

دور السيميولوجيا البصرية في الاتصال The role of visual semiology in communication

د/ غادة محمود عوف

أستاذ مساعد بقسم التصميم الجرافيكي - كلية الهندسة المعمارية والتصميم الرقمي - جامعة دار العلوم - الرياض - المملكة العربية السعودية

المخلص :

هدف الدراسة إلى التعرف على معنى السيميولوجيا ومنه إلى التعرف على سيميولوجيا الصورة لما لها من مساهمات كثيرة في تجديد الوعي وحمل معاني ودلالات متنوعة للمتلقى للحصول على المعرفة في أبسط صورها وذلك من خلال اللافتة والأيقونة والإشارة والصورة المتحركة لتأثيرها على عين المتلقى وقد اجريت في نطاق الدراسة تجربة على مجموعة من طالبات قسم تصميم الجرافيك بجامعة دار العلوم بالمملكة العربية السعودية على نوعين من التصميمات وهي التصميمات الثابتة والتصميمات المتحركة للتأكيد على معنى السيميولوجيا البصرية في جانب من عدد من جوانب مجالاتها، وقد اثبتت هذه التجربة أن سيميولوجيا التواصل قد ساهمت بقدر كبير في تجديد الوعي النقدي من خلال إعادة النظر في طريقة التعاطي مع قضايا المعنى، وهو ما أكده الباحثون العرب حيث ربطوا بين المعنى والصورة الذهنية، ورأوا أن المعنى هو الصورة الذهنية، ويجب من الفصل داخل تحليل الصورة بين مستويين : ما يعود إلى الإدراك (كيف ندرك الصورة)، وما يعود إلى إنتاج الدلالة (كيف يأتي المعنى إلى الصورة) وهما عمليتان مختلفتان ولا ترتبطان بنفس الإشكالية، كما توصلت الدراسة أيضا إلى أن ادراك معنى السيميولوجيا وما تعنيه سيميولوجيا الصورة من معاني ودلالات متنوعة للمتلقى، كذلك السيميولوجيا البصرية عند توظيفها في التصميم يكون لها أثرا كبيرا على المتلقى فيصل المعنى ومايدل عليه من خلال العلامات والأفكار والدلالات في صورة مبسطة يسهل فهمها سواء قدمت كصورة ثابتة أم متحركة. وعليه فإنه يجب على المؤسسات الإعلانية التي تعمل بمجال سيميولوجيا الصورة فقط لما لها من تأثير قوى يجب على المصمم المحافظة على الاعتبارات التسويقية والأخلاقية عند تصميم الأعمال البصرية. كما يجب على المصمم اتباع القواعد البصرية التي من الممكن أن تخلق عملا فنيا جذابا للنظر وسهل الإدراك مع وضع استراتيجيات تدريبية للتعامل مع علم السيميولوجيا من خلال الصورة لخدمة المجتمع وضرورة وجود مثيرات تعمل على استثارة دافعية المتلقى أثناء تقديم الصورة السيميولوجية .

كلمات مرشدة Keyword:

Semiotics - الرمز Symbol - الاتصال

Semiology - السيميولوجيا
Communication

المقدمة Introduction:

السيميولوجيا عرفت اتساعا كبيرا وشملت كل الوقائع الإنسانية واستقلت بموضوعها ومعرفتها وأسسها، وقد ساهمت سيميولوجيا التواصل بقدر كبير في تجديد الوعي النقدي من خلال إعادة النظر في طريقة التعاطي مع قضايا المعنى .

في العصر الحاضر أصبحت الصورة تأتي إلى المتلقى دون أن يستطيع مقاومة حضورها للحصول على المعرفة، وأصبحت تحمل معاني ودلالات متنوعة، إن الانسان هو منتج للدلالات، ويحيا بالوسائط وهو الذي حول الأصوات إلى أشكال حاملة للمعاني، ولهذا فهو لا يستطيع العيش دون الاستعانة بالعلامات.

يري الدارسون أن المعنى هو الصورة الذهنية، ولا بد من التمكن من الفصل داخل تحليل الصورة بين مستويين :

ما يعود إلى الإدراك (كيف ندرك الصورة)، وما يعود إلى إنتاج الدلالة (كيف يأتي المعنى إلى الصورة) .

يعود الفضل في نشأة السيميولوجيا إلى مدرستين، هما

مدرسة شارلز سانرز بيرس (Charles Sanders Pierce) (1838-1914) الذي أطلق على هذا العلم اسم السيميوطيقا (Semiotics) وهو أكثر ارتباطا بالفلسفة، والتزم به الأمريكيون من بعده، ومدرسة فردينان دي سوسير الذي اقترح عليه اسم السيميولوجيا (Simeologia) والتزم به الأوروبيون من بعده.

أ- مدرسة بيرس: على الرغم من أن ظهور مصطلح السيميولوجيا والسيميوطيقا كان في الفترة نفسها، إلا إن بعض الدارسين - ومنهم لودال - يؤكدون أسبقية بيرس على سوسير. حيث يقول لودال في هذا الشأن: «إن سبق سيميوتيكيا بيرس على سيميولوجيا سوسير شيء لا يناقش» (غريب إسكندر 2002)

يعتبر سوسير 1871-1913 في التقليد الأوربي أول من بشر بعلم جديد هو دراسة حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية من خلال الكشف عن قوانين جديدة تمكننا من تحليل منطقة هامة من " الإنسانى والإجتماعى " عبر إعادة صياغة حدود هذه الأنساق وشكلتها. فعندما كان سوسير يحاول صياغة تصوره الجديد

الاستفادة منها في تصميم علامات ورموز ينبغي إلقاء الضوء على مفهوم الاتصال وشروطه لتحديد كيفية استقبال وفهم مضمون الرسالة التي تحملها سمبولوجيا الصورة .

هناك تعاريف متعددة تناولت مفهوم الاتصال، منها :

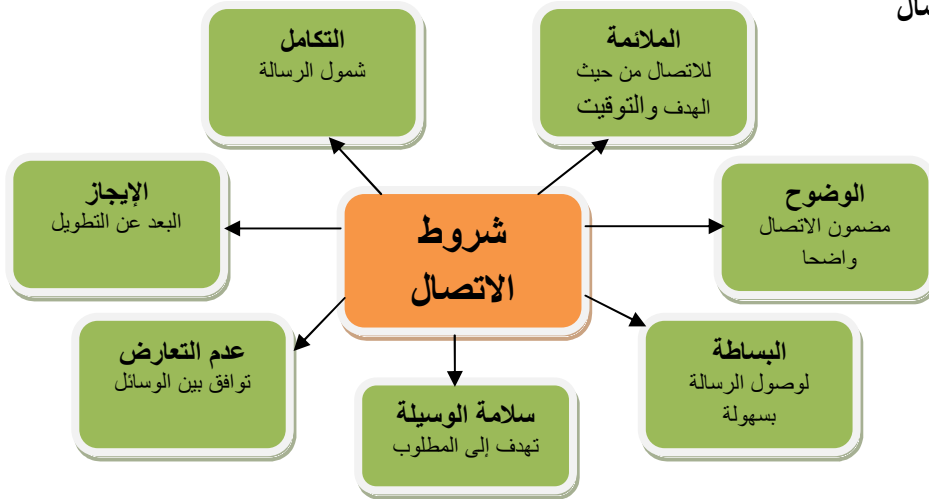
- الاتصال عملية مشتركة هدفها نقل المعلومات ذات غرض محدد من شخص لآخر أو جماعة لأخرى.
- الاتصال عملية تبادل الحقائق والأفكار والآراء بين شخصين أو أكثر.
- الاتصال عملية نقل واستقبال المعلومات من شخص لآخر وهي وسيلة توجيه الأنشطة المتعددة للصف.
- الاتصال هو عملية إرسال المعلومات ذات المعنى المحدد من فرد لآخر بهدف التأثير على السلوك.
- أن الاتصال هو وسيلة نقل المعلومات والقيم والاتجاهات ووجهات النظر.
- تعمل عملية الاتصال على رفع الروح المعنوية للتلاميذ وتنمية روح الفريق بينهم، وتقوية الشعور بالانتماء إلى المدرسة والاندماج فيها.

للسانيات، ويداعبه حلم في تأسيس علم جديد، كان الفيلسوف والسيميائي الأمريكي شارلز سانرز بيرس ينحت -انطلاقاً من أسس إبستمولوجية مغايرة -تصوراً آخر لهذا العلم، أطلق عليه اسم « Semiotics » وقد أكد ريادته لهذا العلم، حيث قال: «أنا، على ما أعلم، الرائد، أو بالأحرى فاتح الباب، في توضيح وكشف ما أسميه بعلم السيميائية، أعني مذهب الطبيعة الجوهرية والتنوعات الأساسية للدلالة الممكنة» مع زيادة وآخرون: الموسوعة الفلسفية العربية، م2، رئيس التحرير: (معن زيادة، 1986)،

أحدى مقولات بورس "فلا وجود لمفكر بدون علامات، ولا يمكن أن تفكر خارج ماتقدمه هذه العلامات"، وقد طلب امبراطور صيني من كبير الرسامين في القصر أن يمحو صورة الشلال المرسومة على الجدار لأن هدير المياه كان يمنعه من النوم. (1992 Regis Debray)
تعود السيمولوجيا في أصلها اللغوي الغربي إلى اللغة اليونانية، فهي مركبة من عنصرين أساسيين يعنوا العلامة، و (Logos) والذي يعني خطاب أو علم. أما في الاصطلاح النقدي الحديث فقد أجمعت مختلف المعجم اللغوية والسيميائية على أن السيميائيات هي الذي يدرس العلامات، حيث جاء في «قاموس النقد الأدبي» ارتباط علم العلامات بالعلامة، وعلم الدلائل أو الدلائلية بالدليل. (Joelle Gardes 1998)

وقبل الحديث عن السيمولوجيا البصرية ومفهومها وكيفية

شروط الاتصال



فعند سوسير لا بد من متكلم وسامع علاوة على تبادل الكلام عبر الصورة الصوتية والصورة السمعية، بينما لدى ويفر وشينون يتم عبر إرسال الرسالة من قبل المتكلم إلى المستقبل، وهذه الرسالة يتم تشفيرها وترسل عبر القناة، ويشترط الوضوح وسهولة المقصدية - قصد أداء رسالة - وبعد وصول الرسالة يقوم المرسل إليه "الملقي" بتفكيك شفرات الرسالة وتأويلها (مارسلو داسكال 1987)، وضمن هذا الإطار ندرج الصورة الإعلامية، أو الصورة التلفزيونية والسينمائية، التي تمتزج فيها حاستي السمع والبصر والفؤاد، وفي هذا الإطار نتذكر الآية الكريمة التي

سيمولوجيا التواصل:

أن العلامة تتألف من عناصر ثلاثة: الدليل، المدلول، الوظيفة، أو القصد، وهؤلاء العلماء لا يهتمهم من الدوال والعلامات السيميائية غير التواصل أو الإبلاغ والوظيفة الاتصالية أو التواصلية.

ولسيميائية التواصل محوران، هما: التواصل والعلامة، وكل من هذين المحورين يتفرع إلى أقسام ويمكن أن يقسم التواصل السيميائي إلى: إبلاغ لساني، وإبلاغ غير لساني، فإبلاغ "التواصل" اللساني يتم عبر الاستخدام اللغوي،

الصوري، ثم توالت اهتمامات الرواقيين الذين أسسوا نظرية سيميولوجية تقوم على التمييز بين الدال والمدلول والشيء (المرجع) وإذا، بقيت عاجزة عن أن تبني لنفسها كيانا تصوريا ونسجيا نظريا مستقلا إلى أن جاء كل من سوسير وبورس ."

والسيميولوجيا هي علم العلامات أو الإشارات أو الدوال اللغوية أو الرمزية سواء أكانت طبيعية أم اصطناعية. الايقون : علامة تدل علي شئ تجمعه إلي شئ آخر علاقة مماثلة إذا يتعرف في الايقون علي النموذج الذي جعل الايقون مقابلا له. أما الرمز فهو العلامة التي تنتج قصد النياية عن علامة أخرى مرادفة لها ومن هنا يصبح الرمز دالا علي شئ ليس له وجه ايقوني كالخوف والفرح ومن بين أنواع الرمز الحمامة رمز البراءة والثور رمز القوة. نظر كلا من فردناند دو سوسير وشارل سندر بورس، إلى الدلالة باعتبارها سيرورة في الوجود والاشتغال والتداول . فهي لا يمكن أن تكون معطى سابقا أو لاحقا للفعل الانساني، إنها الفعل ذاته . فكل فعل ينتج، لحظه تحققه، سلسلة من القيم الدلالية التي تستند في وجودها، إلى العرف الاجتماعي وتواضع الإستعمال.

وقد تزامن هذا التبشير مع مجهودات بورس (1839-1914) الذي نحا منحى فلسفيا منطقيا. وأطلق على هذا العلم الذي كان يهتم به ب "السيميوطيقا " Semiotics " واعتقد تبعا لهذا أن النشاط الإنساني نشاط سيميائي في مختلف مظاهره وتجلياته. ويعد هذا العلم في نظره إطارا مرجعيا يشمل كل الدراسات. يقول وهو بصدد تحديد المجال السيميائي العام الذي يتبناه : " إنه لم يكن باستطاعتي يوما ما دراسة أي شيء- رياضيات كان أم أخلاقا أو ميتافيزيقا أو جاذبية أو ديناميكا حرارية أو بصريات أو كيمياء أو تشريحا مقارنا أو فلكا أو علم نفس أو علم صوت، أو اقتصاد أو تاريخ علوم أو ويستنا (ضرب من لعب الورق) أو رجلا ونساء، أو خمرا، أو علم مقاييس دون أن تكون هذه الدراسة سيميائية."

فالسيميوطيقا حسب بورس تعني نظرية عامة للعلامات وتمفصلاتها في الفكر الإنساني، ثم إنها صفة لنظرية عامة للعلامات والأنساق الدلالية في كافة أشكالها... وبالتالي، تعد سيميائية بورس مطابقة لعلم المنطق . يقول أمبرطو إيكو Umberto Eco في هذا الخصوص عن بورس محددًا مضمون علمه بكل دقة ووضوح وعلاقته بعلم المنطق: "لنستمع الآن إلى بورس: إنني حسب علمي أول من ارتاد هذا الموضوع المتمثل في تفسير وكشف ماسميته السيميوطيقا Semiotics أي نظرية الطبيعة الجوهرية والأصناف الأساسية لأي سيميوزيس محتمل "إن هذه السيميوطيقا التي يطلق عليها في موضع آخر" المنطق "تعرض نفسها كنظرية للدلائل. وهذا مايربطها بمفهوم "السيميوزيس" الذي يعد على نحو دقيق الخاصية المكونة للدلائل ."

ويحسن بنا في هذا المضمار، أن نستحضر بعض تعاريف باقي الباحثين السيميائيين ولو بإيجاز كي يتسنى لنا التمييز بين المصطلحين أو بعبارة كي نستطيع الإجابة عن السؤال الذي يفرض نفسه علينا بإلحاح ألا وهو: الفرق بين

تقول (إن السمع والبصر والفؤاد كل أولئك كان عنه مسئولًا).

- ان المقاربات السيميولوجية للصورة تبقى محدودة كما، غالبا ماتحصر البعد الإبداعي في مااصطلح على تسميته بالشكل انطلاقا من نظرة تقليدية تفصلة عن المضمون.

- ويمتد البعد الإبداعي إلى مرحلة ما قبل وبعد عملية الاخراج وما تفرضه من تصور خلاق للفكرة والبساطة والتوليف والمزج لإنتاج سيميولوجيا للصورة المتحركة ذات مضامين جمالية تبقى فاعليتها رهينة رؤية المبدع وقدرته على توظيفها توظيفا خلاقا بتقنيات وأدوات تكنولوجية حديثة .

- أي فكرة أو أي مشهد أو موقف درامي قد يصل أليا إلى المتلقى، إلا أن التأثير الفاعل وثيق الصلة بالبعد البلاغي والجمالي للصورة والصوت، وهذا أدركه منتجو الرسائل الإعلانية.

تلخصت مشكلة الدراسة في اكتشاف مدى فاعلية استجدام السيميولوجيا في تصميمات إعلانية تظهر من خلال سيميولوجيا الصورة وما تحمله من معاني ودلالات متنوعة للمتلقى للحصول على المعرفة في أبسط صورها وذلك من خلال التصميمات الثابتة المتمثلة في اللافتة والأيقونة والإشارة وغيرها والتصميمات المتحركة التي تظهر من خلال شاشة التلفزيون او الكمبيوتر .

تتبع أهمية هذا البحث عن الحاجة الماسة لتقديم تصميمات للمتلقى تتميز بالبساطة والوضوح والوصول إلى الهدف المرغوب فيه في مختلف مجالات التصميم والاعلان، فكان لازم علينا اطلاع المتخصصين والباحثين في مجال الفنون ومن طلبة التصميم الجرافيكي لمعرفة دور علم السيميولوجيا البصرية بما تحتويه من علامات وأفكار ودلالات تطبق على الأعمال الفنية والتصميمات المختلفة سواء كانت ثابتة أم متحركة وعلى اللافتات بمختلف أشكالها التجارية والإرشادية والإعلامية ... وغيرها، وعلاقتها بالاتصال ككونة وظيفية أو مهمة رئيسية من مهام المصمم وهو عملية يتم من خلالها نقل المعلومات والبيانات والأفكار والتوجيهات والإرشادات من شخص إلى المجموعة وإحاطتهم علما بها، وتبادلها بوسيلة أو أكثر من الوسائل الممكنة.

ويهدف البحث الى الاستفادة من السيميولوجيا البصرية كواحدة من المناهج النقدية الفاعلة في انتاج تصميمات مبتكرة تزيد من فاعلية الدال والمدلول والوظيفة وكذلك الكشف عن فعالية السيميولوجيا البصرية لتحقيق بناء شكلي متوافق دلاليا مع المضامين الفكرية الموجهة في التصميم.

واتبع البحث المنهج التحليلي المقارن للأعمال الفنية في فن الاعلان عن طريق الاعلان المطبوع والاعلان المتحرك بهدف ايجاد رؤية جمالية من خلال سيميولوجيا التواصل التي تساعد المتلقى على فهم العمل الفني بشكل بسيط وسهل.

السيميولوجيا والسيميوطيقا :

وقد وظف أفلاطون لفظ Semiotics للدلالة على فن الإقناع، كما اهتم ارسطو هو الآخر بنظرية المعنى وظل عملهما في هذا المجال مرتبطا أشد ما يكون بالمنطق

لم يتم الحسم فيها على ما يبدو واقترح تبعا لنصيحة هيلمسليف Hjelmslev الأبحاث التي سيختص بها كل على حدة. فالسيميوطيقا تنتصب اهتماماتها على القسم المتعلق بالمجالات التطبيقية في حين يعد علم السيميولوجيا مجالا نظريا عاما تتدرج تحته جميع السيميوطيقا وهذا ما نلامسه من خلال تصفحنا لبعض الكتب التي ألفت في هذا المجال. فحينما يتعلق الأمر بتحليل نصوص أدبية كانت أم توراتية (دينية) أو حينما يتعلق الأمر بمحاولات تطبيقية بصفة عامة.

ونستنتج مما سبق، أن السيميولوجيا والسيميوطيقا كلمتان مترادفتان مهما كان بينهما من اختلافات دلالية دقيقة، أي إن السيميولوجيا تصور نظري والسيميوطيقا إجراء تحليلي وتطبيقي. وبالتالي، يمكن القول بأن السيميولوجيا هي علم ونظرية عامة ومنهج نقدي تحليلي وتطبيقي. وهذه الأنماط الثلاثة هي:

1- الأيقونة: إن الأيقونة تعني في اللغة اليونانية الصورة (Icon) (Image) هي تلك العلامة الدالة على موضوعها عن طريق المشابهة؛ سواء كانت المشابهة بواسطة الرسم أو المحاكاة، إنها علامة «تحتوي على خصيصة تجعلها دلالة، رغم أن موضوعها غير موجود مثل أثر القلم الذي يمثله المثلث» (عدنان بن ذريل 1980) وكل الصور والبيانات والتصاميم والخرائط والاستعارات وغير ذلك من الأيقونات. وفي هذا الشأن يعرف بيرس الأيقونة بأنها «العلامة التي تشير إلى الموضوع الذي تعبر عنه عبر الطبيعة الذاتية للعلامة فقط. وتمتلك العلامة هذه الطبيعة سواء وجدت الموضوع أم لم توجد. صحيح أن الأيقون لا يقوم بدوره ما لم يكن هناك موضوع فعلا. وليس لهذا أدنى علاقة بطبيعته من حيث هو علامة، سواء كان الشيء نوعية أو كائنا موجودا أو عرفا. فإن هذا الشيء يكون أيقونا لشبيهه عندما يستخدم كعلامة له (سيزا قاسم ص142). وما تجدر الإشارة إليه في هذا الشأن أن علاقة المشابهة التي تربط الأيقونة بموضوعها قد أصبحت موضع خلاف ونقاش بين السيميوطيقيين، وقد احتد هذا النقاش حتى تحول إلى توجه قائم بذاته في السيميوطيقا المعاصرة، كما هو الحال عند أمبرتو إيكو وبعض السيميوطيقيين الإيطاليين (أحمد يوسف 2005):

2- ولعل القيمة التي تختص بها الأيقونة دون سائر العلامات قد جعلت منها الفضاء الأرحب للسميائيات عامة، وللسميائيات البصرية التي عبرت عنها الثقافات القديمة على وجه الخصوص. أما في هذا العصر فقد وجد فيها الإنسان ضالته، حيث أصبحت هي اللغة الحية التي بإمكانها أن تتجاوز معوقات اللسان في سبيل تحقيق تواصل أوسع بين البشر (أحمد يوسف 2005).

- نظر إلى فكرة " الأيقونية " في المجال البصري باعتبارها نقطة البداية التي ستقودنا إلى كل الوقائع البصرية.

المصطلحين. وبالتالي، هل يؤثر تغيير شكل المصطلحين على تغيير مضمونهما؟

فهذا بيير غيرو Pierre Guiraud أحد أساتذة جامعة نيس الفرنسية- يعرف السيميوطيقا قائلا: " السيميوطيقا علم يهتم بدراسة أنظمة العلامات، اللغات، أنظمة الإشارات، التعليمات... إلخ. وهذا التحديد يجعل اللغة جزءا من السيميوطيقا "

مدرسة باريس التي تضم كلا من غريماس Greimas وكوكيه Coquet وأريفي Arrivé إلخ... فلها تعريف مغاير للتعريف السالفة الذكر. فالسيميوطيقا في مشروعها " تأسس نظرية عامة لأنظمة الدلالة. "

هذا، ويتبين لنا من خلال التعريف أن السيميولوجيا والسيميوطيقا متقاربتان في المعنى. فالسيميوطيقا -إذا- مترادفة للسيميوطيقا، وموضوعها دراسة أنظمة العلامات أيا كان مصدرها لغويا أو سننيا أو مؤشريا كما تدرس أنظمة العلامات غير اللسانية. فلم تعد ثمة أسباب أو مبررات تجعل أحد المصطلحين يحظى بالسيادة دون الآخر.

يقول أمبرتو إيكو في هذا الصدد: " لقد قررنا على كل حال أن نتبنى هنا بصفة نهائية مصطلح السيميوطيقا Semiotics بدون أن نتوقف عند المناقشات حول التوريطات الفلسفية أو المنهجية لكلا المصطلحين. نحن نخضع بكل بساطة للقرار المتخذ في يناير سنة 1969 بباريس من لدن الهيئة الدولية التي تمخضت عنها الجمعية الدولية للسيميوطيقا والتي قبلت (بدون أن تقصي استعمال السيميولوجيا) مصطلح السيميوطيقا على أنه هو الذي ينبغي ابتداء من الآن أن يغطي جميع المفاهيم الممكنة للمصطلحين المتنافسين فيهما. "

والاختلاف بين السيميولوجيا والسيميوطيقا في رأي كثير من الباحثين لا يجب أن يأخذ الجانب الأوسع، أو الحيز الكبير من اهتماماتهم. إذ هما سيان كما رأينا، غير أن هذه الأخيرة، ونعني السيميوطيقا أصبحت تغطي في الساحة. يقول غريماس ردا على سؤال روجي بول دروا-Roger Pol-droit حول الاختلاف بين المصطلحين في حوار صدرته صحيفة " العالم " 7 يونيو 1974م تحت عنوان: " علم العلامات " : " أظن أنه لا ينبغي أن نضيع الوقت في مثل هذه الجدالات الكلامية حينما تكون أمامنا أشياء كثيرة. فعندما تقرر منذ سنوات في 1968 أحداث جمعية دولية، وجب الاختيار بين المصطلحين. وبتأثير من جاكسون وموافقة ليفي شتراوس وبنفست وبارت بالإضافة إلي تم التمسك بالسيميوطيقا غير أن مصطلح السيميولوجيا له جذور عميقة في فرنسا. ومن ثم تم الأخذ بتسمية مزدوجة، وقد يعتقد اليوم أن الأمر يتعلق بشيئين مختلفين. وهذا أمر مغلوط طبعا. وستقترح في الغالب وتبعا لنصيحة هيلمسليف لتخصيص اسم السيميوطيقا Semiotics للأبحاث المتعلقة بالمجالات الخاصة كالمجال الأدبي والسينمائي والحركي كما سنتعتبر السيميولوجيا بمثابة النظرية العامة لهذه السيميوطيقا " .

أهم ما يمكن أن نستشفه من خلال هذا التصريح الـ"كريماسي" هو أنه حاول أن يقدم تفسيراً دقيقاً لظاهرة

عملية الإدراك البصري:

و تبدأ عملية الإدراك البصري في الأغلب بالعمليات ، وتتحوّل إلى الجزئيات ثم التأمل والتحليل ، تمهيدا لإعادة التحول إلى الكليات في صورته مفهوم إدراكي، حيث أنها تبدأ بالنظرة الإجمالية ، ثم بعملية التحليل ، و إدراك العلاقات بين الأجزاء ، ثم بإعادة تأليف الأجزاء في الهيئة الكلية مره أخرى.

يمكن لمشاهد تصميم الإعلان المجسم بنافذة العرض أن يدرك التصميم ولكن من زاوية إدراك واحدة سواء كانت هذه الزاوية محددة للمشاهد أو المصمم ، أو متروكة لاختياره ، فالنظرة الإجمالية للمشاهد تسبق النظرة التحليلية ولا يمكن لمشاهد الإعلان المجسم أن يدرك العلاقات بين عناصره ما لم يشمل بنظرة إجمالية لنافذة العرض ككل ، إلا أنه يمكن للنظرة التحليلية أن تسبق (النظرة الإجمالية) (العجموي 2004) .

الصورة الذهنية:

و يمكننا تصنيف الصور الذهنية أو العقلية عن طريق التمييز بين صور الذاكرة و الصور المركبة.. ومثال علي صور الذاكرة أنه إذا ما أبصرنا وجه صديق فإننا نكون قد قمنا بتكوين صورة ذهنية تستند إلي الذاكرة، و من هنا نجد أن صور الذاكرة ترتبط بخبرتنا الماضية في حين أن الصور المركبة لا تكون كذلك، وإنما هي جديدة و مستحدثة إلا أنه يجب الإشارة إلي أن الصور الذهنية المركبة رغم أنها ككل جديدة فإن عناصرها المختلفة كافة تتأصل بخبرتنا الماضية إذ لم يسبق أن شاهدنا من قبل أبوابا من لؤلؤ و شوارع من ذهب، وإنما شاهدنا من قبل بالفعل البوابات واللؤلؤ والذهب، و أن الصورة الذهنية المركبة إنما هي خلق جديد فقط أي أنها تجمع هذه العناصر معا .

ونستخلص مما سبق أن للصور الذهنية الواضحة لها أثر ا أقوى في إثارة اهتمام المتلقي و استثارة رغبته، فالصورة الذهنية هي أداة غير مباشرة لنقل المعلومات . وتأخذ عملية الصورة الذهنية الأهمية الأولى فيما يتعلق بعملية الإدراك الإنساني لدى القائمين بالاتصال التسويقي، إذ يهتمون أساسا بكيفية التأثير على الصورة الذهنية المنطبعة لدى المستهلكين حول السلعة أو المتجر أو المؤسسة (سركس و تيا : 1993).

من هنا نجد الباحثة قد منحت توجيهها لتكوين الرموز والأيقونات والدلالات لإبداع نواتج مؤثرات أساسية في تجسيد الفكرة الموجهه، ويمكن تجسيد فكرة الاتصال بامتلاك القدرة على حرية التعبير لتوحيد فاعلية مجمل التعبيرات الشكلية والمضامين الفكرية، فالسيمولوجيا يمكن ان توصف بانها عملية اتصال ابصارية وادراكية يتداخل خلالها التفسير والتحليل، ويحدث توجيهه البناء الاتصالي والتعبير والاعتناء بصياغة الافكار شكليا لترابط العناصر الشكلية والرمزية بحسب مستوى ادائها الوظيفي. لقد مثل التداخل بين العلامة والرمز أحد أهم الإشكالات التي طرحتها النظرية السيميولوجية.

- لا بد أن نجعل من فكرة " الأيقونية " التي تحيل كل السياقات على فكرة التشابه، مدخلا نحو إدراك وفهم أوليات الصورة، علينا أن ننظر إلى "البنية الإدراكية "، التي تنتظم داخلها مجمل الخطاطات المجردة باعتبارها شيئا سابقا على الأيقونة ومتحكما فيها، والأيقونة رهينة بمعرفة القواعد الخاصة باستعمال الموضوعات، فهذه القواعد هي التي تحول بعض هذه الموضوعات إلى علامات (أحمد يوسف 2005)

- يمكننا من خلال سيميولوجيا الصورة ان نحلل الصورة بين مستويين : مايعود إلى الإدراك (كيف ندرك الصورة) وما يعود إلى انتاج الدلالة (كيف يأتي المعنى إلى الصورة). وهما عاملان مختلفان ولا ترتبطان بنفس الإشكالية. يجب ان ننظر إلى فكرة " الأيقونة " في مجال الإدراك البصري باعتبارها نقطة البداية في إدراك وفهم اوليات الصورة، ننظر إلى " البنية الإدراكية " التي تنتظم داخلها مجمل الخطاطات المجردة، باعتبارها شيئا سابقا على الأيقونية ومتحكما فيها، فهي تشكل المعرفة الأولية.

3- القرينة: إن القرائن (indices) أو ما يترجمها البعض بالشواهد أو المؤشرات- هي علامة تشير إلى الموضوع الذي تعبر عنه عبر تأثرها الحقيقي بذلك الموضوع. فالمؤشر يتضمن نوعا من الأيقون مع أنه أيقون من نوع خاص. فليست أوجه الشبه فقط-حتى بصفتها مولدة للعلامة- هي التي تجعل من المؤشر علامة، وإنما التعليل الفعلي الصادر عن الموضوع هو الذي يجعل المؤشر علامة».

4- الرمز: يعد الرمز (Symbol) أفضل العلامات على الإطلاق، وأكثرها تجريدا، وذلك لأنه علامة إنسانية محضة، تدل على موضوعها بالوضع عكس ما عليه كل من الأيقونة والقرينة، ومن أمثله شكل الصليب في الدلالة على المسيحية، وشكل الهلال في دلالاته على الإسلام، وشكل الميزان في دلالاته على العدالة. وقد عرف بيرس الرمز بأنه «علامة تشير إلى الموضوع الذي تعبر عنه عبر عرف، غالبا، ما يقترن بالأفكار العامة التي تدفع إلى ربط الرمز بموضوعه. فالرمز، إذن، نمط عام أو عرف؛ أي أنه العلامة العرفية، ولهذا فهو يتصرف عبر نسخة مطابقة. وهو ليس عاما في ذاته فحسب، وإنما الموضوع الذي يشير إليه يتميز بطبيعة عام أيضا»، ويقصد بيرس بالعام، هنا، الحالات التي يشير إليها الرمز؛ وهي حالات يحددها- حسب قوله «الوجود الذهني الممكن» (سيزا قاسم ص142) وأوضح "تشيغولد" أن تشكيل الحروف من خلال المتطلبات الوظيفية في عملية التوجيه الفكرى إلى جانب الإلمال بالنواتج للطباعة التقنية لأى من التشكيلات الحروفية" (Richard,Hollis -2001)

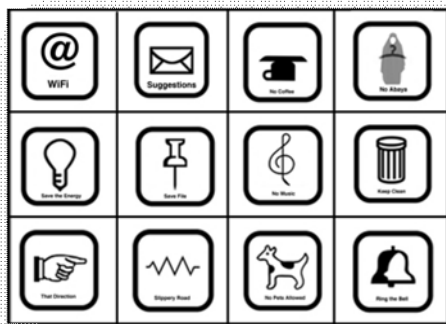
العمل له هدف واضح وله دور إيجابي في خدمة المجتمع، وقد تمت تغطية الهدف بشكل كامل بأسلوبين من اساليب التصميم، فقد تمت النتائج بناء على تجربتين مختلفتين، وقد استغرق الزمن لتنفيذ كل من المشروعين الثابت والمتحرك أسبوعين لكل منهما، وقد تمت تنفيذ الهدف في المدة المقررة ونفذت الطالبة العمل بمفردها فقط بالإشراف من قبل الباحثة لترى المراحل المختلفة للبحث بداية بالفكرة ثم عمل اسكتش للرسم بالقلم الرصاص ثم المناقشة والتعديل ثم البدء في العمل ثم شرح الاجراءات او الخطوات التي قامت بها الطالبة، وقد تم تنفيذ المشروع في قاعات الدراسة بالجامعة.



شكل (2)



شكل (3)



شكل (4) نماذج لسيمولوجيا الكلمة المطبوعة

الصورة هي جوهر الفنون البصرية ورغم حاجة بعض الفنون إلى الكلمة والصوت للتعبير عن الأشياء، إلا أن الصورة خلقت لغة جديدة استحوذت على طاقة البصر فاعتقلت عقلة ومخيلته وتطور الأمر في تفاعل لا مرئي في الصورة ولا وعى الإنسان غيرت حياة العالم فأزلت القيود واخترقت الحدود وكشفت الحقائق . وكما هو معروف فإن الأسئلة هي جوهر المعرفة، فالصورة هي ملتقى الفنون وهي العتبة التي يقف عليها المتلقي قبل أن يدلف إلى العالم اللامرئي للعمل الفني . وقد شهدت الصورة عدة تحولات فنية في العصر الحديث وكان لها تأثيرات كبيرة في خلق مفاهيم جديدة على كافة الأنشطة الثقافية والمعارف الإنسانية " (حنون مبارك 1987).

التجربة Experimental work :

قبل الشروع في التجربة كان لابد من وضع أهداف محددة ومهمة للطالبة لقياس الفكرة والوصول إليها من خلال معنى سيميولوجيا الصورة وما بها من معاني ودلالات متنوعة وكذلك أصالة الفكرة ابداعية وأصالة علمية، ولابد ان تكون الفكرة جديدة في العمل المقدم، وابرار جوانب الابداع في العمل من حيث تحليل الفكرة وتحليلها، وهل ساهمت طريقة العمل سواء كصورة ثابتة أم صورة متحركة في التعامل مع الفكرة وتقديم طريقة جديدة وفاعلة في سيميولوجيا الصورة، والشكل النهائي للعمل وقد تم هذا من خلال العمل على تحسين الأداء والتزام بمعايير محددة حتى تكون مخرجات التعلم واضحة وحتى نراعي مستوى التحصيل الذي وصلت إليه الطالبة، وحتى تصل الفكرة للمتلقى إلى قراءة الصورة وأن يتداخل وجدانيا وعلميا مع الفكرة التي تقدمها.

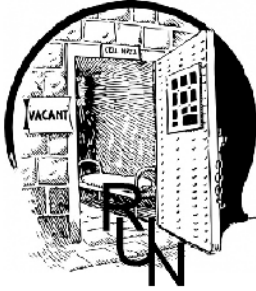
وقد تم عمل التصميمات بأكثر درجات التبسيط ليتمكن للمتلقى العمل وادراك الفكرة التي عمل عليها، وقد كانت جميع المتغيرات تسمح بقياسها .



شكل (1) نماذج لسيمولوجيا الكلمة

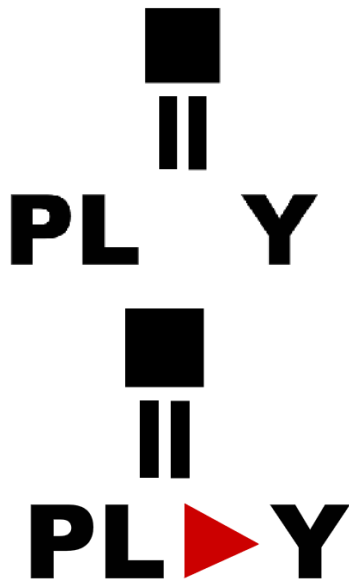


RUN

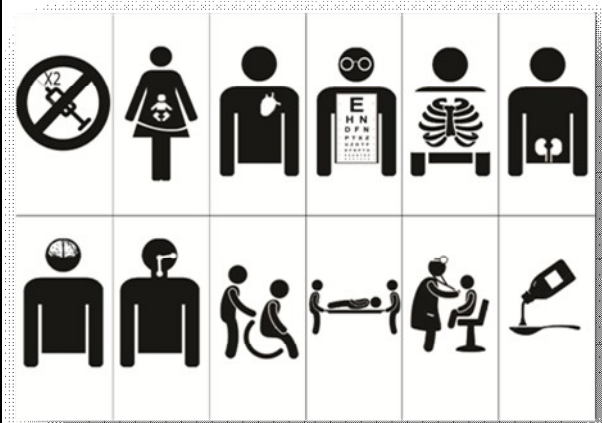


RUN

شكل (8)



شكل (9)



شكل (5) نماذج لايقون وعلامات مطبوعة

L'ADING

L`ADING

L`ADING

شكل (6)

L LIGHT

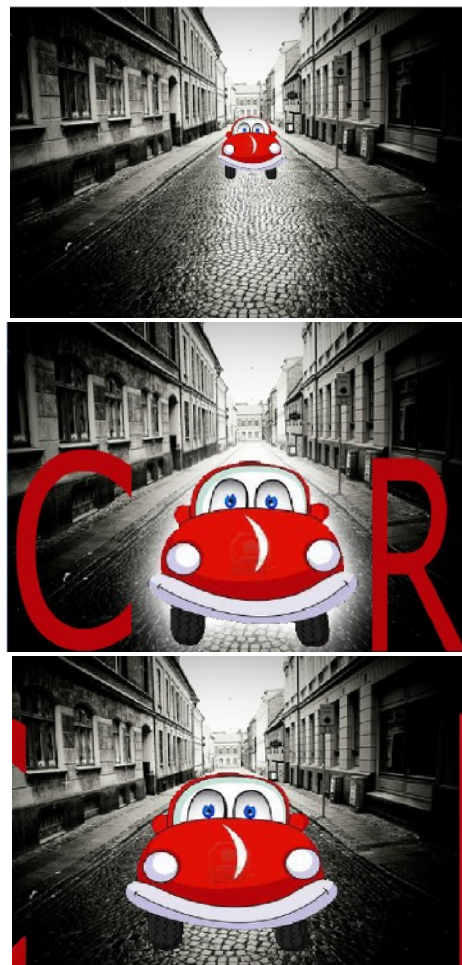
L LIGHT

L LIGHT

شكل (7)



شكل (12)



شكل (10)



شكل (14)

شكل (13)



شكل (11)

المحدد- وعدد الأعمال المقدمة. واعطى كل معيار للتقييم قيمة ثابتة متساوية 10 درجات فكان الاجمالي 70 درجة أما الأعمال المتحركة فقد تم تقييمها على أساس:

نعومة الحركة وبساطتها – تزامن الحركة الصوت مع الصورة - تركيب المشاهد – الأصالة في العمل بأن تكون فكرة الطالبة – الابداع في العمل – الشكل النهائي – وأيضا العمل في الفصل والمتابعة والتسليم في الميعاد. واعطى كل معيار للتقييم قيمة ثابتة متساوية 10 درجات فكان الاجمالي أيضا 70 درجة

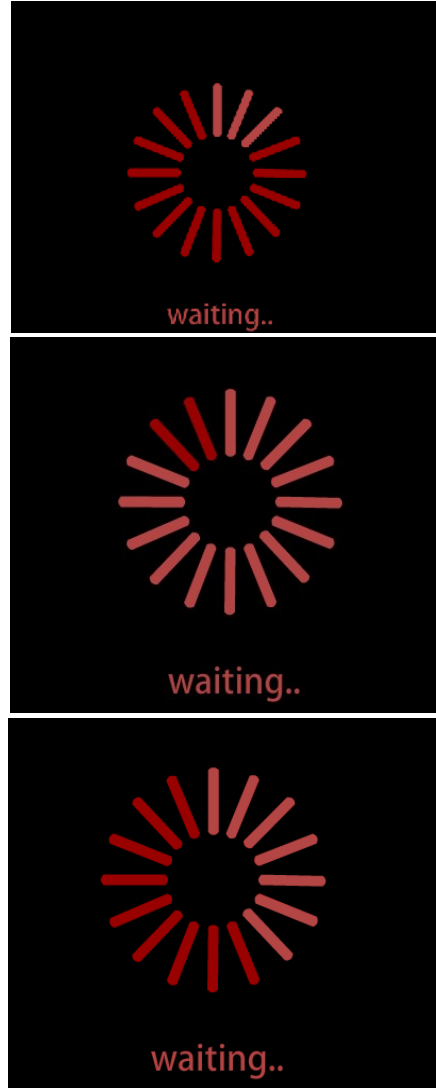
وقد تمت المقارنة بين مجموعتين من عينات غير متألفة في اسلوب العمل حيث كانت المجموعة الأولى تقوم بعمل تصميم ثابت مطبوع على برنامج الفوتوشوب، والمجموعة الثانية تقوم بعمل تصميم متحرك على برنامج الفلاش ولكنها متألفة في الفكرة والموضوع وهو استخدام السيميولوجيا البصرية في الاتصال من خلال الاعلان . وعند تحكيم العمل تم النظر إلى مدى أهمية العمل في مجال الإعلان وبساطة الفكرة وما تحملها من معنى دلالي ومدى الجدية والدقة و الوقت المبذول على العمل وبأن التصميم هو من صنع الطالبة.

وكانت وجهة نظر البحث لهذا هو أنه يجب تهيئة الطالبة لاطلاق العنان لخيالها للبحث عن الأفكار وتمكين الطالبات من التعلم في بيئة خلاقية، ومحاولة تنمية الإبداع وتفتيح شخصياتهم نحو مجال الابداع والخيال الواسع.

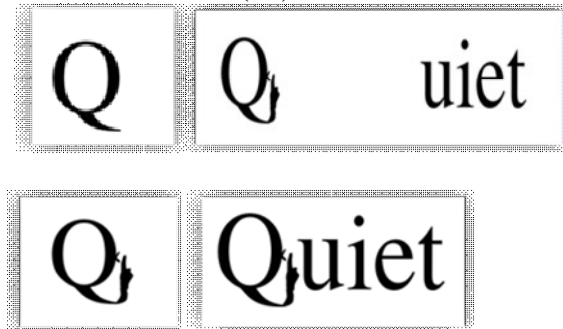
النتائج:

وقد أكد تحليل نتائج التجربة ما يلي:

1. السيميولوجيا البصرية عند توظيفها في التصميم يكون لها أثرا كبيرا على المتلقي فيصل المعنى ومايدل عليه من خلال العلامات والأفكار والدلالات في صورة مبسطة يسهل فهمها سواء قدمت كصورة ثابتة أم متحركة. وقد اظهرت الدلالات الاحصائية لتقييم التجربة مدى انتقال الدلالات السيميولوجية البصرية وسهولة تناول الطلاب لها في اعمالهم المختلفة.
2. يشكل عامل سيميولوجية الكلمة ايضا اثرا مهما في انتقال المعرفة والدلالات فهو يكمل الصورة الذهنية التي التي تشكلها الصور ويقرب من دلالاتها للرائي.
3. سيميولوجيا الصورة تعد خطة ذات أهداف ووظائف محددة، يتم من خلالها نقل البيانات والافكار والتوجيهات والإرشادات ويظهر ذلك من خلال التعامل مع علم العلامات والإشارات أو الأيقونات أو اللافتات أو الدوال الرمزية .
4. كان واضحا أن عملية الإدراك البصري لدى الغالبية من الطالبات في الأغلب بالكليات ومن ثم تتحول إلى الجزئيات لكنها لم تتجاوز ذلك إلى التأمل والتحليل كما كان متوقعا. ومع ذلك فقد تم التحول إلى الكليات في صور مفهوم إدراكيا.
5. أنه في معظم الأعمال الناتجة كان من الممكن فقط مشاهدة تصميم الإعلانات الناتجة من زاوية إدراك



شكل (15)



شكل (16)

تقييم الأعمال:

تتم عملية تقييم العمل وفقا لمعايير محددة وهي بناء على الفكرة للمشروع وما تظهره الطالبة من معرفة وإمام بالعمل، ومدى التزام الطالبة بالمنهجيات والمبادئ الأساسية والتصميمية وبرامج الكمبيوتر. وقد تم تقييم الأعمال الثابتة على أساس: الفكرة – الأصالة – مبادئ التصميم – مستوى الابداع وأيضا العمل في الفصل والمتابعة والتسليم في الميعاد

المراجع الأجنبية :

11. Groupe 5 : Traité du signe visuel, pour une rhétorique de l'image, éd Seuil, 1992, p. 145.
12. Joelle Gardes- Tamine/ Marie Claude Hubert: Dictionnaire de critique littéraire, Cérès Editions, Tunis, p279.
13. Regis Debray : Vie et mort de l'image, ed Folio, 1992,p 15.
14. Richard,Hollis: Graphic Design –Thames &Hudson Word of Art –London-2001-P55.

واحدة محددة للمشاهد أو المصمم، وليست متروكة لاختياره كما هو الحال في الحياة اليومية.

التوصيات:

1. يجب أن يكون هناك مؤسسات إعلانية تعمل بمجال سيميولوجيا الصورة فقط لما لها من تأثير قوى.
2. يجب على المصمم المحافظة على الاعتبارات التسويقية والأخلاقية عند تصميم الأعمال البصرية.
3. يجب على المصمم اتباع القواعد البصرية التي من الممكن أن تخلق عملا فنيا جذابا للنظر وسهل الإدراك .
4. وضع استراتيجيات تدريسية للتعامل مع علم السيميولوجيا من خلال الصورة لخدمة المجتمع .
5. ضرورة وجود مثيرات تعمل على استثارة دافعية المتلقى أثناء تقديم الصورة السيميولوجية .
6. التمكن من مهارة توجيه التفاعل الاجتماعي من خلال الصورة .

المراجع العربية:

1. حمد يوسف(2005): السيميائيات الواصفة- المنطق السيميائي وجبر العلامات، منشورات: «اختلاف» - الجزائر، المركز الثقافي العربي- المغرب/ الدار العربية للعلوم- لبنان، ط1، ص94.
2. إيهاب صبري العجموي (2004) : إيجاد مدخلات لتطوير الفكرة الإعلانية من خلال البيئة المحيطة رسالة دكتوراة كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ص 62.
3. بيار غيرو (1987): علم الدلالة، ترجمة أنطوان أبو زيد، بيروت (باريس، منشورات عويدات، 2003، الاذاعات العربية عدد 2، ص 50/49.
4. حنون مبارك، دروس في السيميائيات، درا توبوقال للنشر، المغرب ط1، ص73.
5. ركس نايت - مرجريت نايت - (1993) :ترجمة عبد علي الجسماني، المدخل إلي علم النفس الحديث ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر بيروت.
6. سيزا قاسم/نصر حامد أبوزيد وآخرون: مدخل إلى السيميوطيقا- أنظمة العلامات في اللغة والأدب والثقافة، ص142.
7. عدنان بن ذريل (1980): اللغة والأسلوب، منشورات اتحاد الكتاب العرب- دمشق- سوريا، ص125.
8. غريب إسكندر (2002): الاتجاه السيميائي في نقد الشعر العربي، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية- مصر، ص10.
9. معن زيادة وآخرون (1986): الموسوعة الفلسفية العربية، م2، رئيس التحرير: معن زيادة، معهد الإنماء العربي- بيروت- لبنان، ط1، ص753.
10. مارسلو داسكال(1987): الاتجاهات السيميولوجية المعاصرة، المغرب، ص: 38.