الإجـــــــــابة النموذجيـــــــــة

الإجـــــــــابة النموذجيـــــــــة

مقدمة: (1 ن)

– يبدأ الطالب في تدوين مقدمته من العام إلى الخاص، ويعرض من خلالها مختلف المحاور التي ستندرج ضمنها إجابته.

يطرح الطالب سؤالا رئيسيا يحاول الإجابة عليه في أتون مقاله.

(**ملاحظة**: المقدمة ليست تكرارا للسند المقدم)

1– المقاربة السيميولوجية لتحليل الخطاب البصري: (2 ن)

❖ **المقاربة السيميولوجية**: (**1 ن**) تندرج ضمن البحوث الكيفية Qualitative Research، ولقد انبثقت مقاربة التحليل السيميولوجي من أعمال عالم اللسانيات فرديناند دو سوسور Ferdinand de Saussure والفيلسوف الأمريكي شارل ساندرس بيرس Charles Sanders Peirce، هذا العلم الذي يهتم بدراسة نظام الدلائل والمعاني الخفية. ويعرف اللغوي الدنماركي هايمسلف لويسlouis Hjemslef التحليل السيميولوجي بأنّه: "مجموعة من التقنيات والخطوات المستعملة لوصف وتحليل شيء باعتبار أن له دلالة في حد ذاته، وبإقامة علاقات مع أطراف أخرى من جهة أخرى".

❖ **الخطاب البصري**: (**1 ن**) هو الاتصال الحادث بين المرسل والمستقبل عبر وسيط مرئي بهدف تبليغه لرسائل تنطوي على مضمون معين فخطاب الصورة هو عملية تبليغ الآخر برسائل معينة عبر الصور. تتضمن هذه الرسائل دلالات مضمرة يسعى المتلقي لاستنطاقها.

2– شرح خطوات مقاربة مارتن جولي Martine Joly لتحليل الصور الثابتة (7.5 ن)

أولا– الوصف: (**1 ن**) يعتبر الوصف مرحلة بسيطة وبديهية، لكنه جوهري لأنه يشكل ترجمة للمدركات البصرية بلغة لفظية، وهو بالنتيجة جزئي ومتحيز، ويعرف الوصف لدى الجشطالت بالإدراك الحسي العام، حيث تدرك الصورة ككل (comme une totalité).

ثانيا – المستوى التعييني: وفيه نقوم بقراءة الرسالة التشكيلية والأيقونية واللسانية كما يلي:

أ– الرسالة التشكيلية: (**1.5ن**) تتكون الرسالة البصرية من علامات مرئية من بينها العلامات التشكيلية، ونقصد بها كل المعلومات التي تتوفر لدينا عن طريق الرؤية، أي حصر مجموعة الدلائل التي توضح معنى الرسالة البصرية.

الحامل (المسند) Le support – الإطار Le cadre – التأطير Le cadrage– زاوية التقاط الصورة واختيار العدسة – التركيب، التكوين والترتيب والإخراج – الأشكال – الألوان والإضاءة.

ب –الرسالة الأيقونية Message Iconique (1.5 ن)

ترتكز الأيقونية على مبدأ التشابه بين الدال والمدلول كالشبه السمعي في (إنتاج صوت ما)، والشبه البصري في (الرسم أو الصورة الفوتوغرافية)، وذلك على عكس الوحدات المميزة (كالأحرف والأصوات) التي هي دلائل لغوية اعتباطية لا تحتوي على أية علاقة شبهية، وفي هذا المجال يقول موريس C.Morris أن الدليل كي يكون أيقونيا يجب أن يشتمل على بعض خصائص الشيء.

ج– الرسالة الألسنية: (**1.5 ن**) الرسالة الألسنية تعد حاسمة في عملية التأويل الإجمالي لصورة معينة، لأن هذه الصورة متعددة السمات الدلالية، فاللغة تعد أنظمة تعبيرية تساهم في توجيه معاني الصورة وكذا المتلقي نحو الغرض المطلوب. وتعود ضرورة حضور هذا المكون في بناء الرسالة البصرية، لقدراته التواصلية الخاصة والكفيلة بسد النقص التعبيري الملحوظ في الرسائل الأخرى وتحصين القراءة من كل انزلاق تأويلي محتمل من شأنه الإخلال بالهدف الأساسي للصورة.

ثالثا: المستوى التضميني: (2 ن) نسعى لمعرفة مختلف الدلائل والمعاني الضمنية المرتبطة بالصور، يتدخل هنا عامل القراءة الشخصية.

يعتبر اللغوي الدانماركي "يامسلاف" أن المستوى التضميني يشمل النظام الثاني للفهم الإيديولوجي الاجتماعي، وهو أعمق مستوى في قراءة الصورة والتي تكون حسب قيم ودوافع المتلقي، إذ أن الوصول إلى المعنى الحقيقي العميق للصورة إنما يتم على مستوى المدلول أو الدلالة التضمينية وهو ما أكده العديد من المختصين في ميدان السيميولوجيا.

3- معنى عدم وجود صور بريئة (2.5 ن)

يرى رولان بارت أنه لا وجود لصورة بريئة وأنّ المحرك الأساسي للقراءة الثانية هي إيديولوجية ما لمجتمع ما، أي كلُ يقرأ الصورة حسب ثقافته وايديولوجيته. كما ترى مارتن جولي أنّها -أي الصور-تحمل ترميزها الخفي وتتلاعب بعقولنا، حيث يتم بناؤها على ما تُوظف لأجله بهدف التأثير على المتلقي وبناء تمثلاته حول قضية معينة.

مثال الصور التي تداولتها القنوات الفضائية حول مسألة العدوان الإسرائيلي على غزة، (الجزيرة – العربية- BBC) – القيم التي تحملها الأفلام الكرتونية ...إلى غير ذلك.

4- أهمية الألوان في قراءة وتأويل الخطاب البصري (2.5 ن)

تأويل الألوان و الإنارة ذو بعد أنتربولوجي يحيل في العمق إلى خلفية سوسيوثقافية محددة رغم ما تكتسبه أحيانا من مظهر طبيعي يخفي أبعادها التعبيرية المعروفة، بدليل ما تحدثه من آثار نفسية مختلفة في المشاهد، فالأسود لون الحزن و الأبيض لون الصفاء و الأحمر لون العنف، إلى غير ذلك من الإيحاءات العديدة الأخرى المدعمة لقصدية هذه الاختيارات التشكيلية في الخطاب البصري، و إجمالا فإنّ هذه الاختيارات التشكيلية هي اختيارات هادفة تُضمر أبعاد إيحائية واضحة، إذ تعتبر علامات مشحونة ومشكلة لضمان قراءة أفضل، لذلك يجب التمعن فيها و استخلاص ضلالها الإيحائية المختلفة.

5- العلاقة بين السيميولوجيا والخطاب الإعلامي (3 ن)

يحاول التحليل السيميولوجي **الحفر في مضامين الخطابات الإعلامية وتحليلها ونقدها بأسلوب كيفي استقرائي**، يحاول فك شفرة الرسالة التضمينية المبطنة، والتي قد تتغلغل في ذهن المتلقي لترسخ لديه **تمثلات معينة حول موضوع ما**. لم يعد الخطاب في عملية التواصل مقصورا على اللغة **إذ أن غاية الخطاب تتحقق بالكلمة والصورة واللون وأية أشكال أخرى من الدوال والرموز**.

تهتم السيميولوجيا بتحليل الإشهار والعلاقات العامة والصور الفوتوغرافية والسينمائية والتلفزيونية والفنية التشكيلية (الكاريكاتور، الغرافيتي..) إلى جانب تأثر الجماهير بهذه المضامين، مما أدى إلى الاهتمام **بإنتاج الرسائل التي تحمل معاني تستقطب أكبر عدد من الجماهير**، فلقد ركز رولان بارت صاحب الاتجاه الدلالي في بحوث السيميولوجيا على عمليات إنتاج الدلالات في مختلف السياقات الأدبية والصحفية والإشهارية والدعائية.

خاتمة: (1.5 ن)

تضم النتيجة لكل ما جرى تحليله وتدوينه من طرف الطالب.