جامـــعة قاصدي مرباح– ورقـــــلة –

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الإتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الإتصال

تخصص:إذاعة و تلفزيون

إعداد الطالبتين:

*خولة مؤذن

*رميصاء بن قسوم

الأساليب البلاغية في الخطاب البصري

– دراسة تحليلية سيميولوجية لومضتين إشهاريتين من قناة mbc1-

نوقشت يوم:٢٠١٨/٠٥/٢٣

لجنة المناقشة

سليم بن زطة.....مشرفا

فضيلة تومي.....مناقشا

زهية يسعد .....رئيسا

السنة الجامعية:٢٠١٧/٢٠١٨

جامـــعة قاصدي مرباح– ورقـــــلة –

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الإتصال

إعداد الطالبتين: تحت إشراف:

*خولة مؤذن * سليم بن زطة

*رميصاء بن قسوم

الأساليب البلاغية في الخطاب البصري

- دراسة تحليلية سيميولوجية لومضتين إشهاريتين من قناة mbc1 -

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الإتصال

تخصص:إذاعة و تلفزيون

نوقشت يوم:٢٠١٨/٠٥/٢٣

لجنة المناقشة

سليم بن زطة.....مشرفا

فضيلة تومي.....مناقشا

زهية يسعد .....رئيسا

السنة الجامعية:٢٠١٧/٢٠١٨

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على الأساليب البلاغية في الخطاب البصري، (الصورة) من خلال الصور الإشهارية المتحركة ، والكشف عن المعاني الصريحة و الضمنية ، بتوظيف منهجية التحليل السيميولوجي ، كما تقوم دراستنا على فصلين فصل منهجي،استعرضنا فيه بعض الخطوات المنهجية المعتمدة في الدراسة و في الفصل التطبيقي ، قمنا بتحليل اللقطات المختارة ،واستخدمنا في ذلك مقاربة التحليل السيميولوجي **لرولان بارث** ومن النتائج التي توصلنا إليها :

الومضات الإشهارية المدروسة تستخدم الأساليب البلاغية في الرسالة البصرية لسهولة إبلاغها و بساطة توظيفها وتفسيرها دلاليا، و تتمثل في الأوجه المصممة على أساس المشابه بين التمثيل التشبيهي في اللغة البصرية .

Résumé du recherche:

Le but de cette recherche est de connaitre les métaphysiques dans le discours visuel (image), a partir des images animées de la chaine Mbc1et pour révéler les significations expresses et implicites, en l'employant des stratégies d'analyse sémiologique.

Notre étude se base sur deux chapitre: l'un est méthodologie ou on a exposé quelques étapes méthodologiques qui sont utilisées dans notre recherche , l'autre est appliqué ou on a analysé les actions trouvés dans les deux publicités, l'approche d'analyse sémiologique de "**Roland Barthe''.**

Les résultantes de cette étude:

Les publicités utilisent les méthodes rhétoriques dans le message visuel grâce à sa facilité, la simplicité de sa fonction, et son interprétation, qu'elles se composent de facettes conçues en basant sur la similitude dans la représentation visuelle du langage visuel.

شكر و عرفان

قال عليه الصلاة والسلام في الحديث الصحيح من صنع إليكم معروفاً فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئوه فادعوا له حتى تروا أنكم قد كافأتموه.

تتسابق الكلمات وتتزاحم العبارات لتنظم عقد الشكر الذي لا يستحقه إلّا أنت، إليك يا من كان له قدم السبق في ركب العلم والتعليم، إليك يا من بذلت ولم تنتظر العطاء الأستاذ

"بن زطة سليم "

شكرا.

كلمات الثناء لا توفيك حقك، شكراً لك على عطائك

للنّجاح أناس يُقدّرون معناه، وللإبداع أُناسٌ يحصدونه، لذا نقدّر جهودك المُضنية، فأنتَ أهلٌ للشّكر والتّقدير ووجب علينا تقديرك، لك منّا كلّ الثّناء والتّقدير

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أبي الذي لم يبخل علي يوماً بشيء

وإلى أمي التي ذودتني بالحنان والمحبة

أقول لهم: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة

وإلى إخوتي وأسرتي جميعاً

ثم إلى كل من علمني حرفاً أصبح سنا برقه يضيء الطريق أمامي...

رميصاء

إهداء

إلى أمي وأبي

إلى أهلي وعشيرتي

إلى أساتذتي

إلى زملائي وزميلاتي

إلى الشموع التي تحترق لتضئ للآخرين

إلى كل من علمني حرفا

أهدي هذا البحث المتواضع راجياً من المولى

عز وجل أن يجد القبول والنجاح...

خولة

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي

١-إشكالية الدراسة

٢- تساؤلات الدراسة

٣- أسباب إختيار الموضوع

٣-١ أسباب ذاتية

٣-٢ أسباب موضوعية

٤- أهداف الدراسة

٥-أهمية الدراسة

٦-تحديد المفاهيم

٧-منهج الدراسة

٨- أداة الدراسة

٩-مجتمع البحث و عينة الدراسة

١٠- الدراسات السابقة

الإطار التطبيقي

١_ التحليل السيمولوجي للومضات الاشهارية من قناة MBC1.

١_١ بطاقة فنية لقناة الـ MBC1 .

١_٢ بطاقة فنية عن مؤسسة تايد للغسيل.

٢_ التحليل السيميولوجي الدلالي للومضات الاشهارية.

٢_١ التقطيع التقني للومضات الإشهارية

٢_٢ التحليل التعيني

٢ _٣ التحليل التضميني

إستنتاجات عامة

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس المحتويات .

مقدمة

عرف الإنسان منذ التاريخ القديم كيف يصور ويرسم أشكالا مختلفة،

فهاهم الفراعنة يخلدون ذكراهم برسوم فريدة على أوراق البردة ، والرومان يحفرون تاريخهم على جدران مبانيهم في روما ،فالصورة والتصوير فن غريزي يسعى به الإنسان لترجمة واقعه وتخليد ذكراه ببصماته الأصلية.

ومن خلال ذلك نجد أن الصورة كيان مركب من تمثلات أيقونية شكلت معضلة لدى الباحثين ،لاختلاف تمثيلها،ومطابقتها أو تشابهها ومماثلاتها ،حتى أصبحت الصورة مجالا سيميولوجيا خصبا يحظى بالدراسة والتحليل، وذلك باستعمال مناهج ومقاربات تحليلية خاصة بالصورة ،هذه الاخيرة تقوم بإغراء عقول المتلقين لتسلب إرادتهم وتدفعهم إلى الاقتناع وتبني الأفكار التي تمثلها.

نافست الصورة بالفعل حضارة الكتابة بشدة جراء تأثير التطور التكنولوجي، الذي أمس وسائل الاعلام والاتصال إذ أصبحت الصورة هي شريان المؤسسات الاعلامية ، بما فيها الصورة الثابتة والمتحركة ، ولأن الصورة هيمنت على كل المجالات وكأنها المؤثر الطاغي على ثقافة الشعوب في شتى مناحي الحياة ، فإن الإشهار من بين تلك المجالات التي طالتها الصورة لأهمية إبلاغها الملفت وتشعب حضورها.

لقد أضحى الإشهار في وقتنا الحالي جزءا لايتجزأ من حياتنا اليومية ، فنجد له حضورا في جميع الميادين والمجالات ،وهذا ماجعل روبير كيران **(Robert Crane)** يقول: "إن الهواء الذي نستنشقه مكون من النيتروجين والأكسجين والإشهار" .

ويعد الإشهار فضاء رحبا ، تتخذه المؤسسات التجارية ، والوكالات للتعريف والتشهير بمختلف خدماتها ، لما له من قدرة على التأثير وجذب الإنتباه ، وتوجيه الزبون نحو الشراء ، فالإشهار يؤثر على النفوس والعقول معا ، ليجد المتلقي نفسه منقادا إليه .

مما يساعد على حصول هذه الإستجابة لما في الاشهار من مزايا جاذبة ، فالمشهر يبحث عن أفضل السبل وأنسبها لإقناع متلقيه ،فيأتيه بالنموذج المثالي الخالي من العيوب والنقائص مستعينا تارة باللغة في شقيها التركيبي والبلاغي ، وبالصورة تارة أخرى ، أو قد يجتمع في الاشهار الواحد اللغة والصورة ، لإستمالة المتلقي ، وإثارة لردود أفعال إيجابية فيه.

فموضوع البلاغة البصرية لم يرى النور إلا في غضون ستينات القرن الماضي، حيث قام رولان بارث **"Roland Barthe"** بنشر موضوع حول بلاغة الصورة في مجلة communicationالفرنسية عام ١٩٦٤، التي تتبنى فكرته بالأساس حول تمثيل الصورة للواقع من خلال الدال والمدلول والمرجع المستند عليه إثر عملية الإدراك والتفسير من قبل المتلقي ،على إعتبار أنها تخلق بلاغة بصرية من خلال السرد الفيلمي للرموز والأيقونات والموسيقى ...، أنها بلاغة تتجاوز البلاغة اللغوية من حيث الوظائف والتمثيل البصري ، وفق مبدأين إما المشابهة أو المجاورة ولأن هذا الجانب لا يحظى بالدراسات التحليلية للرسالة الإشهارية من حيث النسق الأيقوني الذي يطغى على مضمون الومضة الإشهارية أكثر من النسق اللغوي، إذ تبدو عملية تصميم الرسالة الإشهارية عملية سهلة ومبتذلة، لكن إنتاج ومضة إشهارية مدتها ثلاثون ثانية لايعني مجرد تصوير منتوج وتتابع للقطات ،إنها تجسد

ايديولوجية تهدف لتبليغها ،من خلال ما تخفيه عبر قرينة دالة تأسر بذلك الجمهور المتلقي ليتفاعل مع الرسالة الإشهارية ومن ثم تدفعه للشراء و الشراء.

وتندرج هذه البلاغة التي نحن بصدد دراستها ضمن البلاغة الجديدة ، التي دعت إلى مثل هذه المواضيع ، ألا وهي ربط البلاغة بمختلف مجالات الاستخدام اليومي ، وقد ساهم هذا بإنبعاث ونهوض البلاغة من جديد ، ووضعها في حيز التطبيق ، أما المشهر فيتخذ من الأساليب البلاغية (الاستعارة ، المجاز ، التشبيه ، المحسنات البديعية) التي يقوم بصياغتها في قوالب بلاغية سحرية ، كوسيلة وحجج لإقناع المتلقي وإغرائه واستمالته فيتشكل من هذا الربط بين البلاغة والإشهار خطاب إشهاري بلاغي ولهذا فإن دراستنا تعنى

بموضوع الأساليب البلاغية في الإشهار التلفزيوني من خلال تحليل الرسالة الإشهارية التي تبث من قبل قناة تلفزيونية Mbc1 ولهذا قسمنا دراستنا إلى قسمين:

يتناول القسم الأول من الدراسة **الاطار المنهجي**،و الذي طرحنا فيه الإشكالية ومجموعة التساؤلات التي تفككها التي تعني بالرسالة الإشهارية التي سنقوم بتحليلها والتي تعرض من قبل قناة mbc1 ، معتمدين في ذلك على مقاربة التحليل السيميولوجي **لرولان بارث** ، كما عرضنا في هذا القسم أسباب إختيار الدراسة ،أهداف الدراسة و أهمية الموضوع ، و شرح أهم المفاهيم الواردة في الدراسة ، وكذا عرض الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع.

أما القسم الثاني في الدراسة فكان حول **الجانب التطبيقي** للدراسة ،و قمنا فيه بتحليل مفردتين (ومضتين) تحليلا سيميولوجيا تمثل في عينة الدراسة لنصل إلى أهم **نتائج التحليل** وفي النهاية **الخاتمة** ثم **الملاحق**.

الإطار المنهجي

١)_ إشكالية الدراسة:

يعد الإشهار صناعة ثقافية و إقتصادية و إعلامية، فهو يحاصرنا في كل لحظة وكل حين، فنستعمله بوعي أحيانا و من دون وعي أحيانا أخرى، فيتوسل بكل الوسائل والحواس ويوظف كل اللغات و الأشكال والأنظمة، فهو حاضر اليوم في أكثر الوسائل الإعلامية لغاية ما يسعى لتحقيقها،و نظرا لهذه الأهمية التي يكتسيها في حياتنا فقد أصبح ميدانا خصبا في الدراسات المعاصرة .

ومع التطور التكنولوجي برز لون إشهاري بقوة أصبح ينافس الوسائل الإشهارية الأخرى ،إما لطبيعة الرسالة أو للوسيلة في حد ذاتها التي أفرزت مكونا جديدا أضفى الحيوية عليها تمثل في الإشهار التلفزيوني ،الذي سرعان ما زادت الحاجة إليه من قبل وسائل الإعلام السمعية البصرية وتعاضم إنتاجه ، ذلك أنه يربط الصورة بالحركة لتكوين معاني تهدف إلى التدليل عن بعضها البعض، إذ تتمثل وظيفة الومضة الإشهارية أساسا في إعادة تكوين و إنتاج الواقع على نحو يمكن القول أنه واقعي من حيث مستوى التشكيل الفني والألوان، والموسيقى و موضوع الومضة في حد ذاته ،ما يظهر صعوبة تصميم الإشهار التلفزيوني ، فالصورة الإشهارية التلفزيونية المتحركة ليست مجرد نقل للواقع أو عرض له إنها هي مرتبطة بمحتواه.

وعلى هذا الأساس فالومضات الإشهارية عبارة عن نسيج لغوي و غير لغوي، تتشابك فيه مجموعة من العناصر اللغوية و التصويرية والصوتية، لتتولد إثر ذلك بلاغة تجعل من الخطاب الإشهاري أكثر قدرة إبلاغية و توضيحية ،والأكثر من ذلك القدرة الجمالية التي تجاوزت من خلالها الجملة قواعد تركيزها بلاغيا ومجال إستخدامها الكلاسيكي لتلج بذلك عالم صناعة الصورة محافظة على دورها و أدائها ضمن التركيب التقليدي لها ، غير أنها في صورة وظفت من بعد إتصالي في بناء إرسالية الخطاب الإشهاري بالإستعارة والكناية و التشبيه ،وهي في مجملها صورة بلاغية يمكن إستثمارها في الرسائل البصرية ومعالجتها بالتحليل البلاغي من خلال تداخل المعطى النصي بالمعطى البصري و على هذا الأساس

فإن الخطاب الإشهاري لا يقول الحقيقة بل يخلق الحقيقة من خلال ما يتضمنه و يشير إليه[1].

ويمكن توضيح هذا الجانب من خلال دراسة الأساليب البلاغية في الخطاب الإشهاري من وجهة سيميولوجية ، و هو ما يدفعنا لطرح التساؤل المحوري التالي: **ما هي الأساليب البلاغية التي تضمنتها الومضات الإشهارية على قناة mbc1؟**

[1]- كريمة عبد الواحد،سيميولوجيا الإتصال في الخطاب الإشهاري البصري،مجلة الواحات للبحوث و الدراسات،العدد٢،جامعة باجي مختار عنابة،٢٠١٤،ص٢.

٢)_تساؤلات الدراسة:

و لإثراء الإشكالية السابقة إرتأينا ضرورة تعزيزها بجملة من التساؤلات نطرحها على النحو الآتي:

١_ ماهو الغرض من استخدام الاساليب البلاغية في الخطاب البصري؟

٢_هل ترسم البلاغة معنى إضافي للرسالة البصرية ؟

٣_ما هي الأساليب البلاغية المستخدمة في الصورة التلفزيونية؟

١_ هل الأسلوب البلاغي موجود في الرسالة اللسانية أم يتعداه للرسالة البصرية ؟

٣)_أسباب إختيار الموضوع

جاء إختيارنا لموضوع الأساليب البلاغية في الخطاب البصري لجملة من الأسباب منها ما هو موضوعي ومنها ما هو ذاتي :

٣_١)- الأسباب الذاتية:

١_ اهتمامنا بحقل السيميولوجيا و مجال دراستها.

٢_ إهتمامنا بفن الإشهار و إدراكنا لقوة هذا النمط الإتصالي على التأثير في آراء و توجهات الجماهير.

٣_ التأثر الشخصي بالكم الهائل للرسائل الإشهارية البصرية و أساليب عرضها.

٣_٢)- الأسباب الموضوعية :

١_ قلة الدراسات التي تتناول الدراسة خاصة البلاغة النصية والبلاغة التصويرية في الإشهار

٢_ تستخدم البلاغة بشكل ملفت للانتباه في الخطاب البصري وخاصة في الإشهارات و هذا ما جعلنا نتساءل عن أهم الدلالات التي تحملها الصورة الإشهارية .

٣_ إبراز أهمية الأساليب البلاغية في الخطاب الإشهاري.

٤)-أهداف الدراسة :

تهدف دراستنا إلى :

_الكشف عن الأساليب البلاغية المستخدمة في لغة الخطاب الإشهاري.

_ معرفة الأساليب البلاغية الأكثر استخداما في الصورة الإشهارية .

_ الكشف عن أسس الرسالة اللسانية والبصرية في الخطاب الإشهاري و أبعادها البلاغية .

٥)-أهمية الدراسة :

تحمل هذه الدراسة أهمية كبيرة من خلال أنها:

تكشف الغطاء عن الاساليب البلاغية المستخدمة في الخطاب الإشهاري و تسعى لتحليل نمط إتصالي متميز في نقل المعلومات و تكوين الآراء بأساليب فعالة . و تسليط الضوء على الإشهارات التلفزيونية من حيث بنية الخطاب البصري و الألسني من اجل الوصول إلى مدلول حقيقي التي تتضمنه الومضة الإشهارية لعينة الدراسة.

كما تحاول هذه الدراسة تقصي توجها جديدا عرفته الرسالة الاشهارية في ظل الانتشار الواسع للقنوات الفضائية ،و الاستخدام الكبير لتكنولوجيا الحديثة في الاعلام و الاتصال .

٦)-تحديد المفاهيم

١_ البلاغة

_لغة: (بلغ) المكان وصل إليه (و الإبلاغ و التبليغ) الإيصال ، والإسم منه (البلاغ) أيضا الكفاية و شيئ (بالغ) أي جيد ،(البلاغة) تعني الفصاحة . أي الوصول و الكفاية و الفصاحة[١].

_اصطلاحا: أما ما ورد في مفهومه الإصطلاحي عند علمائه العربية ، فهو لا يختلف عن هذه الدلالات العامة التي يحيل إليها المعنى اللغوي ، و تتحدد في البلوغ الذي معناه الوصول والإنتهاء إلى نفوس المتخاطبين نحو ما ذكر (أبو الهلال العسكري) :"البلاغة كل ما تبلغ به المعنى قلب السامع ، فتمكنه في نفسه كتمكنه في نفسك مع الصورة مقبولة و معرض حسن ".[٢]

_هي مطابقة الكلام لمقتضى الحال،مع فصاحة مفرداته و مركباته ، وسلامتها من تنافر الحروف وغرابة الإستعمال ،والبلاغة هي جملة المقاييس الفنية يعرف بها سمو النص و جماله أو تخلفه عن مرتبته[٣].

كما عرف كريستيان بايلون في كتابه الإتصال la communication البلاغة على أنها: العلم الذي يدرس شروط الخطاب الناجح وانها المجال الأول في المعرفة الذي إهتم باللغة كآدات إتصال ، واقترح تقنيات تجعل من النشاط الإتصالي أكثر فعالية [٤].

البلاغة البصرية:عرف رولان بارث بلاغة الصورة على أنها العلم الذي يدرس أساليب التضمن.

---

[١] – محمد بن أبي بكر الرازي ، **مختار الصحاح** ،ط١، دار الفكر للطباعة والنشر و التوزيع ، بيروت لبنان ، ٢٠٠١ ، ص ٦٧.

[٢] – خليفة بوجادي ، **في اللسانيات التداولية** ،ط٢، بيت الحكمة للنشر و التوزيع ، ٢٠١٢ ، ص ١٣٠ .

[٣] – خليفة بوجادي،نفس المرجع، ص ١٣٢.

[٤] -joly Martine ,**introduction de l'image** ,pollina ,paris , 1998 ,p 186.

والبلاغة في الصورة الإشهارية:تتجسد بلاغة الصورة الإشهارية من خلال إرسالية ضمن شبكة تواصلية معقدة ،تحتل داخلها معطيات الاجتماعية والنفسية ، موضوعها متميز تغطي خصوصيات الدال الأيقوني[1].

_ **الأسلوب:** يمكن تعريف الأسلوب على أنه الذي يقع بين اللسان والكلام ، يتجسد في مجموع البصمات الشخصية التي يتميز بها خطاب كل متكلم ،أي مجموع الاختيارات الفردية لمختلف التعبيرات التي يزخر بها اللسانئ، وعند العرب، يعادل مفهوم الأسلوب علم المعاني[2]. وعليه يمكن تعريف الأساليب البلاغية إجرائيا على أنها:

الطريقة التي يتم من خلالها الإرسالية للخطاب الإشهاري وتضمينها بمجموعة من الأوجه البلاغية المستعارة من البلاغة الكلاسيكية والتي تكونت إثر التكون الحاصل بين الأشكال اللغوية والأشكال البصرية في الصورة الإشهارية التلفزيونية .

_التعريف الإجرائي للبلاغة :

وعليه فالبلاغة هي ذلك العلم الذي يدرس أساليب التضمن في الرسالة اللسانية و البصرية، فهي تقوم على مبدأ الإتصال واستخدام الغة إستخداما سليما ، يضمن وصول المعاني إلى المخاطبين .

٢_ الخطاب:

_لغة: هو مصدر للفعل (يخاطب،وخاطب)، وقد جاء من كلمة الخطب أي الأمر أو الشأن ، والخطاب هو سبب الشيئ،ويقال للمرء ما خطبك ؟ أي ما شأنك ؟ ، ونصف بعض الحوادث و الأمور فنقول خطب عظيم أو جليل[3].

---

[1]– بلقاسم سلطانية و آخرون، **سيميولوجيا الصورة الإشهارية** ، مطبعة جامعة محمد خيضر بسكرة،الجزائر،٢٠١٣.ص ١٦٥.

[2]– محمود إبراقن ،**قاموس اللسانيات و سيميولولجيا الإتصال** ، المدخل إلى السيميولوجيا ،دار هومة للنشر والتوزيع،الجزائر،٢٠٠٥، ص٢٩٢.

[3] – لامية بوداود ، **تحليل الخطاب الميم الروائي في الجزائر (رواية أوشام بربرية) لجميلة زنير نموذجا** ، مذكرة ماجستير في الاداب العربي جامعة قسنطينة ، ص ١٣.

_إصطلاحا:

فهناك الكثير من التعريفات المتعارف عليها للدلالة على الخطاب و منها :

_ أن الخطاب مجموعة متناسقة من الجمل أو النصوص و الأقوال[1] .

_ هو وسيط لساني في نقل مجموعة من الأحداث الواقعية والتحليلية التي أطلق عليها (جينيس) الحكاية.

_ الخطاب حسب (بنفنيست) هو كل تلفظ يفترض متحدثا ومستمعا ، تكون للطرف الأول نية التأثير في الطرف الثاني بشكل من الأشكال.[2]

٣_ الخطاب البصري (الصورة):

_لغة:

في التنزيل ورد قوله تعالى : (هو الذي يصوركم في الأرحام)[3].

ورد في معجم لسان العرب كلمة صور، بمعنى" الجمع صور و صور، وقد صوره فتصور فقال الجوهري والصور بكسر الصاد ،لغة في الصور جمع صورة فتصورت الشيء ،توهمت صورته فتصور لي ،والصورة تدل على معنى حقيقة الشيء وعلى معنى صيفته "[4].

_اصطلاحا:

أعطيت للصورة عدة تعريفات منها :

_ عرفه سعيد بنكراد بأنها" واقعة بصرية تدرك في الفضاء"[5].

---

[1]– لامية بوداود،مرجع سبق ذكره ،ص ١٤.

[2]جابر عصفور،**آفاق العصر** ، ط١،دار الهدى للثقافة والنشر ،دمشق سوريا، ،١٩٩٧،ص ٤٧.

[3]– سورة آل عمران، الآية ٦.

[4]– إبن منظور ، **معجم لسان العرب** ، دار النشر بيروت،٢٠٠٣ ، ص٤٣٨

[5]–سعيد بنكراد ، **السيميائيات مفاهيمها و تطبيقاتها** ،دار الحوار للنشر و التوزيع ، ط٣، ٢٠١٤،ص ١٤٤.

وفي موضع آخر تعرف بأنها "وسيلة تواصلية فعالة متعددة المعاني والوظائف ،وعنصر من عناصر التمثيل الثقافي ، وبخاصة فما تقتضيه الثقافة البصرية في زماننا"[١].

_التعريف الإجرائي :

يتبين لنا من خلال هذه التعريفات أن الصورة بنية بصرية، وهي وسيلة للتعبير والتواصل بين أفراد المجتمع ، كما تعد من أهم التقنيات المساعدة على نقل وتعريف الثقافات والتقاليد بين الشعوب.

٤_ الإشهار :

_لغة : ورد في لسان العرب شهر ما يلي "شهر :يقول الجوهري الشهرة وضوح الأمر ،وقد شهره بشهره شهرا ، والشهرة فأشهره ،و الشهرة تشهيرا، والرجل الشهير ومشهور معروف المكان ،و قال الزجاج سمي الشهر لشهرته و بيانه "وهو إظهار الشيئ و المجاهرة به[٢].

_إصطلاحا :قبل الدخول في خضم الإشهار لا بد لنا تحديد التداخل الموجود بين مصطلح الإشهار و الإعلان ،فقد ذكرت منى الحديدي أن كلمة إشهار تستخدم في دول المغرب العربي (توقس ،المغرب،الجزائر)في حين تستخدم كلمة الإعلان للتعبير عن نفس المعنى في دول المشرق العربي (سوريا ،الأردن) و يقابل ذلك في الغة الفرنسية "**la publicité**" و في الغة الإنجليزية **advertisng** أو**publicity**،و بهذا فإن الإشهار و الإعلان بينهما اتفاق كبير ،نظرا لكون الإعلان يخدم جهات محددة و يساعدها في تحقيق أهدافها، من خلال تقديم المعلومات و السعي لإقناع الجمهور بمزاياه ،وبالتالي لهما نفس الهدف[٣].

إن الإشهار في الدلالة الاصطلاحية له معاني عدة نذكر منها ما يلي:

---

[١]– بشير إبرير ،**دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية و الأيقونية** ،الملتقى الدولي الخامس ، مخبر أبحث اللغة العربية و الأدب العربي ،جامعة بسكرة٢٠٠٨،ص ٦

[٢]. إبن منظور ، مرجع سبق ذكره، ص ٢٢٦.

[٣]- منى الحديدي ،**عدلي سيد رضا،الإعلان الإذاعي و التلفزيوني**، مركز جامعة القاهرة،٢٠٠٢،ص١٨.

_ عرفت الجمعية البريطانية الإشهار أنه :" وسيلة للتعريف لسلعة أو خدمة لغرض البيع أو الشراء ".عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الإشهار أنه :" الوسيلة الغير الشخصية لتقديم السلع و الخدمات ، و الأفكار بواسطة جهة معلومة و مقابل أجر معلوم[١].

يقول جورج بينيتو :" لا يجب أن نسأل الخادمة (ولكن ليفي شتراوس) على شروط الطبخ التي توجد وراء واجيات الأكل ، لا تذهب بعيدا عن متلقي الإشهار الذي يتقن تلك المادة [٢].

_التعريف الإجرائي للإشهار :

_الإشهار هو عملية إتصالية كاملة غير شخصية لصلح المعلن تنطوي على كل عناصر الإتصال حيث يقوم المعلن بإستخدام إحدى وسائل الإتصال المختلفة مقابل قيمة مالية معينة في نشر أو بث رسالة إشهارية لتعريف جمهوره بالخدمة المعروضة و ذلك بتوظيف أساليب إقناعية تهدف للتأثير في سلوكهم الشرائي .

٤-١)- الإشهار التلفزيوني:

هو عبارة عن مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال وقت المباع من قبل التلفزيون لتقديمها وعرضها إلى الجمهور ، من اجل تعريفه بسلعة أو خدمة من ناحية الشكل أو المضمون بهدف التأثير على سلوكه الإستهلاكي وميوله وقيمه ومعلوماته وسائر المقومات الثقافية الأخرى[٣].

_التعريف الإجرائي للإشهار التلفزيوني:

هو عملية إتصال جماهيري يهدف لعرض سلعة أو خدمة لو فكرة معينة بإستغلال إمكانيات التلفزيون و خصائصه الفنية المتمثلة في الصوت والصورة والمؤثرات الحركية بغرض إقناع المتلقي والتأثير فيه .

---

[١]-تامر البكري ، **الإتصالات التسويقية و الترويج** ، ط١، دار حامد للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٦، ص ١٩٦.

[٢]- فيصل الأحمر ،**معجم السيميائيات** ، ط١،الدار العربية للعلوم ، ،بيروت ٢٠١٠، ص١١٤.

[٣]- حنان شعبان،**تلقي الإشهار التلفزيوني**،دار الكافور ،بيت الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر ،٢٠١١،ص ٨-٩

٤-٢)-الومضة الإشهارية:

يعرف هيرني جونيس"**Henri joannis**" الومضة الإشهارية بأنها : فيلم إشهاري ستغرق مدة زمنية قصيرة بين ١٥ثا و٣٠ثا و ذالك من أجل التعريف بمنتج ما ، و تنتهي الومضة التي تستغرق هذه المدة الزمنية دائما بلقطة ختامية للمنتوج المروج له ، و تكون مصاحبة بشعار يلخص ما هو أساسي في الرسالة ، و تستغرق هذه اللقطة مدة زمنية تتراوح بين ٥و٦ثواني[١].

_التعريف الإجرائي للومضة الإشهارية :

هي رسالة إشهارية تتجسد من خلال عملية تكثيف للرموز في مدة زمنية قصيرة لإعادة بناء الواقع بغية تمكين المتلقي من فهم وحصر مختلف العناصر التي من شأنها تجسيد و تشخيص الفكرة الأساسية التي تتمحور حولها الومضة .

_هي فيلم قصير يشهر عن منتتج ما سواء كان سلعة أو خدمة ما بتقديم خصائصه في مدة زمانية لا تتجاوز ٣٠ ثا .

[١]-حنان شعبان،مرجع سبق ذكره،ص ٢٨-٢٩.

٧)-منهج الدراسة :

_ يمثل المنهج كما عرفه موريس أنجرس (مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ الهدف) [١].

_ و يعرفه أيضا "عبد الرحمان بدوي" بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم ، بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل و تحدد العمليات التي تصل إلى نتيجة معلومة أي أن المنهج عبارة عن إخضاع الباحث لنشاط بحثه[٢].

وبما أن دراستنا هذه تقصد الوقوف على الأساليب البلاغية و المعاني الباطنية للرسالة الإشهارية لذالك إتخدنا منهج التحليل السيميولوجي للإجابة على الإشكالية المطروحة .

حيث يهدف علم السيميولوجيا إلى دراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي فهو يدرس لغة الإنسان والحيوان وغيرها من العلامات الغير لسانية بإعتبارها نسق من العلامات ، كعلامات المرور و أساليب العرض في واجهات المحلات التجارية ، والخرائط والرسوم البيانية والصور و غيرها[٣] .

فهو يدرس العلامات في كنف الحياة الاجتماعية وقد يشكل فرعا من علم النفس الاجتماعي، ومن أبرز باحثيه ومؤسسيه"دي سوسير " و "شارل بيرس "[٤].

و اللجوء إلى المقارية السيميولوجية يعد خطوة هامة في الكشف عن الدلائل و الرموز و الأساليب البلاغية في الخطاب البصري، إستعنا بمقاربة التحليل السيميولوجي لرولان بارث

---

[١]-موريس أنجرس،**منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ،تر أمين صحراوي و آخرون ، ط ٢ ، دار القصبة ،الجزائر،٢٠٠٦، ص ٦٢.

[٢]-أحمد بن مرسلي،**مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال**،ط٣،ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،٢٠٠٥،ص١٩٧.

[٣]- قدور عبد الله الثاني،**سيميائية الصورة** ،**مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم**،ط١،دار الغرب للنشر و التوزيع، الجزائر،٢٠٠٥،ص٢٣.

[٤]-قدور عبد الله الثاني،نفس المرجع،ص ٦٦.

و هذا لمعرفة مختلف الدلائل و المعاني التي تحملها الرسالة البصرية ،و لاعتبار الومضة الإشهارية أداة إتصال فعالة من خلال التقنيات و المؤثرات التي تجعلها تميل للواقع و ذات أبعاد دلالية لتشكيل المعنى الفعلي و المقصود لتلك الرسالة .

فهذا المنهج ـ التحليل السيميولوجي ـ يغوص في مضامين الرسالة أو الخطاب الإشهاري و يعطي لمستقبل الرسالة الإشهارية دورا نشيطا وفعالا ،إذ يحثه على البحث المتعمق .

فالتحليل السيميولجي هو مجموعة من التقنيات والخطوات المستخدمة لوصف وتحليل الشيء بإعتباره له دلالة في حد ذاته وبإقامة علاقات مع أطراف أخرى وبهذا يعد بمثابة :

الإجراء او الإستراتيجية التي تستهدف إستكشاف الوحدات البنائية للنسق الإتصالي .فالتحليل يعمل على تجزئة مكونات هذه البناءات لمعرفة تماثلها أو تقابلها بإعتبارها نظائر ومن ثم معرفة الصيغة الوظيفية التي تحكم البناء وتفاعل الدلالي لهذا النسق ، وكذا التحليل الخاص بالسينما وغيرها[1].

[1]–ليندة خديجة هادف،**دلالة العناصر السردية في الإشهار التلفزيوني**، دراسة تحليلية سيميولوجية لومضات نجمة للهاتف النقال، جامعة الجزائر ، ٢٠٠٦–٢٠٠٧ ، ص١٢.

٨)-آداة الدراسة:

وفي التحليل السيميولوجي للصورة المتحركة ، إستعرنا العديد من الأبجديات النثرية المتعلقة بالصورة الإشهارية الثابتة "لرولان بارث" فتنتج لدينا المحاولة التحليلية السيميولوجية التالية:

أ) المستوى التعييني : (le niveau dénotatif):

أو ما يسمى بالمستوى التقريري: يعرف لويس يامسلاف التعيين كمركب دال (علاقة دال / مدلول) أو في كل نظام من أنظمة التعبير و التواصل ، و التضمين كنظام ثاني من الفهم (الإيديولوجي و التاريخي و الإجتماعي ...إلخ)[١].

حيث يتم الإعتماد على الوصف الدقيق للومضة من خلال كل العناصر المكونة للصورة المتحركة من خلال تحديد مجمل اللقطات والزوايا ، المدة الزمنية التي تستغرقها اللقطة و حركات الكاميرا أي من خلال شريط الصورة و ضريط الصوت الذي يضم الموسيقى و مؤثرات موسيقية و الأصوات الجانبية .

ب)المستوى التضميني:(le niveau connotative)

أو ما يسمى بالمستوى الإيحائي: نجد في كتاب الفيلسوف الألماني فريج الذي يعتبر أن العلامة تدل عبر ثلاث مراحل (أي على ثلاثة مستويات مختلفة من الدلالة) بمرجع واحد في عالم الأشياء ،غالبا ما تكون لعلامتين مرجع واحد و لكن ليس لهما معنى واحد . و التضمين ليس هو ما تدل عليه الكلمة و لكن الطريقة التي تدل بواسطتها على ما تدل(إنها الطريق المنطقي للوصول إلى المرجع)[٢].

والذي نتطرق فيه لتفكيك رموز الرسالة الإشهارية من خلال القراءة الدلالية للوصول إلى المعاني الفعلية .أي تكوين الصورة و ما تخفيه من مضامين كامنة و دلالات تشكل المعنى المقصود من قبل القائم بالإتصال، و التي نجدها من خلال التمثيل الرمزى و الأيقوني في الومضة الإشهارية .

---

[١]-برنان توسان، **ماهي السيميولوجيا؟**، تر محمد نظيف ، ط٢،إفريقيا الشرق، المغرين٢٠٠١،ص ٤٢.

[٢]- برنان توسان،نفس المرجع،ص ٤٣.

ج)المستوى الألسني : يتضمن الجانب اللغوي للموضة الإشهارية سواء كان في شكله المنطوق أو المكتوب في شكل كلمات مكتوبة ، و مرافق للصورة و البحث في دلالة النص و الأبعاد التي يحملها ووظائفه ضمن السياق الفلمي للومضة الإشهارية بشكل عام للأهمية التي يحملها النص اللغوي في الصورة الإشهارية .

ضمن هذا المستوى تطرقنا لتحليل المدونة البصرية "cods visuels"وهي تجسيدات الكاميرا و حركتها و تكوين الصورة ،و المدونة المرجعية لملامح ودلالات الصورة التي تعطي للصورة دلالات ثقافية و هنا طرحنا السؤال لماذا ؟لماذا أستخدم سلم اللقطة و زوايا التصوير؟ بماذا توحي الرموز؟ما هي دلالة الإيحاءات الديكورات و ملابس الممثلين؟ما هي الإيحاءات المستعملة في الفيلم الإشهاري ؟ فمن خلال التحليل كل هذه الأوضاع و غيرها نستطيع قراءة الدلالة التضمينية أو كما يسميه بارث المستوى التضميني الإيديولوجي الذي تقدمه الصورة و الذي يكون قائم على أسس ثقافية [1].

وبالموازات مع تحليل الرسالة الأيقونية قمنا كذالك بتحليل الرسالة الألسنية المرافقة لها على أساس وظيفتها الثنائية والمتمثلة في الترسيخ "l'ancrage" والمناوبة "le relais" وقد تكون الرسالة اللسانية في شكل منطوق "voix off"أو في صيغة بيانات مكتوبة على الشاشة ،او الموسيقى و الأصوات الشبيهة (الضوضاء)[2].

الدليـــــل	
المستوى التعييني	المستوى التضميني
دال	مدلول
دال	مدلول

جدول رقم(١):يمثل مقاربة رولان بارث

[1] **Roland Barthes,la rhietorique de l'image**,revue de communication, Nou seuil ,1964 ,p40.

[2] –ليندة خديجة هادف ،**مرجع سبق ذكره**،ص١٥.

٩)-مجتمع البحث و عين الدراسة :

٩-١)مجتمع البحث:

المقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها ، إن السحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه إسم العينة ، و العملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة[١] .

كما تعرفها الباحثة **"مادلين قرافيتز"** أنه مجموعة العناصر له خاصية ،أو عدة خصائص مشتركة ، تميزها عن غيرها من عناصر أخرى ، و التي يجري عليها البحث العلمي[٢] .

و بما أن موضوع دراستنا هو الكشف عن الأساليب البلاغية في الخطاب البصري فمجتمع البحث في هذه الحالة يتمثل في مجموعة الومضات الإشهارية من قناة Mbc1.

٩-٢)-عينة الدراسة:

لإتمام دراستنا كان لا بد علينا من تحديد عينة الدراسة ،و التي تعرف بأنها ذلك الجزء المختار من مجتمع البحث الكلي و تكون ممثلة لهذا المجتمع .

و لتحديد عينة البحث إتبعنا الأسلوب القصدي أو العمدي التحكمي، الذي يقوم على تقدير الشخصي للباحث في إختيار العينة ،بحيث يدخل عامل التأكد الشخصي من فائدة الإختيار المحقق من النتائج النهائية.فتحصلنا على عينة قصدية أو كما يحلو لبعض الباحثين تسميتها بالعينة الغرضية أو العمدية أو النمطية،وذلك لأنها أختيرت من طرف الباحث بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بإقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات وهذا لإدراكه المسبق و معرفته الجيدة

---

[١]-منذر الضامن،**أساسيات البحث العلمي**،دار المسيرة للنشر و التوزيع،عمان،٢٠٠٧،ص٩١.

[٢]-موريس أنجرس،**مرجع سبق ذكره**.ص٦٢.

لمجتمع البحث ولعناصره التي تمثله تمثيلا صحيحا.وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة[1].

ونظرا لطبيعة الدراسة السيميولوجية فقد قمنا بإختيار مفدرات عينة هذه الدراسة بصفة قصدية وتحرينا في ذالك إختيار الومضات التي رأينا انها تحمل الإجابة على إشكالية الدراسة .

إن إختيارنا لومضتين إشهاريتين كانت لمجموعة من الإعتبارات المتملثة في:

_إحتوائها على جملة من الأساليب البلاغية المراد دراستها .

_ أن الومضات في حد ذاتها تنقسم إلى نوعين : نوع يدخل تحت إطار إشهار الصورة ، والآخر يندرج في إشهار المنتوج ، فتحرينا تمثيل النوعين في نوعية البحث .و توصلنا في النهاية إلى تحديد وحدات العينة المختارة للدراسة وهي كالتالي :

المفردة الأولى : جاءت لتتحدث عن غسيل تايد للعباية .

المفدرة الثانية : تتحدث عن غسيل تايد لبياض أنصع .

[1]–مروان عبد المجيد براهيم ،**أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية** ، مؤسسة الرواق للنشر ، عمان ، ٢٠٠٠،ص١٦٣.

١٠)-الدراسات المشابهة:

من المهم جدا لأي باحث إجتماعي أن يطلع على البحوث التي سبقت بحثه ،لتجنب التكرار وكذالك لتفادي أخطاء الآخرين ويسمح له بذلك بفهم موضوع فهمه أكثر واختيار الطريقوالإجراءات المنهجية الملائمة لدراسته، فضلا على أن هذه الدراسات تتضمن قوائم بالمراجع الهامة التي اعتمدت عليها ، فتفيد الباحث في التعرف على الكثير من مراجعه ومصادره لذلك حاولنا قدر الإمكان الحصول على الدراسات السابقة لهذه الدراسة .

الدراسة الأولى :

فايزة يخلف ، وهي دراسة بعنوان خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الإنفتاح الاقتصادي – دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية – مذكرة

لنيل شهادة الدكتوره في علوم الإعلام والإتصال ، منشورة ، الجزائر ، سنة ٢٠٠٤-٢٠٠٥ حيث إنطلق الباحث من الإشكال التالي :ما هي وظيفة الصورة في الإعلانات كمجلة لها تاريخ طويل في الصحافة الجزائرية ؟ و قد تفرعت عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية جاءت كالتالي :

_ ماهو البناء الدلالي والثقافي الذي يميز الإشهار في التلفزيون الجزائري في ظل التراث الثقافي و الإتصالي للمجتمع الجزائري وفي ظل المعطيات الاقتصادية الجديدة التي يعرفها العالم ؟وقد تفرع عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية جاءت كالتالي :

_ ألا تؤثر طريقة إعداد الرسالة الإشهارية في التلفزيون الجزائري على طبيعة بنائها الدلالي و الوظيفي ؟

_ ما هي طبيعة البناء الدلالي والبلاغي التي تميز الإشهار التلفزيوني الجزائري ؟

_هل يمكن للصيغ الفنية و الأنظمة التضمينية التي يعرض بها المنتوج الجزائري أن تبلغ مستوى الإشهار القوي و المتماسك من الناحية الدلالية ؟

_ هل يجسد الإشهار التلفزيوني الحالي فكرة "صورة– ذات "المستهلك الجزائري ؟

_ ما هي الأساليب الدلالية التي يختص بها الإشهار التلفزيوني الجزائري في تمثيله لقيم ثقافة دائرة متلقيه ؟و هل استطاع فعلا تمثيل هذه القيم أم أنه حاد عنها[1] ؟

_ومن أبرز نتائج البحث التي توصلت إليها الباحثة والتي تخدم دراستنا نذكر منها [2]:

استخدم الفيلم الإشهاري الجزائري المقاربات الإبداعية الكلاسيكية و الحديثة و لكن دون أن تستوفي أي منها شروط الإبداع المعمول بها ، النقص في الوعد يتسم بالعمومية وعدم الثقة.

صياغة الحديث المباشر التي تعتمد على وظيفة النداء،استعملت بشكل عشوائي

ترتكز أغلبية الرسائل على إظهار مزايا السلعة و فوائدها فقد تم الإستعانة بنموذج الرسالة التفسيرية التي تعتمد على تقديم المعلومات بطريقة تزيل تردد المشاهد . إذا كان غير مقتنع بفوائد السلعة ومزاياها كما تختص أغلب الرسائل الإشهارية التي تم تحليلها بنظام لغوي يغلب عليه الوصف المتجانس للمضمون الإشهاري .

الدراسة الثانية :

أنجزتها الباحثة إيمان عفان ، معنونة تحت دلالة الصورة الفنية – دراسة تحليلية سيميولوجية لمنمنمات محمد راسم– مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الإعلام و الإتصال منشورة ،الجزائر ، سنة ٢٠٠٤–٢٠٠٥ صاغت الباحثة تساؤل بحثها على ضوء ما يلي :ما مدى عمق الدلالات التي نستقرئها من خلال منمنمات محمد راسم بناءا على شكلها الفني و على مواضيعها التي تناولها الفنان و حددها في الصياق التاريخي المختار ؟

كما طرحت الباحثة جملة التساؤلات الفرعية المنبثقة عن التساؤل الرئيسي و هي [3]:

---

[1]–فايزة بخلف،**خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الإنفتاح الإقتصادي**،دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية، ،منشورة، الجزائر ،سنة ٢٠٠٤ –٢٠٠٥،ص٥ و ٦.

[2]–فايزة يخلف ، **نفس المرجع** ، ص ٢٩٤.

[3]–إيمان عفان،**دلالة الصورة الفنية** ، دراسة تحليلية سيميولوجية لمنمنمات محمد راسم ،منشورة، الجزائر،٢٠٠٤–٢٠٠٥، ص ٩.

_ ما هي المعاني التي تكمن وراء أشكال و الخطوط و الألوان في لوحات محمد راسم ؟

_ ما الذي دفع بمحمد راسم إلى إختيار فن المنمنمات الإسلامية و هو الذي درس الفن في المدارس الفرنسية و هضم تقنيات التصوير الغربي ؟

_ ما هي أهم المواضيع التي تناولها في لوحاته محل الدراسة و ما هي الرسالة التي ضمنها إياها ؟

_ هل إستطاعت لوحات راسم محل الدراسة أن تعكس البيئة الثقافية ة الإجتماعية و السياسية للمجتمع الجزائري في الفترة التي تناولتها كسياق تاريخي ؟

_ ما هي الرسالة التي نستخلصها من مجمل لوحات راسم محل الدراسة ؟

_ هل نعتبر فنه أسلوب من أساليب مقاومة الإحتلال أو هو عكس ذلك كما يدعي البعض؟

و من أبرز نتائج البحث التي توصلت إليها الباحثة و التي تخدم دراستنا نذكر أهمها[1] :

_ فن المنمنمات عند محمد راسم كأسلوب من أساليب فن التصوير عبارة عن جملة من الدلائل الأيقونية التي ترتكز على الخطوط و الأشكال و المساحات اللونية ، و لقد توصلنا إلى أن هذه الذلائل تعبر بالضرورة عن القيم الثقافية المحلية التي تولدت في إيطارها ،مما يفسر تميز فن المنمنمات عن بقية إتجاهات مدارس فن التصوير الغربية على وجه الخصوص و العالمية عموما .

_ اهتم "محمد راسم" في مجمل لوحاته برسم أثواب الاشخاص و العناية بتفاصيلها و زخرفتها و تنوع أشكالها بإعتبار أنها ذات قيمة كبيرة على مستوى التحليل السيميولوجي إذ أن الثياب تحمل دلالات واضحة على المستوى الإجتماعي لصاحبها و على البيئة الثقافية التي ينتمي إليها ، كما أنها خير مؤشر على الحقبة التاريخية التي تنتمي إليها ، فعن طريق مدونات الثياب يستطيع الفنان أن يطلعنا على الإيطار الزمكاني و كذا الإيطار

[1]-إيمان عفان،**مرجع سبق ذكره**،ص١٨٢.

السوسيوثقافي الذي يريد أن يقولب فيه مواضيع لوحاته و لقد رأينا كيف إستغل محمد راسم القيمة الدلالية للثياب سواءا نسائية أو رجالية ليحدد الإيطار الزمكاني لمنمنماته بحيث أن المتفرج يدرك من خلالها أن الأمر يتعلق بمدينة الجزائر قبل الإحتلال الفرنسي .

الدراسة الثالثة:

أنجزها الباحث وليد قادري ،معنونة تحت صورة الإسلاميين في السينما المصرية تحليل سيميولوجي لفيلمي:"عمارة يعقوبيان "و " مرجان أحمد مرجان " مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ،منشورة، الجزائر، سنة ٢٠١٢,٢٠١١ صاغ الباحث تساؤل بحثه على ضوء ما يلي:ما هي معالم الصورة الذهنية التي تكونها السينما المصرية عن الإسلاميين من خلال ما تقدمه من معاني ،دلالات و إيحاءات صريحة و ضمنية ؟

كما طرح الباحث جملة التساؤلات الفرعية المنبثقة عن التساؤل الرئيسي و هي [١]:

_ كيف تعالج السينما المصرية موضوع الإسلاميين ؟

_ ما هي الرسائل التي تنقلها السينما المصرية لجمهورها حول الإسلاميين؟

_ هل الصورة المقدمة تعكس توجه النظام المصري تجاه الإسلاميين و الأخوان المسلمين على وجه الخصوص؟

_ ما هي الأفكار و الخلفيات الإيديولوجية التي تتحكم في هذه الأفلام؟

_ هل تختلف الصورة التي تقدمها السينما المصرية على الصورة التي يروجها الاعلام الغربي و خاصة بعد أحداث ١١سبتمبر ٢٠٠١ أم هي مجرد امتداد لها :

ومن أبرز نتائج البحث التي توصل إليها الباحث نذكر منها[١]:

[١]–وليد قادري،**صورة الإسلاميين في السينما المصرية – تحليل سيميلوجي لفيلمي عمارة يعقوبيان و مرجان أحمد مرجان**، منشورة ،الجزائر،٢٠١١–٢٠١٢،ص ١٢.

١_ قدم كلا الفيلمين صورة نمطية سلبية جدا عن قيادات الإسلاميين ،شكلت ملامحها المظاهر الآتية:العنف،التطرف ،التشدد،و الغلو ،النفاق،حشد الأعضاء من المستضعفين واستغلالهم ،وهي نمطية لكونها نفس الصورة التي يسوقها الاعلام الغربي حول الإسلاميين

٢_ انطلق المخرجين في تناولهما للإسلاميين من الواقع المحلي المصري،من خلال حركة إسلامية هي الجماعة الإسلامية وقدما تضمينات رمزية تشير إلى ذلك ،لكن تلك التضمينات لا يستطيع فهمها إلا من لديه رصيد ثقافي حول الجماعة هذا ما يسمح باكتشاف الجمهور المستهدف المتمثل في المجتمع المصري الذي يعايش هذا التنظيم و يعرف سماته بالإضافة إلى بعض الجمهور العربي الذي يملك معلومات حولها .

٣_فيلم عمارة يعقوبيان قدم صورة أكثر وضوحا و أكثر موضوعية لأن المخرج قدم تحليلات شرح خلالها أسباب انتشار الجماعة الإسلامية،و المتمثلة حسبه في الفقر و الحرمان و الظلم الاجتماعي و غياب العدالة بالنسبة للطبقة الفقيرة ثم شرح أسباب العنف الذي يمارسه الإسلاميون و قدمه على أنه عنف مضاد ونتيجة للإضطهاد و سياسة العنف التي لا تعرف ظوابط إنسانية و أخلاقية ضد فتنة الإسلاميين من قبل النظام المصري،بينما اكتفى فيلم مرجان أحمد مرجان بتقديم نظرة سطحية انتقد فيها ممارسات للجماعة الإسلامية بما يخدم النظام.

أوجه الإستفادة

_ نستطيع القول أن مجمل هذه الدراسات أفادت بحثنا لكونها قد إهتمت بأبجديات التحليل السيميولوجي للصورة سواء الصورة الإشهارية أو الفنية أو صورة فيلمية ، وبالتالي فهي تعتبر أرضية و منطلق بحثنا الذي يهتم بالتحليل السيميولوجي للخطاب البصري.

لكنها أهملت نوعا ما التحليل البلاغي للصورة الذي أصبح يندرج ضمن التحليل السيميولوجي عموما.و سيتم التطرق في دراستنا إلى هذا الجانب البلاغي للصورة و الكشف عن الأساليب البلاغية فيها .

---

[١] وليد قادري، **مرجع سبق ذكره**، ص٢٨٧.

الإطار التطبيقي

١_ التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية من قناة Mbc1.

١_١ بطاقة فنية لقناة Mbc1.

١_٢ بطاقة فنية عن مؤسسة تايد.

٢_ التحليل السيميولوجي الدلالي للومضة الإشهارية الأولى.

٢_١ التقطيع التقني.

٢_٢ التحليل التعييني.

٢ _٣ التحليل التضميني.

٣_التحليل السيميولوجي الدلالي للومضة الإشهارية الثانية.

٣_١التقطيع التقني .

٣ _٢ التحليل التعييني.

٣_٣التحليل التضميني.

إستنتاجات عامة .

تمهيد:

تعنى دراستنا على عينة من الومضات الإشهارية على قناة Mbc1 و تحليلها وفقا لمقاربة سيميولوجية للصورة المتحركة ، وعلى هذا الأساس قمنا بتحليل مفردتين لغسيل

تايد ،تم إختيارنا بصفة مقصودة بعد الملاحظة للومضات التي تقوم بعملية التبليغ البصري و مدى إستطاعة الصورة على إيصال المعاني الكاملة من خلال التمثيل الرمزي لعناصر الواقع و إعادة إنتاجه ، فالعلاقة التي تكون بين الدال والمدلول هي علاقة ليست إعتباطية إنما مقصودة تحمل معاني ضمنية هي التي تعبر عن الغرض المطلوب و ذلك لتحقيق الهدف الأساسي من الخطاب الإشهاري و المتمثل في دفع المستهلك للشراء .

و للوصول إلى هذه المعاني والرموز الخفية نقوم أولا بعملية التقطيع التقني والذي يعرف على أنه وصف صور الإشهار في وضعيته النهائية مرتكزين على نوعين من الوحدات: اللقطة و المتتالية ، فالتقطيع أدات وصفية مهمة و إلزامية و الذي يتصور المخرج أن يظهر به الفيلم الإشهاري على وجه التقريب أو التحديد ، إذا ما أردنا تحليل الفيلم الإشهاري في كلتيه، ونذكر في ما يلي خطوات التي سوف نتبعها في عملية التقطيع لعينة الدراسة.

١_ شريط الصورة :و تضمن العناصر التالية :

_ رقم اللقطة

_ سلم اللقطة و زاوية التصوير

_ حركات الكاميرا

_ وصف مضمون اللقطة

_ الانتقالات بين اللقطات

٢_ شريط الصوت : وقد تضمن العناصر التالية :

_ المؤثرات الصوتية

_ الموسيقى

_الحوار و التعليق[1] .

ثم القراءة التعيينة والمتمثلة في وصف الرموز وصفا ظاهريا فقط تمهيدا إلى تفسيرها و إعطاء دلالاتها في القراءة التضمينية للخطاب الوارد في كل ومضة و من ثم تحديد الأوجه البلاغية المجسدة فيها ، لكن قبل عرض تحليل مفردات المختارة للدراسة نستعرض بطاقة فنية عن قناة mbc1التي أخذنا منها عينة الدراسة .

١_١)-بطاقة فنية لقناة Mbc1:

تعتبر قناة Mbc1 أولى القنوات الفضائية العربية، بدأ بثها عبر الأقمار الإصطناعية من لندن سنة ١٩٩١ وهي قناة خاصة برأس مال سعودي (مشترك ٥٠% من الأسهم لكل من صالح كامل ووليد ابراهيم).

عرفت هذه القناة الجديدة نجاحا واسعا واحتلت مقدمة الصف في الاعلام العربي حتى أطلق عليها إسمcnnالشرق الأوسط لكنها خضعت لكثير من التغيرات والتجديدات فنقلت المكتب المركزي للعمليات من لندن إلى دبي ،وشهدت تغيرا في البرامج والمحتوى واكتسبت جماهيرية واسعة حيث تميزت بطابع خاص جعل منها قناة العائلة العربية كما واجهت منافسة كبيرة مع ظهور قنوات جديدة بظهور الجزيرة التي استقطبت الكثير من مشاهدي Mbcخاصة في مجال الأخبار السياسية مما جعلها تتبنى سياسات جديدة للحفاظ على منزلتها ومكانتها تتمثل أساسا في تخفيض تكاليف البث والإنتاج من خلال الإنتقال إلى دبي وإنتاج البرامج من مختلف مناطق الوطن العربي مثل:

[1] نادية جيتي، **اللغة السينمائية لمقياس تحليل الأفلام الوثائقية والدرامية للسنة الأولى ماستر إذاعة وتلفزيون**، جامعة قاصدي مرباح ورقلة. سنة ٢٠١٦-٢٠١٧.

برنامج المسابقات من سيربح المليون الذي ينتج من بيروت لتتجاوز الأزمة التي خلقتها المنافسة.

استطاعت Mbcفتح باقة القنوات الفضائية Mbcلكل افراد العائلة Mbc2 للافلام السينمائية الامريكية،Mbc3 للاطفال، Mbc4 للمسلسلات والحصص الامريكية العربية للاخبار،وmbc أكشن للمسلسلات والأفلام وحصص الأكشن والمغامرات .

ومؤخرا قناة مشفرة show time في جويلية ٢٠٠٣ وقناة مجانية باللغة الفارسية للافلام الامريكية .

كما شهد قطاع الإشهار توسعا كبيرا من خلال المنافسة الكبيرة بين القنوات الفضائية العربية لتحصيل الأرباح الطائلة من خلال مداخيله التي تساعدها على المحافظة على الإستقرار المالي و الإستمرار في البث بالرغم من صعوبة الحصول على معلومات دقيقة حول مداخيل الإشهار لكل قناة ويمكن القول أن قناة Mbcإحتلت الصدارة من خلال مداخيل الاشهار ب ٦٨ مليون دولار سنة ٢٠٠١ متبوعة بقناة Lbcاللبنانية ب ٤٥ مليون دولار .

ابتداء من جانفي ٢٠٠٢ أصبحت وكالة الإشهار Araالخاصة ب Mbcتمثل كلا من Mbcوقناة المستقبل اللبنانية، هذه الشراكة أعطت القوة لهذه الوكالة للمنافسة خاصة الوكلات التي تمثل قناتي Lbcوالجزيرة[1].

بالنسبة للموقع الرسمي للقناة: http://www.mbc.net

لكل لك وقع الإختيار على دراسة الأساليب البلاغية للرسائل الإشهارية التي تبثها قناةMbc كمجال لدراسة.

١-٢)-بطاقة فنية عن مؤسسة تايد :

[1] بسمة فنور، **الرسالة الإشهارية في ظل العولمة، دراسة تحليلية للرسالة الإشهارية في الفضائيات العربية mbc1 نموذجا**، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر ٢٠٠٧-٢٠٠٨، ص٢٠٠.

تايد (بالإنجليزية :Tide) هو إسم العلامة التجارية لمنظفات الغسيل الشعبية المصنعة من قبل شركة بروكتر وغامبل، وقدم للمرة الأولى للمستهلك في الولايات المتحدة عام ١٩٤٦. ويتم تسويقه أيضا في كندا، السعودية، المغرب، الهند وعدة دول أخرى. وكان في الأصل على شكل مسحوق حبوب بيضاء، ولكن في وقت لاحق تم توسيع خط منظفات تايد ليشمل سوائل برتقالية، واضحة وزرقاء داكنة[١].

الصورة رقم(١):شعار تايد

٢)-التحليل السيميولوجي الدلالي للومضة الإشهارية الأولى:

٢_١ التقطيع التقني للومضة الإشهارية الأولى.

الومضة الإشهارية الأولى[٢]:غسيل تايد للعباية .

مدة الومضة:٣٠ ثانية.

عدد اللقطات:١٥لقطة.

[١]-https://ar.wikipedia.org/wiki لوحظ يوم٢٠١٧/١١/٠٢على الساعة ٢٢:٠٠

[٢]- https://pluf.google.com/u/لوحظ يوم٢٠١٧/١١/٢على الساعة ٢٠:٢٧

شـــــريط الصـــــورة								شـــريط الصـــوت		
رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	زوايا التصوير	حركات الكاميرا	مضمون الصورة/اللقطة	الديكور	الموسيقى الموظفة	تعليق و حوار	مؤثرات صوتية
١	**١ثا**	لقطة أمريكية	عادية	بانورماية من الخلف	امرأة ترتدي عباءة شديدة السواد وهي تفتح باب خشبي طويل و أبيض وهي واقفة من الخلف	بناية كبيرة و جمسلة و راقية بها باب أبيض طويل	موسيقى عادية	/	/
٢	**١ ثا**	لقطة مقربة للصدر	عادية	بانورامية من الامام	امرأة مبتسمة ترتدي عباءة شديدة السواد و هي تبدو سعيدة	بناية كبيرة و مكان راقي	موسيقى قوية (عادية)	وراء كل طلة واثقة سواد تايد عباية الحقيقي	/
٣	**٢ثا**	لقطة نصف عامة	زاوية غطسية	تنقل	امرأة طويلة ترتدي عباءة كاملة و سوداء وهي تحمل بيدها حافظة صغيرة تمشي في مكان راقي به شموع موضوعة على الأرض مع ظهور شعار لتايد أسفل الشاشة	بناية ضخمة و راقية بها شموع على الأرض و باقات لأشجار	موسيقى عادية	/	/

٤	**١ثا**	لقطة كبيرة جدا	زاوية الغطسية	عادية	حذاء امرأة وهي تمشي ببطئ على بلاط شديد اللمعان وحركات للعباءة التي ترتديها المرأة	صورة للأرضية بها بلاط شديد اللمعان و رجل المرأة و هي تمشي عليه	موسيقى عادية	/	/
٥	**٢ثا**	لقطة متوسطة	عادية	تنقل	امرأة ترتدي عباءة شديدة السواد و تحمل حافظة صغيرة في يدها وهي تمشي في مكان راقي به شموع مع ظهور لكتابة متسوطة أسفل الشاشة	بناية راقية بها أثاث و ستائر	موسيقة عادية	تايد يقدم تايد عباية الجديد	/
6		لقطة عامة	عادية	بانورامية	مسحوق تايد للغسيل يظهر بشكله الكامل و لونه البرتقالي	صورة توضح مشحوق تايد للغسيل بلونه الجذاب	موسيقى عادية	تايد يقدم تايد عباية الجديد	/
7	**٤ثا**	كبيرة جدا	عادية	بانورامية	ظهور فقعات كبيرة لونها أزرق يملئ الشاشة مع وجود شعار صغير لتايد للغسيل أسفل الشاشة و فقعات صغيرة	وجود عباية شديدة السواد بها فقعات	موسيقى عادية	بقوة اللؤلؤات السوداء اللي رح يتغلغل داخل عبايتك ليظهر سوادها	/

				على مستوى العباية و تبدئ الفقعات في الاختفاء مع ظهور كتابة متوسطة الحجم أسفل الشاشة					
٨	**٢ثا**	كبيرة	عادية	بانورامية	وجود عبائتين و غسولين تايد و الآخر مجهول الإسم العباءتين معلقين ووجود كتابة ظاهرة أسفل الشاشة مكتوب عليها و يحافظ عليه غسلة بعد غسلة مع وجود أرقام معلقة بجانب العباءات ووجود غسيل تايد كشعار أسفل الشاشة	وجود عباءتين شديدي السواد معلقتين مع وجود شعار لغسول تايد	موسيقى عادية	يحافظ عليه غسلة بعد غسلة	/
٩		مقربة للخصر	عادية	بانورامية أفقية	امرأة ترتدي عباية سوداء وهي تمشي و تبتسم وبجانبها امرأة تنظر لها وهن في مكان راقي به شموع موضوعة على	بناية راقية و جميلة بها شموع موضوعة على الأرض و أشجار موضوعة	موسيقى عادية	/	/

				الأرض مع وجود لبعض النسوة يرتدين عباءات			في باقات كبيرة		
١٠	**٢ثا**	لقطة متوسطة	عادية	نسوة ترتدين عباءات سوداء وهن يتحركن ببطئ	بانورامية أفقية	عادية	مكان به شموع موضوعة على الأرض و به نسوة و وجود لأثاث جميل	موسيقى عادية	/	/
١١	**٢ثا**	مقربة للخصر	عادية	نسوة يرتدين عباءات سوداء	بانورامية	عادية	مكان راقي به أثاث و بناية جميلة تتواجد به نسوة يرتدين عباءات سوداء و هن يبتسمن	موسيقى عادية	/	/
١٢		لقطة مقربة للخصر	عادية	امرأة ترتدي عباءة شديدة السواد تمشي بكل ثقة	بانورامية أمامية	عادية	بناية ضخمة و مكان راقي به شموع موضوعة على الأرض	موسيقى عادية	/	/
13	**٣ثا**	متوسطة	عادية	نسوة ترتدين عبايات سوداء و هن واقفات يتحدثن في مكان راقي و جميل	زاوية عادية	عادية	مكان راقي به نسوة واقفات و به شموع و أثاث و به أضواء في	موسيقى عادية	/	/

						كل مكان و ستائر		
١٤	**٤ثا**	لقطة كبيرة	عادية	بانورامية امامية	امرأة مبتسمة ترتدي عباءة سوداء وتضع مسحوق على وجهها	امرأة واقفة و مبتسمة ترتدي عباءة سوداء	موسيقى عادية	/	/
١٥	**٣ثا**	لقطة عامة	عادية	بانورامية	غسول تايد يظهر في الشاشة بشكل كبير بلون برتقالي جذاب مع ظهور خط متوسط الحجم مكتوب سواد عبايتك يدوم يوم بعد يوم	ظهور مسحوق الغسيل تايد بشكله الكبير و لونه الجذاب	موسيقى منخفضة	سواد عبايتك يدوم يوم بعد يوم	/

جدول رقم (١):يمثل التقطيع التقني للومضة الإشهارية الأولى.

٢-٢)-القراءة التعيينة للومضة:

استهلت الومضة الإشهارية بلقطة أمريكية لإمرأة ترتدي عباءة شديدة السواد ،وهي تفتح باب خشبي أبيض تريد أن تدخل لقاعة الحفل مرفوقة بموسيقى هادئة بمعدل زمني قدره ثانية .

والقطة الموالية عبارة عن لقطة مقربة للصدر بزاوية تصويرية عادية حيث كانت حركة الكاميرا بانورامية أمامية للمرأة ترتدي عباءة شديدة السواد، وهي تبدو سعيدة مرفوقة بموسيقى قوية بمعدل قدره ثانية ، ثم تليها لقطة متوسطة ،حيث تنقل الكاميرا بزاوية غطسية للمرأة التي ترتدي عباءة شديدة السواد وهي تحمل بيدها حافظة صغيرة بمكان راقي به شموع موضوعة على الأرض مع ظهور شعار لتايد أسفل الشاشة مرفوقة بموسيقى هادئة .

ثم تليها لقطة كبيرة جدا بحركة بانورامية لحذاء امرأة ،وهي تمشي ببطئ على بلاط شديد اللمعان مرفوقة بموسيقى عالية بمعدل قدره ثانية .

ثم لقطة متوسطة بزاوية عادية لإمرأة ترتدي عباءة شديدة السواد تحمل حافظة صغيرة ،في يدها تمشي في مكان راقي به شموع مع ظهور كتابة متوسطة الحجم أسفل الشاشة مرفوقة بموسيقى عالية بمعدل قدره ٢ثا، لتليها لقطة عامة لمسحوق تايد للغسيل بمعدل قدره ثا مرفوق بموسيقى هادئة ،ثم لقطة كبيرة جدا لعباءة شديدة السواد بها فقعات تايد للغسيل سواد العباية مرفوق بموسيقى هادئة بمعدل قدره ٤ثا .

ثم لقطة كبيرة بزاوية عادية و حركة بانورامية لعباءتين معلقتين، و مسحوق لغسيل تايد و آخر مجهول ووجود كتابة ظاهرة أسفل الشاشة مكتوب عليها ،" يحافظ عليها غسلة بعد غسلة"، مع وجود أرقام معلقة بجانب العباءات ووجود غسول تايد كشعار أسفل الشاشة مرفوق بموسيقى هادئة بمعدل قدره٢ثانية .

ثم لقطات خاطفة للمرأة ترتدي عباءة شديدة السواد، وهي تمشي وتبتسم و بجانبها امرأة تنظر لها .

هي لقطة مقربة للخصر بزاوية عادية مرفوقة بموسيقى عالية بمعدل ثانية.

ثم تلي هذه اللقطات لقطة متوسطة بزاوية عادية بحركة بانورامية جانبية لنسوة ترتدين عباءات سوداء ،وهن يتحركن ببطئ مرفوقة بموسيقى عالية بمعدل قدره ٢ ثانية، لتليها لقطة مقربة للخصر بزاوية عادية بحركة بانورامية أمامية لنسوة يرتدين عباءات سوداء بمكان راقي مرفوقة بموسيقى عالية بمعدل قدره ٢ثانية .

ثم تلي اللقطة لقطة مقربة للخصر بزاوية عادية، و حركة بانورامية أمامية لإمرأة ترتدي عباءة شديدة السواد تمشي بكل ثقة مرفوقة بموسيقى عالية بمعدل قدره ثانية .

ثم تلي هذه اللقطة لقطة متوسطة بزاوية عادية و حركة بانورامية لنسوة ترتدين عباءات سوداء وهن واقفات يتحدثن في مكان راقي و جميل مرفوقة بموسيقى عالية بمعدل قدره ٣ثواني.

ثم تلي هذه القطة لقطة كبيرة بزاوية عادية وحركة بانورامية أمامية لإمرأة و هي تبتسم ترتدي عباءة شديدة السواد مرفوقة بموسيقى عالية بمعدل قدره ٤ثا .

و أخير ،جينيريك النهاية حيث كانت لقطة عامة بزاوية عادية وحركة بانورامية لغسول تايد مرفوق بموسيقى هادئة منخفضة بمعدل قدره ٣ثا ، و بيانات مكتوبة تايد الراعي الرسمي لسواد عبايتك، سواد يدوم يوم بعد يوم ،جديد تايد.

٢-٣)-القراءة التضمينية :

الموسيقى :تعرف الموسيقى بصفة عامة بأنها عبارة عن "نغمات يؤلف منها اللحن" [١].

وفي موضع آخر تعرف بأنها "عبارة عن ألحان مأتلفة ،ونغمات متزنة ،لها تأثيرات على النفوس" [٢].

و في السيميولوجيا ،تعرف بأنها ذلك النسيج الصوتي الذي تنتظم وحداته على محور زمني و بهذا تستقي الموسيقى دلالتها من تناغم ايقاعاتها، و تمتد الموسيقى في الإشهار إلى حد إعتبارها الركيزة التي تحمل باقي عناصر النوع الإتصالي ،و الإطار الذي يكفل عدم إنطلاق الصوت البشري أو الصورة في الفراغ.

إن الموسيقى الموظفة في هذه الومضة كانت موحدة من بداية المدونة إلى غاية نهايتها ،لكنها تباينت في مختلف مجريات الومضة من موسيقى هادئة في بداية ثم تعلو ثم تنخفض في نهاية ، هذه الموسيقى عملت على تحقيق إيقاع و ريتم يساهم في جذب سمع المتلقي و إثارة إهتماماته للمنتج .

---

[١]- محمد بن أحمد يوسف الخوارزمي، **مفاتيح العلوم، تر إبراهيم الأبياري**، ط٢، دار الكتاب العربي بيروت، ١٩٨٩، ص٢٦٢.

[٢]- عز الدين المناصرة، **السماء تغني، قراءة في تاريخ الموسيقى العربية**، ط١، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص٢٢٦.

ومن خلال ما سبق نجد أن هناك عنصر آخر لا يندرج ضمن شريط الصورة و الصوت ولكن لا يقل عنهما أهمية من حيث الدلالة ،يتمثل في عنصر الصمت الذي له دلالة ولا يضمن إعتباطيا داخل الومضة.

وفي هذه الومضة يغيب عنصر الصمت في الخطاب الإشهاري بسبب السياق الذي وضعت فيه و القصة الدرامية التي تتطلب الحوار أو الموسيقى ،كما نجد في هذه الومضة .بالتالي استعمال الصمت في هذه الحالة يكون بمثابة مدونة زائدة ولا تؤدي أي قيمة مضافة للمعنى الذي تبلغه الومضة.

تنوعت اللقطات بين لقطة أمريكية ،متوسطة ،المقربة ،الكبيرة و التي هي عبارة عن لقطات تسرد مضمون اللقطة و تفسرها، مرتكزة على ملابس الشخصيات الممثلة في الومضة.

إذاستخدمت اللقطات المتوسطة لوصف الشخصية بكامل طولها لربط المتلقي مع الممثلة، في حين استعملت اللقطات القريبة لتركيز على ملامح الشخصية خاصة البطلة في

صورة رقم (٢):الشخصية بكامل طولها

الصورة رقم (٣):صورة مقربة للشخصية

الومضة(مرأة ترتدي عباءة شديدة السوداء) بحركات بانورامية في معضمها لإبراز طلة الشخصية و ثقتها بنفسها .

عدا بعض الحركات التي وظفت أساسا للديكور و الفضاء العام للومضة و الذي كان يوحي بأنه حفل ، و ذلك وجود شخصيات عديدة في الومضة يشير إلى المجتمع الخليجي .

وبذلك نجد بعدا ثقافيا و إجتماعيا تجسد في الومضة من خلال لباس المميز، أما زاوية التصوير فإعتمد المخرج على الزاوية العادية و المنخفضة لتعظيم المرأة التي ترتدي عباءة شديدة السواد (الممثلة) بتصوير من زاوية منخفضة لإعطائها قيمة أكبر و أهم عنصر في اللقطة، فالقائم بالإتصال يوحي لنا بأن منتوج تايد به جودة و التي تجعل من المتلقي (الجمهور المستهدف) فرحا و سعيدا و على ثقة و لإشراق و تألق المرأة ، خاصة أن المرأة تهتم بالأزياء و الأناقة و المظهر الخارجي ، من خلال المبالغة الموظفة في السياق العام لأحداث الومضة.

الديكور:

يعد أحد الأسس الفنية المؤثرة في حياتنا المعاصرة ،و بالتالي لا يمكن الإستغناء عنه في أي ومضة إشهارية ،فهذه الأخيرة بكل مقوماتها وأركانها وأشكالها و زواياها، وضعت وفق ديكور معين .والديكور يساعد على تشكيل و تصميم الخلفيات من أشكال واكسسوارات ورسومات بصورة واقعية ، يمكن رؤيتها من جهات مختلفة ،ويتم ذلك بصورة أكثر دقة وجودة من حيث المقاييس والألوان والحركة والإضاءة [1].

أنواع الديكور:

الديكور الداخلي: يتضمن مجموعة من الإكسسوارات والأجسام والشكل والمحتوى الداخلي وتكون للمصمم حرية تامة للإبتكار والإبداع على حسب المشهد الذي يتطلب ذلك ،كما ينبغي عليه أن يحقق نوع من الإنسجام والتوفيق بين الديكور ،و بينما تحمله الرسالة الموجهة للجمهور المشاهد .

[1] محمد بكري أحمد الشيخ، تحديات استخدامات التقنية والرقمية في الإنتاج التلفزيوني – تلفزيون السودان نموذجا – مجلة جامعة البحري للآداب والعلوم الإنسانية، ص٤٩.

الديكور الخارجي:بحيث يعمد فيها المصمم إلى إدراج المناظر الطبيعية الموجود في الواقع، التي تعطي للصورة نوع من الزينة و الجمالية .التي تثير إبهار وإعجاب المشاهدين لها [1].

وبالتالي فإن الديكور الداخلي يتعاون مع الديكور الخارجي ، لتتشكل صورة مصنعة تشبع رغبات وحاجات المتلقي وبالتالي إقناعه والتأثير فيه .

إن الديكور المعتمد في هذه الومضة ديكور إصطناعي فيه لقطات داخلية أي داخل قاعة الحفل .

الإضاءة :هناك من ذهب إلى أن الإضاءة بعد من أبعاد الضوء ،يجعل منه علاقة معينة بين المصدر والهدف ، وبهذا فإن الإضاءة إجمالا تقوم على التمثيل الإشعاعي للفضاء ، تنشر فيه الشدة بين مصدر يبث وهدف يتلقى وتدخل في الإضاءة جميع المفاهيم الظل والنور والإشعاع ،و البقعة الضوئية الواضحة [2].

فقد اعتمد المخرج على الإضاءة الإصطناعية لرؤية ملامح الشخصية و الفضاء العام الذي تجسده الومضة ، فقد سلطت الإضاءة من بداية الومضة على وجه المرأة التي ترتدي عباءة شديدة السواد (البطلة) للفت انتباه المشاهدين على ملامح البطلة و طلتها المشرقة و الثقة التي منحها لها غسول تايد.

الألوان:

لقد إرتبط تواجد الألوان في حياة الإنسان منذ أمد بعيد ، فهو وسيلة للتميز بين كثير من الأشياء المتعلقة بالجانب البصري، كما أن الألوان شأن ثقافي ، فهو يعكس عدة معاني و دلالات مرتبطة بالمجتمع والحضارة التي وجد عليها.

[1]– نمير قاسم خلف، **ألف باء التصميم الداخلي**، ط١، دار الكتب والوثائق ببغداد، ٢٠٠٥، ص٢٠.

[2]– جاك فونتاني، **السيمياء المرئي**، تر علي أسعد، ط١، دار الحوار للنشر، سوريا، ٢٠١٤، ص٤٢.

تعد الألوان جزء لا يتجزأ من الصورة الإشهارية ، فهو يحتل مركز الصدارة فبها لكونه من التقنيات المهمة التي تستدعي إنتباه المتلقي ، فقد أثبتت الدراسات الحديثة أن الألوان "تأثير على خلايا الإنسان و جهازه العصبي ، و حالته النفسية [١].

وجاءت المدونة اللونية في هذه الومضة معتمدة على مجموعة من الألوان تمثلت أساسا في لباس الشخصية البطلة ، حيث ظهر اللون الأسود الذي يشير إلى الرسمية و الأناقة إضافة إلى اللون البرتقالي الذي يشير إلى الدفئ و الإنجذاب و الذوق والشوق ، و اللون الأصفر الذي يدل على التفاءل و السعادة،و الأزرق الدي يرمز إلى الشوق و الليل الطويل الذي ينتظر شروقه و الحزن والبعد و السعة ، والأبيض الذي يرمز إلى الطهر و الصفاء و البراءة و الحرية و السلام و الاستقرار [٢].

الصورة رقم (٤):أناقة الشخصية

نستطيع القول أن المدونة اللونية ،والترميز الدلالي للألوان جاء وفقا رؤية ودراسة معبرة للصورة المتحركة وكذا للرسالة الألسنية والتي لم توظف بشكل إعتباطي ، وهناك جملة من

[١]–عبيد كلود، **الألوان دورها، تصنيفها، مصادرها، رمزيتها، دلالتها**، ط١،مراجعة محمد حمود، المؤسسة الجامعية للدراسات النشر والتوزيع، ٢٠١٣، ص١٠.

[٢]– نوال وسار ،**بلاغة الصورة في الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية داعش،دراسة تحليلية لعينة من الرسائل البصرية**،العدد الرابع،جامعة أم البواقي،٢٠١٧،ص٨.

العناصر الأخرى التي تساهم في تسلسل اللقطات فيما بينها لتكوين قصة واحدة ذات أبعاد ودلالات يعمل القائم بالإتصال على إرسالها إلى المتلقي.

القراءة الألسنية للومضة الإشهارية الأولى:

إن النص اللغوي الموظف في هذه الومضة يتمحور حول غسيل تايد للعباية بإستخدام اللغة العربية المعاصرة و العامية(لهجة خليجية)، الذي يشير إلى أن تايد للعباية ليس كغيره من مساحيق التنظيف ،لدرجة أننا كلما إزداد غسلنا للعباية كلما زاد سوادها وعليه يزيد إشراق و أناقة المرأة.

وراء كل طلة واثقة سواد تايد عباية الحقيقي ،تايد يقدم تايد عباية الجديد بقوة اللؤلؤات السوداء.

يتغلغل داخل عبايتك ليظهر سوادها و يحافظ عليه غسلة بعد غسلة، تايد عباية لطلة تليق بك ، تايد الراعي الرسمي لطلتك، سواد عبايتك يدوم يوم بعد يوم .

يبدأ نص التعليق بعبارة ،"وراء كل طلة واثقة سواد تايد عباية الحقيقي" جاءت هذه الجملة في هيئة تمهيد أو مقدمة لهذه الومضة ،و كأن المخرج يخبر المتلقي (المرأة) بأنه سيوفر خدمة جديدة لم تكن موجودة من قبل ،محاولة إبراز مبدأ الأفضلية للمنتج و أنه يحافظ على سواد العباية و تزيد في أناقة المرأة خاصة أن المرأة الخليجية تهتم للموضة وفي نفس الوقت تحافظ على لباسها المتمثل في العباية .

ولقد تكررت هذه الجملة الرئيسية بصيغ مختلفة (تايد) أكثر من مرة في هذه الومضة، ليكون موضوع هذا الإشهار يدور حول هذه الفكرة الأساسية المتمثل في غسيل تايد للعبايات، أما في ما يخص نوع التكرار هنا ، فهو تكرار لفظي على مستوى الجملة ، غرضه التوكيد و التثبيت و التشويق،وهذا ما يحقق فعل الإقناع و التأثير.

إذ يمكن للمتلقي (المرأة) أن يجرب هذا الغسيل، و بتالي يستجيب لطلب المرسل و يشري هذا المنتج المتمثل في غسيل تايد للعباية .

و الإضافة التي تميز هذا المنتوج أنها حتى بعد الغسلة الأولى و الثانية و المئة يزيد من قوة سواد العباية و يحافظ عليه .

و قد جاءت رسالة اللسانية مصاحبة لجميع أحداث الومضة ،فلم ترد لقطة تقريبا تخلو من مضمون لغوي مكتوب (تعليق مكتوب)، ذلك التعليق كان بمثابة سرد الأحداث الومضة فمن دون مرافقة نص لفظي لصوت مكتوب لصور لما استطاعت هذه الأخيرة من إنتاج المعنى المقصود من قبل القائم بالاتصال، و على هذا الأساس نجد أن الرسالة اللسانية حققت وظيفتي الترسيخ و المناوبة .

الترسيخ:حيث رسخت المعنى المقصود من الرسالة البصرية ،إذ جاءت الكلمات متزامنة مع الصور و معبرة عنها ومن جهة أخرى حققت وظيفة المناوبة .

المناوبة:التي تقدم إضافة إلى الرسالة الأيقونية التي عجزت عن التبليغ دون الرسالة الألسنية ، فلو صممت هذه الومضة على اعتبار أنها مشكلة من خلال تمثيل الأيقوني فقط فإنها تعجز في إنتاج المعنى المقصود ،ولا يمكن التأويل من قبل المتلقي لأن المخرج إعتمد بكثرة على السرد اللفظي الشارح للصورة و المفسر لها .

و يندرج الخطاب في مجمله ضمن ما يعرف بالحدث الكلامي، أي أن اللغة الموظفة هي اللغة العربية المعاصرة و العامية .

إن هذا التداخل بين اللغة العربية المعاصرة و العامية ليس عشوائيا ،و إنما يكون لغرض معين فهذه توجه لفئة عادية من أفراد المجتمع،فمن الضروري أن يكون على درجة من البساطة و الوضوح يتمكن المتلقي من فهم الخطاب على عكس الإنسان المتمكن الذي يمكنه إستعاب اللغة الفصيحة سهولة دون خلل .

إن إختيار المشهر استخدام اللغة العربية المعاصرة و العامية لتقرب من المتلقي و إشعاره بالأمان، و جاء في مجمله بالعامية (الخليجية) لأنه يعكس شعبا مؤلوفا (المرأة الخليجية)

جيدا لأنه يمثل الأغلبية من النساء الخليجيات ما جعل القائم بالاتصال يخاطب جمهوره بطريقته على النحو الذي يؤدي إلى الفهم السريع .

كما أن البلاغة اللغوية الإشهارية التي تظهر من خلال الإيحاء بالصور إلى المعاني الضمنية يمثل في التشبيه البليغ في جملة "وراء كل طلة واثقة ،سواد تايد عباية الحقيقي"، و هو إطلالة المرأة و أناقتها بإستعمال غسيل تايد للعباية، أي كلما إستعملت المرأة هذا الغسيل كلما زادت طلتها وثقتها بنفسها ،وهنا عبارة عن تشبيه بليغ لتوفره على طرفي المشبه (طلة واثقة) و مشبه به (سواد تايد).

إن استخدام هذه الصورة البيانية في الإشهار يساهم في شكل بارز في نجاحه، فبمجرد قراءة المتلقي لهذه العبارة تدور في ذهنه فكرة ما .بأن سواد تايد الحقيقي للعباية يزيد من إطلال و أناقة و ثقة المرأة.

الهدف من توظيف هذه الصورة البيانية هو دفع المتلقي إلى القيام بشراء هذا الغسيل ،و الغرض منها أيضا لفت انتباه المتلقي و خلق الإثارة ، و التشويق دون أن تنسى الدور البارز لهذا الأسلوب البياني ، الذي أعطى لهذه الرسالة الإشهارية نوعا من جمالية و الرونقة في التعبير.

"تايد يقدم تايد عباية الجديد" و هنا عبارة عن "جناس تام" تايد يقدم تايد "اتفاق وتشابه الكلمتين في اللفظ و إختلافهما في المعنى فالتايد الأولى تعني شركة الإنتاج و تايد ثانية تعني غسيل تايد للعباية.

إن استخدام هذا الأسلوب البلاغي المتمثل في المحسن البديعي الجناس في الإشهار يؤدي إلى حركة ذهنية تثير إنتباه المتلقي عن طريق الاختلاف في المعنى.

إن الهدف من توظيف الجناس جمال الكلمات و إعطائها معنى و إثارة انتباه المتلقي.

أما الأسلوب البلاغي الذي شكلته الصورة، فهو كناية من خلال المجاز الموظف في التعبير عن منتج الغسيل (قوة اللؤلؤات السوداء لرح تغلغل داخل عبايتك ليظهر سوادها) ،كما أن

استخدمت الصورة أسلوب بلاغي آخر المتمثل في محسن اللفظي " الطباق" ،و هو الجمع بين الكلمة و ضدها في وقت واحد، حيث استخدمت الصورة منتوج الغسيل تايد للعباية و مسحوق آخر ،حيث أن تايد للغسيل يحافظ عل لون العباية غسلة بعد غسلة ويزيد في حدة لونها بينما المسحوق الاخر لايحافظ على لون العباية ويزيد في فتوح اللون الاسود غسلة بعد غسلة . وهدا مانسميه بالتضاد الضوئي في اللون ومعناه الخداع البصري أين يظهر اللون نفسه فاتحا فوق الداكن بينما يظهر داكنا فوق الفاتح .

صورة رقم(٥): مقارنة بين مسحوقين للغسيل

كما استخدمت هده الصورة النغمة اللونية المتواترة المقصود بها زيادة إضافية على اللون الأصلي[١] .

إن الهدف من استخدام هدا الأسلوب البلاغي المتمثل في المحسن اللفظي الطباق في الصورة هو إثبات وإقناع المتلقي بأفضلية هذا المنتج ،من خلال الفرق الذي أحدثه والنتيجة الفعالة مقارنة بلمنتوج الاخر .

و لهذا نستخلص أن هذا التكثيف اللغوي في هذه الومضة الإشهارية قد عمل من خلاله المشهر على تبليغ مقاصده و أهدافه إلى المتلقي على أكمل وجه ،كما ساهمت الأساليب البلاغية (التشبيه ، الطباق ، الجناس) في ضمان الحصول على إقناع المتلقي و التأثير فيه،مما يؤدي إلى نجاح الإشهار و فعاليته.

[١]– قدور عبد الله الثاني،**مرجع سبق ذكره**،ص١١٧.

من الناحية اللغوية: مانلتمسه في هذه الومضة الإشهارية من بدايتها إلى نهايتها إستخدامها للجمل البسيطة موجزة بليغة مباشرة وهذا مايجعل المتلقي يتابع الخطاب بكل سهولة ويسر.

من الناحية الأيقونية: تحتوي هذه الومضة الإشهارية على عدة صور متحركة ويمكن إعتبارها تمثيلا بصريا لمختلف الأفكار التي تحتويها اللغة المكتوبة .

٣)- التحليل السيميولوجي الدلالي للومضة الإشهارية الثانية:

الومضة الإشهارية الثانية [١]:غسيل تايد لبياض أنصع.

٣-١)-التقطيع التقني:

مدة اللقطة: ٣٠ثانية.

عدد اللقطات : ١٧ لقطة.

شريـــط الصورة									شريط الصوتَ		
رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	زوايا التصوير	حركات الكاميرا	مضمون الصورة	الديكور	الموسيقى الموظفة	تعليق وحوار	مؤثرات صوتية
١	١ثا	لقطة عامة	زاوية عادية	زاوية عادية	منظر عام يتضمن شارع به أشخاص واقفون منشغلون وبنت تجري متجهة لستوديو	وجود بنايات و دكاكين و أصنام و كراسي و أجهزة تصوير	موسيقى عادية	امرأة تقول:سماح يلا بقد	

[١] - https://plus.google.com/u/ لوحظ يوم ٢٠١٧/١١/٢على الساعة ٢١:٠٢

				الغسيل					
٢	**١ثا**	لقطة مقربة للصدر	زاوية عادية	عادية	صورة بنت ترتدي نظارات وتضع على رقبتها شال وقلادة وراء الديكور وجود غسالات وصور معلقة على الجدار	وجود نافدة وسط ستوديو الغسيل وبه غسالة ونوع من الديكور البسيط وجود صور معلقة على الجدار	موسيقى عادية	عايزين القميص	

٣	**١ثا**	لقطة مقربة للصدر	زاوية عادية	عادية	صورة لإمرأة تتكلم و تصورخ وترتدي لباس وبعنقها قلادة تضع مسحوق التجميل على	وجود ملابس معلقة وراء المرأة الجالسة ووجود مروحية قديمة	/	المرأة: دائما مستعجلين	

				وجهها و هي جالسة على كرسي و أمامها طاولة بها أقلام و ملابس و أوراق			وملابس موضوعة فوق الطاولة كل هدا متواجد في استوديو الغسيل البسيط والمتواضع البنية		
٤	**٢ثا**	لقطة أمريكية	زاوية عادية	حركة بانورامية أفقية	امرأة و بنت يرتدون لباس و هو متواجدون داخل استوديو الغسيل امرأة تمسك بيد البنت و تقوم بجبدها بقوة ووجود طاولة بها أوراق وصور معلقة على الحائط	موسيقى عادية	وجود مبنى على شكل بيت صغير او غرقة و به صور معلقة على الحائط وساعة معلقة و مروحة و صورة لإمراة معلقة كذالك	امرأة : فاكرين البباض بالساهل أول حاجا	

			على الحائط						
٥	٢ثا	لقطة أمريكية	زاوية عادية	حركة عادية	امرأة تحمل في يدها مسحوق للغسيل ووجود بنت واقفة تضع نظارة و شال على عنقها ووجود غسالات كثيرة	استوتديو غسيل به غسالات و ملابس موضوعة فوقها ووجود مساحيق للغسيل كذالك	موسيقى عادية	و أحط الططش بتاعي	/
6	1ثا	لقطة كبيرة	زاوية عادية	حركة عادية	صورة مكتوب عليها مسحوق غسيل تحمل كذالك صورة امرأة وهي	يد امرأة وهي تضع المسحوق في الغسالة التي تحتوي	موسيقى تدل على الصرامة	قليل سماح	/

			على ملابس للغسيل	مبتسمة ووجود غسالة مفتوحة بها ملابس ويد لإمرأة تحمل قارورة خاصة بالغسيل					
٧	**٢ثا**	لقطة أمريكية	وجود غسلات داخل استوديو الغسيل المبني بناء بسيط مع وجود مجموعة المساحيق والقارورات الموضوعة فوق الغسالات	صورة لإمرأة تضع مسحوق الغسيل في الغسالة وجود بنت واقفة تلاحظ المرأة و هي تضع المسحوق في الغسالة	حركة عادية	زاوية عادية	موسيقى عادية	امرأة :صوبيه وتركيه يعمل في صمت	/

8	٣ثا	لقطة مقربة للخصر	زاوية عادية	حركة عادية	امرأة تمسك بيد بنت وتتحدث معها و يقف في الخلف رجل و هو يحمل مسحوق غسيل في يده	وجود غسالات في استوديو الغسيل موضوعة فوقه ملابس مع وجود ديكور بسيط في هد الأستوديو	موسيقى عادية	امرأة : وبحط نص علبة مسحوق عشان الهدوم تكون طبنة	/
9	١ثا	لقطة كبيرة	زاوية عادية	حركة عادية	وجود يد شخص بها خاتم موضوعة على الغسالة في مكان وضع مسحوق الغسيل	مكان به غسالة و هو يوضع فيها مسحوق لغسيل الملابس من طرف شخص	موسيقى عادية	امرأة تتكلم : زود يا مبقع	/
10	٢ثا	لقطة أمريكية	زاوية عادية	حركة عادية	امرأة تحمل مأزر أبيض و بجانبها رجل و بنت و هم يتواجدون في استوديو الغسيل و خلفهم يوجد غسالات و مساحيق الغسيل	وجود غسالات و مساحيق الغسيل داخل استوديو الغسيل ووجود ملابس موضوعة فوق الغسالات	موسيقى عادية	امرأة : ولا بياض هوليود	/

11	**٢ثا**	لقطة مقربة للخصر	زاوية عادية	حركة عادية	وجود امرأة تحمل مأزر به لمعان و بجانبها شخص ينظر للمعان المأزر و هو حائر ومندهش وخلفهم ملابس معلقة مع ظهور شعار لمسحوق الغسيل تايد	وجود ملابس معلقة وغسالات ومساحيق موضوعة فوق الغسالات ووجود شعار لصابون تايد مسحوق الغسيل	صوت لمعان يرافقه موسيقى	امرأة تقول : أباأباأباأبا	/
12	**١ثا**	لقطة كبيرة	زاوية عادية	حركة عادية	وجود قميص به أوساخ في مكان واحد ووجود شعار لمسحوق الغسيل تايد	وجود شعار لمسحوق تايد للغسيل ووجود قميص موضوع في مكان نظيف ومسطح	موسيقى عادية	/	/
13	**١ثا**	لقطة كبيرة	زاوية عادية	حركة عادية	وجود إناء به ماء و سكب مسحوق داخل الإناء	وجود إناء لامع موضوع في مكان و به مسحوق للغسيل	موسيقى عادية	رجل يتكلم : سيبك من سماح	/
14	**٢ثا**	لقطة كبيرة	زاوية عادية	حركة عادية	وجود إناء به ماء و مسحوق و يد تغطس البونجة داخل الإناء	وجود إناء يحوي على ماء ووجود يد تضع البونجا و تغطسحا داخل الإناء	موسيقى عادية	رجل يتكلم:دلوقتي تايد الجديد	/

١٥	٣ثا	لقطة كبيرة	زاوية عادية	حركة عادية	وجود يد تحمل منشفة بها ماء وصابون وتقوم بعصرها على القميص الذي تتواجد به أوساخ ووجود شعار لتايد للغسيل ووجود يد تنزع الأوساخ من القميص	وجود قميص موضوع في مكان مسطح أين يضاف إليه مسحوق الغسيل بواسطة المنشفة و ظهور قميص نظيف بعد تنظيفه	موسيقى عادية	رجل يتكلم : تايد الجديد حايمدلك بياض أنصع و بكل بساطة	/
16	٢ثا	لقطة مقربة للخصر	زاوية عادية	حركة عادية	امرأة تتكلم في الهاتف الجوال وتحمل قميص في يدها الأخرى وهي متواجدة في أستوديو الغسيل به مجموعة غسالات ومساحيق وظهور شعار أو رمز للمسحوق تايد	استوديو الغسيل مبني بطريقة بسيطة يحتوي على صور معلقة في الجدران ووجود مروحة و ساعة معلقة على الحائط ووجود طاولة بها اوراق	موسيقى عادية	امرأة : أنجولينا حبيبتي فستانك خلص و امرأة تغني وتقول مع تايد للغسيل مفيش مستحيل	/
17	٢ثا	لقطة نصف عامة	زاوية عادية	حركة عادية	وجود صور لمجموعة مساحيق للغسول تايد بها شعار و صورة لطفلة صغيرة وورود على أكياس المسحوق	مجموعة مساحيق بها اسم المسحوق تايد وصورة لطفلة و ورود	موسيقى عادية	امرأة: مفيش مستحيل	/

جدول رقم (٦):يمثل التقطيع التقني للومضة الثانية

٣-٢)-القراءة التعيينية للجدول:

بدأت الومضة الإشهارية بلقطة عامة، التي توضح الصورة الكاملة أو الوضعية التي تتواجد بها الممثلات أو شخصيات الومضة، الذين سوف يؤدون دورهم و توضح مكان تواجدهم ، وذلك باستخدام زاوية تصويرية عادية بحركة بانورامية، حيث وضحت الصورة منظر يحتوي على شارع به أشخاص واستوديو غسيل كل شخص مشغول في مهمة معينة، مع وجود موسيقى هادئة ترافق هده اللقطة.

ثم تلتها لقطة مقربة للصدر، لبنت ترتدي نظارات و تضع على رقبتها "شال" و قلادة و نلاحظ وجود ديكور يتمثل في آثاث ،غسالات ، صور معلقة على الجدران بزاوية عادية وحركة بانورامية مرفوقة بموسيقى هادئة.

ليلي بعدها لقطة مقربة للصدر بزاوية عادية بانورامية توضح لنا صورة لإمرأة تتكلم و تقول "دائما مستعجلين "، وهي ترتدي لباس عصري و تضع مساحيق على وجهها و أمامها طاولة بها أقلام و أوراق لتتغير لقطة الكاميرا إلى لقطة أمريكية، توضح صورة تتضمن امرأة و بنت يرتدون لباس عصري متواجدين داخل استوديو الغسيل يحتوي على صور معلقة في الحائط وساعة ووجود مروحة ليصاحب المشهد موسيقى هادئة و صوت امرأة تتكلم وتلي بعدها لقطة أمريكية بزاوية عادية بانورامية لإمرأة تحمل مسحوق للغسيل، ووجود بنت واقفة تضع نظارة وخلفهم غسالات بها ملابس و امرأة تصرخ و تقول : "و أحط الططش بتاعي " أين تتحرك الكاميرا للتحول اللقطة إلى لقطة كبيرة بزاوية عادية بانورامية، توضح صورة لمسحوق غسيل به صورة لإمرأة مبتسمة ووجود غسالة مفتوحة بها ملابس ،و يد لإمرأة تحمل قارورة المسحوق و تقول " قليل سماح "، بعدها تتغير حركة الكاميرا بلقطة أمريكية بانورامية توضح صورة امرأة تضع مسحوق الغسيل في الغسالة و بجانبها بنت تلاحظ ما تفعله المرأة، مع وجود غسالات في مكان تواجدهما و مساحيق غسيل و امرأة تقول " صبيه وتركيه يعمل في صمت ".

لتلي لقطة كبيرة بحركة كاميرا عادية بانورامية توضح يد لإمرأة بها خاتم، و هي موضوعة على الغسالة و صوت لإمرأة تتكلم و تقول، " زود يا مبقع "مرفوقة بموسيقى هادئة.

ليتغير المشهد للقطة أمريكية بزاوية عادية بانورامية لإمرأة تتكلم و تقول ،" ولا بياض هوليود" مع وجود موسيقى هادئة تليها لقطة مقربة للخصر بزاوية عادية بانورامية، توضح صورة لإمرأة تحمل مأزر به نوع من الجدية و اللمعان بجانبها شخص و هو ينظر للمعان المأزر و هو في حالة حيرة و خلفهم ملابس معلقة مع ظهور شعار لمسحوق تايد و امرأة تقول،" بابابا ".

لتتغير حركة الكاميرا إلى لقطة كبيرة بزاوية عادية توضح قميص أبيض به أوساخ في أماكن الرقبة ،مع وجود شعار بمسحوق غسيل تايد مرفوقة بموسيقى هادئة.

أما بالنسبة للقطة الموالية، بقيت كما هي مع تغير للمشهد الذي به إناء به ماء مع سكب مسحوق غسيل و امرأة تقول " سيبك من سماح " ،بعدها يتغير المشهد ليوضح وجود إناء به ماء و مسحوق و يد تغطس داخل الإناء به إسفنجة و رجل يقول، "دلوقتي تايد الجديد " ويوالي هذا المشهد لقطة كبيرة بحركة كاميرا عادية ليد تحمل "إسفنجة " قطنية بها ماء ،و مسحوق وعصرها فوق القميص المتسخ ووجود شعار تايد للغسيل و يد تقوم بنزع الأوساخ من القميص و رجل يقول "تايد الجديد حايمدلك بياض أنصع و بكل بساطة ".

ويتغير المشهد بلقطة مقربة للخصر بزاوية عادية بانورامية ،توضح وجود امرأة تتكلم في الهاتف الجوال وهي حاملة لقميص زبونة لها متواجدة في استوديو الغسيل مع وجود غسالات و مساحيق، و ظهور شعار لمسحوق تايد ووجود طاولة فوقها أوراق و أقلام و مساحيق و امرأة تقول، " انجولينا حبيبتي فستانك خلص حيث يرافق المشهد صوت لإمرأة تغني مع تايد للغسيل مفيش مستحيل .

و أخيرا تنتهي الومضة بلقطة نصف عامة بزاوية عادية بانورامية لمجموعة مساحيق بها إسم المسحوق و صورة لطفلة و امرأة تقول، " مفيش مستحيل".

٣-٣)-القراءة التضمينة :

على مستوى الموسيقى :

نجد في هذه الومضة الإشهارية تلاقح و مزج بين صوتين هما الكلمة المنطوقة و الموسيقى، فالكلمة المنطوقة تعود لصاحبة الأستوديو الذي تعمل على تعريف و شرح ، النتيجة الفعالة للمنتوج (غسيل تايد)، أما الموسيقى فلكونها مؤثر صوتي ،فكانت الغاية منه إعطاء إيحاء معين ،فهو من التقنيات المؤثرة في المتلقي فتشعره بالهدوء والراحة النفسية و المتعة و إبعاد جو الملل في الومضة الإشهارية ،فكان الصوت أو الموسيقى العالية أو المنخفضة على درجة التشويق لدى المتفرج فقد استخدمت في بداية الومضة موسيقى كلاسيكية توحي بحضارة قديمة و فن السينما المصرية .

بعدها ليتم توظيف موسيقى كوميدية، تتبع حركة المرأة صاحبة استوديو الغسيل وهي تتصرف بعفوية وكانت موسيقى متتالية بتتالي لقطات الومضة.

بعدها وظفت موسيقى توضح لمعان وبريق القميص ،الذي تم غسله بتايد لتوضيح أنه غسول فعال، وفي نهاية الومضة تم توظيف موسيقى مرفوقة بوصلة غنائية لنساء وهن يغنون فارحين بالنتيجة المحققة من طرف هذا المسحوق ،فالصوت أو الموسيقى عندما يضاف للصورة يؤكد تعبير وواقع درامي خاص بالإشهار .

_ **على مستوى الصورة:** جاءت بداية الومضة الإشهارية عبارة على لقطة عامة توضح لنا أحد الأحياء الشعبية بمصر، و الحياة اليومية الذي يعيشها السكان حيث يوضح المشهد صور لأصنام أمام استوديو الغسيل وهي رمز من رموز الحضارة المصرية ،وفي نفس الوقت مرجع لصلة وثيقة يدل على معبودات كانت في أزمنة سابقة بمدن ومناطق بمصر، كل هذا يعكس ثقافة وحضارة المجتمع المصري، كما يوضح المشهد حلقة تصويرية لفيلم كلاسيكي يبرز معالم الحضارة المصرية.

صورة رقم (٧): حي شعبي

وتم عرض المشهد من طرف المخرج بلقطة عامة ،لتوضيح أحد شخصيات الومضة الإشهارية الرئيسية ،بعدها تم الانتقال مباشرة إلى استوديو الغسيل ،الذي تدور فيه أحداث الومضة أين تتواجد باقي الشخصيات ،ثم تبعتها صورة لبنت عصرية تبعا للباسها، و يتضح لنا من خلال التحليل أن هنالك وظيفة مرجعية تخبرنا أننا في حي من الأحياء الشعبية بمصر، نظرا للمعالم والرموز الحضارية ،حسب ما تم عرضه في بداية الومضة الإشهارية.

صورة رقم (٨):صاحبة استوديو الغسيل

فسكان المنطقة أو الحي الشعبي يواكبون الزمن بحثا عن قوتهم بأبسط الإمكانيات، وهذا من خلال مشهد المرأة صاحبة استوديو الغسيل الذي يحتوي على غسالات بسيطة و

إمكانيات محدودة، بغرض جلب قوتها من أجل حياة أفضل، ولاحظنا وجود بنايات عادية ، لوصف الحياة البسيطة الذي يعيشها سكان الأحياء الشعبية .

هذا ما أراد توصيله المخرج هو خلق صورة أيقونية للمجتمع المصري البسيط ،أو الفقير بصفة خاصة ، فما نراه في المشهد مطابق لما هو في الواقع .

كذلك أراد المخرج أن يبين درجة البساطة الذي يعيشها هذا المجمتع، و التي أدت إلى السكان بالإشتغال في أبسط المهن كمهنة الغسيل التي تشرف عليها المرأة في استوديو خاص بها، الذي يتوفر على أبسط الماكنات الخاصة بغسيل الألبسة .

ليلي المشهد مشهدا آخرا بلقطة كبيرة توضح ،وضعية المرأة تشتغل في أستوديو الغسيل البسيط، من أجل تلبية متطلبات زبائنها ليتغير المشهد يوضح صورة لبنت و هي ترتدي لباس عصري، فالبرغم من وضعيتها و التي توحي بأنها من طبقة لا بأسى بها إلا أنها لجأت لاستوديو من مستوى أقل منها، فهدا دلالة على التواضع الذي أراد المخرج إيصاله للمتلقي.

لتتغير اللقطة إلى لقطة أمريكية ،توضح صورة امرأة تستعمل غسيل"قليل سماح" ،و هو يحمل صورتها الشخصية بغرض توصيل فكرة أنه مسحوق فعال ذو نتيجة مضمونة من أجل ترويجه وتسويقه.

صورة رقم(٨):غسول خاص بصاحبة الأستوديو

يوضح المشهد الموالي دلالات، تبين استغراب البنت من الحركات التي تقوم بها المرأة اتجاه المسحوق الذي تحمله في يدها ،وكذا استغراب الرجل الواقف خلف المرأة ليتغير المشهد ويوضح وضعية بنت و هي حائرة من النتيجة التي أظهرها المسحوق ،التي كانت تتباهى به صاحبة استوديو الغسيل ولم يعطي أية نتيجة .

بعدها تأتي لقطة مخالفة توضح بنت وهي تضع يدها على وجهها، دلالة على الندم و الحسرة لغسلها لقميصها عند المرأة صاحبة الاستوديو .

و عن طريق المونتاج الذي أظهر لنا مشهدا يبين لنا ظهور مسحوق غسيل جديد، و أكثر فعالية مقارنة بمسحوق "قليل سماح"هذا من خلال نظرة المرأة صاحبة الأستوديو و الرجل الذي يقف بجانبها ،و أوضح شعار لغسول "تايد"الذي أعطى لمعان ووجه آخر للقميص الذي كانت تحمله المرأة في يدها .

صورة رقم(٩): لمعان القميص

ومن خلال شريط الصوت المرفوق بالمشهد ،الذي يتضمن موسيقى مناسبة للعرض السريع الذي يقدم منتوج معين، و يوضح في نفس الوقت صورة للمعان القميص من شدة البياض وانبهار كل من الرجل و المرأة من شدة البياض الناصع، هذا دلالة على فعالية المسحوق حيث رافق المشهد صوت لظهور مسحوق جديد ليتغير المشهد بلقطة كبيرة

توضح وجود أوساخ على مستوى القميص، لكن مع استعمال هذا المسحوق الجديد الذي قضى و بصفة كلية على الأوساخ التي طالما عانا منها الأشخاص في ملابسهم ،هذا يوضح من خلال العبارات و الألفاظ المقدمة أو المسموعة من قبل الشخص الذي يبعث الأمل و السرور من أجل توصيل فكرة أن، " تايد " أحسن مسحوق غسيل مقارنة بمسحوق المرأة صاحبة الأستوديو .

و يظهر لنا مشهدا يحمل صورة البطلة ،وهي تمسك بالهاتف و تتصل بالزبونة صاحبة القميص و هي في قمة السعادة، بعدما حققت رضا زبائنها لإستعمالها للمسحوق الجديد

أراد المخرج ايصال فكرة أن مسحوق "تايد" للغسيل مسحوق فعال ،يستحق ترويجه واستعماله و تجربته ، ليظهر في الأخير وعن طريق المونتاج صورة كبيرة توضح علامة أو شعار كامل للمنتوج " تايد " مسحوق الغسيل الفعال الذي يبدي بلون جذاب تميل له النسوة بصفة خاصة، وحسب تحليلنا فإن اللون استعمل لجلب فئة النساء من الدرجة الأولى و رافق المشهد صوت لمجموعة نساء يغنون و يقولون " بلهجة مصرية " مع تايد للغسيل مفيش مستحيل " ،أي هذا المنتوج موجه للنساء لتختتم الومضة بصورة المسحوق بلون ملفت و جاذب للنساء .

صورة رقم(١٠):صاحبة استوديو الغسيل

الديكور:

إن الديكور المعتمد في هذه الومضة ديكور داخلين (داخل استوديو الغسيل) وخارجي (حي الشعبي)، وبالتالي فإن الديكور الداخلي يتعاون مع الديكور الخارجي لتتشكل صورة مصنعة تشبع رغبات المتلقي وبالتالي إقناعه و التأثير فيه.

على مستوى الإضاءة و الألوان :

اعتمد المخرج في بداية الومضة على الإضاءة الطبيعبة و الإصطناعية ، وهذا بغرض توضيح الفضاء العام الذي تجري فيه أحداث الومضة الإشهارية، بعدها يتم الإنتقال إلى استوديو الغسيل لسير باقي أحداث الومضة، أين تم الإعتماد على الإضاءة الإصطناعية والتي كانت إضاءة عادية خلال سير أحداث الومضة .

ليتم زيادة نسبة الإضاءة مع سير أحداث الومضة ، بغرض بيان جودة المسحوق الجديد الذي سوف يستعمل في الغسيل، بعدها تعود نسبة الإضاءة إلى نسبة عادية في باقي لقطات الومضة الإشهارية .

وفي نهاية الومضة نلاحظ زيادة نسبة كبيرة في الإضاءة ،هذا بعد عرض المنتوج الجديد "تايد للغسيل "والذي يعتبر المنتوج الفعال الذي أعطى نتيجة مرضية للزبائن .

فالإضاءة لا تكفي للتدليل على الأشياء المضاءة، بل تتطلب إدراج رسائل بلاغية كاللون بشكل لغة رمزية بلاغية فنية بأبعاد دلالية مهمة في الكشف عن المعنى الذي تنتجه الومضة ضمن سياقها المنتج رمزيا.

لقد استعمل اللون البرتقالي في الومضة للدلالة على المجد و الفخر و الإعتزاز و التألق و العظمة و الإنجذاب لجذب إنتباه المتلقي، و الأصفر للدلالة على السرور و النور و الإشعاع ،و الأبيض يرمز إلى البراءة و الحرية و السلام.

القراءة الألسنية للومضة الثانية :

إن النص اللغوي الموظف في هذه الومضة يتمحور حول مساحيق تايد للغسيل، باستخدام اللهجة العامية (المصرية) التي تشير إلى غسيل تايد ليس كغيره من منتجات الغسيل الأخرى،لدرجة أننا إدا قارناه بغسول آخر سوف يحقق نتيجة فعالة و مضمونة .

"دلوقتي تايد الجديد يديك بياض أنصع و بكل بساطة،" مع تايد للغسيل مفيش مستحيل "

يبدأ نص التعليق ببنت تصرخ و تقول : "سماح يلا بجد عايزين القميص" بصوت مرتفع دون موسيقى يوحي باستعجال البنت بفستانها الذي لم يغسل بعد، و كأن المنتج الذي سوف يغسل به فستانها فريد من نوعه لترد عليها صاحبة استوديو الغسيل على سبب استعجالها و تصرح بأنه ليس بالأمر السهل أن تحصلي على بياض أنصع و سريع.

وقد جاءت الرسالة اللسانية مصاحبة لجميع الاحداث الومضة، فلم ترد لقطة تخلو من مضمون لغوي منطوق ذلك المضمون الذي كان بمثابة سرد الاحداث الومضة ،فمن دون مرافقة نص لفظي لصور لما استطاعت هذه الاخيرة من انتاج المعنى المقصود من قبل القائم بالاتصال، الذي اعتد بكثرة على السرد اللفظي للكلام المنطوق اكثر من السرد التقني للمونتاج .

وعلى هذا الأساس نجد أن الرسالة اللسانية حققت وظيفتي الترسيخ و المناوبة .

الترسيخ:حيث رسخت المعنى المقصود من الرسالة البصرية، إذ جاءت الكلمات مع الصور و معبرة عنها ومن جهة أخرى حققت وظيفة.

المناوبة:التي تقدم إضافة إلى الرسالة الأيقونية التي عجزت عن التبليغ دون الرسالة الألسنية ، فلو صمت هذه الومضة على اعتبار أنها مشكلة من خلال تمثيل الأيقوني فقط فإنها تعجز في إنتاج المعنى المقصود، ولا يمكن التأويل من قبل المتلقي لأن المخرج إعتمد بكثرة على السرد اللفظي للصورة و المفسر لها .

ويندرج الخطاب في مجمله مايعرف بالحدث الكلامي من أن اللغة الموظفة هي العامية التي يفهمها مختلف شرائح المجتمع المصري، مايوحي أن هذا المنتج موجه لمختلف الفئات والمناطق في مصر وجاء في مجمله بالعامية لأنه يعكس وسطا شعبيا مألوفا.

هذا ماجعل القائم بالاتصال يخاطب جمهوره بطريقته على النحو الذي يؤدي إلى الفهم السريع .

كما أن البلاغة اللغوية الإشهارية التي تظهر من خلال الإيحاء بالصور إلى المعاني الضمنية في أسلوب التفضيل في جملة، (تايد يديك بياض انصع وبكل بساطة)وعمد المشهر في هذه العبارة إلى إستخدام أسلوب التفضيل (أنصع)الذي جاء على صيغة (افعل) للدلالة على افضلية المنتوج

، لذلك لجأ القائم بالاتصال لهدا الأسلوب لمدح وتعظيم المنتوج المتمثل في مسحوق تايد ،وإعتباره الأحسن والأفضل من منتوجات الغسيل الأخرى ، فجاء المعنى صريح ومباشر والغرض منه كان قصديا للتأثير في المتلقي وإقناعه بهذا المنتج المتمثل في مسحوق تايد للغسيل .

كما إستخدم المشهر أسلوبا بلاغيا آخرا المتمثل في المحسن البديعي السجع في عبارة، (مع تايد للغسيل مفيش مستحيل) وتكمل بلاغة السجع في مفردتين (غسيل –مستحيل) توافق الكلمتين في الحرفين الآخيرين، فهي تقنية خاصة تسعى إلى التأثير الإيقاعي لدى المستمع أو المشاهد كما أنها من أهم المزايا التي تعمل على لفت الإنتباه وشدة الإصغاء.

يعد السجع من بين أهم المحسنات اللفظية التي يكثر إستخدامها في الإشهار ،لما يحمله من نغمة موسيقية عذبة تطرب لها الأذن وترتاح لها النفس وينشرح لها القلب، ويعرف بكونه (توافق الفاصلتين في الحرف الأخير وأفضله ماتساوت فقره) وبهذا فالسجع أحد الأساليب البلاغية الذي يضفي إيقاع خاص على الخطاب، فهو التناغم اللفظي الذي يطرأ على الحرف الأخير للمفردة .

نلاحظ أيضا في هذه العبارة بروز أسلوب المراوغة، والمقصود به أسلوب السلس الأقرب إلى تحريك العواطف والغرض منه هو التأثير في المتلقي وإقناعه بالمنتج ،من خلال النغمة الموسيقية للعبارة .

أما الأسلوب البلاغي الذي شكلته الصورة فهو تشبيه من خلال المجاز الموظف في التعبير عن منتج غسيل تايد (بياض هوليود) ، فغسيل تايد عند الغسل به يقدم نتيجة فعالة لدرجة أنها تفوق الغسيل الذي يستخدمه نجوم "هوليود" وكذلك تشبيه سرعة المرأة واستعجالها بغسيل تايد، فهو يقدم نتيجة سريعة وفعالة أي لداعي للقلق والتوتر، فغسيل تايد سينقضك من المشكلة ويقدم لكي نتيجة فعالة و عمد القائم بالإتصال لإستخدام هذه الصورة البيانية لإقناع المتلقي والتأثير فيه لشراء واستخدام هذا المنتج .

كما استخدمت الصورة محسنا لفظيا المتمثل في الطباق بين قليل سماح وهي صاحبة المحل وغسيل تايد ،حيث أن قليل سماح رغم جودته إلا أنه لايقاوم بياض تايد للغسيل من خلال إستخدام التضاد الضوئي في اللون الخداع البصري، وهو ظهور لون فاتح فوق داكن أي ظهور اللون الأبيض الفاتح فوق الأبيض الداكن .

كما استعملت الصورة النغمة اللونية المتواترة المقصود بها زيادة إضافية على اللون الأصلي.

نخلص من خلال تحليلنا لهده الومضة الاشهارية لغسيل تايد والتي هي عبارة عن وصلة إشهارية جمعت بين اللغة والصورة والإضاءة والألوان والصوت والديكور من خلال عرض مميز محكم محدثا فيه المشهر نوع من التوافق والإنسجام، والتي تجعل زبون يقول (بدون تعليق) وبالتالي فإن الإشهار يكتسي بعده البلاغي من خلال تلاحم وتفاعل هذه العناصر اللغوية وغير الغوية، التي تحدث تأثيرا على المشاهد والتي تجعله يقتنع بجودة الخدمات التي يقدمها تايد للغسيل وبالتالي نجاح الإشهار وفاعليته .

أما خلاصة القول إن اعتبار النسق اللغوي (الجملة –الأساليب البلاغية) كمقوم أساسي يساهم إلى حد كبير في توضيح معاني الإشهار بالإضافة إلى هذا فإن التنويع في

الأساليب البلاغية على إختلاف أشكالها يساعد على تحقيق الفعل الإقناعي التأثيري أضف إلى هذا مايضيفه على الصورة الإشهارية، من جمالية ورونقة في الأسلوب وبالتالي إستمالة المتلقي وتحفيزه للإقبال على شراء المنتج .

إستنتاجات عامة :

بعد تحليلنا لعينة الدراسة المتمثلة في الومضات الإشهارية لغسيل تايد Tide التي تبث في قناة Mbc1من خلال القراءة التعيينية و التضمينية توصلنا إلى النتائج التالية:

1_ إن الصورة باحتلالها مساحة شاسعة في الإشهار فهي أيضا تشكل بلاغة، حيث تتسلسل فيها مجموعة من العناصر الأيقونية و التشكيلية في بنية متكاملة ،مكونة من (الصورة ، الإضاءة ، الألوان ، الموسيقى ، الديكور) تهدف من ورائها تشد إنتباه المتلقي ، والخروج عن المألوف ، وكسر الروتين ،فهي تقنيات إقناعية يلجأ إليها المشهر لخلق الفارق و التفرد، مؤكدة معاني يسعى المشهر إلى حفرها في ذاكرة المتلقي .

2_في دراستنا للعناصر غير لغوية ، تبين لنا أن البلاغة لا تقف عند حدود النص المكتوب أو المنطوق ، بل أن الصورة أيضا تتضمن أحداثا بلاغية على عكس ما هو سائد عند البعض من أن البلاغة حكر على اللغة و أن الصورة هي نسق جد بدائي قياسا إلى اللغة ، و يرى البعض الآخر أن الدلالة تستنفد ثراء الصورة الذي لا يمكن وصفه[1].

3_إن استخدام الأساليب البلاغية في الخطاب البصري (الصورة) يجعلها تحتل مركز الصدارة لما تتمتع به من سيمات جمالية و إقناعية تأثيرية ، فهي تضفي على أمورا قد لا تكون له في الأصل فتزيده بهاءا و جمالا.

4_ إن المفردة الأولى و الثانية في الدراسة أدت وظيفتها البلاغية بشكل واضح يمكن للمتلقي من فك شفرتها و تفسير الغموض الذي تولد من سرعة اللقطات الخاطفة ، و تأتي الرسالة اللسانية في الأخير لترسخ معنى الصورة الحقيقي و الكامن(المستتر) في جوهرها و الذي تجلى بلاغيا في الفضاء البصري منتجا معنى استعاري حول التغيير إلى الأفضل ، حيث يعمد المضمون في الإشهار إلى تجاوز مرحلة عرض التفاصيل إلى أبعد

[1]- بشير إبرير،**بلاغة الصورة وفعلية التأثير في الخطاب الإشهاري**،(نظرة سيميائية تداولية)، (www.matarmaatar.net)،لوحظ يوم ٢٠١٨/٠٣/١٢على الساعة ١٠:٠٠.

ذلك ، بإستخدام الأساليب البلاغية .(التشبيه ، الطباق ، السجع ، الجناس) التي تضع الوهم من خلال خلق جو و تصوير المنتج على أنه المنتج المثالي الذي يمكن المتلقي من إشباع حاجاته و تلبية رغباته.

5_ إن التطابق الحاصل بين ما هو لغوي وما هو أيقوني في الومضتين الإشهاريتين هو عملية مقصودة لإنتاج معاني ضمنية يدركها المتلقي بعد تأويل دلالات الرسالة البصرية ، و في الومضة الأولى " تايد لغسيل العباية " حصل تطابق بين الرسالة الأيقونية و الرسالة المدونة (اللسانية)، تميز نسق أيقوني جعلها تصل إلى المعنى البعيد جراء تكتيف الأساليب البلاغية و سرعتها الذي مكن من فعل التبليغ ،فاستطاعت الصورة من جراء تكتيفها للأساليب البلاغية من إنتاج المعنى و توليد الدلالات الإيديولوجية

6_استخدمت الومضات المدروسة أساليب بلاغية في الرسالة البصرية لسهولة إبلاغها و بساطة توظيفها و تفسيرها دلاليا ،و تتمثل في الأوجه المصممة على أساس المشابه بين التمثيل التشبيهي في اللغة البصرية.

7_ رسمت الرسالة البصرية في الومضتين الإشهاريتين أبعادا إيديولوجية تتعلق بترسيخ معتقدات مصممو الرسائل الإشهارية ، تتمثل في زي المرأة الخليجية و أصالتها.

8_إن نجاح الإشهار و فعاليته يقاس بمدى براعة المشهر في تحقيق الترابط بين ما تحيل إليه الصورة و بين النصوص اللغوية التي ترافقها ، هادفا من ورائها توضيح الأهداف و إبرازها بشكل يتوافق مع موضوع الإشهار و عليه فقد عمد المشهر في المفردتين الأولى و الثانية في استخدام الأساليب البلاغية في الرسالة اللسانية (اللغوية) و الرسالة البصرية (الغير لغوية) المتمثلة في التشبيه و الجناس و السجع و الطباق هادفا من ورائها مخاطبة الاوعي للمتلقي ليثير فيه الرغبة و الإستجابة لشراء المنتوج.

9_ إن الغرض من إستخدام الأساليب البلاغية في الومضة الأولى و الثانية لـ :

- تسهيل الفهم (بلغة مكيفة و صورة بلاغية لغوية و بصرية)

– جذب إنتباه المتلقي و إقناعه بجودة المنتج و أفضليته من خلال استخدام أسلوبي بلاغي (الطباق).

و زيادة على ذلك فقد إستعملت الومضة الأولى الإدراك التضميني أو الاوعي لمحاولة خلق شعور إيجابي إزاء المنتج و ذلك عبر إستهدافها لفئة النساء و إتجهت إليهم عبر الأزياء و الأناقة ، أي بإستخدام غسيل تايد للعباية سوف يقدم المرأة الشراقة و أناقة مما يجعلها تشبه عارضات الأزياء،كما أن الومضة الثانية استخدمت كلمة "هوليود" مخاطبة بذلك الاوعي المرأة أي عندما تستعمل غسيل تايد سوف تظهر مثل نجمات هوليود وهذا ما تطمح للوصول أليه.

10_كما استخلصنا من خلال عرضنا لهذا البحث أن الأساليب البلاغية ليس حكرا على رسالة اللسانية اللغوية بل هي أيضا موجودة في لغة الخطاب البصري (الصورة) وكلاهما يؤدي نفس الوظيفة المنوطة به .

فاللغة تخاطب وعي المتلقي فيزداد فهمه للرسالة الإشهارية و الصورة تخاطب الاوعي للمتلقي فيستجيب للرسالة الإشهارية .

و عليه فالأساليب البلاغية في الخطاب البصري يساهم في إنتاج المعاني و تضيف لها معنى و رونقا وجمالا، فتأثر في نفس المتلقي و تجعله يستجيب و يتفاعل و يقتنع بجودة الخدمات.

خاتمة:

لقد استطاعت الأساليب البلاغية أن تمضي بالإشهار قدما، وتساهم في نجاحه وفعاليته ،فكان اتخاذ القائم بالإتصال بلاغة الصورة كجسر يعبر من خلاله إلى المتلقي (الجمهور المستهدف) ،كما لها من قوة إقناعية تأثيرية يهدف من خلالها إلى جذب وإستماله المتلقي وإثارة إعجابه بجودة المنتوج و إقناعه بالشراء.

وبالتالي يجد نفسه مرغما على تلقي تلك المضامين التعيينية وبدورها تمارس عليه السيطرة بأبعاد إيديولوجية تعكس هوية منتجو تلك الومضات .

فمن خلال تحليل الومضات الإشهارية التي تبث في قناة Mbc1 من خلال عينة الدراسة ،وجدنا أن الخطاب البصري الممارس فيها خضع لتفكيك عناصره والمتلقي هو الذي يقوم بعملية تركيبها ،للوصول إلى المعنى البعيد أو كما يسميه "بارث" بالأسطوري .

وأكدت نتائج هذه الدراسة على قدرة الأساليب البلاغية في تبليغ المتلقي بالمعاني الكامنة في الأفلام الإشهارية من جهة ، وتحقيق مقاصد القائم بالإتصال (المشهر) من جهة اخرى .

وبما أن لكل رسالة إشهارية غرض أو هدف تسعى لتحقيقه ، فهي بذلك تتخذ جملة من الأساليب البلاغية لتصل إلى المراد ، حيث يقال"لكل مقال مقام " فإن لكل غرض أسلوب يليق به و يلائمه بحيث يعمل المشهر على صياغة قالب فني ساحر يشد المتلقي و يجذب إنتباهه متخذا بذلك مجموع الأساليب البلاغية كالتشبيه ، الإيجاز ، الإختصار ، الإستعارة ، الجناس، وغيرها التي تكون محفزا للإتجاه نحو المنتوج .

وعليه نستنتج أن الأساليب البلاغية ليس حكرا على اللغة فقط بل تتعداه إلى لغة الخطاب البصري، حيث نجد مكانة للصورة في الخطاب الإشهاري ، فكما يقول"قدور عبد الله " بأننا نعيش اليوم ثقافة في عصر ما بعد المكتوب،عصر الصورة".

وبهذا فقد أنهينا دراستنا بهذه الخاتمة ،ونأمل أننا قد إستوفينا جزءا بسيطا من لغة الخطاب البصري.

بالإضافة إلى أن الخطاب الإشهاري البلاغي حقل واسع يتطلب الكثير من الدراسات التي تتعمق فيه لإكتشاف مكامنه و خفاياه ، وبهذا من أجل توسيع مجال البحث و تحقيق أهداف أخرى التي لم نتمكن من تحقيقها.

قائمة المصادر والمراجع:

المصادر

القرآن الكريم

١)-المراجع باللغة العربية :

أ)-المعاجم و القواميس

1-ابراقن محمود،**قاموس اللسانيات و سيميولوجيا الإتصال**،المدخل إلى السيميولوجيا ،دار هومة للنشر و التوزيع،الجزائر،٢٠٠٥.

٢-إبن منظور،**معجم لسان العرب**،دار النشر،بيروت،لبنان،٢٠٠٣.

٣-الأحمر فيصل،**معجم السيميائيات**،الدارالعربية للعلوم ،الجزائر،بيروت،٢٠١٠.

٤-الرازي محمد بن أبي بكر،**مختار الصحاح**،الطبعة الأولى،دار الفكر لطباعة و النشر و التوزيع،بيروت،لبنان،٢٠٠١.

ب)-الكتب

٥-أنجرس موريس،**منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**،ترجمة أمين صحراوي و أخرون،الطبعة الثانية ،دار القصبة،الجزائر،٢٠٠٦.

٦-البكري تامر،**الإتصالات التسويقية و الترويج**،الطبعة الأولى ،دار حامد للنشر و التوزيع ،عمان،٢٠٠٢.

٧-الحديدي منى و على سيد رضا،**الإعلان الإذاعي و التلفزيوني**،مركز جامعة القاهرة،٢٠٠٢.

٨-الخوارزمي محمد بن أحمد يوسف،**مفاتيح العلوم**، ترجمة إبراهيم الأبياري ،الطبعة الثانية ،دار الكتاب العربي،بيروت،لبنان،١٩٨٩.

٩-الضامن منذر ، **أساسيات البحث العلمي** ، دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان، ٢٠٠٧.

١٠-المناصرة عز الدين،السماء تغني،**قراءة تاريخ الموسيقى العربية**،الطبعة الأولى ،دار مجدلاوي للنشر و التوزيع،٢٠٠٨.

١١- بن مرسلي أحمد، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال**،الطبعة الثالثة ، ،ديوان المطبوعات الجامعة ، الجزائر،٢٠٠٥.

١٢- بنكراد سعيد،**السيميائيات مفاهيمها و تطبيقاتها**،الطبعة الثالثة ،دار الحوار للنشر و التوزيع،٢٠١٤.

١٣- بوجادي خليفة،**في اللسانيات التداولية**،الطبعة الأولى ،بيت الحكمة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.

١٤- توسان برنان ،**ماهي السيميولوجيا؟** ترجمة محمد نظيف،الطبعة الثانية ،إفريقيا الشرق ،المغرب٢٠٠١.

١٥- سلطانية بلقاسم و آخرون،**سيميولوجيا الصورة الإشهارية**،مطبعة جامعة محمد خيضر بسكرة،الجزائر،٢٠١٣.

١٦- شعبان حنان،**تلقي الإشهار التلفزيوني**،دار الكافور،بيت الحكمة للنشر و التوزيع،الجزائر،٢٠١١.

١٧- عبد المجيد إبراهيم مروان،**أسس البحث العلمي لإعداد رسائل الجامعية**، مؤسسة الرواق للنشر ،عمان،٢٠٠٠.

١٨- عصفور جابر،**آفاق العصر**،الطبعة الأولى ،دار الهدى لثقافة والنشر،دمشق،سوريا، ١٩٩٧.

١٩- فونتاني جاك،**السيمياء المرئي**،ترجمة على سعد،الطبعة الأولى ،دار الحوار للنشر ،سوريا٢٠١٤.

٢٠- قدور عبد الله ثاني،**سيميائية الصورة ،مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية** في العالم،الطبعة الأولى ،دار الغرب للنشر و التوزيع،الجزائر،٢٠٠٥.

٢١- كلود عبيد،**الألوان دورها،تصنيفها،مصادرها،رمزيتها**،الطبعة الأولى ،مراجعة محمد حمود،المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر و التوزيع،٢٠١٣.

٢٢- نمير قاسم خلف،**ألف باء التصميم الداخلي**،الطبعة الأولى ،دار الكتب و الوثائق ببغداد،٢٠٠٥.

ج)-الدراسات الأكاديمية:

٢٣- بوداود لامية،**تحليل الخطاب المبني روائي في الجزائر رواية (اوشام بربرية) لجميلة زنير نموذجا**،جامعة منتوري قسنطينة.

٢٤- عفان إيمان،**دلالة الصورة الفنية- دراسة تحليلية سيميولوجية لمنمنمات محمد راسم**- جامعة الجزائر ٢٠٠٤-٢٠٠٥.

٢٥- فنور بسمة،**الرسالة الإشهارية في ظل العولمة**،دراسة تحليلية لرسالة الإشهارية في الفضائيات العربية MBC1نموذجا، جامعة منتوري قسنطينة،الجزائر٢٠٠٧/٢٠٠٨.

٢٦- قادري وليد،**صورة الإسلاميين في السينما المصرية**،تحليل سيميولوجي لفيلمي عمارة يعقوبيان،مرجان أحمد مرجان ، جامعة الجزائر٢٠١٢،٢٠١١.

٢٧- هادف ليندة خديجة،**دلالة العناصر السردية في الإشهار التلفزيوني**،دراسة تحليلية سيميولوجية لومضات نجمة للهاتف النقال،جامعة الجزائر، ٢٠٠٧،٢٠٠٦.

د)-المجلات:

٢٨- ابرير بشير،**الصورة في الخطاب الإعلامي**،الملتقى الدولي الخامس،مخبر أبحاث اللغة العربية و الآدب العربي ،مخبر اللسانيات واللغة العربية،جامعة بسكرة.

٢٩- بوصابة عبد النور،**بلاغة الخطاب الإشهاري التلفزيوني**،مجلة الخطاب،العدد١٩.

٣٠- عبد الواحد كريمة،**سيميولوجيا الإتصال في الخطاب الإشهاري البصري**،مجلة الواحات للبحوث والدراسات ،العدد الثاني ،جامعة باجي مختار عنابة ٢٠١٤.

٣١- محمد بكر الشيخ،**تحديات استخدامات التقنية الرقمية في الإنتاج التلفزيوني(تلفزيون سوادن نموذجا)**، مجلة جامعة البحري للآداب والعلوم الإنسانية،العدد السادس،٢٠١٤.

٣٢- وسار نوال ،**بلاغة الصورة في الخطاب الإعلامي تنظيم الدولة الإسلامية داعش-دراسة تحليلية لعينة من الرسائل البصرية** ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ،العدد الرابع،٢٠١٧.

هـ)-المحاضرات:

٣٣- جيتي نادية ، **اللغة السينمائية لمقياس تحليل الأفلام الوثائقية والدرامية**_، جامعة قاصدي مرباح ورقلة. سنة ٢٠١٦-٢٠١٧.

٢)-المراجع بالغة الفرنسية :

٣٤-Roland Barthes,**"la rliétorique de l'image**, revue de **communication** nou seuil,1998.

٣٥-Joly Martine,**introduction de l'image29pollina** paris,1998.

المواقع الإلكترونية

٣٦-ابرير بشير ،**بلاغة الصورة و فاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري**(نظرة سيميائية تداولية موقع الصفحة(www.matarmaatar.net)

٣٧- بنكراد سعيد،**سيميولوجيا الأنساق البصرية(الصورة نموذجا)** مجلة علامات موقع سعيد بن كراد.

٣٨-(www.SaidBemgrad.met/ouv/fco5.net)

39-www.Mbc.net

40-https://pluf.google.com/u/

قائمة الملاحق

Tide

تايد عباية، لطلّة تليق بك
Tide

Tide

Tide
Tide
Tide

Tide

٤٩
X
ويحافظ عليه غسلة بعد غسلة
بالاستناد إلى عمليات
بعد كل ٥ جولات غسيل لـ ٥ جولة غسيل

Tide

فهرس المحتويات

مقدمة.....ص أ

الإطار المنهجي.....ص ١٤

إشكالية الدراسة.....ص١٥

تساؤلات الدراسة.....ص١٧

أسباب إختيار الموضوع.....ص١٨

أهداف الدراسة.....ص١٩

أهمية الدراسة.....ص١٩

مفاهيم الدراسة.....ص٢٠

منهج الدراسة ص٢٦

آداة الدراسة.....ص٢٨

مجتمع البحث.....ص ٣٠

عينة الدراسة.....ص٣٠

الدراسات المشابهة.....ص٣٢

الإطار التطبيقي.....ص ٣٨

تمهيد.....ص٤٠

بطاقة فنية لقناة mbc1.....ص٤١

بطاقة فنية لمؤسسة تايد.....ص٤٢

التحليل السيميولوجي الدلالي للومضة الإشهارية الأولى.....ص٦٠

التقطيع التقني.....ص٤٣

التحليل التعييني.....ص٤٨

التحليل التضميني.....ص٥٠

التحليل السيميولوجي الدلالي للومضة الإشهارية الثانية.....ص٦٠

التقطيع التقني.....ص٦٠

التحليل التعييني.....ص٦٧

التحليل التضميني.....ص٧٠

استنتاجات عامة ص٨٠

خاتمة ص٨٣