

سميائية الخطاب البصري بين آليات إنتاج المعنى وتحقيق الدلالة "الصورة الإشهارية نموذجاً".

نهاد خلوف

مقدمة:

يمثل الخطاب البصري أحد المستجدات الضرورية التي تمخضت عن حقل الدراسات المرئية والفنية، وارتبطت ارتباطاً وثيقاً بحقل السميائيات تحديداً، لا لشيء إلا لاهتمامها بأفاق التأويل وتوليد المعاني من جهة، وانفتاحها على التلقي وانشغالها بالمتلقي من جهة ثانية، فكانت الصورة البصرية في حد ذاتها لغة بالنسبة للسميائيين المهتمين باستنتاج الرموز والحفر في الماورائيات.

ولهذا جاءت الإشكالية التي تسعى هذه المداخلة إلى مناقشتها مرتبطة بطبيعة العلاقة الموجودة بين السميائيات والخطاب البصري، متخذة من الصورة الإشهارية شفرة أو طريقة للكشف عن تجليات المعنى في خطاب الصورة الإشهاري باعتباره مجالاً حيويًا للدراسة ونصاً مفتوحاً قابلاً للتطويع والترويض النقدي.

أولاً: السميائية بعدها خطاباً.

1- في مفهوم السميائية:

إن المتتبع للجذور السميائية في الآداب العربية والأوروبية يجدها ترتبط "بالعلامة"، ولذلك كان مفهومها في أبسط تعريفاته « نظام السمة أو الشبكة من العلامات النظامية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئة معينة »⁽¹⁾، مما يجعلها تتعدى الشكل لتبحث في الدلالة ولكنه بحث لا يخرج عن "مبدأ المحايثة" الذي أقره "جون كوهين" والذي ينص أساساً على الدراسة الداخلية مع إقصاء كل العناصر الخارج نصية.

إن الجديد الذي أضافته السميائية متعلق باهتمامها بالمعنى وقولها بالعلامة فكانت تُعني ب «دراسة الأنماط والأنساق العلاماتية غير اللسانية»⁽²⁾ وتبحث عن الدلالات والمعاني أينما وُجدت، انطلاقاً من التقسيم الذي طال العلامات فكانت منها الأيقونة والمؤشر والرمز وكلها عناصر مهمة في تشكيل الصورة وربطها بالواقع ضمن الخطاب البصري، فالأيقونة هي علامة تحيل على الشيء الذي تشير إليه بعض تمتلكها خاصة بها وحدها « فقد يكون أي شيء أيقونة لا شيء آخر سواء كان هذا الشيء صفة أو كائناً، فرداً أو قانوناً، بمجرد أن تشبه الأيقونة هذا الشيء وتستخدم علامة له»⁽³⁾، ولو كان "الأمبيرتو إيكو" رأي آخر يختلف مع "بيرس"، ولكن كليهما ينظر إلى الأيقونة بعدها علامة ماثولاً، ولو كان "إيكو" يستبعد العلامة المادية ويقر بوجود علاقة ذهنية تستند على الفكر والثقافة «لأن القرائن الثقافية والفكرية تسبق القرائن المادية»⁽⁴⁾ مادامت الفكرة تسبق المادة أما "المؤشر" فهو على حد تعبير "بيرس" فمعناه « أن تحيل إلى الشيء الذي تشير إليه

بفضل وقوع هذا الشيء في الواقع» (5) وبذلك تكون المؤشرات علامة طبيعية حين تكون ذات علاقة تحاورية بين الإشارة والشيء المشار إليه وهذا الشيء لا يتم إلا من خلال تظافر ما هو طبيعي مع ما هو عرضي لأن «النوع الأول ينتمي إلى فصيلة الموجودات الطبيعية بينما ينتمي الثاني إلى فصيلة العلامات العرفية التي يبدعها الإنسان» (6)، ولعل هذا ما جعل "الرمز" عبارة عن علامة « تحيل إلى الشيء الذي تشير إليه بفضل قانون غالبا ما يعتمد على التداعي بين أفكاره عامة، ويحدد ترجمة الرمز، بالرجوع إلى هذا الشيء» (7) مما يجعل العلامة عرضية وطبيعة العلاقة الموجودة بين الدال والمدلول عرضية أكثر مما هي طبيعية .

ثانيا: الصورة البصرية في العالم العربي بين رهانات الواقع وآفاق المستقبل.

1- واقع الصورة المرئية بعدّها خطابا بصريا.

يحيا العالم العربي تحت وطأة مجموعة من المسلمات التي تحول بينه وبين الانفتاح على مجموعة من الممارسات الفكرية مثل الصورة، هذه الأخيرة التي لا تزال خطابا مهمشا في جل الدراسات على الرغم من أننا نعيش في عصر تسيطر عليه التقنيات البصرية وتطغى فيه بواذر التكنولوجيا والرقمنة و الإعلام، مما يطرح العديد من التساؤلات عن حقيقة القصور الذي يعيشه الخطاب النقدي البصري، خاصة وأن الثقافات الإنسانية تخاطبنا، أي أنها تنقل لنا المعلومات مستعينة بلغات مختلفة، فبعضها يتجلى على شكل صوت والآخر يُترجم إلى صور مرئية مفعمة بالتأويل والدلالات، لأن الصورة تتجسد باعتبارها مزج بين اللغوي والجسماني، النفسي والعضوي والذهني، وهو ما يولد جملة من التذبذبات الدلالية، لأن الخطاب البصري في حد ذاته صورة من صور الممارسات الثقافية، باعتباره خطابا يندرج تحت مدارات اليومي ويؤثت فضاءاته المختلفة إلى جانب غيره من الخطابات الأخرى، لكن ما يميزه عن غيره كونه يجمع بين جملة من المكونات اللغوية والأيقونية التي تصوغ وتهندس نسيجه العام، لأن الخطاب البصري في عمومه يتكون من نسقين مختلفين أحدهما: نسق لساني وأما الآخر: فأيقوني بصري، ومن خلال المزج بينهما نحصل على فضاء مفتوح من التأويلات، حيث تحيلنا قراءة النص- الصورة - على مجموعة من الأبعاد الفكرية والفلسفية، لأن غاية كل خطاب بصري مرتبطة أساسا باستثارة مجموعة من الأحاسيس التي تتوسل الدلالة بالنظرة أكثر من الكلمة أو اللفظة، خاصة وأن الصورة تقول ما تخشى الكلمات قوله، ولهذا كانت الأساس الذي تقوم عليها « رمزية الإنسان وأداة للتخلص من العرض والمتنافر والمتعدد واستعادته على شكل مفاهيم مجردة تكشف عن انسجامه ومنقوليته، إنها الأشكال الرمزية، فنحن نتحكم في الأشياء عبر العلامات وبواسطة أشياء نحولها إلى علامات» (8)، كون « خطاب الصورة يرتبط بمستويين موضوعي وآخر مرتبط بسلسلة من المعاني، مادامت الصورة في حد ذاتها لا تختلف عن باقي التمثيل الرمزي.

ويحدد "جاك أمون" بعض العوامل للصورة البصرية مقارنة باللغة المنطوقة وهي: «

1 نجد في السينما (الصورة) رموز لكنها ليست محصورة بهذا الفن مما تكون رموز فعلية أيقونات ذات دلالات تعبيرية وتشكيلية وجمالية.

2 هناك عوامل تعطي الصورة كالإضاءة والعدسة، وحجم اللقطة، واللون والحركة، ولكن لا يمكن اعتبارها رموز بأي حال من الأحوال، ولكنها تنتج رموزا دلالية.

3 هناك نوع من الربط ولكن لا توجد قواعد كما هو معروف عن اللغة العربية.

4 إن رموز اللغة تعسفية فلا يوجد تشابه مع الواقع بالمقابل، فالصورة تشابه الواقع، ولكنها ليست رموزا إنها صور بصمات.

5 إن الصورة لا منتهية بعكس الكلمات التي هي محدودة.

6 اللقطات (الصورة) من إبداع من ينتجها وليس كالكلمات الموجودة معجميا.

7 تنتج اللقطات (الصور) عدد غير محدد من المعلومات غير المرتبة، بينما الكلمة في أغلب الحالات لها معنى واحد أو متعددة المعاني ولكن المعلومات هي وحيدة ومنظمة.» (9)

ومن ثمة فإن التحليل الصوري عليه أن يشتغل على هذه العناصر، والباحث مطالب بالوقوف عندها في تحليلاته، مع ضرورة الإلمام بعناصر أخرى مساعدة، ولكنها تلعب دورا محوريا في تعرية الدلالة ومراودة المعنى كاللون، والإضاءة، ولغة الجسد والحركة والخطوط وغيرها وكلها تحيل إلى جملة من المعاني الظاهرة والخفية، وفيما يلي سيتم التطرق إلى كل عنصر من هذه العناصر بغية الوقوف على الدور الذي تلعبه في شحن الصورة بالإيحاءات والدلالات.

1 اللون: يلعب اللون دورا رئيسيا في عملية تشكيل الصورة البصرية، فهو حامل لمجموعة من الدلالات المختلفة، واعتماد الفنان على لون دون غيره من الألوان يكون مقصودا ويحيل إلى رسالة مشفرة يريد صاحبها تمريرها فاللون الأحمر لون الحب ولون الحرب ودلالته تتغير باختلاف المواضيع التي يوظف فيها كما أن دلالاته تتغير وفقا « لثقافة الشعوب ومن ثمة فمن يحلل خطاب الصورة أو يقوم بتكوينها التشكيلي والدرامي لابد وأن يدرك معاني ودلالات وأبعاد الألوان» (10).

2 الإضاءة: تشكل عنصرا مساعدا في نقل عنصر الزمن والتباين في تكوين الصورة « فالضوء الساطع يعطي الإحساس بالأمل والفرح، بينما الظلام يعطي الغموض والخوف، والإضاءة الناعمة ترمز للشاعرية، وعند استخدامها فيمكن أن تعطي التشبيهات والرمزية والدلالات التعبيرية والدرامية والجمالية» (11) وتساهم في إعطاء دلالات مختلفة يحاول القارئ الكشف عنها.

3 لغة الجسد: وهي في حد ذاته عبارة عن حركات وإيماءات مفعمة بالدلالات فاليد علامة والعين علامة وكذلك المشي والضحك وغيرها من الحركات الناتجة عن ردة فعل معينة في موقف ما.

4 الحركة والخطوط: أظهرت الدراسات السيكولوجية مؤخرا أن توظيف الخطوط والدوائر في الصور لا يكون اعتباطيا وإنما صاحب مقصدية يريد صاحب الصورة تجسيدها ف «الخطوط الأفقية العمودية تبدو ساكنة إلا أنها في حالة تبين حركة ما، تميل الخطوط الأفقية إلى التحرك من اليسار إلى اليمين، والخطوط العمودية إلى التحرك من الأسفل إلى الأعلى، والخطوط المائلة تكون بطبيعة الحال أكثر ديناميكية، فترمز الخطوط العريضة إلى القوة والناعمة إلى الرقة والأنوثة.

ثالثا: الصورة الإشهارية بين السميائية والتأويل.

1 - مفهوم الصورة الإشهارية: يراد بيها تلك الصورة الإعلامية والإخبارية التي تستعمل لإثارة المتلقي ذهنيا ووجدانيا والتأثير عليه استنادا إلى الحس والحركة بغية دغدغة عواطفه وإقناعه باقتناء منتج أو بضاعة ما، فالإشهار «إعلان واختبار وتبليغ بخدمة ما أو منتج بهدف إيصالها إلى المتلقي وكل إشهار هو بمثابة سلوك إعلامي واقتصادي واجتماعي وفي الوقت نفسه هو عبارة عن خطة استراتيجية داعمة لاستمرار الرأسمالية الهادفة لتحقيق الأرباح وتكريس الطبقة الاجتماعية والاقتصادية»⁽¹²⁾، ولذلك كان كل إشهار حسب "رولان بارث" « يتضمن بالفعل مصدر بث، هو الشركة التجارية، التي ينتمي إليها المنتج المشهر أو المنتج، ومنتقيا هو الجمهور، وقناة إبلاغ، وهي ما يسمى تحديدا ركن الإشهار»⁽¹³⁾ القائم على الدعاية الإعلامية والهادف إلى غايات اقتصادية وبنفعية. ولهذا كانت دراسة الصورة الإشهارية تستوجب «دراسة الرسالة اللغوية، والصورة التقديرية وبلاغة الصورة»⁽¹⁴⁾، لأن الصورة الإشهارية في عمومها عبارة عن نسق أيقوني ولساني، وبالتالي فإننا لا نستطيع أن ندخل التأويل على الصورة الإشهارية ما لم نستعد من خبرات المنظرين في الحقول الأخرى وتكييفها للصورة الإشهارية، ناهيك أن ولوج عالم التأويل الصوري يتطلب الوقوف على جملة من المصطلحات المرتبطة بشفرة النص، ومفاهيم تحليل الصورة الإشهارية، لأنها نص كوحدة خطاب من حيث هي فعل فهي لا تستطيع أن تقول شيئا إلا في وجود عنصرين مهمين هما المتلقي والاستجابة لتحدث الدلالة ويكون التأثير، ولعل هذا ما جعل "رولان بارث" يؤكد على أنه « لا وجود له في غياب المتلقي، هو موقف يتفق مع موقف فلسفتي الظاهرانية والتأويلية في اللغة والمعنى، وكيف أن المعنى في حقيقة الأمر لا وجود له خارج اللغة ومن ثمة لا يمكن إدراكه قبل أو خارج السياق اللغوي، مما يعني أن معنى النص لا يوجد إلا في أثناء إدراكه أو داخل وعي المتلقي للنص اللغوي»⁽¹⁵⁾، إن التدخل التأويلي في الصورة الإشهارية يأتي أولا من خلال تأويل الصورة بمعرفة قصدية صانعتها، لأن فهم المعنى مرتبط بقصد صانع الصورة الذي يقود إلى دلالة الصورة الخطاب ولكن بتقدير المؤول/

القارئ/ المشاهد لعلاقة الصورة الإشهارية برؤيته الشخصية للعالم واهتماماته وتجاربه وكلها منبثقة من سلسلة من العلامات السميائية اللون والإضاءة ولغة الجسد وكذلك الأمر بالنسبة للخطوط والدوائر فكل دال إلا وله مدلولات مختلفة يكتشفها القارئ المؤول لتلك الصور، ولذلك فإن النظرية الهيرومينوطيقية في مجال الصورة تتوجه نحو تحديد معاني الإشهار عبر عناصر اللغة الصورية، وعبر تحديد المستويات السردية المكونة لها، والتي تسهم مع الوسيط البصري في إنشاء المعنى لأنها ببساطة أي الصورة الإشهارية- تعد من أكبر مرتكزات الاتصال البصري وفي ذلك ترى أمال منصور أن الصورة الإشهارية على الرغم من أنها تتجه أساسا لبيع المنتج، إلا أنها أداة تستغل روح الجماعة الثقافية، وتسيطر على وعيها ولا وعيها معا، باعتبارها معطى إعلاني تحرف الحقيقة أو تخفيها فهنا يبرز الدور الوظيفي للصورة كونها تمتلك القدرة على منافسة الكلمة في كثير من الأحيان، فتتجلى الدلالة من خلال الصورة بطريقة أكثر دقة وتعبيرا من دلالة الكلمة، زيادة أن الصورة لغة عالمية، لأن فهم مضمون الصورة لا يتطلب أن تكون ملما بتلك اللغة أو تمتلك مستوى ثقافي معين، فالصورة التي تبث حدثا ما في مكان ما يفهمها جل سكان المعمورة رغم اختلافاتهم اللغوية والعرقية والعقدية.

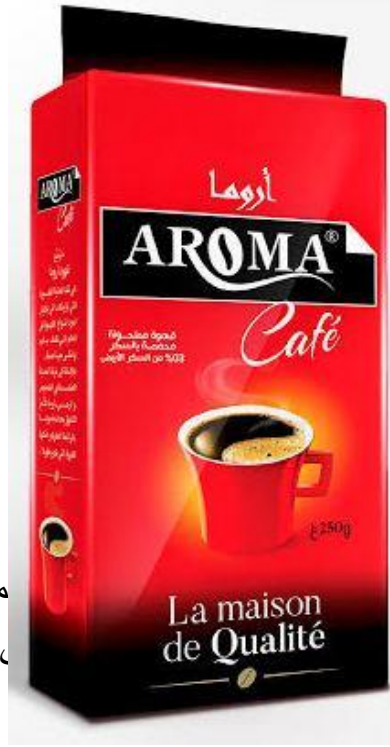
2 الصورة الإشهارية بين الإدراك وإنتاج الدلالة:

الإدراك كفعل موضوع محوري لدى المهتمين بالدراسات النفسية والاجتماعية، فهو يمثل العملية الرئيسية التي من خلالها يتم تصور الأشياء في العالم الخارجي وهو عند علماء النفس «العملية النفسية التي تسهم في الوصول إلى معاني ودلالات الأشياء والأشخاص والمرافق التي يتعامل معها الفرد، عن طريق تنظيم المثيرات الحسية المتعلقة بها وتفسيرها وصياغتها في كليات ذات معنى».(16)

وللإدراك أهمية في حيواتنا واثنا بما في ذلك الإدراك البصري الذي هو « صيرورة زمانية تستقبل مادة الشيء الذي ندركه، بل هو تطابق يتحقق بين الذات المدركة وموضوع الإدراك، كما أننا نتعرف في الإدراك بطريقة متدرجة على خصائص كيفية للشيء في استقلال عن الذات، بل الإدراك اتحاد بين الذات والكيفيات الصورية للشيء، فعل الإدراك هو حصول صورة الشيء في النفس».(17)

وهذا ما تؤكد حالاتنا النفسية ورؤيتنا للعالم فحين نفرح نبصر العالم ورديا مزهرا وفي حالات الحزن يتجلى كئيبا أسودا والأمر نفسه تجده في الصورة الإشهارية التي ترتبط ارتباطا وثيقا بالذاكرة الاجتماعية وتشحن دلالاتها من الواقع المعيش، لأن المنتج في عمومها يكتسب قيمته من خلال السياق الاجتماعي، فيكون الخطاب الإشهاري مطالب بإعادة « صياغة الوجود لا الاكتفاء بتمثيله... إن الفرحة الحياتية تمنح الشيء بعدا آخر، إنه يستعيد من خلاله ذاكرته باعتباره موقعا داخل سلوك ورؤية وحلم»(18) فالمستقبل يتفاعل مع ما يراه ويعطي قراءات ثانية للنص- الصورة- تنتج عنه معاني جديدة وهذا ما

يجعل الإشهار إيحائيا رمزيا، فكل صور بإشهارية تحتوي على دلالات قصدية، يمنحها لها المنتج أو المتلقي «وكل عنصر من عناصر الصورة يعود إلى تحديد نسق يدل عليه»⁽¹⁹⁾، مثل هذه الصورة التي تقدم صورة لمنتوج قهوة أروما



منتوج والسعادة العائلية للأسرة
اجتماعاتها الحميمية وروابطها

وقد استطاع المرسل من
الجزائرية التي لا تزال ر
المتينة.

ويُرجع "إيكو" عملية تشكيل المدلولات في الصورة الإشهارية إلى ثلاثة مستويات الأيقون والإيقونوغرافيا والصور البلاغية، في حين يذهب الناقد المغربي "سعيد بنكراد" إلى أن الصورة لا تقدم منتجا حافيا من أي سياق بل «تعيد صياغته ضمن انفعالات الذات ورغباتها في أن تكون أكثر من مجرد «أنا» معزولة تستهلك النفعي في المواد والقيم، فالإشهار لا يدعونا إلى شراء منتوجات، إنه يضيف إليها دافئا، ودون هذا الدفاء ستظل المنتجات بلا روح، إن الأساسي ليس مادة الاستهلاك، بل الخطاب الحامل لها، ونقطة ارتكاز هذا الخطاب في الصورة، والصورة هي التي تستهوي المستهلك»⁽²⁰⁾ وهذا تحديدا ما يتجلى من خلال هذا النموذج الإشهاري:



وردت ذ

- ماتينا المزيج الأمثل للزبدة والمرجرين الذي يزودها بمذاق الخاتمة لذيق وطازج وبأقل كولسترول

-بفضل تركيبها وطريقة تصنيعها الحديثة ماتينا توفر متعة وهناء.

-المزيج الأفضل لفظوركم.

وهذه الجمل تتضمن خطابا حجاجيا إشهاريا للمنتوج وتقدمه على أنه عالي الجودة.

الخاتمة:

من خلال ما سبق نلخص إلى أن الصورة البصرية بصفة عامة تنفتح على آفاق لا نهائية من القراءة والتأويل، وتستند من أجل إنتاج معانيها إلى جملة من المعطيات السميائية التي يجسدها التمثيل الأيقوني كإنتاج بصري بموجودات الطبيعة، وبالتالي يقوم التحليل الصوري البصري على مجموعة من الآليات الإجرائية الهادفة إلى تفكيك المضامين الدلالية القابعة في كنه الصور وفك شفرات العلامات التشكيلية من أنماط وخطوط وألوان وإضاءة من أجل فهم الصورة وقراءتها، هذا الفهم الذي يعكس بشكل كبير قدرة المتلقي على الاستنتاج، الهدم وإعادة البناء.

الإحالات والهوامش:

- (1) creimas .coules semiotique.hedrette.paris,1979, p339.
- (2) حنون مبارك، دروس السيميائيات، دار توبقال، المغرب، د ط، 1987، ص 27.
- (3) سيزار قاسم، السيميوطيقا، دار اليأس، القاهرة، مصر، د ط، 1986، ص 31.
- (4) أمبيرتو إيكو، القارئ في الحكاية، تر أنطوان أبوزيد، المركز الثقافي، بيروت، لبنان، د ط، 1996، ص 34.
- (7) ديفيد بشندر، نظرية الأدب المعاصر، تر عبد المقصود كريم، الهيئة العامة المصرية للكتاب، القاهرة، ط 1، 1997، ص 53.
- (8) مبيرتو إيكو، العلامة، تر سعيد بن كراد، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، ط 1، 2007، ص 206.
- (9) جاك أمون، الصورة، تر ريتا الخوري، المنظمة العربية للترجمة، دب، د ط، 2013، ص 344.
- (10) قدور عبد الله ثاني، سميائية الصورة، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2007، ص 114.
- (11) جوزيف وهاري قيلدلمان، دينامية الفيلم، تر محمد عبد الفتاح، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، د ط، 1996، ص 141.
- (12) لوي دي جانيتي، فهم السينما، تر جعفر علي، دار الرشيد للنشر، 1981، وللاطلاع ينظر جوزيف ر مارشلي: التكوين في الصورة السينمائية، تر هاشم النحاس، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، مصر، ط 1، 1983.
- (13) رولان بارت، المغامرة السيميولوجية، عبد الرجيم حزل، دار تينمال للطباعة والنشر، المغرب، ط 1، 1993، ص 29.
- (14) قدور عبد الله ثاني، سميائية الصورة، مرجع سابق، ص 37.

(15) فيليب و جيرالد بتلي، فن المسرحية، تر صدقي خطاب، دار الثقافة، بيروت، دط، 1966، ص 442.

(16) نبيل عبد الفتاح حافظ، صعوبات التعلم والتعليم العلاجي، مكتبة زهراء الشرق، عمان، الأردن، ط 1، 2000، ص 50.

(17) عز العرب لحكيم بناني، الظاهرانية وفلسفة اللغة: تطور مباحث الدلالة في الفلسفة النمساوية، إفريقيا الشرق، المغرب، دط، 2003، صص 155، 156.

(18) سعيد بلكراد، الصورة الإشهارية، آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط 1، 2009، ص 96.

(19) سعيد بلكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية، إفريقيا الشرق، المغرب، دط، 2006، ص 37.

(20) <http://www.saidbengrad.net/ar/victoloff.htm>.