# عناصر الشكل و آثارها على الدلالة في الرسالة السمعية-البصرية

**بـولـوداني ســهام .د**

**جـامعة بـاجي مختار – عنابة-**

**Résumé :**

Le message audiovisuel, et comme tout message produit par le processus de l'information et de la communication, est un discours social issue de la pratique social, et au delà de son sens il détermine des rôles, des positions, cristallise des attentes, autant qu'il induit des modes de représentation et d'accès à la connaissance.

Dotée d'une grande force sur le récepteur, le message audiovisuel prend de l'ampleur devant l'auditif, l'écrit et même l'électronique. De ce fait les études en communication se sont penchées, dés le départ, sur la question du sens en traitant des problématiques tournant autour des questions comme :

- Qu'est-ce qu'on dit ?
- Qu'est-ce que cela veut dire ?
- Qu'est-ce qu'il représente ?

Les éléments de forme dans le message audiovisuel sont d'une importance qui ne peut être réduite à la seule présentation (dénotation) de l'objet.

Et de là problématique suivante :

- Comment les éléments de forme affectent-ils la signification dans le message audiovisuel ?

**- مقدمـة :**

تعتبر الرسالة السمعية البصرية كأهم مخرجات الاتصال السمعي البصري خطابا اجتماعيا (وهو حال الرسالة المتنقلة عبر المكتوب و الشفهي أيضا) ، وهي كذلك (أي خطابا اجتماعيا) لأنها، و بغض النظر عن دلالاتها و المعاني التي تحركها، فهي تحدد الأدوار و المواقع للفاعلين في عملية الاتصال السمعي-البصري؛ المرسل و المتلقي على حد سواء. و الرسالة السمعية البصرية كخطاب اجتماعي تعكس أيضا حاجات و توقعات طرفي العملية الاتصالية، و أكثر من هذا فهي تضع أنماطا للتمثيل و الوصول إلى المعرفة.

وتكتسي اليوم الرسالة السمعية-البصرية الأهمية الأكبر أمام المسموعة منها أو المكتوبة أو حتى الإلكترونية، لما تختص به من قوة في الوصول إلى المتلقي و التأثير عليه، و لهذا فقد انصبت الدراسات الإعلامية، ولا زالت، على كشف خبايا الدلالة و قراءة ما بين سطور الرسالة الإعلامية عامة و السمعية البصرية خاصة، لتتمحور الإشكاليات العلمية المتعلقة بالرسالة حول البحث عن : - ماذا يقال ؟ أو – ماذا يقصد من هذا ؟ - ما معنى هذا ؟ - ما الذي يمثله؟...

و قد أظهرت الدراسات على اختلاف انتماءاتها الإبستمولوجية و تطبيقاتها أن دلالة الرسالة السمعية البصرية لا تكمن في عناصر المضمون فحسب، و لكن و في المقابل فإن عناصر الشكل هي محددات أساسية لدلالة عناصر المضمون، فالأولى هي التي تتحكم في تقديم الثانية و تضفي عليها التمثيلات و المرجعيات التي تبني، في النهاية، دلالتها.

وعليه تتعلق إشكالية هذه الدراسة بالبحث في الدلالات التي يمكن أن ترتبط باستخدام معين للعناصر الشكلية في الرسالة السمعية البصرية.

## أولا: إشكالية منهج التحليل في البحث عن الدلالة:

تختلف منهجية البحث عن الدلالة في الرسالة السمعية البصرية بمكوناتها الثلاث : الصورة ، الصوت و اللغة ، و تصنف هذه الاختلافات ضمن اتجاهين علميين أساسيين :

**-الاتجاه الأول : التحليل الكمي** : و هو أسلوب علمي يعتمد أساسا على تحديد فئات يمكن أن يصنف المضمون الإعلامي فيها حيث تعكس بطريقة موضوعية و فعالة هذا المضمون و تعبر عن جميع عناصره و مكوناته. **(1)**

إن تحليل المضمون الكمي يسمح بالكشف عن الأهداف المختلفة لمحتوى الرسالة و رموزها من خلال مسح كيفية استخدام هذه الأخيرة و الأشكال التي تتخذها و المعاني التي تعكسها ، و

يمكن تحليل المضمون من اكتشاف حقائق الاتصال، فهو يتعامل مع المضمون الظاهر للاتصال (**2**).

و يقوم هذا الاتجاه العلمي، في سعيه للكشف عن دلالة المحتوى الاتصالي، على مسح فئات للشكل ثم فئات للمضمون، وإذا تعلق الأمر بالرسالة السمعية البصرية فإن هذا الأسلوب يبقى غير كافي لما يميزه من قصور في القدرة على كشف المعنى العميق لمكونات هذه الرسالة خاصة منها المتعلقة بالشكل، حيث يكتفي بوصف مظهرها، ومن ثم تكميمها، أي الاعتماد في استخلاص أثرها على المضمون و الدلالة على قياس كميات وجودها في الرسالة.

**-الاتجاه الثاني: التحليل الكيفي** : ويرتكز أساسا على التحليل السيميولوجي والذي بدوره أنتج مدرستين في البحث عن الدلالة واكبت التطور الحاصل في الأنظمة اللغوية، وهما :

- المدرسة السوسورية (نسبة إلى مؤسس السيميولوجيا الفرنسي دوسوسير): وهي مقاربة علمية تتعامل مع كل رسالة إعلامية كنظام لغوي و نسق، ,و ترى بأنه يمكن تطبيق قواعد التحليل اللساني حتى على الرسالة السمعية البصرية، حيث تعتبر هذه المقاربة أن المعنى كامن داخل الرسالة وهو نتيجة للنسق الذي تشكله عناصرها وكيفيات ارتباطها ببعضها البعض.[3]

- مدرسة ما بعد دوسوسير: وعلى رأسها المدرسة البراغماتية أو البيرسية (نسبة إلى بيرس مؤسس هذا الاتجاه العلمي في السيميولوجيا )، وتعتبر هذه المدرسة أن المعنى يتم كشفه من خلال وضع الرسالة في سياقها والرجوع إلى المتلقي كمؤول للرسالة[4] ومنتج للمعنى من خلال تفاعله مع هذه الأخيرة.

ومهما اختلفت منهجيات البحث عن دلالة الرسالة السمعية البصرية وتطورت تبقى عناصر الشكل أهم أدوات التأثير وتمرير الدلالة لأنها خفية وتعد أقصر طريق إلى لاوعي المتلقي، والذي تضعف استعداداته للمقاومة أمامها، فهو يستوعب معانيها من دون الانتباه إليها وإلى فاعليتها في التوجيه والاختيار...

## ثانيا: عناصر الشكل ودورها في تحديد الدلالة في الرسالة السمعية البصرية :

تعتبر الرسالة السمعية-البصرية نصا يتأثر بناؤه الدلالي بالمعاني التي تحملها العناصر التعيينية للغة الفيلم السمعي– البصري، وتبعا لاختلاف عناصر التعيين واستخداماتها تختلف معاني وإيحاءات عناصر التضمين.

وفي حين تكون للعناصر الشكلية للنص الفيلمي هذه الأهمية في تحديد المعنى تظهر بالنسبة للمشاهد أنها موضوعية وحيادية دون أن ينتبه إلى أن هذا المضمون السمعي – البصري الذي يتعرض له قد تم تحديده مسبقا و بطريقة ذاتية من طرف المرسل من خلال اختيار الكادر(*) الفيلمي، زاويا التصوير ونوع اللقطة – الإضاءة – العلاقة بين الصوت و الصورة – الموسيقى ونوع الصوت في الفيلم – تركيب الفيلم...

كما أنه من الصعب على المتلقي كشف خبايا ونوايا الشكل بقدر ما يمكنه ذلك بالنسبة للمضمون، حيث، وفي أحسن أحوال التعرض، قد يتساءل المتلقي عن ماذا يراد بعناصر المضمون، لكن قلما يتساءل لماذا يصور أو يقدم بهذا الشكل.

ونحاول هنا عرض هذه العناصر المرتبطة بشكل الرسالة السمعية-البصرية ودورها في إضفاء معاني وإيحاءات معينة على المضمون.

**أ. الكـادر الفيلمـي:** إن الكادر الفيلمي هو ذلك الإطار الذي يحدد الفضاء أو المنظور فيما يشاهد المتفرج، حيث يسمح لهذا الأخير بتحديد حجم ومجال الرؤية. والكادر باعتباره يضع حدودا للفضاء المنظور، فهو يعيد تشكيل الواقع من خلال التركيز على جزء من الحقيقة، إذ يشد المتفرج إلى بؤرة انتباه معينة تتفق مع أهداف المرسل، حيث أن بؤرة الرؤية والانتباه هي من أهم عوامل تحديد الدلالة فيما نرى.

فأهم شيء بالنسبة للكادر هو ما يحتويه، حيث يظهر العناصر الضرورية التي يريد المرسل إيضاحها.

و إذا كانت الصورة أو اللقطة هي الجزئية الأساسية في اللغة السينمائية والسمعية – البصرية عامة، وهي التي يترتب عليها تكوين المشاهد أيضا، فيمكن القول أن الكادر وما يحتويه من دلالات، يعتبر الوحدة الأولى في تكوين الجملة السينمائية والفيلمية.

كما يمكن حصر أهمية الكادر، من خلال استعراض أهميته في عرض المعاني الحسية، فهو أداة للدلالة على إحساس نفسي كالتمني أو الحلم بمستقبل أفضل مثلا، أي مالا يراه المتلقي في المنظور المادي ولكن يتفهمه من خلال المحاولات العديدة التي يقوم بها كل من الكاتب (كاتب النص) والمخرج (القائم على توظيف مقومات الشكل الفني للأداء لخدمة النص) للتعبير عن هذه الأحاسيس غير المرئية.(5)

كما أن التطور المادي والتكنولوجي وتراكم الخبرات والممارسات في مجال الصناعة السينمائية والتلفزيونية قد سمح بتوفير أدوات لتجسيد المعاني والأحاسيس بأسلوب مادي، حيث يمكن اليوم التعبير عن ما هو غير مرئي بما هو مرئي، ولم تتوانى الصناعة السمعية-البصرية عن الاستفادة من كل هذا في سبيل تحقيق الفعالية المرجوة من كل نشاط مرتبط بها كصناعة الإشهار أو الدراما أو حتى المادة الإخبارية.

وبصفة عامة يتحدد المنظور داخل الكادر الفيلمي من خلال عاملين أساسيين هما:

- حجم اللقطة.
- زاوية التصوير.

**أ.1. حجـــم (*) اللقطـــة:** إن لكل لقطة تلفزيونية حجم معين، ويصنف هذا الحجم ضمن مجموعة من المسميات يتفق عليها المختصون، خاصة منهم المهنيون اللذين يشتغلون في مجال صناعة الأفلام وأهمهم المصورون والمخرجون. "وتختلف هذه التسميات من رؤيا إلى أخرى، ويتبلور حجم اللقطة عندما يأخذ الكادر الصورة شكلا خاصا يضم العناصر المراد وجودها لتؤدي رؤى ووظائف وجماليات معينة".[6]

ففي السينما مثلا يستخدم المخرجون اللقطات الطويلة أو البعيدة لإبراز جماليات الواقع، والتي تظهر في السينما ببروز واضح رغم اتساع الفضاء المنظور ضمن الكادر، وذلك بحكم نقاوة الصورة في السينما وشدة وضوحها وكبر الشاشة عما هو في التلفزيون حيث يلاحظ اللجوء أكثر إلى الصور القريبة حتى لا تضيع التفاصيل في جزء غير مرئي من شاشة صغيرة.

وتختلف تسميات اللقطات حسب الأحجام التي يتضمنها الكادر الفيلمي أحيانا من مخرج إلى آخر أو من مدرسة فنية سينمائية إلى أخرى، "وقد نتج هذا الأمر من واقع الاستخدام لتلك الأحجام في تحقيق المعرفة والإشارات والرموز لتأسيس التقاليد التي تنجز العمل دون عناء أو إشكاليات فهي مسميات وجدت مع وجود الصورة المتداولة في العمل السينمائي والتلفزيوني، حيث إنها تتردد وبشكل كبير للغاية خلال العملية الإبداعية، الأمر الذي أدى إلى ظهور هذه التسميات لتصبح ذات استخدام عالمي".[7]

إن التحكم في عملية إنتاج الفيلم السمعي البصري لا يقتصر على معرفة تسميات أحجام اللقطات بل يجب أن يتعداه إلى إدراك المعاني والدلالات التي يمكن أن يؤديها كل حجم و بالتالي كل كادر فيلمي.

لقد ساهمت المقترحات النظرية التي قدمها Christian Metz في كتابه Essais sur la signification au cinéma (1968) في توضيح المفهوم العلمي والعملي للقطة، والتي ما زال العمل بها إلى اليوم، حيث حمل هذا التوضيح معنيين، حيث يمكن أن تحدد وفق الحيز المكاني أو الفضاء الذي تحده، أو أن يكون لها قيمة زمنية حيث تتبع مدة دوران الكاميرا وعملها و لا يؤخذ إلا بالمقاطع التي تم الحفاظ عليها في عملية التركيب.

ومع أن هناك عدة تقسيمات للقطات حسب حجمها و كادرها إلا أن هناك اتفاق علمي ومهني على أن أهمها ثلاثة وكل الأشكال الأخرى هي منبثقة منها وهي:[8]

1. اللقطة العامة أو البعيدة.
2. اللقطة المتوسطة.
3. اللقطة القريبة.

ويعد الإنسان هو معيار هذا التحديد بمعنى أن الحجم المحدد هو جزء من الإنسان والحيز الذي يتواجد فيه.

ويرتئي البعض إلى وضع تفصيلات عديدة لهذا التصنيف الأساسي، إلا أن الأكثر انتشار وتداولا فيضم:

1. **اللقطة العامة** Plan général:تضم مجموع الحيز ككل الذي يظهر فيه الشخص.
2. **اللقطة المتوسطة** Plan moyen: تضم الشخص و محيطه القريب.
3. **اللقطة الأمريكية** (*) Plan américain: تظهر الشخص من مستوى الركبتين.
4. **اللقطة المقربة** Plan rapproché: تظهر الشخص من مستوى الصدر.
5. **اللقطة القريبة جدا** Gros plan: تظهر الوجه فقط.

إن اختيار اللقطات في صناعة الفيلم يعكس الرغبة في إقامة أشكال للاتصال من طرف المرسل.[9] ويتفق هذا المبدأ مع أهداف صناعة الفيلم التلفزيوني، حيث يحدد كادر اللقطة نوع الاتصال المراد إقامته بين المرسل في توجهه إلى المتلقي (حيث أن الاتصال السمعي البصري يتم دائما تقييمه بمقارنته مع الواقع، وذلك من ناحية القرب أو البعد، حيث أن القرب أو البعد من مجال المتلقي يدخل في صميم الاتصال الإنساني وتحديد تأثيراته.

لذلك تحدث الأحجام المختلفة للقطات تأثيراتها على الدلالة في الفيلم التلفزيوني كما يلي:[10]

1. **اللقطة العامة واللقطة المتوسطة:** يؤكد هذين الحجمين على العلاقات الداخلية للصورة، حيث تدل على علاقة الشخصية مع محيطها، وبتعبير آخر هي ذوبان اللغوي في المرئي.
2. **اللقطة الأمريكية، المقربة والقريبة جدا:** تعطي هذه الأحجام أهمية للشخصية وخطابها سواء كان حركي إيمائي أو لغوي، كما تساهم في إضفاء الواقعية على الشخصية وقدرتها على تكوين علاقة قوية بينها وبين المتفرج، لأنها في هذه الحال يقارب حضورها في الشاشة الحضور الواقعي.

يقوم المخرجون والقائمون على صناعة الفيلم بتوفيق البعد الذي تتخذه اللقطة مع نوع الخطاب والاتصال الذي يريدون إقامته مع المتلقي.

وقد صنف الباحثون أربع أبعاد تتخذها العلاقات ما بين الأشخاص، وهي: البعد العام، البعد الاجتماعي، البعد الشخصي، البعد الحميمي.

وتحاول لغة الفيلم التلفزيوني إعادة تجسيد هذه الأبعاد بما تحدثه من آثار على المعنى من خلال البعد الذي يعكسه الكادر الفيلمي، حيث تتوافق اللقطة العامة واللقطة المتوسطة مع البعدين الأولين، أما اللقطات الأمريكية والمقربة والقريبة جدا فتتوافق مع البعدين الأخيرين ويتوافق مع هذا التلفزيون ليصبح وسيلة حميمية ذات أثر كبير على العلاقات الاجتماعية.[11]

وبسبب المساحة المحدودة لشاشة التلفزيون تستخدم لغة هذا الأخير اللقطات القريبة أكثر حتى تكون حميمية مع المشاهد في بيته و بالتالي أكثر تأثيرا.

- ✓ **حجم اللقطة وحركة اللقطة:** إن للقطة حركة أيضا، ومن أهم حركاتها "الزوم" Zoom وهو نوعان إلى الأمام وإلى الخلف، ولكل حركة انعكاسها على المعنى والانفعال المراد خلقه من طرف المرسل، وتفيد الحركة الأولى في التقدم نحو الشخصية. وتوطيد العلاقة بها، بينما الثانية فتفيد عزلها ومقاطعة التواصل. ومع التقدم التكنولوجي تزداد مرونة الكاميرا لتستطيع اليوم القيام بالعديد من الحركات السريعة والبطيئة وحتى الدورانية مما يسمح بفرص ضخمة للتعبير والتحكم في الدلالة المراد توظيفها للتأثير في لغة التلفزيون والمنتوج السمعي-البصري عامة.
فالحركة الدورانية مثلا حول الشيء المنظور تفيد في خلق إحساس بالصدمة و الحيرة و العزلة.

**أ.2. زاويـة التصـوير في اللقطـة:** لا تتحدد الدلالة في اللقطة الفيلمية من خلال الحيز أو المجال الذي يأخذه الكادر من الواقع ولكنها تتأثر أيضا (أي الدلالة) بجوانب متعلقة بشكل الفيلم وطرق تصويره، ومن أهمها زوايا التصوير.

إن زوايا التصوير ليست مجرد نقطة تصوّر منها الكاميرا لتعرض علينا واقعا أو مجالا معينا، ولكن التراكمات والخبرة المهنية في مجال الصناعة السينمائية والتلفزيونية أثبتت أن دلالة الواقع المعروض في الفيلم تتغير وفق الجانب أو الزاوية التي يؤخذ منها هذا الواقع، حيث تكسب زاوية التصوير رمزية معينة للمنظور.

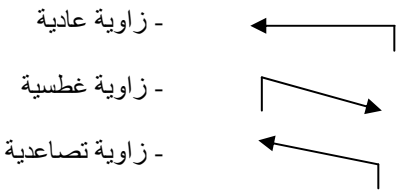
وزاوية التصوير توافق زاوية النظر، حيث أن أكثرها استخداما وأقدمها هي بمستوى النظر العادي وعليه تسمى زاوية بمستوى النظر، والتي كانت شائعة في التصوير الفوتوغرافي والفن التشكيلي.

ومع ظهور السينما بدأت تتحقق مستويات جديدة في زوايا التصوير بحكم الرؤيا التي يضعها المخرج السينمائي في بلورة الموضوع الذي يريد تقديمه، حيث يستخدم زوايا غير تقليدية ومتعددة لتفسير فكرته وطرحها وهو الأمر الذي يدعوه في الغالب أن يفكر بأمور جديدة في الطرح ليتميز عمله وليطرح مزيدا من الجماليات.[12] و من أهم هذه الزوايا المبتكرة بالإضافة إلى زاوية مستوى النظر نجد: الزاوية المرتفعة والزاوية المنخفضة، وتتفرع منهما العديد من المستويات تتوقف على درجة الزاوية التي تؤخذ منها اللقطة.

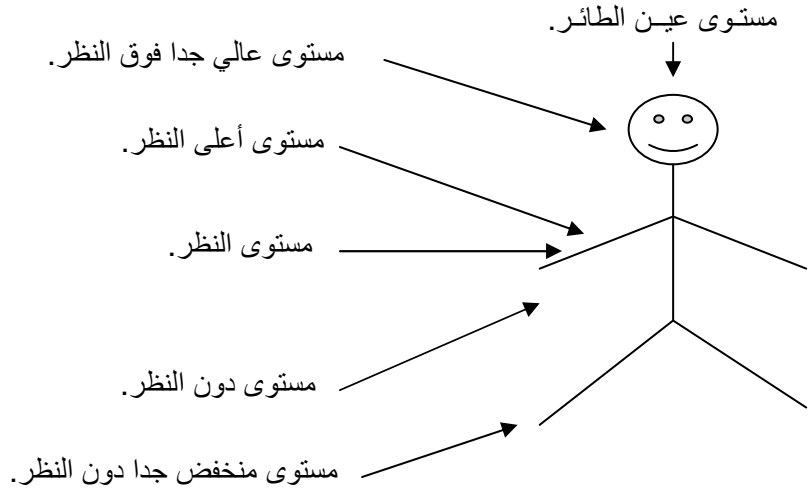
ومع تزاوج هذه المستويات مع حجم الكادر وحركة الكاميرا تكسب المنتوج السمعي – البصري قيمة فنية إبداعية من ناحية الجماليات التي تضفيها، بالإضافة إلى الجوانب التقنية، وقد وصل الإنتاج التلفزيوني والسينمائي إلى أقصى درجات الإبداع في يومنا هذا من خلال هذه الاستخدامات.

ومن أهم المعدات التي تسمح بتنويع زوايا التصوير نجد الرافعة Perche وحتى الطائرات الصغيرة والهيلكوبتر التي تسمح بتوفير زاوية عليا قصوى تسمى بزاوية عين الطائر.(*)

و بصفة عامة تتفرع الزوايا المختلفة من الزوايا الأساسية التالية:[13]




ويوضح الشكل التالي:[14] أهم درجات زوايا التصوير في صناعة الفيلم.




**شكل رقم (13): أهم درجات زوايا التصوير.**

ويؤدي تزاوج حركة الكاميرا مع زاوية التصوير إلى إبداع لقطات مختلفة أهمها:[15]

- ✓ بانوراما عمودية من تحت إلى فوق – بانوراما عمودية من فوق إلى تحت.
- ✓ بانوراما أفقية من اليسار إلى اليمين – بانوراما أفقية من اليمين إلى اليسار.
- ✓ بانوراما عمودية متبوعة ببانوراما أفقية – بانوراما دائرية.
- ✓ تنقل أمامي – تنقل خلفي.
- ✓ زوم أمامي – زوم خلفي.
- ✓ تنقل جانبي – تنقل مصاحب.
- ✓ تنقل دائري – تنقل بانورامي.

ومن زوايا التصوير التي تفيد قوة التقدير للأشياء المصورة هي الزاوية التصاعدية أو العمودية، حيث تعد رمزا قويا للصعود والتطور[16]، وعديدة هي الإعلانات التي تعتمد على هذا الرمز وبأشكال مختلفة، و تتم من خلال إضفاء قيمة العلو على المنتوج المعروض.

والخاصية العمودية هي الاعتماد في تصوير الموضوع، على زاوية عمودية تحقق النظرة من أسفل إلى أعلى، فيكون عادة الرمز لأجل الإيحاء بالارتفاع و الزيادة في القيمة والأهمية للموضوع المعروض في الرسالة السمعية البصرية.

والأعلى أو ما هو عالي هو شيء يكون، عادة، صعب المنال بالنسبة لمن يتطلع إليه و قد يكون مستحيلا أيضا، لكنه في ذات الوقت مرغوب ويثير الاهتمام والفضول، هذه الميزات الأخيرة هي من أكثر الأهداف التي تطمح الرسالة السمعية-البصرية إلى تحقيقها (إثارة الاهتمام ضمن مسار الإقناع).

إن التصوير العمودي هو من أهم التقنيات التي تقدم الإيحاء بالمكانة العالية، التطور، تخطي المنافسين، القوة...

ومن أبرز الرموز التي تؤدي هذه الوظائف في التصوير "الشكل الهرمي بما يمثله الهرم من قيمة حضارية تعدت حدود الدولة المصرية (الحضارة الفرعونية) معبرا عن أقصى درجات الارتفاع والعلو، بالإضافة إلى الجبال والقمم العالية.

أما الزاوية العادية في التصوير فتستخدم بكثرة لأداء وظائف التوضيح ومخاطبة المتلقي خاصة عندما يكون الخطاب عقلانيا.

أما الزاوية الغطسية فعادة ما تستخدم في الإنتاج السمعي-البصري لإظهار الحيرة و القلق أو حتى معاناة الأفراد.

**ب. الصوت في الرسالة السمعية-البصرية:** إن للصوت Son دورا فريدا في الاتصال السمعي-البصري، فعلى عكس الصورة التي تجلب، تحول وتتحكم في حركة أعين المشاهدين، فإن الصوت يصل مباشرة إلى الشعور كما يصل إلى وعي المستهدف حيثما يوجه بصره، فهو محور اتصالي استكشافي[17] ويظهر الصوت عموما في شكلين :

1. الصوت البشري.
2. الأشكال المختلفة للموسيقى والإيقاع والمؤثرات الخاصة.

كما يشكل الصمت أيضا حضورا سمعيا يحدد شكل الرسالة السمعية-البصرية و له انعكاساته الدلالية.

**ب.1. الصوت البشري:** وبدوره يكون حضور الصوت البشري في الرسالة السمعية-البصرية في شكلين أساسيين هما: الكلام والغناء.

ومن الشكل فالصوت البشري إما أن يكون داخلي أو خارجي voix in أو voix off.

فالنوع الداخلي يتجسد من خلال ظهور شخص ما في الفيلم حيث نشاهده وهو يتكلم ونسمعه، ويشيع استخدام هذا النوع في البناء الفيلمي المعتمد على البرهنة

Argumentation والإستشهاد، وتكون في هده الحالة الرسالة مباشرة وصريحة من خلال حضور الشخصيات التي تضفي الواقعية على المنظور.[18]

أما **النوع الثاني** (الصوت البشري الخارجي): فيقوم بوظائف أساسية هي الإرشاد، التوجيه وتحديد المعنى بحيث يعمل على التعليق على الصور بإملاء ما يفترض أن يفكر فيه المتلقي، حيث يقدم البراهين يجعل من معاني الصور لغوية، حتى و لو لم تكن الصور في انسجام، فإن الصوت البشري الخارجي يعمل على جعلها متناغمة وتحمل المعنى الذي يريده المرسل، ويستخدم هذا النوع من الصوت في القالب الحكائي narratif حيث يحمل بعد الإثارة والرومانسية، وهذا النوع من الصوت مهم لدرجة أنه يعد المحرك المنطقي للصورة ويحمل نصها، حيث لا تؤدي الصورة المعنى المرغوب فيه والمحدد إلا إذا كانت مرفوقة بالنص، فهو الذي ينزع عنها خاصية المعنى اللامتناهي حيث صورة من دون نص يمكن تفسيرها بأشكال عدة.[19]

**ب.2. الأشكال الأخرى للصوت:** وتضم الموسيقى والإيقاع ومختلف المؤثرات الخاصة الصوتية.

وللموسيقى أهمية كبرى في الرسالة السمعية-البصرية تمتد إلى حد اعتبارها القاعدة التي تحمل باقي عناصر النوع الاتصالي، حيث يعد أقل ما تفعله الموسيقى هو تفادي انطلاق الصورة والصوت البشري في فراغ فيخلق الوضع بذلك نوع من عدم الارتياح لدى الملتقى.

كما تمكن الموسيقى الرسالة من تحقيق الإثارة العاطفية Emotion لما لها من قدرة على جلب انتباه المشاهد ووضعه في حالة انفعالية عاطفية تمكن، في حالة حسن استخدامها، من تحقيق أهداف المرسل خاصة منها عملية الترسيخ Ancrage بما يسمح بالتذكر.

كما تعمل الموسيقى على تحديد أسلوب الرسالة وبالتالي خلق هوية لها Identité [20]، حيث العديد من الموضوعات معروفة بموسيقاها وأغانيها. وهو ما يسمى بالموسيقى الغلاف Musique enveloppe.

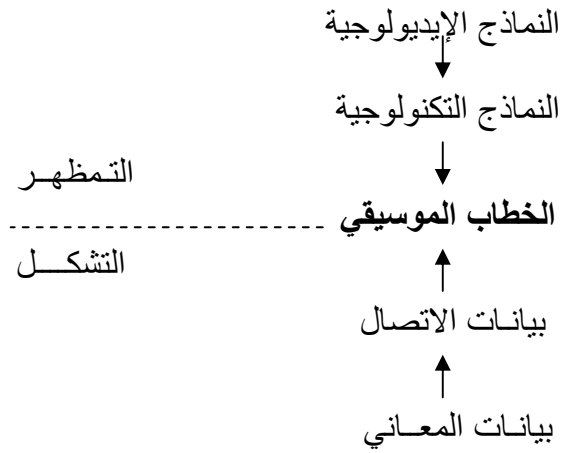
وقد أثبتت العديد من الدراسات أن الموسيقى ناقل فعال للعديد من القيم التي لا يمكن حصرها أهمها: الحيوية، البهجة، الامتياز الكلاسيكي والحنين إلى الماضي، العصرنة، روح الشباب، الرقة والحنان، الموطن الأصلي، الطبيعة، الطفولة، الحزن، الملل، الحيرة، الاكتشاف ...

ولأجل هذا ذهب البعض إلى اعتبارها منتجا إيديولوجيا[21] وهو خطاب يرتبط بثقافة المجتمع بالمعنى الواسع الذي يضم حتى الجانب الخرافي والأساطير و التقاليد ...

ويعتبر السينمائي الأمريكي Charles Morris أن الخطاب الموسيقى ينتمي للطبقات الفرعية للخطاب الفني واعتبره Umberto Eco ذا رمزية عالية، حيث أن في كل مجتمع

مدركات وأنماط تقوم بتقييم الموسيقى حسبها وبالتالي حسب الأذواق الفردية والاتفاقات الجماعية في ذلك المجتمع. [22] وحتى الآلات الموسيقية فلها دلالاتها، فالكمان مثلا يعبر عن الشجن، الرقي...

ويوضح الشكل التالي النماذج والبنيات التي يمكن للخطاب الموسيقي تضمينها والتعبير عنها: [23]




**شكل رقم (14) : تشكل الموسيقى وتمظرها.**

أما المؤثرات الصوتية التي تصاحب الصورة في الفيلم الإعلاني فتستخدم عادة لإضفاء الواقعية على المضمون.

**جـ. تركيب الفيلم والعلاقة بين الصوت والصورة :** إن الإرسال التلفزيوني ما هو إلا تتابع للقطات، ويتحدد زمن اللقطة الواحدة بعد عملية التركيب Montage، حيث يتم تجميع الأجزاء المراد بثها من خلال انتقائها القصدي، وتوازي هذه العملية عملية المزج Mixage الذي يعمل على التوفيق بين الصورة والصوت.

والنتيجة المحققة من هاتين العمليتين لها الأثر الأكبر على المعنى الذي تتخذه عناصر الفيلم، ومعنى هذا الأخير ذاته.

إن المعنى النهائي للفيلم لا يمكن فهمه من خلال دراسة الصوت ودراسة الصورة كل على حدى وهو ما يفسر بنائيا بأنه لا يمكن فهم العنصر إلا من خلال وجوده في بنية.

وتتميز الصورة في الإنتاج التلفزيوني بأنها متعددة وحتى لا متناهية المعنى، حيث تتميز بالإيحائية، وتزاوجها مع الصوت هو الذي يقلص من هذه الميزة ليضع لها المعنى الذي يتم اختياره ويريده المرسل.[24]

إن عملية التركيب تعمل على تحقيق 04 وظائف أساسية:[25]

- ✓ الوظيفة الحكائية (السرد) Narration والتي ترتبط بالوظيفة التعبيرية.
- ✓ الوظيفة النصية (تأسيس اللغة).
- ✓ الوظيفة السيمنطيقية : من خلال إنتاج المعنى.
- ✓ والوظيفة التواترية (الريثمية Rythmique) التي تجعل للعناصر حضورا وترددا معينا.

إن هذا يوضح لنا فضل الصوت على الصورة كمحدد لمعانيها، لكن Christian Metz يظهر أيضا ما للصورة من فضل على الصوت حيث يرى أن التقنيين والمصممين يضعون للصوت مفهوما في صناعة الفيلم، حيث لا يصبح للصوت معنى إلا مع الصورة، لأننا عندما نتحدث عن الصوت فنحن نفكر في الصورة كمصدر له.[26]

لقد أظهرت الدراسات، خاصة منها الامبريقية، في العالم الغربي درجة وأهمية العلاقة القائمة بين الصوت والصورة في كل إنتاج تلفزيوني، ويظهر ذلك خاصة في المسلسلات والكليبات وأيضا الإعلانات لدرجة جعلت الكثير من الباحثين يعيدون النظر في قضية أفضلية الصورة في تحديد المعنى واعتبروا أن التلفزيون هو كعلبة للضجيج « Boite à Bruit »[27] حيث يسمح الصوت بوضع إحالات لمعاني العناصر والمكونات الايقونية. وعليه فالضجيج كعنصر صوتي يعمل على توضيح الأشياء بينما الموسيقى تخلق جوا حول هذه الأشياء.[28]

**د. تأثيرات الإضاءة على دلالة الرسالة السمعية-البصرية:** يعد الإنتاج التلفزيوني من أكثر النشاطات التي تتطلب إضاءة كثيفة سواء كان التصوير داخليا أو خارجيا.

والإضاءة قريبة من الألوان وهي المحدد الأساسي لها حيث تكسبها كثافة معينة لتصبح ألوان قوية أو باهتة، فتجعل لها درجات لذلك يلجأ الإنتاج التلفزيوني إلى الإضاءة الاصطناعية القوية لتحقيق ذلك بواسطة مصابيح Projecteurs، لدرجة أنه لا يمكن تصور العدد الهائل لوسائل الإضاءة التي يتطلبها تصوير مشهد بسيط داخل استديو أو مجال خارجي.

ويتطلب العمل في الإضاءة دراسة علمية جد متخصصة لما تحمله من تقنيات و قواعد. حيث لا يتم وضع مصادرها اعتباطيا ولكن تتم فيه مراعاة كثافة الضوء وانعكاساته على الأسطح وكذا الظلال التي يسببها اتجاه معين للإضاءة.

وتعتبر الإضاءة ما يضمن لنا إدراك الأشياء، وهي التي تحدد لنا نمط هذا الإدراك. وأكثر من هذا فإن الإضاءة ودرجة الضوء الذي يحيط بالأشياء تسمح بظهور هذه الأخيرة بشكل معين، وتسمح بمنحها معنى وهوية بصرية تحدد تأثيراتها.

لذلك يعتبر بعض الباحثين أن دراسة الضوء ودرجته واتجاهاته ضروري جدا لفهم المعاني التي تكتسبها الأشياء بفعل ذلك، وينطبق هذا على العديد من المجالات : البور تريه –الصناعة السينمائية– الإنتاج التلفزيوني ومنه الإعلاني، حيث أن إظهار شيء معين من زاوية معينة يعتمد على تسليط الضوء على الجانب المراد إبرازه، وإضفاء القيمة على الموضوع المعروض من خلال تكثيف الإضاءة عليه، في مقابل التخفيف منها والتظليل على غيره.

كما أن الإضاءة تحمل رمزية كما تحمل قيما سيمنطيقية حسب المجتمعات إذ يمكن تحمل دلالات دينية أو عاطفية انفعالية وحتى عقائدية.[29] وفي مجتمعنا يرتبط النور والضوء من الناحية الدينية بالطهارة ونقاء النفس كما يرتبط بالعلم وانفتاح العقل وعلو المقام وخاصة بوصف الخالق، وهناك العديد من الآيات القرآنية التي تبين قيمة النور والضوء واخترنا قولـه تعالى:

**"الله نور السماوات والأرض مثل نوره كمشكاة فيها مصباح، المصباح في زجاجة، الزجاجة كأنها كوكب دري يوقد من شجرة مباركة زيتونة لا شرقية ولا غربية يكاد زيتها يضيء ولو لم تمسسه نار نور على نور يهدي الله لنوره من يشاء".**[30]

**هـ. رمزية الصمت في الرسالة السمعية-البصرية:** يعتبر السينمائيون أن الصمت في الفيلم السمعي البصري موجود تلقائيا كحامل للعناصر السمعية المختلفة[31] وأن هذه العناصر الأخيرة لا تحمل معناها إلا في ارتباطها مع الصمت كنقيض لها.

وفي مقابل انحسار الصمت في الإنتاج التلفزيوني لازال مستخدما في السينما نظرا لظروف التعرض وحجم الشاشة التي تستوعب المشاهد، ويسمح الصمت بالتعبير عن حالات عاطفية وجدانية معينة كالترقب والسلام...

إن انحسار مساحات الصمت في التلفزيون عامة وتحدد مصيره كعلبة للضجيج يتماشى أساسا مع أنماط التعرض لهذه الوسيلة، حيث أظهرت الدراسات الأمريكية، مبكرا، أن الأفراد وخاصة ربات البيوت يشاهدن المسلسلات فيما يذهبن ويأتين لقضاء أعمالهن المنزلية، لذلك ولأسباب اقتصادية أكثر منها جمالية يتم تقليص الصمت إلى أقصى حد، بحيث ولو لم يشاهد المتلقي الصورة فهو يبقى مشدودا بواسطة الصوت، كما أظهرت البرامج التلفزيونية كنشرات الأخبار والحصص المتنوعة أنها لا تتقبل الصمت، ليتواصل ضجيجها إلى غاية نهايتها.

## خلاصة :

لا يمكن لأي مقاربة علمية أن تصل، ومهما كانت أدواتها البحثية، إلى كشف دقيق لدلالات " ماذا قيل؟ " و الرسالة الإعلامية عامة والسمعية -البصرية خاصة من خلال محاولة فهم . من دون محاولة فهم "كيف قيل" ؟

وبالنسبة للمقاربة السيميولوجية فقد عبرت عن هذا الارتباط بمصطلحي " التعيين" و" التضمين "وقد أظهرت أن الاختيارات التعيينية هي ما يحدد دلالات عناصر التضمين.

وعلى عكس الرسالة الألسنية المبنية على الاعتباطية في العلاقة بين الدال والمدلول (أي بين الشكل والمضمون) فإن اللغة السمعية البصرية لا تحتمل هذه العلاقة : وتبحث دائما عن تقوية علاقة الشبه القائمة بين الدال و المدلول في ظل الحضور الأساسي للصورة في هذه اللغة، والملفت أن الإختيارات المختلفة للعناصر الشكلية في هذه اللغة يحدد دلالات مختلفة لذات الموضوع فالواقع في الرسالة السمعية البصرية يمكن تقديمه بعدة مظاهر ومعاني وفقا لأشكال عرضه.

## الهـوامش :

(1) Massé (Pierrette) : **« Méthodes de collecte et d'analyse de données en communication »,** presse de l'université du Québec,1992,P110

(2) Debonville (Jean) : « **L'analyse de contenu des médias, de la problématique au traitement statistique** », Edition de Boeck, Bruxelles,2006,P10

(3) Meunier (Jean-Pierre) Peraya(Daniel) : **« Introduction aux théories de la communication »,** Edition de Boeck ,Bruxelles,2007,P191.

(4) فايزة يخلف **: سيميائيات الخطاب والصورة** دار النهضة العربية, بيروت,2012,ص57

* يستعمل بعض المختصين كلمة كادر كتعريب مباشر لكلمة Cadre، بينما يرتئي البعض الآخر إلى ترجمتها واستعمال كلمة عربية أصلا وهي محدد أو إطار.

( 5) : - نسمة البطريق، **الدلالة في السينما والتلفزيون في عصر العولمة**، دار غريب، القاهرة، 2004، ص191.

* هناك من يسمي "حجم اللقطة" و آخرون "سلم اللقطة" كترجمة مباشرة من اللغة الفرنسية Echelle de plan.

(6) - عبد الباسط سلمان **: "سحر التصوير : فن و إعلام"**، الدار الثقافية للنشر، القاهرة 2005، ص 107.

(7) - عبد الباسط سلمان، نفس المرجع ، ص108.

(8) – عبد الباسط سلمان، نفس المرجع، ص 112.*

* سميت باللقطة الأمريكية لأن استخدامها جد شائع في أفلام الغرب الأمريكي حيث يتم تصوير الشخصية في اللقطة (راعي البقر) من مستوى الركبتين والهدف هو إبراز سلاحه (المسدس على الخاصرة) في بؤرة الانتباه للكادر، وهذا في المواجهات داخل الفيلم.

(9) - Viallon (Philippe), **l'analyse du discours de la télévision**, col « que sais-je », ed PUF, Paris, 1996, P75.
(10) – Viallon (Philippe), OPCIT , P 73

(11) -Wolton (David) : **« Eloge du grand public, un théorie critique de la télévision »**, Paris, Ed FlaAmmarion, 1990,P 320.
. (12) - عبد الباسط سلمان، مرجع سابق، ص 118

* سميت كذلك لأنها تعادل مستوى رؤية الطائر المحلق في السماء حيث تلتقط المنظور من مع السطح.°زاوية 90

(13) محمود ابر اقن: **''التحليل السيميولوجي للفيلم''**، ترجمة أحمد بن مرسلي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2006، ص 150.

14.120)– عبد الباسط سلمان، مرجع سابق، ص(

( 15) - محمود ابراقن: مرجع سابق، ص 150 .
( 16) - Sauvageot (Anne) : **« Figures de la publicité, figures du monde »**, PUF, Paris, 1987, P43.

( 17) - Joannis (Henri), OPCIT, P 182.
( 18) - Viallon (Philippe),OPCIT, P 44.
( 19)- Hock (Léo.H) et Meerhoff (Kees) :**« Rhétorique et image »**, édition Rodop, Amsterdam, 1995, P5.
( 20) - Joannis (Henri), OPCIT, P 184.
(21) - Tarasti (Eero) : **« Sémiotique musicale »**, Collection 'nouveaux actes sémiotiques', Edition Pulim, Paris, 1995, P32.
( 22) - IBID, P31.
( 23) – IBID, P 32.

( 24) - Viallon (Philippe), OPCIT, P87.
( 25) – IBID, P 88.
(26)- Metz (Christian) : **« Essais sémiotiques »**, Edition klinckseick, Paris, 1977, P158.

(27)– Sorlin (Pierre) , **« Esthétique de l'audiovisuel »**, édition Nathan université, Paris, 1992, p167.
(28)– Sorlin (Pierre), opcit, p112

(29)- Renoue (Marie) : **« Approches sémiotiques de la couleur et de la lumière »**, in métiers de la sémiotique, Edition Pulim, Limoges, 1999, P86.

( 30) - قرآن كريم، سورة النور، آية 35.

(31 ) - Viallon (Philippe), OPCIT, P49.