مجلة إشكالات في اللغة والأدب مجلد: 09 عدد: 01 السنة: 2020
ص: 325 - 338 E ISSN: 2600-6634 / ISSN:2335-1586

التداولية والسيميولوجيا
ـ دراسة في البعد الإنجازي والتّأثيري للعلامة غير اللّغوية ـ
Pragmatic and Semiotic Discourse:A Study in the Implementational and EffectiveDimension of the Non-Linguistic Sign

أ.**ليندة حمودي** *

Hamoudi Linda

جامعة مولود معمري-تيزي وزّو-(الجزائر)

University of Tizi Ouzou- Algeria

Lyndadamoute25@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2019/05/25	تاريخ القبول: 209/11/03	تاريخ النشر: 2020/03/15

مُلخّص البحث

نحاول من خلال هذه الدراسة توسيع مجال البحث في مجال السيميولوجيا ومحاولة استكشاف البنيات الدلالية والتأويلية التي تتضمنها الأنظمة التواصلية، قصد فهم كل تجلياتها، التركيبية، والدلالية، والمنطقية، والتداولية، إذ يقارب هذا البحث إشكالية دراسة العلامة السيميائية (العلامة غير اللغوية) من وجهة اشتغالها في الوسط الاستعمالي التّواصلي الاجتماعي، بالتركيز على المعطى التداولي ومحاولة تداركه والذي يتوقّف على دراسة الجانب الإنجازي والتأثيري للعلامة السيميائية، بالنظر إلى ملابساتها السياقية.

الكلمات المفتاحية: السيميولوجيا، التداولية؛ العلامة غير اللغوية؛ التواصل؛ الفعل السيميائي.

Abstract

This study attempts to expand the field of research in the field of semiology and tries to explore the semantic and interpretive structures that are included in communication systems in order to understand all its syntactic, semantic, logical and pragmatic manifestations. In the context of the social interaction, focusing on the pragmatic data and trying to correct it, which depends on the study of the implementational and effective side of the semiotic sign, given their contextual circumstances.

Keywords:Semiology, Pragmatics, Non-Linguistic Sign,Communication, SemioticAct.

* ليندة حمودي. Lyndadamoute25@gmail.com

مقدّمة:

عرفت الدراسات النقدية العربية، الحديثة والمعاصرة مجموعة من الدراسات اللغوية والمناهج النقدية، ولعلّ من بين أهم هذه المناهج **المنهج التّداولي** الذي كان آخر المناهج اللسانية ظهورا والذي أصبح له الصدى الواسع في ساحة الدراسات اللسانية المعاصرة،فلقد شكّلت التداولية منعطفا معرفيا لغويا بارزا في ساحة الدراسات والأبحاث اللسانية المعاصرة، وذلك من خلالها نظرتها الجديدة للعلامة اللغوية، والتي انفتحت على التواصل الإنساني والذي ينظر إلى اشتغال العلامة اللغوية في الوسط الاستعمالي الاجتماعي، والذي يربط العلامة اللسانية بالبعد التواصلي كما يهتم هذا المنهج بالأثر التي تحدثها هذه العلامة في الحياة الاجتماعية، كما يهتم بالبحث عن أنواع الأفعال التي تحققها أثناء الاستعمال.

وبالحديث عن العلامة السيميائية بشكل عام ومحاولة ربطها بالمنظور التداولي،فهي تقع في مركز الدراسة السيميولوجية، لها وظيفة تواصلية مهمة في الوسط الاجتماعي،تتمثل في كونها أداة التعامل مع العالم والتواصل مع الأخرين، فكما هو واضح العلامة منتشرة في كل مكان، وفي كل مجال من مجالات الحياة المختلفة، كما لا يمكن الاغفال عن ما تحققه هذه العلامة من بعد تأثيري وانفعالي إنجازي، وهي الإشكالية التي سنحاول البحث عنها وتنطوي على التساؤلات الآتية:

–ما هي السيميولوجيا؟ وهل اهتمّت هذه الأخيرة بالجانب الاستعمالي للعلامة السيميائية؟

–وهل تحقق العلامة غير اللغوية التواصل الفعال والناجح، وهل تحقّق الإنجاز التداولي؟

سنتحدّث في هذا البحث عن مجموعة من النقاط، وتتمثل في: الحديث عن السيميولوجيا عامة، وأهم المفاهيم المتعلّقة بهذا المصطلح بالوقوف عند السيميولوجيا عند (سوسير)، (وبيرس) وننتقل للحديث عن سيميولوجيا الدلالة، تمّسيميولوجيا التّواصل. وبعدها سنتطرّق إلى نقطة أساسية في هذه الدراسة وهي السيميائيات التّداولية، وأخيرا سنحاول أنّ نبيّن **الجانب التّأثيري والإنجازي للعلامة غير اللغوية** بالوقوف عند بعض النماذج وربّما التّوضيحات، وهي النقطة الأساس في هذه الدراسة.

1– وقفة عند بعض المفاهيم:

1–السيميولوجيا:

السيميولوجيا هي ذلك العلم الذي يبحث في أنظمة العلامات، سواء أكانت لغوية، أم أيقونية،أم حركية، ومن ثمّ، فإذا كانت اللسانيات تدرس الأنظمة اللغوية، فإنّ السيميولوجيا تبحث في العلامات غير اللغوية التي تنشأ في حضن المجتمع، ومن هنا فاللسانيات هي جزء من السيميوطيقا حسب العالم السويسري (فيرديناند دي سوسيرF .Dessaussure)، ما دامت السيميولوجيا تدرس جميع الأنظمة، كيفماكان سننها وأنظمتها التعبيرية[1]

السيميولوجيا هي علم العلامات الذي يهتم بالبني الاجتماعية والأيديولوجيات والإقتصاد والتحليل النفسيوالأدب وغيرها من مجالات الحياة المختلفة[2]، وهذا بمعنى أنّ مجالها يتّسع إلى أقصى حدّ، والعلامة موجودة في كل مكان وفي كلّ مجالات الحياة، فالسيميولوجيا تبحث في حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية؛ أي لها وظيفة اجتماعية.

السميولوجيا تدرس كل ما هو لغوي وغير لغوي؛ أي هو العلم الذي يهتم بدراسة الإشارات في الحياة الاجتماعية (لغات طبيعية، رموز، نظام، إشارات علامات)، أما في العصر الحديث فيعتبر كلا من بيرس ودي (سوسير) مؤسسيّ لعلم شامل ونقدي وهو علم السيميائيات وكلاهما أسسا ذلك من خلال الحديث عن علم العلامة وتصنيفها.

1/1. موضوع السيميولوجيا: من خلال التمعن في التعريفات التّي قدمت للسيمائيات يتضح أنها جميعا تتضمن مصطلح العلامة وهذا يعني أن موضوع السميولوجيا هو العلامة (اللغة، الأيقونة، الرمز، الإشارة...).

2/1–العلامة:

تعد العلامة من المفاهيم اللسانية والسيميولوجية الرئيسة في العصر الحديث حيث حظيت باهتمام بالغ عند الدرسين، فهي محور البحوث اللسانية والسيميولوجية. ولقد تعددت المصطلحات للعلامة فوصفت بأنّها الإشارة والرمز، والدليل، إضافة إلى المصطلحات التراثية كالآية، والسّمة، والدلالة[3]وكما اختلفت المصطلحات اختلفت المفاهيم عند دارسي العلامة، ومفهومها يختلف من دارس لآخر. وتنقسم العلامة إلى:

1/3/1–العلامة اللفظية:العلامة اللفظية هي تلك الأنساق التي لها خصوصياتها المتنوعة وإعدادات مثل الأنواع السّننية المتميّزة القائمة على مادة الصوت الذي يحدثه الإنسان، والقائمة على اللغة، والمقصود باللغات الحالات الخاصة للكلام، أي القدرة الإنسانية على استعمال أنواع

سننية متسقة للتلفظ بأصوات قصد أغراض تواصلية وتعبيرية عادية[4]؛أي تتجلى في القدرات النطقية الكلامية والممارسات اللغوية التي يجسدها المتكلم.

2/3/1–العلامة غير اللفظية:

العلامة غير اللفظية هي الأنساق التي لا تستعمل أنواعا سننية قائمة على أصوات متلفظ بها، ولكنها تستعمل أنواعا سننية قائمة على أنماط أخرى من الأشياء[5]، وهذه الأشياء إما موجودة في الطبيعة، وإما لأنّ الإنسان أنتجها لغايات أخرى. وإما أنّها أنتجت بغرض أن تستعمل بوصفها دلائل

1/ 3–اعتباطية العلامة:

الاعتباطية من المفاهيم المهمة عند اللسانيين والسميولوجيين ويعد (سوسير) رائد اللسانيات الحديثة، هو أوّل من نبّه إلى هذه المسألة في العصر الحديث، حيث أشار إلى أنّ العلامة اللغوية اعتباطية أو بعبارة أخرى أوضح، العلاقة بين الدال والمدلول اعتباطية[6]، أي عرفية، تعارف عليها المجتمع، كما أنّها تدخل في المنظومة الثقافية للمجتمع.

4/1.مفهوم السيميولوجيا عند "دي سوسير"

انطلق(سوسير) في تحديده للعلامة من أصل لساني، فالسيميولوجيا عنده هو علم موضوعه دراسة أنواع الدلالات والمعاني ويدرس حياة الرموز والدلالات في الوسط المجتمعي، ويوضّح في كتابه (دروس في اللغة العام) أنّ اللغة نظام من العلامات التي تعبّر عن الأفكار، والعلامة اللغوية عنده هي كيان ثنائي مكون من الدال والمدلول فهما متلازمان لا انفصال بينهما، ويرتبطان بعلاقة غير معللة، فالرابط الذي يجمع بين الدال والمدلول رابط اعتباطي[7]والعلامة هي وصف للواقع عن طريق الاصطلاح بخلاف ما يظن كثير من مستخدمي اللغة.

5/1 . مفهوم السيميولوجيا عند شارل بيرس:

لقد أعطى بيرس لهذا العلم مفهوما عاما يتربط بدراسة العلامة في الوسط الاجتماعي ، بيرس يتعامل مع العلامة تعاملا شموليا، وإذا كان سوسير قد حصر العلامة بالثنائية الشهيرة بين الدال والمدلول، فإنّ بيرس قد أعطاها بعدا أكبر وأكّد أنّ العلامة لا تكون إلاّ ثلاثية المبنى وفق العناصر: الممثل representamen الموضوعobjet المؤول Interprétant،"فالكون في تصوّر بيرس يمثّل أمامنا باعتباره شبكة غير محدودة من العلامات، فكل شيء يشتغل كعلامة، ويدل باعتباره علامة،

ويدرك بصفته علامة...والعلامة هي ماثول يحيل إلى موضوع عبر مؤول"[8] يتمثل العنصر الأول في الحامل المادي للعلامة (صوت، الصورة....) ويتمثل العنصر الثاني في الشيء الذي يمثله، والثالث هو المفسرة أو المدلول.

2.سيميولوجيا الدلالة: تبنى هذا الاتجاه رولان بارت، والبحث السيميولوجي لديه هو دراسة الأنظمة والأنساق الدالة، فجميع الوقائع والأشكال الرمزية والأنظمة اللغوية تدل، فهناك من يدل باللغة، وهناك من يدل بدون اللغة المعهودة، بيد أن لها لغة خاصة، وما دامت الأنساق والوقائعكلها دالة، فلا عيب في تطبيق المقاييس اللسانية على الوقائع غير اللفظية[9]، وهذا الاتجاه يرسخ تراث سوسير المتعلق بالعلامة ودلالتها، يصفها بوحدة ثنائية المبنى، وخاصة العلامة اللغوية التي تتكون من وجهين: الدال والمدلول(الصورة الصوتية، والصورة المفهومية).

يقول سوسير:" إنّ العلامة اللسانية لا تربط شيئا باسم بل تصوّر بصورة سمعية"[10]، والملاحظ في مفهوم سوسير للعلامة اللغوية هو غياب المرجع أي بمعنى عدم العودة إلى الواقع لأننا لا نستطيع استحضاره في كل علامة بل بمقدور أن نستحضر ذهنيا الصورة الصورة أو المفهوم الذي ترمز إليه العلامة في أي وقت.

3. **سيميولوجيا التواصل:** إن العلامة من منظور سيميولوجيا التواصل أيا كانت ماهيتها لسانية أو غير لسانية تنقسم إلى ثلاثة عناصر: الدال والمدلول والقصد، ولكل علامة امتدادها بين هذه العناصر ويمكن أن تفهم عبر وسائط مختلفة[11]. والتي تشمل أنماط مختلفة،كاللغة مثلا أو الصوت أو الرائحة أو غيرها. فمثلا نستطيع أن نتعرف إلى نوع من الورد إما بذكر اسمه لغويً ومن خلال رائحته المميّزة أو بتقديم صورته أو برسمه أو غير ذلك من الأشكال الدلالية لها، ويركز هذا الاتجاه على الوظيفة التواصلية أو الاتصالية المضمرة في أي علامة دلالية مع ضرورة أن يحمل هذا التواصل الرّغبة القصدية بهدف التّأثير في المرسل إليه.

إنّ العلامة من منظور سيميولوجيا التواصل هي أداة تواصلية، فلا تُرى إلاّ على أساس هذا المبدأ، أي للعلامة مقصدية إبلاغية؛ وهذا يعني أنّ العلامة تتألف من عناصر ثلاثة: الدليل، المدلول، والقصدية التواصلية، وهذا ما يراه كل من (مونانmounin وبريطوpreito وبويسنسbuyssens وغرايسgrice ومارتنيهmartinet)[12]. إنّ العلامة السيميائية هي تواصل

ولها وظيفة ابلاغية اتصالية، وهذه الوظيفة لا تؤديها الأنساق اللسانية فقط، بل هناك أنظمة سننية غير لسانية ذات وظيفة سيميائية تواصلية.

تهدف العلامة من منظور سيميولوجيا التواصل عبر وآمارتها وإشاراتها إلى الإبلاغ والتأثير على الغير وبتعبير آخر تستعمل مجموعة من الوسائل اللغوية وغير اللغوية للتنبيه الآخر، والتأثير عليه عن طريق إرسال رسالة وتبليغها إياه ومن هنا فالعلامة تتكوّن من ثلاثة عناصر: الدال والمدلول والوظيفة القصدية[13]،كما أن التواصل نوعان: تواصلي إبلاغي لساني لفظي(اللغة) وتواصل إبلاغي غير لساني (علامات المرور ...الإشارات، لغة الصم والبكم...)

إنّ لسيميولوجيا التواصل دورا في إثراء درس العلامة، حيث ظهر ما يسمى بوظائف العلامة انطلاقا من الوظائف الّتي حدّدها جاكبسون استند فيها إلى العوامل الستة لموقف الإتّصال، فكل خطاب لغوي وغير لغوي في إطار سيميولوجيا التواصل يتجاوز الدلالة إلى الإبلاغ والقصدية الوظيفية.

4.السيميائيات التداولية

1/4.المنظور التداولي:

لقد أصبحت التداولية في السنوات الأخيرة محل اهتمام متزايد للباحثين والدارسين، وذلك من خلال نظرتها الجديدة للغة، المرتبطة بدراسة اللغة في مجال الاستعمال والتواصل الإنساني،وتعتبر التّداولية مجموعة من النظريات، نشأت متفاوتة من حيث المنطلقات، ومتّفقة على أنّ اللغة هي نشاط يُمارس ضمن سياق متعدد الأبعاد[14]، وبهذا السياق يمكن فهم رسالة المتكلم أو المخاطب وفهم مقاصده التّواصلية.

يهتم المبحث التداولي بدراسة علاقة العلامة اللغوية بمستعمليها فهو يسعى إلى دراسة "كيفية فهم الناس بعضهم البعض وإنتاج لفعل تواصلي أو فعل كلامي في إطار موقف كلامي ملموس ومحدد"[15]، وهذا يوضّح أنّ التداولية علم جديد للتواصل الإنساني مرتبط بالمواقف الاجتماعية الفعلية التي تساهم في تحديد مقاصد المتكلم فهي تدرس اللغة في مجال الاستعمال والتواصل الإنساني، المرتبط بالسياق والمواقف الاجتماعية وهذا ما استدركه التحليل التداولي.

يعرف "شارل موريس" التّداولية كالآتي:" التّداولية جزء من السيميائية يعالج العلاقة بين العلامات ومستعملي هذه العلامات"[16]، وهذا بمعنى دراسة العلامة اللغوية في الفضاء التواصلي الذي يتم فيه انتاج الملفوظ.

عموما نظرت التداولية إلا اللغة من نظرة ووجهة مغايرة، كما استندت على بمجموعة من المفاهيم والتي يمكن اعتبارها ركائز أساسية يقوم عليها التصوّر التداولي، ولعل أهمّها: السياق، المقصدية أفعال الكلام،

وفي هذا الإطار، فلقد ركزّت أغلب الدراسات والأبحاث—نظريا وتطبيقا–على دراسة العلامة اللسانية، وأهمت العلامة غير اللغوية، وما تحققههذه العلامة من جانب تواصلي تداولي في كنف الحياة الاجتماعية.

2/4.الجانب التواصلي والانجازي للعلامة السيميائية:

ركّزت الدراسات حول العلامة وآلياتها ووظيفتها التواصلية لكن تجاهلت الجانب الإنجازي للعلامة وهنا كانت نقطة انطلاق **السيميائيات الأمريكية** الّتي ترى أنّ البعد التواصلي ما هو إلاّ نمط خاص من أنماط السيميوزيس ينبغي لكي يكتمل مشروع الدراسة أن تدرج باقي أنماط السيميوزيس ضمن السيميائيات، ومن هنا لابدّ من تتدارك المعطى التداولي[17]، الّذي يتوقف على دراسة الجانب الإنجازي للعلامة بكل ملابساتها السياقية و الّتي تجملها في مقولات ثلاث هي: **الفعل l'acte**، أي إنّ العلامة هي فعل واقعي من جهة كونها تدشينا لمعنى يؤثر في المتلقي، **السياق contexte**والمقصود به الوضعية الملموسة الّتي تصاحب إنتاج أفعال اللغة المتعلقة بالزمان والمكان وهوية المتكلمين، **الإنجازperformance أي** إنجازالأفعال في السياق[18]. أي هنا، الدراسات كلها ركزت على الجانب التواصلي للعلامة، وأهملت الجانب التأثيري لها، وهذا ما استدركته السيميائيات التّداولية.

3/4–العلامة عند بيرس: إنّجهود الفيلسوف الأمريكي شارل بيرس تعد منعطفا حاسماً في تطوير الدرس السيميائي الغربي انطلاقاً من قاعدة منطقية ومعرفية. يرى بيرس أنّ موضوع السيميائيات هو السيرورة المؤدية إلى إنتاج الدلالة وتداولها أو ما سماه (السيميوزيس)Semiosis، تلك السيرورة التي يشتغل بموجبها شيء باعتباره علامة. ومفهوم السيميوزيس يقترب إلى مفهوم الوظيفة السيميائية FonctionSémiotiqueعند يالمسيف باعتبارها بداية وغاية لكل فعل

سيميائي. وهكذا يصير السيميوزيس عبارة عن دلالات يحركها اشتغال عناصر ثلاث هي: الممثل والموضوع والمؤول[19]، والسيميائيات بهذا المفهوم تبحث في مستويين، تبحث في أنساق العلامات(ماهية العلامة أي وجودها وطبيعتها وعلاقتها بالموجودات الأخرى، والثاني تداولي، يعني فعالية العلامة وتوظيفها في الحياة العملية.

4/4–العلامة عند شارل موريس:

انشغل موريس بتأسيس نظرية عامة للعلامات تنطلق من قاعدة معرفية متعددة الاختصاصاتInterdisciplinaire، أنتروبولوجية، فلسفية، سلوكية، ومنطقية. وسعى إلى بناء مشروع واسع لتوحيد العلوم الدقيقة والإنسانية ضمن نظرية عامة للعلامات، ولإنجاز هذا المشروع يتوجب على السيميائيات في نظر موريس أن توحّد لغتها، وتسعى لمقولة الخطاب الشارح حول العلاماتMétadiscours بغية تبسيط العلم، ودراسة العلوم لما بعد العلمMétascience[20] تبنى موريس عقب بيرس التعريف نفسه الخاص بالسيميوزيس ويضيف موريس مكوناً آخر هو مفهوم السياق. وفي ضوء ذلك ينظر إلى السيميوزيس على أنّه علاقة ذات خمسة أطراف، الحامل، المعين، المؤول، ويمكن أن ندرس الشخص الشارح كعامل رابع، بالإضافة إلى الساق. وهذه العلاقة بين المكونات الخمس تخلق فيها العلامات التهيؤ للفعل بطريقة مخصوصة في الأشخاص الشارحين تجاه نمط معين من الموضوعات، في ظل بعض الشروط السياقية، وبالتالي فإنّ، هذه الأطراف هي بمثابة خصوصيات علائقية يتم ترصدها من خلال الانخراط في السيرورة الوظيفية للسيميوزيس[21] يشير موريس عقب ذلك إلى أنّه بإمكاننا دراسة السيميوزيس بمعزل عن السياق. وسلّم بثلاث علاقات، وأطلق عليها بسيميوزيس العلاقات Dyadiques هي:

- العلاقة التشكيلية للعلامات فيما بينها: وتتحقق من خلال البعد النحوي التركيبي للسيميوزيس؛
- علاقة العلامات بالموضوعات: تتحقق من خلال البعد الدلالي للسيميوزيس؛
- علاقة العلامات بالمؤولين: وهي علاقة تداولية للسيميوزيس تحيلنا إلى علاقة العلامات بمستعمليها.[22] ونخلص إلى أنّ النسق السيميائي لدى موريس يتحدد في أبعاد ثلاثة هي: النحوية (تعقد بنية العلامة اللغوية)، الدلالية (اتساع مجال الأشياء الّتي تشير إليها العلامات اللغوية)، والتداولية (الغايات الّتي تتلاءم معها). وهذه الأخيرة عرّفها موريس على أنّها: "ذلك

الفرع من السيميائيات الّذي يدرس العلاقة القائمة بين العلامات ومستعمليها، وما دامت العلامات تمتلك أعضاء حية بوصفها مؤولات، تغدو التداولية بحثا عن مظاهرحياتية السيميوزي".[23]

اهتم موريس بالنسق التّرميزي في بعده التداولي بالتركيز على الملابسات التداولية لأشخاص الشارحين كموضوع لمشروعه الخاص متجاوزا النسق السيميائي إلى النسق التداولي متجسدا في مقولات الفعل والإنجاز والسياق.

إنّ المعطى التداولي لمشروع السيميائيات التّداولية يقوم أساسا على مقولة الفعل Acte، حيث إنّ الحكمة التداولية لبيرس تقتضي بأنّ الإنتاج الثلاثي للدلالة يتوجّه نحو الفعل وبأنّ الفكرة التّي نكوّنها عن الأشياء هي مجمل الآثار التّي نرتئي إمكانياتها انطلاقا من الأشياء، "**وإذا كان الفعل في اصطلاح التداوليين هو تدشين لمعنى يؤثّر في المتلقي، فبإمكاننا أن نعتبر الأيقونة بوصفها فعلا سيميائيا هو تدشين لمعنى هو التصوّر وكذلك بالنسبة للمؤشر والرمز**"[24]؛ وعلى هذا الأساس يمكننا القول أن العلامة السيميائية تمثّل فعل واقعي ،فعل تأثيري، بالتالي فعل إنجازي، وانطلاقا من هذا يمكن اعتبار العلامة غير اللغوية تتمتع بجانب تواصلي ابلاغي تأثيري واضح، ينجر عنه سلوك وانجز في الواقع، فإذا كان الفعل اللغوي الانجازي في نظر التصوّر التداولي يتجاوز الوصف والاخبار إلى انجاز أفعال حقيقية، فلا عيب أبدا من اعتبار العلامة غير اللغوية تدخل كذلك ضمن هذا الإطار.

5. البعد التّأثيري والإنجازي في العلامة غير اللغوية

لقد تنبّه اللغويون المحدثون إلى لغة الإشارة، وهي مجموع العوامل أو الوسائل غير اللغوية المحققة للتّواصل الذي يحصل بين أفراد البشرية والتي تقوم مقام التواصل اللغوي اللّفظي. فعملية التواصل لا تعتمد فقط على اللغة بصفتها الأداة الرئيسة لهذا التواصل، بل تعتمد أيضًا على لغة الإشارة، فالعلامة غير اللفظية من إشارات، ورموز، وحركات وصور ورسومات... هي الأكثر استعمالا وانتشارا في الأوساط الاجتماعية[25]، وقد اهتم اللغويون حديثا بهذه العلامة من جانبها التواصلي التّداولي، السيرورة التي يشتغل بموجبها شيئا باعتباره علامة (السيميوزيس)، مركزون على الجانب الوظيفي التّأثيري لهذه العلامة، والتي يمكن اعتبارها فعلا إنجازيًا تأثيرياً. ومن أهم النماذج التي يمكن الحديث عنها ما يأتي:

1/5-إشارات المرور: إشارات المرور في الحقيقة هي كلها علامات سيميائية ينجرّ عنها أفعال إنجازية. كإشارة الوقوف مثلا التي تدلّ أو تحثّ على ضرورة الوقوف.... وفي الحقيقة هذا النوع من الإشارات أكثر وضوحاً وجلاء من حيث الجانب التواصلي البرغماتي الانجازي، يمكن اعتبارها أفعال انجازية صريحة، فكل إشارة من إشارات المرور ينجرّ عنها فعل؛ أي رد فعل من قبل السائق بالرغم من كونه عبارة عن رموز فهي تستعمل كلغة تقوم مقام الكلام وعوضاً عنه. وتمثل إشارات المرور من أهم العلامات السيميائية غير اللغوية التي توضح وتبيّن البعد الانجازي التداولي.

2/5-**لغة الصّم البكم**: هي لغة الإشارة، وهي وسيلة التواصل غير الصوتية التي يستخدمها ذوي الاحتياجات الخاصة سمعيا أو صوتيا، لغة الصم البكم هو العالم الصامت الذي تحرّكه إشارات الأيادي وتمتمات الشفتين التي بها يعبّر هؤلاء عن أغراضهم وأحاسيسهم، وأهدافهم ومقاصدهم التواصلية، فكثيرا ما تأثّر هذه الحركات وهذه الإشارات على المتلقي وينجرّ عنها انجاز أفعال، فأغلب تواصلاتنا هي من أجل التّأثير ومن ثمّة الانجاز والتغيير، وتظهر بشكل صريح خاصة في مجموع الاشارات التي تتلخص في الأمر ، الطلب، النهي، النداء الذي يحفّز المتلقي على ردّ فعل ما.

3/5-**الحركات الجسمية**: وتحتوي على عنصر رمزي أو أيقوني، فكل حركة تؤدي رمزا معينا أوهي تعبير عن شيئا يراد إبلاغه أو الحثّ على فعل أمر ما[26]، وبذلك ينتج عنه أفعالا إنجازية، وهذا كله حسب الأهداف والمقاصد التواصلية. كما يطغى عليها الطابع الحجاجي الإقناعي.

تدخل تحت هذا النمط الحركات الصادرة عن جسم الإنسان كحركة الأصبع التي قد تحث على الرّفض، وأحيانا تحث على الخروج، السبابة على وجه الخصوص، أو هزّ الكتفين كعلامة على القبول وكذا حركات الرأس الدالة كذلك على الموافقة أو الرفض على أمر ما، فتأثّر هذه العلامة على المتلقى، وكذلك حركة الحاجبين والعينين، التي تعبّر عن مواقف التعجب والاستفهام. إنّ من الحركات الجسمية كذلك تحريك طرف الرجل ويعني ذلك القلق وعدم الصبر، ومثل هذه المواقف قد ينجر عنها سلوك لدى المتلقي، وقد نفهم من صاحب الإشارة، عدم الارتياح، ومن ثمّة نقوم بفعل انطلاقا من هذا السلوك، وهو الانصراف...من الاشارات كذلك وضع السبابة على حافة ملتقى الشفتين ويعني درجة الانشغال والتّردد في مسألة ما، و الذراعان المنفتحتان يرحبان والتي تطلب القبول إليها...، التّقبيل على الجبين، انحناء الرأس عند اليابانيين والصينيين[27].....وما إلى

ذلك من حركات مُدركة بحاسة البصر لتدّل على رسالة يودّ المرسِل إيصالها إلى المتلقي، وذلك حسب العلاقة الموجودة بين المشتركين في التواصل. فالإشارة الحركية إذن تساعدنا على إبداء رغباتنا وحاجاتنا للآخرين وتساعد أفكارنا إلى الوصول إلى المتلقي بالشكل اللائق والمؤثّر. ويتمثل دور الحركات الجسمية والتي كثيرا ما تصاحب كلامنا أي مصاحبة للخطاب الكلامي في كونها تساهم بحظ وافر في فهم وإدراك مقاصد المتكلم وهدفه التواصلي. وإذا كنا نستطيع إخفاء مشاعرنا بواسطة اللغة المنطوقة، فإنّ الإشارات الجسمية تكشف في غالب الأحيان عما نخفيه في باطننا من أحاسيس، وربما تفضحنا أمام الآخرين. وقد أولى الجاحظ أهمية لدور الإشارة في فهم الكلام فتحدث عنها قائلا:" وعلى قدر وضوح الدلالة وصواب الإشارة وحسن الاختصاص ودقة المدخل يكون إظهار المعنى، وكلما كانت الدلالة أوضح وأفصح وكانت الإشارة أبين وأنور كان أنفع وأنجع"[28]،وهنا يظهر الدور الهام للإشارات والحركات الجسمية في عملية التواصل بشكل عام.

4/5– المظاهر الخارجية: إضافة إلى ما تقوم به الإشارات والحركات الجسمية من دور بارز في تحقيق التواصل والتّأثير على المتلقي، لا نهمل الدور الذي تلعبه الهيئة و الوضع الذي يكون الذي يكون عليه الجسم من لباس وتزيين لإبراز الذات والشخصية والتّأثير على الغير، كطريقة تصفيف الشعر، واستعمال العطور والحُلي.....ونمط اللباس وطريقة لبلسها، طريقة الجلوس .....كلها مظاهر تمدنا بمعلومات كبيرة، تمكننا أحيانا من التّعرف على الشخص ومواطن إقامته، كما يمكننا من خلال هيئة الفرد الوقوف على بعض السيمات المتّصلة بأحوال الصحة كالمرض أو الحزن أوالاطمئنان، أو القلق و الشرود[29] وينجر عن هذه السيمات أفعال لدى المتلقي ولنوعية اللباس دورا أساسيا في التواصل اليومي خصوصا في المناسبات المختلفة، فمثلا لباس الأبيض والأسود في بعض البلدان له دلالات خاصة، فهي تؤدي نظاما عرفيا يتواضع عليه المتخاطبون في المجتمع، لتحقق أهداف تواصلية. كذا اختلاف وتنوع البدلات التي يرتديها الأفراد حسب المهام التي يزاولونها داخل المجتمع، إذ بفضلها نتعرف على مهنة الفرد، طبيبا أم جنديا...عموما كل هذا يخضع لثقافة المجتمع وأعرافه.

5/5–الإشارات العضوية السمعية: يدخل ضمن هذا النمط مختلف الأصوات مثل الموسيقى التي ينتجها الإنسان[30]،والتي تجذب الانتباه، فنغمات صوت الموسيقى وعذوبته تجذب المستمع

وتستميله بشكل كبير، ولدينا كذلك من مختلف الأصوات مثلا صوت سيارة الإسعاف، إذ بمجرد سماع هذا الصوت نقوم بفسح الطريق خاصة عند السائقين أوسيارة رجال الإطفاء والتي ينجّر عنها أفعال إنجازية. كذلك بعض أصوات الحيوانات إذ بمجرّد سماعها نقوم بالهروب...

6/5–الإشارات الشمية: والتي تتجلى في مختلف العطور الدالة على غاية معيّنة[31]،والروائح وينجّرعنها أفعال إنجازية سواء بالإيجاب أو السلب، أي النفور أو التجاذب، فالعلامات الشمية تؤثّر على المتلقي، فلا يمكن أبدا الاغفال عنها، "فالعلامات الشمية هي أيضا مهمة في أنماط التواصل الإنساني، يكون من العبث تجاوزها"[32] وي ومن الأمثلة على هذا النموذج، رائحة الحريق، رائحة الغاز، وينجرّ عن مختلف هذه الرّوائح أفعال انجازية مختلفة، كذلك مختلف العطور، الروائح الكريهة، بعض المأكولات...فأحيانا رائحتها الطيّبة تقودنا لتذوّقها...وكل هذه النماذج تجسّد البعد التواصلي والإنجازي والتّأثيري.

7/5–**الصورة في سيميوليجيا التواصل:** تعتبر الصورة من الأدوات المستخدمة للتّأثير في المتلقي قصد إقناعه أوحثّه أو إبعاده، فالصورة تجسّد الأنساق الدلالية التي تقوم على القصدية التواصلية[33]الصورة الإعلامية، الصورة التلفزيونية، الصورة السنيمائية، الملصقات، الدعاية...الصورة خلقت لغة جديدة استحوذت على طاقة البصر، فاعتقلت عقله ومخيلته وتطّور الأمر فغيّرت وعي الإنسان فأزالت القيود واخترقت الحدود وكشفت الحقائق. وقد شهدت الصورة عدّة تحولات فنيّة في العصر الحديث وكان لها تأثيرات كبيرة في خلق مفاهيم جديدة حول مختلف المعارف الإنسانية[34]، فالصورة هي أحد أوجه الغزو الثقافي الذي يستهدف احتلال العقل والذي يسير وفق آليات الإخضاع، وعلى هذا الأساس لا يمكننا أن ننكر الأهمية الاجتماعية الأيديولوجية لاستعمال الصورة.

الخاتمة: السيميائية علم عام وشامل يهتم بدراسة العلامة–اللغوية وغير اللغوية–في كنف الحياة الاجتماعية، والتي يتعامل بها المتكلم مع وسطه وواقعه الاجتماعي ويتواصل بها مع الآخرين، والسيميائية تهتم بفكرة الاهتمام بالعلامة في أبعادها التداولية من منطلق أنّها وحدات كلامية وسيميائية، مخصصة لأغراض تواصلية إنجازية مرتبطة بواقع الاستعمال. أما عن العلامة غير اللغوية، فهي فعلا تحقّق التواصل الناجح وتحقق الانجاز والتّأثير التّداولي في كثير من المواضع

وأحيانا أفضل من العلامة اللغوية اللسانية ذاتها. ولقد أمكننا البحث من تسجيل بعض الملفوظات يمكن إيجازها كالآتي:

-النظر إلى العلامة غير اللغوية على أنّها وحدة تواصلية وظيفية شأنها شأن العلامة اللغوية؛

- اعتبار العلامة غير اللغوية فعلا سيميائيا يحقق التأثير والإنجاز التداولي؛ فإذا كان الإنجاز في اصطلاح التداوليين هو تجاوز الوصف والاخبار، وتأدية فعل في الواقع فكذلك العلامة غير اللغوية تقع ضمن هذا الإطار.

- دراسة العلامة غير اللغوية مسألة مهمة وجاهزة للدرس والتحليل والمقاربة التواصلية التّداولية.

هوامش:

[1]-جميل حمداوي، الاتجاهات السيميوطيقية (التيارات والمدارس السيميوطيقية في الثقافة الغربية)، ط1، مكتبة المثقف (مؤسسة المثقف العربي)، 2015 ، ص 08

[2]- وائل بركات، السيميولوجيا بقراءة رولان بارت، **مجلة جامعة دمشق**، (جامعة دمشق). م18، ع2، 2002، ص03

[3]- المرجع نفسه، ص15

[4]- المرجع نفسه، ص14

[5]- المرجع نفسه، ص14

[6]- المرجع نفسه، ص08

[7]- المرجع نفسه، ص06

[8]- سعيد بنكراد، السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، ط3، ، دار الحوار للنشر والتّوزيع، (سوريا)،2012، ص91.

[9]-جميل حمداوي، الاتجاهات السيميوطيقية (التيارات والمدارس السيميوطيقية في الثقافة الغربية)، ص45

[10]- المرجع نفسه، ص06

[11]- المرجع نفسه، ص08

[12]- أحمد جاب الله، الصورة في سيميولوجيا التواصل، أعمال الملتقى الوطني الرابع" **السيمياء والنص الأدبي**"،جامعة محمد خيضر، (بسكرة)، 2002، ص02

[13]-جميل حمداوي، الاتجاهات السيميوطيقية (التيارات والمدارس السيميوطيقية في الثقافة الغربية)، ص44

[14]– عمر بلخير،"تصنيف أفعال الكلام في الخطاب الصحافي الجزائري المكتوب بالغة العربية"، مقالات في التّداولية والخطاب،دار الأمل للطباعة والنّشرو التّوزيع، (تيزي زوز)، 2013، ص153

[15]– مسعود صحراوي، البعد التداولي في الخطاب القرآني الموجه إلى بني إسرائيل، [أطروحة أعدت لنيل شهادة الدكتوراه]، (جامعة الجزائر)، سنة 2008، 2009، ص13

[16]– عمر بلخير،"تصنيف أفعال الكلام في الخطاب الصحافي الجزائري المكتوب بالغة العربية، 163

[17]––هواري بلقندوز، مدخل إلى السيميائيات التداولية، اسهامات بيرس وشارل موريس" أعمال الملتقى الثالث" **السيمياء والنّص الأدبي"**، (جامعة مستغانم)، 2004،ص15

[18]– المرجع نفسه، ص01

[19]– المرجع نفسه، ص02

[20]– المرجع نفسه، ص08

[21]– المرجع نفسه، ص08

[22]– المرجع نفسه، ص08

[23]– المرجع نفسه، ص07

[24]– المرجع نفسه، ص07

[25]– يوسف تغزاوي، الوظائف التّداولية واستراتيجيات التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي، ط1، عالم الكتب الحديث، (الأردن)، 2014، ص34.

[26]– المرجع نفسه، ص45

[27]– المرجع نفسه، ص48

[28]– المرجع نفسه، ص33

[29]– المرجع نفسه، ص33

[30]– المرجع نفسه، ص44

[31]– المرجع نفسه، ص44

[32]– برنار توسان، ما هي السيميولوجيا، تر:محمد نظيف، ط2، افريقيا الشرق، (لبنان)،2000، ص23.

[33]– أحمد جاب الله، الصورة في سيميولوجيا التواصل، ص02

[34]– المرجع نفسه، ص02