

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة -الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً-

أ/ "نجاة بوثلجة" و أ/ "شهيناز زياد"

جامعة قسنطينة 03

ملخص:

لطالما ارتبطت البحوث الإعلامية بالمنهج التقليدي المحصورة في حدود التحليل الكمي مُتجاهلة التحليل الكيفي ومناهجه، من هذا المنطلق يحاول هذا المقال تسليط الضوء على المنهج السميولوجي باعتباره أحد أهم المناهج النقدية الكيفية المعاصرة، التي تُعنى بتحليل العلاقات الداخلية للرسائل الإعلامية من خلال التركيز على الآليات المنتجة للمعاني من جهة، كما تُعنى -من جهة أخرى- بتشكيل نظام دلالي مرن يتيح فهماً أفضل لوظيفة الرسالة الإعلامية داخل النسق الاتصالي.

Résumé

Avant longtemps, les études des medias ont été associées à des méthodes traditionnelles confinées dans l'analyse quantitative en ignorant l'analyse qualitative et ses méthodes. Pour cette raison, cet article tente de faire la lumière sur la méthode sémiologique comme l'une des méthodes critiques qualitatives contemporaines les plus importantes, qui s'intéressent à l'analyse des relations internes des messages médiatiques, en se focalisant sur les mécanismes produisant les significations dans le contenus des médias d'une part, et d'autre part la restructuration du système sémantique permettra d'une manière souple une meilleure compréhension de la fonction du message médiatique dans le système de communication.

مقدمة:

يعد المنهج السميولوجي من أهم المناهج النقدية المعاصرة التي وُظفت لمقاربة جميع أشكال الخطاب الإعلامي، ورصد أنشطته بالتفكيك والتركيب والتحليل والتأويل، بغية البحث عن آليات إنتاج المعنى وكيفية إفراز الدلالة، وذلك عبر مساءلة أشكال المضامين وسير أغوار البنيات العميقة للرسائل الإعلامية دلالةً ومنطقاً.

جاء هذا المقال ليكشف عن مكانة المنهج السميولوجي في غمار الحقل الاتصالي المعاصر، الذي شهد تطورات وتغييرات على المستويين الموضوعاتي والمنهجي الإجرائي، وقد نتج عن احتكاك الباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال بهذا المنهج المرن، بحوث تعاني من نقص كبير على مستوى فهمه وتطبيقه إذ اختلط وتأثر بأساليب بحث تقليدية تعتمد على جداول تصنيفية كمية وتقف عند حدود وصف المعنى الظاهر للمادة الإعلامية، من جانب آخر رصد الباحث الأمريكي "تومبكنس" نقص البحوث الكيفية عموماً في أقسام وكليات الإعلام الأمريكية في الفترة الممتدة من 1988م- 1994م، مُوضحاً وجود ستة (06) بحوث فقط استخدمت مناهج بحوث كيفية وفسر "تومبكنس" ذلك في ضوء عاملين هما الاعتقاد السائد بين الباحثين بأن المجالات العلمية لا تنشر البحوث الكيفية، بالإضافة إلى نقص التدريب على تحليل المضمون الكيفي.¹

اتسمت البحوث العربية التي استخدمت المناهج الكيفية بالقلّة، ويكفي أن نشير في هذا المقام أن أولى البحوث الإعلامية التي اعتمدت على المناهج النوعية -تحليل الخطاب- كان بدولة مصر العربية نهاية ثمانينات القرن الماضي، وكمثال -عن ذلك- ما قدمته الباحثة "مرلين نصر" عن تحليل الخطاب الناصري* استخدمت فيه التحليل الأسلوبي والدلالي² المرتبط أساساً بالبحوث اللغوية واللغويات النقدية والحجاجية ذات الجوهر الكيفي البحث.

¹ محمد شومان: إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية الدراسات المصرية نموذجاً، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة المنيا، أبريل 2004، ص، ص 1، 2.

* عنونت أطروحتها ب: "التصور القومي في فكر جمال عبد الناصر 1952-1970 دراسة في علم المفردات والدلالة". نقلاً عن: محمد شومان، المرجع السابق، ص 35.

² المرجع السابق، ص 5.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجات بوثلجة و أ. شهيناز زياد

عند الانتقال إلى بدايات البحث الكيفي في مجال الإعلام بالجزائر، نجد أن "محمد ابراقن"* كان من بين الباحثين الجزائريين الأوائل الذين اهتموا بدراسة وتدريس سميولوجيا الاتصال بالجامعة الجزائرية خلال فترتي الثمانينات والتسعينات، حيث استطاع أن يُكوّن جيلاً يهتم بتطبيق المنهج السميولوجي في بحوث الإعلام والاتصال، ثم ذلك بعدما أُنجزت العديد من البحوث الكيفية في الدول الغربية كفرنسا، وألمانيا، والو.م.أ... وخطت خطوات مهمة نحو بلورة الأطر المنهجية والإجرائية.

وبناء على ما سبق بُرر الهروب من تطبيق المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية العربية لاتسامه -وفق وجهة نظر الباحثين- بالتعقيد المرتبط أساساً بقلة الدراسات العربية في هذا المجال، وعليه قلة تأصيله إجرائياً كانعكاس حتمي عن التخوف والتهرب من استعماله، رغم الدعوات المنادية إلى إعادة الاعتبار للتحليل الكيفي، على غرار ما دعت إليه الباحثة المصرية "عواطف عبد الرحمان" التي طالبت بالانفتاح على مساهمات المدارس الفرنسية والأوروبية في تحليل المضمون وعدم الاكتفاء بالمدرسة الكمية التقليدية التي وضع أسسها الباحث الأمريكي "برلسون". لذا جاء هذا المقال كمحاولة لإبراز أهمية المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة من جهة، ولتبسيط تطبيقاته المنهجية وإزالة اللبس عن مجالات استخداماته البحثية.

1/ المسيرة التاريخية للبحوث الإعلامية:

بدأت البحوث الإعلامية مع تطور البحوث الاجتماعية، حيث كانت نشأتها مرتبطة بتناول الجوانب الفلسفية والتاريخية والأدبية لتتفرع في فترة متقدمة وتشمل الجوانب القانونية والسياسية، مُتخذة من المفاهيم الفلسفية مركزاً لها كدور الصحافة في المجتمع، وحرية الأفراد في نشر آرائهم دون تدخل السلطات... وغيرها.¹

ظهرت في مرحلة تالية الأبحاث الوصفية الكيفية، التي استمدت الكثير من منطلقاتها ومفاهيمها وأطرها النظرية والمنهجية من النماذج السلوكية، وعليه فقد مالت تلك البحوث إلى تكثيف البحث في

* بدأ اهتمام "محمد ابراقن" بسميولوجيا الاتصال عام 1977 عندما كان طالباً بالدراسات العليا في جامعة باريس 03 (السربون الجديدة)، ليتحول هذا الاهتمام إلى مشروع فعلي عندما أصبح مدرسا لهذه المادة في معهد علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر من عام 1983 إلى 1993. أنظر: محمود إبراقن: المدخل إلى سميولوجيا الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 08.

¹ بسام مشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2010، ص 30.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجاه بوثلجة و أ. شهيناز زياد

البنيات الكبرى للوسائط الجماهيرية كإطار المؤسسة، وطبيعة الجمهور، وسيرورة التأثير...¹ وأهملت إلى حد كبير دراسة شكل ومضمون الرسالة الإعلامية.

تعرض -فيما بعد- هذا النوع من البحوث للتغيب وأهم بالتحيز والبعد عن الموضوعية، وعُوِّض بالدراسات الكمية للرسائل الإعلامية بعد أن نشر "برلسون" مقاله الشهير سنة 1952م الموسوم بـ"التحليل الكمي للمحتوى في أبحاث الاتصال"،² حيث برزت على ساحة البحث الإعلامي أربع أقسام منهجية كبرى تحددت في: منهج المسح ويتضمن مسح الرأي العام، ومسح تحليل المضمون، ومسح جمهور وسائل الإعلام، ومسح وسائل الإعلام، ومسح أساليب الممارسة الإعلامية، أما القسم الثاني فيتمثل في منهج دراسة العلاقات المتبادلة ويتضمن الدراسات السببية، ودراسة الحالة، والدراسات الارتباطية، بينما شكل منهج الدراسات التطورية القسم الثالث، والمنهج التجريبي القسم الرابع.³

واستناداً إلى مساهمات "برلسون وآخرون" سادت -لفترة لا بأس بها- تقاليد التحليل الكمي في حقل البحوث الإعلامية، إلا أن ذلك لم يمنع من ظهور الكثير من الانتقادات التي انصبحت حول انحصار اهتمام التحليل الكمي في مُساءلة التحليلات السطحية للمضمون الإعلامي، وفي صياغة توجهاته الإيديولوجية بناءً على معطيات إحصائية،⁴ نزعنا نحو تفتيت النص الإعلامي، وتحويله إلى مجرد أرقام، لا نستطيع أن تكشف عن المعاني الضمنية الخاصة بالرسائل الإعلامية المعاصرة، التي اتخذت من فكرة التلغيم الإيديولوجي بجميع أشكاله مساراً لها، وتقوِّماً لذلك ظلت البنيات العميقة مهمة في أدبيات تحليل المضمون التي أضحت منمذجة الاستخدام، لتصبح بعد ذلك -تلك المناهج وأدواتها- غير قادرة على دراسة هذا النوع من الرسائل في علاقاتها المتشابكة والمعقدة مع سياقات اجتماعية، وسياسية، واقتصادية ونفسية متشعبة.

لتجاوز ذلك جاء اهتمام المقاربة السميولوجية بتفكيك عناصر النسق الاتصالي واستنطاق معانيه الضمنية ذات العلاقات المتشابكة، إلا أن استخدامها اتسم في البداية بالتردد والخلط وعدم الوضوح المنهجي والإجرائي، لكنها شكلت نوعاً من المواجهة والتحدي للتقاليد السائدة في مجال البحوث الإعلامية

¹ فايزة بخلف: مناهج التحليل السيميائي، دار الخلدونية، الجزائر، 2012، ص 70.

² محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط03، 2004، ص231.

³ بسام مشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 59.

⁴ فايزة بخلف: مناهج التحليل السيميائي، مرجع سابق، ص-ص 69-73.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجاه بوثلجة و أ. شهيناز زياد

المعاصرة، وحقلاً منهجياً ومعرفياً يستدعي البحث والتمحيص من جهة والتطبيق على النصوص الإعلامية من جهة أخرى، من أجل اكتساب خبرة والتأصيل أكثر لأبجديات المنهج السميولوجي في حقل علوم الإعلام والاتصال.

2/ نحو تجديد المبادئ والتصورات المنهجية التقليدية:

يوجد ارتباط وثيق بين المعارف العلمية والمناهج التي تُستخدم في الكشف عنها والتأكد من صحتها، لأن مفهوم العلم يقوم على وجود مجموعة معارف مُنظمة يمكن التحقق من صحتها بمناهج بحث علمية،¹ تستند إلى مبادئ عقلانية وتحليلية في تفكيك الأفكار المركبة وجعلها بسيطة، لفهم تعقيدات الظواهر الإنسانية.²

تعد الظواهر الإعلامية من أكثر الظواهر الإنسانية تعقيداً لارتباطها بمعطيات تتجدد باستمرار مُتكيفة مع الوضع الراهن بطريقة مدهشة، وقد ارتبطت -بداية البحث فيها- بعلوم أخرى كالتاريخ، والاجتماع، والسياسة ولم تكن لها مناهج بحث مستقلة، ما أدى بها إلى مواجهة مشكلة تحقيق مفهوم العلمية في معارفها الإعلامية،³ فالمنهج التاريخي في البحوث الإعلامية -على سبيل المثال- يفتقر إلى صياغة تعميمات شاملة لها قوة التنبؤ الدقيقة، كما أن المنهج الوصفي في تصويره للوضع الراهن وتحديد العلاقات الموجودة بين الظواهر قاصر* هو الآخر عن وضع تنبؤات للأحداث المقبلة.⁴

كما أن الاتجاه نحو الأسلوب النمطي في معالجة بعض المشكلات البحثية الإعلامية المعاصرة والتصدي لها كمّاً، دون التعمق في تحليلها وسبر أغوارها قد يُعطي نتائج سطحية وشكلية عن الظاهرة المدروسة، لذا جعل بعض الباحثين يعتبرون أن بحوث الإعلام من المجالات التي فشلت فيها المناهج

¹ فاروق أبو زيد: مدخل إلى الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1998، ص13.

² جان فرانسوا دورتيه: معجم العلوم الإنسانية، ترجمة: جورج كتورة، المؤسسة الجامعية " كلمة ومجد " للدراسات والنشر والتوزيع، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2009، ص1021.

³ فاروق أبو زيد: مدخل إلى الصحافة، مرجع سابق، ص 16.

*أدى القصور المعرفي لكل من المنهج التاريخي والمنهج الوصفي في تحقيق علمية المعارف والبحوث الإعلامية، إلى نزوع الكثير من المشتغلين بهذا المجال إلى البحث عن وسائل مناسبة لمعالجة هذا القصور من خلال الاعتماد على المنهج التجريبي في دراسة الوسيلة على وجه الخصوص، أو الاستفادة من التطور الحاصل في بعض العلوم اللغوية إلا أن هذا الاتجاه لم يتسع بعد وظل منحصرًا في بعض البلدان.

⁴ فاروق أبو زيد: المرجع السابق، ص 173.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجات بوثلجة و أ. شهيناز زياد

التقليدية في اللحاق بما تنتجه لنا التقنية، على أساس أن معظمها كان وصفيًا أكثر منه تحليليًا، فضلاً عن كونها محدودة في اختيارها بين المتغيرات، وغير مصقولة في تصنيفها وتحليلها.¹

أدى القصور المعرفي للأسلوب المنهجي النمطي في تحقيق علمية المعارف والبحوث الإعلامية المعاصرة إلى نزوع الكثير من المشتغلين بهذا المجال البحث عن وسائل مناسبة لمعالجته، من خلال الاستفادة من استخدامات منهجية ارتبطت مساعيها التطورية بالعلوم اللغوية كتوظيف التحليل السميولوجي² المناسب لدراسة عنصر الرسالة في العملية الإعلامية المتضمنة لرموز لغوية وأخرى غير لغوية في علاقاتها الداخلية والخارجية،* غايته الأولى النقد القائم على سياسة التوغل العميق في مضامين الرسالة أو الخطاب الإعلامي.³

لا تعد المقاربة السميولوجية التحليلية -إذن- مجرد عملية جردية أو وصفية لمختلف الدلالات التقريرية للإرساليات الإعلامية، بل هي عملية هدفها الأساسي البحث عن المدلولات الإيحائية والتضمينية للوصول إلى النسق الإيديولوجي الذي يتحكم في هذا النوع من العلامات المسمّى من قبل "رولاند بارث" (R Barthes) بالأسطورة،⁴ مُعتمدة في ذلك على مبدأ تحليل الظاهرة لاكتشاف أجزائها، والتركيز على الرؤية الثنائية لها، بمعنى أن عملية التعبير الفكري والفني من خلال الرسالة الإعلامية هي عملية مزج بين مستويين من المفاهيم،* الأول يرتبط بالواقع المادي أما الثاني فيرتبط بالمجال التعبيري الفني أو الفكري.⁵

¹ بسام مشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 21، 22.

² فاروق أبو زيد: مدخل إلى الصحافة، مرجع سابق، ص 24.

*الداخلية: يقصد بها العلاقات التي تربط الرموز غير اللغوية مع بعضها البعض كعلاقة الألوان بالخطوط، أو الشخصية بالثياب... أما الخارجية فيقصد بها العلاقات التي تربط الرموز غير اللغوية بالرموز اللغوية كعلاقة موضوع الرسم بالمثل الشعبي، أو علاقة الشخصية بالاسم الموظف لها...

³ GEORGE PENINO, *L'intelligence, de la publicité*, Paris, édition Robert Laffont, 1997, p 38.

⁴ قدور عبد الله ثاني: سيميائية الصورة -مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم-، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2008، ص 24.

*كانت مختلف البحوث اللسانية السيميائية في بداية القرن العشرين تُخْلِطُ بين مستوى أو حقل التعبير اللساني، وحقل التعبير الأيقوني، وقد ظهرت أول خطوة منهجية تقود إلى تحديد الرسالة البصرية، وتعيين أنماط اشتغال المعنى داخلها، تمثلت في ذلك التمييز الذي جاء به "إميل بنفست" في معرض حديثه عن الأنظمة السيميائية التي تحمل دلالة (لسان)، والأنظمة السيميائية التي لا تدل وهي التي تتحقق في الموسيقى، والرقص، وأشكال التعبير البصري الأخرى.

⁵ نسمة البطريق: الدلالة في السينما والتلفزيون في عصر العولمة، دار غريب، القاهرة، 2004، ص- ص 117- 119.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجاه بوتلجة و أ. شهيناز زياد

استطاع المنهج السميولوجي أن يحقق لذاته تنوع فكري ثري استقطب الكثير من الباحثين إليه كالدنماركي "لويس يامسلاف" (Louis Hjelmslev) الذي عرفه بأنه «مجموعة تقنيات وخطوات تُستخدم لوصف وتحليل الدلالة الذاتية في الأشياء وحتى في علاقتها مع أطراف أخرى...» وهو بذلك لا يقتصر على التحليل بل يمتد إلى نقد المعنى في نظام ما، ونقد العناصر المكونة لهذا المعنى ولقوانينه...¹ بهدف الوصول إلى معرفة الصيغة الوظيفية التي تحكم هذا البناء والتفاعل الدلالي لهذا النسق.²

واستناداً على ذلك يكون المنهج السميولوجي قد وفر للباحثين أساليب تحليلية جديدة اتخذت من الغوص في المعنى الأيديولوجي أساساً لها، من خلال البحث في العلاقات بين المعنى ومختلف البنيات العميقة، والفحص الدقيق لمصادر المادة المزمع تحليلها، والملاحظة المستوفية لعناصرها الفرعية، وبهذا السياق المرجعي يكون التحليل السميولوجي أفضل نصح يُسلط الضوء على الآليات التي تُنتج من خلالها المعاني في المضامين الإعلامية والاتصالية المعاصرة، ويكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر النسق، ثم يعيد تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهمًا أفضل لوظيفة الرسالة الإعلامية داخل النسق الاتصالي.³

3/ الوضع الاستيمولوجي للمنهج السميولوجي:

بشر عالم اللسانيات السويسري "فيرديناند دوسوسير" (Ferdinande De Saussure)*، في بداية القرن الماضي بميلاد علم جديد أطلق عليه اسم "السميولوجيا"، وقد وجه هذا العلم "لدراسة حياة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية"، في ذات الفترة التاريخية تقريباً كان الفيلسوف الأمريكي "شارل

¹فايزة بخلف: خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي، دراسة تحليلية سميولوجية لبنية الرسالة الاشهارية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال، 2004-2005، ص 07.

²RENE, LABRODERIE, *Les images dans la société de l'éducation*, Paris, édition Casterman, 1978, p 13.

³فايزة بخلف: مناهج التحليل السيميائي، مرجع سابق، ص 77.

* يعد دوسوسير أبا لنظرية جديدة في اللغة، ولد سنة 1857 بسويسرا، وأثناء تدريسه عبر عن رغبته في كتابة كتاب مهم جداً حول دور الكلمة وكان ذلك عام 1891، لُيَسَّرَ أمام طلابه بعد سنوات تحديداً عام 1911 أنه جمع وثائق حول ذلك، وهي مشتتة وسط الأكوام، توفي عام 1913 متأثراً بالتهاب مفاجئ من دون أن يترك كتابات حول الموضوع، وقام اثنان من المعجبين به وهما "شارل بالي" و"ألبرت ساشاهي" بتجميع تلك الملاحظات من طلابه ونشرها في كتاب تحت عنوان "دروس في اللسانيات العامة" عام 1916. أنظر: عبيدة صبحي ونجيب بخوش: الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية، الجزائر، ط01، 2009.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة-الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجاه بوتلجة و أ. شهيناز زياد

ساندرس بيرس" (Charles Sanders Peirce) * في الضفة الأخرى من المحيط الأطلسي يدعو الناس إلى تبني رؤية جديدة للتعامل مع الشأن الإنساني وصياغته، وقياس امتداداته، وتحديد حجمه أطلق على هذه الرؤية اسم "السميوطيقا".¹

رغم اختلاف التسميتين "سميولوجيا/ سميوطيقا" باختلاف المنطلقات الإستمولوجية لكل من "دوسوسير/ وبيرس"، حيث حصر الأول مجال العلامات داخل أحضان المجتمع، في حين جعلها الثاني مدخلاً ضرورياً للمنطق والفلسفة،² إلا أنهما أشاعا حالة وعي معرفي جديد لا حد لامتداداته غايتها تزويد الناس بمعرفة جديدة تُساعدهم على فهم أفضل لطبيعة العلوم ولتطوراتها المختلفة.

تعتبر السميولوجيا الأيقونية لرائدها "رولاند بارث" (Roland Barthes) * من بين أهم المجالات السميولوجية المطبقة في علوم الاتصال من خلال اهتمامها بدراسة الصورة كعنصر فني ناقل لرسائل ذات "سنن" أي ترميز (Code)، وبدونه لا يمكن لأي باحث أن يفك رموز تلك الرسائل³، حيث يرتبط المستوى الأول من قراءة رسائلها بعملية الإدراك الاستيعابي الذي ينحصر في التعامل مع ظاهرية الصورة من أبعاد فنية وتشكيلية وتقنية، أما المستوى الثاني من القراءة فيرتبط بالتدليل أو التأويل الضمني للرسائل، لتصبح الصورة بذلك عبارة عن "انبناء" (Structuration) وليست بنية، و"تدليلاً" (Signifiante) وليست دلالة فحسب.⁴

يتسم التأويل الضمني للصورة البصرية -ثابتة كانت أم متحركة- بالغموض نظراً لتعدد معانيها ودلالاتها، لارتباطها بالشيء وكيفية تحوله إلى علامة وإلى نص وإلى معنى داخل هذا العالم المتنافر التكوين،

* يعد "شارل ساندرس بيرس" أحد مؤسسي علم السميوطيقا ولد في كامبردج عام 1839، درس في جامعة هارفرد، وعرف بغزارة كتاباته في العلوم الطبيعية، المنطق، الرياضيات والحساب والفلسفة والأدب، رغم هذا الكم الهائل من الإسهامات لم يصدر له في حياته سوى كتابين أحدهما في علم التنجيم والآخر في المنطق، ومات على اجتهداه معدماً في عام 1914 لأن عصره لم يقدر عبقريته. أنظر: عبيدة صبحي ونجيب بخوش: الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية، الجزائر، ط01، 2009.

¹ بزوار توسان: ما هي السميولوجيا، ترجمة: محمد نظيف، أفريقيا الشرق، المغرب، ط02، 2000، ص39.

² جميل الحمدوي: السميولوجيا بين النظرية والتطبيق، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط01، 2011، ص15.

* يعد "رولاند بارث" ناقد وأديب ولغوي وسميولوجي وعالم اجتماع وأتروبولوجي فرنسي ولد في مدينة شيربورغ الفرنسية سنة 1915، حيث استطاع رغم إقامته بالمصحات بسبب المرض أن يحصل على الثانوية والإجازة في الأدب، له مؤلفات كثيرة لعل أبرزها "عناصر السميولوجيا"، توفي إثر حادث سيارة سنة 1980 تاركا وراءه آثاراً عديدة. أنظر: عبيدة صبحي ونجيب بخوش: الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية، الجزائر، ط01، 2009.

³ JUDITH, LAZAR, *Ecole, Communication, Télévision*, Paris, édition P U F, 1991, p 126.

⁴ محسن الدموش: الصورة الفوتوغرافية بين الدلالة والتدليل، ع57، مجلة فكر ونقد، سنة 2004، ص25.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجات بوتلجة و أ. شهيناز زياد

وكيف يُمكن بناء عالم دلالي منسجم انطلاقاً من الجمع بين عناصر مختلفة الماهيات والانتماء، لتكون الصورة في النهاية عبارة عن بؤرة تنصهر داخلها زاوية الشكل الوجودي "قسم الأشياء"، وزاوية الفعل "التدليلي" للأنساق التي تؤول وفقها الأشياء.¹

يمكن القول -إذن- بأن الصورة عبارة عن نسق سيميائي غير دال بنفسه على حد ما جاء به "إميل بنفنست" * بل تشتغل وفق علاقة خاصة بين مجموعة من العناصر التي تحدد خصوصيتها وتمايزها، فإذا كانت العلامة داخل النسق اللساني تتميز بالطابع الاعتباطي (Arbitraire) في علاقة الدال بالمدلول * فإن العلامة الأيقونية على عكس ذلك تتميز بخاصية تعليلية (Motivé)، * لتتطور بذلك مناهج تحليل الصورة استناداً إلى لسانيات "دي سوسير"، واثربولوجيا "ليفي شتراوس"، ورياضيات "كلود شانون"، وأعمال "بول ريكور" التأويلية، وأبحاث "رولاند بارت" السميولوجية، التي عملت على ربط خصائص النصوص الإعلامية بالأيدولوجيات الصريحة والضمنية.

4/ مستلزمات ضرورية لتطبيق المنهج السميولوجي في علوم الإعلام والاتصال:

تقتضي طبيعة البحث في الرسائل الإعلامية الاعتماد على المنهج السميولوجي المخصص لدراسة جميع أشكال العلامات، باعتباره نشاط معرفي بالغ الخصوصية من حيث أصوله وامتداداته، ومن حيث مردوديته وأساليبه التحليلية المستمدة من حقول معرفية كثيرة كاللسانيات، والفلسفة، والمنطق، والتحليل النفسي والأثربولوجيا.²

يمتلك هذا المنهج أهمية وظيفية بالنسبة للصورة -على سبيل المثال- حيث يستطيع من خلاله الباحث -على حد تعبير "جورج بنينو" (George Pininou)- استكشاف عنصر لا أهمية له في نظر البعض، إلا أن سميولوجيا الصورة تجعله ذا وزن يؤثر على دلالتها من جهة وعلى توظيفها الدلالي من جهة

¹ غي غوتبي: الصورة الثابتة -محاولة تحديد- ترجمة: عبد العلي اليزمي، مجلة علامات، ع 05، 1996، ص 55.

* إن أول خطوة منهجية قادت إلى تحديد الصورة وتعيين أنماط اشتغال المعنى داخلها، تتمثل في ذلك التمييز الذي جاء به "إميل بنفنست" في معرض حديثه عن الأنظمة السيميائية التي تحمل دلالة -اللسان- والأنظمة السيميائية التي لا تدل، متحققة في الموسيقى والرقص وأشكال التعبير البصري الأخرى.

* العلاقة الاعتباطية بين الدال والمدلول: مثلاً السلسلة الصوتية: ق.ط.ة، لا تحيل بالضرورة على مفهوم أو صورة "القطة" في الواقع.

* توجد علاقة مشابهاً بين صورة الحصان وحقيقته المرجعية كحيوان في العالم.

² فائزة يخلف: دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، دراسة تحليلية سميولوجية لعينة من إعلانات مجلة الثورة الإفريقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال، 1995-1996، ص 14.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجاه بوتلجة و أ. شهيناز زياد

أخرى، بحيث يغوص وفق ما أشار إليه "رولاند بارث" (R Barthes) في المستويات العميقة لعلامات الرسائل الأيقونية أو الألسنية، يلتزم فيه الباحث بالحياد العلمي في التحليل سعياً منه إلى تحقيق التكامل في الجوانب السيكولوجية، والاجتماعية، والثقافية التي من شأنها أن تُعزز وتثري التحليل،¹ وتساهم في إعادة تشكيل نظام دلالي يتيح تحقيق فهم أفضل لوظيفة الرسالة الإعلامية كمنسق اتصالي بصري يُعجّل بالمعاني.

تشكل عملية جمع المعطيات إحدى العنقبات الأولى في التحليل السميولوجي وبالتالي تحليل المضامين الإعلامية، ويرجع السبب في ذلك حسب ما يعتقد الباحث "سوفي موران" إلى ضخامة ووفرة المنتجات الإعلامية -الرسائل- وتنوعها مما يشكل صعوبة معالجتها بطريقة دقيقة وشاملة،² لذا يستوجب علينا -عند البدء في التحليل السميولوجي- أن نحدد نطاق موضوع الدراسة أو الإطار المرجعي له، قبل أن نحصل على المعطيات المتعلقة بالملاحظة التي ينصب عليها التحليل، ثم نقوم بجمع معطيات العناصر الفرعية أو الأشكال الدلالية المتكررة التي يركز عليها الوصف، ليقودنا -بعدها- إلى تحديد مفهوم الرسالة الإعلامية.

كما يجب علينا أثناء عملية التحليل أن نضع في الحسبان احتواء الصورة على علامات بصرية ذات لغة خاضعة لمبدأ "التسنين المسبق"^{*} المرتبط في دلالاته بالتجربة أو الممارسة الإنسانية، والمختلف في جوهره عن الاعتبارية المطلقة كما هو الشأن في اللسان، فالتسنين الذي يحكم عالم العلامات الأيقونية، هو نفس التسنين الذي يحكم التجربة الإنسانية ككل، وأي محاولة لإدراك مضمون علامة أيقونية ما، تقتضي إلماماً - من قبل المحلل - بمعرفة سابقة مفتوحة على عوالم متعددة، بمعنى استحضار التجربة الثقافية كشرط أولي للإمساك بممكنات التدليل.³

تستند -على ضوء ذلك- مجمل التأويلات الخاصة بالرسالة الإعلامية البصرية الخاضعة للتحليل، إلى الحضور الإنساني "للباحث أو المحلل" داخل المجتمع، حيث يرتبط فهمها وقراءتها بقدرة المتلقي "الباحث

¹ GEORGE, PENINO, *L'intelligence, de la publicité, op cit.* p. 17.

² سوفي موران: ملاحظة وتحليل وفهم خطاب الصحافة اليومية، ترجمة: عبد المجيد جحفة، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، ط01، 2009 ص 11.

^{*} نحن في واقع الأمر لا ندرك الأشياء بشكل مباشر، كون الإدراك والتذكر يقتضيان استحضار "خطاطة سابقة" هي: "النموذج الإدراكي" أو "البنية الإدراكية" أو "سنن التعرف"، تحتوي في داخلها على مجموعة من النسخ التي تلتقطها العين وتأخذها إلى عالم يعج بالأشكال والصور والألوان، فعالم الأشياء لا يلج إلى الذاكرة على شكل "أشياء" معزولة لا رابط بينها، بل يتسلل إليها عبر النماذج المنظمة لهذه الأشياء في أقسام متباينة، تمثل فكرة عن الشيء وليس الشيء ذاته.

³ UMBERTO, ECO, *La structure absente*, édition Mercure de France, 1972, p - p.169 -181.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجاة بوثلجة و أ. شهيناز زياد

أو المحلل" على القيام بعملية التفكيك لكل مركبات الصورة ونسيجها الداخلي بغية استجلاء ما تخفيه من رموز ودلالات¹ ضمن سياقات الفعل الإنساني المستنبطة من السنن الثقافي للمجتمع خلال مراحلها المتنوعة.

5/ إجراءات منهجية لتحليل للصورة الإعلامية الثابتة:

تتميز لغة مجمل الرسائل الإعلامية المعاصرة بالتركيب والتنوع، تركيب يجمع بين ما ينتمي إلى البعد الأيقوني والبعد التشكيلي*، وهي تعد من هذه الزاوية ملفوظاً بصرياً مركباً ذو بعد بنيوي*، يُنتج دلالاته استناداً إلى التفاعل القائم بين هذين المستويين المختلفين في الطبيعة والمتكاملين في الوجود،² يتم الكشف عنهما من خلال عملية التحليل السميولوجي الساعية للكشف عن المعنى الحقيقي الغائب عن ذهن المتلقي، وتبعاً لما قدمته "مارتين جولي" (Martine Joly) في هذا المجال فإن تحليل الصورة يتم بوجود ثلاث مستويات من التحليل: الأول تشكيلي، والثاني أيقوني، والثالث لساني.

اعتنت الباحثة "مارتين جولي" (Martine Joly) من خلال اقتناصها لبعض أفكار المنظرين السيميائيين أمثال "بارث" (Barthes) و"جاكوبسون" (Jacobson) بمكونات الرسالة البصرية، مما قادها إلى صياغة مقاربتها في تحليل الصورة بالاعتماد على عنصري الدليل التشكيلي والدليل الأيقوني، فالصورة حسبها عبارة عن «خطاب بصري يستند من أجل إنتاج معانيه إلى المعطيات التي يوفرها التمثيل الأيقوني كإنتاج بصري لموجودات طبيعية تامة (وجوه، أجسام، حيوانات، أشياء من الطبيعة...)»، كما يستند من

¹ عبيدة صبحي ونجيب بخوش: الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية، الجزائر، ط01، 2009، ص 05.
* البعد الأيقوني: هو التمثيل البصري الذي يشير إلى المحاكاة الخاصة بالكائنات أو الأشياء...، أما البعد التشكيلي فيتجسد في أشكال من صنع الإنسان وتصرفه في العناصر الطبيعية كالأثاث، والثياب، والمعمار، والأشكال، والخطوط.
* تعتبر البنيوية أو البنائية (Structuralisme) أحد المدارس الاجتماعية الحديثة التي تطرح نموذجاً نظرياً ومنهجياً متميزاً في دراسة الظواهر الثقافية، وقد أحدثت تقدمها جدلاً ضمن مختلف الأطر المرجعية الفكرية حتى أن "إديث" أطلق على شكل ونوع المناظرة الفكرية القائمة حالياً في الغرب "عصر البنيوية". وقد تألفت المدرسة في الستينات والسبعينات، ثم تدرجت في هذه الثمانينات بفعل عدة عوامل. وأياً كان فقد أحدثت البنيوية أثرها في تاريخ الفكر الغربي ولا يبدو أنه يمكن استثناء تبياناتها في معالجة قيم ومؤسسات اجتماعية كالأسطورة، والقراءة، والفن، والأدب، والخطاب، والتاريخ والنصوص عامة. وتستمد البنيوية معالمها وركائزها من أصل وتقاليد فلسفية واجتماعية عدة كالتحليل النفسي (فرويد) وماركسية (ماركس) والألسنية أو اللسانيات (سوسير).

² GUY, GAUTHIER, *Vingt leçons sur le sens et l'image*, édition Médiathèque, 1986, p. 90.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجات بوتلجة و أ. شهيناز زياد

جهة ثانية إلى معطيات من طبيعة أخرى، يطلق عليها التمثيل التشكيلي للحالات الإنسانية (الأشكال، والخطوط، الألوان...)»¹ لهذا وجب قراءة مضامين الصورة البصرية انطلاقاً من القيام بـ:

أولاً/ عملية الوصف: تعتبر عملية الوصف أساسية بالنسبة للتحليل السميولوجي الخاص بالرسائل البصرية، ففي هذا الشأن يقدم كل من "لوران جيرفو" (Laurent Gerveau) و"فيرترينو سولار" (Vettrainno) (Soulard) عناصر أكثر تقنية في عملية الوصف تسهل عملية التحليل الخاصة بكل عنصر فيما بعد وهي:

- العنصر التقني: يشمل هذا العنصر مرسل الرسالة من تعريفه، ذكر تاريخه، تاريخ إنتاج الصورة...

- عنصر الأسلوب: يضم عدد الألوان والمساحات الغالبة، بالإضافة إلى الترتيب الأيقوني للخطوط وغيرها.

- عنصر الموضوع: يركز أساساً على تحديد الصلة الوثيقة بين النص والصورة المتكونة من أشكال والرموز...، حيث تؤثر تلك العناصر في قراءة وفهم الصورة بشكل صحيح من قبل المتلقي.²

ثانياً/ عملية تحديد المستوى التعييني: ترتبط عملية التعيين ارتباطاً مباشراً بعملية تنظيم العناصر الداخلية للرسالة الأيقونية، المرتبطة هي الأخرى بشكل وثيق بعملية انتقاء تلك العناصر بشكل محدد ومؤثر في ادراك المتلقي لها³، تتم هذه العملية عبر مراحل وخطوات متعددة ومتباينة من حيث الوظيفة والدور في التحليل وتكون من خلال:

1-2 / تحليل الرسالة التشكيلية (Le message Plastique):

تعتبر الرسالة التشكيلية مجموعة من الدلائل المكونة للعناصر التقنية الخاصة بالرسالة البصرية،⁴ تعمل على توضيح معناها التعييني حسب ما ذهب إليه "رولاند بارث" (R Barthes) باعتبارها جلية

¹ فايزة يخلف: مناهج التحليل السيميائي، مرجع سابق، ص 141، 142.

² أولمو فريدة: واقع الكاريكاتير في الجزائر -تحليل مقارن لعينة من جمهور يومي الخبز والشروق الناطقتين باللغة العربية-، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2010-2011، ص 57.

³ علاء عبد العزيز السيد: الفيلم بين اللغة والنص-مقاربة منهجية في إنتاج المعنى والدلالة السينمائية-، عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص 38.

⁴ JOLY, MARTINE, *Introduction a l'analyse de l'image*, édition Nathan Université, France, 1994, p 91.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجات بوثلجة و أ. شهيناز زياد

وواضحة، تتضافر تلك العناصر التشكيلية وظيفياً لتحديد وصفاً شاملاً للصورة المراد تحليلها وتكون الانطلاقة من:

1-1-2 / تحديد الحامل (Le support): يعتبر الحامل أحد المقومات الأساسية للصورة الثابتة لأنه يمثل الأرضية الفيزيائية لأفكار المبدع، لاشتماله على مجمل العناصر التشكيلية المكونة لمعنى الرسالة الأيقونية، ويكون تحديده من خلال ذكر ما إذا كانت الصورة طبعت على ورق جريدة، أم مجلة، أو أنها كانت لوحة أصلية منجزة على القماش، أو الورق، أو الخشب، وما إذا كانت منقوشة أو محفورة...

2-1-2 / تحديد الإطار (Le cadre): يمثل الإطار الفضاء الذي تسبح فيه مختلف العناصر التشكيلية للصورة، شكله ودرجة اتساعه أو ضيقه كلها متغيرات تساعد على ضبط المعنى الخفي للرسالة والتحكم في زئبقيته لدى القارئ "الباحث".

2-1-3 / تحديد التأطير (Le cadrage): بين الإطار والتأطير علاقة تأثيرية وثيقة، فالأول يحدد لنا المساحة العامة لتواجد العناصر التشكيلية داخل الصورة، بينما يحدد لنا الثاني المسافة القائمة بين تلك العناصر في علاقتها بالتأثيرات الحسية للمتلقي، من خلال الحديث عن جدلية التقارب أو الابتعاد التي تولد دلالات مختلفة تهدف إلى تحقيق هدف معين خاص بالرسالة البصرية المقدمة، كأن يصبح مثلاً الشيء الكبير في الحقيقة صغيراً في الصورة نتيجة ابتعاده، والشيء الصغير في الحقيقة كبيراً في الصورة نتيجة اقترابه.

2-1-4 / تحديد زاوية التقاط النظر واختيار الهدف (Angle prise de vue et choix de l'objectif): يرتبط هذا العنصر بشكل وثيق بعنصر التأطير ذلك أنهما يعملان سوياً على إثارة الهدف وجعله بارزاً في نظر المتلقي، من خلال توظيف زاوية التقاط نظر مناسبة لموضوع الرسالة، توفر تلك الزوايا المختلفة معاني ودلالات تبعث أحاسيس معينة لدى متلقيها وهي على عدة أنواع:

- **الزاوية العادية:** تضع هذه الزاوية عين المتلقي بشكل مباشر مع المركز البصري للصورة، هذا الأخير يشكل النقطة التي تستريح فيها عين المتلقي.

- **الزاوية الفوقية:** تتجه خلالها حركة العين من فوق إلى تحت، بمعنى يكون موقع عين المتلقي متجهها نحو الأسفل، تفيد معنى التفرؤم والاحتقار.

- الزاوية التحتية: تتجه خلالها حركة العين من تحت إلى فوق، بمعنى يكون موقع عين المتلقي مُتجهها نحو الأعلى، تفيد معنى التعظيم والافتخار والقوة.¹

2-1-5/ تحديد طريقة التركيب والإخراج (Composition et mise en page): خصوصية هذه الخطوة تكمن في تفحص الكيفية التي وزعت بها مختلف العناصر التشكيلية داخل الإطار العام للصورة الثابتة، ومدى ارتباطها فيما بينها، وقرب بعضها من بعض أو ابتعاد بعضها عن بعض، كما يكون التحليل كذلك من خلال تحديد العلاقات الوظيفية القائمة بين تلك العناصر.

2-1-6/ تحديد الأشكال (Les formes): تعتبر الخطوط ممهّدات فنية لتكوين الأشكال، تعمل جنباً إلى جنب كعناصر تبوغرافية مهمة في تحديد الملامح العامة للصورة، يكون تحليل الخطوط من خلال تحديد نوعها أفقية، عمودية، مائلة، منحنية، طويلة، قصيرة....، بالمقابل يحمل كل نوع منها دلالة خاصة ضمن السياق العام لموضوع الصورة، أما بالنسبة للأشكال فيكون تحليلها من خلال تحديد نوعها سواء كانت مربعات، مثلثات، دوائر، مستطيلات، معينات.... مع ربط كل نوع بطبيعة دلالاته.

2-1-7/ تحديد الألوان والإضاءة (Les couleurs et l'éclairage): تعتبر الألوان من العناصر التشكيلية المهمة في بناء المعنى المجازي ذو الإبداع الملفت لنوازع النفس البشرية، ذلك أنّها أول عنصر تتأثر به العين بشكل مباشر وآني،² وإن رمزيتها حاملة لرسائل مختلفة حسب ما أشار إليه الرسام الكاريكاتيري "باقي بوخالفة" في دراسته التطبيقية حول جماليات فن الكاريكاتير الجزائري المنجزة خلال سنتي 2005-2006،³ كما أنّها تساعد على التذكر بفضل واقعيته وحيويته، لذا يجب عند تحليلنا للألوان الأخذ بعين الاعتبار المتغيرات الآتية:

- **قوة اللون:** يقصد به مدى وفرته "أن يكون داكناً"، فهذه الخاصية توحى بالقوة لقدرتها على فرض نفسها على القارئ.

¹ أولمو فريدة: واقع الكاريكاتير في الجزائر، مرجع سابق، ص، ص 59، 60.

² جنان سيد علي: الصورة الكاريكاتيرية في صحفتي "الخبر" و"Liberté" أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 09 أبريل 2009م، دراسة تحليلية سميولوجية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2010-2011، ص 154.

³ http://www.arabcartoon.net/a/printed_matter/2007/printed_87.htm, consulté le 02/10/2011.

- وضوح اللون: يقصد به نوع اللون كظاهرة تجعلنا نتعرف ونميز بين مختلف الألوان بعضها عن بعض.

تلعب الإضاءة -هي الأخرى- دوراً محورياً في تكوين دلالة الصورة، كما تضفي عليها حركية ونشاط ملفتين لعين القارئ، ويكون التحليل من خلال تحديد نوع الإضاءة ما إذا كانت: خافتة، قوية، طبيعية أم اصطناعية....، بالإضافة إلى تقصي عنصر الظل الذي يقودنا نحو تحديد اتجاه الإضاءة ما إذا كانت من الجهة اليمنى أو اليسرى...

2-2/ تحليل الرسالة الأيقونية (Le message Iconique):

اتجه الباحث الأمريكي "بيرس" إلى توظيف مصطلح الأيقونة واعتبارها دليل يحيل بفضل ما يمتلكه من خصائص إلى المدلول، وبإمكان أن شيء أن يكون أيقونة شرط وجود علاقة شبه بينهما¹ حسب ما حدده "دوسوسير" بمصطلح "الدال والمدلول"، وهي على نوعين: أيقونة بصرية كالألوان، وعناصر الديكور والأثاث، والأشخاص...، وأيقونة لسانية متجلية تحديداً في اللغة.

يكون التحليل الأيقوني للصورة الإعلامية الثابتة بالبحث عن المضامين الدلالية للوحدات الصغرى الدالة التي يستند إليها تحديد مضمون الألوان والأشكال والخطوط، فالإمساك بجوهر هذه الوحدات التشكيلية الصغرى هو الذي سيوجه الباحث/القارئ إلى التعرف على الدلالات الضمنية للصورة،² التي تحيلنا في معظم الأحيان إلى علاقة الشبه القائمة بين ما هو موجود في الحقيقة وما هو موجود في الصورة.

2-3/ تحليل الرسالة اللسانية: (Le message Linguistique):

تنتمي الرسالة اللسانية -كما سبق وأن ذكرنا- إلى صنف الدلائل غير الأيقونية التي تحدث عنها "بيرس"، أين ينتفي معها شرط التشابه بين شكل الدال وشكل المدلول لتصبح العلاقة بينهما اعتبارية حسب ما ذهب إليه "دوسوسير"، حيث يكون الدال فيها عبارة عن شكل لا يشبه المدلول لكنه يحيله عليه بالضرورة.

¹ JOLY, MARTINE, *Introduction a l'analyse de l'image*, Op.Cit, p 28.

² فائزة بخلف: مناهج التحليل السيميائي، مرجع سابق، ص 143.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجات بوتلجة و أ. شهيناز زياد

يكون تحليل الرسالة اللسانية من خلال تحديد المكونات الظاهرية للوحدة اللغوية¹ كقوة ضاغطة تجبر القارئ على الانتباه إلى نص الرسالة الإعلامية، من خلال التركيز على عناصر معينة ذات دلالات تمييزية خاصة، تضم الكلمات، والمفردات، والصفات والأفعال، وأدوات الربط وغيرها، تكمن وظيفة تلك العناصر اللسانية في حماية القارئ من الوقوع في تعدد معنى الصورة.

تساعد دراسة دلالة الرموز والألفاظ في الكشف عن المعنى التصوري كعامل وممثل للغة الموظفة لتحقيق التفاهم ونقل الأفكار، كما تساعد كذلك في الكشف عن المعنى الضمني المتصل من صفتي الثبات والشمول، حيث يتغير بتغير الثقافة، والزمن، والخبرة.... متجاوزاً بذلك المعنى الصريح المجرد،² تكون هذه الدراسة عن طريق استخدام التحليل الدلالي* (Sémantique) المهتم بدراسة الشروط الواجب توافرها في الرمز اللغوي حتى يكون قادرًا على حمل المعنى.

ثالثاً/ المستوى التضميني:

بإمكان "الباحث/ القارئ" عند وصوله إلى هذا العنصر أن يستشف المعنى الحقيقي الذي من أجله أُنجزت الصورة، وذلك من خلال كشف لجام التلغيز عما حملته العناصر التشكيلية -المحددة سابقاً- من معنى بالرجوع إلى السياق اللغوي والثقافي والإطار المرجعي الذي وردت فيه، متجاوزاً -بذلك- كل ما هو ظاهر وجلي في الصورة "المنجز في عملية الوصف"، ليندمج مع المتغيرات النفسية للمتلقي من دوافع وانطباعات، وإحساس، واتجاه... وهو ما يفسر انفتاح صورة واحدة على قراءات لا متناهية.

يقول "رولاند بارث" (R Barthes) في هذا الشأن «...عندما نقرأ جريدتنا...، عندما نذهب إلى السينما أو نشاهد التلفزة...، عندما نستمع للإذاعة أو نتأمل مختلف الأشياء التي نشترىها...، يمكننا

¹ محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، دب، المجلد 02، 2003، ص، ص 581، 582.

² محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة عالم الكتب، القاهرة، ط02، 1997، ص- ص 156-162.

* يعتمد التحليل الدلالي (كفرع من فروع علم اللغة) على نظرية حقول الدلالة، التي تشير إلى أن فهم كلمة ما يجب أن يكون ضمن مجموعة الكلمات المتصلة بها دلاليًا، أو بحث العلاقات بين المفردات داخل الحقل أو الموضوع الفرعي، و لهذا يُعرف معنى الكلمة بأنه محصلة علاقاتها بالكلمات الأخرى في داخل الحقل المعجمي، وهدف هذا المنهج هو جمع كل الكلمات التي تخص حقلاً معيناً، والكشف عن صلاتها الواحد منها بالآخر وصلاتها بالمصطلح العام.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجاه بوتلجة و أ. شهيناز زياد

التأكيد بعض الشيء أننا نتلقى رسائل تضمينية... إذ يمكننا القول أننا نعيش حضارة التضمين...»¹ لذا يجب الأخذ بعين الاعتبار مختلف العلامات التي تكتنفنا وتلفنا من كل جانب عبر ما تقدمه لنا وسائل الإعلام.

حوصلة واستنتاجات عامة:

استناداً لما طرح سابقاً عن المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة يمكن الخروج بالنقاط التالية:

1/ إن تحليل المحتوى في شكله التقليدي يقوم على التحليل الكمي من خلال إحصاء الوحدات الإعلامية وتكراراتها، وعلى التحليل الكيفي الذي يكفي بقراءة أقل عمقاً للبيانات العددية.

2/ يعتبر المنهج السميولوجي أحد المناهج النقدية المعاصرة التي تُعنى بالمعاني "الدلالية" و"الضمنية" المختلف الرسائل الوسيلىة -الإعلامية-، حيث تُعنى الأولى بالمعنى المحدد غير المتغير لأي علامة في حين تُمثل الثانية المعنى المتغير لنفس العلامة، كما تُمثل أيضاً عددًا من المعاني أو التفسيرات التي ترتبط بنفس العلامة.² فهو بذلك منهج لا يكفي بالقراءة الأفقية بل يتعداها إلى القراءة العمودية، يبنى على أساس إجرائين هما: التفكيك والتركيب لإعادة بناء النسق الاتصالي من جديد وتحديد بنيته.

3/ يعد التحليل السميولوجي تحليلاً محايثاً إذ يحاول القبض على شروط تكوين الدلالة³ بإقصاء الإحالة الخارجية، فالمعنى يظل رهين منطق شبكة العلاقات التي تقيمها عناصره.

¹ كهينة سلام: الصورة الكاريكاتيرية في الصحافة الجزائرية المستقلة -دراسة سميولوجية لصحيفتي "الخبر" و"Liberté" أثناء الحملة الانتخابية لتشريعات 2002م-، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004-2005، ص 80.

² أ.لارامي، ب.فالي: البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة: ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2004، ص، ص 247، 248.

³ نصر الدين لعياضي: السيميائيات وإستراتيجية بناء المعنى، ع 10، مجلة الباحث الاجتماعي، سبتمبر 2010، ص 53.

4/ يعد التحليل السميولوجي تحليلاً بنيوياً كذلك حيث يفترض إدراك معنى الأقوال والنصوص وجود نظام مبني من العلاقات، تأكيداً على أن لا دلالة لعناصر الرسالة إلا عبر شبكة من العلاقات القائمة بينها، لذا فإن الاهتمام بالعناصر لا يكون إلا من منطلق دخولها في نظام الاختلاف تقيماً وبناءً.¹

5/ تعد الكثير من مبادئ وعناصر التحليل السميولوجي مستمدة من المنهج البنيوي اللساني، حيث يظهر هذا -جلباً- من خلال قراءة بعض مصطلحات التحليل السيميائي كالبنية، المستوى السطحي، المستوى العميق، النسق، العلاقات... الخ وهي مصطلحات كثيراً ما ارتبطت بالنقد البنيوي الذي يوحى باستنطاق داخلية النص.

6/ إن مجمل الدلالات التي تثيرها الرسالة البصرية الإعلامية ليست وليدة مادة تضمينية دالة ومعان قارة ومثبتة في أشكال لا تتغير، وإنما هي أبعاد أنثروبولوجية واجتماعية وفطرية إنسانية وسياسية.²

7/ تعد عملية التنظير للمنهج من جميع جوانبه تظل أمراً يسيراً إذا ما قورنت بجانب تطبيقه، وهو ما برز في البحوث الإعلامية العربية التي استخدمت المنهج السميولوجي -على قلتها- إذ أن جلها بقي رهين الرؤية "البرلسونية"^{*}، كما أن استثمار المقاربات المنهجية الغربية الخاصة بهذا المنهج في البحوث الإعلامية العربية المعاصرة لازال يعاني من ملامسات مثل الترجمة المشوهة إن صحَّ التعبير، التي أثرت كثيراً على فهم هذا الحقل المعرفي بشكل صائب بما انعكس على الإجراءات التطبيقية من جهة ومن جهة أخرى تآثر هذه البحوث بعامل التعرف المتأخر على ذات المنهج.

8/ عززت السميولوجية بوصفها أحد "المناهج النوعية" التمثالات التي يمكن أن تكون بمثابة مساعد لتقنية المعرفة³، إذ قدمت إضافة على مستوى المناهج والأدوات المستخدمة في بحوث الإعلام، حيث أضاف

¹ فائزة يخلف: مناهج التحليل السيميائي، مرجع سابق، ص 80.

² منصور أمال: سيميوطيقا الصورة سلطة الصورة أم صورة السلطة؟، السيمياء والنص الأدبي، محاضرات الملتقى الرابع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 28- 29 نوفمبر 2006، ص- ص 67-68.

^{*} نسبة إلى عالم الاجتماع الأمريكي "برنارد برلسون" الذي عرض وفسر في مقاله الشهير التحليل الكمي في الدراسات الإعلامية، حيث تنزع هذه الرؤية إلى تفتيت الرسائل الاتصالية والإعلامية وتحويلها إلى مجرد أرقام وبيانات إحصائية لا تتعدى القراءة السطحية.

³ عبد الله ثاني قدور: مقاصد السيميائية في علوم الاتصال، السيمياء والنص الأدبي، محاضرات الملتقى الدولي السادس، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 18- 19- 20 أبريل، 2011، ص 169.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة-الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجات بوثلجة و أ. شهيناز زياد

المنهج السميولوجي خيارات للباحثين في هذا المجال تستهدف استقراء الأنظمة الإعلامية للرسائل الاتصالية بالاهتمام بكل ما يحيط بهذه الرسائل، وعليه وسعت أفاق البحث الاتصالي الإعلامي نحو زوايا أكثر عمقاً، وقراءة أكثر نضجاً وفهماً للمادة الإعلامية.

9/ يعتبر هذا النوع من البحوث مجال ديناميكي للاستقصاء، يُساعد في تطوير المعرفة وتحسين الممارسات الحاضرة بفضل استيعابنا للمفاهيم والأفكار التي تمت في الماضي عن طريق تحليلها، من خلال استخدام إجراءات منهجية تعتمد في البحث عن المصادر الرئيسة، ونقدها وبناء الحقائق بغرض الوصول إلى صياغة مبادئ عامة وتفسيرات سببية.¹

خاتمة:

لا نعتبر في هذه المقالة تحليل المضمون الكمي قد زاغ عن مسار الرصانة العلمية لكنه أسلوب إجرائي ومقترَب علمي ركز في ملامساته لقضايا الاتصال الجماهيري على الجوانب الموضوعية والكمية في وصف النصوص الإعلامية، وهي عناصر أولية فقط تستخدم كمدخل منهجية لفهم العلاقات الخفية والروابط المضمرة التي تقود إلى استنطاق الأبعاد الإيديولوجية والسياسية والثقافية لمضمون الخطاب الإعلامي.

هذا ما حفز بعض العلماء والباحثين في ميدان الاتصال الجماهيري على تجديد النظر في مبادئ تحليل المضمون الكمي وفي مقولاته المنهجية، وهكذا برزت محاولات لتقويم المسارات الإجرائية وتكييفها مع مستجدات العلوم والمعارف المعاصرة،² من خلال إتباع مسارات الوصف التمثيلية والتأويلية للبنى المحورية والدلالية غير أن هذا التقريب -حسب رواد التحليلات السميولوجية- لا يعتبر تجديداً فعلياً لإجراءات تحليل المضمون، بل يعتبر برهاناً على ما حققه المنهج السميولوجي من جدارة معرفية وسيادة علمية.

تبعا لذلك، يمكن القول أن المنهج السميولوجي استطاع فتح آفاق جديدة في المقاربة النقدية للبحوث الإعلامية المعاصرة -ومنه المنتجات الإعلامية عموماً-، إذ يكتسي خصوصية ابستمولوجية تتمثل في قدرته على وصف النسق الاتصالي وكفاءته العالية في مُساءلة مظهراته الدلالية ومقاصده التداولية، فهو

¹ فريد كامل أبو زينة وآخرون: مناهج البحث العلمي وطرق البحث النوعي، إشراف: سعيد التل، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، ك03، ط01، 2005، ص ص 280-283.

² فايزة بخلف: مناهج التحليل السيميائي، مرجع سابق، ص- ص 76، 75.

استخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة- الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً- أ. نجاه بوثلجة و أ. شهيناز زياد

من الناحية المعرفية أسلوب إجرائي ساهم كثيراً في فهم التحليلات الرمزية والسياقية والثقافية لبنية الأنساق سواء كانت لفظية أو غير لفظية.¹

في الأخير نختتم هذا المقال بالتأكيد على أن المنهج السميولوجي مثل غيره من المناهج النقدية الأخرى يركن إلى مبدئين أساسيين هما: النسبية والتراكمية، فهو منهج نسبي من حيث افتقاده للكمال المنهجي إذ هو في حاجة ماسة إلى تطوير نفسه، واستثمار ما لا يدخل تحت دائرته المنهجية من مقولات وإجراءات، وتراكمي من حيث أن أية معرفة لا تولد من العدم،² وإنما حصيلة تجارب سابقة فهو في أصله منهج مركب من مناهج سابقة أو مجاورة.

¹ المرجع سابق، ص 171.

² مختار ملاس: التجربة السيميائية العربية في نقد الشعر - قراءة في المنهج-، السيمياء والنص الأدبي، محاضرات الملتقى الدولي السادس، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 18- 19- 20 أبريل 2011، ص- ص 135-136.