

التحليل السيميولوجي في بحوث الميديا الجديدة

Semiological Analysis in New Media Research

بوعروري هشام

جامعة سطيف 2، مخبر المجتمع الجزائري المعاصر، الجزائر

hi.bouarouri@univ-setif2.dz

نشر: 25/12/2024

مقبول: 01/12/2024

استلم: 20/07/2024

ABSTRACT: *According to the great role that rapid developments in the field of information and communication sciences play in the social life of individuals, this research paper aims to know their role in the emergence of the uses of new communication patterns of communication imposed by modern communications technologies, and what is accompanied by the emergence of new concepts in the media arena, "such as new media" Alternative media, websites, electronic journalism..., This development pushes us to clarify research efforts in the phenomenon of communication, how to deal with these new techniques, and study their effects using different research methods to study all formats and all forms of symbols, signs, And the connotations through which an individual builds his communication using semiological analysis to reveal its hidden values, based on knowledge of how to employ it in new media's texts and images.*

KEYWORDS: Semiological analysis, semiology, communicative phenomenon, ecological approach, new media.

الملخص: نظراً للدور الكبير الذي تقدمه التطورات السريعة في ميدان علوم الإعلام والاتصال في الحياة الاجتماعية للأفراد، تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة دورها في بروز استخدامات أنماط اتصالية جديدة من التواصل فرضتها تكنولوجيات الاتصالات الحديثة، وما صاحبها بظهور مفاهيم جديدة على الساحة الإعلامية "كالميديا الجديدة"، الإعلام البديل، المواقع الإلكترونية، الصحافة الإلكترونية..، ليدفعنا هذا التطور لتوضيح الجهود البحثية في ظاهرة الاتصال، وكيفية التعامل مع هذه التقنيات الجديدة، ودراسة تأثيراتها باستخدام مناهج بحثية مختلفة لدراسة جميع الأنساق وكافة أشكال الرموز، الإشارات، والدلالات التي من خلالها يبني الفرد تواصله باستخدام التحليل السيميولوجي لإظهار القيم الخفية لها، انطلاقاً من معرفة كيفية توظيفه على نصوص

وصور الميديا الجديدة.

الكلمات المفتاحية: التحليل السيميولوجي، السيميولوجيا، الظاهرة الاتصالية، مقارنة إيكولوجية، الميديا الجديدة.

مقدمة

أصبحت الميديا الجديدة موضوع اهتمام الكثير من الباحثين والدارسين، لما تشكله من إشكاليات علمية متشابكة، ومتداخلة من ناحية المضامين المعروضة في وسائطها، للبحث عن حقيقتها وتأثيراتها على الحياة الاجتماعية المعاصرة، وهذا ما دفع الدارسين للبحث عن منهجية واضحة، لقراءة تلك المضامين والخطابات، والرسائل الاتصالية، لمعرفة مدلولاتها ومعانيها، والرموز، والإشارات الموجودة فيها.

والبحث في الميديا الجديدة غالباً ما يتجه نحو مناهج ومقاربات بحثية محدّدة، إذ تعتبر المقاربة السيميولوجية - "على غرار المنهج التيتانوغرافيا"، وتحليل المضمون" - من بين أهم ما يعتمد عليه الباحثين في ميدان وسائط الميديا الجديدة، لاهتماماتها بدراسة كل ما هو في خضم الحياة الاجتماعية، وجميع الأنساق التي تقدم فهمًا صحيحًا وواضحًا للأحداث، حيث تمتد لدراسة كافة أشكال الرموز، الإشارات، والدلالات التي من خلالها يبنى الفرد تواصله.

فالسيميولوجيا انطلقت لدراسة معاني العلامات، والدلالات التي ركز عليها "رولان بارت"، وهذا ما أثر في بلورة اهتمام لدى دارسي الظواهر الاتصالية والإعلامية التي تبحث عن معاني الرسائل المختلفة، من أجل إظهار القيم الخفية لها، وهذا ما نسعى إلى إظهاره في هذه الورقة

* أو ما يعرف بـ "الإثنوغرافية الافتراضية"، تم استخدامه مع الظواهر الاتصالية المرتبطة بالتفاعلات الاجتماعية الافتراضية، والتي تحدث بفعل الإنترنت، حيث كانت انطلاقته الأولى سنة 1995 من طرف مجموعة من الباحثين الأمريكيين، نحو: "Star, Neumann, Schatz, Ignacio" باعتبارهم أول من استخدم هذا المنهج في إجراء بحوث عبر الوسائط الإلكترونية لرصد ما يقوم به مستخدمي هذه الوسائط، (أنظر إلى: Rozados, 2017, p. 91)

البحثة، من خلال التطرق إلى مفهوم المقاربة السيميولوجية، وأنواعها، وسيميولوجية علوم الإعلام والاتصال، وكذا مفهوم الميديا الجديدة انطلاقاً من تبيان الدلالة الرمزية للميديا الجديدة، والتطرق إلى منهجية التحليل السيميولوجي للنصوص والصور الرقمية (الميديا الجديدة).

1. مفهوم السيميولوجيا:

كلمة السيميولوجيا (الأعراضية) * Sémiologie أو علم الدلائل مشتقة من الأصل اليوناني Sémion بمعنى "دليل"، أو "العلامة"، و Logos الذي يعني الخطاب، إلا أن امتدادها الأكبر يعني "العلم"، فيصبح تعريف السيميولوجيا بعلم العلامات أو علم الدلالات، كما عرفها دي سوسير بأنها علم يدرس العلامات داخل الحياة الاجتماعية (Saussure, 1979, p. 33).

فهو كعلم يدرس العلامات اللسانية والغير اللسانية، أي دراستها داخل المجتمع بتظاهراتها المختلفة، أي بمعنى دراسة الأنساق التي تعطي فهماً للوقائع، للأحداث، عن طريق دلائل وعلامات لها معاني واصفة لها.

فنجده "جورج مونان" يعرف السيميولوجيا بأنها ذلك العلم العام، الذي يهتم بدراسة كافة أنساق العلامات، أو الرموز، أو الإشارات التي بفضلها يتم التواصل بين الأفراد.

بينما نجد "صلاح فضل ومحمد السرخيني" يدرجانها ضمن، "العلم الذي يهتم بدراسة الأنظمة الرمزية، الخاصة بدلالة الإشارات، وأنظمة العلامات بختلف مصادرها سواء كان لغوياً، مؤشرياً، أو سنياً" (سيفون، 2016، صفحة 2).

وعليه يمكن القول أن السيميولوجيا هو علم العلامات والدلالات الذي يهتم بدراسة كل ما هو في كنف الحياة الاجتماعية، وجميع الأنساق التي تقدم فهماً صحيحاً وواضحاً للأحداث، حيث يمتد لدراسة كافة أشكال الرموز، الإشارات التي من خلالها يبنى الفرد تواصله.

* تعتبر ترجمة مصطلح (Sémiologie) بالأعراضية من الترجمات النادرة التي لم يأخذ بها الدارسون، ولعل ذلك يرجع إلى غرابة هذا المصطلح الذي ارتبط بعلم عربي قديم، فضلاً على أنه لا يرتبط بأي رابط بهذا العلم، سواء من حيث نسبته (ارتبط علم العلامات بالعلامة، وعلم الدلائل أو الدلائلية بالدليل) أو قرابته للمصطلح الغربي."

فالسيميولوجيا انطلقت لدراسة معاني العلامات، والدلالات التي ركز عليها رولان بارت، وهذا ما أثر في خلق اهتمام لدى دراسي الظواهر الاتصالية والإعلامية التي تبحث عن معاني الرّسائل المختلفة، كون السّيميولوجيا علم يدرس بالإضافة إلى العلامات والدلالات، بنية الإشارات والرموز، في المحيط الاتصالي بوظائفها الداخلية والخارجية.

2. أنواع السّيميولوجيا:

يمكننا التّمييز بين اتجاهين سيميولوجيين مهمين ومنعكسين بشكل محسوس، وهذا ما جاء في أبحاث "دي سوسير" هما سيميولوجيا التّواصل وسيميولوجيا الدّلالة.

1. سيميولوجيا التّواصل:

إنّ الباحث في مجال بحوث السّيميولوجيا، يعي جيداً أنّها لم تقتصر على دراسة معاني العلامات أو الدّلالات بصفة مطلقة أو عامة، بل تطورت، لتشمل مجالات بحثية متخصصة في ميدان الإعلام والاتصال، وذلك بسبب تطور هذه الأخيرة، وتطور وسائلها ورسائلها عن طريق تطور الصّور سواء كانت سينمائية، تلفزيونية، أو فوتوغرافية، بالإضافة إلى العلاقات العامة والإشهار، وصولاً إلى الإعلام الجديد أو ما بات يعرف بالميديا الجديدة، وتعلق الجماهير بما تقدمه من محتويات، مما أدى إلى دراسة وتحليل الرّسائل التي تحمل دلالات ومعاني سمحت باستقطاب واحتواء عدد هائل من الجماهير.

تنطلق سيميولوجيا التّواصل من منطق أنّ الدّليل أداة تواصلية، حيث يأخذ قيمته من خلال الأداء الذي يؤديه خلال العملية الاتصالية، أي بمعنى أنّها تدرس طرق التّواصل والوسائل التي تأثر على الأشخاص (شايب، 2021، صفحة 07)، وهذا ما تطرق إليه "إريك بولسنس" في كتابه "التّواصل والتّعبير اللساني" ببروكسل الذي يعتبر من المناصرين الأوائل لسيميولوجيا التّواصل وأهم مثليه، بالإضافة إلى "مونان، ولويس بريطو"، فقد اعتبروا أنّ الدّلائل والعلامات وسيلة تواصلية تقتصر على تحقيق التّواصل القصدي، أي تؤدي وظيفة

التبليغ، ومنه تبنى العلامات على أسس الدال، المدلول، والقصد المرتبط بالتأثير على الغير (سيفون، مرجع سابق، صفحة 09)

وبالنظر إلى أهمية الاتصال في الحياة الاجتماعية، نشأ هذا الاتجاه الذي يعني أساساً بالوظائف البنائية اللغوية الاتصالية، فيقول ميتز: "إن سيميولوجيا التواصل تقترح مبدئاً دراسة اللغات، العلامات، والدلالات..." (Metz, 2000, p. 48) في إشارة منه أن الفعل التواصل يتحقق عن طريق وجود ما يحدد حدوث التواصل، وهذا ما أشار إليه "برييطو" إلى أن استعمال العلامات من يحدد التواصل، أي حدوث فعل تواصلي بين مرسل ومرسل إليه عن طريق "أمانة" أو إشارات محددة قائمة على قصدية التواصل (بلخيري، 2017، صفحة 496)، لهذا سميت هذه الأخيرة سيميولوجيا التواصل، التي تهدف عبر علاماتها، أماراتها، وإشاراتها إلى الإبلاغ والتأثير.

2. سيميولوجيا الدلالة:

يعتبر الفرنسي "رولان بارت" كما أشرت سابقاً من بين أهم من ركز على الدلالات في السيميولوجيا، ومن بين أهم المساهمين في تحديد موضوع البحث السيميولوجي في ميدان علوم الإعلام والاتصال، فارتكزت أبحاث مؤسس الاتجاه الدلالي على عمليات إنتاج الدلالات في مختلف السياقات (أدبية، إخبارية، دعائية، صحفية..)، إذ يعد التحليل السيميولوجي عند رولان بارت الوسيلة المثالية لتحليل مضمون العلامات والتعرف عليها خاصة الصور منها، للوصول إلى الدلالة المضمرّة أو المعنى العميق للصورة (Barthes, 1978, p. 29).

حيث نجد "جان كلود" يؤكد في كتابه "المنهج السيميولوجي"، أنه بإمكان إنتاج الدلالة وتحقيق التواصل عن طريق أنساق سيميولوجية لغوية وغير لغوية، وبالتالي رولان بارت يرى أن هذه الأخيرة مؤول الأنساق يختلف أنواعها (claude, 1998, p. 03).

واستعمل "بارت" بدل العلامة، والدال، والمدلول التي استعملها دي سوسير مصطلحات الدلالة التي قسمها في مقاله عناصر السيميولوجيا إلى دلالة حقيقية، ودلالة مجازية إيحائية،

بالإضافة إلى مصطلح التعبير، والمحتوى (فريد، 2004
53712/354/archive.alsharekh.org/Articles/16).

ف نجد أنّ "بارت" حاول تجسيد المقاربة اللسانية على الظواهر السيميولوجية كالموضة، الصورة، الإشهار، النصوص الأدبية، التراث..، فلو حاول بارت دراسة الموضة في الميديا الجديدة مثلاً يطبق عليها المقاربة اللسانية تفكيكاً، وتركيباً عن طريق الاستقراء، وتحديد وحداتها الدالة، والمدلول التعبيري في مضمونها، أو محتواها، ومقصدتها الاجتماعية.

3. سيميولوجية علوم الإعلام والاتصال:

إنّ البحوث السيميولوجية في الدراسات الإعلامية تكاد تغيب، بسبب الهيمنة التي أحدثتها بعض النماذج المعرفية، التي انبثقت في كنف علم الاجتماع، وعلم النفس، التي عُرِفَت فيما بعد ببحوث تأثير وسائل الإعلام، ودراسات الجمهور، والصور وخاصة الإشهارية منها، إلى غاية بروز الميديا الجديدة بتطبيقاتها، وممارساتها كنتيجة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

نجد أن "كريستيان ميتز" وظف السيميولوجيا وطبقها في دراسته للأشرطة، والأفلام السينمائية، باعتبارها علامات سمعية، وبصرية وعالجها حسب ثلاثة مستويات معالجة سيميولوجية متمثلة في مستوى التقاط الصورة، المشاهد السينمائية، ومستوى التركيب، لتتوج أبحاثه ودراساته في كتاب أسماه "Essais sémiotiques" تحدث فيه بالتفصيل عن ما أطلقه بتسمية "سيميولوجيا السينما" (صفاح، 2021، صفحة 124).

وبعد "ميتز" بدأت الأعمال السيميولوجية بالتطور، فطبقت السيميولوجيا في مجال دراسات الافئات، والصور الإشهارية، نظراً للتطور الذي عرفه الإشهار، ولقابلية تطبيقه للمقاربة السيميولوجية، فيرى توسان "أنّه وسيلة كبرى للتعبير الأيقوني، والسمعي البصري، في عصرنا هذا" (كجال، 2001، صفحة 46).

لكن الدراسات لم تلبث على جانب البحث في الرسائل الإشهارية، أو الصور فقط، بل توسعت لتغطي كافة الأشكال الاتصالية الأخرى، كالبث السيميولوجي الذي جاء به "بيير

فريزنولت دوريل" في دراسة القصة المصورة سيميولوجياً، واستعمل في قراءة الصور وخاصة الفوتوغرافية منها، ليرز كذلك البحث السيميائي في قراءة اللوحات التشكيلية مع "لوس شيفر، ومارتان" في كيفية قراءة الأشكال والألوان لأهميتها الاستمولوجية، باعتبارها علامات/دلائل تسمح بمعرفة محتوى الموضوعات والمعاني الخفية لها، كما تم استعماله من طرف "هيلبو" (بيرنار، 2000، صفحة 82) في دراسة سيميولوجيا المسرح الذي ينصب على تحليل النص والتنظيم الشكلي له.. (السلوي، 1983، صفحة 63)، وغيرها من الأشكال الاتصالية المتنوعة التي لها قابلية تطبيق البحث السيميولوجي عليها، وصولاً إلى كما تطرقنا سابقاً بروز الميديا الجديدة بتطبيقاتها، وممارساتها، كنتيجة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، لقابلية تطبيق المقاربة السيميائية على بحوث الميديا الجديدة، بالرغم أن الأبحاث العلمية لا تزال في بدايتها، نظراً لعدم الوقوف على منهجية واضحة، لإثبات أثرها، وفهمها، وكيفية مقاربتها منهجياً.

إنّ التركيز في حقل الميديا الجديدة ينصب حول إنتاج المعنى عن طريق البث، التبادل، والتفاعل الذي يكون بواسطة اللغة، باعتبارها فضاء مثالي، لتشكيل فكر تواصل، ومجال تفاهي، فهي مسكن الكائن على حد تعبير هايدغر، وهي علامات ورموز كما أدرجها بيرس، إذ أنّ باللغة يمكننا رؤية الوجود على حد عبارة "ديريدا"، فاللغة هي التي تُكوّن مفاهيمنا داخل المجتمع، لذا يراها هابرماس أنّها الحل لإرساء التفاهم بأخذها قاعدة أساسية في نظريته الفعل التواصلي، فاللغة فضلاً عنها كما أُسميها نقطة الوجود، وفضاءاً للتواصل، وحقلاً للتفاهم، فإنها المربط الأساسي للبحث السيميائي والمركبة لسيميولوجيا التواصل، فيتعين فعلياً النظر لما يحدث أثناء قيام الفرد بتصوير حادث وبثه، أو التعبير عن رأي، أو موقف ونشره، بدلالاته الحقيقة كما وثقها الباث، وبالمعنى الذي وضعه "جاكسون" في تحديد الفعل التواصلي، من مُرسل، ورسالة، وقناة، ومرجع (سياق)، ولغة، ومرسل إليه (الحيدري، 2017، aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/01/170125101407970.html).

إذ تعتبر الميديا الجديدة مكاناً وفضاء عاماً يلتقي فيه الأفراد والمؤسسات، لغاية أو هدف معين (قد يكون تواصلي، إعلامي، إشهاري..)، والأمر المهم فيها، هي مسألة القراءة

السيميولوجية باعتبارها إعادة لإنتاج المعنى لذات الصورة، أو الفعل، أو الأثر الناتج عنه، وذلك عن طريق ثنائية التفكير والتركيب، أي تفكيك الصورة بداية من وصفها، وتفكيك النص، والأشكال، والألوان... فهي تدرس حياة الدلائل داخل الحياة الاجتماعية. إذ تقوم بالتركيز على الفاعل الذي يبحث عن المعنى وهو المستخدم (المرسل إليه) في هذا العالم الافتراضي ذو الحس السيميائي (بصافة، 2018، الصفحات 15-16).

يتضح جلياً من خلال ما تمّ عرضه من سيميولوجية علوم الإعلام والاتصال، أنه هناك ثراء سيميولوجي في هذا الميدان، من خلال ما لاقتته من مجالات بحثية متنوعة وجديدة، من الدراسات اللسانية والغير لسانية، السينمائية والمسرحية، الفنون الأدبية والتشكيلية، الصور بمختلف أشكالها، والميديا الجديدة من خلال قراءة محتوياتها الخفية التي لا تظهر للمستخدم أو المتلقي، وهذا ما يثبت علاقة الاعتماد بين الإعلام والاتصال والسيميولوجيا.

4. مفهوم الميديا الجديدة:

يعتبر مصطلح الميديا الجديدة نتاجاً لتطور وسائل الإعلام الكلاسيكية، وبروز تكنولوجيات حديثة كشبكة الانترنت، التي أعطت للأفراد طريقاً جديداً في مناحي الحياة الاجتماعية، وفرضت نفسها بشكل رهيب، فهي على حد تعريف "إبراهيم إسماعيل" تلك الوسيلة التي مزجت بين التكنولوجيا الرقمية، وتطبيقات النشر، والبث الإلكترونية، على شكل وسيط يتفاعل معها وبها الأشخاص بحرية، ومرونة (إبراهيم، 2014، صفحة 22).

وهذا ما يراه "عباس مصطفى صادق" بأن الإعلام الجديد أو الميديا الجديدة "وليد التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال والبث الجديدة، والتقليدية، مع الكمبيوتر وشبكاته" (عطية، 2014، صفحة 74)، فهي مغايرة تماماً للوسائل الاتصالية التقليدية لأن تطبيقاتها قائمة على تكنولوجيا رقمية: "كمواقع الويب، والتلفاز الرقمي، والإذاعة الرقمية.. وغيرها".

فهو ذلك المصطلح الذي يحمل "الدلالة التواصلية" باعتبارها آلية للمشاركة والتفاعل مع الآخرين من جهة، "ودلالة استعمالية" من حيث ارتباطها بالوسيلة من جهة أخرى (الحماني، 2006، صفحة 02).

لذا يمكن القول أنّ الميديا الجديدة هي عبارة عن إعلام تفاعلي، عن عملية اجتماعية، يتم فيها الاتصال والتفاعل والنشر والمشاركة وتبادل الرسائل عن طريق تقنيات، ووسائط وشبكات الكترونية اجتماعية باعتبارها ركيزة أساسية للميديا الجديدة، بين مجموعة من الأطراف في عملية دائرية بنظام رقمي.

5. الدلالة الرمزية للميديا الجديد:

يقول د. هيسي نور الدين أن الميديا الجديدة قد "مكنت ممثلة من كل الوسائط الرقمية، من تقليص، واختزال حقائق واقعية في شكل رموز رقمية، بعد أن أصبحت بديلاً لإنتاج، وتخزين، وتعاطي الواقع" (هيسي، 2014، صفحة 72)، إذ تعتبر الميديا من بين أكثر المفاهيم الجديدة استخداماً للعلامات الرمزية، منها، بلاغة التواصل المرئي التي تعمل على معرفة عمل نظام البلاغة داخل السيميائية، ومدى مطابقتها على الأيقوني، والشكلي، والقدرة على تحليل الصور لأشكالها ومعانيها، بالاعتماد على التقنيات السيميائية، والتحليل البلاغي (إبراهيم، <https://books.google.dz/>)، والنّاظر إلى مفهوم الرّمز عند "بيرس" يجده نفسه العلامة عند "دي سوسير"، إذ أن العلاقة بين مدلول الرّمز والرّمز علاقة اعتباطية، فالرّمز يشير إلى القوة التي يعطيها أثناء تحليله فهو يؤسس على الاتفاق الجمعي البسيط، عكس الأيقوني الذي يتحدد بحسب تماثله مع حقيقة المحيط الخارجي، فهو يقوم على مبدأ المشابهة بين العلامة ومدلولها أو سياقها، وهذا ما يتضح خاصة في الصورة (لطروش، 2019، الصفحات 126-127)، إذ أن اللجوء إلى "المقاربة السيميولوجية" خطوة مهمة لمعرفة القيم الدلالية، أو العلامات للمعنى الغير مرئي في الصورة، باعتبار أن الصورة تحمل شقين (تقني وتاريخي) لا يمكن فصلهما عن بعضهما تماماً مثل "الدوال والمدلولات" (Derrida, 1996, p. 165)،

والميديا الجديدة تعتبر حقل خصب لتطبيق المقاربة السيميائية خاصة على "شبكات التواصل الاجتماعي" التي تقوم على بلاغة الصورة، إذ تعمل هذه الأخيرة على تحليلها، وتأويلها، وفهم معانيها ومدلولاتها، وتكوين وعي بصري حولها.

6. التحليل السيميولوجي للنصوص والصورة الرقمية (الميديا الجديدة):

التحليل السيميولوجي علم مختص في دراسة العلامات، القوانين المادية والنفسية التي تحكمها، إضافة إلى دراسة وضعها داخل التركيب اللغوي، فهو على حد تعريف "رولان بارت" علم الدلائل أو العلامات الذي استمد مفاهيمه الإجرائية من اللسانيات، التي تهتم بأنظمة التواصل، أي العلامات المستخدمة في التأثير على الملتقي، وبأنظمة العلامة وهي المحور الأساسي في أي بحث سيميولوجي (قدور، 2005، الصفحات 77-78).

1. سيميولوجية الصورة في الميديا الجديدة:

نجد أن السيميولوجيا قد اهتمت بمجالات عديدة لا يمكن حصرها ومن بينها "سيميولوجية الصورة" التي لا تزال الدراسات بشأنها متواصل، تكشف عن خبايا جديدة خاصة تلك التي تنبئها التطبيقات التكنولوجية الحديثة، الأمر الذي أدى لظهور الصورة الالكترونية التي أخذت مكاناً لا يقبل المقارنة، خاصة في عصرنا الحالي.

تعتبر الصورة الطريقة المباشرة للتعريف بالشيء للغير، وذلك عن طريق تقديم الموضوع نفسه حتى يستطيع أن يدرك طبيعة هذا الموضوع بكافة أحاسيسه، حيث تستطيع أن تحدث نفس الأحاسيس بنفس الطريقة (Martinet, 1975, p. 06).

وتعني الصورة سيميولوجيا، كل تصوير تمثيلي مرتبط مباشرة بالمرجع أو السياق الممثل بعلاقة التشابه المظهري، أو بمعنى أوسع كل تقليد تحاكيه الرؤية في بعدين (الرسم، الصورة) أو ثلاثة أبعاد (النقش، فن، تماثيل) (مريعي، 2000، صفحة 64)، وتعتبر الصورة في السيميوطيقا البصرية وحدة نظامية مستقلة قابلة للخضوع والتحليل مثلها مثل مجموع المفاهيم الأخرى (Geimas, 1979, p. 81).

يعد العالم الفرنسي "رولان بارت" من بين أبرز من تطرق إلى التحليل السيميولوجي للصورة، حيث اعتمد على ما جاء به "دي سوسير" في اللسانيات "اللسان، الكلام، الدال والمدلول"، وما تطرق إليه "تشارلز بيرس" في تعريفاته اللامتناهية للأيقونات، لبحث بارت بعدها عن "بلاغة الصورة" (بولكعبيات، 2017، صفحة 311) وكيفية تحليلها.

إذ تعتبر "بلاغة الصورة" من بين أهم دراساته التي استهل فيها تحليل صورة إخبارية لشركة "بانزاني" الصناعية، فقد اهتم بسميائية الصورة وبلاغتها بإعطاء نقد سيميولوجي للخطاب الإيديولوجي الخفي خلف الأشكال الاتصالية الجماهيرية (صفاح، مرجع سابق، الصفحات 122-123)، فيقوم بتحديد الأسس النظرية التي يقوم عليها التحليل السيميولوجي في "مقاربة الصورة"، وخاصة أنه ركز على "الصورة الإخبارية" وقدم نموذجاً تحليلياً لها وذلك انطلاقاً، من الوظيفة الإخبارية التي تحدّد جميع الدلالات التي تُنقل للمستقبل على شكل خطاب إخباري "لغوي، تعيني، تضيئي"، يراه بارت من بين الصور البارعة التي تنقل دلالات بواسطة علامات تستحق التحليل والقراءة السيميولوجية المعمقة، لما تحملها من علامات رمزية وتضمنية (بولكعبيات، مرجع سابق، صفحة 315)، وهذا ما يوضح أن الصورة تتطلب إلى قراءات متعددة ومختلفة، فالطابع البريدية في الجزائر التي تحمل "مسجداً" مثلاً لا تكون بنفس القراءة الأوروبية بقلها الدلالي لدى القارئ العربي.

لذا نجد أن كثيراً من المنظرين المعاصرين أمثال فريديت قد حدّدوا مستويات لقراءة الصورة، متمثلة في "مستوى الوصف، التحليل، ومستوى التفسير الابتكاري"، بمعنى قدرة الباحث في مجال الصورة على استحداث تعبيرات ومعاني ودلالات تتضمنها الصورة، مع إعطاء تفسير ناقد أي تقويمي للصورة خارجياً (إصبع، 2008، صفحة 150)، بالإضافة إلى ما قدمه الباحثان "بيروتان وكوكيلا" في إعطاء منهجية تحليل الصورة على ثلاثة عناصر أساسية في كتابهما دلالة الصورة هي "وصف الرسالة" وتتضمن معرفة المرسل، نوع الرسالة نوعها وتاريخها، ومحاور الرسالة، ومقاربة إيكولوجية وتشمل المجال الثقافي والاجتماعي، ومجال

الإبداع الجمالي في الرسالة، ومقاربة سيميولوجية وتتضمن المجال البلاغي للرسالة ورمزيتها" (قدور، مرجع سابق، صفحة 209).

يعد افتراض منهجية واضحة متكاملة المعالم لتحليل وتفسير الرسائل البصرية، يختلف أنواعها" صورة فوتوغرافية، كاريكاتورية، لوحة إخبارية، صورة رقمية إلكترونية.. تبدو معقدة، وتحتاج من الباحث الدقة والتركيز، وأن يكون ملماً بكافة الإجراءات التي تسمح له بقراءة ما تخفيه الصورة، أو قراءة ما وراء الصورة.

وفضلاً على ما ذكرناه سابقاً في عنصر سيميولوجية علوم الإعلام والاتصال، أصبحت الصورة في المجال الإلكتروني في الميديا الجديدة ذات اهتمام الكثير من الدارسين في مجال السيميولوجية، والأمر المهم فيها، هي مسألة القراءة السيميولوجية باعتبارها إعادة لإنتاج المعنى لذات الصورة، أو الفعل، أو الأثر الناتج عنه، وذلك عن طريق ثنائية التفكير والتركيب، أي تفكيك الصورة بداية من وصفها، وتفكيك النص، والأشكال، والألوان..، فهي تدرس حياة الدلائل داخل الحياة الاجتماعية، إذ تقوم بالتركيز على الفاعل الذي يبحث عن المعنى وهو المستخدم (المرسل إليه) في هذا العالم الافتراضي ذو الحس السيميائي (بصافة، 2018، الصفحات 15-16).

تعتبر الصورة في الميديا الجديدة كالصورة الإشهارية الإلكترونية من بين الصور التي تسوق لشيء معين عبر منصة من منصات الميديا الجديدة، التي لها بعد اتصالي، وتفاعلي كواقع "الفيسبوك"، الذي تهيمن عليه هذه الصور باعتبارها "فن مركب يجعل العالم بين يدي الفرد" (عصام، 1998، صفحة 02)، فهي ذلك الفن التعبيري الأيقوني اللساني، التي تُستعمل لجذب المستخدم ذهنياً ووجدانياً، تعتمد على الوضوح، البساطة والضمنية، التكرار والاستدلال، فالصورة في الميديا الجديدة ليست عنصراً منفصلاً قائمة بذاتها، ولا عاملاً محادداً، فهي حدث صامت لا يتم قراءتها بشكل مباشر، بل يتم استنطاقها، لمعرفة الهدف الرئيسي لها، خاصة وأنها تعمل على خطابات لسانية وبمفاهيم سيميولوجية (برنار، مرجع سابق، صفحة 64).

كما ويرتبط التحليل السيميولوجي في الصورة الالكترونية بقراءة وتحليل العلامات، والأيقونات، والرموز، والمؤشرات البصرية واللغوية المستعملة في الصورة، التي يستعملها المستخدم للتأثير على المتلقي، بالإضافة إلى خطاب ألسني يحقق التواصل، ويحقق المنفعة (لحمداني، 1998، صفحة 75).

فن المعلوم أنّ سيميولوجية الصورة في الميديا الجديدة هي بمثابة خطاب إيحائي، إقناعي يتكون من خطاب لغوي لساني، وبصري أيقوني، وموسيقى إيقاعي، ومادة التعبير المتمثلة في "انخطوط، والألوان، والمسافات"، كما يتضمن ثنائية "الدال والمدلول"، وثلاثة عناصر تواصلية متمثلة في المرسل، الرسالة التي تتضمن ثنائية "الدال والمدلول"، وثنائية "التعيين والتضمن"، وثنائية التقرير أي رسالة إخبارية، والإيحاء أي رسالة ظاهرية وباطنية، والمستخدم (المتلقي) الذي يعمل على قراءتها وتحليلها (قدور، مرجع سابق، صفحة 21)، وذلك عن طريق شبكة التحليل السيميولوجي التي ذكرناها آنفاً متمثلة في (بصافة، مرجع سابق، الصفحات 17-27):

- وصف الرسالة: والتي يكون فيها التعريف بالمرسل، نوع الرسالة وما تتضمنه وذكر كافة محاورها.
- مقارنة نسقية: أي دراسة الصورة من النسق الأعلى "رسالة بصرية" بمعنى ما أنجزته وقدمته هذه الصورة، إلى دراسة النسق من الأسفل "الدعاية" أي ما أحدثته تلك الصورة.
- مقارنة إيكولوجية: ويتم ذكر كل من المجال الثقافي والاجتماعي التي تشمل هوية الرسالة، والمجال الإبداعي والجمالي الذي يتضمن الأشكال والألوان التي "تكتسب أهمية استمولوجية باعتبارها علامات، أو دلالات مبدئية لمعرفة التماثلات الإدراكية للموضوعات" (صلاح، 206، صفحة 21)، السنن التشكيلية بمعنى مدى توفقه في وضع الألوان، أثناء تصميمه للصورة، وتحليل الرسالة اللسانية، من حيث اللغة المستعملة من حيث الدلالة.

- مقارنة سيميولوجية: وتضمن مجال البلاغة والرمزية في الصورة، ثم المعنى التقريري والمعنى التضميني.
- 2. سيميولوجية النصوص الرقمية (الميديا الجديدة):

عرفت بحوث الميديا الجديدة تغييرات، وتحولات فعلية في علاقة المستخدمين بمضمون الميديا، للدور الذي يقدمه الجمهور كمنتج، ومستخدم في آن واحد، بعدما كان مجرد متلقي لسنوات طويلة، حيث أصبح هذا الإنتاج المتداول في النصوص الرقمية مصدراً مهماً في تشكيل بعض الخبرات، والمعارف التي تتضمنها الآن، محاولين فهم وتحليل الأنساق اللسانية السيميولوجية، والدلالية التي تحملها.

وتتمثل مستويات التحليل السيميولوجي للنص الرقمي ما يلي (شايب، 2020، الصفحات 54-56):

- تحديد المقام: باعتباره ذلك السياق الذي يندرج تحته الحديث، فالعلاقة بين المرسل والمتلقي تكون بحسب ما يقتضيه المقام الذي يحمل قرائن الخطاب.
- الوضع المشترك بين المرسل والمتلقي: وهي عبارة عن الخصائص التي تجمع بينهما، ويمكن اتخاذها كعلامات تمثل في: وحدة اللغة، وحدة الثقافة، ووحدة البداية.
- قناة التبليغ: وهي الميديا، أي الوسيط الذي يجمع بين الصوت، الكتابة، والصورة "الانترنت"، الذي يستخدمه المرسل لإيصال الرسالة الرقمية.
- تحديد مقاربات التحليل في النصوص الرقمية: تتمثل في:

- المقاربة اللسانية: تعتبر بمثابة بوابة الأولى التي تسمح في دخول العالم الافتراضي وفهمه.
- المقاربة النفسية: باعتبار أن الخطاب الذي تستخدمه الميديا الجديدة يركز أكثر على العامل النفسي في استمالة المتلقي.

- المقاربة التداولية: وذلك كون الخطاب الرقمي يهدف إلى تحقيق غايات خفية لا يمكن إظهارها لعامة المستخدمين، ويبقى حريصاً في ضمان الاستمرارية من أجل تحقيق المبتغى.
- المقاربة السيميولوجية: تعتبر من أنسب المقاربات في تحليل الخطابات الرقمية، لأنها شاملة لكل ما يتعلق بالميديا الجديدة، أي أنها تجمع بين تحليل الصورة، الصوت، الحركات، الإشارة، اللون، الدلالات، العلامات، واللغة..

خاتمة:

في الأخير نخلص إلى أنّ خضم التحديات التي تواجه بحوث الميديا الجديدة خصوصاً، ودراسات الإعلام والاتصال عموماً، في تفسير الخطابات والصّور والرسائل الاتصالية لمعرفة تأثيراتها ودلائلها الخفية دفعت الباحثين إلى التّطرق إلى وسائل، مناهج، ومقاربات جديدة لتسهيل تفسيرها وتحليلها ومعرفة آثارها، إذ تفتح المقاربة السيميولوجية باباً جديداً في بحوث الميديا الجديدة في تفسير الخطابات الاتصالية واستخراج القيم والمدلولات منها بشكل علمي سليم.

حيث نجد أن السيميولوجيا التي بدأت في الفن والأدب، ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بعلوم الإعلام والاتصال، واهتمت بمجالات عديدة لا يمكن حصرها، ومن بينها "سيميولوجية النص" "وسيميولوجية الصورة" التي لا تزال الدّراسات بشأنها متواصلة -التي لا يمكن للمناهج الأخرى معرفة مكوناتها- تكشف عن خبايا جديدة خاصة تلك التي تثيرها التطبيقات التكنولوجية الحديثة، الأمر الذي أدى لظهور الصورة الالكترونية التي أخذت مكاناً لا يقبل المقارنة، خاصة في عصرنا الحالي، من أجل الوصول لفهم ظاهرة "الميديا الجديدة"

المراجع:

- أحلام بولكعبيات. (2017). السيميولوجيا كمنهج وأداة لتحليل خطاب الصورة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 1، العدد 4/3، الجزائر.
- إسماعيل إبراهيم. (2014). الإعلام المعاصر: وسائله مهارته تأثيراته أخلاقياته، ط4، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر.
- أسسمهان مربي. (2000). الإشهار في التلفزيون الجزائري-دراسة سيميولوجية للرسالة الإشهارية، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- أمينة بصافة. (2018). آليات قراءة الصورة الإشهارية في مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، مجلة الخطاب والتواصل، الجزائر.
- باية سيفون. (2015-2016). محاضرات في السيميولوجيا، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.
- رضوان بلخير، سارة جابري. (2017). إشكالات تطبيق منهج التحليل السيميولوجي-دراسة تطبيقية في الأبعاد السوسيوثقافية لصورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 13، الجزائر.
- تسان برنار. (2000). ما هي السيميولوجيا، ترجمة: محمد نظيف، ط2، إفريقيا الشرق، المغرب.
- جميلة سالم عطية. (2013/2014). الثورة المعلوماتية وإشكالية بناء وتداول الخطاب اللغوي والبصري-دراسة تحليلية سيميولوجية، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.
- حميد لحداني. (1998). مدخل لدراسة الإشهار، مجلة علامات، العدد 18، المغرب.
- محمد أديب السلاوي. (1983). الاحتفالية في المسرح المغربي الحديث، د.ط، دائرة الشؤون الثقافية للنشر، العراق.

- الصّادق الحامي. (2006). الإعلام الجديد: مقارنة تواصلية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 04، تونس.
- صالح أبو إصبع وآخرون. (2008). ثقافة الصورة، د.ط، منشورات جامعة فيلادلفيا، عمان.
- أمال فاطمة الزّهاء صفّاح، عباسة فاطمة الزّهاء قادية. (2021). علوم الإعلام والاتصال ما بين السّيميولوجيا العامة و سيميولوجيا الاتصال، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 04، العدد 03، الجزائر.
- صلاح عثمان. (2006). الواقعية اللونية-قراءة في ماهية اللون وسبل الوعي به-، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر، مصر.
- عبد الرّحيم كمال. (2001). سيميولوجيا الصورة الفوتوغرافية- بارت أنموذجاً-، مجلة علامات العدد 16، المغرب.
- عبد الله الزّين الحيدري. (2017). الميديا الاجتماعية: المصانع الجديدة للرأي العام، متوفر على: <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/01/170125101407970.html>، تاريخ الإطلاع: 2021/11/30، على الساعة: 16:57.
- نور الدّين عصام. (1998). الإعلان وتأثيره في اللغة العربية، مجلة الفكر العربي، العدد 92، بيروت.
- فريد أمعشوش. (2004). المنهج السّيميائي، متوفر على: <https://archive.alsharekh.org/Articles/16/354/53712>، تاريخ الإطلاع: 2021/11/24، على الساعة: 15:38.
- قدور عبد الله ثاني. (2005). سيميائية الصورة مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم ، ط1، دار العرب للنشر، الجزائر.

- نانية لطروش. (2019). السيميائية المفهوم والنظرية، مجلة أدبيات، المجلد1، العدد2، جامعة حسية بن وعلي، الجزائر.
- نبيل شايب. (2020). مستويات تلقي النصوص الرقمية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي-قراءة سيميولوجية في الإنتاج والتلقي-، مجلة الأكاديمية للبحوث في العلوم الاجتماعية، المجلد01، العدد02، الجزائر.
- نبيل شايب. (2021). الاتجاهات البحثية لتحليل السيميولوجي الخاصة ببحوث الاتصال الرقمي-قراءة في الأطر المعرفية و الرهانات الاستمولوجية- مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد03، العدد02، الجزائر.
- نور الدين هميسي. (2014). الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة: قراءات نظرية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد12، الجزائر.
- Christian Metz. (2000). Essais sémiotiques, Klincksieck.
- Coreia, Rozados. (2017). A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação Encontros bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, 22 (4).
- F De Saussure. (1979). cours de linguistique générale, éd Payothèque.
- Gag Geimas- J, Courtes. (1979). Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie de langage et n01, hachet université, Paris.
- Jack Derrida, Bernard Steigler. (1996). Echographie de la télévision, Ed Gialilé/ institut de l'audiovisuel.
- jean claude. (1998). l'approche sémiologique, école des arts décoratifs, paris.
- Jean Martinet. (1975). Clef pour la Sémiologie, Ed: Seghers, Paris.
- Roland Barthes. (1978). Leçon, édition le seuil, Paris.