد وبثّه، فالسماء بالنسبة للمؤمن مكان يرتبط مدلوله بفضاء تعبيری يفصح عن مكنونات النّفس وتطلّعاتها ورغباتها، فإليها يُصرف التوجّه بالدّعاء والتّواصل العقدي؛ لأنّها مركز العطاء ومحور المناجاة، فارتبطت ببُعد إشهاري يرتبط بذوات المؤمنين وطلب تحقيق الإرادة، كما في قوله تعالى: ﴿قَدْ نَرَى تَقَلُّبَ وَجْهِكَ فِي السَّمَاءِ فَلَنُوَلِّيَنَّكَ قِبْلَةً تَرْضَاهَا فَوَلِّ وَجْهَكَ شَطْرَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَحَيْثُ مَا كُنْتُمْ فَوَلُّوا وُجُوهَكُمْ شَطْرَهُ وَإِنَّ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَيَعْلَمُونَ أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّهِمْ وَمَا اللَّهُ بِغَفِلٍ عَمَّا يَعْمَلُونَ ﴿١٤٤﴾﴾ [البقرة: ١٤٤]، إذ يتجسّد سلوك نبويّ في ضوء تواصلية طلبية يجسدها العامل المكاني (السماء) الذي يتحيّز لبعد إشهاري بترديد الوجه الشريف نحوه بقصد الإفصاح عن الرّغبة بالتوجّه في الصلاة إلى البيت الحرام، وهذا التردّد منبئ بإعلان المبتغى الذي يجعل من الذات النبويّة تتوجّه إلى مكانيّة الطّلب، فالسماء هي المكان الواسع الذي يوحى بسعة عطاء الله تعالى في مواجهة الوجه الشريف للحيّز المتّسع ((فيدلّ على استعراض الأشياء فيه للوقوف على ما يحبّ ويرضى، فالتقليب إمّا أن يكون بأن تتقلّب الصّور أمام الناظر، وإمّا أن يقلّب الناظر نظره في الأشياء))^(٥٥)، ما يعني ارتباط المكان بإجابة فعل الإشهار المتجسّد بإشاريّة تقليب الوجه، فقلوله: (ثمّة ٥) جسّد معمول البُعد الإشهاري: الطّلب مقابل الاستجابة، وإشهار العطاء مقابل رفعة المكانة النبويّة بدلائل القرب وتحقيق الرّغبة.

تتشكل الأبعاد الإشهارية بخصوصية السلوك لتحليل على المكان بفاعلية تقديمه بما يتناسب وسلوك الشخصيات، أي بخصوصية إثبات مدلوله في ذهن السامع ويدفع باتجاه الفهم والإفهام، فهو مقوم من مقومات البناء النصي لإيضاح المعاني^(٥٦)، فيكون موجهاً إشهارياً يكشف عن مقاصده، كما في قوله تعالى: ﴿وَإِذَا غَشِيَهُمْ مَوَجٌ كَاطِلٌ دَعَوْا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ فَلَمَّا نَجَّاهُمْ إِلَى الْبَرِّ فَمِنْهُمْ مُّقْتَصِدٌ وَمَا يَجْحَدُ بِآيَاتِنَا إِلَّا كُلُّ خَتَّارٍ كَفُورٍ ﴿٣٢﴾﴾ [لقمان: ٣٢]، إذ تضمن التعبير مشهداً يبرز المكان مرتبطاً بموقف نفسي يصوره المتخيل الذهني: (ك ك)، والظل: ((كل ما أظلك من جبل أو سحب أو غيرهما))^(٥٧)، فارتبط على إطلاقه بمدلول الإخافة والتّهويل ضمن بعد إشهاري ومرجع عقدي، فحدث تقاذف الأمواج مؤثر يثير الفرع ويبث الرعب في النفس؛ لأنّ الموج ((يكون أشدّ إرهاباً وأقوى تخويفاً إذا هو ارتفع حتى ظلّ الرؤوس، هنالك يملأ الخوف القلوب وتذهل الرهبة في النفوس، وتبلغ القلوب الحناجر))^(٥٨)، فأخرج المكان مشبهاً بالظل ينطوي على بثّ المعاني العقدية بمقابلة الإخلاص الموجب للطف الله وعنايته للانحراف السلوك الموجب لنقمته، فهو إعلام إخباري بمدلول الترغيب والترهيب والوعد والوعيد.

يرتبط النموذج الإشهاري العامل بقيم تشكّله بمجال استدلالي ومنطلق حاجي يوجه التعبير نحو الدلالة القصديّة، كما قميص سيدنا يوسف (عليه السلام)، الذي يمثل بعداً إشهارياً في سرد الأحداث، فقد ورد ذكره ثلاث مرّات، يتخذ المخاطب في كل مرّة موقفاً تجاه حدثه، فحين مكر الإخوة بسدينا يوسف (عليه السلام) واجهوا أبيهم: ﴿وَجَاءُوا عَلَى قَمِيصِهِ بِدَمٍ كَذِبٍ قَالَ بَلْ سَوَّلَتْ لَكُمْ أَنْفُسُكُمْ أَمْرًا فَصَبْرٌ جَمِيلٌ وَاللَّهُ الْمُسْتَعَانُ عَلَى مَا تَصِفُونَ ﴿١٨﴾﴾ [يوسف: ١٨]، فيعقوب (عليه السلام)، استدلاً بالقميص على كيدهم كما استدلوا به على هلاكه، ليكون وسيطاً حاجياً انعكاسياً، ونموذجاً إشهارياً بمؤشّر الدّم، فأعلن موقفه بتكذيبهم: (قَالَ بَلْ سَوَّلَتْ لَكُمْ أَنْفُسُكُمْ أَمْرًا)، وذات النموذج (القميص) يبرز في مشهد مراودة امرأة العزيز له: ﴿وَشَرَوْهُ بِثَمَنٍ بَخِيسٍ دَرَاهِمَ مَعْدُودَةٍ وَكَانُوا فِيهِ مِنَ الزَّاهِدِينَ ﴿٢٣﴾ وَقَالَ الَّذِي اشْتَرَاهُ مِنْ مِصْرَ لِامْرَأَتِهِ أَكْرِمِي مَثْوَاهُ عَسَى أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا وَكَذَلِكَ مَكَّنَّا لِيُوسُفَ فِي الْأَرْضِ وَلِنُعَلِّمَهُ مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ وَاللَّهُ غَالِبٌ عَلَى أَمْرِهِ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٤﴾ وَلَمَّا بَلَغَ أَشُدَّهُ ءَاتَيْنَاهُ حُكْمًا وَعِلْمًا وَكَذَلِكَ نَجْزِي الْمُحْسِنِينَ ﴿٢٥﴾ وَرَوَدَتْهُ الْمَتَّى هُوَ فِي بَيْتِهَا عَنْ نَفْسِهِ وَغَلَّقَتِ الْأَبْوَابَ وَقَالَتْ هَيْتَ لَكَ قَالَ مَعَاذَ اللَّهِ إِنَّهُ رَبِّي أَحْسَنَ مَثْوَايَ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ ﴿٢٦﴾ وَلَقَدْ هَمَّتْ بِهٖ وَهَمَّ بِهَا لَوْلَا أَنْ رَأَى بُرْهَانَ رَبِّهٖ كَذَلِكَ لَصِرَفَ عَنْهُ السُّوءَ وَالْفَحْشَاءَ إِنَّهُ مِنْ عِبَادِنَا الْمُخْلَصِينَ ﴿٢٧﴾ وَأَسْبَقَتَا الْبَابَ وَقَدَّتْ قَمِيصَهُ مِنْ دُبُرٍ وَأَلْفَيَا سَيِّدَهَا لَدَا الْبَابِ قَالَتْ مَا جَزَاءُ مَنْ أَرَادَ بِأَهْلِكَ سُوءًا إِلَّا أَنْ يُسْجَنَ أَوْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٢٨﴾ قَالَ هِيَ رَاوَدَتْنِي عَنْ نَفْسِي وَشَهِدَ شَاهِدٌ مِنْ أَهْلِهَا إِنْ كَانَ قَمِيصُهُ قُدَّ مِنْ قُبُلٍ فَصَدَقَتْ وَهُوَ مِنَ الْكَاذِبِينَ ﴿٢٩﴾ وَإِنْ كَانَ قَمِيصُهُ قُدَّ مِنْ دُبُرٍ فَكَذَبَتْ وَهُوَ مِنَ الصَّادِقِينَ ﴿٣٠﴾﴾

﴿يوسف: ٢٠-٢٧﴾، فقد حاولت قلب سيرورة الحدث، فبادرت زوجها باتهام سيدنا يوسف (عليه السلام) بإيقاعها بالغواية؛ ليحيل مؤشّر القدّ على بُعد إشهاري يرتبط بالنّوازع الخاصّة وتمثيلاً لرغبتها به، ليندرج ضمن إشهار الانفعالات ((كلّ ما يمكن أن تكشف عنه المحاولات التي يقوم بها المستشهر من أجل تبليغ بعض الخاصيّات))^(٩٩)، فيجسد الافصاح عن مفاهيم قد تتفصل عن تحقّقها لكنّها قارّة في نفس المشهّر وتثيره عمليات التّواصل الإعلاني، فجذبه إليها صار مؤشراً إشهارياً يؤكّد تشيئ القميص دالاً حجاجياً (إشهارياً) على براءته بمواجهة كيدها، زيادة على إذعان العزيز بما ترتب عليه من دلائل نتائجيّة بموقفه الإعلاني: ﴿يُوسُفُ أَعْرَضَ عَنْ هَذَا وَاسْتَغْفِرِي لِذَنبِكِ إِنَّكِ كُنتِ مِنَ الْخَاطِئِينَ﴾ ﴿يوسف: ٢٩﴾، أي بمعطيات رؤية قدّ القميص من الدُّبر، لتبرز إشارة تؤكّد إشهار مرادوتها، فأفهم أنّها تلاحقه بينما كان يحاول تركها، كما يبرز البُعد الإشهاري للقميص في قوله تعالى ﴿أَذْهَبُوا بِقَمِيصِي هَذَا فَأَلْقُوهُ عَلَى وَجْهِ أَبِي يَأْتِ بَصِيرًا وَأْتُونِي بِأَهْلِكُمْ أَجْمَعِينَ﴾ ﴿٢٨﴾ وَلَمَّا فَصَلَ الْعِيرُ قَالَ أَبُوهُمْ إِنِّي لَأَجِدُ رِيحَ يُوسُفَ لَوْلَا أَنْ تُفَنِّدُون ﴿٢٩﴾ قَالُوا تَاللَّهِ إِنَّكَ لَفِي ضَلَالِكَ الْقَدِيمِ ﴿٣٠﴾ فَلَمَّا أَنْ جَاءَ الْبَشِيرُ أَلْقَاهُ عَلَى وَجْهِهِ فَارْتَدَّ بَصِيرًا قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣١﴾﴾ ﴿يوسف ٩٦-٩٣﴾، إذ يحيل على بُعد إشهاري تضميني يتمظهر بتمثله موضوعة الحياة، فيتمثل على مركزيّة الاهتمام وتوجيه يوسف (عليه السلام) لدلائليّة، ليقوم بوظيفة تبادل المفاهيم بين مرسل وموّل في ضوء المعيّنات التّركيبية والخطابية (الإنجازيّة) فتتجسد سنناً إفهاميّة خاصة تبرز رائحته مؤشراً (تواصلية) يقابل مؤشّر الدّم في الإخبار بأكل الدّئب له، ثمّ الإخبار بحياته، ما يعني أنّ القميص يأخذ موقعاً (إشهارياً) حيويّاً في سيرورة الأحداث، فبه أدخل الحزن على سيدنا يعقوب (عليه السلام)، وبه أدخل السّرور ببشرى اللقاء وبه رجع بصره، وبه اتّهم سيدنا يوسف (عليه السلام) بالغواية وبه حصلت براءته وبه أدخل السّجن، وبه تحقّقت دلائل النّبوة وتأوّل الرّؤيا بعلم أبيه بها، ما يعني أنّه يرتبط بمتواليات إشهارية في ضوء تعاضد المؤشّرات القائمة على نقل المعنى والإخبار به وتبيينه بالإفادة من النّمودج العامل مع قرائنه اللغويّة، بوصف الأخيرة مدخل لفكّ سننّيّة الإشهار التي تعلن موجّهات إفهاميّة وأفعال يقصد في ضوء إرساليتها حمل المخاطب على فهم شيء أو فعل شيء^(١٠٠)، ليعبر من وجهة نفسيّة أنّ للقميص فاعليّة المعالجة والتأهيل الذاتيّ وتنمية الروابط الأسريّة وتشكيل قيم أخلاقيّة تشتمل على موضوعة الإشهار الرئيّسة، أي ممّا تضجّ به القصة من عدائيّة الإخوة، فإرسال القميص مع إخوته إشارة تحقّق بواعث النّظمين وواسطة تحوّل الإخوة بمنطق الصّدق مع أبيهم، وتحوّل موقف تكذيبهم إلى كسب ثقته، فجدّد معالجة إصلاحيّة لتصحيح مسارهم السلوكي،

ثمّ باجتماع الأهل جمعياً واستعادة العلاقة وتوطيدها؛ مما يؤكّد إلغاء عقدة ضغائن الحسد على أخيه.

الإشهار بالمظهر الأيقوني:

تشكّل الأيقونات في سياقها التعبيري خطاباً موجّهاً يقوم على علاقات التمثّل الذهني في ضوء المظهر المادّي ليحيل على مدلول يبرز ضمن الوظائف التخاطبيّة ببعد إشهاري لتكون موارد إحاليّة على علاقة تماثل بياني (نسبي) ضمن تشكيل سيمولساني يتّسع لمضمرات ترتبط بالعلامات الأيقونيّة بوصفها مكّونا رئيساً من مكّونات الصّورة الإشهاريّة التي تسعى للقول أكثر مما تعرضه على مستوى التصريح^(٦١)، ففي ضوء التّمظهر الأيقوني تتجلّى علامة إشهاريّة، مرتبطة بدالٍ إيحائي الممتلئ ((في استعمال اللغة بطريقة تدلّ بها على غير ما تقوله))^(٦٢)، أي بعلاقة تماثل غير اعتباطية يهيمن فيها الإشهار بخصائص تصويريّة تحيل على موضوعها الوضعي الذي يفترض استحضار المكوّن البنيوي وفضاء اشتغاله وجوداً مشاركاً في توجيه الدّلالة وتحديد مستويات الإشهار فيها، فالكيان الأيقوني يفرض ديناميّة تناظريّة تتجاوز حياديّة الذات الممثّل بامتداد إلى مرجعه النّقلي مع تنوع الدّلالة وسعة الإيحاء بحلول شيءٍ صوريّ مكان شيءٍ آخر يبرهن استدلالاً يفسر علامته^(٦٣)، ما يعني أن المظهر الأيقوني يرتبط بالإشهار المرجعي، الذي يقوم على ((أسلوب إعادة إنتاج بعض الصور من الحياة اليوميّة، وعلى تبني شعار الحقيقة في تصوير لقطات الإرسالية وتبليغ مضامينها للمشاهد))^(٦٤)، فالمحدّدات الأيقونيّة تتطابق والتكوين المرجعي بدرجات المشابهة الخاضعة للإنتاج التّعبيري الذي يجعل للوصلة الإشهاريّة انفساحاً على عوالم ثقافيّة؛ لأنّ المشابهة ((تمثّل وظيفة تحافظ على قدر نسبي من المطابقة بين التمثيل وبين خصائص الأنموذج الممثّل))^(٦٥)، فضلاً عن كون العلامة الأيقونيّة في ضوء تشكّلها الإرسالي وتدلّيلها الإشهاري ((لها دالٌّ تتقبل بموجبه المحدّدات الفضائيّة للاستمرار مع المرجع، إنّ العلامة الأيقونيّة علامة وسيطة بين وظيفتين اثنتين: إحالة إلى نموذج للعلامة، وعلى منتج (العلامة))^(٦٦)، ولما كان البعد الإشهاري يتمظهر بوسائل تتفاعل بنظام تعبيري وسياق موضوعي، فإنّه يقتضي تدليلاً مفاهيمياً تتماشى دواله مع طبيعة موضوعه ومقصد إيراد المعلومات وإبلاغها، ما يعني أنّه مشتملٌ على ثراء في المضامين المنقولة والتي تؤوّل بحسب سياق الاستعمال والتلقي^(٦٧)، ومن هنا تأخذ الأيقونة فهماً يرتبط بتشكلات التماثل الإخباري الذي يسوّغ اشتغالها بمجالات البعد الإشهاري المفسّر أو المبلّغ، فالأيقونة تعني أنّ ((العلامات التي تربطها بعلاقة تشابه مع ما تحيل عليه في الواقع الخارجي))^(٦٨)، فهي ديناميّة اشتغاليّة على المستوى البصري والذهني، ويرتبط اشتغالها بالبعد الإعلامي بفاعليّة الإحالة على المعطى الإفهامي ضمن تقنيات التعبير الصّوري الظّاهراتي، الذي يشكّل خطابه ((سلسلة من الرّموز التي تؤسّس من خلال نسبها

وعلاقتها التشابهيّة الشّيء والفكرة والحدث الذي تمثّله ((^(٦٩))، وما دامت الأيقونة تعني الصّورة فإنّها تتشكّل بمجال علائقي ينبيء بمعرفة إدراكية تحدّد المدلّولات بتمثيل ذهني وإعادة محاكاة بالوسائل التي تسمح بتقديم معلومات وعقد حلقة معرفيّة فنقوم بتدعيم الإعلام المرئي، ومن هنا ارتبطت الأيقونات بالتعبير الكاريكاتيري الممثّل، وهو تسمية تطلق على التشكيل الذي يحمل مضموناً إفهامياً يحتوي على مفارقة تعبيرية واستدلالية إعلامية^(٧٠)، وهو مظهر من مظاهر التعبير الصوري الذي يعمد إلى تحريف الملامح وتشويه حقيقة الصّورة الأصليّة^(٧١)، بما يحقّق فاعليّة الجاذبيّة للإعلام المتّصل بعملية التفكير وإخراج الإنجاز التعبيري إلى مجالات الاتصال ومستويات التلقّي، علماً أنّ فاعليّة الإعلام الصوري بُعد وظيفي استعماله لدى المتّصلين عبر الأزمنة والمجتمعات^(٧٢)، ولم يكن القرآن الكريم في منأى عن ذلك؛ إذ وظّف هذا الأساس للتعبير عن وقائع يرسم مظهرها بُعداً إعلامياً بمستويات استدلالية تعتمد إلى مجالات إخراج الأحداث مرتبطة بسياقها الصوري فيؤسّس لبرمجة تعبيرية وإخراج تقني ينجز دلالة تؤوّل وظيفتها بالنقل الإشهاري والاستعمال الالسنّي التكنيفي كما في هذه الأمثلة المختارة:

يحقّق البُعد الإشهاري معطيات دلالية يقتضيها المقام الخطابي بفاعليّة الأيقون الذي ينهض بتشكّل الحدث، كما في عصا سيدنا موسى (عليه السلام) وتحولاتها المنبئة بالقدرة المعجزة وصدق الادّعاء الذي يترتب عليه إبطال عمل السّحرة، وفي تحولات العصا: حيّة، ثعبان، جان، بُعد إشهاري يوظّف لاعتبارات الحدث بتعدّد الوصف لتحقيق الغرض الموضوعي، فنقرأ: ﴿وَأَوْحَيْنَا إِلَىٰ مُوسَىٰ أَنْ أَلْقِ عَصَاكَ إِذَا هِيَ تَلْقَفُ مَا يَأْفِكُونَ ﴿٣٧﴾ فَوَقَعَ الْحَقُّ وَبَطَلَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٣٨﴾﴾ [الأعراف: ١١٧-١١٨]، فمقام الإشهار مقام بالمواجهة الجمعي يرتبط بالجانب العقدي، يتجسّد بحدث إلقاء العصا ثمّ تحولها حيّة، وهذا التسلسل يفيد من دلالة المفاجأة وسرعة تحوّل النوع الخلقي وغرائبته المتجسّد إفهاماً بالقدرة التي تتجاوز عمل السحر الذي هو من قبيل الفعل البشري؛ لأنّ فعل الإلقاء يثبت فاعلية العصا (الأيقون الإشهاري) بمرادويّة إفهاميّة تحرّر الذهن المغتصب من المستحوذ الوهمي على الحشود، ولاسيما السّحرة أنفسهم، فالعصا صارت تلتقف إفكهم في ضوء ((سرعة الأخذ، مما يوحي إليك باليد أو باللسان))^(٧٣)، وهو الحدث المنبئ عن سرعة إظهار الحقّ وبيانه بفعل التناول والبلع، كما تثبت فاعليتها بعنصر الدّهشة غير المتوقع حصولها، كما نقرأ عن العصا أيضاً: ﴿رَبِّكَ إِلَهٌ مُّخْتَلِفٌ أَلْوَانُ الْسَّحَابِ ﴿٢٢﴾ فَالْأَبْجَادُ كُنَّ كَالْفِهْرِ الْمَنِيَّةِ ﴿٢٣﴾﴾ [النمل: ١٠]، وأيضاً قوله تعالى: ﴿وَأَنَّ أَلْقَىٰ عَصَاكَ فَلَمَّا رَآهَا تَهْتَزُّ كَأَنَّهَا جَانٌّ وَلَّىٰ مُدِرِبًا وَلَمْ يُعَقِّبْ يَكْمُومُونَ أَقْبِلْ وَلَا تَخَفْ إِنَّكَ مِنَ الْآمِنِينَ ﴿٣١﴾﴾ [القصص: ٣١]، بوصفها المعجزة التي قرّرت ضلال

فرعون بادعاء الألوهية، وقطعت المزاعم التي تجعل حدثها مشابها أعمال السحر، فتشبيها بالجان يشكاً بعدا إشهارياً يعلم المخاطب الجمعي بحدث تحوّلها المعجز ((أنها في اهتزازها وخفة حركتها وسرعتها كالجان في صورة الثعبان))^(٧٤)، كما أنّ إدبار موسى يشكّل ارتباط عملية التحوّل بحقيقة الحدث المصاحب تحوّلًا يجعل الخوف أماناً وإشعاراً بالعناية وتدبير الأمر.

يتناسب البعد الإشهاري وما تفرزه المتضمنات الأيقونية في سياقها التعبيري فيما تدفع بمقررات عقديّة تُسهم بتصور الأحداث القرآنيّة بما ينسجم ومعطياتها الغيبية ضمن سرد الوقائع التاريخية، فيتّصل سردها بالمدرّك العقلي الذي يُستنبط من مدلوله صياغة تصوّرات تتجاوز المدلول التعبيري إلى استلهاً الحقائق العقديّة، كما في قوله تعالى: ﴿أَلَمْ تَرَ كَيْفَ فَعَلَ رَبُّكَ بِأَصْحَابِ الْفِيلِ ۚ أَلَمْ يَجْعَلْ كَيْدَهُمْ فِي تَضْلِيلٍ ۚ وَأَرْسَلَ عَلَيْهِمْ طَيْرًا أَبَابِيلَ ۖ تَرْمِيهِمْ بِحِجَارَةٍ مِّن سِجِّيلٍ ۖ فَجَعَلَهُمْ كَعَصْفٍ مَّأْكُولٍ ۚ﴾ [الفيل: ١-٥]، إذ يبرز الدالّ الأيقوني (عصف مأكول) بتشكّل إشهاري تقريريّ بالإفادة من توظيف الاستقهام الذي يجعل من مصير الكافرين ينتهي إلى سوء المنقلب، ليوجّه المتلقي بإشهار دلالات هلاك الطغاة المتجبرّين، فالوصف يشكّل مجالاً استدلالياً بسلسلة من تحولات الهيئة؛ لتكون على مستوى التلقّي اشتغال المظاهر والبُنى ضمن حقول الدلالة والإنشاء الإفهامي؛ إذ أنّ الاشتغال الأيقوني يجسّد بحثاً في الموضوع الذي تشكّله الأيقونة في التّوصيل والمحاكاة بسمة الاستدلال والتمثيل بين المحيل والمُحال إليه، أي بمشاركة بعض الخصائص فتدلّ على موضوعها في سياق توظيفها^(٧٥)، فكلّ أيقونة خصوصيّتها الملائمة لحدثها الإخباري فقلوبه: (هـ ٥ ٨) مظهرٌ إعلامي يعبر عن تحوّل الشكل والهيئة بعد نزول العذاب المصوّر للبشاعة والاحتقار بهم، والعصف: ورق الزّرع تأكله البهائم وتدوسه بأرجلها ثم تطرحه على الأرض بعد أن كان أخضرًا يانعاً^(٧٦)، فالتمثّل الأيقوني لأصحاب الفيل بعد القوّة وصيرورتهم متساقلين على الأرض هالكين يحيل على إفهام تصوّري بمدلول صوري يجسّد تقطّع أجسادهم كزرع أكلته الدّواب وراثته، فصاروا لا يُلتفت إليهم، فناسب إهلاكهم بالحجارة وصفهم الذي انطوى على إشهار القدرة المعجزة بإهلاك الطّغاة المتجبرّين، من جهة التّدليل على الإهلاك والإفناء الذي يحيل على بعد إشهاري وما يصاحبه من مخرجات يقتضيها المقام فتفهّم مقاصد التعبير القرآني الذي يتحصّله المتلقي بتأمّل مظهرها.

يضع التعبير القرآني في خطاب القصّ بين يدي المتلقي بنى أيقونيّة تعبر عن الوقائع وتجسيد بُعد إشهاري بمقادير الأحداث، فتبرز جانباً تواصلياً بالقصد الذي يريد التعبير عنه أو إعلان مضمونه وبيان محتواه، بوصف القصّ أليّة تعبيرية إشهارية يوظفها التعبير القرآني ليحقّق من ورائها فاعليّة واقعيّة وينشئ دلالة الاعتبار ويشيع معاني الاتّعاض، زيادة على تدعيم الوعي الجمالي الذي ينساب حكياً وسرداً إلى مجمل تشكيلاته النصيّة^(٧٧)، فهي مجالات تحقّق أبعاداً إشهارية

بمؤشّرها في سياق ورودها ومناسبة سردها، كما في أيقونة (الغراب) التي ارتبطت ببُعد إشهاري يؤلّف ارتدادات مفهوميّة يتلمّسها المخاطّب ضمن التدليل بمقاصد الأحداث، ليبرز في التعبير القرآني خطاب الأيقون المتحرّك باستدلاليّة تسهم بتحريك الشخصية وتتحكّم بعملية الإفهام، فنقرأ قوله تعالى: ﴿ فَطَوَّعَتْ لَهُ نَفْسُهُ قَتْلَ أَخِيهِ فَقَتَلَهُ، فَأَصْبَحَ مِنَ الْخَاسِرِينَ ٣٠ قَبَعَتْ اللَّهُ غُرَابًا يَبْحَثُ فِي الْأَرْضِ لِرَبِّهِ كَيْفَ يُؤَرِّى سَوْءَةَ أَخِيهِ قَالَ يُؤَيِّلَتْنِي أَعْجَزْتُ أَنْ أَكُونَ مِثْلَ هَذَا الْغُرَابِ فَأُؤَرِّى سَوْءَةَ أَخِي فَأَصْبَحَ مِنَ النَّادِمِينَ ٣١ ﴾ [المائدة: ٣٠-٣١]، إذ أنّ حضور الغراب في سيرورة الأحداث ينطوي على مجال ذهني استدلالي؛ لأنّ صورته بمظهرها الأسود وأيقونيّتها المتحرّكة تتناسب ومقام الجرم، فظهوره يأتي مع تدرّج الأحداث وتسلسلها، أي بعد حدث القتل ليُعلم القاتل ما يفعل بمقتوله، فكان ظهوره منبّها لإعمال الفكر حال مشاهدة حدث المورة، فأفكر القاتل فعله استشعارا بالنّدم، وفيه تحقير ولوم فضلاً عمّا لحقه من إسقاط أبويه وتبشيريه بأنّه من أصحاب النّار^(٧٨)، فالتوظيف الأيقوني مستعمل في الإعلام الإشهاري، فاختيار الغراب اختيار قصدي يتناسب ومكر الغراب وحيلها في إخفاء الأشياء، ولمناسبة ما يعتري النّاظر إلى سواد لونه من الانقباض بما للأسيف الخاسر من انقباض النفس، ولأنّه في الأصل مبعث في التشاؤم، ولذلك قيل: غراب البين^(٧٩)، وعليه فإنّ البُعد الإشهاري قائم بظهوره شكلاً أيقونياً دالاً، وبفعلة التّعليمي (نؤ) ليأخذ عنه علم المورة، فناسب سلوكه مقام جهله وعجزه؛ إذ هو أعلم منه وأنفع، فصار دالّه التّعليمي في هذا المقام يتناسب ومدلوله العُرفي في التشاؤم، المتجسد في إظهار ندمه، فسوّقه إشهاراً إفهامياً حاصل للتعبير عن تحقّق الشر، فصار موجهه الشكلي وسلوكه البياني إعلان عن قيم تعليمية خاضعة لخصوصيّة الواقعة، أي بأبعاد إشهار الفجعية وتأكيد الخطئية بملازمة تسنين ثقافي وظف من أجله أو مما تشكّل بخصوصيته من تمثّلات تحاكي مناسبة الوقائع بغية إشهار حدثها والتعريف بأبعادها، ما يعني أن إيرادها حاصل بقصد معرفي.

الخاتمة: بعد التطواف بمداخل البحث ومنطلقاته توصلنا إلى نتائج نوجزها بالآتي:

- إنّ البعد لإشهاري مجال يتشكّل في ضوء التزوّد بالإخبار والمعلومات التي تسهم بتكوين خبرة موضوعية تجاه الوقائع بالفهم والإفهام، وإنّ تشكّله يبرز بوسائل توافر شبكة من الموجّهات الاستعمالية التي تأخذ مساحة من تبلو الأفكار في شكل دال ينضّد مدلولات تدعّم اتصالاً يروّج لقصد ما ويعيّن دلّالته.

-يتمثل البعد الإشهاري في التعبير ضمن أنشطة الإذاعة والاتصال الإخباري، وإنّ تتبّع الوسائل الناقلة يبرز برصد المؤثرات التوظيفية التي تسهم بتحقيق الاستجابة والتفاعل للمعطى الخبري، ما يعني أنّ التواصل الإذاعي قائم على ظلال الحقيقة المروّج لها وليس للحقيقة الظاهرة إعلاناً استدعائياً.

-يرتكز البعد الإشهاري على فاعلية المؤثر البصري الذي يُنَاط به وظيفة إبلاغ محتوى وتحصيل إدراك معرفي، وهما وظيفتان يسلكهما خطاب الإشهار للخروج إلى العالم الخارجي، فيسعى لصياغة المعنى صياغة إنتاجية، تولّد الاستجابة الوجدانية والأسلبة التي تعيد للذهن حالة تواصل انفعالية تهيء لوعي يجذّر مفاهيم آنية بمرجعية إشهارية.

- يبرز النموذج العامل بوصفه بؤرة إرسالية مهيمنة تقوم بوظيفة توجيهية، لتأويل الإرسالية الإشهارية، إذ تمتلك البنى العاملة كفاءة تواصلية تخضع لاعتبارات التلقي عبر أسس التخاطب الوظيفي: الإقناعي، التقريري، الإيحائي، الإفهامي، الحجاجي، فهو مجال إنجازي وأدائي يمثل تشكلاً إشهارياً لمضمرات قصدية في مقام التخاطب.

- يمدّ الكيان الأيقوني أبعاداً تخضع إلى مجال الاستدلال الذهني بما يحيل على مواجهة طرفين بأبعاد المشابهة موضوعياً، لتتشكّل بُعداً إشهارياً يُستنتج من تفكيك مرجعية المظهر الصوري الدالّ القائم على اللقطة في بناء الوصلة الإشهارية، وهو من هنا يقارب الخطاب الصحفية في رسوم الكاريكاتير بمدلوله الوظيفي ومحتواه الإعلامي، الذي لا يقدّم المعنى بطريقة مباشرة أو يمكن تعيينه تقريرياً.

الإحالات:

(١) ينظر: دليل مصطلحات الدراسات الثقافية والنقد الثقافي، إضاءة توثيقية للمفاهيم الثقافية المتداولة: ٦٢، ٦٣.

(٢) التحليل السيميائي للخطاب الإشهاري، المكوّنات، البنيات الوظائف: ٨٦.

(٣) آليات الخطاب الإشهاري، الصورة الثابتة نموذجاً (بحث): ١١٧.

(٤) صحافة المجتمع الجماهيري: ٩٨.

(٥) ينظر: مدخل لدراسة الإشهار (بحث): ٦.

(٦) التحليل السيميائي للخطاب الإشهاري، المكوّنات، البنيات الوظائف: ٣٢.

- (٧) ينظر: استراتيجيات التواصل الإشهاري: ١٦٨.
- (٨) آليات الخطاب الإشهاري، الصورة الثابتة نموذجاً (بحث): ١١٧.
- (٩) ينظر: السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق: ٥٢٩.
- (١٠) ينظر: بلاغة الكلمة في الخطاب الإشهاري، دراسة في نماذج تطبيقية (بحث): ١٠-١١.
- (١١) الكلام عملاً - مقارنة تداولية (بحث): ٥٧.
- (١٢) السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها: ٥٩.
- (١٣) الشكل والخطاب، مدخل لتحليل ظاهراتي: ٥١.
- (١٤) الإنشاء في العربية بين التركيب والدلالة: ١٨٧.
- (١٥) ينظر: الخطاب الإشهاري بالمغرب، استراتيجية التواصل: ٦٥.
- (١٦) أثر الأبعاد التداولية في الخطاب الاعلامي (بحث): ١٧٩.
- (١٧) المصدر نفسه: ١٨٠.
- (١٨) ينظر: لسان العرب: مادة (شَهَر).
- (١٩) ينظر: بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري (بحث): ٣.
- (٢٠) ينظر: دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي: ٤.
- (٢١) الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية، سورة يوسف نموذجاً: ٣٠.
- (٢٢) ينظر: سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثيلات الثقافية: ٨.
- (٢٣) فن العلاقات العامة والإعلام: ٥١.
- (٢٤) التخطيط الاعلامي في ضوء الإسلام: ٦٢.
- (٢٥) الإعلام النظري في الميزان: ١٧٥.
- (٢٦) ينظر: التداولية عند العرب: ٥٤.
- (٢٧) ينظر: تحليل الخطاب الاعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية: ٣٧.
- (٢٨) ينظر: الصورة الفنية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب: ٢٦٢.
- (٢٩) الكشف عن حقائق غوامض التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل: ١٣٩/١.
- (٣٠) ينظر: السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها: ٧٩.
- (٣١) ينظر: التحليل السيميائي للخطاب الإشهاري، المكونات، البنيات الوظائف: ٣٦.
- (٣٢) السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها: ٩٩.
- (٣٣) سيميائية الشخصيات في رواية سراق الحلم والفجعية (رسالة ماجستير): ١٣.
- (٣٤) روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني: ٢٧١ / ١٥.
- (٣٥) التفسير الكبير ومفاتيح الغيب: ٣٨١ / ٢٩.

- (٣٦) الألوان في القرآن الكريم (بحث): ١٨ .
- (٣٧) ينظر: التحرير والتتوير: ٣١٨ / ١٧ .
- (٣٨) ينظر: الألوان: دورها، تصنيفها، مصادرها، رمزيتها، دلالتها: ١١٠ .
- (٣٩) في ظلال القرآن: ٦ / ٣٤٩١ .
- (٤٠) الدافعية والانفعالات: ٩٩ .
- (٤١) ينظر: الوجه الكذاب المفضل (بحث): ٢٦ .
- (٤٢) ينظر: الكشف: ٤ / ٧٠٦ .
- (٤٣) ينظر: التحرير والتتوير: ١٧ / ٣٣٤ .
- (٤٤) ينظر: استراتيجيات التواصل الإشهاري: ١٣٣ .
- (٤٥) قصص القرآن الكريم دلاليا وجماليا : ٢ / ٤٤٤ .
- (٤٦) المصدر نفسه : ١٤١ .
- (٤٧) البحر المحيط: ١٠ / ٢٨١ .
- (٤٨) لغة الجسد في القرآن الكريم (رسالة ماجستير) : ٧٦ .
- (٤٩) ينظر: سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية: ٥١ .
- (٥٠) ينظر: الخطاب السردي: ٣٨ .
- (٥١) الاشتغال العاملي - دراسة سيميائية غدا يوم جديد: ١٩ .
- (٥٢) المصدر نفسه: ١٤ .
- (٥٣) السيميائية اصولها وقواعدها: ٥ .
- (٥٤) ينظر: العلامة المهيمنة لبنية المكان في الدراما التلفزيونية (بحث): ٢٩٠ .
- (٥٥) حركات جسد الإنسان في القرآن الكريم مفردات ودلالات (أطروحة دكتوراه): ٢٣٢ .
- (٥٦) ينظر: المكان والرواية، دراسة في فن الرواية العراقية: ٥ .
- (٥٧) الكشف: ٣ / ٥١٠ .
- (٥٨) من بلاغة القرآن: ١٥٥ .
- (٥٩) استراتيجيات التواصل الإشهاري : ٩٥ .
- (٦٠) ينظر: الخطاب الإشهاري ودلالات الفعل، الإشهار التلفزي نموذجاً : ١٢١ .
- (٦١) ينظر: بلاغة الخطاب الإشهاري: الصورة الثابتة نموذجاً (بحث) : ٧١ .
- (٦٢) التصوير والخطاب البصري، نمهيذ أولي في البنية والقراءة: ٩١ .
- (٦٣) ينظر: سيميائية الخطاب الفلمي مقارنة سيميو شعرية (أطروحة دكتوراه): ٢٢٨ .
- (٦٤) استراتيجيات التواصل الإشهاري: ١٣٣ .
- (٦٥) السيميائيات التداولية، قراءة في سيميائيات ش.س. بورس (رسالة ماجستير): ١٤٧ .

- (٦٦) الأيقونة في السيميائيات البصرية (بحث): ٢٢ - ٢٣.
- (٦٧) عندما نتواصل نغير، مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج: ٤٥.
- (٦٨) الأيقونة في السيميائيات البصرية (بحث): ١٨.
- (٦٩) المصدر نفسه: ١٩.
- (٧٠) ينظر: فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية: ٥.
- (٧١) ينظر: الكاريكاتير بين الحق في الإعلام والحق في الصورة (بحث): ٣٢.
- (٧٢) ينظر: الكاريكاتير بوصفه نصاً ملامح إجرائية (بحث): ٤٨.
- (٧٣) لسان العرب: مادة (لقف).
- (٧٤) الجمان في تشبيهات القرآن: ١٣١.
- (٧٥) ينظر: تيارات في السيمياء: ٥٧.
- (٧٦) التحرير والتنوير: ٣٠ / ٥٥١.
- (٧٧) ينظر: تعليق النص وتشكلاته في القرآن الكريم، سورة يوسف مثلاً: ٣٦.
- (٧٨) ينظر: البحر المحيط في التفسير ٤ / ٤١٨.
- (٧٩) التحرير والتنوير: ٦ / ١٧٣.

المصادر والمراجع:

- القرآن الكريم.

- الإعلام النظري في الميزان، سعيد اسماعيل حسن، مكتبة الملك فهد الوطني: الرياض، ١٩٩٧م.
- الألوان: دورها، تصنيفها، مصادرها، رمزياتها، دلالتها، كلود عبيد، تقديم د. محمد محمود، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع: بيروت، ط ١، ٣٠١١م.
- الإنشاء في العربية بين التركيب والدلالة، خالد ميلاد، المؤسسة العربية للتوزيع: تونس، ط ١، ٢٠٠١م.
- استراتيجيات التواصل الإشهاري، سعيد بنگراد وآخرون، دار الحوار: سورية، ط ١، ٢٠١٠م.
- الاشتغال العملي - دراسة سيميائية غدا يوم جديد، السعيد بوطاجين، رابطة كتاب الاختلاف: الجزائر، ط ١، ٢٠٠٠م.
- آليات الخطاب الإشهاري، الصورة الثابتة نموذجاً (بحث)، عبد العالي بوطيب، مجلة علامات: المغرب، ع ١٨، ١٩٩٨م.
- البحر المحيط، محمد بن يوسف أبي حيان الأندلسي (ت: ٧٤٥هـ) تح: الشيخ عادل أحمد عبد الموجود والشيخ علي محمد معوض، دار الكتب العلمية: بيروت، ط ١: ١٤١٣ هـ، ١٩٩٣م.
- التحرير والتنوير، محمد الطاهر بن عاشور (ت: ١٣٩٣هـ) الدار التونسية: تونس، د.ت.

- تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية، د. محمد شومان، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، ط ٢، ٢٠٠٧ م.
- التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، محمد كرم سليمان، دار الوفاء للطباعة والنشر: مصر، ١٩٨٨ م.
- التداولية عند العرب، دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، مسعود صحراوي، دار التنوير للنشر والتوزيع: الجزائر، ط ١، ٢٠٠٨ م.
- التصوير والخطاب البصري، تمهيد أولي في البنية والقراءة، محمد الهجاني، مطبعة الساحل: إسطنبول، ط ٢، د.ت.
- تعليق النص وتشكلاته في القرآن الكريم، سورة يوسف مثلاً، د. علي حداد حسين شبوط، مجلة تسليم: العتبة العباسية المقدسة، مج ٨، ع ١٥-١٦، ٢٠٢٠ م.
- التفسير الكبير ومفاتيح الغيب، الامام محمد فخر الدين الرازي (ت: ٦٠٦ هـ)، دار إحياء التراث العربي: بيروت ط ٣، ١٤٢٠ هـ.
- تيارات في السيميائية، عادل ياخوري: دار الطليعة للطباعة والنشر: بيروت، ط ١: ١٩٩٠ م.
- الجمان في تشبيهات القرآن، عبد الله ابن نايقا (ت: ٤٨٥ هـ) تح: محمود حسن أبو ناجي الشيباني، مركز الصف الالكتروني: بيروت، ١٩٨٧ م.
- الخطاب الإشهاري بالمغرب، استراتيجية التواصل، عبد المجيد نوسي، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية الجديدة: المغرب، ط ١، ٢٠٠٩ م.
- الخطاب الإشهاري ودلالات الفعل، الإشهار التلفزيوني نموذجاً، أحمد جيلالي، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية الجديدة: المغرب، ط ١، ٢٠٠٩ م.
- الخطاب السرد، سعيد بنگراد، سلسلة مسائلات، الدار العربية للكتاب: المغرب، ط ١، د.ت.
- الدافعية والانفعالات، إدوارد ج موراي، تر: أحمد عبد العزيز سلامة ومحمد عثمان، دار الشروق: القاهرة، ١٩٨٨ م، د.ط.
- دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، بشير إبرير، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع: إربد، ط ١، ٢٠١٠ م.
- دليل مصطلحات الدراسات الثقافية والنقد الثقافي، إضاءة توثيقية للمفاهيم الثقافية المتداولة، د. سمير خليل، مراجعة وتعليق: د. سمير الشيخ، منشورات الاتحاد العام للأدباء والكتاب في العراق: بغداد، ط ٢، ٢٠٢٢ م.
- روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني، لأبي الفضل شهاب الدين محمود الألوسي البغدادي (ت: ١٢٧٠ هـ) دار إحياء التراث العربي: بيروت، د.ت.

- سيميائيات الصور الإشهارية، الإشهار والتمثّلات الثقافية، سعيد بنگراد، إفريقيا الشرق: الدار البيضاء، المغرب، ٢٠٠٦م.
- السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، سعيد بنگراد، منشورات الزمن: الدار البيضاء، ٢٠٠٣م.
- السيميائية أصولها وقواعدها، ميشال آريفيه وآخرون، تر: رشيد بن مالك، منشورات الاختلاف، طبع المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، ط١، ٢٠٠٢م.
- السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق، جميل حمداوي، الوراق للنشر والتوزيع: عمّان، ط١، ٢٠١١م.
- الشكل والخطاب، مدخل لتحليل ظاهراتي، محمد الماكري، المركز الثقافي العربي: الدار البيضاء، بيروت، ط١، ١٩٩١م.
- صحافة المجتمع الجماهيري، عبدالله الطويرقي، مكتبة العبيكان: الرياض، ط١، ١٩٩٧م.
- الصورة الفنية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب، د. جابر عصفور، المركز الثقافي العربي: الدار البيضاء، ط٣، ١٩٩٢م.
- عندما نتواصل نغير، مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، عبد السلام عشتير، إفريقيا الشرق: المغرب، ٢٠٠٦م: ٤٥.
- فن العلاقات العامة والإعلام، إبراهيم إمام، دار الفكر العربي: القاهرة، ط١، ١٩٨٥م.
- فن الكاريكاتير في الصحافة الدورية، ممدوح حمادة، مكتبة الإسكندرية، دار عتروت للنشر: مصر، ٢٠٠٠م.
- في ظلال القرآن، سيد قطب دار الشروق: القاهرة، ط٣٥، ١٤٢٥ هـ، ٢٠٠٥م.
- قصص القرآن الكريم دلالاتها وجمالياتها، د. محمود البستاني، مؤسسة السبطين العالمية: إيران، ط١: ١٤٢٥ هـ.
- الكشف عن حقائق غوامض التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل، الإمام أبي القاسم جار الله محمود بن عمر الزمخشري (ت: ٥٣٨ هـ) تح: الشيخ عادل أحمد عبد الموجود وآخرون، مكتبة العبيكان: الرياض، ط١: ١٩٩٨م.
- لسان العرب، ابن منظور (ت: ٧١١ هـ) إعداد وتصنيف: يوسف خياط ونديم مرعشلي، بيروت، د.ت.
- المكان والرواية، دراسة في فن الرواية العراقية، ياسين النصير، دار الحرية للطباعة: بغداد، ١٩٨٠م.
- من بلاغة القرآن، د. أحمد بدوي، شركة نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع: القاهرة، د. ط، ٢٠٠٥م.

الأبحاث والرسائل والأطاريح

- الألوان في القرآن الكريم (بحث)، مأمون فريز محمود جرار، وزارة الاوقاف والشؤون الاسلامية: الكويت، ع ٣٠٧، ١٩٩٠م.
- أثر الأبعاد التداولية في الخطاب الاعلامي: مقال الدولة الجزائرية أقدم من فرنسا وماكرون مخطئ بجريدة الشريق اليومي أنموذجا (بحث) د. شهرزاد غول، مجلة: جسر المعرفة، ع ١، مج ٨: الجزائر، ٢٠٢٢ م.
- الأيقونة في السيميائيات البصرية (بحث) عبد المجيد بالعباد، مجلة أيقونات: الجزائر، ع ١، ٢٠١٠ م.
- بلاغة الخطاب الإشهاري: الصورة الثابتة نموذجا (بحث)، عبد العالي بوطيب، مجلة سيميائيات: مختبر السيميائيات وتحليل الخطاب، جامعة وهران ١، الجزائر، ع ٩، ٢٠١٣م.
- بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري، نظرة سيميائية تداولية (بحث)، بشير إبرير، مجلة الموقف الأدبي: اتحاد الكتّاب العرب، سوريا، مج ٣٥ ع ٤١١، ٢٠٠٥م.
- بلاغة الكلمة في الخطاب الإشهاري، دراسة في نماذج تطبيقية (بحث)، د. فتحي بحة، مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية: جامعة الشهيد لخضر الوادي: الجزائر، ع ٣، ٢٠٢٠م.
- حركات جسد الإنسان في القرآن الكريم مفردات ودلالات (أطروحة دكتوراه) عادل أحمد سلطان علي الحمداني، كلية التربية: جامعة الموصل، ٢٠١٣م.
- الخطاب الاعلامي واللسانية، نظرية جاكسون أنموذجا (رسالة ماجستير)، محجوب بتول، جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية الآداب والفنون: الجزائر.
- السيميائيات التداولية، قراءة في سيميائيات ش.س. بورس (رسالة ماجستير)، نفيسة بن يخلف، كلية الآداب واللغات وآدابها، جامعة وهران: الجزائر، ٢٠٠٨م - ٢٠٠٩م.
- سيميائية الشخصيات في رواية سراق الحلم والفجيرة لعز الدين جلاوي (رسالة ماجستير)، أحلام غريش، كلية الآداب واللغات: جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، ٢٠١٥م.
- سينمائية الخطاب الفلمي مقارنة سيميو شعرية (أطروحة دكتوراه)، محمد عدلان بن جيلالي، كلية الآداب واللغات والفنون، جامعة وهران: الجزائر، ٢٠٠٩م - ٢٠١٠م.
- العلامة المهيمنة لبنية المكان في الدراما التلفزيونية (بحث)، صادق كاظم عبد علي، مجلة الأكاديمي: العراق، ع ٩٤، ٢٠١٩م.
- الكاريكاتير بين الحق في الإعلام والحق في الصورة، تداعيات أزمة الرسوم بين لولاند بوسهر الدرنيماركية وشارلي إبيكو الفرنسية (بحث)، جلول خلاف، مجلة العلوم الاجتماعية: الجزائر، ع ٢٠، ٢٠١٥م.
- الكاريكاتير بوصفه نصا ملامح إجرائية، الكاريكاتير بين الأدب القصصي والدرامي والسينما والتشكيل (بحث)، د. بخموشة إلياس، مجلة النص: الجزائر، ٢٠١٥م.

- الكلام عملاً - مقارنة تداولية (بحث) لطيف حاتم عبد الصاحب الزامل، مجلة القادسية للعلوم الإنسانية، ع ٢١٤، مج ١٥ .
- لغة الجسد في القرآن الكريم (رسالة ماجستير) إسامة جميل عبد الغني ربابعة كلية الدراسات العليا: جامعة النجاح الوطنية: نابلس، فلسطين، ٢٠١٠ م .
- مدخل لدراسة الإشهار (بحث)، حميد لحميداني، مجلة علامات: المغرب، ع ١٨، ١٩٩٨ م.
- الوجه الكذاب المفضل(بحث)، جان كلود مارتان، تر: حسن الطالب، مجلة علامات: المغرب، ع ٢١٤، ٢٠٠٤ م .