

العنوان:	سيموطيقا الصورة في الملصق الإعلاني المعاصر
المصدر:	المجلة العلمية لكلية التربية
الناشر:	جامعة الوادي الجديد - كلية التربية
المؤلف الرئيسي:	محمد، حسام الدين جلال علي
مؤلفين آخرين:	يونس، عيد سعد، محمد، شندي محمود(مشرف)
المجلد/العدد:	ع 17
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2015
الشهر:	فبراير
الصفحات:	408 - 427
رقم MD:	1160579
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	EduSearch
مواضيع:	السيموطيقا، الصور البصرية، الملصقات الإعلانية، الأعمال الفنية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/1160579



كلية التربية بالوادى الجديد

المجلة العلمية

سميوطيقا الصورة في الملصق الإعلاني المعاصر

بحث مستقل من رسالة الدكتوراه

مقدم من الباحث

حسام الدين جلال على محمد

مدرس مساعد بقسم التربية الفنية- كلية التربية النوعية- جامعة اسيوط

تخصص (تصميم)

إشراف

أ.د/ شندي محمود محمد

أستاذ التصميم

بكلية التربية النوعية

قسم التربية الفنية جامعة عين شمس

أ.د/ عيد سعد يونس

أستاذ التدوين والنقد الفني المتفرغ

بكلية التربية النوعية

قسم التربية الفنية جامعة عين شمس

العدد السابع عشر- فبراير ٢٠١٥

مقدمة :

تلعب الصورة اليوم دورًا رئيسيًا في حياتنا اليومية، بل أصبحنا نعيش زمن الصورة بالتوازي مع زمن الكلمات، زمن الصورة والكلمة معًا، فالصورة معنا وملازمة لنا في لحظتنا الصغيرة والكبيرة حتى بدت مرتبطة بنا على نحو لم يسبق له مثيل في كل جوانب الحياة. لقد فتحت السميائيات أمام الباحثين، آفاقًا جديدة في تجديد الوعي الثقافي من خلال إعادة النظر في طريقة التعامل مع قضايا المعنى. لأن كل مظاهر الوجود اليومي للإنسان أصبحت تشكل موضوعًا للسميائيات. فالضحك والبكاء والفرح واللباس وطريقة استقبال الضيوف وإشارات المرور والطقوس الاجتماعية، والأشياء التي نتناولها فيما بيننا وكذلك النصوص الأدبية، كلها علامات نستند إليها في التواصل مع محيطنا. فكل لغة من هذه اللغات تحتاج إلى الكشف عن القواعد التي تحكم طريقتها في إنتاج معانيها^(١).

مشكلة البحث:

كيف يمكن الاستفادة من الجانب السميوطيقي للصورة في الملصق .
فرض البحث :

- هناك علاقة ايجابية بين الصورة وبين إثراء الجانب التعبيري للملصق
أهداف البحث :

- التعرف على علم العلامات (السميوطيقية) ودورها في الملصق الإعلاني .
 - التعرف على سميوطيقا الصورة الإفادة منها في تصميم الملصق الإعلاني .
- حدود البحث : دراسة مجموعة من الملصقات الإعلانية المعاصرة .

منهج البحث :وصفي تحليلي

(١) سعيد بنكراد، السميائيات وموضوعها، مجلة اشرف، المغرب، العدد ١٦-٢٠٠١ م .

الدراسة:

كثيرة هي الأبحاث الفلسفية والأنثروبولوجية التي تثبت أن الإنسان في البداية كان يفكر بطريقة بصرية مادية، يترجم كل منظوراته الحسية عن طريق الصورة أولاً ، واللغة المنطوقة ثانياً. وقد بلغت الصورة أوجها وازدهارها إبان مرحلة التصوير في نهاية القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، إذ ظهرت الصورة الشمسية، والصورة السينمائية، والصورة التلفزيونية الملونة وغير الملونة لالتقاط المجسمات والمجردات.

وفي العقود الأخيرة، انتشرت الصورة الرقمية في جميع مجالات الحياة الثقافية والأدبية والفنية والجمالية والعلمية والبيداغوجية، وهيمنت الصورة الرقمية على الموسيقى والغناء والإشهار والكلب، وتقلصت اللغة المنطوقة، فانتقلت الصورة من الحالة الثابتة إلى المتحركة، ومن الحالة الصامتة إلى الحالة الناطقة و النابضة بالحركة.

إذاً، ماهو مفهوم الصورة المرئية؟ وماهي أهم مقارباتها المنهجية؟ وماهي أهم مكوناتها البنوية والدالية والوظيفية؟

مفهوم الصورة المرئية:

تحيلنا كلمة الصورة على التصوير والتمثيل والمحاكاة. ومن ثم، فالصورة هي التي تنتقل لنا العالم إما بطريقة حرفية مباشرة وإما بطريقة فنية جمالية. أي: إن الصورة تلتقط ما له صلة بالواقع أو الممكن أو المستحيل. والأتي، أن الصورة قد تكون لغوية بيانية كما هو حال الصور البلاغية من تشبيه، واستعارة، ومجاز، وكناية... وقد تكون صورة حسية بصرية أيقونية، أو عبارة عن أنساق سيميائية غير لفظية ، تتجسد بشكل جلي في الجسد والسينما والمسرح والفوتوغرافيا والحاسوب والكنيسية والميم... وغير ذلك من الأنساق الحسية المتعلقة بالموضة والطعام والعمران والأزياء والإشهار... ومن المعلوم، أن الصورة خير من ألف كلمة على مستوى التبليغ والتواصل والإفهام. اضف إلى ذلك، أن الصورة قد تنتقل العالم بإيجاز وإيحاء واختصار، أو قد تنقله مفصلاً

واضحاً وجلياً . وإذا كانت العلامة اللغوية في التصور اللساني ثنائية الطابع، تجمع بين الدال الصوتي والمدلول المفهومي المجرد، فإن الصورة المرئية تقوم على عناصر ثلاثة: الدال والمدلول والمرجع. ويقوم المرجع- هنا- بدور هام في تسنين الصورة وتشفيرها بصريا ومرئيا وحسيا^(٢).

علم الدلالة (السيموطيقا) ومفهومها :

إن الدراسة الدلالية قديمة قدم التفكير الإنساني ، حيث كان علم الدلالة مرتبطاً بعلوم البلاغة في الثقافة الغربية القديمة ولم يفصل عنها إلا بعد أن تبلور مصطلح علم الدلالة في صورته الفرنسية Semantique^(٣) فالمصطلح فرنسي الأصل ثم نقله اللغويون إلى الإنجليزية بعد ذلك ويقول بالمر " يعد مصطلح علم الدلالة semantics إضافة حديثة إلى اللغة الإنجليزية ويعني التنبؤ بالغيب وكان ذلك في القرن السابع عشر^(٤)

ولعل أول دراسة علمية حديثة خاصة بالمعنى هي تلك التي قام بها "ميشيل برييل" وعلم الدلالة semantique هو المصطلح الذي أطلقه على دراسته ، ويختلف معناه لديه عما يعرف به الآن ، ثم كان معناه لدى " أوجدن ويشاورز" يقوم على أساس رياضي ويرتد إلى أربعة عناصر هي:
القصد ، القيمة ، المدلول عليه ، الانفعال العاطفي

(٢) <http://journals.uob.edu.bh>

(١) مندرعياش : اللسانيات والدلالة ، حلب ، مركز التمام الحضاري، ط١ ، ١٩٩٦ ص ٢٣.

(٤) FR Palmer ; semantics, second edition, 1981, p10.

ثم وضع " بردجمان " وسيلة جديدة في التعريفات وهي أن التصور يساوي الإجراءات وهناك وجهتي نظر متعارضتان فيما يخص العلاقة بين علم الرموز وعلم الدلالة فيقول " دوسوسير وما علم اللغة إلا جزء من هذا العلم الأعم (علم الرموز) ، أما "رولان بارت" فيقول أن علم اللغة هو الأعم والسميوطولوجيا semiology أو علم الرموز هو جزء منه^(٥) ، وعلم الدلالة (السميوطيقا) هو الدراسة العامة للعلامات ، اي الدراسة لكل ما يمكنه أن ينقل معنى من المعاني.

هكذا يكون علم العلامات أو (السميوطيقا) في جوهره بمثابة العلم الذي يدرس آثار الأقدام على الأرض ، والبروق والرعود في السماء، والأواني الفخارية التي تركها القدماء أو أبداعها المحدثون وأعراض المرض وإشارات المرور وإيماءات الجسد ، وحركاته والوسائل السمعية والبصرية ، والنصوص الأدبية والأعمال الفنية التشكيلية والأفلام السينمائية والتكنولوجية وكل أنواع الأداء في مجال الدراما المسرحية وما شابه ذلك من المجالات.

ولقد كانت هذه العلامات، وغيرها من الأمور التي اجتذبت انتباه البشر وفضولهم عبر التاريخ، فاهتم الأطباء بعلامات الصحة والمرض ، وعلماء اللغة بالكلمات، وعلماء البيولوجيا برقصات النحل، وعلماء البلاغة بأشكال الأقلام ، وعلماء الأنثروبولوجيا والاجتماع بالرموز الاجتماعية للإنسان ، وعلماء الدين بالقصص والرموز الدينية ، ونقاد الفن والأدب بالأعمال الفنية والأدبية.

فالعلامة إذن هي أية وحدة ذات معنى يتم تفسيرها على أنها تحل محل أو توجد كبديل لشيء ما غيرها... وقد توجد العلامات في شكل مادي كالكلمات والصور والأصوات والأفعال والأشياء لكن هذا الشكل المادي غالباً ما يكون مجرد وعاء للعلامة أو تقترحه

(٥) محمد إقبال عروبي: السيميائيات وتحليلها لظاهرة الترادف في اللغة والتفسير ، عالم الفكر، المجلد ٢٤، العدد ٣ ، ١٩٩٦ ص ١٩٣.

من رموز ودلالات ، فالعلامة لا تصيح علامة إلا عندما يقوم المستخدمون لها بإثرائها بالمعنى ، ولا تكون العلامة ثرية أو زاخرة بالمعنى إلا عندما يتم ربطها بشفرة خاصة تكون قابلة للتعرف عليها^(١).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الفنانين التشكيليين والمصممين ونقاد الفن وباحثيه عندما يتحدثون عن الرمز وتعريفاته ومفاهيمه فإنما يركزون حديثهم على الرموز البصرية في الفن سواء كانت رموزاً شكلية أو لونية ، ومدلولاتها المختلفة ، وهم في ذلك يفرقون بين مفهوم الرمز والعلامة من حيث طبيعة كل منها ومدلوله وأثره على المتلقي ومدى هذا التلقي كما وكيفاً.

بينما في نفس الوقت وعلى الجانب المقابل يتناول علم العلامات ودلالاتها والمسمى (بالسيميوطيقا) العلامات بمفهومها الأكثر عمومية وشمول وتنوع، وتعدد بحيث تضم الرموز ضمن نطاقها وتحت لوائها باعتبار أن الرمز هو أحد أنواع العلامات وصورة من صورها وحالة من حالاتها.

خصائص الأنظمة السيميوطيقية وأنواعها:

هناك خصائص تميز أي نظام من أنظمة العلامات عند وصفه كنظام سيميوطيقي، وهي:

- ١- كيفية تأدية الوظيفة السيميوطيقية
- ٢- مجال صلاحية النظام
- ٣- طبيعة علامات النظام وعددها
- ٤- نوعية توظيف النظام^(٢).

(١) دانيال تشاندلر: معجم المصطلحات الأساسية في علم العلامات (السيميوطيقا) ترجمة شاكر عبد الحميد ، أكاديمية الفنون ، ٢٠٠٠ ، ص (١٠-١١).

(٢) ميوزا قاسم، نصر أبو زيد : أنظمة العلامات في اللغة والأدب والثقافة ، مدخل على السيميوطيقا، دار إلياس المصرية ١٩٨٦ ، ص ٣٥.

أنواع الأنظمة السميوطيقية

١- علامات منتظمة :

يمكن تحليلها على وحدات ثابتة ومعروفة الدلالة

٢- علامات غير منتظمة

لا تتطوي على علامات محددة العدد والدلالة، كالإعلانات لاحتوائها على مجموعات من الألوان والأشكال غير المحددة كماً وكيفاً ولا يمكن تحليلها إلى وحدات محدودة الدلالة مسبقاً قبل دخولها في تألف مع الوحدات الأخرى

٣- علامات ذات بعد واحد:

تكون فيها العلامة ثنائية البناء مغلقة على نفسها، كما المقطوعة الموسيقية تحتوي على دال (النوتة) ومدلول (النغم) ويطلق عليها البعد السميوطيقي

٤- علامات ذات بعدين: .

تكون فيه العلامة ثلاثية البناء منفتحة على عالم الموجودات أي تحتوي على دال ومدلول مشار إليه ، ويطلق عليها بعد سميوطيقي وبعد سيميوطيقي^(٨).

الدلالات السميوطيقية في الملصق الإعلاني

التحليل السياقي والاستبدالي للملصق الإعلاني:

إذا كانت الشفرة هي مجموعة الاصطلاحات والقواعد التي تحكم تفسير العلامات ، فإن العلامة أيضاً تستمد معناها من علاقتها بغيرها من العلامات في نفس النص text فالنص لدى السميوطيقيين يعني أي نظام للعلامات سواء في شكل كلمات أو صور أو أصوات وهناك نوعان من العلاقات بين العلامات:

(٨) لمياء عبد الكريم : دلالات التصميم الجرافيكي في تصميم إعلانات التلفزيون المقدمة للطفل المصري رسالة دكتوراه غير منشورة - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - ٢٠٠١. ص ٤٧٤.

١- العلاقة السياقية Syntagmatic relations

وهي العلاقة التي تنشأ من وضع العلامات مع بعضها البعض وفي الإعلان المطبوع ، تنشأ العلاقة السياقية بين عناصر المضمون في الإعلان مثل السلعة والمنظر الخلفي والشخصيات في الإعلان ، كما تنشأ العلاقة السياقية بين عناصر الإعلان كالعنوان الرئيسي والصورة الإعلانية والنص المكتوب والشعار الإعلاني^(١)

والعلاقات السياقية تقوم على تجميع العلامات مكانياً وزمانياً، ففي التجميع المكاني ترتبط العلامات في علاقة: يساراً ويميناً إلى الخلف وإلى الأمام أعلى وأسفل شمالاً وجنوباً قريباً وبعيداً، ويجب ملاحظة أن هذه المنطوق لها مغزاها فالأعلى في التصميم يرتبط بالسمو والسيطرة والمثالية بينما الأسفل يرتبط بالدونية والخضوع والواقعية حسب السياق العام ، كما أن المنطقة اليمنى هي الأهم بالنسبة للقارئ العربي والمنطقة اليسرى هي الأهم بالنسبة للقارئ الأوربي والمركز هو الأكثر أهمية في التصميم .

أما في التجميع الزماني فترتبط العلامات بعلاقة (قبل) و(بعد)، وهو ما نلاحظه في تتابع العلاقات في الإعلان التلفزيوني ، وحتى في الصور الثابتة أو الإعلان غير المتحرك، حيث يقوم المشاهد بفحص أجزائه بالتتابع أي أن هناك عنصراً يتم إدراكه أولاً ثم يتبعه عنصر ثان تم ثالث وهكذا

وتحليل العلاقات السياقية يكشف القواعد التي اتبعت في تجميع العلامات، تلك القواعد التي تكمن تحت سطح النص text مثل قواعد اللغة اللفظية التي تنظم العلاقة بين الفعل والفاعل والمفعول به والمبتدأ والخبر

(١)Williamson , Judith; Decoding advertisement , Marion Boyars , London 2002 p25.

وتحليل الشكل في الإعلان يكشف لنا أسس التصميم التي اتبعتها المصمم في تنظيم عناصره البنائية ، أي أسلوبه في تحقيق الاتزان والوحدة والتأكيد... إلخ. كما أن تحليل مضمون الإعلان يكشف لنا نمط أو صيغة العلاقة بين الشخصيات الإعلانية والسلعة والمنظر الخلفي والكتابات ولكن يبقى نمط العلاقة السياقية ثابتاً (١٠)

٢- العلاقة الاستبدالية Paradigmatic relations

بينما يظل نمط العلاقة السياقية ثابتاً فإن بالإمكان استبدال كل طرف في هذه العلاقة بمرادف له من نفس فئته.

فعلى سبيل المثال إذا افترضنا أن الثياب المعلقة التي يرتديها الرجل في المدينة هي الحذاء وينطلون وقميص فإن الجمع بين هذه الأشياء معاً على جسم الرجل في فئة خاصة مثل فئة القمصان التي تشمل قميصاً حريرياً أو قطنياً أو بنصف كم أو تي شيرت ... إلخ وفئة البنطلون التي تمثل البنطلون الجينز أو الصوف أو البرمود أو الشورت إلخ وتعتبر كل قطعة من هذه الثياب عضواً في فئتها paradigm والأثر الذي يتركه اختيار مفردة ما بدلاً من مفردة أخرى من نفس الفئة ، هو الذي يشكل المعنى النهائي للسياق.

ونحن ندرك دلالة كل مفردة بسبب معرفتنا السابقة بوجود مفردات أخرى في الفئة التي تضمها وعلى سبيل المثال فإننا ندرك ماهية اللون الأحمر نظراً لوجود ألوان أخرى مثل الأزرق والأصفر والأخضر ، ولو كان العالم كله بلون واحد هو الأحمر مثلاً لما وجدت فئة للألوان ولما كان اللون الأحمر دلالة في حد ذاته ، ولذلك فعندما ننظر إلى مساحة

(١٠) اسمية محمد محمد عيسى : مداخل تشكيلية معاصرة لتصميم الملصق الإرشادي في ضوء فلسفة المأثور الشعبي المصري - رسالة نكتوره غير منشورة - كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس - ٢٠٠٦ - ص (١٨٩) .

من اللون الأحمر في إعلان ما فإننا ندرك أن هناك دلالة لاختياره بدلاً من الألوان الأخرى.

وكذلك بالنسبة للمضمون فإننا ندرك دلالة اختيار تلك الشخصية أو ذلك التعبير على وجهها في الإعلان لأننا نعلم أن هناك شخصيات أخرى أو تعبيرات أخرى من الممكن اختيارها بدلاً من تلك التي استقر عليها مصمم الإعلان.

ويمكن تحليل العلاقات الاستبدالية عن طريق مقارنة كل علامة في النص بالعلامة التي لم تستخدم أو ما يمكن أن نطلق عليه العلامة الغائبة Absent sign فهذه المقارنة تمدنا بفهم أعمق للعمل الفني الذي نحلله لأن العلامة الغائبة تدلنا على الغرض الذي من أجله تم استبعادنا^(١١)

فمقارنة العمل الفني بعمل فني آخر من نفس الفئة يبيننا إلى ما يتميز به كل منهما عن طريق التباينات بينهما ولتأخذ مثلاً من علامتي شركتي للحاسب الآلي هما IBM ،

Apple

عناصر المقارنة	Apple	IBM
البناء structure	رسم اللوجو Non repetition غير تكراري	رسم اللوجو Repetition تكراري
اللون colour	متعددة الألوان Polychromatic	خطوط مفتوحة Disconnected lines
الأشكال Forms	الوان دافئة Warm	خطوط مغلقة Joined lines
	هينة لها خط خارجي Outline	أحادي اللون Monochromic
	محنية Curved	ألوان باردة Cold
		حروف سمكية Substance (bold)
		مستقيمة Straight

(١١) المرجع السابق من (١٩١)

إن ما يمكن أن نستخلصه من المقارنة بين العلامتين هو أن علامة Apple أكثر ألفة ودفناً بينما علامة IBM أكثر رسمية^(١٢)

الصيغ البلاغية وترجمتها تشكيمياً في الملصق الإعلاني

لا تأتي العلامة بمفردها وإنما تكتسب قيمتها من التعارض والتقابل مع العلامات لتشكيل المعنى معها في شبكة من العلاقات ، والصورة الإعلانية تستخدم العلاقات بين العلامات لتشكيل المعنى الذي تتضمنه ، حيث يقوم مصمم الإعلان بجمع العلامات المرئية معاً في الصورة الإعلانية لتصبح بمثابة علامة كبرى Macro- sign ويمكن أن نطلق على نمط العلاقة السياقية التي تجمع هذه العلامات معاً : "صيغة" وتعني البلاغة rhetoric في الصورة الإعلانية توضيح المعنى عندما تعجز أو لا تكفي الدلالة المباشرة للعلامة لتحقيق هذا الغرض ، وعلى سبيل المثال فإن صورة كرسي أو شجرة أو بيت يفهم منها وجود هذه الأشياء مباشرة ، ولكن إذا أردنا تصوير فكرة مجردة أو قيمة أو أحاسيس ليس لها شكل مادي مثل السلام أو الراحة أو الاتفاق أو الصراع عندئذ نلجأ إلى الصيغة البلاغية التي توضح معناها.... والدلالة المباشرة أو الاصطلاحية denotation هي المعنى الذي يفهم منها بوضوح بشكل محدد أو حرفي literal وبعبارة أخرى أنه المعنى الشائع الذي اصطلحنا على الربط بينه وبين الدال، وفي اللغة اللفظية تقوم القواميس والمعاجم اللغوية بتحديد الدلالة المباشرة للكلمات أما في الصور المرئية فإن الدلالة المباشرة للعلامات التي تترى في الصورة هي ما يتعرف عليه المشاهدون مباشرة من أشياء في الصورة ، مثل كرسي أو شجرة أو بيت إلخ بغض النظر عن اختلاف ثقافتهم ولا يمكن فصل الدلالة المباشرة للعلامة عن الدلالة المصاحبة لها ولكن الدلالة المصاحبة تختلف عنها في أن معناها يتوقف على من يعزها من حيث عمره وجنسه ومهنته وموطنه.

(١٢) Chandler, Danial ; semiotic, the basic , routlegem USA, 2003 p 89

فالدلالة المباشرة للكروسي هي أنه ذلك المقعد ذو الأربعة أرجل الذي يستخدم للجلوس وتفهم هذه الدلالة مباشرة مع نطاق واسع، ولكن الدلالة المصاحبة للكروسي بالنسبة لساعي البريد الذي يجوب الطرقات على قدميه طوال النهار هي الراحة ، وبالنسبة للسياسي هي السلطة وبالنسبة لمرض الوحوش هي الحماية والمريض المشلول هي السجن.... إلخ والدلالات المصاحبة للعلامات ترتبط بالثقافة الاجتماعية والجوانب النفسية والشخصية كالعواطف والمعتقدات، ولذلك فهي متعددة المعاني مختلفة التفسيرات بعكس الدلالة المباشرة ، ومع ذلك فإن تفسيرها يتوقف على فهم الشفرات الاجتماعية التي يشترك فيها كل من المرسل والمستقبل لأنها بمثابة إطار مرجعي لفهم ما تعنيه

وتعتمد الصيغ البلاغية على تجاوز الدلالة المباشرة للإيحاء بالدلالة المصاحبة، ولا بد أن القارئ سيتغاضى عن الدلالة المباشرة أو الحرفية للعلامة مدركاً أنها تمثل فكرة أبعد من ذلك ، ولهذا فإن هذه الصيغ قد تتضمن المبالغة للتعبير عن المعنى^(١٣). مثل الاستعارة والكناية والتشبيه والمجاز والمقابلة والمفارقة والمبالغة وغيرها من الصيغ البلاغية في اللغة العربية.

وظائف الصيغ البلاغية:

تقوم هذه الصيغ البلاغية بوظيفة مهمة بالنسبة لمشاهد الصورة الإعلانية تتراوح بين تكثيف Condensation دلالة الصورة أو إحلال Displacement الرمز محل أشياء أخرى بدلاً من عرضها بذاتها، وذلك من أجل إبراز المعنى الذي لا تكفي الدلالة المباشرة للعلامة لتوضيحه

وتتمثل هذه الوظائف :

١ - التجسيد Visualization:

(١٣) محمد شريف صبري : مدخل إلى سميوطيقا الإعلان ، مذكرة غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، ٢٠٠٥ ، ص ١٤ .

أي جعل المعنوي والمجرد متجسداً في صورة حسية مرئية

٢- التوضيح Explanation:

أي الإشارة على شيء غير معروف بشيء معروف

٣- الإيجاز Concision:

حيث ينوب الرمز عن الشرح الطويل أو الوصف المسهب

٤- الإحلال Displacement:

حيث نتفادي التعرض لأمر حساسة (مثل الأمور الجنسية أو العنصرية أو الوحشية أو السرية) بإحلال الرمز محل الشيء الذي لا يصرح به.

أنواع الصيغ البلاغية التي تتضمنها الصورة الإعلانية المرئية:

١- التشبيه Simile:

هو تصوير علاقة بين السلعة (أو الموضوع) وبين طرق أخرى تقوم على وجه الشبه أو صفة مشتركة بينهما

٢- الاستعارة Metaphor

هي أيضاً ضرب من التشبيه ولكن أحد طرفي العلاقة يكون غائباً بينما يتخذ الطرف الحاضر هيئة الطرف الغائب ، مما يلفت النظر بقوة إلى التطابق بينهما

٣- الكناية Metonymy:

وتعني استبدال السبب بالنتيجة لعرض الأثر أو الأعراض للإشارة إلى السبب فيها

٤- المجاز Allegory:

وهنا يستخدم المصمم علامة لتستدعي من الذاكرة مفهوماً لا لأن هناك وجه شبه مشترك مع السلعة كما في التشبيه والاستعارة ، وليس لأن هناك علاقة تلازم بينهما كما في الكناية ولكن لوجود علاقة أخرى بينهما هي علاقة الجزء بالكل.

وهناك ثقافات ترتبط فيها معاني مختلفة بعناصر معينة مثل حيوان نبات جماد ليصبح العنصر مجازاً Allegory لتستدعي للذاكرة مدلولاً معيناً كجعل الأسد رمزاً للشجاعة والتغلب رمزاً للمكر والتعبان رمزاً للشر والحمامة رمزاً للسلام...إلخ .

٥- المفارقة Irony :

تستخدم الدلالة المباشرة في هذه الصيغة للإشارة إلى المعنى العكسي لها مثلما تقول أحب هذا الشيء بينما تعني أنك تكرهه على سبيل السخرية وهكذا يمدنا علم الدلالة بالكيفية التي تحلل بها الإعلان لنصل إلى المعاني التي يتضمنها (١٤)

٦- المبالغة Exaggeration:

أسلوب المبالغة هو صياغة لحجم العناصر الموجودة في الملصق وذلك للدلالة على أهميتها والذي تكشف عنه تحليلات هذه العناصر ويكون إما بالتكبير عن طريق تضخيم عنصر من عناصر الملصق المراد إلقاء الضوء عليه واهتمامه، أو إطالة أجزاء لها مكانة حيوية وهامة في الموضوع أو يمكن الاستعانة بحذف أو تحريف بعض العناصر من أجل إبراز المعنى بطريقة دلالية

تصنيف الصورة .

يقصد بتلك المرحلة البنيوية التي كانت تعنى بتصنيف الصور المرئية، والبحث عن دلالاتها وفق رؤية لسانية وسميائية. وقد تشكلت هذه المرحلة ما بين سنوات الستين والسبعين من القرن الماضي، مع كل من رولان بارت (R.barthes)، وكريستيان ميتز (C.Metz)، وأميرطو إيكو (U.Eco) وغازوني (Garroni)، دون نسيان جهود الشكلانيين الروس ورومان جاكسون في دراسته عن الصور البلاغية والصورة المرئية، سيما السينمائية منها.

وعليه، يعتبر رولان بارت خير من يمثل اتجاه الصورة، لأن البحث السيميولوجي لديه هو دراسة الأنظمة الدالة، فجميع الأنساق والوقائع تدل. فهناك من يدل بواسطة اللغة، وهناك

(١٤) محمد شريف صبري : مرجع سبق ذكره، ص ١٦-١٧.

من يدل بدون اللغة السننية، بيد أن لها لغة دلالية خاصة بها. ومادامت الأنساق والوقائع كلها دالة، فلا عيب من تطبيق المقاييس اللسانية على الوقائع غير اللفظية . أي: أنظمة السميوطيقا غير اللسانية لبناء الطرح الدلالي. ومن هنا، فقد انتقد بارت في كتابه (عناصر السميولوجيا) الأطروحة السوسيرية التي تدعو إلى إدماج اللسانيات في قلب السميولوجيا ، مبينا أن اللسانيات ليست فرعا ولو كان مميّزا، من علم الدلائل (السميولوجيا)، بل السميولوجيا هي التي تشكل فرعا من اللسانيات^(١٥).

أصناف الصور المرئية :

يمكن الحديث عن أنواع عدة من الصور البصرية، منها: الصورة الجسدية، والصورة الفيلمية، والصورة التشكيلية، والقصة المصورة، والصورة الفوتوغرافية، والصورة التلفزيونية، والصورة الرقمية، والصورة الأيقونية، والصورة الإشهارية، والصورة الإعلانية أو التوجيهية أو التحسيسية، وصورة الشعار (اللوغو) (Logo)، والصورة المسرحية، والصورة الديدانكتيكية، والصورة الكاريكاتورية، والصورة الفضائية، والصورة الخطية (Graphique) ، والصورة الشمسية، والصورة المنحوتة، والصورة المعمارية... ولكل صورة من هذه الصور بنياتها ومكوناتها النوعية والدلالية والتركييبية والوظيفية داخل سياق تداولي ما.

تحليل الصورة سميوطيقيا:

عندما نتعامل مع الصور المرئية أو البصرية سميوطيقيا، فلا بد من مراعاة عناصر منهجية هي: البنية، والتصنيف، والتركييب، والدلالة، والوظيفة، والقراءة السياقية. ويعني هذا أن البنية تستلزم دراسة الصورة المرئية بتفكيك مكوناتها البنوية وتركيبها، كأن نتوقف

^(١٥) عواد علي: معرفة الآخر، مدخل إلى المناهج النقدية الحديثة، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، الطبعة الأولى سنة 1990م ص ٩٧.

عند ألوانها، وأشكالها، وتركيبها، وتأليفها، وعناصرها، خاصة إذا كانت الصورة المرئية عبارة عن لوحة تشكيلية أو صورة فوتوغرافية أو صورة إخبارية...
وبعد ذلك، ننتقل إلى مستوى التصنيف، فنميز بين الصور المتنوعة والمختلفة، كأن نميز بين الصورة اللغوية والصورة البصرية، والصورة الحية والصورة الثابتة، والصورة الملونة وغير الملونة، والصورة المباشرة والصورة الموحية إلخ...
وعليه، فعملية التصنيف مهمة في التحليل البنوي للتمييز بين المختلف والمتشابه. إذ تنتج الدلالة، ويتضح المعنى، عبر الاختلاف والتضاد.
أما على مستوى التركيب، فلا بد من استحضار العلاقات الاستبدالية القائمة على استبدال الدوال الحسية ترادفا واختلافا، والتشديد على العلاقات التركيبية التي تنتج على مستوى التأليف أو محور المجاورة والتركيب.
أما فيما يخص الدلالة، فلا بد من الإشارة إلى مجموعة من الدلالات، مثل: دلالة المماثلة، ودلالة المطابقة، ودلالة التضمن، ودلالة الانعكاس، والدلالة السيميائية، والدلالة الرمزية، والدلالة التمثيلية، وغيرها من الدلالات الأخرى...
علاوة على ذلك، للصورة المرئية مجموعة من الوظائف حسب موقعها السياقي، فهناك الوظيفة التصويرية، والوظيفة التمثيلية، والوظيفة الإحالية، والوظيفة الأيقونية، والوظيفة المرجعية، والوظيفة التخيلية، والوظيفة التوثيقية، والوظيفة التفسيرية، والوظيفة التأويلية، والوظيفة التأثيرية، والوظيفة الإيديولوجية، والوظيفة الإشهارية، والوظيفة التزيينية، والوظيفة التقبيلية، والوظيفة السحرية، والوظيفة الوجودية، والوظيفة الهوياتية، والوظيفة الإعلانية، والوظيفة النفسية، والوظيفة الاجتماعية، والوظيفة الجنسية، والوظيفة التوجيهية، والوظيفية التربوية، والوظيفة الديدانكتيكية، والوظيفة التقريرية، والوظيفة التضمينية، إلخ...
ولا يمكن فهم الصورة وتفسير معطياتها وتأويلها إلا إذا وردت في سياق تداولي أو نصي أو ذهني معين. بمعنى أنه لا يمكن تفكيك الصورة وتركيبها إلا في سياق بصري أو نصي. وقد يكون هذا السياق ذهنيا، أو نصيا، أو تداوليا. ومن جهة أخرى، يمكن أن يكون السياق داخليا أو خارجيا، كما يمكن أن تكون القراءة السياقية أفقية أو عمودية أو

محورية. وبناء على ما سبق، تستوجب دراسة الصورة التركيز على العلامات البصرية التشكيلية، والعلامات الأيقونية، والعلامات اللسانية، مع الاستعانة بثنائية التعيين والتضمنين، وثنائية الاستبدال والتأليف، وثنائية الدال والمدلول، وثنائية التزامن والتعاقب، والبحث في معمار الصورة (الاستهلال، والعرض، والخرجة)، ورصد وظائف هذه الصورة (الوظيفة الجمالية، والوظيفة التوجيهية، والوظيفة التمثيلية، والوظيفة الدلالية، والوظيفة الإعلامية، والوظيفة الإخبارية، والوظيفة الإيديولوجية، والوظيفة التأثيرية، والوظيفة الاقتصادية، والوظيفة التربوية التعليمية، والوظيفة السياسية ...)

هذا، وتستعمل الصورة المرئية مجموعة من الآليات البلاغية والبصرية بغية التأثير والإمتاع والإقناع، وتمويه المتلقي، مثل: التكرار، والتشبيه، والكناية، والمجاز المرسل، والاستبدال، والتقابل، والتضاد، والجناس، والاستعارة، والمبالغة، والمفارقة، والسخرية، والحذف، والإضمار، والإيجاز، والتوكيد، والانتقاة، والتورية، والتعليق، والتكتم، والقلب، والتماثل، والتشكيل البصري...

تستوجب القراءة السميوطيقية للصورة الانطلاق من مستويات معينة، مثل: المستوى اللساني الذي يتمثل في دراسة مجموعة من البنيات: البنية الصوتية والإيقاعية، و البنية الصرفية والتركييبية، والبنية البلاغية. وبعد ذلك، الانتقال إلى المستوى السيميائي الذي يتمثل في دراسة العلامات البصرية والأيقونية بنية ودلالة، والانتهاه بالمستوى التداولي الذي يهتم بدراسة المقاصد المباشرة وغير المباشرة لرسائل الصورة. (١٦)

(١٦) جميل حمداني - سميوطيقا الصورة البصرية - مجلة سمات - العدد ٣ - ٢٠١٤ .

النتائج والتوصيات:

من الدراسة كانت النتيجة:

وخلاصة القول، تعرف السيميوطيقا بأنها دراسة العلامات ، سواء أكانت لغوية أم بصرية. وإذا كانت اللسانيات قد ركزت كثيرا على الدوال اللغوية، فإن السيميوطيقا اهتمت كثيرا بالدوال البصرية والعلامات غير اللسانية. ومن ثم، يعد مبحث الصورة من أهم المباحث التي تناولها السيميوطيقا، إلى أن أصبح الحديث - اليوم- جاريا عن سيميوطيقا بصرية أو مرئية ، تعنى بدراسة الصورة الحسية في مختلف مكوناتها البنوية والدلالية والتداولية. وينضاف إلى هذا، أن سيميوطيقا الصورة قد انتشرت كثيرا في الثقافة الغربية ما بين سنوات الستين والسبعين من القرن العشرين. وأصبحت الصورة تخصصا مستقلا مرتبطا بالصحافة، والتسويق، والإشهار، والسينما، والتلفزة، والمسرح، والترية، والتشكيل، والتصوير... ومن جهة أخرى، صارت مقارنة الصورة مقارنة علمية ممنهجة، تمتح آلياتها ومصطلحاتها وأدواتها الإجرائية والتطبيقية من السيميوطيقا والبلاغة واللسانيات... وعليه، فقد عرفت سيميوطيقا الصورة أربع مراحل أساسية هي: مرحلة التأسيس مع فرديناند دو سوسير وبيرس ولوي هلمسليف، ومرحلة الفن والتشكيل مع مدرسة الفن الفيمارية، والمرحلة التصنيفية مع رولان بارت وأميرطو إيكو - مثلا- ، والمرحلة النصية التي ركزت على النصوص البصرية ، مثل: القصص المصورة، والكتابة السينارستية، والكتابة الفيلمية... إلخ مع مجموعة من الدارسين السيميائيين. ولا يمكن تحليل الصورة تفكيكا وتركيبا إلا بمراعاة مجموعة من العناصر المتضافرة ، مثل: البنية، والتصنيف، والتركيب، والدلالة، والوظيفة، والقراءة السياقية.

المراجع:

- ١- جميل حمداوي - سميوطيقا الصورة البصرية - مجلة سمات - العدد ٣ - ٢٠١٤
- ٢- دانيال تشاندلر: معجم المصطلحات الأساسية في علم العلامات (السميوطيقا) ترجمة شاكرا عبد الحميد ، أكاديمية الفنون ٢٠٠٠ .
- ٣- سعيد بنكراد، السيميائيات وموضوعها، مجلة اشراف، المغرب، العدد ١٦-٢٠٠١ م .
- ٤- سمية محمد محمد عيسى : مداخل تشكيلية معاصرة لتصميم الملصق الإرشادي في ضوء فلسفة المأثور الشعبي المصري - رسالة دكتوراه غير منشورة - كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس - ٢٠٠٦
- ٥- سيزا قاسم، نصر أبو زيد : أنظمة العلامات في اللغة والأدب والثقافة ، مدخل على السميوطيقا، دار إلياس العصرية ١٩٨٦.
- ٦- عواد علي : معرفة الآخر، مدخل إلى المناهج النقدية الحديثة، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، الطبعة الأولى سنة 1990 م.
- ٧- لمياء عبد الكريم : دلالات التصميم الجرافيكي في تصميم إعلانات التلفزيون المقدمة للطفل المصري رسالة دكتوراه غير منشورة - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - ٢٠٠١ .
- ٨- محمد إقبال عروبي: السيميائيات وتحليلها لظاهرة الترادف في اللغة والتفسير ، عالم الفكر، المجلد ٢٤، العدد ٣ ، ١٩٩٦.
- ٩- محمد شريف صبري : مدخل إلى سميوطيقا الإعلان ، مذكرة غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، ٢٠٠٥ .
- ١٠- منذرعياش : اللسانيات والدلالة ، حلب ، مركز النماء الحضاري، ط١، ١٩٩٦.

مراجع أجنبية:

- ١١- Chandler, Danial ; semiotic, the basic , routlegem USA,
٢٠٠٣ p ٨٩
- ١٢- FR Palmer ; semantics, second edition, ١٩٨١, p١٠.
- ١٣- <http://journals.uob.edu.bh> Lark Books . USA
- ١٤- Williamson , Judith; Decoding advertisement , Marion Boyars ,
London ٢٠٠٢ p٢٥.