

اختبار نهاية الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي ٢٠١٣/٢٠١٤
مقرر: علم الدلالة
الفرقة: الأولى
قسم: الإعلان
الزمن: ٢ ساعة
درجة الاختبار: ٤٥

أجب عن الأسئلة التالية

السؤال الأول : (١٠ درجة)

كان لانتشار اللغة المشتركة بين مختلف طبقات المجتمع أهمية كبرى فى انتشار نظام موحد بهدف الوصول بالمعلومة إلى كل المجتمع ...
فى ضوء العبارة اشرح أهمية لغة الشكل؟ مع ذكر دور العلماء فى تطويره؟

السؤال الثانى : (٥ درجة)

" أن العالم مشبع بالعلامات إن لم يكن مصنوعاً منها بكامله " "بيرس"
والإنسان طوال الوقت إما منتج لهذه العلامات أو مفسر لها ، وهذا ما يؤكد أهمية دراسة العلامات. وضح ذلك مع ذكر تقسيم "بيرس" للعلامات؟

السؤال الثالث : (١٠ درجة)

تحدث عن كيفية استخدام الصيغ البلاغية فى الإعلان ، مع ذكر أمثلة؟

السؤال الرابع : (١٠ درجة)

أكتب العلامة (صح) أمام الإجابة الصحيحة والعلامة (خطأ) أمام الإجابة الخاطئة :

- ١ . يقوم مصمم الإعلان بنقل المعانى إلينا عن طريق مجموعة من العلامات المرئية , لذلك فإن المهم دراسة علم الدلالة الذى يبحث فى الكيفية التى تؤدي بها العلامات وظيفتها ()
 - ٢ . تشارلز بيرس طور علم الدلالة و أصبح ما يعرف بالسيمبولوجيا و إهتم باللغة اللفظية بشكل خاص
 - ٣ . إحتل اللون الأسود المرتبة الأولى بنسبة ٧٥% للألوان الأكثر إستخداماً فى أعلام دول العالم وذلك لإرتباطه بالبطولات والتضحية ويحمل معنى الإجلال و الإكبار ()
 - ٤ . تشارلز موريس إهتم بثلاث جوانب للعلامة (البراجماتيك – السيمانتيك – السينتاكترك) ()
 - ٥ . لا تأتى العلامة بمفردها ، وإنما تكتسب قيمتها من التعارض والتقابل مع العلامات الأخرى ()
- إنتهى .. وبالتوفيق

السؤال الاول : (١٠ درجة)

كان لانتشار اللغة المشتركة بين مختلف طبقات المجتمع أهمية كبرى فى انتشار نظام موحد بهدف الوصول بالمعلومة إلى كل المجتمع ...
فى ضوء العبارة اشرح أهمية لغة الشكل ؟ مع ذكر دور العلماء فى تطويره؟

كان لانتشار اللغة المشتركة بين مختلف طبقات المجتمع أهمية كبرى فى انتشار نظام موحد بهدف الوصول بالمعلومة إلى كل المجتمع ، وتعتبر لغة الشكل من أهم وسائل الاتصال المرئى لنقل المعلومة فهى الوسيط ذو الوظيفة نعنى بهذا أن تكون ذات معنى معين ومحدد بالنسبة للرأى وهنا يلعب الجانب الاجتماعى والمعنى أو الدلالة المحملة بها الشكل دوراً رئيسياً وهاماً فى حياتنا اليومية.

وقد لاحظ عالم الدلالة " بيرس " أن الشكل (الصورة) دلالى والصورة الفوتوغرافية خصوصاً الصور الفورية دليل قوى على ذلك لأننا نعرف أنه فى حالات معينة فهى تشبه الأشياء التى تمثلها أو تدل عنها ، لذلك فإن جميع الأشكال التى تصور فوتوغرافياً تعتبر دلالية كما قد تكون رمزية ، أما عن العلامات والرموز الشكلية فقد وجد أنهما يتكونا من : المعنى المعبر : أى الشكل الذى تأخذه العلامة الشكلية ، المعنى المعبر عنه : أى المفهوم الذى تمثله .

ويقوم مصمم الإعلان بنقل هذه المعانى إلينا عن طريق مجموعة من العلامات المرئية التى ندرك منها ما يريد قوله لنا ، لذلك فإن من المهم دراسة علم الدلالة (أو العلامات) الذى يبحث فى الكيفية التى تؤدى بها العلامات وظيفتها .

وهناك رائدان لهذا العلم أولهما الفيلسوف الأمريكى

" تشارلز بيرس Peirece (١٨٣٩-١٩١٤) " الذى طوره

باسم السيميوطيقا Semiotics والثانى هو عالم اللغويات

" السويسرى فريديناندى سوسير Saussure (١٨٥٧-١٩١٣) " والذى طوره باسم

السيميولوجيا Semiology واهتم فيه بشكل خاص باللغة اللفظية .

السؤال الثانى : (٥ درجة)

" أن العالم مشبع بالعلامات إن لم يكن مصنوعاً منها بكامله "

"بيرس" والإنسان طوال الوقت إما منتج لهذه العلامات أو مفسر لها ، وهذا ما يؤكد أهمية دراسة العلامات. وضح ذلك مع ذكر تقسيم "بيرس" للعلامات؟

ويقول "بيرس" أن العالم مشبع بالعلامات إن لم يكن مصنوعاً منها بكامله " الأمر الذى يعنى أن أى شئ نراه ربما يمثل شيئاً آخر غيرهِ ، والإنسان طوال الوقت إما منتج لهذه العلامات أو مفسر لها ، وهذا ما يؤكد أهمية دراسة العلامات.

تقسيم "بيرس" للعلامات :

وقد قسم " بيرس " العلامات إلى ثلاثة أنواع :

- ١- الأيقونة **ICON** وهى علامة تشبه الشئ الذى تمثله لذا فإنه من السهل تفسيرها ، ولذلك تستخدم العلامات الأيقونية فى المطارات والمنشآت الدولية حيث تتعدد اللغات اللفظية للمتحدثين عليها بحيث يصعب مخاطبتهم جميعاً بلغة واحدة ، بينما يسهل على أى شخص تفسير العلامات التى تعنى دورة مياه أو التليفون أو باب الخروج مثلاً. إذا فالعلامة الأيقونية **Iconic Sign** : العلامة التى تبين مدلولها عن طريق المحاكاة، مثل صور الأشياء، والرسوم البيانية، والخرائط، والنماذج ، والمجسمات.
- ٢- العلامة الإشارية **Indexical Sign** : العلامة التى تشير إلى مدلول لعلاقة تلازمية، مثل الدخان فى دلالاته على وجود النار، وآثار الأرناب والحبارى فى دلالاته على وجود هذه الحيوانات، وآثار المجرم فى دلالاتها على تورطه فى جريمته، الحبوب التى تظهر على الجسم عند المصاب بالحصبة أو الجدري.
- إذا فالمؤشر **Index** هى علامة ترتبط منطقياً بما تمثله حيث يمكن إلى سبيل المثال استنتاج وجود النار من وجود الدخان ، وهذا الارتباط بينهما قائم على خبراتنا السابقة .

- ٣- الرمز: **Symol** : العلامة التى تفيد مدلولها بناء على اصطلاح بين جماعة من الناس، مثل: إشارات المرور الضوئية، وعلامة صح √ وعلامة خطأ X وعلامات الموسيقى ♪ و مفردات اللغة مثل: شجرة، حصان، كتاب، صدق، قتل. وأصوات الأبواق والأجراس إذا فالرمز **Symbol** وهو العلامة التى لها معنى متفق عليه بينما لا يوجد ارتباط منطقى بين هذا المعنى وذلك الرمز ، فهو شئ قد تعلمناه ولم نستنتجه .

ويمكن عقد المقارنة بينهم فى الجدول الآتى :

نوع العلامة	الأيقونة	المؤشر	الرمز
تحقق المعنى عن طريق	التشابه	العلاقة السببية	الاصطلاح
مثال لها ..	الفوتوغرافيا	الدخان / النار	العلامة التجارية
ما يقوم به المفسر ..	التعرف	الاستنتاج	التعلم

وبفينا هذا التقسيم فى فهم عمليات الاتصال البصرى ، فعلى سبيل المثال يتعرف التلاميذ على الحيوانات البرية من صورها دون رؤية الحيوانات نفسها ، ويرى الطبيب الباطنى الأعراض (وهى علامات إشارية) فيستنتج المرض المسبب لها ، وهناك أيضاً التأثير العاطفى للرموز على الناس على سبيل المثال : الأعلام الوطنية ، الرموز الدينية كالصليب والهلال ونجمة داود ، شعارات الأندية الرياضية .

السؤال الثالث : (١٠ درجة)

تحدث عن كيفية استخدام الصيغ البلاغية فى الإعلان ، مع ذكر أمثلة؟

استخدام الصيغ البلاغية فى الإعلان

تقوم هذه الصيغ البلاغية بوظيفة مهمة بالنسبة لمشاهد الصورة الإعلانية تتراوح بين تكثيف Condensation دلالة الصورة أو إحلال Displacement الرمز محل أشياء أخرى بدلاً من عرضها بذاتها ، وذلك كما سبق أن ذكرنا من أجل إبراز المعنى الذى لا تكفى الدلالة المباشرة للعلامة لتوضيحه ، ونفصل هذه الوظائف على النحو الآتى :

١- التجسيد Visualization : أى جعل المعنوى والمجرد متجسداً فى صورة مرئية .

٢- التوضيح Explanation : الإشارة إلى شئ غير معروف بشئ معروف .

٣- الإيجاز Concision : حيث ينوب الرمز عن الشرح الطويل أو الوصف المسهب.

٤- الإحلال Displacement : حيث نتقضى التعرض لأمر حساسة بإحلال الرمز محل الشئ الذى لا يصرح مثلما نرى به فى.

ونستعرض فيما يلى هذه أنواع هذه الصيغ التى يمكن أن تتضمنها الصورة الإعلانية

:

١- التشبيه Simile : هو تصوير علاقة بين السلعة (أو الموضوع) وبين طرف آخر تقوم على وجه شبه أو صفة مشتركة كما هو المقابل عندما وجد المصمم بين السلعة وبين الانتعاش.



٢- الاستعارة Metaphor : هى أيضاً ضرب من التشبيه ولكن أحد طرفى العلاقة (السلعة مثلاً) يكون غائباً بينما يتخذ الطرف الحاضر هيئة الطرف الغائب، مما يلفت النظر بقوة إلى التطابق بينهما كما هو فى المقابل عندما استعار المصمم أجهزة الأبل ماكنتوش باللوجو الخاص بالشركة للتعبير عن مدى التكنولوجيا والتطور فكان وجه التطابق هو قوة التفكير .

٣- الكناية Metonymy : وتعنى استبدال السبب بالنتيجة كعرض الأثر أو الأعراض للإشارة إلى السبب فيها (كما نستدل من انتشار الحبوب الحمراء في وجه الطفل على وجود الحصبة) ، وفي الإعلان نعرض " النتيجة " كدليل على فعالية السلعة.

٤-المجاز Synecdoche : وهنا يستخدم المصمم علامة لتستدعي إلى الذاكرة مفهوماً لا لأن هناك وجه شبه مشترك مع السلعة (كما في التشبيه والاستعارة) ، وليس لأن هناك علاقة تلازم بينهما (كما في الكتابة) ولكن لوجود علاقة أخرى بينهما هي علاقة الجزء بالكل ، فالجزء يمثل الكل مثلما تمثل العينة المجتمع كله ، وكما تمثل قطرة من الماء مفهوم المياه عموماً .

كجعل الأسد رمزاً للشجاعة والثعلب رمزاً للمكر والثعبان رمزاً للشر والحمامة رمزاً

للسلام ... الخ .



٥- المفارقة Irony : تستخدم الدلالة المباشرة في هذه

الصيغة للإشارة إلى المعنى العكسى لها ، مثلما تقول

(أحب هذا الشيء) بينما تعنى أنك تكرهه على سبيل

السخرية

إعلان ثابت عن مكرونة Panzani : مصورة في

شبكة بها مكرونة، بعض طماطم ، بصل، فلفل، فطر، في لون أصفر و أخضر على

خلفية حمراء، لإعطاء الإيحاء أن المنتج طازج مثل الخضروات المجاورة له ، ووجوده

في الشبكة لإعطاء الإيحاء أن المتسوق عائد حالا من السوق.

السؤال الرابع : (١٠ درجة)

أكتب العلامة (صح) أمام الإجابة الصحيحة والعلامة (خطأ) أمام الإجابة الخاطئة :

١ . صح

٢ . خطأ

٣ . خطأ

٤ . صح

٥ . صح