

السميولوجيا كمنهج و أداة لتحليل خطاب الصورة

د. أحلام بولكعيبات

- جامعة قسنطينة 3-

الملخص :

يهدف هذا المقال الى إثارة اهتمام الباحثين في حقل علوم الاعلام في الجزائر بالسميولوجيا التي أصبحت علما مستقلا لكنه لا يحظى بالاهتمام الكافي لدى الباحثين عندنا. فجل بحوث الخطاب لا تزال تجرى ضمن تحليل المحتوى التقليدي الذي يركز على الظاهر ويغفل المضامين . ورغم أنه هناك من يقول أن السميولوجيا العامة لحد اليوم لا تزال في طفولتها . ويعني هذا ضمن ما يعنيه أنه لا توجد سميولوجيا واحدة ذات حقل من المفاهيم و المناهج والمعايير، للتصدي للمشكلات. ولذلك يزعم البعض أن السميولوجيا لا تزال في مرحلة ما قبل البراديغم من تطورها كعلم. لكن ذلك لم يمنع من اعتماد السميولوجيا في الدراسات الاعلامية وتحليل الصورة على نحو خاص. ويعد تحليل الخطاب الاشعاري لدى "بارث" أنموذجا يحتدى في تعميق البحث ضمن هذا البراديغم الذي يحتاج الى المزيد من التطوير.

Abstract

The aim of this article is to raise the interest of researchers in the field of information sciences in Algeria with semiology, which has become an independent science but is not receiving sufficient attention from our researchers. Speech research is still conducted in the analysis of traditional content that focuses on appearance and omits contents.

And although there are those who say that the general Seminology to this day is still in childhood. This means within the meaning that there is no single

semimology with a field of concepts, approaches and standards to address problems. It is therefore argued that semimology is still in the pre-paradigms of its evolution as a science. But this did not prevent the adoption of semiology in media studies and image analysis in particular. The analysis of Barth's publicity discourse is a model for deepening research within this paradigm that needs further development.

1. مصطلح اشكالي:

السيمولوجيا هي " علم العلامات أو السيرورات التأويلية توجد اذا، كما ذكر بذلك "امبرتوايكو" روابط عميقة بين العلامات و التأويل ، وذلك لأن " شيئا ما لا يكون علامة إلا لأنه يؤول بوصفه علامة لشيء ما بواسطة مؤول ما".⁽¹⁾

و " السميولوجيا semiologie و السميوطيقا semiotique مصطلحان منقولان عن الأصل اليوناني semeion بمعنى الاشارة أو العلامة. ولذلك ، فقد ترجم المصطلحان الى العربية أحيانا بعلم الاشارة و أحيانا أخرى بعلم العلامات و ان فضل معظم الباحثين العرب ترجمتها كما هي في الأصل الانجليزي أو الفرنسي (السميولوجيا و السميوطيقا)".⁽²⁾

أما من الناحية التاريخية، فيجمع الباحثون على أن استعمال مصطلح السيميولوجيا كان على يد " دوسوسير" ثم انتشر في الثقافة الأوروبية . أما " بيرس " فقد استعمل مصطلح "السيميوطيقا". وقد كان ذلك هو أصل الاستعمال في الثقافة الأنجلوسكسونية، إلا أن المصطلحين معا عرفا انتشارا متبادلا.

واقترح بيرس كلمة sémiotique -علم العلامات بوصفها مرادفا لكلمة logique منطق⁽³⁾. فالعلامات وفق "بيرس" تسمح لنا بأن نفكر، وأن نتواصل مع الآخر، وأن نعطي معنى لما يقترحه الكون علينا. وأننا نمتلك تنوعا كبيرا من العلامات الممكنة وتكون العلامات اللسانية من بينها فئة مهمة، ولكنها فئة وحيدة. إن بيرس أنشأ نظريته العلاماتية، إذ كرس نفسه لعمل العلامات عموما ، بينما " دوسوسير" على العكس من ذلك، أنشأ الأسس لنظرية لسانية عامة، وتتجلى أصالة نظريته في كونه ينظر إلى

اللغة بوصفها نسقا من العلامات. وأشار بشكل عرضي قليلا، إلى أنه يجب على نظرية العلامة اللسانية أن تجد مكانها في إطار نظرية أكثر عموما . واقترح من أجلها اسم " السيميولوجيا sémiologie علم العلامات " (لا يوجد إذا اختلاف جوهري بين معني الكلمتين semiotique و Semiologie. بيد أنهما تشيران إلى اختلاف في التوجه، فاستعمال كلمة سيميولوجيا هو من إرشاد " دوسوسير" (4) .

" لقد اراد بيرس أن تطبق نظريته العامة على كل العلامات أما العلاماتي " دوسوسير" ، فله مفردات أخرى . إنه يستخدم مصطلحات مستعارة من اللسانيات " (5) .

2. السيميولوجيا براديغم في تشكل:

أصبحت السيميولوجيا علما مستقلا مع عمل الفيلسوف الأمريكي " شارلز ساندوز بيرس". فهي تمثل بالنسبة اليه اطارا مرجعيا يتضمن أي دراسة أخرى " لقد كانت كتابات بيرس علاماتيّة متنوعة تنوع الموضوعات المذكورة، بيد أنه لم يخلّف عملا متماسكا يوجز الخطوط الكبرى لنظريته. ولقد تسبب هذا الأمر خلال زمن طويل في الجهل بنظريته، ثم تبع ذلك بوقت قليل عدد لا يحصى من التفاسير التي تحاول أن تجد الوحدة لنظريته من خلال إعادة صياغاته المستمرة. (6)

ومع ذلك هناك من يقول أنه يجب الاعتراف بأن السيميولوجيا العامة اليوم لا تزال في طفولتها. ويعني هذا ضمن ما يعنيه أنه لا توجد سيميولوجيا واحدة ذات مجموعة من المفاهيم والمناهج متوفرة، على وجه الخصوص، على مشكلات تقويم الحلول ومعايير هذا التقويم، مجموعة من شأنها أن تكون مشتركة بين أولئك الذين يعتبرون أنفسهم " سيميولوجيين". وبعبارة أخرى، فإن السيميولوجيا لا تزال – بتعبير توماس كون – في مرحلة ما قبل النموذج الإرشادي من تطورها كعلم. وفي هذا الوضع " فإن مدارس عدة تتعارض لا من حيث النظريات السيميولوجية المتنافرة التي تقترحها فحسب، وإنما تتعارض أيضا من حيث تصورها لما يجب ان يشكل نظرية سيميوطيقية أو سيميولوجية " (7).

ثمة اختلافات أساسية يمكن الكشف عنها على مستوى المؤسسين نفسيهما . وهذه الاختلافات الأساسية هي مصدر الاتجاهين الرئيسيين اللذين يمكن أن نميزهما إجمالاً داخل السيميولوجيا المعاصرة : أي المدرسة الأمريكية المنبثقة عن بيرس والتي يمثلها مؤلفون مثل موريس و كارناب و سيبيوك... إلخ . والمدرسة الفرنسية أو بالأحرى الأوروبية والمنبثقة عن دو سوسير ، والتي يمثلها بويسنس و هيلمسليف و همبيرتو ايكو و مونان و بارت .. إلخ ، و تتجلى الاختلافات بين بيرس و دو سوسير ، وكذلك تلامذتهما، في اختيار نقطة التحليل السيميولوجي.⁽⁸⁾

و المنطق من وجهة نظر بيرس، مستقل عن كل من التفكير والحقيقة . والعلامة عنده هي شيء يمثل لشخص ما رمزا لشيء معين على نحو معين . فبموجبها يعمل شيء كدليل أي أنه يدل . وهي تحوي عناصر ثلاثة: إنها أي شيء محدد يصف شيئاً ما (المؤول)، و هو الطرف الأول ، ليشير إلى موضوع ما تشير إليه العلامة نفسها (الموضوع) ، و هو الطرف الثاني، وهي ترمز لشيء ما لشخص ما (مؤولها)، و الطرف الثالث، يضاف إلى ذلك طرف رابع هو الشخص الشارح.⁽⁹⁾

وقد جذبت الفنون والأدب أيضاً انتباه العلاماتيين الأوائل. ففي دراسة بعنوان "الفن بوصفه عملاً سيميولوجياً"، اقترح جان ميكاروفسكي وهو واحد من أعضاء حلقة براغ اللسانية، أن تصبح دراسة الفنون جزءاً لا يتجزأ من العلاماتية. وقد حاول أن يحدد خصوصية العلامة الجمالية: إنها علامة "مستقلة" تكتسب أهمية بذاتها، وليس بوصفها وسيطاً للمعنى فقط ولكن إلى جانب هذه "الوظيفة الجمالية"، والمشاركة بين كـل الفنون، ثمة أخرى تمتلكها الفنون ذات "المحتوى" (الأدب، الرسم، النحت). والذي هو محتوى اللسان الكلامي . وتتمثل هذه الوظيفة في "الوظيفة التواصلية".⁽¹⁰⁾

3. تصنيف "بيرس" أكثر شيوعاً :

يرى بيرس مؤسس السيميائية، أي علم العلامات، أن العلامة هي شيء ما ينوب لشخص ما عن شيء ما، من جهة ما وبصفة ما، فهي توجد لشخص ما بمعنى أنها تخلق في عقل ذلك الشخص علامة معادلة أو ربما علامة أكثر تطوراً، وهذه العلامة التي تخلقها

يسمى مفسرة interprétant للعلامة الأولى. إن العلامة تنوب عن شيء ما وهذا الشيء هو موضوعها objet. وهي لا تنوب عن ذلك الموضوع من كل الجهات، بل تنوب عنه بالرجوع إلى نوع من الفكرة التي يسميها ركيزة المصورة ground⁽¹¹⁾. وهناك تصنيف ثلاثي قدمه بيرس وهو الأكثر انتشارا و ذيوعا، بل يمكن القول أن أعمال بيرس السيميائية اختصرت في هذه الثلاثية. اضافة الى ذلك، فإن هذه الثلاثية أكثر استيعابا وأكثرها تمثيلا للموضوعات الواقعية. فسواء تعلق الأمر بالأيقونة أو الأمانة أو الرمز، فإن هذه العناصر الثلاثة تحيل على أنماط كبرى في التفكير الانساني .

أ- الأيقون icone :

ورد في المعجم الاعلامي " lexique d'information communication " أن الأيقون صورة تمثل بيانات أو أبنية على شاشة حاسب آلي .⁽¹²⁾ . وورد في الموسوعة الفرنسية universalis أن " الأيقون صورة القديس عند المسيحيين الشرقيين. وهي أيضا رمزيظهر على شاشة حاسب آلي يناسب برنامجا أو عملية أداء معينة لبرنامج " ⁽¹³⁾ . والأيقون عند "بيرس" علامة يقوم مدلولها بالإحالة على الموضوع لوجود تشابه معه. " ⁽¹⁴⁾ وفي هذه الدراسة سأستخدم الأيقون على أنه " علامة تحيل على الموضوع بموجب الخصائص التي يمتلكها هذا الموضوع سواء كان هذا الموضوع موجودا أو غير موجود . " ⁽¹⁵⁾ فلا وجود لأي تمييز، على الأقل في الأيقون الخالص، بين الماثول والموضوع الذي يحيل عليه. وبعبارة أخرى، فإن العلامة الأيقونية هي علامة تملك بعض خصائص الشيء الممثل . ان الاحالة حسب هذا التعريف هي احالة تلقائية وطبيعية . . فالصورة كيفما كان نوعها وكذا الرسم البياني وموضوعات العالم تشتغل كأيقونات. اننا مع العلامة الأيقونية لا نستطيع أن نميز بين الماثول والموضوع : انهما متطابقان. ⁽¹⁶⁾

ب- المؤشر (الأمرة) indice :

الأمرة " علامة تثير انتباهك الى وجود شيء ما عبر دافع ما . وهذا الدافع لا علاقة بالتشابه فهو يتم بحكم علاقة مرجعية باعتبارها تجاوزا . " (17) . ويعرفها بيرس " الأمرة علامة أو تمثيل يحيل على موضوعه لا من حيث وجود تشابه معه ، ولا لأنه مرتبط بالخصائص العامة التي يملكها هذا الموضوع ، ولكنه يقوم بذلك لأنه مرتبط ارتباطا ديناميا مع الموضوع الفردي من جهة ، ومع المعنى أو ذاكرة الشخص الذي يشتغل عنده هذا الموضوع كعلامة من جهة ثانية . " (18) فالدخان دليل على النار رغم عدم وجود أي تشابه بين الدخان و النار . ان الأمارات قد تكون طبيعية وقد تكون اجتماعية وقد تكون لسانية .

وعلى عكس الرمز مثلا ، فان الأمرة تحتاج الى سند زمني مكاني هو الذي يحدد لها وجودها . فالدخان أو آثار الأقدام أو الأشياء التي يتركها المجرم في مكان الجريمة ، لا يمكن أن تؤول باعتبارها أمارات إلا ضمن سياق زمكاني بعينه . من هنا كان للأمرة وظيفة مرجعية، فلقد نظر اليها دائما باعتبارها الوسيط المحسوس بين الكائنات البشرية وبين الأشياء . " (19)

ج- الرمز symbole :

الرمز " علامة تشير الى الموضوع الذي تعبر عنه عبر عرف غالبا ما يقتصر الأفكار العامة التي تدفع الى ربط الرمز بموضوعه . فالرمز اذا ، نمط أو عرف ، أي أنه العلامة المعرفية . " (20) . والرمز ينحدر من طبيعة عامة ومجردة . فهو لا يستند الى حدث ولا الى نوعيات أو أحاسيس لكي يوجد ، بل يكفي بالإشارة الى القانون والضرورة . ولهذا فان العلاقة القائمة بين الماثول الرمزي وموضوعه لا تستند الى التشابه ولا الى التجاور ، بل تستند الى العرف الاجتماعي الذي يعد قانونا وقاعدة . فكل الكلمات والجمل والكتب وكل العلامات المعرفية الأخرى تشتغل كرموز . فنحن نتحدث عن كتابة أو نطق كلمة " رجل " ولكننا في واقع الأمر لاننطق ولا نكتب الا نسخة أو تجسيدا لهذه الكلمة . " (21)

ويقول "سعيد بنكراد": "اذا كانت علاقة الماثول بموضوعه داخل العلامة الأيقونية قائمة على التشابه، واذا كانت هذه العلاقة داخل العلامة الأمازية قائمة على التجاور الوجودي، فان العلاقة داخل العلامة الرمزية من طبيعة عرفية، فالأمم والشعوب تخلق، انطلاقاً من تجربتها، سلسلة من الرموز تستعيد عبرها قيم تاريخها، فتسقط من خلالها المستقبل وتفهم من خلالها الحاضر." (22)

غير أن آليات بناء المعنى تتركز في نظر السيميائيين على المفهوم المركزي "السيميويزيس" أو "السمينة" وهو المفهوم الذي يعود الفضل في استخدامه الى "بيرس" والذي قصد به "تمتع العلامة بديناميكية؛ حيث تحيل العلامة على علامة أخرى". (23)

4. كيف يعمل النسق الأيقوني البصري؟

يتكون خطاب الصورة من نسقين دلاليين أساسيين: النسق اللساني والنسق الأيقوني البصري، أما النسق اللساني فتكمن أهميته بالنسبة للنسق الأيقوني، من حيث أنه يوجه القارئ نحو قراءة محددة ويربط بين مختلف مقاطع النسق الأيقوني. غير أن أهمية النسق اللساني تبقى رغم ذلك قاصرة أمام بلاغة الصورة، حيث أن للصورة التأثير الأكبر في نفس المتلقي، اذ تستوقفه لتثير فيه الرغبة والاستجابة. وتعود أهمية النسق الأيقوني للوظائف المتعددة التي يؤديها والتي يمكن اختزالها في الأبعاد الآتية: (24)

أ- الوظيفة الجمالية:

وترمي هذه الوظيفة الى اثارة الذوق قصد اقتراح الفكرة.

ب- الوظيفة التوجيهية:

تشكل الصورة فضاء مفتوحاً على كل التأويلات، لذلك تكون مرفقة في أغلب الأحيان بتعليق لغوي يسمى الشعار قد يطول أو يقصر. وفي هذا الاطار تحيلنا الصورة على قراءة النص الذي يضمه منتجها أفكاره وكذلك حججه.

ج- الوظيفة التمثيلية:

ان الصورة تقدم لنا الأشياء والأشخاص في أبعادها وأشكالها بدقة تامة ، وهو ما تعجز عنه اللغة في كثير من الحالات، أي أنها تظل المرجع الأول والأخير الذي يجد فيه النص تجسده وتقويمه. ان المشاهد يغدو ويروح بين النص والصورة ، ليظل اهتمامه معلقا بهذه الأخيرة .

د- الوظيفة الياحائية:

لا شك أن الصورة تعبير يغازل الوجدان ، ويغذي الأحلام لأنها عالم مفتوح على مصراعيه لكل التأويلات والتصورات. وهي تحاور اللاوعي وتوحي بمشاعر تختلف في طبيعتها من مشاهد الى أخرى .

ك - الوظيفة الدلالية :

ان الوظائف الأربع الأولى تتضافر لخلق عالم دلالي معين . وهذه الدلالة تأتي نتيجة التفكير و التأمل الذي أسسته الصورة لدى المشاهد وداخل هذين النسقين اللساني والأيقوني تتمظهر مجموعة من الآليات الفاعلة داخل نسيج الخطاب الاشهاري على سبيل المثال، والتي تشكل استراتيجية أساسية مشابهة لإستراتيجية المحارب؛ حيث تهدف الى افشال الطاقة النقدية لدى المتلقي المشاهد عبر استمالته لفعل الشراء. ومن بين الآليات المتعددة في ذلك "آلية الاقناع المنطقي" وبعض الآليات الأخرى التي تستند الى العلامات والرموز والصور التي تجد مرجعيتها في المتخيل العام للمجتمع. (فإذا كان اشهار منظف الغسيل "اريل" يتوسل الاقناع المنطقي من خلال اخضاع المنتج المرغوب ترويجه الى تجارب دقيقة تجعل منه مادة فريدة من نوعها ، فان اشهار "نيدو حليب تنمو معه الأجيال" يعتمد الرمز لخلق التميز عند الفرد ، ويلحقه بفئة تمثل المرجعية على المستوى الاجتماعي . ونتيجة لذلك تصبح البضاعة واجبا على كل من يريد الالتحاق بصف الأبطال وبالتالي الاندماج مع فئة نموذجية .

ومن خداع آليات الاشهار أيضا الظهور بمظهر البراءة ، وبمظهر الصديق الذي لا يحركه هاجس المنفعة "الجانب الاقتصادي" ، وانما هدفه تقديم المساعدات

والخدمات . لذا غالبا ما يلجأ مصمم الاشهار الى المطابقة بين المرسل والمتلقي بتوظيف لعبة الضمائر (من شيمنا كرم الضيافة ، فلنتشبت بكرمنا) . ويلاحظ أن المكون اللساني الأهم للخطاب الاشهاري و التجاري هو الشعار أو ما يصطلح عليه تسميته (logo) .

5- العناصر البلاغية في اللغة البصرية :

ان السيميائيات كما تنبأ بها " دوسوسير" ووسعها "تشارلز بيرس" ، قد اهتمت بمجالات عدة من الصعب حصرها. إلا أنه لم يتم تعميق البحث في بعض الجوانب كما هو الحال مع الصورة.

وهو ما دفع بعض الباحثين في المجال السيميائي الى أن يوسعوا البحث في مجال البصريات، قصد الاجابة على أسئلتها المهمة : كيف نتواصل بصريا؟ وقد تصدى "رولان بارث" بالإجابة في بحثه عن عناصر السيميولوجية التي طبق بعضها منها على الصورة ؛ حيث اعتمد على الطروحات والمقولات اللسانية لدي سوسير (اللسان ، الكلام ، الدال، المدلول والاعتباطية الصورية)، وما جاء به بيرس في مفهومه للأيقون بتعريفاته اللامتناهية لبحث " بارث " عن بلاغة للصورة ، وكيف يأتي المعنى اليها ؟ و اين ينتهي ؟ وان كان ينتهي ، فماذا يوجد وراءه ؟ إلا أن هذا الانتقال من السيميائيات العامة الى سيميائيات الصورة ، لم يكن بهذه السهولة فكيف نقارب ما هو لساني بما هو بصري وأيقوني؟ علما بأن اللغة الطبيعية تختلف من حيث خصائصها وتوظيفاتها عن اللغة البصرية . وهذا ما قاد السيميائيين الى أن يجدوا حلا لهذا الاشكال الجوهرى والدقيق لمشروعية دراسة سيميائيات الصورة.

ونجد " كيستيان ميتز" وهو أحد أكبر المهتمين بسيميائيات السينما، يقول في احدى مقالاته: ان اللغات البصرية تقيم مع باقي اللغات علاقات نسقية متعددة ومعقدة، ولا أهمية لإقامة تعارض ما بين الخطابين اللغوي والبصري ، كقطبين كبيرين يحظى كل منهما بالتجانس والتماسك في غياب أي رابط بينهما. وهذا نابع من خصوصية كل خطاب وكل رسالة. فالرسالة اللسانية تظل حبيسة قواعد النحو والتداول ، أي

خطية ،خلاف الرسالة البصرية التي لا تخضع لقواعد تركيبية صارمة اضافة الى أن عناصرها التي تدرك بشكل متزامن. (25)

- الرسالة اللسانية تقبل التفكيك الى عناصر يقوم المتلقي بإعادة تركيبها ليحصل المعنى ،في حين الرسالة البصرية تركيبية لا تقبل التقطيع الى العناصر صغرى مستقلة ، لأنها ترابطية تختزن في بنائها دلالات لا تتجزأ.
- الرسالة اللسانية تقوم على الخاصية الاعتبائية، أما الرسالة البصرية فهي قائمة على المماثلة والمشابه. (26)

وقد فضل في هذه النقاط " رومان غوبارن " ليجد أن التعايش بين الصورة و اللغة ضارب بجدوره في عمق التاريخ . فمنذ ظهور الكتاب صار الارتباط بين الصورة و النص عاديا، لأنه ليس هناك في الحقيقة أي معنى أن نكون (ضد) اللغة ، أو معها ، (لا) مع الصورة أو ضدها، ان القناعة هي أن سيميولوجيا الصورة ستوظف جنبا الى جنب مع سميولوجيا الموضوعات اللسانية و أحيانا تتقاطع معها ، بحسب " ك . ميتز ". (27)

وفي مقال له بعنوان " من أجل سيميولوجيا الصورة " حاول الباحث جورج مونان G.Mounin إعادة النظر في مجموعة من عناصر الخطاب السيميولوجي للصورة ؛ حيث طرح أسئلة تتعلق ببعض مظاهر الصورة التي تجعل من الخطاب السيميولوجي خطابا مشروعا لقراءة هذا المتن البصري .و أول هذه الأسئلة يتمثل في ما إذا كانت الصورة وسيلة للتواصل .

إن اسناد الوظيفة التواصلية لخطاب ما يعني أساسا أن هذا الخطاب قد أنتج بغرض تبليغ رسالة ما . وفي حالة الصورة (الرسوم البيانية، الخرائط، الصور الوثائقية ... إلخ) لا يمكن أن نلغي هذه الوظيفة التبليغية / التواصلية غير أن هذه الفكرة لا ينبغي – حسب ج.مونان- أن تعطينا الانطباع المطلق عن امتلاك الصورة لهذه الصورة وحدها . فعندما يكون الشيء المبلغ عن طريق الصورة احساسا أو انفعالا ما، لا يبقى هناك حديث عن الرسالة message بمفهومهما الإبلاغي فقط. إن الصورة تسعى في غالب الأحيان ،وبشكل واع ، إلى إنتاج أثر شبه بيولوجي أو صدمة ، أي أنها مثير stimulus

موجه للحصول على رد فعل. وهي إذن مختلفة تماما عن الرسالة ذات الحمولة الإبداعية".

ويتعلق التساؤل الثاني في مقال ج. موناك بإكمال اشتغال الصورة كلغة: هل يمكن الحديث عن لغة للصورة على غرار اللغة الطبيعية التي تدرسها اللسانيات ؟ هل يمكن التسليم بوجود تشابه عام بين الصورة واللغة من حيث انتظام بنياتهما؟ يجيب ج. موناك عن هذه الأسئلة بالنفي . فليس كل نظام للتواصل لغة، كما أن اللغات الطبيعية تنفرد بخصائص لا يشاركها فيها نظام تواصل آخر. وهي التي تحدد طبيعية اشتغالها السيميولوجي . (28)

و يمثل الفارق الكبير بين اللغة والصورة – حسب ج. موناك – في انفراد اللغة الطبيعية بالخاصية الصوتية التي تجبر الرسالة اللغوية على الاشتغال في الزمن ، مما يستحيل معه ظهور وحدتين صوتيتين في نقطة زمنية واحدة ضمن السلسلة الكلامية. إن هذه الخاصية التي يطلق عليها اللسانيون " الخاصية الخطية " هي التي تميز اللغة الطبيعية عن مجموعة من الأنظمة التواصلية وفي مقدمتها الصورة فوحدات الرسالة في الصورة تبرز كلها ملتحمة في المكان واللحظة ذاتها. بقول موناك: " في الخطاب اللغوي ، كل الملفوظات تتتابع الواحدة تلو الأخرى في الزمن ، وفي كل مرة تحصل على رسالة وحده على حين تظهر الصورة كخطاب كل رسالاته الممكنة متزامنة الحضور على الصفحة . ومن هنا تتنوع المقاربات والقراءات والتأويلات الممكنة".

إذن إن كان ثمة قاسم بين اللغة والصورة ، فإنه لا يتعدى بعض المفاهيم مثل الدليل والمدلول والرسالة ..وهنا يتوقف النسيج المشترك بين الخطابين أضف إلى ذلك أن هذه المفاهيم تشكل عناصر مشتركة بين جميع أنظمة التواصل .

غير أن فكرة الخاصية الخطية للغة الطبيعية إن كانت تشكل فارقا حاسما وأساسيا عند موناك بين اللغة وباقي الأنظمة التواصلية ، فإنها عند مجموعة أخرى من السيميولوجيين ليست مقياسا لهذا التميز ويستند هؤلاء في ذلك الى أنه على الرغم من الحضور المتزامن لخطابات متعددة ضمن الصورة الواحدة، فإن قراءة وتفسير المكونات الخطابية لهذه الصورة ليست ممكنة إلا عبر قراءة خطية ، ومعنى ذلك أن تركيز البصر

على الصورة لا يمكن أن يمدنا دفعة واحدة بكل الرسالات و الدلالات الممكنة ، إن ذلك يقتضي أن تقوم العين بمجموعة من الحركات (عمودية و أفقية و دائرية ... إلخ) . و ضمن هذا الاشتغال البصري ثمة تسلسل خطي لوحات الرسالة في الصورة ، من هنا يقترح الباحثان ش.شيبات Ch.chebat و ب.غوتيه B.Gautier قراءة خطية للصورة ، و يؤكدان أنه انطلاقا من الحركة الخطية للبصر تشكل بلاغة الصورة .

إلا أن الحديث عن الصورة كلغة تستقل بعناصرها التي تميزها عن باقي الأنظمة التواصلية الأخرى ، ينتج عنه بالضرورة التساؤل عن " قوانين " اشتغال الصورة . هل يمكن الحديث إذن عن " نحو " للصورة؛ أي عن القواعد التي تشكل نظامها السيميولوجي الخاص بها؟ وهذا يدفع بـ " ج.مونان " إلى توليد أسئلة أخرى: ما الوحدات الوظيفية في الصورة؟ وهل كل ما يوجد في الصورة يشكل وحدة وظيفية؟

ن إجابات قاطعة ودقيقة عن الأسئلة ليست ممكنة ، فالصعوبة تكمن في هذا الحديث " الفضفاض " و العام عن الصورة دون تحديد أي نوع من الصورة نقصد. ففي الرسوم البيانية و العلامات الطرقية، ثمة – بشكل عام – وحدات اعتباطية arbitraire ، وفي صور أخرى مثل (29) الرسم و الصباغة و الصور الفوتوغرافية ، فإن وحداتها ذات طابع رمزي symbolique بالمعنى السوسيوي (نسبة إلى دي سويسر) للمصطلح . وهكذا ، فإن السحاب المرسوم (الدال) يمثل، في رأي " ج.مونان " السحاب في الواقع (المدلول) وصورة كرة حمراء تدل على كرة حمراء .

ولكن الأمر لا يتوقف عند هذا الحد من الأشكال البسيطة، فهناك – حسب " ج.مونان " تحولات لا نهائية، ابتداء من العلامة الاعتباطية التامة (الهلال الأخضر الخاص بالصيدليات) مروراً بالرموز الأشد عرفية (شوكة الطعام و السكين بالنسبة إلى المطاعم) حتى الرموز الخاصة (صورة البيت و هي تدل على أن الأمر يتعلق بـ " هذا البيت ") . و تصوير المسألة أكثر تعقيدا حين يتعلق الأمر بالصورة الأشد كثافة في بنائها الدلالي (لوحات الفن السيريالي مثلا)؛ حيث يغيب كل مؤشر اعتباطي أو رمزي يمكن أن يسهم في قراءة الصورة و حصر مجالها التأويلي .

إن هذه الصعوبة في خلق نظام سيميولوجي حدا بأحد الباحثين ، وهو أ.بليسي A.Plecy في كتابه "نحو أولي للصورة" إلى التفكير في إيجاد طرق توجه القراءة " الصحيحة " للصورة ، فأمام بعض الصور ، تدرك الصورة وتفهم تلقائيا من دون تعلم أو إدراك مسبق ، وذلك عن طريق " نقط إليها قوية إليها يتجه النظر بشكل طبيعي " ، وهنا يمكن الحديث عن نظام سيميولوجي مدرك . وأمام الصور التي " لا نعرف كيف نقرأها " هناك على ما يبدو نظام سيميولوجي ، ولكنه لا يظهر بشكل واع . وفي غالب الاحيان لا يوجد أي نظام سيميولوجي على الإطلاق ، وهنا يجب على القارئ خلقه و تشكيله عبر رصد مكونات الصورة ومعطياتها ، أي عبر معالجة الصورة بتعبير أ.بليسي ، " يجب معالجة الصورة لإثراء رؤيتها " . (30)

6- نموذج ر. بارت في التحليل :

انطلاقا من تحليل صورة اشهارية يقوم ر. بارت بتحديد الأسس النظرية العامة التي يستند إليها التحليل السيميولوجي في مقارنة الصورة، وذلك في محاولة منه للإجابة عن مجموعة من الأسئلة : كيف يجيء المعنى إلى الصورة ؟ إلى أين ينتهي ؟ وإذا انتهى ماذا يوجد بعده ؟

ويأتي اختبار ر. بارت للصورة الإشهارية نموذجا لهذا التحليل ، انطلاقا من الوظيفة الاشهارية نفسها التي تحدد سلفا جميع الدلالات القابلة لتبليغ المتلقي بمحتوى الخطاب الاشهاري بطريقة واضحة، إنه يرى في الصورة الاشهارية الخطاب الذي يتميز عن غيره بمقصد الدلالة بواسطة "علامات" ممثلة " تدعو إلى " قراءة بارعة " . ويستخلص ر. بارت ثلاث انواع من الخطابات داخل الصورة الاشهارية: اللغوي و التعييني و التضميني .

ويشكل المخزون الثقافي رافدا مهما في استجلاء العلامات الرمزية أو التضمينية في الصورة، وهذا ما يفسر أن الصورة الواحدة تحظى بقراءات متعددة تختلف باختلاف المعارف التي توظف في عملية القراءة . فبطاقات البريد العربية التي تحمل صوراً من الأشكال الفولكلورية أو بعضها من مظاهر الحلقة الشعبية في الأسواق (جامع الفن بمراكش مثلا) لا تحظى بالنسبة إلى القارئ العربي بالثقل الدلالي نفسه ، الذي يعطيه إياها القارئ الأوروبي .

إن القراءة تتعدد " كأن الصورة معطاة للقراءة لكثير من الأشخاص الذين يستطيعون التعايش جيدا في فرد واحد " ، أي أن هناك " تعددا و تعايشا لمجموعة من

المعاجم في الشخص الواحد ". وهذه المعاجم تشكل في رأي بارت لغة فردية Idiolecte لكل شخص . وبذلك تصبح الصورة في مستواها التضميني أو الرمزي نسيجاً من العلامات التي تنبثق من قراءات متعددة أو معاجم ولغات فردية متغيرة. غير أن مستوى التضمنين في الصورة لا يأخذ شكله البلاغي إلا حين يضع جميع مدلولاته في خانة مشتركة ، وهذا المجال المشترك للمدلولات هو مجال " الأيديولوجيا " بتعبير ر. بارت ، فهو يسمى دوال Signifiants التضمنين بالعناصر التضمينية و يطلق مفهوم البلاغة على مجموع هذه العناصر، وبذلك تظهر البلاغة بمنزلة الوجه الدال للأيديولوجيا.

و إذا كانت الصورة التضمينية لا تستطيع أن تمارس وظيفة من وظائفها المتعددة إلا بحضور هذا النسيج البلاغي الذي تشكله مدلولات التضمنين، فإن ذلك لا يعني أن كل عناصر الصورة يمكن تحويلها إلى عناصر تضمينية، بل " يظل دائماً في الخطاب نوع من التعيين، من دونه يستحيل إطلاقاً وجود هذا الخطاب ". فالتضمنين ليس إلا نظاماً لمجموعة من العناصر الاستبدالية Paradigmatique يحيل عليها مستوى التعيين الأيقوني الذي يشكل مركبا Syntagme لعناصر لا يحكمها أي نظام ، أي أن العناصر التضمينية لا تبرز إلى السطح إلا عبر مركب التعيين .⁽³¹⁾

وقد ورد في هذا المقام عدة شبكات لتحليل الصورة الثابتة لكثير من المنظرين المعاصرين منهم " فريديت " الذي يحدد أربعة مستويات لقراءة الصورة هي : مستوى الوصف، و التحليل، و التفسير الابتكاري ويعني قدرة الشخص على توليد استجابات وتعبيرات ومعان و تصورات شخصية تستحتمها الصورة فيه و المستوى الأخير هو التفسير الناقد و هو قدرة الشخص على تفسير الصورة بمعايير خارجية وهذا المستوى يقابل مستوى التقويم عند غيره. " ⁽³²⁾ وعلى رأسهم " لوران جرفيرو " في كتابه " كيف نفهم تحليل الصورة " و الباحثان " بيروتات و كوكيلا " في كتابهما " دلالة الصورة ". ان ابتكار منهجية تحليل الصورة عند هؤلاء الباحثين تقوم على ثلاثة عناصر أساسية هي: ⁽³³⁾

- وصف الرسالة
- مقارنة أيقولوجية
- مقارنة سمولوجية



الخلاصة :

أن السميولوجيا مرت بأطوار خلال القرن العشرين من سميولوجيا النص الى سميولوجيا التواصل في السبعينيات من القرن الماضي كما انه اتسع نطاق توظيفها كأداة ومنهج من الآداب الى الفنون الى وسائل الاعلام . وإن كانت الدراسات في العالم العربي متأخرة في اعتماد السميولوجيا في استنطاق الخطاب ، حيث أن " القسم الأكبر ما زال رهين الرؤية " البرلسونية " للمحتوى الظاهر الذي سجنته في تكميم العلاقات والرموز دون مساءلة أبعادها الضمنية" .⁽³⁴⁾

الهوامش :

- 1- منذر عياشي ،العلاماتية و علم النص، المركز الثقافي لوبي، الدار البيضاء المغرب 2004،ص14
- 2- السيد نفادي، السيميوطيقا وعلاقتها بالفلسفة و العلم عند كارناب (مقال منشور في مجلة عالم الفكر،المجلد 31 العدد1 –الكويت) ، ص46
- 3- منذر عياشي ،مرجع سابق ص.33
- 4- المرجع نفسه، ص 34
- 5- المرجع نفسه، ص35
- 6- المرجع نفسه،ص15.
- 7- السيد نفادي، مرجع سابق ،ص50
- 8- المرجع نفسه، ص50.
- 9- المرجع نفسه ،ص51.
- 10- منذر عياشي،مرجع سابق، ص19-20.
- 11- ميشال ارفيه و اخرون ،السيميائية وأصولها قواعدها ،ترجمة رشيد بن مالك منشورات الاختلاف ،الجزائر 2002،ص26.
- 12- lexique d'information communication,sous la direction francis balle ,dalla 7 ,2006
- 13- Encyclopédie Universalis,2010.



14 – Verhaegen (Philippe) , Signe et communication , de boeck , Bruxelles 2010 , p244 .

15- سعيد بنكراد ، السيميائيات و التأويل ، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء – المغرب، ص 116.

16- المرجع نفسه، ص ص 116-117

17- المرجع نفسه، ص 119

18- المرجع نفسه، ص 119

19- المرجع نفسه، ص 120.

20- ميشال ارفيه ، مرجع سابق ، ص 28

21- سعيد بنكراد، مرجع سابق ، ص 121.

22- المرجع السابق ص 122 .

23 - Verhaegen (Philippe) , Signe et communication , p 248 .

24- يامن عيسى خضور ، الخطاب الإشهاري، الخطاب الإشهاري (دراسة سيميائية معمقة) مقال نشر في أطروحة الدكتوراه شيخة محمد الامين (مدونة الإبداع الأدبي والنقدي) 4 يونيو 2011 DR.CHEIKHA.BLOGSPOT.COM.

25- المرجع نفسه

26- المرجع نفسه

27- المرجع نفسه

28- محمد غرافي ، قراءة في السيميولوجيا البصرية ، (مقال نشر في مجلة عالم الفكر العدد 1 ن المجلة 31 سبتمبر 2001 ، صادر عن المجلس الوطني للثقافة والفنون و الآداب ، دولة الكويت، ص 234

29- المرجع نفسه، ص 234

30- المرجع نفسه، ص 235

31- المرجع نفسه، ص 242.

32 – صالح أبوإصبع وآخرون، ثقافة الصورة، منشورات جامعة فيلادلفيا، عمان 2008 ص 150 .

33- قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة، الوراق للنشر والتوزيع، الاردن ، 2008، ص 209

34 - نصر الدين العياضي، السيميائيات و استراتيجية بناء المعنى، مقال منشور في مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 10، سبتمبر 2010، مجلة يصدرها قسم علم الاجتماع – جامعة قسنطينة، ص 24 .