

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة الإشهارية الإلكترونية

- دراسة سيميولوجية لصورة إشهارية إلكترونية -

أ. إسماعيل زياد، جامعة الوادي

ziadsmail26@gmail.com

أ. طارق هابة، جامعة الوادي

thaba67@yahoo.com

تاريخ الاستلام 2018/01/03 تاريخ القبول 2018/02/12 تاريخ النشر 2018/03/01

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء في كيفية تحليل الصورة الاشهارية من الناحية السيميائية وفق مقاربة رولان بارث ، التي تقوم على ثلاث مستويات (تعيينية، تأويلية، ألسنية) حيث تساهم في قراءة أبعاد ودلالات الصورة الاشهارية ، وكنموذج أخذنا صورة خاصة بمعامل الهاتف النقال اوريدو في الجزائر ، التي تعلن عن خدمة شريحة الهاتف النقال المتعددة الأحجام.

Abstract

This study aims at shedding light on how to analyze the semiotic image in the Roland Barth approach, which is based on three levels (descriptive, interpretive, and linguistic), which contributes to reading the dimensions and indications of the publicity image, and as a model we took a picture of the mobile operator Ooredoo in Algeria , Which announced the service of multi - size mobile phone.

مقدمة:

تعتبر الصورة من أهم رموز الحضارة الإنسانية قديما وحديثا، وقد عكفت السيميائيات البصرية خصوصا على إتخاذها موضوعا لها، وعمقت البحث في اهم اشكالاتها المعرفية وأنماط اشتغالها في الخطابات المتعددة، وتعد الصورة خطابا مسننا خاضعا في تدليله للتواضع الأنساني وللموسوعة الإدراكية للمتخاطبين، لذلك فالتعامل مع الصورة من اجل الكشف عن معانيها، يتطلب بنية مضمونية ومعرفة جانبية سابقة في الوجود عن التحقق الفعلي للصورة، لهذا ظلت اللغة البصرية تتطلب دائما المقام التواصلية الذي ولدت فيه، استنادا إلى مكوناتها الرئيسية أولا كعلامة تشكيلية تعود إلى الثقافة، وثانيا كعلامة إيقونية تؤول إلى الطبيعة وثالثا كعلامة لسانية، ويعد المنهج السيميولوجي

على تعدد إتجاهاته كفيل بخلق تحاور جديد مع ما جاد به الباحثون من بحوث حول المعنى ومعنى الصورة، وإنطلاقاً من هذه الفكرة سنحاول الاجابة على الاشكالية التالية: ما المقصودة بالمنهج السيميولوجي؟ وماهي أهم خطواته؟ وكيف تتم عملية التحليل السيميولوجي للصورة الاشهارية بصفة عامة؟ والصورة الإشهارية الالكترونية بصفة خاصة وفق مقارنة رولان بارث؟

أولاً : مفهوم ونشأة المنهج السيميولوجي : إنبثقت كلمة السيميولوجيا من الكلمة اليونانية sémeion بمعنى العلامة وlogos بمعنى الخطاب أو العلم ، وبذلك تصبح كلمة sémiologie علم العلامات أو علم الدلالة ، كما يطلق عليه بالعربية السيميائية أو علم الإشارات ، ويوجه هذا العلم إهتمامه نحو دراسة مختلف أنواع العلامات اللسانية وغير اللسانية ، أي أنه العلم الذي يهتم بدراسة العلامة بأنماطها المختلفة داخل المجتمع¹.

يرجع البعض نشأة السيميائيات إلى قدماء فلاسفة اليونان الذين اهتموا بقضايا العلامة واشكالية المعنى، ويشيرون ايضاً إلى مساهمات المفكرين المسلمين في العصر الوسيط وتأملاتهم بخصوص مسائل الدلالة، لكن يجب الإشارة إلى ان هذا الإهتمام سواء عند قدماء اليونان او عند العرب لم يكن مؤسساً تأسيساً علمياً واضحاً، تحكمه رؤية منهجية مضبوطة، بل اتخذ صورة تأملات مبثوثة في ثنايا علوم مختلفة كفلسفة اللغة والبلاغة و علم النحو و علم الفراسة وغيرها، وهو ما جعلها تبدو أقرب إلى الملاحظات العامة منها إلى الإستقصاء العلمي الصارم².

يرجع التفكير السيميائي رؤية ومنهجاً إلى أعمال الفيلسوف المنطقي والرياضي الأمريكي تشارلز سندرل بيرس، وكذلك افتراضات العالم اللساني البنيوي السويسري فرديناند دو سوسير، ومن خلال الإختلاف والتنوع في الإبدالين النظريين لكلا الرائدتين، نتج إختلاف في التصور بين الإنتصار للسيميولوجيا الفرنسية التي تعد، كما بشر بها دو سوسير في محاضراته في علم اللسان العام، جزءاً من علم النفس العام، وستدرس كل الأشكال غير اللفظية، كعلامات المرور، ولغة الصم البكم وغيرها.

وهناك من انتصروا للسيميائيات بوصفها دراسة للتجربة الإنسانية كما يراها بيرس، حيث يمكن النظر إلى كل النشاطات الإنسانية من وجهة سيميائية، سواء كانت لعباً أو فيزياء أو رياضيات أو سياسة وغيرها، فالسيميائيات اذا نظرية للعلامات، خصوصاً ان العلامة في التحديد البيرسي، هي كل ما يقوم مقام شيء ما يمثله، ومنه فالكون كله علامة والسيميائيات دراسة لهذا الكون العلامي، وبالرغم من إهتمام كثير من الباحثين السيميائيين بالتمييز بين هذين المصطلحين، إلا أن أغلبهم الخير إستقر على أن التمييز بينهما إجرائي فقط وأن المصطلحين مترادفان³.

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة_____ أ. / زياد إسماعيل / هابة طارق

والجدير بالذكر أن نقائص تحليل المضمون الإمبريقي، دفعت باحثي الإتصال الجماهيري إلى اقتناص المناهج الأدبية واللسانية والسيميائية لفحص مضامين وأشكال النصوص الإتصالية، فإذا علمنا إهمال التحليل المصغر في معظم الأبحاث التقليدية نتيجة اوصاف الإسقاط والتعميم والإحصاء، إتضح لنا أن الدافع إلى الإعتناء بالبنى العميقة للخطاب، عبر تخصيصها واستنباط دلالاتها وفي هذا المقام، فإن تفكيك عناصر النسق الإتصالي واستنطاق معانيه الضمنية يقتض الإعتناء على منهج التحليل السيميائي الذي يقوم على مفهوم النسق والنية والدليل أو العلامة وبهذا الثالث يرتبط هذا المنهج الذي يعد من أهم طرق البحث الكيفي أصوليا بالإرث البنيوي الذي اعتمده مختلف العلوم الإنسانية في الوصول غلى نتائج عملية⁴.

ثانيا : خطوات المنهج السيميولوجي

قلنا سابقا إن السيميولوجيا علم الدوال اللغوية وغير اللغوية، أي تدرس العلامات والإشارات والرموز والأيقونات البصرية، حيث تعتمد على عمليتي التفكيك والتركيب، وتنحصر منهجيتها في ثلاثة مستويات وهي⁵:

- التحليل المحايث : ونقصد به البحث عن الشروط الداخلية المتحكمة في تكوين الدلالة وإقصاء كل ما هو خارجي.

- التحليل البنيوي : يفترض وجود نظام ومجموعة من العلاقات. مما يؤدي إلى التسليم بأن النص لا دلالة له إلا عبر شبكة من العلاقات، لذا يستدعي الإهتمام بمظاهر الاختلاف والتشاكل المتألفة والمختلفة، ويستوجب البنيوي الدراسة الوصفية الداخلية للنص.

- تحليل الخطاب : المستويات المنهجية تبدأ بأصغر وحدة وهي الصوت لتنتقل إلى أكبر وحدة لغوية وهي الجملة، ثم تحليل الخطاب.

وتساعد هذه المستويات في تحليل النصوص ومقاربتها، ففي مجال السرد يمكن الحديث عن بنيتين: البنية السطحية والبنية العميقة. فعلى المستوى السطحي ندرس المركب السردى الذي يحدد المتوليات السردية، أما البنية العميقة تجلى في صعيدين منهجيين: الصعيد ويتجسد في تصنيف قيم المعنى بحسب العلاقات أو التشكلات، والصعيد الدلالي وهو سلسلة من الاجراءات للانتقال من قيمة إلى أخرى.

ثالثا : مقارنة رولان بارث في تحليل الصورة الإشهارية

تمثل الصورة الإشهارية الصورة الإعلامية والإخبارية التي تستعمل لإثارة المتلقي ذهنيا ووجدانيا، والتأثير عليه حسيا وحركيا، لدفعه قصد اقتناء بضاعة أو منتج تجاري ما. ويعني هذا أن

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة _____ أ. / زياد إسماعيل / هبة طارق

الإشهار بمثابة بث وإعلان وإخبار وتبليغ بمنتوج أو خدمة ما، وذلك بغية إيصالها إلى المتلقي، وكل إشهار حسب رولان بارث (Barthes) رسالة⁶، وتقوم مقاربتة على ثلاث مراحل بحثية متكاملة تتضمن كل مرحلة خطوات إجرائية خاصة هي:

1. الدراسة الشكلية (الوصفية): تتضمن هذه الدراسة:

- الدراسة المورفولوجية: وهي السيرورة الدلالية لبناء الصورة الإشهارية شكلها، خطوطها، محاورها التركيبية.

- الدراسة الفوتوغرافية: وهو المجال الذي يتم فيه مساءلة العناصر الفنية المتعلقة بالتأطير، إختيار الزوايا وما يقابلها من جانب المتلقي من حركة العين ووضع المركز البصري بالإضافة إلى الجدلية الفوتوغرافية (الظل / الضوء).

- الدراسة التبوغرافية: ويتم فيها تحليل الإرسالية اللسانية من حيث طريقة كتابتها (حجم البنط - قياس السطر - طراز الحرف) طريقة وضعها والمساحة المخصصة لها.

- دراسة الألوان: يتم تحليل قوة الألوان المستعملة، طبيعتها ومدى طغيانها أو العكس.

- دراسة الشخصيات: أي تحديد الأشخاص في الصورة، سنهم، جنسهم، ملابسهم، ويندرج هذا المحور الدراسي العام أي الدراسة الشكلية بخطواتها الإجرائية فيما يعرف سيميائيا بتحديد طبيعة الدليل وهي في محور رولان بارث تسمى التعيين وتعني الدلالة الأولى والمعنى المشترك مع الدليل⁷.

2. الدراسة التضمينية (الإيقونية): وتتضمن الخطوات الإجرائية التالية:

أ- دراسة الأبعاد السيكولوجية للصورة من خلال:

— تحليل المعطيات الفوتوغرافية كالتأطير، إختيار الزوايا، الإضاءة.

— تحليل وتفسير الأبعاد التبوغرافية (لماذا أختير هذا البنط او ذاك النوع من الكتابة؟).

— تحليل سيكولوجي للألوان وإيحاءاتها المختلفة.

ب - دراسة التضمينات الإجتماعية والثقافية للصورة من خلال:

— تحليل المدونات التعينية.

— تحليل مدونة الحركات والإشارات.

— تحليل مدونة الوضعيات.

— تحليل سوسيوثقافي الألوان.

والدراسة الإيقونية بخطواتها المختلفة هي ما يعرف في ميدان السيميولوجيا بفنية الكشف

عن الدلالة الخفية لنظام الدليل وهي في محور نظرية رولان بارث وتسمى بالتضمين هذا الأخير

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة_____ أ. / زياد إسماعيل / هابة طارق

حسبه هو ذلك الجزء الإنساني لسيرورة الإدراك، الجزء الذي يناشد الخبرة الذاتية للفاعل ويشير إلى القيم الثقافية الخاصة بمفكك الرموز.

وضمن هذه الدراسة الإيقونية العامة سوف يتم دراسة مستويا التعيين الإدراكي والمعرفي والمستوى التضميني المتعلق بالإيديولوجيا، وهو اعمق مستوى في تحليل الصورة لإرتباطه بقيم ودوافع المتلقي.

وتتم هذه المرحلة التحليلية استنادا إلى الجدول الآتي:
المستوى الإدراكي المستوى المعرفي

وتختم الدراسة الإيقونية بتحليل القيم الثقافية التي يتفاعل فيها الدليل وذلك من خلال تحليل الرموز والإشارات والإستعارات الإيقونية ثم تحليل التفاعل الحركي بين هذا الدليل والمادة والموضوع⁸.

3. الدراسة الألسنية: وهو المحور الذي يتم فيه دراسة علاقة الجانب الألسني بالجانب الأيقوني (الصورة) من خلال وظيفتي الترسخ والمناوبة:

- وظيفة الترسخ (الإرساء anchrage) ذلك أن الصورة تتسم بالتعدد الدلالي أي تقدم للمتلقى عددا كبيرا من المدلولات لا ينتفي إلا بعضها ويهمل البعض الآخر، ومن ثمة فإن النص اللفظي يوجه إدراك المتلقي ويقود قراءته للصورة بحيث لا يتجاوز حدودا في التأويل، فالنص اللغوي إذ يمارس سلطة على الصورة مادام يتحكم في قراءتها أو يكبح جماحها الدلالي إنه يقوده نحو معنى منتقى مسبقا.
- وظيفة المناوبة (الربط - التدعيم - relais) وتكون حين يقوم النص اللغوي بإضافة دلالات جديدة للصورة، بحيث أن مدلولاتها تتكامل وتنصهر في إطار واحد.

وقد تتجاوز الوظائفان وتعايشان في الملفوظ الواحد، عدا أن هيمنة إحدهما على الأخرى لا تعدم الدلالة فطغيان التدعيم على الترسخ معناه أن المتلقي ملزم بمعرفة اللسان لإدراك فحوى الرسالة في حين أن طغيان الترسخ معناه أن الملفوظ قائم على الحشو، وأن جهل المتلقي باللغة قد لا يحرمه من استيعاب دلالة الصورة⁹.

رابعا : نموذج تحليل سيميولوجي لصورة إشهارية إلكترونية خاصة بخدمة شريحة الهاتف النقال أوريدو



تحليل الصورة الإشهارية الإلكترونية :

تمثل الصورة التي بين أيدينا، ملصق إشهاري إلكتروني لمؤسسة أوريدو لخدمة اتصالات الهواتف النقالة، موضوعها الشريحة الجديدة، التي يمكن أن تتلاءم مع جميع أنواع الهواتف النقالة. أولاً: التحليل الشكلي أو التقني:

1. التحليل المورفولوجي (الهندسي): جاءت الصورة في شكل مستطيل (لافتة / panel) حجمه (315*851 بيكسل)، ولشكل المستطيل دلالة أيقونية تتمثل في الحركة والانسجام والثقل، كما يعتبر شكلاً مثالياً لتقديم الخدمات والسلع، وقد توزعت فيه الدلالات الأيقونية المعبرة عن الرسالة الإشهارية بشكل أفقي مع التركيز على جهة اليمين تاركة مساحة أكبر من جهة اليسار للرسالة الألسنية وكذا الأيقونية موضوع الإشهار.

2. التحليل الفوتوغرافي:

أ. التأطير: مسابرة للموجة الحديثة للتصميم، والتي ابتعدت كل البعد عن الحواشي المزخرفة في التأطير، جاء تصميم هذا الملصق الإلكتروني بدون حاشية واعتمد التأطير عن طريق المساحات البيضاء، لجعل موضوع الملصق الإلكتروني يتوزع على كل المساحة، هذا التوزيع الذي نراه متمركزاً في الجهة اليمنى أكثر من الجهة اليسرى، كما أن الملصق الإلكتروني جاء في صيغة الصور المركبة (أربع مشاهد)، كما نرى تباين في أبعاد الصورة، تباين غير متناسق إذ نلمس ارتجالية في وضع أبعاد الصور، هذا ما خلق نوعاً من التشويش.

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة_____ أ. / زياد إسماعيل / هابة طارق

ب. الزوايا: تنوعت درجات سلم اللقطات في تصميم الملصق الإلكتروني، فقد جاءت بين الخصرية (المتوسطة) والمقربة والشاملة.

استخدمت اللقطة الخصرية في شخصية الممثل الكوميدي الذي أعتمد كأيقونة مع المتعامل أوريدو، وهو يحمل الشريحة المتعددة القياسات وهو موضوع الملصق الإلكتروني، إلا أن هذه اللقطة غير وظيفية، باعتبار الحجم الكبير، بينما تظهر الشريحة صغيرة جدا بين يديه، فلو تم تقريبها أكثر لإبراز الشريحة بشكل أوضح لكان أفضل، كما أن هذا الاختيار يمكن أن يشتمل الانتباه عن الموضوع الرئيس للملصق، لولا تدخل الصورة الثانية في الملصق الإلكتروني والتي اتخذت بلقطة قريبة تعرض المقاييس الثلاث للشريحة الجديدة، هذه الزاوية التي حددت موضوع الملصق الإلكتروني في الشريحة، كما ساهمت الصورة الثالثة والمتمثلة في ورشة النجارة والتي اتخذت بلقطة شاملة خلفية من تعزيز المعنى الأساسي للملصق وموضوعه وهو الشريحة المتعددة المقاييس وقد جاءت لتعبر عن الماضي، بينما الشريحة الجديدة التي في يد الممثل الكوميدي هي الجديد.

ج. حركة عين المتلقي:

لقد شكل التوزيع الغير متوازن للمواضيع داخل الملصق الإلكتروني الإلكتروني، إلى تركيز حركة عين المتلقي على الجهة اليسار لتنتقل تدريجي للأسفل ثم أعلى اليمين، وهذا نظرا للزخم الذي تعرفه جهة اليسار وكأن المصمم ينتقل بالمتلقي من المشكلة الجوهرية، وهي التعب في تفصيل الشريحة حسب مقاس الهاتف النقال، للوصول للجديد وهي شريحة قابل لأخذ ثلاث مقاسات متباينة حسب الهاتف النقال، كما أن تركيز بؤرة المشاهدة لم تكن للمنتج موضوع الملصق الإلكتروني بل كانت للمواضيع المرافقة، وبهذا يعاب على التصميم طغيان المواضيع المرافقة على حساب الموضوع الرئيس.

د. الإضاءة: كانت الإضاءة في تصميم هذا الملصق الإلكتروني عالية جدا، حيث خلقت نوعا من الهدوء والسلام النفسي، هذا الهدوء الذي يتماشى وموضوع الملصق الإلكتروني، شريحة جديدة بمقاسات ثلاث، تجعل المستخدم للخدمة لا يتعب في جعلها متوافقة مع أي هاتف نقال، كما أن الظل شبه معدوم، إلا فيما يخص الظل المرافق للشريحة وسط الملصق الإلكتروني، وهو ظل وظيفي، لتوضيح الصورة وتبيين حدودها، وهذا لتفادي اضمحلال حدودها واللون الأبيض.

3. الدراسة التيبوغرافية:

كتبت الإرسالية اللغوية في هذا الملصق الإلكتروني، بخط لاتيني وهو Calibri ثخين وبحجم تراوح بين الكبير والمتوسط، وقد شغلت الجهة اليمنى من الملصق الإلكتروني كذلك الوسط.

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة _____ أ. / زياد إسماعيل / هبة طارق

فقد كتب موضوع الخدمة محل الإشهار بحجم خط كبير، بينما تفصيلاتها واسم المتعامل "أوريدو" بحجم متوسط، ولا يعد هذا الحجم المتوسط تغييرا لاسم المتعامل بل إن اسمه ظهر جليا من خلال الأشكال الأيقونية، التي تعد رمزا وشعارا للمتعامل والتي سنتناولها بشكل مفصل في موضعها.

4. دراسة الألوان:

أ. نوع اللون داخل الملصق الإلكتروني: جاءت الألوان على العموم هادئة، وهذا لطغيان اللون الأبيض على الملصق الإلكتروني، حيث تراوحت الألوان بين ألوان إضافية وأساسية وأخرى ثانوية. فاللون الأبيض وهو اللون الطاغي على الصورة الإلكترونية، والذي اعتمد كأساس للإضاءة الطبيعية، باعتباره عاكسا ممتازا للأشعة.

أما الألوان الأساسية فتمثلت في اللون الأحمر والذي جاء على درجة 238 من دائرة درجات اللون الأحمر. أما الألوان الثانوية فتمثلت في الأصفر، والبني والتي لم تشغل مساحة كبيرة من الملصق الإلكتروني، إلا أن التركيز الكبير للون البني في الجهة اليسرى، جعله ملفتا أكثر وذلك بدرجة لونية قدرها 118 درجة من الدائرة اللونية للون الأحمر.

أما الأصفر والذي استخدم لإبراز الشريحة (الجزء النحاسي من الشريحة) لم يستخدم بشكل كبير ولا ملفت.

ومجمل القول أن اللون الأبيض، قد استحوذ على المساحة اللونية الكبرى في هذا الملصق الإلكتروني، ومن ناحية التصميم، يعد هذا النوع من التصميم (من حيث استخدام الألوان) استخداما احترافيا، إلا أن التوزيع اللوني غير عملي الذي أحدث تشويشا في سيرورة التصميم الأصلي (تصميم أحادي اللون الأبيض) خصوصا ما نلمسه في الجهة اليمنى، حيث نلمس قطيعة لونية في التصميم.

ثانيا: التحليل الأيقوني:

- التحليل السيكولوجي للأبعاد الفوتوغرافية:

أ. البعد السيكولوجي للتأطير: يوحي الامتداد وانبساط الصورة في البياض على الشساعة والسلام والانفتاح، وهو المغزى المرجو منه بصفة الإشهار يعبر عن مناسبة الشريحة الجديدة لكل المقاييس، أي توافق مع جميع علامات الهواتف النقالة.

إلا أن التباين في البعد البؤري لمكونات الملصق الإلكتروني جعلته يخلق كما أسلفنا سابقا نوعا من التشويش، خصوصا في الجهة اليمنى من الملصق الإلكتروني.

ب. البعد السيكولوجي لاختيار الزوايا:

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة..... أ. / زياد إسماعيل / هابة طارق

مثلت تنوع اللقطات بين الشاملة الخلفية والخصرية الأمامية، إحياء تاريخيا بالقديم والجديد حيث تموضعت صورة الورشة في خلفية الصورة، بلقطة شاملة بعيدة تعبر عن التقنية القديمة في تفصيل الشريحة لجعلها مناسبة لمقاييس الهاتف النقال المختلفة، التقنية التي اعتمدت على الجهد والكثير من الأدوات، لتأتي الصورة الثانية بزوايا خصرية أمامية لتقدم جديد الشريحة وهي الشريحة ذات المقاييس الثلاث.

ج. البعد السيكولوجي التيبوغرافي:

من خلال نوعية الخط الذي يعد من الخطوط الدائرية القليلة الزوايا، والغير رسمية، والواضحة، كل هذه الصفات منحت شعورا وإحياء سيكولوجيا بالمضمون الرئيس للملصق وهو الشريحة المسايرة لجميع الهواتف.

تحليل التضمينات الاجتماعية والثقافية:

- تحليل المدونات التعيينية:

تضمن الملصق الإلكتروني تعيينات محلية جزائرية كون طبيعة الموضوع الإشهاري جديد، الذي يدخل ضمن الإرسالية الخاصة بالظهور الأول (إرسالية انبثاقية) ويبنى هذا النوع من الصور استنادا إلى دينامية فجائية فالمنتج الموضوع في عمق الصورة (شرائح الهاتف المختلفة) يعلن عن نفسه بداية بطريقة عادة ما تكون من خلال حجم كبير، يمكن أن يكون المنتج وحيدا أو في حضرة شخصيات، وفي هذه الحالة تلعب هذه الشخصيات دور العارض، انها تقدم المنتج في ما يشبه بحركة استعراضية وتبجيلية، يحتل المنتج مقدمة ووسط الصورة، ويقع عادة فوق رأس الذي يعرض المنتج¹⁰ وهذا ما ينطبق على الصورة الإلكترونية من خلال تضمنها شخصيتين جزائرتين كوميدتين معروفتان تعرضان المنتج هما صالح أقروت الذي ظهر في فضاء أبيض واسع ولباس رسمي أسود، ومصطفى الذي ظهر في الورشة ولباس النجار الشخصيتان يمثلان صورتين متعاكستين يؤديان معنى ضمني وهو الشريحة القديمة التي كانت تتطلب خبراء في قصها، بينما الجديدة سهلة دون التخصص، وهذا الأسلوب في العرض قائم على شهادة ممثلين كوميديين ذات شهرة وقبول من طرف المستهلكين الجزائريين في عرض فوائد ومزايا المنتج، هذا ما يفسر الطبيعة السيميولوجية لهذه الصورة الإلكترونية في صيغة صورة الدليل بحكم اكتفاءها في التمثيل بهذين الممثلين اللذين يمثلان أصالة وثقافة كل الجزائريين من جهة وبما يعبر عن دلالة المنتج الثقافية ويؤكد مزاياه التجارية من جهة أخرى.

- تحليل مدونة الحركات والوضعيات:

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة _____ أ. / زياد إسماعيل / هبة طارق

عبرت الصورة تعبيراً جسدياً غير لغويًا بواسطة النظرة تارة والحركة تارة أخرى عن معاني

عديدة نذكر منها:

– التعب الذي تدل عليه مدونة الوضعيات والذي يوحي بالجهد العضلي الكبير والتقليدي الذي يبذله النجار (الممثل الكوميدي مصطفى) في قطع شريحة الهاتف ووضعيتها التعب والمشقة تظهر من خلال الثلاثية التالية: لباسه النجاري كمهنة شاقة، وطريقة شدة للمنشار الألي، وميلانه إلى الخلف لثقل المنشار.

– الراحة والإستقرار الذي تدل عليه مدونة الوضعيات والحركات والذي يوحي بغياب الجهد العضلي من خلال توفر شرائح الإتصال المختلفة وسهولة الحصول عليها عند الموظف الإداري (الممثل الكوميدي صالح)، ووضعيتها الراحة والسهولة تظهر من خلال الرباعية التالية: لباسه الرسمي كمهنة إدارية مريحة، وطريقة شدة لشرائح الهاتف المختلفة بإصبعيه، وطريقة وقوفه المستقيمة والمعتدلة، وإشارة اصبعه بيده اليمنى التي توجي بنوعية المنتج الجيدة والسخرية من النجار .

– توصل الموظف الإداري (صالح) إلى هدفه المنشود في حصوله على شرائح هاتفية مختلفة تقضي على مشكلته التقنية في مجال الإتصال وهذا ما نلمسه في سيميولوجية النظرة الدالة والمرجعية (نظرته الساخرة من النجار)، والعكس صحيح لدى النجار والذي نلمسه في سيميولوجية النظرة الدالة والمرجعية (نظرته إلى الأسفل للتركيز على قطع الشريحة).

وهي دلائل غير لسانية ساهمت في إبراز فعالية السلعة وفي تأكيد دورها الإستعمالي في مجال الخدمة الإتصالية.

– تحليل سوسيوثقافي للألوان: تضمنت الصورة الإلكترونية نوعين من الألوان: اللون الأساسي (الأحمر) واللون الثانوي (الأبيض والأصفر والبني)، وما يهمننا في تحليل البعد السوسيوثقافي للصورة الإلكترونية هو اللون المهيمن فيها وهو اللون الأبيض الذي يرمز في ثقافتنا الجزائرية "للصفاء والنقاء والعفة والنظافة والوضوح والنور الخلق القويم"¹¹ لذلك إستعمل كخلفية للصورة الإلكترونية كأساس للإضاءة الطبيعية، التي خلقت نوع من الهدوء والسلام النفسي الذي يتماشى مع الموضوع الجديد للصورة الإلكترونية، وهذا يؤكد نجاح المصمم في تحقيق تطابق ثقافة اللون الأبيض وقيم المجتمع الجزائري، إلا أنه من ناحية البناء التصميمي الفني والسيميولوجي لم ينجح في هذا التطابق كونه جاء ضمن صيغة الصورة المركبة (أربع مشاهد)، الأمر الذي انعكس على تعبير الدلالي للصورة الخالية من كل إستعارة أو مجاز ذو معنى عميق، الأمر الذي جعلها بسيطة ومباشرة في طرحها الفني

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة_____ أ. / زياد إسماعيل /هابة طارق

لفكرة الموضوع الإشهاري، أما في معناها فقد كانت عميقة بعض الشيء، وهذا ماسوف نلمسه من دراسة المستويين التعييني (الإدراكي والمعرفي) والتضميني (الإيديولوجي):

المستوى الإدراكي المستوى المعرفي

المستوى التعييني

ثالثا – التحليل الألسني:

جاءت كل الرسائل الألسنية في صيغة إخبارية بسيطة ومباشرة خالية من كل دلالة بلاغية او مجازية كون أن المنتج المعلن جديد في سوق الهاتف النقال بالجزائر الذي يحتاج إلى خطاب دعائي مباشر، وهذا ما يبرز وظيفة الترسخ في الصورة الإلكترونية من خلال تركيزها على معنى واحد، وهو أن المتعامل وفر انواع دعامات شرائح مناسبة لكل الهواتف النقالة الحديثة في العبارة الأولى (La puce qui s adapte a tous les telephones) ، لتواصل العبارة الألسنية الثانية نفس المعنى (chez ooredoo koulchi sahel) وهذه المرة بذكر إسم المتعامل أوريدو كعلامة ومتعامل له خبرة رائدة في مجال الإتصالات الهاتفية من خلال أنه يوفر الحلول المناسبة للمشاكل التقنية الهاتفية التي تواجه كل الزبائن الجزائريين بكل سهولة ويسر فيما يتعلق بإشكالية شريحة الهواتف الذكية مخاطبا إياهم باللغة العامية التي هي في متناول كل الفئات الإجتماعية الجزائرية (كل شيء ساهل)، لتأتي العبارة الألسنية الثالثة (une puce 3 format disponible standard micro nano) ، لتؤكد وتصرح مباشرة للزبون الجزائري بالوجود الفعلي لثلاثة انواع من شرائح الهاتف وهي ستندار وميكرو ونانو تتماشى وتطور الهواتف النقالة الحديثة.

الدور الإيجابي للرسائل الألسنية هذه تضمنها وظيفة الترسخ من خلال تأكيدها على فعالية المنتج موضوع الإعلان، وبالتالي نفت كل المعاني المتعددة الأخرى للصورة التي قد تخل بقيمة المعنى الأساسي لها، ولتكميل هذا الجانب الوظيفي الإيجابي، برزت وظيفة المناوبة لتعوض النقائص الموجودة في الرسائل الألسنية التي جاءت في الصورة الإلكترونية من خلال تكرار صور أنواع شرائح الهاتف النقال لأربع مرات في مقابل الخطاب اللساني المكرر اربع مرات، وهنا تظهر الوظيفة التتابعية الإيجابية بين الصورة والكلمة.

أما الجانب السلبي في الوظيفة التتابعية أن الرسالة الألسنية جاءت باللغة الفرنسية وهو لا يتطابق مع خصوصية الوضع الإزدواجي اللغوي العربي والأمازيغي والثقافي للمستهلك والمجتمع الجزائري ككل، مما يجعل الخطاب الإشهاري اللغوي لهذه الصورة يمارس عنفا رمزيا على المتلقي

المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة _____ أ. / زياد إسماعيل / هبة طارق

الجزائري من خلال تجسيدها مفهوم تمكين سيطرة اللغة الفرنسية على اللغة العربية والأمازيغية والتي حدد سليمان بشنون عوامل سيطرتها كالتالي:

1. كون الجماعة التي قبلت الفرنسية لسانا وثقافة ومظهرا وكثيرا ما يتزايد عددها في الجزائر، وتتمتن علاقة التعاون بين أفرادها وجماعتها في إطار ما تقتضيه تلك العلاقة وما تفرضه من تحركات والتزامات ودوافعها وأسبابها.

2. لأن القرار السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي موجود بين أيديهم ويوجهونه عن طريق يلائم رويتهم وتوجيهاتهم ومصالحهم الآنية المستقبلية.

3. لأن العوامل العالمية تتحرك لصالح أهدافهم ومقاصدهم¹².

إن ازدواجية اللغة كما يقول مالك بن نبي ليست فقط مجرد مفجر، بل هي أكثر من ذلك ديناميت قذف في العالم الثقافي، وإذا كان لم ينسف كل شيء، فإن انفجاره أحدث أغرب الإنشاقات، بادئ ذي بدء وفي أعلى المراتب ظهرت طائفتان من النخبة، النخبة التي تتكلم العربية وتحاول مع (ابن باديس) أن تسترد الأصول الإسلامية، وهي الفكرة التقليدية التي أفلتت منها نهائيا مع سقوط الإصلاح، وفرار أتباعها إلى الوظائف العامة بعد الثورة، والنخبة التي تتكلم الفرنسية وتتنكر بكل الأئنة: كالكالمية، والمصالية، والحركة المضادة للمصالية، والبربرية، والتقدمية، والوجدية المزيفة، والماركسية المزيفة، كي تخدم تحت كل سمة من تلك السمات آلهة اليوم وتمائم الساعة، وفي الحقيقة لتخدم نفسها تحت أي قناع من هذه الأئنة¹³.

وإن طبقت شركة اوريدو في الصورة الإشهارية الإلكترونية "مبدأ العالمية بأيد محلية" بحكم أنها شركة كويتية معروفة عربيا وعالميا في مجال الخدمات الإتصالية، من خلال تصنيعها لمنتج شريحة الهاتف النقال لتلبية حاجات ومتطلبات الإستهلاك العربي والعالمي، واستخدمت في نفس الوقت معلنين جزائريين محليين (ممثلين جزائريين صالح و مصطفى) لتسويق هذا المنتج في الجزائر، لكن مؤسسة أوريدو لم تراعي الفارق اللغوي (الفرنسية في مقابل العربية والأمازيغية) في مخاطبة المستهلكين الجزائريين، لأن الإختلاف اللغوي في المعاني الضمنية والرموز أدى بالرسالة الإشهارية إلى نوع من الفشل لإبتعادها على تمثيل حقيقة المستهلك الجزائري وتجسيد صورته الثقافية اللغوية في مضمونها.

خاتمة :

وفي الأخير يتبين لنا من هذه الدراسة بأن المنهج السيميولوجي من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في التعرف على الدلالات والمعاني التي تحملها الصورة بمختلف أشكالها الثابتة والمتحركة ، حيث أثبت التحليل السيميولوجي للصورة الإلكترونية عدة نتائج نستعرضها في هذه النقاط :

1- على المستوى الأيقوني:

– البناء التصميمي الفني والسيميولوجي كان ضعيفا للصورة الإشهارية كونها جاءت في صيغة الصور المركبة (أربع مشاهد في صورة واحدة)، الأمر الذي جعلها بسيطة ومباشرة في طرحها الفني لفكرة الموضوع الإشهاري.

– الطبيعة السيميولوجية لهذه الصورة الإلكترونية تحددت في صيغة الدليل بحكم اكتفاءها في التمثيل بالمثلين الكوميديين الجزائريين (صالح أقروت ومصطفى) اللذين يمثلان أصالة وثقافة كل الجزائريين وبما يعبر عن دلالة المنتج الثقافية والتجارية.

– ساهمت وضعية المدونات والحركات في إبراز المزايا الاستعمالية للخدمة وتأكيد فعاليتها الاتصالية.

– جمعت الصورة في بناء فكرتها الإعلانية بين نوعين من الصيغ هما صيغة الإرسالية الإنبثاقية وصيغة أسلوب الشهادة.

2- على المستوى الألسني:

– صيغة الرسالة الألسنية إخبارية بسيطة ومباشرة، كون أن المنتج المعلن جديد في السوق .

– تضمنت الرسائل الألسنية وظيفتي الترسخ والمناوبة، من خلال تأكيدها على فعالية المنتج موضوع الإعلان.

3- على مستوى التطابق الثقافي في مضمون الصورة: هذا المستوى يبين مدى تطابق المضمون الصورة المدروسة مع الطابق السوسيو ثقافي لذات المستهلك الجزائري، الذي تجسد من خلال القيم القيمة الثقافية اللغوية (نظام اللغة) الموظفة في الصورة المدروسة التي جاءت باللغة الفرنسية، وهو ما لا يتطابق مع خصوصية الوضع الثقافي اللغوي العربي الأمازيغي للمستهلك والمجتمع الجزائري، مما يجعل الخطاب الإشهاري اللغوي لهذه الصورة يمارس عنفا رمزيا على المتلقي الجزائري، من خلال تجسيدها مفهوم تمكين سيطرة اللغة الفرنسية على اللغة العربية والأمازيغية.

المراجع

- 1 - وائل بركات : السيميولوجيا بقراءة رولان بارت ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 18 ، العدد: 2 ، 2002 ، ص: 56.
- 2 - محمد التهامي العمري: حقول سيميائية، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية مكناس، مطبعة أنفو- برانت، فاس، 2007، ص: 5.
- 3 - عبد المجيد العابد: السيميائيات البصرية قضايا العلامة والرسالة البصرية، الشركة الجزائرية السورية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2013، ص: 13.
- 4 - فايزة يخلف: سيميائيات الخطاب والصورة، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 2012، ص ص: 70-71.
- 5 <https://bouguer.wordpress.com/2014/10/12/> المنهج-السيميولوجي22، 22/03/2018.،/20.:
- 6 <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=292693>، 15/04/2018؛ 15.
- 7 -فايزة يخلف: مرجع سبق ذكره، ص ص: 120-122.
- 8 -فايزة يخلف: دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية - دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من اعلانات مجلة الثورة الإفريقية - رسالة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر، ص ص: 20-21.
- 9 -عبيدة صميطي ونجيب بخوش: الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية، ط1، الجزائر، 2009، ص ص: 155-156.
- 10 - دافيد فيكتوروف: الإشهار والصورة صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات الإختلاف، الجزائر، 2015، ص ص: 84.
- 11 - اياد محمد الصقر: فلسفة الألوان، الأهلية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص: 94.
- 12 - الشيخ سليمان بشنون: الثقافة والشخصية الوطنية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 64.
- 13 - مالك بن نبي: مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، دار الفكر، دمشق، 2008، ص: 140.