Al-Academy Journal
Issue 123
Journal homepage: https://jcofarts.uobaghdad.edu.iq
ISSN(Online) 2523-2029/ ISSN(Print) 1819-5229
DOI: https://doi.org/10.35560/jcofarts1810

The Duality of Signifier and Signified and Its Reflections in Graphic Design

Asaad Abdulwahid Salman [a]
Sahar Ali Sarhan [a]

[a] *College of Fine Arts/University of Baghdad*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ARTICLEINFO

Article history:
Received 27 June 2025
Received in revised form 20 july 2025
Accepted 22 july 2025
Published 1 August 2026

Keywords:
Duality of signifier and signified, visual coding, congruence, paradox, contrast

ABSTRACT

The signifier and the signified represent the meaning, function, or symbolism carried by a design, as well as the relationships that connect a signifier to its signified within an organizational framework. The signifier does not inherently possess its meaning; rather, meaning arises from the binary oppositions among the system of signs in a commercial advertisement. Thus, the design express's function or meaning.

The researchers identified the problem of their study through the following question: What is the duality of the signifier and signified, and how is it reflected in graphic design? The research aims to explore this duality and its implications in graphic design. The significance of the study lies in its potential to contribute new insights and cognitive interpretations of the signifier-signified relationship in advertising design, enhancing designers' expertise in defining this duality and enriching academic literature as a key resource for studying the philosophy of signifier-signified in graphic design.

Chapter One addresses these foundational concepts, while Chapter Two is divided into two sections:

1.The Duality of Signifier and Signified in Art and Graphic Design
2.Semiotic Visual Coding

Chapter Three presents the key findings, including:

1.The duality of signifier and signified is formed through a clear correspondence between the signifier (image or phrase) and the signified (the meaning it represents). In graphic design, this relationship is direct and unambiguous, employing congruence to ensure the message is clear and straightforward—such as using explicit images or words that directly convey the product.

Meaning can also reside in latent interpretations, varying according to the nature of the sign and the intuitive contextual agreement. In commercial advertisements, form (with its elements and relationships) serves as a vessel for these meanings

DOI: https://doi.org/10.35560/jcofarts1810
Asaad Abdulwahid Salman, Sahar Ali Sarhan: The Duality of Signifier and Signified and Its Reflections in Graphic Design
Al-Academy Journal - Issue 123 -ISSN(Online) 2523-2029 /ISSN(Print) 1819-5229

ثنائية الدال والمدلول و انعكاساتها في التصميم الكر افيكي

اسعد عبد الواحد سلمان[1]

سحر علي سرحان [1]

الملخص:

يمثل الدال والمدلول المعنى أو الوظيفة أو الرمزية التي يحملها التصميم والعَلاقات التي تربط دالاً بمدلوله، في ضمن علاقات تنظيمية، ذلك أنّ الدال لا يحمل دلالته في ذاته إنما منبع الدلالة هي تلك التقابلات الثنائية التي تتم بين جملة العلامات المكونة في الإعلان التجاري، إذ يعبر التصميم عن الوظيفة أو المعنى. ومن هنا حدد الباحثان مشكلة بحثهما بالسؤال الآتي: ما ثنائية الدال والمدلول وانعكاساتها في التصميم الكرافيكي؟ أما هدف البحث في تعرف ثنائية الدال والمدلول وانعكاساتها في التصميم الكرافيكي .وأهمية البحث : فتكمن في أنّه يسهم في إضافات جديدة وقراءات معرفية لثنائية الدال والمدلول في التصميم الإعلاني، وتعزيز خبرة المصممين في تحديد ثنائية الدال والمدلول ورفد المكتبة بوصفها مصدرًا مهمًا في دراسة فلسفة ثنائية الدال والمدلول في التصميم الكرافيكي.وهذا ما تضمنّه الفصل الأول ، أما الفصل الثاني فقد تمثل بمبحثين، المبحث الأول :(ثنائية الدال والمدلول في الفن والتصميم الكرافيكي) والمبحث الثاني:(الترميز البصري السيميائي في تصميم الإعلانات التجارية) ، أماالفصل الثالث فقد تضمن أهم الاستنتاجات ، وكانت على النحو الآتي :

1.تشكلت ثنائية الدال والمدلول عبر تطابق واضح بين الدال (الصورة أو العبارة) والمدلول (المعنى الذي تمثله). تكون العلاقة هنا مباشرة وغير ملتبسة في التصميم الكرافيكي ، إذ تستخدم المطابقة لجعل الرسالة واضحةً ومباشرةً، مثل استخدام صور أو كلمات تعبر عن المنتج بشكل صريح. 2.تمثلت الدلالة بمعنى كامن يختلف في تأويله بحسب طبيعة تلك الدلالة وحدس الاتفاق السياقي عليها، في الإعلان التجاري فإنّ الشكل(بعناصره وعلاقاته) يُعدّ مكمناً لتلك الدلالات ومعانيها.

الكلمات المفتاحية :ثنائية الدال والمدلول، الترميز البصري ، المطابقة والمفارقة والمغايرة.

الفصل الأول

أولاً: مشكلة البحث

إنّ علم الدلالة، يقوم على أساس تحديد العلاقة بين الدال والمدلول وهي علاقة لا يمكن ضبطها إلاّ إذا تعرفنا على طبيعة كل من الدال والمدلول وخواصهما، وفي هذا الإطار فإنّ الدال لا يمكن بحال من الأحوال أن يحيلنا إلى الشيء الذي يعنيه في العالم الخارجي مباشرةً، وإنما مروراً بالمدلول أو المحتوى الذهني الذي يرجعنا إلى الشيء الذي تشير إليه العلامة، إنّ العلامات البصرية التي ينشئها المصمم بالتأكيد هي تحمل دلالات ومضامين يقوم بالتغيير فيها وذلك لتحفيز استجابات مستهدفة، والسيميائية تساهم في هذا المجال بشكل مباشر لأنّها في الأصل معنية بتأثير الأشياء في المجتمع ، لذلك فإنّ المفهوم الذهني العلامي يمكن أن يكرسه المصمم الكرافيكي ويقدمه إلى المتلقين بطرائق شتى تحتوي على معلومات مباشرة وغير مباشرة ، والسيميائية في هذا المشهد تساهم بشكل فعال ليس فقط في تحميل الرموز بالدلالات بل أيضاً في مستوى التأثير العاطفي التي تحتويها تلك الرموز والإشارات بما يجعل الحواس الإنسانية تتفاعل معها، إذ يصل الانطباع والتأثير إلى الدماغ، وهذا كله يأتي يفضل التوافق الذي يتم إنشاؤه بين كل من التصميم الكرافيكي والسيميائية ، ومن هنا صاغ الباحثان مشكلة بحثهما بالسؤال الآتي: ماثنائية الدال والمدلول وانعكاساتها في التصميم الكرافيكي؟

[1] جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة/ قسم التصميم

ثانياً: أهمية البحث :

1.يمكن أن يسهم في إضافات جديدة وقراءات معرفية لثنائية الدال والمدلول في التصميم الإعلاني.

2. يمكن أن يسهم في تعزيز خبرة المصممين في تحديد ثنائية الدال والمدلول ورفد المكتبة بوصفها مصدرا مهما في دراسة فلسفة ثنائية الدال والمدلول في التصميم الكرافيكي.

ثالثاً: هدف البحث

1.تعرف ثنائية الدال والمدلول وانعكاساتها في التصميم الكرافيكي

رابعاً: حدود البحث

1.الحدود الموضوعية: دراسة ثنائية الدال والمدلول وانعكاساتها في التصميم الكرافيكي.

2.الحدود المكانية: إعلانات تجارية عالمية.

خامساً: تحديد المصطلحات

اصطلاحا:

الدال والمدلول

الدال عند سوسير هو الشكل الذي يأخذ علامة ، أما من جاءوا بعده فقد تعاملوا مع الدال بأنّه الشكل المادي للعلامة أو ذلك الشي الذي يمكن رؤيته أو سماعه أو الشعور به أو شمه أو تذوقه ، أما المدلول فهو المفهوم او التصور العقلي الذي يمثله الدال (Hamid, 2005, p. 315)

عد سوسير أن الرمز هو الركيزة الأولى في دراسة اللغة، وقد قسم الرمز إلى قسمين، وهما الدال والمدلول؛ فالدال هو الصوت أو الحرف المكتوب، والمدلول هو الصورة الفنية أو الفكرة عن الشيء، وبذلك فقد اعتبر أن الكلمة عبارة عن إشارة أو رمز، وأنها ليست مسمى بل هي مركب يربط بين الدال والمدلول، ومثال على ذلك كلمة شمس هي الدال والصورة الذهنية لشكل الشمس هو المدلول، ونطلع على الدال والمدلول معًا مفهوم الرمز، أي أن الدال هو الصورة الصوتية، أما المدلول فهو ما يتصوره العقل . (Said, 2005, p. 22)

ثنائية الدال والمدلول

إجرائياً:

هي العلاقة الترابطية التكاملية، التي تربط بين اللفظ والمعنى، يرجعنا إلى الشيء الذي يشير إليه الدال ويمثل الشكل المعبر عن الوظيفة للتصميم الكرافيكي ، اما المدلول يمثل المعنى أو الوظيفة أو الرمزية التي يحملها هذا التصميم.

الفصل الثاني/ الإطار النظري

المبحث الأول/ثنائية الدال والمدلول في الفن والتصميم الكر افيكي

أولا:.ثنائية الدال والمدلول في الفن

تعرض الإنسان في مختلف مراحل تطوره المعرفي والحضاري إلى موضوع الدلالة التي كانت في صميم مناهج تفكيره وكيانه الوجودي، وتعرضت له الكثير من الحضارات، فالحضارة اليونانية تعرضت لمفهوم الدلالة واستفاد العرب منها، وتأثروا بالمعطيات المنهجية التي أسسها اليونان، وأنتجوا بالمثل قواعد للتفكير الدلالي انتقلت فيما بعد إلى الفكر الغربي المعاصر، فموضوع الدلالة في نظر بعض الفلاسفة المتقدمين يقتصر على دلالة الشكل وتعريفهم لها يقترب من مفهوم أرسطو ، فالدلالة بنظرهم لا تتعدى ما يترتب على إدراك الشكل من انطباع ذهني وأثر نفسي ، أي ما أطلق عليه (الصورة الذهنية) الناتجة عن إدراك الأمر الخارجي، وعلى هذا فالخط دال على الشكل، والشكل دال على الصورة الذهنية، والأخيرة على الأمر الخارجي، فكل من الشكل والصورة الذهنية (دال ومدلول) في الوقت عينه ، بينما الخط دال غير مدلول عليه، والأمر الخارجي مدلول عليه غير دال، كما قال بعض من فسر ل(أرسطو) في هذا المجال. (Aroui, 2006, pp. 194-195)

تتضح الدلالة في الشكل الفني(التشكيلي) من خلال الألوان والخطوط والعناصر التكوينية والجمالية الأخرى ،إذ إنّها تُعنى بالغرض المقصود من الشيء(الشكل) بفعل الإدراك البصري حسياً، والذي يمكن أن يكون وحدةً تصويريةً بشكل نباتي تحمل معنى معيناً ، وتشير هذه الوحدة إلى فكرة قد تكون مجردة ، فعلم الدلالة يدرس المعنى ، وموضوعه يكون أي شيء(شكل) يقوم بدور العلامة والرمز، ويجري عن طريقها ربط الشكل، والكائن، والمفهوم ،والحدث لعلامة قابلة لأن توحي بها ، لذلك فإنّ الدلالة تهتم بمعاني الأشكال والرسومات واستيعابها ، إذ يمكن لأي فكرة أن ترتبط بعلامة تجسدها وتعبر عنها. وفي الفن التشكيلي يكون الشكل هو الموصل للمعنى ، الذي يحمل الأبعاد النفسية ويعبر عن الشخصية الإنسانية لذات الفنان المتفردة، فالوحدات التصويرية والأشكال النباتية يمكن أن تكون علامات ورموزاً ودلالات تعبر عن مضمون معين ، والمعنى هو قدرة أي نوع من الأشكال البصرية وإمكانية التعبير عنها حسياً.

وبذلك صُنّفت (الدلالة) صنفين إلى هما : - (Omar, 1982, p. 11)

أ. الدلالة الاصطلاحية / الدلالة الإشارية :-

،تعني ما صادف المفهوم الذي يشكّل مدلولها ، إذ تعني فصيلة الأشياء، وتتعارض مع التعيين (Designation أو هي كل ما تجمّع عليه جماعة لغوية ما فيما يخص دلالة لفظ معين، إذ تُعدّ العنصر الثابت والموضوعي من الدلالة الكلية لوحدة من الوحدات الذي يمكن تحليله خارج سياق الخطاب، من مثل العلامة (أحمر) في اللوحة التشكيلية وإشارتها إلى لون بعينه ولموجات بصرية معينة أو من مثل شكل نخلة في اللوحة التشكيلية فإنّه يشير إلى نبات معين هو النخلة.

ب. الدلالة المصاحبة أو الإيحائية:

هي كل ما تجمّع عليه جماعة لغوية أو ثقافية ما فيما يخص دلالة لفظ معين ، وهي تتصل كذلك بالجانب النفسي(الانفعالي) لهذه لدلالة ، فعلامة (أحمر) السابقة بوصفها دلالةً مصاحبةً أو إيحائيةً في اللوحة التشكيلية لها دلالات أخرى مثل الخطر في بعض السياقات، وشكل النخلة في لوحة تشكيلية يحمل دلالةً مصاحبةً إيحائيةً ، من مثل الخير والعطاء والشموخ بلحاظ السياق الذي ترد فيه. (Dawood, 1997, p. 13)

إنّ الباحثين يركزان على ثنائية الدال والمدلول عبر توظيف الألوان، والعناصر ، وعَلاقاتها داخل بنية العمل الفني وتقنياته التي تتضح دلالتها عبر المدرك بصريًا، وتعني بمجملها الغرض القصدي من الشيء/الشكل/ بوجود إدراك حسي، والذي يكون ذا معنى ، عن طريق الأشكال التي تقوم بدور الرموز التي يكون لها عَلاقة بما حولها من أشكال أخرى ، وتشير إلى فكرة ذهنية مجردة وبناءً على ما سبق ولكون الشكل في العمل الفني هو المفصل للمعنى في(الشكل النباتي) فإنّ لكل وحدة

تصويرية معنى يختلف ومضمونًا خاصًا ؛لأنّها بالضرورة يمكن أن تكون علامةً أو رمزاً ذا دلالة، والمعنى بهذا المفهوم هو قدرة الشكل (النباتي) في العمل الفني على استيعاب وإيصال فكرة بإمكانية التعبير الحسي. (Claude, 1986, p. 31)

إنّ الأنظمة البصرية في العمل الفني هي التي تمكن المتلقي من فهم بعض الوحدات البنائية بوصفها علامات تحمل معنى، وتفسر بحسب المتلقي الذي يختلف بحسب ثقافته، ومكانه، وزمانه ، وتتضمن الدلالة على معنى كامن يختلف في تأويله بحسب طبيعة تلك الدلالة وحدس الاتفاق السياقي عليها ، وفي الفن التشكيلي فإنّ الشكل (بعناصره وعَلاقاته) يُعدّ مكمناً لتلك الدلالات ومعانيها، ويمكن تصنيف الدلالات أيضاً إلى الآتي: (Maarouf, 2004, p. 22)

أولاً : دلالة طبيعية : يعبر عنها عن طريق رسم الأشكال المرئية وعبر المعرفة الحسية(الإبصار) ، وتتصف بمطابقة العناصر من لون، وخط ، وفضاء , وبما لا يفضي إلى اختلاف في تأويلها وكشف معانيها.

ثانياً : دلالة حسية مجردة : يعبر عنها عن طريق رسمها أو إنتاجها مادياً على سطح تصويري بالأشكال المرئية المجردة ، وهي لا تعتمد على معطيات المعرفة الحسية المحضة بل تُعدّ مزيجاً من صور ذهنية ذاتية ، لذا تحمل الدلالات معاني كامنة قد يُختلف في تأويلها .

ثالثاً : دلالة مجردة : يعبر عنها بأشكال مجردة تجريداً خالصاً تنقطع بموجبها الصلة مع الواقع المرئي ، وتعتمد على الصور الذهنية الخالصة مثال ذلك تجريد الشكل النباتي وتحويله إلى علاقات فنية وجمالية خالصة ، كما في الزخارف النباتية و بعض الأشكال في رسوم كاندسكي أو موندريان، إذ تتسم الدلالة بالعمق والغموض، وتكون أشد اختلافاً في تأويلها ومعانيها.

ثانياً: ثنائية الدال والمدلول في التصميم الكرافيكي

يحمل التصميم الكرافيكي معاني معينة ويمكن أن يستدعي صوراً أو أفكاراً معينة في ذهن المشاهد. بمعنى آخر، التصميم ليس مجرد أشكال وألوان، بل هو أداة للتواصل ومعبر عن أفكار ومفاهيم .عندما نكرر نفس المنجز أو التصميم عدة مرات، فإن العقول تصبح معتادة على هذه الصور، وبالتالي تظهر نفس الأفكار أو المشاعر المرتبطة بها في كل مرة نراها. فالتصميم الجرافيكي يعتمد على قوة الرموز والعناصر البصرية في نقل الرسائل .على سبيل المثال، إذا تم استخدام لون معين في تصميم ما، فإن تكرار استخدام هذا اللون في تصاميم أخرى يمكن أن يجعل المتلقي يشعر بمشاعر أو يفكر في أفكار مرتبطة بهذا اللون. الأمر نفسه ينطبق على الأشكال، الخطوط، والأنماط (Mukhtar, 1982, p. 19) ، فالعلاقة بين الدال والمدلول في التصميم تتمحور حول كيفية نقل الأفكار والمفاهيم عن طريق العناصر المرئية والرموز الآتي :

1-الدال :يعد العنصر الذي يشير إلى شيء ما، مثل الألوان أو الأشكال أو الخطوط المستخدمة في التصميم، يمكن أن يكون الدال رمزاً أو صورة تعبر عن فكرة معينة.

2- المدلول :هو المعنى أو المفهوم الذي يُستنبط من الدال، بمعنى آخر، المدلول هو ما يطرأ على ذهن المتلقي عند تعرضه للدال. في سياق التصميم، يجب أن يكون هناك توافق بين الدال والمدلول لضمان أنّ الرسالة المراد توصيلها تكون واضحة ومفهومة. فعلى سبيل المثال، استخدام اللون الأحمر قد يدل على الخطر أو الشغف، ويجب أن يتناسب مع السياق الذي يُستخدم فيه ، ومن ثمّ يُعد فهم هذه العلاقة عنصراً أساسياً في تكوين تصميمات فعالة، إذ ينبغي على المصمم استغلال الدوال بشكل يحقق المدلولات المرغوبة ويصل إلى الجمهور المستهدف بطريقة مؤثرة. (Azzam, 2010, p. 19)

ومثلما يهتم علم الدلالة بالمعنى، كذلك التصميم الكرافيكي يرتكز على الرسالة في العملية التواصلية التي تتضمن المعاني من أفكار وآراء تتعلق بموضوعات معينة يجري التعبير عنها رمزيًا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، كالصور والرسوم والأصوات الموسيقية وغيرها وفاعلية الاتصال لا تتحقق إلا بفهم طرفي العملية التواصلية لبعضهما، وقدرتهما على توظيف اللغة المشتركة التي تجمعهما. وتكمن العلاقة بين التصميم والدلالة في واحد من عناصر الاتصال يطلق عليه مصطلح: الضجيج الدلالي ، والمقصود به أنّه عندما يكون المعنى الذي قصده المرسل(المصمم) في رسالته يختلف عن ذلك الذي فهمه

المتلقي ، إما بفعل عوامل ذاتية أو ثقافية . (Azzi, 2011, p. 17) ففيما يخص العوامل الذاتية فهذا موصول بطريقة فهم الشخص للرسالة، فعلى سبيل المثال قد تعني كلمة الحرية التحرر من قيود الإدارة أو التحرر من سلطة الأولياء أو التحرر من المستعمر. أما الجانب الثقافي فيتمثل في ذلك المعنى الذي تُضفيه ثقافة ما على لفظ أو تعبير ما، بحيث يختلف هذا المعنى في ثقافة أخرى.نستنتج مما سبق ذكره أنّ التصميم عملية دينامية دائرية، تقوم على مرسل للرسالة، وهو حامل الفكرة الذي يقوم بترميز الرسالة مستخدما القناة في اتجاه المرسل إليه، هذا الأخير الذي يقوم بفكّ الرسالة وتحليلها وفهمها، وإحداث رجع الصدى، وذلك عبر تشفير الرسالة ثم فكّ تشفيرها.

المبحث الثاني/ الترميز البصري السيميائي في تصميم الإعلانات التجارية

أولا: الترميز البصري السيميائي

إنّ التصميم البصري ليس مجرد تمثيل للواقع ولكنه يُعدّ نظاماً رمزياً متكاملاً يهدف في المقام الأول إلى إنشاء تواصل بصري له أهدافه الخاصة التي يسعى إليها المصمم. كما أشار سوسير إلى أنّ العلامة تُعدّ تمثيلا لشيء غير حاضر ، وهو ما سمي علم السيمياء الذي توسع فيه تشارلز بيرس والذي كان يرى أنّ السيميائية تعتمد على ثلاثة مرتكزات هي الدال والمدلول وتفسير الدلالة. إلاّ أنّ التفصيل الواضح للربط بين السيميائية والترميز البصري كما شرحها سانتورو (2019) قد جاءت بجهود الفيلسوف تشارلز موريس عندما أطلق دراسته التي أخذت عنوان أسس نظرية العلامات عام 1938 والتي احتوت على ثلاثة مكونات للسيميائية هي : التراكيب والسياقات والدلالات، والبراغماتية التي تركز على وظيفة الاستخدام وسياقه، وقد أصبحت الدلالات علمًا مستقلا تمثل محور الارتكاز لعملية الترميز في التصميم ، إذ إنّها ترتبط بشكل مباشر بالمعنى الذي يقف خلف العلامة. إنّ الترميز لا يقف عند الإشارة إلى معانٍ ودلالات العلامة ولكنه يستخدم بوصفه ناقلاً مؤثراً في المتلقي، ومن ثمّ فإنّ الدلالات لا بد أن تكون متوافقة مع المعنى الذي يهدف إليه الترميز (Dondero, 2019, p. 121)، وفي المجال السيميائي المتعلق بالدلالات فإنّ هناك ثلاثة جوانب تُعدّ ركائز تعتمد عليها الدلالة وهي الأيقونة والإشارة والرمز ، وهناك استخدام متزايد لهذه الأشكال الثلاثة من أشكال الدلالات في التصميم المعاصر الذي اتّجه بطريقة لا تخطئها العين الفاحصة إلى التجريد الذي يعتمد على الترميز بوجه أو بآخر (Moriarty, 2005, p. 128) إنّ الأيقونة تُعدّ علامةً مشابهةً للشيء الذي تمثله، أما الإشارة فإنّها علامة تشير إلى شيء أو اتجاه معين، أما الرمز فإنّه يُعدّ علامةً مجردةً يجري ربطها بفكرة قد تشبهها وقد تكون مختلفة شكليًا عن الشيء الذي تدل عليه، وبذلك فإنّ الرموز في الغالب قد تبدو غير مشابهة للمدلول ولكن تمّ عمل ارتباط بينهما وتمّ تكريسه مثل الملوية والنخلة التي ترمز إلى العراق والتنين الذي يرمز إلى الصين ، إذ أخذ الترميز البصري السيميائي نطاقات متفاوتة في فضاء التصميم يمكن حصرها في أربعة أوجه هي العلامة التجريدية، والعلامة الصورية ، والعلامة الحرفية، والعلامة الكتابية (Leone, 2021, p. 128)

فالعلامة التجريدية تتضمن رمزاً تجريدياً يتفق على مدلوله من خلال ربطه بشيء معين ثم تكريس تلك الرمزية لدى المتلقين و تؤدي دورًا حيويًا في تصميم الشعارات والإعلانات، إذ تطبق مبادئ السيميائية في تكوين رموز يمكن أن تُفهم بأنّها تعبر عن معنى معين، يجري تكريسه في الثقافة أو السياق الاجتماعي

ومثال على ذلك شعار علامة (Nike) هو مثال بارز على العلامة التجريدية ، ويتكون الشعار من "Swoosh" الذي يمثل حركةً ديناميكيةً، والذي يرتبط برمزية السرعة والنجاح، هذا الرمز لا يمثل بشكل مباشر حذاءً رياضيًا أو نشاطًا رياضيًا، ولكنه يجسد خصائص مثل الحركة والطاقة ومن خلال الإعلانات العديدة التي تعرضها الشركة، تم ربط هذا الرمز بفكرة الإنجاز والتحقيق الذاتي، مما عزز من فهم المشاهد لأهميته، كما في الشكل (1).

شكل (1)

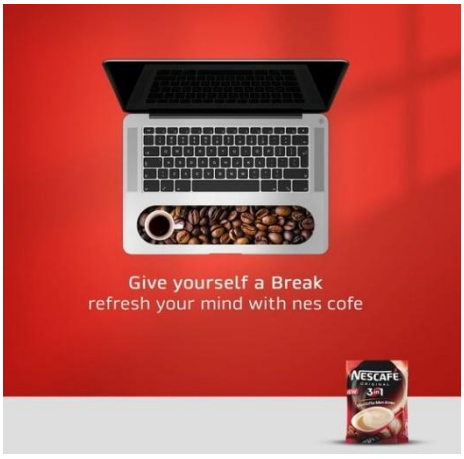
أما العلامة الصورية فإنّه يتم عمل الرمز عن طريق صورة مرتبطة بشكل مباشر بالواقع الذي تدل عليه، ويكون الدال فيها هو العنصر المرئي الذي يستخدم لإيصال الفكرة أو الرسالة. يمكن أن يكون دالاً صورياً مثل صورة أو رمز، أو دالاً كتابياً مثل كلمة أو جملة. اما المدلول هو المعنى أو الفكرة التي يمثلها الدال يتعلق بالواقع أو الكائن الذي تشير إليه العلامة كما في الشكل رقم (2).

شكل (2)

إعلاناً لمنتج زيت شعر الدال هنا صورة زجاجة الزيت مع شعرة لامعة وجميلة اما المدلول فهي الفكرة المرتبطة بالصورة، وهي أن استخدام هذا الزيت سيؤدي إلى شعر صحي ولامع. في هذا المثال الانموذج (الدال) ساعد على توصيل الفكرة القائلة بأن الزيت يؤدي إلى تحسين مظهر الشعر (المدلول).إن العلامة الصورية هنا تجمع بين عناصر مرئية (الصورة) ومعانٍ دلالية (الفائدة من المنتج)، مما يجعل الإعلان جذابًا ومؤثرًا. أما العلامة الحرفية فإنها تستخدم خاصية الحروف الدلالية وجعل أحد تلك الحروف أو أكثر رمزاً يدل على شيء أو معنى معين وتشير إلى استخدام الحروف أو الكلمات كرموز دلالية تمثل شيئاً معينًا. في هذه الحالة، يتم اختيار حرف أو مجموعة من الحروف لتكون لها دلالة خاصة ترتبط بمعنى أو فكرة معينة. كما في الشكل رقم (3)

شكل(3)

إعلان للعلامة التجارية لمشروب الطاقة"Red Bull" الدال هنا الأحرف "R" و."B" المدلول هذه الأحرف تشير إلى العلامة التجارية"Red Bull" ، التي تمثل مفهوم الطاقة والنشاط. عندما يرى المتلقي الأحرف "R" و"B"، فإنّه يتذكر مشروب "Red Bull"وما يرتبط به من ميزات مثل زيادة الطاقة والتركيز. في هذا السياق، الأحرف تستخدم بوصفها دلالات لإيصال رسالة أو معانٍ تتعلق بالعلامة التجارية، مما يجعلها علامةً حرفيةً فعّالةً في الإعلانات.أما العلامة الكتابية فإنّها تعتمد على كتابة مقروءة معينة و تستخدم للتعبير عن فكرة أو منتج معين ويكون الدال هو المكون النصي أو اللفظي، أي الكلمات نفسها التي تُستخدم ، أما المدلول فهو المعنى أو الفكرة التي تعبر عنها هذه الكلمات، أي الرسالة التي يتم إيصالها للجمهور عبر العلامة الكتابية، كما في الشكل (4) .



شكل (4)

اعلان شركه (Nescafe's) لمنتج قهوة يحمل نص كتابي مترجم بعنوان (امنح نفسك استراحة أنعش عقلك مع(NES Cofe) تدل هذه العبارة إلى تجربة المتعة والانتعاش والنكهة الغنية التي توفرها هذه القهوة، مما يوحي بأن هذا المنتج هو خيار مثالي لعشاق القهوة الباحثين عن الجودة والراحة. كما أن الألوان أيضا تؤدي دوراً هاماً في الترميز البصري في مجال التصميم.

إذ إن لكل لون من الألوان رمزيتها الخاصة وكذلك تأثيراته النفسية على المشاهد وهو ما ساهم في أن تدخل السيميائية في عالم الألوان وتستفيد من الثراء التأثيري للون وبالتالي محاولة تطويع تلك الإمكانيات وتفعيلها في جوانب عديدة في حياة الإنسان بما يضمن وقوع التأثير وزيادة الفاعلية على المشاهد في (Mojab, 2021, p. 17)العديد من المجالات والحقول

شكل(5)

وظّف المصمم خلفيةً برتقاليةً زاهيةً مع نصّ باللون الأبيض لجذب الانتباه، بينما أضاف عناصر خضراء للإشارة إلى فريش طبيعي، فالاستخدام الاستراتيجي لهذه الألوان يساعد في نقل الرسائل بشكل فعّال ويعزز جاذبية الإعلان.

ثانياً: المطابقة والمفارقة والمغايرة بين الدال والمدلول

تعكس هذه المفاهيم كيفية ارتباط الكلمات بمعانيها، وتؤدي دوراً حاسماً في تصميم المنجزات الكرافيكية، فالمنجزات إما تساق لتدل على تمام معناها أو أن تساق لتدل على بعض معناها، وأما أن تساق لتدل على معنى آخر خارج عن معناه .ووفقا لذلك فإنّ علاقة الدال بالمدلول تقع على ثلاثة أصناف ، (Al-Bahadli, 1996, p. 26)

1.دلالة المطابقة: - تعني وجود تطابق واضح بين الدال (الصورة أو العبارة) والمدلول (المعنى الذي تمثله). تكون العلاقة هنا مباشرة وغير ملتبسة. في التصميم الكرافيكي تُستخدم المطابقة لجعل الرسالة واضحة ومباشرة، مثل استخدام صور أو كلمات تعبر عن المنتج بشكل صريح. على سبيل المثال، إعلان عن مشروب طبيعي لشركة (راني) يظهر صورة زجاجة المشروب مع اسم الماركة والعبارة الدعائية التي تشير إلى الانتعاش، كما في الشكل (6).

شكل (6)

2.دلالة المفارقة (الالتزام): - تعبر عن وجود تناقض أو تعارض بين الدال والمدلول، إذ يمكن أن تعني الصورة أو العبارة أكثر مما تظهر أو تحمل معاني متعددة ، أي أنّ الدال يفارق صوريا المدلول بالجملة على الرغم من أنّه لازم له ضمنيا مثلا فإنّ صورة دوامات الهواء الحلزونية المتشكلة خلف أطراف أجنحة الطائرة يمكن أن تكون "دالة" على الطائرة "المدلول" على الرغم من أنّها لا تشبه شكل الطائرة في أي شيء. في التصميم الكرافيكي تُستخدم المفارقة لجذب انتباه الجمهور وإثارة فضوله، مثلاً قد يظهر إعلان أنّه يتحدث عن "حياة مثالية" بينما يعرض مشكلات أو توتر يعيشه الناس، مما يخلق تفاعلًا ذهنيًا.

3. دلالة المغايرة (التضمين): - تعني أن يكون الدال مختلفاً تماماً عن المدلول المألوف، مما يشير إلى تعارض واضح أو استخدام رمزي تستغل المغايرة لإحداث تأثير قوي أو للتعبير عن أفكار عميقة، مثل استخدام رموز ثقافية أو اجتماعية قد تحمل معاني مغايرة. على سبيل المثال، يمكن أن يُظهر إعلان مشهدًا مؤلمًا ليدعو المشاهدين إلى التفكير في القضايا

الاجتماعية المتعلقة بالمنتج أو إنّ صورةً لمقطع جناح الطائرة "دال" قد يدل على الطائرة على الرغم من أنّه لا يمثل سوى جزء من الطائرة المدلول.وفي السياق نفسه صنّف أصحاب النظرية السيميائية العلامة إلى الأيقونة والمؤشر والرمز، فتكون العَلاقة أيقونية عندما تكون العلاقة بين الدال والمدلول تطابقيه ،أي أنّ الدال لا بد أن يحيلنا إلى مدلول واحد بالتشابه بين (Shaheed, 1996, p. 26)ة مثلاً صورة القطار هي أيقونة للقطار، أما المؤشر فتكون العَلاقة بين الدال والمدلول سببية بينهما

مثلاً أن صورة القطار هي أيقونة للقطار، واما المؤشر فتكون العلاقة بين الدال والمدلول سببية فالإشارة دلالة تحددها مادتها الديناميكية وفقا للعلاقة الحقيقية بين الدال والمدلول فيدل ارتفاع درجات الحرارة على المرض ويدل ضوء الشمس على النهار.

الفصل الثالث

أولاً: الاستنتاجات

1.تمثلت الدلالة على معنى كامن يختلف في تأويله بحسب طبيعة تلك الدلالة وحدس الاتفاق السياقي عليها، في الإعلان التجاري فإنّ الشكل(بعناصره وعَلاقاته) يُعدّ مكمناً لتلك الدلالات ومعانيها.

2. تشكلت ثنائية الدال والمدلول عبر تطابق واضح بين الدال (الصورة أو العبارة) والمدلول (المعنى الذي تمثله)، تكون العلاقة هنا مباشرة وغير ملتبسة في التصميم الكرافيكي ، إذ تستخدم المطابقة لجعل الرسالة واضحةً ومباشرةً، مثل استخدام صور أو كلمات تعبر عن المنتج بشكل صريح.

3. إنّ دلالة المفارقة تعبر عن وجود تناقض أو تعارض بين الدال والمدلول، إذ يمكن أن تعني الصورة أو العبارة أكثر مما تظهر أو تحمل من معانٍ متعددة ، أي أنّ الدال يفارق صورياً المدلول بالجملة على الرغم من أنّه لازم له ضمنياً ، في التصميم الكرافيكي.

4. إنّ دلالة المغايرة (التضمين) تمثلت بأن يكون الدال مختلفًا تمامًا عن المدلول المألوف، مما يشير إلى تعارض واضح أو استخدام رمزي. و قد تستغل المغايرة لإحداث تأثير قوي أو للتعبير عن أفكار عميقة، عبر استخدام رموز ثقافية أو اجتماعية تحمل معاني مغايرة. ،إذ يمكن أن يُظهر إعلان مشهداً مؤلماً ليدعو المشاهدين إلى التفكير في القضايا الاجتماعية المتعلقة بالمنتج أو إنّ صورة لمقطع جناح الطائرة (دال) قد يدل على الطائرة على الرغم من أنّه لا يمثل سوى جزء من الطائرة (المدلول).

ثانياً:التوصيات

1.ضرورة التفاعل مع العناصر الجمالية المتحولة التي تنبض بمدى عمق عبقرية المضمون التصميمي وتجلياته التعبيرية للدال والمدلول والاستفادة من مفهومها الضمني وقيمها ومقوماتها الوظيفية والجمالية في تفعيل دور التصميم في المجتمع بما يتوافق مع متطلبات العصر.

2.على المصمم البحث والتقصي عن أفضل السبل لتحقيق مواكبة التطور العلمي عن طريق التجريب وممارسة استعمال أفضل البرامج الحديثة للارتقاء بمستقبل تصميمي جديد وفاعل في تطبيق ثنائية الدال والمدلول في الإعلانات التجارية .

.3. توصي الدراسة باعتماد ثنائية الدال والمدلول في تضمين مقررات التصميم في الدراسات العليا

Conclusions

1. The connotation represents a latent meaning whose interpretation varies according to the nature of that connotation and the intuition of the contextual agreement upon it. In commercial advertising, the form (with its elements and relationships) is the repository of those connotations and their meanings.
2. The duality of signifier and signified is formed through a clear correspondence between the signifier (image or phrase) and the signified (the meaning it represents). The relationship here is direct and unambiguous in graphic design, as correspondence is used to make the message clear and direct, such as using images or words that explicitly express the product.
3. The connotation of paradox expresses the existence of a contradiction or conflict between the signifier and the signified. An image or phrase can mean more than it appears or carry multiple meanings. That is, the signifier visually differs from the signified in general, despite being implicitly necessary for it, in graphic design.
4. The connotation of contrast (implication) is represented by the signifier being completely different from the familiar signified, indicating a clear conflict or symbolic use. Contrast can be exploited to create a powerful impact or express profound ideas, through the use of cultural or social symbols that carry opposing meanings. An advertisement might show a painful scene to prompt viewers to consider social issues related to the product, or an image of a section of an airplane's wing (signifier) might refer to an airplane even though it represents only a part of the plane (connotation).

References:

1. Al-Bahadli, R. S. (1996). *Light as a Semantic System in Theatrical Performance.* Baghdad: PhD Dissertation, College of Fine Arts, University of Baghdad.
2. Aroui, M. I. (2006). *Semiotics and Its Analysis of Synonymy Phenomenon in Language and Interpretation.* Kuwait: World of Thought, Issue 3.
3. Azzam, A. A.-H. (2010). *Cultural Media.* Amman: Osama Publishing House.
4. Azzi, A. R. (2011). *Modern Terms in Media and Communication.* Tunisia: Mediterranean Publishing House.
5. Claude, L.-S. (1986). *Myth and Meaning.* Baghdad: General Cultural Affairs Publishing House.
6. Dawood, A. R. (1997). *Building Content Significance Rules in Linear Compositions.* Baghdad: Unpublished PhD Dissertation, College of Fine Arts, University of Baghdad.
7. Dondero, G. (2019). *Visual semiotics and automatic analysis of images from the Cultural Analytics Lab.* Semiotica: qualitative .
8. Hamid, S. A. (2005). *The Age of Image: Pros and Cons,.* Kuwait: Knowledge Series, National Council for Culture, Arts and Literature, Issue 311, Januar.
9. Leone, M. (2021). *From Fingers to Faces: Visual Semiotics and Digital Forensics.* International Journal for the Semiotics of Law-Revue internationale de Sémiotique .
10. Maarouf, I. K. (2004). *The Problem of Interpreting Animal Forms' Significations in Contemporary Iraqi Painting.* Babylon: Unpublished Master's Thesis, College of Fine Arts,.
11. Mojab, A.-Z. (2021). *Semiotics and Digital Visual Design.* Egypt: Published Research, Journal of Research in Specialized Education Fields, Minia University - Egypt, Volume 7 - Issue 73.
12. Moriarty, S. (2005). *Visual semiotics theory.* United Kingdom: Routledge.
13. Mukhtar, O. A. (1982). *Semantics.* Kuwait: Al-Uruba Publishing and Distribution.
14. Omar, A. M. (1982). *Semantics.* Kuwait: Al-Uruba Publishing and Distribution.
15. Shaheed, A.-B. R. (1996). *Light as a Semantic System in Theatrical Performance.* Baghdad,: College of Fine Arts, University of Baghdad.