المجلة الدولية للإتصالالإجتماعي
جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم
ISSN: 2437 – 1181
EISSN:2710-8139

المجلد 09 / العدد 01 : (2022) ، ص – ص 81 ، 99

البحث السميولوجي كاتجاه مستحدث لقراءة المضامين الإعلامية –مقاربة فكرية–

Semiological research as a new direction for reading media content -An intellectual approach-

قراد راضية* [1] ، بولعويدات حورية[2]

[1] جامعة العربي التبسي– تبسة (الجزائر) ، radhia.guerrad@univ-tebessa.dz

[2] جامعة محمد الصديق بن يحي– جيجل (الجزائر) ، boulaouidet.houria@univ-jijel.dz

تاريخ الاستلام: 2022/02/14 تاريخ القبول: 2022/03/15 تاريخ النشر: 2022/03/31

DOI : 10.53284/2120-009-001-006

الملخص:

من المعروف أن السميولوجيا علم حديث رغم قدم تطبيقه في مجا لات متعددة كالطب والهندسة...إلخ، وعلوم الإعلام والاتصال باعتبارها علم يبحث في خفايا الدلالات المتعددة للصور واللغة والإشارات والإماءات...إلخ اعتمدت هذا العلم حديثا ولكن على مستويات جد ضيقة.

ومع تطور الإعلام ووسائله وتعدد أشكاله في نقل الحدث، ومع التأثير الواضح الذي بات يلعبه في سياسة الدول الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية منها، اتخذ البحث السيميائي في علوم الإعلام والاتصال أهمية قصوى كونه يبحث في تجليات تلك الصور واللغة وآثارها وأبعادها ومكنوناتها خاصة وأن هذا العصر يتصف بكونه عصر الصورة بامتياز، فما هي السميولوجيا؟ وكيف تم تطبيقها حاليا في بحوث الإعلام والاتصال؟ وما هي الإضافات التي قدمتها لهذا العلم وماهي أبجديات وخطوات التحليل السميولوجي للصورة وفقا رولان بارث؟

كلمات مفتاحية: السميولوجيا، البحث السميولوجي، الاتجاهات السيميائية، المضامين الاعلامية.

Abstract:

It is known that semiotics is a modern science, although its application has been advanced in multiple places, such as medicine, engineering, etc., and the sciences of information and communication as science, looking at the subtleties of multiple connotations of images, language, signs, appendices, etc., has recently adopted this science, but at very narrow levels.

With the development of the media and its multiple forms in the transmission of the event, and with the clear influence it is playing in the economic, social, cultural and political policy of States, the semiotic research into information and communication sciences has taken on the utmost importance of examining the manifestations, effects, dimensions and subtleties of such images and languages, especially since this era is characterized by the age of image with distinction. How is it currently applied to information and communication research? What additions have you made to this science and what are the alphabets and steps of the sociological analysis of the image according to Rolan Barth?

Keywords: semiology; semiological research; semiotic trends; media content.

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

تعد "السيميولوجيا" من الحقول المعرفية الرائجة في الدراسات الحديثة، وقد ظهرت في القرن العشرين، على يد كل من عالم اللغة السويسري "فرديناند دي سوسير1857-1913 " والأمريكي "تشالز سندرس بيرس 1839-1914 "، ثم جاء بعدهما باحثين آخرين من أمثال: "رولان بارت" و" أمبيرتو إيكو" و "غريماس" وغيرهم، وقد بشر ظهور علم السميولوجيا بالتحليل والتأويل للعلامات اللغوية وغير اللغوية المحيطة بنا، فاسحا المجال لفهم أكبر لمحيطنا وذواتنا وتمثلاتنا نحو الأشياء والرموز والحركات، وقد استفادت البحوث الإعلامية الاتصالية من المنهج السيمائي سواء لتحليل المادة الإعلامية الاتصالية وتفكيكها بحثا عن مكامنها أو لإعادة تركيب هذه المادة أملا في الحصول على متابعة أكثر وأثرا أكبر .

وهذا المقال هو محاولة لتسليط الضوء ولو بالبسيط على انعكاسات استخدام علم السيميولوجيا وما يتيحه من مناهج على البحث في مجال الإعلام والاتصال، فما هي السميولوجيا؟ وكيف تم تطبيقها حاليا في بحوث الإعلام والاتصال؟ وما هي الإضافات التي قدمتها لهذا العلم؟

ولمعالجة هذا الموضوع والإجابة عن التساؤلات المطروحة قسمنا هذه الورقة إلى نقطتين أساسيتين وهما:

أولا: السيميولوجيا المفهوم والتطور

ثانيا: السيميولوجيا ودورها في بحوث الإعلام والاتصال

ثالثا: أبجديات ومنهجية التحليل السميولوجي للصورة وفقا رولان بارث

2. السميولوجيا المفهوم والتطور:

يسلط هذا المحور الضوء عن مفهوم السيميولوجيا وتاريخها وأهم مدارسها.

2.1 السيميولوجيا .. جدل المفهوم وتأصيل المعنى:

قبل البدء بالتتبع التاريخي لمفهوم السميولوجيا من جهة الظهور والتطور لابد من توضيح مفهومها، انبثقت من الكلمة اليونانية **Séméion** بمعنى العلامة، و**Logos** بمعنى الخطاب أو العلم، وبذلك تصبح كلمة **Sémiologie** علم العلامات أو علم الدلالة كما يطلق عليه بالعربية السيميائية أو علم الإشارات، يوجه هذا العلم اهتمامه نحو دراسة مختلف أنواع العلامات اللسانية وغير اللسانية، أي أنه العلم الذي يروم دراسة العلامة بأنماطها المختلفة في حياة المجتمع أو دراسة الشفرات أو الأنظمة، تمنح قابلية الفهم للأحداث والأدلة بوصفها علامات دالة تحمل معنى ما (بركات، 2002، ص 55).

وعن المفهوم في اللغة العربية ورد مصطلح السيمياء في معجم لسان العرب لابن منظور وفي مادة (س.و.م) نحو قوله: "السيمة والسيمياء والعلامة وسوّم الفرس جعل عليه السيمة، ويقول الجوهري السومة بالضم العلامة، تجعل على الشاة" وقد ورد في التنزيل العزيز قوله تعالى: "تراهم ركّعا سجّدا يبتغون فضلا من الله ورضوانا سيماهم في وجوههم من أثر السّجود" وقوله "تعرفهم بسيماهم لا يسألون النّاس إلحافا"، إذ ورد مصطلح السيمياء بمعنى العلامة في القرآن الكريم ويرد في لسان العرب قول الراجز: غلام رماه الله بالحسن يافعا ... له سيمياء لا تشق على البصر.

فالسيمياء في البيت الشعري بمعنى العلامة (جريوي، 2013، ص 327).

جاء في مخطوطة منسوبة "لابن سينا"، تحت عنوان: "كتاب الدر النظيم في أحوال علوم التعليم" فصل بعنوان "علم السيمياء" يقول فيه: "علم السيمياء علم يقصد فيه كيفية تمزيج القوى التي في جواهر العالم الأرضي ليحدث عنها قوة يصدر عنها فعل غريب. وهو أيضا أنواع، فمنه ما هو مرتب على الحيّل الروحانية والآلات المصنوعة على ضرورة عدم الخلاء، ومنه ما هو مرتب على خفة اليد وسرعة الحركة، والأول من هذه الأنواع هو السيمياء بالحقيقة، والثاني من فروع الهندسة وسنذكره والثالث هو الشعوذة..." (خديجة، 2009، ص 08).

خصص ابن خلدون فصلا من مقدمته لعلم أسرار الحروف، وأطلق عليه اسم السيميا إذ يقول:"...علم أسرار الحروف المسمى بالسيميا، نقل وضعه من الطلسومات إليه في اصطلاح أهل التصرف من غلاة المتوفة، فاستعمل استعمال العام في الخاص، وظهر عند غلاة المتصوفة عند جنوحهم إلى كشف حجاب الحس وظهور الخوارق على أيديهم والتصرفات في عالم العناصر وتدوين الكتب والاصطلاحات ومزاعمهم في تنزيل الوجود عن الواحد وترتيبه، وزعموا أن للكمال الأسمائي مظاهر أرواح الأفلاك والكواكب وأن طبائع الحروف وأسرارها سارية في الأكوان على هذا النظام، والأكوان من لديه الإبداع الأول تنتقل في أطواره وتعرب عن أسراره، فحدث لذلك علم أسرار الحروف وهو من تفاريغ "السيمياء"، لا يوقف على موضعه ولا تحاط بالعدد مسائله، وتعددت فيه تأليف البوني وابن عربي. ومن فروع السيمياء عندهم استخراج الأجوبة من الأسئلة بارتباطات بين الكلمات حرفية يوهمون أنها أصل في المعرفة لمعرفة ما يحاولون علمه من الكائنات الإستقبالية" (خديجة، 2009، ص 08-09)

تجدر الإشارة أن أهم الإشكالات النظرية التي يصطدم بها الدرس السيميائي يتجلى بالأساس في تداخل المصطلحات وتشعبها واختلاف مضامينها، وفي هذا الصدد يقول جون كلود كوكيه **J.C.Coquet** أحد أقطاب مدرسة باريس السيميائية قائلا:" إن القارئ العادي، وكذلك الباحث في مجال العلوم الاجتماعية من حقهما أن يتساءلا عن موضوع هذا العلم، إلا أنهما مع ذلك يجب أن يعلما- على الأقل- أن التعريفات والتحديدات، تختلف ولاسيما إذا تعلق الأمر بموضوع علمي لم يمر على ميلاده وقت طويل."

إن مصطلحي السيميولوجيا والسيميوطيقا يترادفان على المستوى المعجمي، حيث استعملا في الأصل للدلالة على" علم في الطب وموضوعه دراسة العلامات الدالة على المرض". ولاسيما في التراث الإغريقي حيث عدت السيميوطيقا جزءا لا يتجزأ من علم الطب.

وقد وظف أفلاطون لفظ **Sémiotike** للدلالة على فن الإقناع، كما اهتم أرسطو هو الآخر بنظرية المعنى وظل عملهما في هذا المجال مرتبطا أشد ما يكون بالمنطق الصوري، ثم توالت اهتمامات الرواقيين الذين أسسوا نظرية سيميولوجية تقوم على التمييز بين الدال والمدلول والشيء (حمداوي، 2009).

ومع بداية النهضة الأوربية نصادف الفيلسوف ليبنتز **Leibnitz** الذي "حاول أن يبحث عن نحو كلي للدلائل، وعن ضرورة وجود لغة رياضية شكلية تنطبق على كل طريقة في التفكير.

وإذ حاولنا استقراء تراثنا العربي، وجدناه حافلا بالدراسات المنصبة على دراسة الأنساق الدالة، وكشف قوانينها ولاسيما تلك المجهودات القيمة التي بذلها مفكرونا من مناطقة وبلاغيين وفلاسفة وأصوليين...إلخ. بيد أن مثل هذه الآراء السيميولوجية التي شملتها كل هذه المجالات المعرفية لم تكن منهجية أو مؤسسة على أسس متينة و لم تحاول يوما أن تؤسس

نظرية متماسكة تؤطرها أو تحدد موضوع دراستها أو اختيار الأدوات والمصطلحات الإجرائية الدقيقة التي تقوم عليها، وبالتالي لم تفكر في استقلالية هذا العلم، بل ظلت هذه الآراء السيميولوجية مضطربة تجرفها وتتقاذفها التصورات الإيديولوجية والسوسيولوجية والثقافية، ويقول مبارك حنون في هذا الصدد :" إلا أن مثل تلك الآراء السيميولوجية التي احتضنتها مجالات معرفية عديدة، بقيت معزولة عن بعضها البعض ومفتقدة لبنية نظرية تؤطرها كلها

وبقيت عاجزة عن أن تبني لنفسها كيانا تصوريا ونسيجا نظريا مستقلا إلى أن جاء كل من "سوسير وبيرس"، يتفق جل الباحثين على أن المشروع السيميولوجي المعاصر بشر به سوسير في فرنسا في كتابه "محاضرات في اللسانيات العامة"، وارتبط هذا العلم بالمنطق على يد الفيلسوف الأمريكي "شارل ساندرس بيرس **CHS. PEIRCE** في أمريكا، لكن على الرغم من ظهورهما في مرحلة زمنية متقاربة، فإن بحث كل منهما استقل وانفصل عن الآخر انفصالا تاما إلى حد ما، فالأول – كما قلنا– بشر في "محاضراته" بـــــــــ "ظهور علم جديد سماه السيميولوجي (**Sémiologie**) سيهتم بدراسة الدلائل أو العلامات في قلب الحياة الاجتماعية، ولن" يعدو أن يكون موضوعه الرئيسي مجموعة الأنساق القائمة على اعتباطية الدلالة"

وقد تزامن هذا التبشير مع مجهودات بيرس (1839–1914) الذي نحا منحى فلسفيا منطقيا. وأطلق على هذا العلم الذي كان يهتم به بـــــــ "السيميوطيقا" **SEMIOTIQUE** والسيميوطيقا حسب بيرس تعني نظرية عامة للعلامات وتمفصلاتها في الفكر الإنساني، ثم إنها صفة لنظرية عامة للعلامات والأنساق الدلالية في كافة أشكالها... وبالتالي، تعد سيميائية بيرس مطابقة لعلم المنطق (حمداوي، 2009).

2.2 العلامة كمتغير في علم السيميولوجيا:

تقع العلامة في مركز الدراسة السيميولوجية، وهي الشيء الذي يحيل إلى شيء ليس هو، أوهي البديل عن شيء أو فكرة، البديل الذي يجعل التلمس الرمزي لهذه الفكرة سهلاً، إنها شيء يعادل شيئاً آخر مختلفاً عنه يقوم مقامه وينوب عنه، وتكون العلامة أداة موظفة لمعرفة الأشياء تنشأ بالتزامن مع هذه المعرفة ومع حدوث الصلة مع هذه الأشياء، ولها وظيفة أخرى تتمثل في كونها أداة التعامل مع العالم ومع الآخرين أيضاً، وهناك مسافة في العلامة بين الشيء ورمزه، فالبرتقالة التي ترمز إلى الكرة الأرضية ليست الأرض ولا الأرض برتقالة.

السيميولوجيا إذن هي علم العلامات الذي يهتم بالبنى الاجتماعية والأيديولوجيات والاقتصاد والتحليل النفسي والأدب وغيرها من مجالات الحياة المختلفة، وبهذا يتوسع مجالها إلى أقصى حد، وربما تحرم نفسها من التخصص بموضوع هو مادتها الأساسية، فكما هو واضح العلامة منتشرة في كل مكان وفي كل مجال من مجالات الحياة، وللعلامة نوعان: لساني مجاله في اللغة، وغير لساني يظهر في الشم والذوق واللمس والإيماء والصوت واللباس والطعام وإشارات المرور والطرق وأحوال الطقس والأنظمة العسكرية وفي الآلة أيضاً وغيرها (بركات، 2002، ص 57)

3.2 تاريخ علم السيميولوجيا:

وفي هذا الإطار استعرض إيكو الفترات الزمنية لهذا العلم ويمكن تلخيصها على هذا النحو الآتي:

1- المرحلة الأولى:

مرحلة الرواقيين: إن الرواقيين الذين يرجع أصلهم من العمال الأجانب في أثينا هم أول من قال بأن للعلامة "**Signe**" وجهين: "دال ومدلول**Signifie-Signifiant**"، ويشير إليكو إلى وجود علاقة بين كل أنواع العلامات، وكل أنواع السيميائيات، بحيث لا يكون الأمر قاصرا على العلامة اللغوية فقط، وإنما أيضا العلامة المنتشرة في شتى مناحي الحياة الاجتماعية مثل اللباس ونظام الأزياء أو الموضة السائدة في مجتمع ما، والتي تشكل علامات وأنظمة علامات تختلف من مجتمع إلى آخر كما هو الحال في آداب التحية في اليابان، علامات الزواج نظام المطبخ، وإشارات المرور، كل هذا يعد علامات وإشارات ودلالات، ويوضح إليكو بأن الرواقيين الذين يعود أصلهم الحقيقي إلى الكنعانيين القادمين من أرض كنعان: (فلسطين، لبنان، سوريا، الأردن)، وإلى شمال إفريقيا (ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب)، والذين انتقل بعضهم إلى أثينا اكتشفوا أن أصوات اللغة وحروفها، أي شكلها الخارجي والذي يدعى الدال، وراءه مدلولات متماثلة مع اللغة اليونانية، وبالتالي فإن هؤلاء المهاجرين أن صح التعبير هم أول من اكتشف الفرق بين الدال والمدلول وبأنهم أصحاب تجربة لا يملكها اليونانيون، ألا وهي تجربة الازدواج الثقافي والحضاري واللغوي، من خلال ثلاث لغات هي: الكنعانية والأمازيغية واليونانية (باية، 2016، ص 05).

كما يشير إليكو في حديثه عن السيميائيات القديمة إلى جهود كل من أرسطو و أفلاطون حيث استخدم هذا الأخير لفظ السيموتيك للدلالة على الإقناع، كما اهتم أرسطو هو الآخر بنظرية المعنى وظل عمله مرتبط أشد الارتباط بالمنطق الصوري، إذ سعى في كتابه (العبارة) ليحدد العلاقة بين الألفاظ وبين العلامات، وبين أشياء العالم الخارجي إذ يقول: "إن الأصوات التي يخرجها الإنسان رموز لحالات نفسية، والألفاظ المكتوبة هي رموز للألفاظ التي ينتجها الصوت وكما أن الكتابة ليست واحدة عند البشر أجمعين، فكذلك الألفاظ ليست واحدة هي الأخرى لكن حالات النفس التي تعبر عنها هذه العلامات المباشرة متطابقة عند الجميع.

2- المرحلة الثانية:

تمثل مرحلة القديس الجزائري "أوغسطين" الذي يعتبر أول من طرح السؤال ماذا يعني أن نفسر ونؤول؟ ومن خلال هذا السؤال شكل نظرية التأويل النصي (تأويل النصوص المقدسة)، وتكمن أهمية هذه المرحلة في كونها تؤكد على إطار الاتصال والتواصل والتوصيل عند معالجة موضوع العلامة.

3- المرحلة الثالثة:

مرحلة العصور الوسطى، تميزت بفترة التأمل بالعلامات واللغة، ومن أشهر مفكري هذه الفترة" روجيه بيكون "و" أبيلار"

4- المرحلة الرابعة:

فهي تميزت بتعدد أنشطة المفكرين الألمان والانجليز في إرساء معالم نظرية العلامات والإشارات، ومن أبرز مفكري هذه المرحلة "جون لوك" الذي ألف كتاب بعنوان "مقال حول الفهم البشري" وقد استعمل لوك في مقاله هذا مصطلح ليقصد به العلم الذي يهتم بدراسة الطرق والوسائط التي يحصل من **"Simiotica"** سيموطيقا خلالها على معرفة نظام الفلسفة والأخلاق وتوصيل معرفتها، ويكمن هذا العلم في الإتمام بطبيعة الدلائل التي يستعملها العقل، لغرض فهم الأشياء أو نقل معرفته إلى الآخرين، وفي سنة 1897 أعلن اللساني الفرنسي بريال (**Breal**)ميلاد علم

يختص بمعنى اللغة و (**Semantique**)هو علم الدلالة الذي أتى ليسد تلك الثغرة في الدراسات اللغوية التي كانت تهتم بشكل للدلالة على علم المعاني والذي يعني به الكلمات ومادتها، وأطلق بريال اسم تلك القوانين التي تشرف على تغير المعاني، ويعالج الجانب التطوري للألفاظ اللغوية ودلالاتها، واعتبر بحثه وقتئذ ثورة في دراسة علم اللغة، وأول دراسة حديثة لتطور معاني الكلمات، ويعتبر بريال أول من استعمل مصطلح علم الدلالة.

5- المرحلة الخامسة:

وهي التي يتفق جل الباحثين على أنها المرحلة الحاسمة في التحديد العملي للسيميولوجيا وهي مرتبطة ارتباطا وثيقا بالنموذج اللساني البنيوي الذي أرسى دعائمه وأسسه العالم الفرنسي فرديناند دي سوسير في كتابه محاضرات في اللسانيات العامة.

كما ارتبط هذا العلم من جهة أخرى بالمنطق على يد عالم الرياضيات والمنطق شارل سندرس بيرس في أمريكا الذي أطلق عليه مصطلح السيميوطيقا، إذ يقول في هذا الصدد "إنه لم يكن باستطاعتي يوما ما دراسة أي شيء رياضيات كانت أم أخلاقا أم ميتافيزيقيا أو جاذبية أو ديناميكية أو بصريات أو كيميياء أوفلكا أو علم النفس أو علم الأصوات أو اقتصاد أو تاريخ دون أن تكون هذه الدراسة سيميولوجية" (باية، 2016، ص 05-06).

وتجدر الإشارة إلى أن السيميولوجيا مرتبطة ارتباطا وثيقا بالنموذج اللساني البنيوي الذي أرسى دعائمه وأسسه العالم السويسري فرديناند دو سوسير منذ القطيعة الإبيستمولوجية التي أحدثها في ميدان الدراسات الألسنية إن جاز التعبير مع الفيلولوجيا وفقه اللغة واللسانيات التاريخية،.وقد جعلت هذه القطيعة اللسانيات العلم الشامل والرائد الذي تستفيد منه مختلف المدارس والمشارب المعرفية كالنقد الأدبي والأسلوبية والتحليل النفسي وعلم الاجتماع بالإضافة إلى جهود الوظيفيين والكلوسماتيكيين في اللسانيات والشكلانيين الروس في الشعرية.

وأخيرا، السيميولوجيا باعتبارها علما حديث النشأة اقتدت هي الأخرى في بناء صرحها النظري بالمبحث اللساني البنيوي، واستقت منه تقنيات وآليات ومفاهيم تحليلية تعد بمثابة مرتكزات أساسية يقوم عليها المبحث السيميائي الحديث، ولاسيما سيميوطيقا الدلالة التي تندرج في إطارها أبحاث رولان بارت السيميائية، هذا الأخير الذي التجأ منهجيا إلى اشتقاق بعض الثنائيات اللسانية وطبقها على موضوعات سيميائية غير لغوية ذات طبيعة اجتماعية كالألبسة والأطعمة...إلخ. أهم هذه الثنائيات: اللسان/الكلام، الدال/المدلول، المركب /النظام، التقرير/ الإيحاء

وعليه، يمكن أن نحدد مجموعة من المرجعيات التي استندت إليها السيميولوجيا أو السيميوطيقا منها:

أ- الفكر اليوناني مع أفلاطون وأرسطو والرواقيين.

ب- التراث العربي الإسلامي الوسيط (المتصوفة- نقاد البلاغة والأدب كالجاحظ...)

ت- الفكر الفلسفي والمنطقي والتداولي (بيرس، فريج، كارناب، راسل...)

ث- اللسانيات البنيوية والتداولية التحويلية بكل مدارسها واتجاهاتها.

ج- الشكلانية الروسية ولاسيما فلاديمير بروب صاحب المتن الخرافي الذي انطلق منه كريماس وكلود بريمون لخلق تصورهما النظري والتطبيقي إلى جانب أعلام أخرى في مجالات الشعر والأدب والسرد....

ح- فلسفة الأشكال الرمزية مع إرنست كاسيرر الذي درس مجموعة من الأنظمة الرمزية التواصلية مثل: الدين والأسطورة والفن والعلم والتاريخ (حمداوي، 2009).

4.2 المدارس المؤسسة للاتجاهات السيميائية المختلفة:

ذكر جميل حمداوي تقسيمه للاتجاهات السيميائية كالآتي انطلاقا مما قدمه مارسيلو داسكال:

- ✓ المدرسة الأمريكية المنبثقة عن بيرس والتي يمثلها كل من مورس وكارناب وسيبوك.
- ✓ المدرسة الفرنسية أو بالأحرى الأوروبية المنبثقة عن سوسير والتي يمثلها كل من بويسنس وبريطو وجورج مونان ورولان بارث وغيرهم.

وذكر ذات الباحث بعض الاتجاهات الفرعية الأخرى يمثلها كل من غريماس وبوشنسكي وجوليا كرستيفا، يمكن ما يلاحظ على مارسيلو داسكال هو إغفاله لاتجاه أو مدرسة تعد من أهم المدارس السيميولوجية الروسية وهي مدرسة تارتو التي يمثلها كل من يوري لوتمان وأسبسكي وبياتغورسكي وإيفانوف، أما الأستاذ محمد السرغيني فهو يرتضي تقسيما ثلاثيا للاتجاهات السميولوجية تتمثل في الاتجاه الأمريكي والاتجاه الفرنسي والاتجاه الروسي، بل هناك من يقترح تقسيما آخر هو المدرسة السيميائية الإيطالية ومدرسة كونستالس الألمانية (فاطمة الزهراء، 2018، ص 34-35).

3. السيميولوجيا ودورها في بحوث الإعلام والاتصال:

ويتناول هذا العنصر اتجاهات التحليل السيميائي وعلاقته بعلوم الإعلام والاتصال كما يبحث في مجالات تطبيق السيميولوجيا في علوم الإعلام والاتصال.

1.3 اتجاهات التحليل السيميائي وعلاقتها بعلوم الإعلام والاتصال:

يقسم الباحثون اتجاهات التحليل السيميائي كالآتي:

1- سيميائيات الدلالة:

يرى بعض الدارسين واللغويين أن رولان بارت "**Barthes**" أحق الممثلين لاتجاه سيمياء الدلالة، لأن البحث السيميولوجي عنده هو دراسة الأنظمة والأنسقة الدالة، فجميع الوقائع والأشكال الرمزية، والأنظمة اللغوية دالة، فهناك من يدل باللغة وهناك من يدل بدون اللغة المعهودة، بيد أن لها لغة خاصة، ومادامت الأنسقة والوقائع دالة فيمكن تطبيق المقاييس اللسانية على الوقائع غير اللفظية أي الأنظمة السيميولوجية غير اللسانية لبناء الطرح الدلالي.

2- سيميائيات التواصل:

سيميائيات التواصل هو التصور الذي يرى في الدليل غير كونه عبارة عن اجتماع دال بمدلول إنه أداة تواصلية أي أنه يحتوي على صفة القصدية الإبلاغية بمعنى أن العلامة تتكون من عناصر ثلاثة: الدليل، المدلول، الوظيفة التي هي القصد، المهم بالنسبة الى هده المدرسة هو التواصل والإبلاغ، وهذه الوظيفة لا تؤديها الأنساق اللسانية فقط، بل هناك أنظمة شتى غير لسانية مثل الصورة، الإيماءات، حركة الجسد. يمثل هذا التوجه: مونان"**Georges Mounin**"، بريطو"**Preito**"، بوسينس"**Eric Burssens**"، كرس"**Crice**"، "مارتينيه **Martinet**"

3- سيميائيات الثقافة:

سيميوطيقا الثقافة ترجع إلى فلسفة الأشكال الرمزية عند كاسيرر وإلى الفلسفة الماركسية أيضا، فنجد أهم روادها من الاتحاد السوفياتي سابقا: يوري لوتمان، إيفانوف، أوسبنسكي، تودوروف وفي إيطاليا: أمبرتو إيكو ولاندي، يرى أصحاب هذا الاتجاه أن العلامة تتكون من وحدة ثلاثية: المبنى والمدلول والمرجع، تنطلق سيميوطيقا الثقافة من اعتبار الظواهر الثقافية موضوعات تواصلية وأنساقا دلالية؛ وان الثقافة عبارة عن إسناد وظيفة الأشياء الطبيعية وتسميتها وتذكرها. فالسيميوطيقا عند الإيطالي لاندي مثلا: تهدف إلى الكشف عن سلوكيات الإنسان وتعريتها من خفاياها الإيديولوجية المختلفة:

أ- أنماط الإنتاج (مجموع قوى الإنتاج وعلاقات الإنتاج)

ب- الإيديولوجيات (تخطيطات اجتماعية لنمط عام)

ت- برامج التواصل (التواصل اللفظي وغير اللفظي) (أحمد، 2016، ص 33-34).

4- سيمياء التلقي:

يتعلق الأمر عند أمبرتو إيكو باستخدام إستراتيجية نصية سيستند فيها طلب النشاط التعاوني للقارئ أو المرسل إليه، فيندرج هذا النشاط في سيرورة تفسير العمل الأدبي وتأويله، ويجد القارئ نفسه مدعوا إلى أن يستخلص من النص ما لا يقوله النص، ولكن يستلزمه أو يتضمنه؛ ملئ الفراغات، وإلى ربط ما في النص بباقي النصوص الأخرى وهو ما يسمى بعملية التناص من حيث انه سينشأ معنى جديد للنص وسينصهر بمعنى آخر: توظف في النص معرفة القارئ وليس مهاراته فقط.

5- سمياء الأهواء:

اشتغل السيميائيون منذ فترة طويلة بمعنى العمل أو الفعل، أو حالة الأشياء (موضوع سيميائية العمل) في السنوات الأخيرة أصبحوا يولون أهمية لمعنى الهوى والحالة النفسية وهي(موضوع سيميائيات الأهواء)، وأبحاث جريماس وفونتاني دليل على ذلك، فالهوى هو أساس الدلالة، والدليل على استقلالية البعد الانفعالي داخل النظرية السيميائية (أحمد، 2016، ص 34-35).

إن البحث في الإعلام والاتصال هو استقراء كيفية وصول الرسالة من مرسل إلى مستقبل عن طريق قناة تواصلية باستخدام رسالة معينة للوصول لتحقيق هدف محدد وتحقيق نوع من التواصل، وللوصول لنجاح العملية الاتصالية لابد من دراسة دلالات الرسالة لدى المرسل وكذا سياقها، وهذا يتطلب خبرة مشتركة (ثقافة مشتركة) لدى المرسل والمتلقي (دلالات مشتركة وتواصل وتلقي)، وكذا مراعاة المتلقي وحالته النفسية (أهوائه) الشخصية، ومن هنا تبرز علاقة اتجاهات البحث السيميائي ببحوث الإعلام والاتصال فكون هذه الأخيرة تختص بدراسة المرسل والمتلقي فهي بحاجة لكل الأبحاث السيميولوجية لفهم الرسالة (تفكيكها) وإعادة تركيبها (بنائها).

2.3 مجالات تطبيق السيميولوجيا في بحوث الإعلام والاتصال:

طبق المنهج السيميائي في بحوث متعددة في الإعلام والاتصال فقد وظف كريستيان ميتز المنهج السيميائي في دراسة السينما أي الأشرطة السينمائية والأفلام باعتبارها علامات سمعية بصرية، وصدرت له في هذا الصدد مجموعة من الكتابات والدراسات من ذلك كتابه الهام الموسوم ب **Essais sur la signification au cinéma** والذي يقع في جزئين اثنين، وقد تحدث فيه بإفاضة عن الخدع السينمائية وعالجها معالجة سيميائية، وقسمها إلى ثلاثة مستويات هي مستوى الكاميرا

ومستوى المشهد السينمائي ومستوى تركيب الفيلم، كما أنجز ميتز عملا أكاديميا أكثر تنظيرا في السيميولوجيا وهو **Langage et cinéma** الذي نشر في باريس عام 1971 وقد استند فيه إلى معارفه النظرية حول السينما الروائية، وله أيضا دراسة أخرى بعنوان **Le signifiant imaginaire–psychanalyse et cinéma** صدرت عام 1977 في كتابه **Essais sémiotiques**تحدث ميتز عم أسماه سيميولوجيا السينما (رضوان، 2012، ص 38-39).

وطبق المنهج السيميائي في مجال دراسة اللوحات الإشهارية والملصقات وذلك بالنظر إلى التطور الكبير الذي شهده الإشهار وإلى قابليته الواضحة للمقاربة السيميولوجية، تقول توسان الإشهار بالرغم من مناهضيه سوف يصبح الوسيلة الكبرى للتعبير الأيقوني والسمعي البصري في عصرنا هذا، ومجال استثمار كبير يضاهي الاستثمارات الخاصة بكاتدرائيات العصر الوسيط.

ومن الدارسين البارزين في هذا المجال رولان بارث الذي كتب مجموعة من الأبحاث في معالجة الملصقات واللوحات الإشهارية، ومن ذلك دراسته الموسومة ببلاغة الصورة التي حلل فيها صورة إشهارية لشركة بانزاني **Panazani** المختصة في صناعة المعجونات، وهو بذلك لا يسعى إلى تأسيس علم لتحليل الإشهار وإنما يسعى بصفة عامة إلى وضع بلاغة الصورة كما يدل على ذلك عنوان الدراسة، كما ظهرت مجموعة من الدراسات السيميولوجية في القصة المصورة بوصفها شكلا أدبيا موجها للأطفال بصورة رئيسية، ويعد بيير فريزنولت دوريل رائدا في هذا المجال وذلك بأطروحته الجامعية التي أنجزها عام 1970 وصدرت عن دار **Hachette**الفرنسية عامين بعد ذلك.

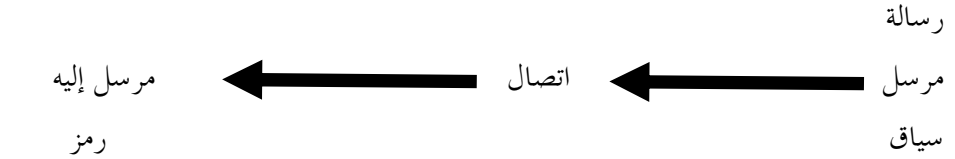
واستخدم المنهج السيميائي في قراءة اللوحات التشكيلية وذلك مع أوبير داميش وجون لويس شيفر ولويس مارتان، واستعمل كذلك في قراءة الصور الفوتوغرافية وفي دراسة المسرح كما عند هيلبو، وطبق بعضهم السيميولوجيا في مجال الموسيقى وظهرت كتابات ومقالات قيمة في هذا الشأن وكانت مجلة **Musique en jeu** المحتضن الأول للدراسات السيميولوجية الموسيقية عامي 1970-1971، إلا أنه ليس من السهل تأسيس السيميائية الموسيقية لأنها لا تعتمد فقط على المادة الموسيقية ولكن أيضا على المادة الصوتية الموسيقية (رضوان، 2012، ص 39-40).

3.3 سيميائية الصورة ودورها في بحوث الإعلام والاتصال:

الصورة مظهر من مظاهر حضارة العصر استطاعت أن تفتك لنفسها مكانة لائقة أهلتها لأن تكون منطلق الدراسات الحديثة، فالصورة في بعديها الثابت والمتحرك جاءت مستوفية لشروط الخطاب بعيدا عن تلك التمثلات اللسانية المستندة إلى الأسس اللغوية.

إنها علامات جزئية مختلفة اتحدت في بعديها التأليفي و الاختياري لتنجز خطاب الصورة في بعديه الثابت والمتحرك، وهو خطاب ما زال جهد الدارسين فيه محدودا الأسباب كثيرة أهمها حداثة الموضوع والدراسات المهتمة بهذا الاتجاه، حيث لم يعد تعاملها مقصورا على العلامة اللسانية وإنما أصبح موجها إلى كل من الإطار واللقطة والمشهد والحركة واللون والموسيقى وغيرها من العلامات الأخرى الفعالة والمنجزة، في نهاية المطاف الخطاب المرئي الذي هو في أمس الحاجة إلى تخيل أشمل وأعمق يجعلنا نسافر إلى أعمق العلامة المرئية ونتتبعها عبر أنساقها المختلفة للظفر بقراءة شافية للفعل الكلامي والمرئي على حد سواء، ومن ثم نجد أنفسنا أمام سيميائية لا تؤمن بالإيحاءات فحسب وإنما تنفتح على الأبعاد التداولية التي يحملها الخطاب المرئي

تدعى بالسميولوجية التداولية **Semiopragmatiqe** ويقوم الخطاب البصري على ست عناصر بارزة هي: المرسل، المرسل إليه، الخطاب أو الرسالة، القناة، الرمز، المرجع ،كما حددها جاكبسون في الشكل التالي: (كريمة، 2014، ص 40).



وقد اعتمد ميتز **Metz. C** في تحليله للخطاب البصري على منطلقات لسانية حفاظا منه على الطرح المنهجي وإن كانت حقيقة بحتة ذات ارتباط وثيق بالإرث السوسيري كونه يعتمد كلا من الدال والمدلول والمرجع أثناء دراسته للفلم، ولهذا الغرض نجده يقسم الفلم إلى خمس دوال كبرى هي «الصورة، الصوت، الضجيج، الموسيقى ثم جميع هذه الدوال مشتركة » كما أصبح الانفتاح على الخطاب البصري أمرا حتميا بعد أن وجد كل من اللسانيين و البنويين صعوبة في التعامل مع هذا النوع من الخطاب نتيجة مخالفة القاعدة اللسانية مما حذا بالاجتهادات البنيوية الحديثة إلى التعامل مع كل من الصورة والفكر السينماتوغرافي بشيء من الليونة والانفتاح.

فكانت دراسات وأبحاث كل من إيزنشتاين **Eseinstein** ولورانس باردان **Bardin Laurence** بمثابة الوجه الجديد للطرح البنوي، أما مجال البحث الإشهاري فكانت تجربة رولان بارت **Barthes.R** رائدة فيما يتعلق بالصورة الإشهارية الثابتة، من خلال تعامله مع ملصقة لعجائن بانزاني، حيث وجد إن هذا النوع من الخطاب يقوم على كل من الصورة و الكتابة اللسانية فضلا عن أشكال لونية، مما استخلص رسائل خفية إيحائية تتمثل في « الإيطالية، المتعة الجمالية، عراقة المطبخ الإيطالي وغيرها، ...» لكن رحلة البحث في الإبداع الإشهاري أصبحت أشمل بكثير فتناولت الخطابات المتحركة، وأبانت عن خصائصها ومميزاتها، كون الإشهار ليس مجرد مادة إعلانية بل هو نظام حياتي يتخذ من العمل السردي إحدى دعائمه للكشف عن الأبعاد الخفية مثلما جاء في مقال لبارت حول " المنظفات والمواد الشبيهة بالصابون" (كريمة، 2014، ص 40-41).

4. أبجديات وخطوات التحليل السميولوجي للصورة وفقا لرولان بارث:

1.4 منهجية التحليل السيميولوجي للرسائل البصرية:

إن إفتراض منهجية متكاملة لتحليل الرسائل البصرية الثابتة ليس بالأمر الهين وذلك من خلال القدرة على اكتشاف خبايا وخفايا الصورة، لأن شروط إعداد وتكوين واستقبال هذه الرسائل تشترك فيه معارف وثقافات من النوع التاريخي والاقتصادي والسياسي والإجتماعي والنفسي.

كما أشار **Roland Barthes** أن للصورة بعدين ملتصقين (تقريري وتضميني) فإذا كانت اللغة نتاج تواصل جماعي فهناك أيضا لغة الصورة تشمل علامات وقواعد ودلالات لها جذور في التمثيلات الاجتماعية والإيديولوجية السائدة، فتصبح بذلك القراءة انتقالا من مستوى لأخر ومن نسق إلى نسق آخر.

ولقد إهتم "رولان بارث" بصفة خاصة بالصورة الإشهارية ولكن إهتم أيضا بالأنساق الدلالية غير اللسانية في تحليله السيميولوجي، وخاصة في بحثه (بلاغة الصورة) فيرى أن للصورة ثلاث رسائل نذكر منها:

- ✓ الرسالة اللغوية **le message linguistique**

- ✓ الصورة التقريرية **l'image denote**
- ✓ بلاغة الصورة **rhétorique de l'image**

ولقد ورد في هذا المقام عدة شبكات لتحليل الصورة الثابتة لكثير من المنظرين والمعاصرين "لوران جرفيرو" و"بيروتات وكوكيلا" حيث تقوم هذه الدراسات على ثلاثة محاور أساسية نوجزها كالاتي:

- ✓ وصف الرسالة
- ✓ مقاربة النسقية
- ✓ مقاربة ايكونولوجية
- ✓ مقاربة سيميولوجية (عبدالله، 2008، ص 208-210).

ومستويات قراءة الصورة: يقول "هيمسلاف **himslef**" كل رمز له نظام دلائل، كل لغة تحمل بداخلها صيغة تعبير وصيغة مضمون، وهذا ما حدده كثير من الباحثين من خلال الدال والمدلول وأضاف أيضا انه يوجد مستويين لقراءة الصورة سيميولوجيا (مستوى تعييني ومستوى تضميني) "**niveau dénoté et niveau conté**"

1- المستوى التعييني:

فيظهر عليه بانه بسيط ويتمثل في القراءة السطحية والأولية للرسالة وبتعبير اخر هو الانطباع الاول لمستقبل الصورة، بمعنى اننا في بادئ الامر نتعرف على الاشكال والخطوط والألوان المشكلة للرسالة والممثلة لدليل ما.

2- المستوى التضميني:

هو الاكثر تعقيدا ويعبر عما يراد قوله في الصورة عن طريق تفكيك مدونة المرسل، اي قراءة ما بين أسطر النص لمعرفة الدلائل والرموز التي تحملها، وتحدد هذه الدلائل القيم السوسيو ثقافية بالنسبة لكل مجتمع (رضوان، 2012، ص 53-55).

ومن خلال هذين المستويين سنتمكن من الوصول الى قراءة دقيقة وعميقة مخترقين بذلك حواجز النص البصري الثابت والتعرف على خباياه ودلائله الخفية وكذلك أهم المعاني والقيم التي يمكن محاكاتها وتوظيفها قصد قبول وتبني مضامين الرسائل البصرية المختلفة.

2.4 الرسالة البصرية وإنتاج المعنى:

إن "اللغة البصرية" التي يتم عبرها توليد مجمل الدلالات، فدلالة الصورة هي لغة باللغة التركيب والتنوع وتسند من أجل بناء نصوصها إلى مكونين:

1- البعد العلاماتي الأيقوني

2- البعد العلاماتي التشكيلي

فالرسالة البصرية تستند من أجل إنتاج معانيها إلى المعطيات التي يوفرها التمثيل الأيقوني كإنتاج بصري لموجودات طبيعية تامة (وجوه، أجسام، حيوانات، أشياء من الطبيعة)، وتستند من جهة ثانية إلى معطيات من طبيعة أخرى، أي إلى عناصر ليست لا من الطبيعة ولا من الكائنات التي تؤثث هذه الطبيعة، ويتعلق الأمر بما يطلق عليه التمثيل التشكيلي للحالات الإنسانية، أي العلامة التشكيلية، الأشكال والخطوط والألوان والتركيب (ما يعود الى الطريقة التي يتم من خلالها إعداد المساحة المؤهلة لاستقبال الانفعالات الإنسانية مجسدة في الأشكال والأشياء والكائنات

إن البعد التضميني والدلالي للصورة هو نتاج تركيب يجمع بين ما ينتمي إلى البعد الأيقوني (التقليد التمثيلي المجسد أو التعبير البصري المعاد الذي يشير إلى المحاكاة الخاصة بكائنات أو أشياء...)، وبين ما ينتمي إلى البعد التشكيلي مجسدا في أشكال من صنع الإنسان وتصرفه في العناصر الطبيعية تراكمية ثقافية من تجارب أودعها أثاثه وثيابه ومعماره وألوانه وأشكاله وخطوطه، وتعد الصورة من هذه الزاوية ملفوظا بصريا مركبا ينتج دلالاته استنادا إلى التفاعل القائم بين مستويين مختلفين في الطبيعة، لكنهما متكاملان في الوجود، فكما أن العلامة الأيقونية تشير إلى تركيب لمجموعة من العناصر المؤدية إلى إنتاج دلالة ما، فإن العلامة التشكيلية لا تشتغل باعتبارها كذلك إلا في حدود تأويلها ككيان حامل لدلالات من هذا المنطلق، يمكن طرح قضية الدلالة والتدليل في الرسالة البصرية وكيفيات تحول المرجع الفوتوغرافي من الحياد والصمت إلى علامة وإلى نص لا ينفلت من لعبة المعنى (عبدالله، 2008، ص 34-35).

3.4 وظائف الرسالة البصرية وفق منهج التحليل السيميولوجي:

هناك وظائف عديدة لمعاني ودلالات الرسالة البصرية حسب رومان جاكوبسون نذكر منها ما يلي:

1- الوظيفة البصرية:

أول الوظائف التي يقوم بها الشعار هي الوظيفة البصرية التي تطمح الى ربط خلق اتصال مع افراد المنظمة أي تعتبر المرسل والمرسل اليه، وهكذا بمثال على ذلك واجهات البيانات يبدو الشعار وكأنه يلقى التحية للمارة وسائقي السيارات، هذا الدور يلعبه جيدا الشعار لهذا هو محمل بإشارات جلية معرفة بالمؤسسة التي يشير إليها.

2- الوظيفة التعبيرية:

أثبتت أبحاث في علم النفس المعرفي أن الأفراد يؤولون الشعار كإشارة تعبر عن شيء ما في المنظمة التي يمثلها، من جهة أخرى الوظيفة التعبيرية للشعار تتعلق تعلق شديدا بالطريقة التي تنظر المنظمة بها إلى نفسها بنموذج التمثيل الذي يلجأ إليه لترى نفسها، فهذه الطرق تؤدي إلى عرض من الاشعارات التي من خلالها تتصور حياة المنظمة واستعمال هذه الاشعارات يفترض طريقة تفكير وطريقة اعتبار الذات اللتان تأثران على الطريقة التي تفهم بها العالم عامة وعالم المنظمات خاصة، نستطيع أن تقدر أنه في حالة شعار الخاصة بالمنظمة والتمثيل الصوري لهذه المنظمة يجب أن يكون هناك تناسب بين الاستعارة القوية الخاصة بالمنظمة والتمثيل الصوري، لهذه المنظمة تحت شكل هذه الصورة الخاصة والتي هي الشعار عندما غيرت **RATP**(شركة المواصلات) هويتها سنة 1982 أرادت بذلك ترجمة تغيير في المهنة أي الانتقال من الثقافة التقنية: ثقافة المهندسين والميكانيكين الى ثقافة الخدمة والاهتمام بترقيات الزبائن، أرادت أن تشهد تغيير النموذج التنظيمي من إستعارة النوع الميكانيكي (المنظمة كآلة) إلى استعارة النوع البيولوجي (المنظمة كجهاز) (عبدالله، 2008، ص 146).

3- الوظيفة المرجعية:

تعني قدرة الشعار على تحرير المعلومات حول المنتوج أو الخدمة التي يقدمها، هذه الوظيفة تدل على ما الشعار على نفسه أو على المنتوج.

إن نظام الهوية البصرية الذي تعتمده خدمة نقل قطارات الاوروبي يستخدمون اللون الأبيض حتى يوحي للمسافرين بالطمأنينة تستعمل بعض علامات اللون الأبيض حتى تعبر عن السرعة في الميادين الرياضية، الأحذية ذات الأشرطة البيضاء

تجري بسرعة أكثر من الأحذية أحادية اللون حتى تبليغ بصفة غير واضحة فوزها في سباق السيارات الكبير الذي وقع في مصر.

4- الوظيفة التأثيرية:

هذه الوظيفة تعبر عن اشتراك المستهلك في الرسالة التي يحملها الشعار، شعار **Danone** مثلا يبرز بطريقة واضحة الطفل الواحد من الأهداف المنتظرة وهذه الوظيفة مهمة كانها مرتبطة بالبعد المنفعي للشعار والذي هو التأثير في المرسل اليه، يجب أن يقوي المرسل إليه عندما يرى المنتوج "أن المقصود بذلك"

5- الوظيفة الشعرية:

تؤدي إلى إضافة قيمة انفعالية، وهذا يكون عندما تقوم بعض المؤسسات بالاعتماد على الفنانين حتى يضعوا الشعار كشعار **Yves Saint-Laurent** الذي وضعه **lassandre** أو شعار اسبانيا الذي رسمه **mi r o**، يؤمن الشعار وظيفة شاعرية عندما يرسم بطريقة مبهمة ويظهر بصفة تشير لنفسه، وهذا النوع نادر لأنه يؤدي وظيفة كرمز.

6- الوظيفة اللغوية:

يشير الشعار إلى الرمز المتضمن في الرسالة، فالمثال الجيد الذي يعبر عن التحويل اللغوي هو تحويل شعار **IBM** إلى لغز رمزي بالصور مؤلف من **cye** "عين"و**Bee** "نحلة"وحرف **M** (عبدالله، 2008، ص 147-148).

4.4 مرتكزات التحليل السيميولوجي للرسالة البصرية:

1- العلامة البصرية:

يعتبر بيرس **"peirce"** العلامة عنصرا هاما من المسار التواصلي، حيث قال أنه: "من خلال علامة فإنني أفهم كل من يوصل معنى محدد لشيء مهما كان" فهو يعتبر "العلامة شيء ما يأخذ موضع شيء آخر لإحدى العلاقات أو لإحدى الأهداف، أما د.سوسير فاعتبر العلامة "ذات هوية فيزيائية تتضمن وجهين متحدين ومتكاملين الأول يعرف بالدال **"signifiant"**وهو عبارة عن الأصوات أو صورها المرسومة إذ تعرف بالجزء الحساس والثاني المدلول **(le signifié)** وهو المفهوم **(conopt)** أو الجزء المجرد **"le partie abstraite"** (كريمة، 2014، ص 41)

وهذا يعني أن العلامات إما يضعها الإنسان اصطلاحا عن طريق اخترعها واصطناعها والإتفاق مع أخيه على دلالتها ومقاصدها مثل: اللغة الانسانية، أو أنها طبيعية والتي تم إفرازها بشكل عفوي وفطري لا دخل للإنسان في ذلك، أي السيميولوجيا تدرس ما هو لغوي وما هو غير لغوي، أي تتعدى المنطوق إلى ما هو بصري

فالعلامة البصرية ذات تمظهرات مختلفة، حيث تجمع الصورة بغيرها من العلامات الشبيهة والمتممة من أشكال وأيقونات التي يمكن جمعها في الرسالة، فضلا عن الإطار **le cadre** الذي يحددها ودلالاته المعنوية والفنية، وهي جميعها تعمل على رسم عالم يعج بالمثل والقيم (أسامة، 2010).

وعلى هذا الأساس أضحت العلامات البصرية بمثابة مرأة عاكسة لتجربة الإنسانية، حيث لا يمكننا الفصل بينهما، فالرسائل البصرية في تنوعها تشكل لغة اودعها الاستعمال البشري، وأكسبها دلالات ورموز وتمثيلات مستوحات من المرجع الثقافي زائد التجربة الانسانية، لكي نفهم وندرك بالشكل المقصود متفادين بذلك التأويل والتحريف، وعليه فإن المعنى

والمغزى العام بات يرتبط ببلاغة الدلائل والعلامات، حيث أن الأنساق البصرية تتميز بتضافر مختلف مكونات التعبير لتبليغ رسالة محددة، وهناك بعض العناصر والمكونات التي تتوفر في هذا النسق وتغيب في غيره نذكر منها:

- ✓ العلامة اللغوية
- ✓ العلامة الايقونية
- ✓ العلامة التشكيلية

2- الرسالة التشكيلية le message plastique:

إن ميادين ومجالات السيميولوجيا ليست حبيسة علم اللغة أو اللسانيات، وحسب وإنما هي واسعة لتشمل جميع الانساق والأنظمة اللغوية وغير الغوية، فنحن لا نستهلك منتجات حافية وعارية من كل غطاء ثقافي فإننا نشتري من خلال هذا المنتج أو ذاك نمطا في الحياة أو أساليب عيش هي المدخل الضروري نحو الخروج من عوالم الذات الضيقة للانخراط في المجموع الاجتماعي ضمن معايير مخصوصة (سعيد، 2010، ص 51)

حيث نجد أن الرسائل التشكيلية هي عبارة عن مجموعة الدلائل المشكلة للعناصر التقنية (كاتولا، 2012، ص 27)

وعلى هذا الأساس نستطيع أن نقول أن تعدد وتنوع البيئات الثقافية أمرا يشير إلى جملة من العوامل ومحددات التي تتحكم وتوجه الإستهلاك، وبذلك نجد ان تعدد وتنوع المضامين التشكيلية أصبح امرا مهما وخادما للمعلنين والمستهلكين على حد سواء نذكر منها:

- **رمزية الألوان**: يأخذ اللون دورا هاما في جلب انتباه القارئ لذا يجب على مصمم الرسالة أن يحترم التفصيلات في الألوان عند المستهلكين، لذا يجب التركيز على الألوان من جانب تنسيقها ودراستها حسب الصورة، وكذلك موضوع الاشهار، فاللون هو ذلك التأثير الفيزيولوجي الخاص بأعضاء الجسم (رضوان، 2012، ص 53)، ونجد ايضا:
- **الحامل**:ويقصد به المادة التي تطبع عليها الصورة وحجمها (ملصق، صفحة، مجلة، فيلم، فيديو...)
- **الإطار**:يقصد به الحدود الفيزيائية للصورة، والذي يفصل مختلف التعيينات عن بعضها البعض وطريقة توزيعها في الصورة، كما يمثل الحواف البيضاء التي تترك على الصورة.
- **التأطير**: يتمثل في حجم الصورة ويتعلق بالمسافة بين الموضوع المصور وعدسة الكاميرا.
- **الاشكال**: المربع والمثلث (رضوان، سيميولوجيا الخطاب المرئي من النظري الى التطبيقي، 2016، ص 87)

ومما سبق يتبين لنا أن العملية التواصلية عملية متشابكة ومتشعبة، إذ تشترك فيها عدة عناصر ومحددات تعمل على إكمال النقائص والوصول الى نجاح الرسالة وإحداث الأثر المطلوب.

3- الرسائل اللغوية (اللسانية):

تتمثل الرسالة اللسانية للصورة في الشعار أو العنوان أو النصوص المكتوبة الأخرى كالشروحات وبعض التفاصيل حول المادة المعلن عنها، وتتكون من مجموعة الدلائل اللغوية المشكلة للكلمات والجمل المرفقة للصورة، حيث تدمج هذه الأخيرة الانفعالات والعواطف ورغبات المتلقي والمشاهد للصورة، فهناك ألفاظ توحي بالانجذاب أو النفور كما أن هناك من تسبب الخجل أو الغضب فهي تستخدم لإثارة الانفعال في الانسان فتجذب انتباهه ونفوره نحو سلوك معين، لذلك لان العلامة

اللغوية هي وحدة نفسية مزدوجة لها جانب مادي واخر معنوي ويؤكد "دوسوسير" هنا ان الرابط بين الدال والمدلول هي علاقة اعتباطية التي تعني غياب منطق عقلي يحيل الدال الى المدلول أي أن الدال لا يكتسب وجوده بغياب المدلول (رضوان، سيميولوجيا الصورة بين النظرية والتطبيق، 2012، ص 54-51).

وعلى هذا الأساس يمكننا القول أن اللغة هي النسق الوحيد القادر على ضبط الدلالات والمعاني وتوجيه الرسالة البصرية إلى مسارها المحدد، حيث تتضمن المعاني والأفكار المراد توصيلها للمتلقي.

حيث تتواجد العلامات اللغوية بصفة كبيرة في الصور والرسائل الإشهارية، و تعتمد في تمرير رسالتها على مجموعة مختلفة ومتكاملة من العلامات اللغوية: "وتعود ضرورة حضور هذا المكون في بناء الرسالة الاشهارية لقدراته التواصلية الخاصة والكفيلة بسد النقص التعبيري الملحوظ في الرسائل الأخرى وتحصين القراءة من كل انزلاق تأويلي محتمل من شأنه الإخلال بالهدف الأساسي للصورة (سعيد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، 2003، ص 51)

اللغة هي النسق الوحيد القادر على ضبط الدلالة وتوجيه الصورة إلى المسار الدلالي المحدد، والحديث عنها كنظام تواصلي يستدعي ذكر مختلف عناصر العملية التواصلية (الإعلانية)، ووظائفها وفقا لما حدده جاكوبسون"(عمار، 2005، ص 30).

حيث نجد أن رولان بارث يعتبر أن السيميولوجيا جزء من علم اللسان وليس العكس، حيث يستطيع الباحث أن يدرس الدلائل غير اللفظية دون العودة إلى الدلائل اللفظية (بشير، 2020)

وهناك آخرون يعتقدون بآن خصائص اللغة البصرية لا يمكن مناظرتها مع خصائص اللغة المكتوبة، فقد أدت الأبحاث في مجال الأفلام السينمائية إلى نتائج مثمرة في مجال المهارات العقلية التي ينبغي تعلمها من الوسائط الإعلامية المختلفة، وقد استمر الإصرار على هذا النحو والتساؤل حتى ظهرت أخيرا وبشكل جلي تلك الطبيعة المتميزة المتفردة للغة البصرية، وقد ذكرت الفيلسوفة "سوزان لانجر **susanne langer** "عام 1955 "أن اللغات اللفظية تتميز بالتتابع بينما تتميز اللغة البصرية بالتزامن" وقد اطلقت عليها الصياغتان الاستطرادية (اللفظية) والاستعراضية (البصرية)، وتستخدم الأولى كأداة للتعرف بينما تستخدم الثانية كأداة للدلالة على شيء معين.

ويعتقد أحد الباحثين النظريين هو "كالفن برايلوك **calvin bryluk**" عام 1973 بأن المغزى أو الدلالة تختلف فيما بين الرموز البصرية أو التصويرية من جهة وبين تلك اللفظية من جهة أخرى، فهي تقودنا إلى تعميم المثيرات البصرية وإلى تخصيص المثيرات اللفظية، وقد استنتج إن الاتصال البصري يعتبر "استقرائي البنية" بينما يعتبر الاتصال اللفظي "استباطي البنية"

ويتساءل "رولان بارث" هنا عن وظيفة النص اللغوي الذي يرافق الصورة الإشهارية، يتعدى هذا النص مجال الإشهار إلى أنواع أخرى من الصور، مما دفع برولان بارث إلى القول: "أنه من غير العدل أن نتحدث عن حضارة الصورة، إننا نشكل أكثر من أي وقت مضى حضارة للكتابة، لأن الكتابة والكلام يفيضان دوما بالبنية البلاغية" (موفا، 2010، ص 104)

وانطلاقا من الدور الفاعل التي باتت تلعبه الرسائل اللغوية في الأنساق البصرية خاصة منها الثابتة يمكننا طرح أهم الوظائف التي تحملها هذه الأخيرة والمتمثلة أساسا في (وظيفة التوجيه، وظيفة الترسيخ، وظيفة المناوبة)

4- الرسالة الأيقونية:

وهذا ما يدل على هيمنة البصري على الخطاب الإشهاري وأهميته في إنشاء الدلالة وإنتاج المعنى هو اخضاع المتواليات اللسانية لتأثيرات الصورة، بحيث يعمل منشئ الخطاب على محاكاة الصورة (الشكل اللساني لدوال النص) وفق عمليات فنية وتقنية فترد هذه الصور على شكل حرافم **graphèmes** مقحمة في تركيب الدوال وهذا الجزء يعرف بـــــــ تلفيظ الايقوني **verbalisation de l'iconique** وسمى بعضهم هذا التجلي الايقوني بـــــــ "اللغة الموازية" ومرجعية في ذلك هي أن إسم السلعة قد كتب بطريقة أيقونية تحاكي السلعة وتجسدها، وغاية هذه العملية حفر إسم المنتج في ذاكرة المتلقي، وكسر أفق التوقع لديه وفق أحداث نظريات القراءة والتلقي لان أساس المحركة التنافسية بين العلامات التجارية وساحتها البصر، فالكل يسعى لأجل خلق التفرد والتميز (ابراقن، 2001، ص 33).

- **مميزات الأيقونة:**

أ- تتضمن الأيقونة خاصية العلامة الدالة، دون مراعاة وجود موضوعها من عدمها وإحتكامها إلى مؤول بعينه، فالجرة المستقيمة للقلم مثلا تعد أيقونة للحظ الهندسي.

ب- كما يتضمن القالب الأيقوني لطلقة نارية مثلا، وجود ثقب بعينه سواء اعتبرنا الطلقة النارية مؤولا أولا، صحيح أن الأيقونة تتحدد بموجب الطبيعة الداخلية للموضوع لحظة الانتاج، بيد أنها تحيل إليه بموجب خصائصه سواء وجد أو لم يوجد، وبغياب الموضوع فقد تفقد الأيقونة حق التصرف بوصفها علامة، إذ لا علاقة لذلك بخاصيتها كعلامة، فإن كانت حقيقتها نوعية أو موجودا قانونا تظل بشرط المشابهة أيقونة لشيء ما، ولا تختلف الأيقونة هنا باختلاف النوعيات أو الموجودات أو القوانين، فعلى غرار النوعية المرئية يمكن لنوعية الاحساس الناتج عن عزف قطعة موسيقية أن يتأمل بوصفه أيقونة لمقاصد المؤلف، كما يمكن للصيغة الجبرية أن تكون أيقونة لظاهرة رياضية، ولا يختلف الحال بالنسبة لصور الأشعة الملتقطة من جسم إنسان ما.

ت- إن من مزايا الإحالة الأيقونية كشف الحقائق الباطنية التي لا تظهر للوهلة الأولى.

ث- قدرة الأيقونة في كشف حقائق غير متوقعة فقد تعمل رسمة كاريكاتورية مثلا على فضح الخصائص الشكلية التي تطبع شخصية ما، ولا تظهر بسرعة للعيان (القصر، الطول، انحناء الظهر، تجاعيد الوجه وغيرها)، فتصبح بعد ذلك مثيرة للإنتباه، فالطريقة المثلى لشد الانتباه وتحقيق تواصل بالأفكار أو تأكيدها منوط بتوظيف العلامة الأيقونية أثناء عملية التواصل (جميلة، 2013، ص 43)

وإذا كان للعلامة الأيقونية بعض الخصائص المشتركة مع موضوعها، فإن هذه الخصائص ليست خصائص الموضوع أو الشيء الذي تمثله، بل خصائص النمو الادراكي لهذا الشيء، أننا نقرأ ونفكك أسنن العلامة الأيقونية بواسطة العمليات الذهنية نفسها التي تستخدمها لتشكيل الموضوع المدرك، ومما يدل على أن العلامة الأيقونية لا تمثل دائما موضوعها بشكل مطلق، هو أنها مرفقة في غالب الأحيان بنص مكتوب، ومهما كانت هذه العلامة واضحة وقابلة للتعرف عليها فورا، فهي تبدو محملة دائما بغموض ما كأن نشير مثلا إلى العام دون الخاص ولذلك فهي تتطلب في أنواع التواصل التي تتوخى التركيز والوضوح، غير القابل للتأويل أن تكون مدعمة بنص لغوي (مكتوب) وتلك في حالة الصورة الإشهارية الثابتة خاصة (الشيباني، 2008، ص 122)

5- الرسالة التضمينية:

يقول رولان بارث هي الرسالة الرمزية "**message symbolique**" أو الثقافية اي الصورة التي تحدث فيها التداخل بين العلامات تناغما دلاليا وكل علامة في الصورة تحمل من السنن الثقافية المختلفة من فرد الى اخر.

وبهذا نستطيع القول أن المستوى التضميني الذي تحمل الرسالة البصرية الثابتة خاصة له أثر بالغ ويمكن اعتباره جزء مكمل لدلائل الصورة في شقها الخفي والغامض، فالتضمين هو القراءة المعمقة للرسالة أي قراءة ما بين أسطر النص وقراءة ما وراء الصورة لمعرفة الدلائل والرموز التي تحملها، وتحدد هذه الدلائل في القيم السوسيو ثقافية بالنسبة لكل مجتمع (رضوان، سيميولوجيا الصورة بين النظرية والتطبيق، 2012، ص 55)، حيث يقول هيمسلاف **himslef** كل رمز له نظام دلائل، كل لغة تحمل بداخلها صيغة تعبير وصيغة مضمون وهذا ما حدده كثير من الباحثين من خلال الدال والمدلول (رضوان، سيميولوجيا الخطاب المرئي من النظري الى التطبيقي، 2016، ص 32)، وتعتبر هذه أهم أبجديات وخطوات تحليل النسق البصري وفق رولان بارث، كما يمكن الإشارة أيضا إلى أن تحليل الصورة قد حضي باهتمام العديد من الباحثين في هذا المجال مثل مارتين جولي التي ركزت في تحليلها على عنصري الدليل التشكيل والدليل الأيقوني الذين تعكسهما الصورة او العلامة والتي يمكن قراءتها من معنيين المعنى الاول المباشر المرئي والمعنى الثاني المعنى الكامل غير الظاهر، كما قدم جير فيورو شبكة تحليل للصورة من خلال ثلاث مراحل أساسية متمثلة في مرحلة الوصف الدقيق للصورة، مرحلة ذكر السياق القبلي، الحالي والبعدي للمؤلف، لتكون آخر مرحلة تأويل معناها من عناصر تكوينها وسياقها أي التعبير عن ماذا؟ كيف؟ لماذا؟

5. خاتمة:

ما يسعنا القول في النهاية أن السيميولوجيا علم مهم ومنهج بحث بات ضروري الاستعانة به في علوم عديدة وخاصة في علوم الإعلام والاتصال، ذلك أنها تبحث في مكامن العلامات والرموز في حياتنا اليومية وهذا ما تقوم عليه أساسا علوم الإعلام والاتصال، ذلك أنها توظف هذه الرموز والعلامات في رسائلها المختلفة، وتجدر الإشارة أن فرع سيميولوجيا الصورة يحظى باهتمام أكبر في بحوث الإعلام والاتصال كون عصرنا الحالي هو عصر الصورة بامتياز، خاصة مع ما تعرفه تكنولوجيا الاتصال من مستحدثات في كل وقت وحين أبهرت المشاهد بدقة الصورة ونقاوتها.

برهنت الرسالة البصرية على قوتها في اكتساح مجال الاتصال في عالمنا الحالي من خلال إنتاج عالم مرئي تمازجت بداخله الصور مشكلة نظاما دلاليا يتجاوز أعباء الكلمة المنطوقة ويقضي على حصيلة التخمينات التي ترهق عقول المتلقين بمجرد استماع لموضوع ما معتمدة بذلك على رسائل بصرية تحوي بداخلها تشكيلة من الألوان والشعارات مدعمة بنسق أيقوني يعكس معاني ودلالات مختلفة يستحوذ في الأخير على اهتمام المتلقي.

6. قائمة المراجع:

- ابراقن محمود، التحليل السيميولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006)
- ابرير بشير. (2020)، بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري (نظرة سيميائية تداولية)، تاريخ الاسترداد 14 فيفري, 2022، من الأنطولوجيا: https://alantologia.com/blogs/25789/
- آسيا جريوي، المصطلح السيميائي بين الفكر العربي والفكر الغربي، مجلة كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الإجتماعية، المجلد 06، العدد 12، 2013.
- العبد محمد أسامة، (2010)، الإشارات والرموز واليقونات البصرية، تاريخ الاسترداد 14 فيفري, 2022، من منتدى معمري للعلوم: https://maamri-ilm2010.yoo7.com/t989-topic
- بصالح خديجة، سيميائية الأفعال و الفواعل في القصة القصيرة "الجوع" لنجيب محفوظ نموذجا، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2009.
- بلخيري رضوان، سيميولوجيا الخطاب المرئي من النظري الى التطبيقي، دار جسور للنشر والتوزيع، (الجزائر: دار جسور للنشر والتوزيع،2016)
- بلخيري رضوان، سيميولوجيا الصورة بين النظرية والتطبيق، دار قرطبة، (الجزائر: دار قرطبة، 2012)
- بنكراد سعيد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، منشورات الزمن (المغرب: منشورات الزمن، 2003)
- بنكراد سعيد، الصورة الاشهارية اليات الاقناع والدلالة، دار الحوار، (دمشق: دار الحوار، 2010)
- بوخاري أحمد، التمثلات الثقافية في الومضات الإشهارية بالتلفزيون الجزائري دراسة تحليلية سيميائية وميدانية، قسم الاعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2016.
- بيرنار كاتولا، الاشهار والمجتمع، دار الحوار للنشر والتوزيع، (دمشق: دار الحوار للنشر والتوزيع، 2012)
- جميل حمداوي، (2009)، مدخل إلى المنهج السيميائي، تاريخ الاسترداد 15 سبتمبر, 2019، من ندوة: https://www.arabicnadwah.com/articles/madkhal-hamadaoui.htm
- سيفون باية، محاضرات في السميولوجيا مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثالثة إعلام واتصال، (الجزائر: جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016)
- شاطو جميلة، النزعة الايقونية وتطبيقاتها في السيميائيات المعاصرة، كلية الآداب واللغات جامعة وهران، الجزائر، 2013
- شرشار فاطمة الزهراء، تجليات المنهج السيميائي في خطاب النقد الأدبي العربي المعاصر، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2018.
- عبد الرحمان عمار، الصورة والراي العام، مطبعة هومة، (الجزائر: مطبعة هومة، 2005)
- عبد القادر فهيم الشيباني، معالم السيميائيات العامة اسسها ومفاهيمها، (الجزائر: د.د، 2008)
- فرانسيس دوايار وديفيد مايك موفا، الثقافة البصرية والتعلم البصري، مكتبة بيروت،)القاهرة: مكتبة بيروت، 2010)

- قدور ثاني عبدالله، سيميائية الصورة "مغامرة سيميائية في أشهر الارساليات البصرية في العالم"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، (عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2008)
- محمود ابراقن، علاقة السيميولوجيا بالظاهرة الاتصالية "دراسة حالة سيميولوجيا السينما، قسم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر3، 2001.
- عبدالواحد كريمة، سيميولوجيا الاتصال في الخطاب الإشهاري البصري. *مجلة الواحات للبحوث و الدراسات*، المجلد 07، العدد 02، 2014.
- وائل بركات، السميولوجيا بقراءة رولان بارث، *مجلة جامعة دمشق*، المجلد 18، العدد 02، 2002.