

في بلاغة الصورة الإشهارية للمسرح-قراءة لمصقات المهرجان الدولي للمسرح 2012، 2013

الأستاذة: أمينة رقيق

قسم: اللغة والأدب العربي

كلية: الآداب واللغات- جامعة المسيلة-

Résumé :

L'analyse d'un discours publicitaire constitue une occasion précieuse pour contourner le déficit historique dans notre culture visuelle, sur ce; le document qui suit sera une tentative de faire revivre un sentiment d'herméneutique chez le lecteur arabe, pour être capable d'interpréter Le message visuelle de dimensions anthropologique, idéologique et sociale.

Le but de cette recherche est d'ajouter du nouveau dans la leçon rhétorique et sémiotique contemporaine, dans son traitement du texte théâtral non dans son coté linguistique, mais dans sa manifestation autant que discours visuelle, sous la forme d'une affiche publicitaire, et ce qu'elle implicite comme Significations idéologique transmet par le designer de l'image ou déduit par le récepteur.

ملخص:

إنّ ولوح عالم الخطاب الإشهاري يشكل فرصة معرفية ثمينة لتجاوز النقص التاريخي الحاصل في ثقافتنا البصرية، لذلك ستكون هذه الورقة البحثية محاولة لإحياء الحس التأويلي لدى القارئ العربي، ليتمكن من قراءة الرسالة البصرية ذات الأبعاد الأنثروبولوجية والإيديولوجية والاجتماعية.

على أن أهم ما تبتغيه الباحثة إضافة الجديد للدرس البلاغي السيميائي المعاصر في معالجته للنص المسرحي ليس في تجلته اللغوي، إنما في تظهوره في شكل خطاب بصري على شكل صورة أو ملصق إشهاري، وما يمكن أن يُضمّن من دلالات إيديولوجية بثها مصمم الصورة أو استنتاجها مؤولها.

أخذ الخطاب الإشهاري من جهة، بفرض نفسه في وقتنا الحالي، كما لو أنه إنتاج فني أو أدبي في خدمة أهداف النفعية، ومن جهة ثانية اتخذت بعض الأشكال الأدبية والفنية، ومنها المسرح، لنفسها مبدأ السعي للوصول إلى قلوب الناس وعقولهم، باعتبارها خطابات موجهة للجماهير. وأمام الحاجة الملحة للإشهار في المجتمع ودوره الفعال في نشر ما له علاقة بالإنتاج والاستهلاك بمفهوميهما العامين، وكذا للتعريف بالخدمات و الإعلان عن التظاهرات المختلفة نحو المهرجانات المحلية والدولية، وجب البحث في كيفية تزواج هذين الخطابين ليشكلا كيانا واحدا هو الملمص الإشهاري المسرحي، ومنه يمكن طرح التساؤل التالي: كيف تتكفل المقاربة البلاغية السيميائية بالكشف عن دلالات الملمص الإشهاري الخاص بالمسرح، من منطلق أن الطابع الأيديولوجي يتماهى في مثل هذا الخطاب كأبرز تقنية موظفة فيه.

1- الصورة الإشهارية والبعد الأيديولوجي:

إن التقنيات الإبداعية (اللسانية، التشكيلية، الأيقونية) التي تُعتمد في الصورة الإشهارية تعمل على تمير الأفكار وتبديل الذهنيات والتأثير في السلوكيات، وعليه لا يمكن بأي حال من الأحوال التعامل مع الصورة الإشهارية على أنها نص بربى؛ إذ يؤكد "بارث R.Barthes" أن المعاني الإيحائية، (أو الأسطورة)، تتجلى في الأيديولوجيا التي تحملها الصورة. والمؤكد أن لهذه الإستراتيجية مظاهر وطرقا يتبعها المتخصصون في هذا النوع من الخطابات، الذي له أثر كبير على الشعوب بوساطة سيئه الجارف ضمن وسائل الاتصال الجماهيري.

وتعتبر الصورة -والصورة الإشهارية أهم تمثلاتها- الأقدر على إيصال الأفكار الأيديولوجية المعلنة والضمنية؛ كونها تخاطب شرائح المجتمع المختلفة، بكل مستوياتها، فلا يكتفي الإشهار بدفع المتلقي إلى اقتناء بضاعة فحسب، وإنما يتجاوز ذلك إلى التسيير والتعريف بنظرة خاصة تجاه الواقع والمجتمع، وفق إيديولوجية تسعى إلى الترويج لأفكارها بالموازاة مع الترويج لبضائعها.

الإيديولوجيا الخفية لا تطرح نفسها كدعاية صريحة ولا تروّج لنفسها علناً في سائر البرامج بل تتسلل بهدوء وسلاسة ومرونة، وبالتكرار والإثارة وطرح النماذج والمفاهيم التي تأخذ طريقها إلى العقل والحياة العملية ويجري الاقتناع بها، فإنها في البرامج الإشهارية تأمر، وهنا يسهل تقبل الأمر لأن الاقتناع قد مُهد له، ففي حالة الشراء مثلاً يستجيب المستهلك عاطفياً ولاوعياً للصور والنماذج التي ترتبط في لاوعيه بالسلعة المعروضة. الإشهار يروّج للأفكار والاستهلاك ونمط الحياة المطلوب ويسوّق البضائع، ويرمي إلى أن يتخلص الجمهور من عقدة الطهر عن طريق تعزيز إجراءات أساسية للتسويق: الرغبة في الراحة، الرغبة في الرفاهية، الرغبة في إحراز المكانة الاجتماعية.1

إن الإشهار من خلال ذريعة التقدم الاقتصادي وعولمة الرأسمالية ينتقل بالمجتمعات المتخلفة ببطء نحو تميّط ثقافي واحد؛ إذ تعدى تأثيره سيادة الدول والحكومات إلى تحطيم الشخصية الوطنية وتدوينها في بوتقة الاستهلاك للمنتوجات والتصرفات والسلوكيات، بل وحتى عادات وأفكار الدول الغربية، وبالتحديد أمريكا.

و هيمنة البضاعة الإشهارية قد وصلت إلى حد أن أية ثقافة لا تستطيع الانقلاط التام من تأثيرها، إذ أن الرأسمالية الكوكبية تحتل وتدمر عوالم المجموعات الثقافية الأخرى (غير الغربية)، وبالتالي رموز هذه الثقافات يتم "تسليعها" لمن يملك المال لشراءها.2 ل يتم استبدال القيم والأخلاق بقيم المادية وتقديس الجسد إلى حد الترجسية، والجري وراء الحلم والامتلاك وإن الممارسات الثقافية التي كانت في السابق مستقلة قد أصبحت ملحقة بها وشريكة لها.3

وحين لاقت فكرة عولمة الثقافة الغربية استهجانا واعتراضات لا حصر لها، تنادي باحترام الشعوب و حصانة مقوماتها الثقافية، تبلورت فكرة أكثر ذكاء من قبل المشهورين الغرب تمثلت في استخدام الثقافات المحلية ذاتها كستار لترويج منتجاتها [...] وبالتالي تساعد على تشطي العالم وتفككه، بل تناحره أيضاً».4

2-قراءة في ملصقي المهرجان الدولي للمسرح بجاية 2012، 2013.



الصورة (2)

الصورة (1)

2-أ. وصف مادة الإشهار:

الصورتان (1) و (2) تمثلان ملصقين إشاريين (إعلانيين) دعائين للمهرجان الدولي للمسرح في طبعته الأولى: من 29 أكتوبر إلى 5 نوفمبر 2012، والثانية من 29 أكتوبر إلى 5 نوفمبر 2013. بولاية بجاية، المقامتان برعاية وزيرة الثقافة الجزائرية وإشراف والي بجاية، وتنظيم محافظة المهرجان. مما يميز الصورتين أنهما تحملان كل المعلومات التي يفترض بالمتلقي أن يجدها، سيما الملصق الثاني فهو أكثر تفصيلا. ويحمل كذلك الطابع الرسمي لهيئتي التنظيم متمثلا في الرمز المصور للمهرجان ولوزارة الثقافة.

2-ب. التحليل اللساني:

*الصورة (1):

تضمنت عبارات لغوية تحدد كل المعلومات الخاصة بالمهرجان، كآلاتي:

-بالعربية:

تحت الرعاية السامية للسيدة معالي وزيرة الثقافة، وإشراف السيد والي بجاية، محافظة
المهرجان الدولي للمسرح ببجاية تنظم: المهرجان الدولي للمسرح ببجاية.
-بالأمازيغية:

المهرجان الدولي للمسرح ببجاية.
-بالفرنسية:

4^{ème} édition

Festival International De Theatre De Béjaia Du 29 Octobre Ou 5
Novembre 2012.

بالإضافة إلى الرمز المصور (Logo) الذي يحتوي على كتابة تشكيلية تتضمن عبارة:
المهرجان الدولي للمسرح ببجاية بالعربية والفرنسية. وتحتها اختصار فرنسي لها: FITB
2012.

*الصورة (2):

وردت العبارات اللغوية التي تتقارب إلى حد ما مع ما جاء في الصورة (1)، لكن
تدعمت ببعض التغييرات والإضافات، فكانت كالتالي:
-بالعربية:

تحت الرعاية السامية للسيدة وزيرة الثقافة، وإشراف السيد والي بجاية، محافظة المهرجان
الدولي للمسرح ببجاية تقدم: المهرجان الدولي للمسرح.
بجاية الجزائر.
-بالفرنسية:

Festival International De Theatre De Béjaia Du 29 Octobre Ou 5
Novembre.

BGAYET/ALGERIE 2013 / 5 FITB

وعلى يسار الملصق كتب:

4 CONTIENTS .20 PAYS (ALGERIE.....).250

COMÉDIENS.200REPRÉSENTAIONS.20 ESPACES. 19
CONFÉENCES-DÉBATS.

إن النظر إلى ما تمت كتابته لغويا يلقي بظلاله على القراءة التأويلية للصورتين من ناحيتي: المضمون اللساني (المعنى) والجانب التشكيلي للحروف (الأداء البصري للحرف أو المستوى الكاليفرافي). وفيما يلي تفصيل ذلك:

2-ب_1_المضمون اللساني:

تستند محاولة استكناه دلالات المكتوب في هذين المصنفين على معرفة بالبلاغة وجماليات اللغة. لذا فأول ما يتبدى للمتلقى حين رؤيته للصورتين أن المصمم يعطيه كل تفاصيل المهرجان كي يُقبل على مشاهدة عروضه. لكن من الناحية الإقناعية يُلاحظ أنه لم تتخذ أي إجراءات لغوية حجاجية تسهم في الإقناع أو الإغراء، انطلاقا من طابع اللغة الرسمي الذي اكتسبته. وهذا لا ينفي اتسامها ببعض صفات اللغة الإشهارية كالاختصار والمباشرة والوضوح.

أما إذا ما تمت المقارنة بين الخطاب اللغوي في سيرورته من الصورة (1) إلى الصورة (2) ، سيظهر بجلاء أن هناك تطورا ملحوظا، كان من مزاياه الاهتمام بالمهرجان أكثر من المنظمين أو مكان التظاهرة، كعبارة: « تحت الرعاية السامية للسيدة معالي وزيرة الثقافة » التي تحولت في الصورة (2) : « تحت الرعاية السامية للسيدة وزيرة الثقافة » وأدرج كجديد الرمز المصور لوزارة الثقافة، ليدل على الدعم المؤسسي لا الشخصي. وكذلك فعنوان المهرجان الذي كان في الصورة (1): « المهرجان الدولي للمسرح ببجاية » تبدل في الصورة الثانية : « المهرجان الدولي للمسرح » وأضيف أسفل الصورة « بجاية الجزائر». ويدعم هذا الطرح تغيير كلمة « تنظم » إلى « تقدم » في عنوان المهرجان، و غير خفي الفرق بين الكلمتين؛ إذ الثانية توحي بطابع الرسمية للمهرجان وكأنه صار تقليدا له مقاييسه و مجرياته المعهودة.

2-2_ الأداء البصري للحرف:

إنّ « الشكل الطباعي للخطاب الإشهاري ليس بريئا وليست له علاقة اعتبارية بدوال الخطاب ومتوالياته، بل هو عمل مدرّس معلل»⁵ كما تبّه لذلك " بويسنس E. Buysens" في كتابه "الاتصال والتفصل اللساني" يقول: « لغتنا لها دلالة مزدوجة، فمن جهة توجد تلك التي تعطينا إياها إراديا، والتي تعلمناها في المدرسة، والموجهة لتفهم من قبل متلقي الرسالة. ومن جهة أخرى، هناك تلك الدلالة التي تمنحها لها رغما عنها، والتي لم نتعلمها، ويكتشفها عالم الخط »⁶.

وعليه فإنه يجب تأمل ما كتب في الصور الإشهارية تشكليا، وملاحظة نوع الخط ولونه والموقع والفضاء الذي تحتله الكتابة. وفي بادئ الأمر يجب الإشارة إلى جانب إيديولوجي يعلن نفسه صراحة في هاتين الصورتين، وهو الواقع اللغوي ذي التظاهرات الثلاث: عربي، أمازيغي، فرنسي، الذي تؤمن بوجوده هيئة التنظيم (أو تحاول إقناع المتلقي بوجوده). وذلك من خلال كتابة عنوان المهرجان باللغات الثلاث.

فما يخص نوع الخطوط المستخدمة فالخط العربي كتب برسمية (خط متداول) لاجالية فيه، بينما الخطوط الفرنسية كانت حركية وجمالية أكثر بكثير، زادها كتابة التاريخ بالفرنسية ترسيخا لميل لغوي لما هو أجنبي، بدعوى أن التظاهرة عالمية ويجب مخاطبة الآخر بما يحبه ليس فقط بما يفهمه. كما أن الرائي يلمس سيادة اللون الأبيض على النصوص التحريرية داخل بنية الصورتين الإشهاريتين، وهذا طبيعي بالعودة إلى الطابع الإخباري لهذه النصوص.

البنية البصرية للعنوان في الصورة (1) تحقق الوضوح الدلالي، لأنها وظفت اللون الأصفر الذي يشيع استخدامه في مثل هذه الحالات، كونه يبرز العنوان أكثر. إلا أنه في الصورة (2) استعيض عن اللون الأصفر بميلان الكتابة العنوانية، ضمن جزء من الخلفية الصفراء باتجاه رمز إفريقيا، موحيا بذلك بأن الاهتمام موجه لإفريقيا على وجه التخصيص.

كذلك البنية البصرية للعبارتين الفرنسيتين: 4ème ÉDITION و 5 FITB انتقلت من الإيديولوجيا العالمية إلى الإفريقية؛ بالنظر إلى أن العبارة الأولى وضعت ضمن رمز يشبه

رمز شكولا Galaxy العالمية، في حين أن العبارة الثانية (5 FITB) ذات حروف وسمتها الحركية بألوان مختلفة: أبيض، أصفر، أخضر كرمز لتعدد أجناس شعوب إفريقيا.

2-ج التحليل التشكيلي:

2-ج. 1_الألوان:

يُلاحظ غلبة اللون الأحمر الغامق، مجسدا طرعا ثقافيا متداولاً، وهو ارتباطه بلون ستارة المسرح، منذ أيامه الأولى، واستعماله كلون لها يسهم في شد انتباه المشاهد وبأسره، تمهيدا لإدخاله في جو التمثيلية. إضافة إلى أنه من المعروف أن الأحمر ودرجاته المختلفة يرمز إلى الحرب والدمار والنيران والدماء والحركة، كما يوحي بالنشاط والحوية، والحب والغضب والخطر، وكلها يجري تمثيلها على ركب المسرح.

2-ج. 2_الإضاءة والظلال:

الإضاءة موجهة إلى قلب الصورتين وينبثق منها مجموعة من الظلال، مع فرق بين الصورتين؛ ففي الأولى تبرز ستارة مفتوحة على الجانبين يتوسطها ممثل، إلا أن الثانية ستارة مسددة بشكل طولي منتظم، ويمكن استنتاج أن مصمم الصورة الأولى يوحي للمتلقي بإمكانية الإندماج مع موضوع الإشهار، ومن ثم سيكون مشاهدا متفاعلا مع الحدث المسرحي، أما مصمم الصورة (2) آثر الإيجاء بأن العروض داخلة في المجهول وهو نوع من التشويق للمشاهد تجاه ما سيُعرض.

2-ج. 3_الأشكال والخطوط:

الصورتان مستطيلتا الشكل ببعده طولي، والمستطيل مستحب تستريح له العين، لكنه لا يؤدي دائما إلى العرض اللائق للمادة الإشهارية، إلا أنه هنا أدى ما عليه كون الملصق الإشهاري يتقيد بخصائص معينة، تجعل الاهتمام بموضوع الإشهار أولى من شكله. يضاف إلى الأشكال أهمية الخطوط في إمداد الصورة بالحركة إذا وظفت المائلة و المنحنية والدائرية منها، أو الإيجاء بالرتابة والملل باستخدام المستقيمة أفقية كانت أم عمودية، وهذا ما حصل في الصورتين محل الدراسة؛ فالخطوط المنحنية المصاحبة للظلال

في الصورة الأولى ساهمت في خلق روح الإدماج مع موضوع الصورة، أما الخطوط المستقيمة الأفقية المصاحبة لظلال الصورة الثانية أضفت السكونية والرسمية.

2-ج. 4_التصميم الإجمالي للصورة:

تشكل الرؤية المجملية لتصميم الصورتين (1) و (2) متجلية في جانبيين اثنين، أولهما: أسس بنائية محورها النظام المتبع في التصميم الذي يراعي الشكل والأرضية، والتوافق والتباين، على مستوى نظام شبكي هندسي ينتج إكراهات القراءة لنص الصورة، تتبدى في معايير: المنظور والإطار والتأطير وزاوية النظر. أما الجانب الثاني فيتمثل في الأسس الجمالية لتصميم الصورة الإشهارية عمادها: الإيقاع، التوازن، الوحدة، الحركة، الفراغ، نقطة الارتكاز.

2-د. التحليل الأيقوني:

بالقيام بفعل القراءة لأيقونات الصورتين تبدى للباحثة جملة من الوقائع التدلالية ذات السمة الترميزية، منها أهمها ما يلي:

-الثنائية يمين/يسار:

في الصورة (1) جزء الستارة الأيسر قوبل من قبل المصمم بأكثر اهتمام من نظيره الأيمن؛ فبالرغم من كبر الستارة في جانبها الأيمن، إلا أنه يتخللها ظل غير واضح المعالم، وعلى العكس من ذلك فالجانب الأيسر يبرز قناعاً، على تخفيه المزعوم، يمكن تمييز ملامحه، مما يؤكد نظرة الضبابية تجاه المجتمع الإسلامي، التي يعانها الغرب. و في الصورة (2) الرمز المسرحي "القناع" في شكل قارة إفريقيا، كذلك يتمركز في الجهة اليسرى من الصورة.

صورة الجسد:

تتسم الإيديولوجيا الإشهارية العالمية بترسيخ نظرة تقديسية للجسد، ذابت في خضمها الأذواق والميول، ليصبح امتلاك جسد رشيق حلماً، بل هوساً، هذه النظرة موجودة كذلك في المصق الأول لطبعة 2012 للمهرجان، فصورة الممثل المسرحي وردت وكأنها لراقص باليه، من خلال حركته و شكل وقوفه، بل يمكن الزعم أنه امرأة، ليتكامل الإقناع الإشهاري بتوظيف جسد المرأة، بكل حمولاته الدلالية. ويبدو الأمر دعوة تغريبية لمفهوم

العمل المسرحي، الذي يفترض أن يركز على الموضوعات لا الشكل الخارجي للممثلين. وحتى اللباس يؤكد ذلك.
- رمز الإتياء:

تخففت الدعوة إلى العولمة في الصورة (2) عن سابقتها، لتميل إلى استخدام رمز الإتياء القاري (قارة إفريقيا)، في محاولة لتعويض الخلل القيمي الذي تتخبط فيه الشعوب عامة. أما عن رموز الهوية الوطنية والقومية، فقد وظفت المعالم الوطنية الجزائرية من خلال إدراج رمز الاحتفال بخمسينية الاستقلال، و الرمز المصور للمهرجان ووزارة الثقافة، بالإضافة إلى ما سبق الحديث عنه حول اللغة الأمازيغية كمقوم وطني.
الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة يمكن الخروج بجملة من النتائج، أهمها:
- بما أن الأبحاث الخاصة بالثقافة البصرية قليلة، فإن هذا يدعو إلى أهمية استثمار المقاربة البلاغية السيميائية بشكل عام، كإستراتيجية مقترحة في قراءة النص البصري (الصورة) تنمية لحس أو موهبة تأويل الدلالات الرمزية المضافة إلى المعاني الظاهرية (التعيينية)، في عصر الثورة الإعلامية والتواصلية، التي تستدعي اليقظة نُجاه كل ما يتلقاه الفرد من خطابات.

- نص الرسائل البصرية-ومنها الملصقات الإشهارية المسرحية- يبقى دائما مفتوحا على قراءات عديدة تبعاً لاتباء القارىء أو المحلل والمنطلقات السوسيوثقافية له.
- الصور الإشهارية تلتزم باليات متعارف عليها، متمثلة في الجوانب اللسانية والتشكيلية والأيقونية، بعدها الحامل للدلالات المبتوثة في الرسائل البصرية، وهي آليات بلاغية كونها تؤدي وظيفة الإقناع، ولها أبعاد إيدولوجية تسترعي الانتباه والتعنى.

¹ عبد الله أحمد بن عتو، الإشهار بنية خطاب وطبيعة سلوك، مجلة علامات، مجلة ثقافية محكمة، تعنى بالسميائيات والدراسات الأدبية الحديثة والترجمة، المغرب، العدد 18، 2002، ص ص 5-6 بتصرف.

- ² محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2008، ص 95.
- ³ محمد الولي، بلاغة الإشهار، مجلة علامات، مجلة ثقافية محكمة، تعنى بالسميائيات والدراسات الأدبية الحديثة والترجمة، المغرب، العدد18، 2002، ص 65.
- ⁴ محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، ص 96.
- ⁵ محمد خاين، العلامة الأيقونية والتواصل الإشهاري، أعمال الملتقى الدولي الخامس "السمياء والنص الأدبي"، 2008، بسكرة.
- ⁶ ينظر: Louis Porcher, Introduction a une sémiotique des images, éd, Crédif, 1987, p193