



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

بغنوان :



الإعلانات في التلفزيون الجزائري والتزامها بالمعايير الإشهارية
دراسة سيميولوجية لعينة من الومضات الإشهارية المبثثة على التلفزيون
الجزائري

مذكرة تخرج مقدمة لإستكمال متطلبات لنيل شهادة ماستر

تخصص: السمعى البصري

من إعداد الطالبتين:

سعيدة بالمسعود

خيرة طفحي

أمام لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة الأصلية	الأسم واللقب
رئيسا	جامعة ورقلة	مسعود قانة
مشرفا و مقررا	جامعة ورقلة	محرز حمايمي
مناقشا	جامعة ورقلة	أمال عساسي

السنة الجامعية: 2022/2021

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى انجاز هذا البحث ونتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على انجاز هذا العمل ونخص بالذكر الأستاذ المشرف : محرز

حمایمی

الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه التي كانت طريق لنا نمشي عليها من اجل إتمام هذا العمل
كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى لجنة المناقشة وكل أساتذة الإعلام و الاتصال, وكل معلم أفادنا بعلمه, من بداية مشوارنا الدراسي إلى غاية هذه اللحظة.
إلى كل هؤلاء جميعا نتقدم بخالص شكرنا وتقديرنا
وجزأكم الله خير

الاهداء

باسم الخالق العظيم الهادي لمن أراد الهدى، اسلم واصلي
على حبيب قلبي
محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

الهي لا يطيب الليل إلا بشرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب
اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا بروية الله
جل جلاله

إلى من بلغ الرسالة وادي الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين
سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم
إلى من كلله الله بالهبة والوقار، إلى من أحمل اسمه بكل افتخار والدي العزيز
بشير .

إلى من لا يمكن للكلمات إن توفي حقها، إلى من لا يمكن للأرقام إن تحصي
فضائلها، من ربنتي فأنارت دربي وأعاننتي بالصلوات والدعوات إلى اغلي
إنسان في هذا الوجود، أمي الحبيبة مريم .

إلى كل من إخوتي **علي، طارق، محمد السعيد، عبدا لله، محمد**
وأخواتي العزيزات كل باسمها، إلى صديقتي **شيماء** إلى كل من
سقط من قلبي سهوا، اهدي هذا العمل



الإهداء

اهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى اغلي
إنسانة على القلب والى شمعة الدرب إلى
من تعجز الكلمات في جودها عن التعبير
وإلى من قلبي قي حبها يطير .

إلى أمي الغالية، بارك الله في عمرها إلى
مرشدي ودرعي الذي كان يدفعني لنيل
الشهادات، إلى من تسقط الكلمات في
حضرته إلى أبي العزيز والغالي، بارك الله
في عمره

والى أناس من ذهب لا توفيهم
الكلمات حقهم، من مساعدة ودعم
سدد الله خطاهم وحفظهم ونجاهم .

لكم جميعا ثمار هذا العمل
المتواضع..

بالمسعود سعيدة

المخلص:

تعتبر الإعلانات حقلاً واسعاً يصعب تحليله أو إدراك أهميته، كون هذا الأخير يقوم بالتأثير على المشاهد، وهذا من خلال عرض المنتجات بشكل متكرر على التلفزيون من أجل جذب أكبر عدد من المستهلكين للسلعة أو الخدمة دونما اعتبار لتطبيق معايير اشهارية التي تتحكم في نجاح أو فشل السلعة، حاولت هذه الدراسة إن تعالج موضوع الإعلانات والتزامها بالمعايير الاشهارية في الومضات الاشهارية المنبثة على التلفزيون الجزائري، من خلال معرفة دلالات الألوان والأشكال في الخطاب الاشهاري التلفزيوني.

والتعرف على مدى الالتزام بالمعايير الاشهارية موضوع الدراسة، والتعرف على دلالات الزمان والمكان في الومضات الاشهارية المنتقاة، ومعرفة التزام التلفزيون الجزائري في تطبيق المعايير الاشهارية. خلصت لدراسة إلى جملة من النتائج نذكر أهمها:

تحمل الومضات الاشهارية المحملة تحليلاً سيميولوجياً أبعاداً جمالية وفنية للمكان الذي أظهرت فيه جمال الإضاءة واللون بالإضافة إلى جمال الشخصيات والمنتج، إضافة إلى الفرق الكبير بين ومضة وأخرى من خلال استعمال المعايير وإبرازها.

كما لاحظنا إن اختيار موقع التصوير كان يتناسب وكل ومضة على اعتباره يساهم بشكل كبير في فهم المادة الاشهارية، ومضمونها وارتباطها بالسلعة وبالتالي سهولة معرفة المنتج وهذا ما يؤدي إلى ترسيخه في ذهن المتلقي أو المشاهد.

وعليه يمكن القول إن هناك تباين بين الومضات من حيث الالتزام بتطبيق المعايير.

Summary:

a study, advertising is a wide field thatFor is difficult to analyze or realize its importance, as the latter influences the viewer, and this is by repeatedly displaying products on television in order to attract more consumers to the good or service without regard to the application of advertising criteria that control the success or failure of 8 of this study To address the issue of advertisements and their commitment to advertising standards in the advertising flashes broadcast on Algerian television, by knowing the connotations of colors and shapes in the

television advertising discourse. And to identify the extent of commitment to the advertising standards subject of the study, and to identify the connotations of time and place in the selected advertising flashes, and to know the commitment of Algerian television in the application of advertising standards. _The study concluded a number of results, the most important of which are: The analyzed advertising flashes carry a semiological analysis of aesthetic and technical dimensions to the place where they showed the beauty of lighting and color in addition to the beauty of the characters and the product, in addition to the great difference between one flash and another through the use and highlighting of criteria. We also noticed that choosing the location of the filming was proportional to each flash, considering that it contributes greatly to understanding the advertising material, its content and its connection to the commodity, and thus the ease of knowing the product, to its consolidation in the mind of the recipient or viewer. of standards



مقدمة

مقدمة:

يلعب الإعلان دورا بارزا ومهما في نقل الأفكار والمعتقدات وتوجيه السلوك نحو السلعة أو الخدمة، بالتالي أصبح مهم في المزيج الترويجي، وقد أصبح حقيقة واضحة وضرورة من ضروريات الحياة الاقتصادية خاصة في جو البيئة التنافسية بهدف الفوز برضا المستهلك عن طريق توظيف عناصر الترويج .

فبناء إبي عمل تلفزيوني مهما كان نوعه لا يتم بمعزل عن المحيط الذي يتوجه إليه، بل يجب تكييف هذه الرسائل بما يتوافق وقيم مجتمعه الدالة على مرجعيته والتي نحدد خلفية قراءات المتلقي وتفسيره لما تحمله الرسالة الاشهارية من معاني ودلالات.

ويعتبر التلفزيون وسيلة اشهارية كاملة لما له من خاصية لا تتوفر في غيره، وهي مخاطبة العين والإذن بالصوت والصورة، حيث تتجلى أهمية ذلك إذا عرفنا إن الإنسان يحصل على معلوماته ب 90% عن طريق السمع.

ولان الجزائر كانت من الدول التي لا تول أهمية للإعلان عموما وللمنافسة خصوصا، وذلك لتدخل الدول في مختلف النشاطات الاقتصادية من عرض وترويج وطلب وإعلان ومنافسة، وهذا ما ظهر في هذه الفترة حيث انه كيف للإعلان في ظل نظام اقتصادي وسياسي يمكن إن يفقد معايير الاشهارية. وللوقوف في وجه المنافسة أصبح الإعلان وسيلة لامناص منها، لذلك كان الإعلان وسيلة اعتمدها كل المؤسسات الإعلامية ويعتبر التلفزيون من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الإعلان.

وفي الجزائر لابد إن الإعلان قد سجل ظهورا واضحا عبر التلفزيون الجزائري في السنوات الأخيرة، كما انه لا يمكن الاستغناء عليه بأي شكل من الأشكال وفي إي دولة من دول العالم، كما استفاد الإعلان من التطور التكنولوجي الحالي في مجال الاتصال الذي ساعده على إبداع طرق جديدة في تحسين رسالته الاشهارية المشبعة والمستفزة للمشاعر على التأثير في الجمهور المشاهد وهذا من خلال معرفة ما إذا كانت هذه الإعلانات التي تعرض عبر شاشة التلفزيون الجزائري تقوم بشكل أو بآخر بتطبيق المعايير الاشهارية والتزامها بذلك من خلال الإعلانات التي يتم عرضها للمشاهد الجزائري، ومما عزز من دور الاشهار في الوقت الراهن اعتباره مصدر تمويل للعديد من وسائل الإعلام، وهو ما برز طغيانه على الهندسة البرمجية للعديد من التلفزيونات، بل هناك من القنوات التلفزيونية من ما اختص في كل أشكال وأنواع البيع وهو ما حول فضاءه إلى حيز إشهاري كبير.

وقد سارت الجزائر على هذا النهج، بعد انتعاش السوق الاقتصادي وظهور مؤسسات عمومية وخاصة اكتفت من اعتمادها على المؤسسات الإعلامية خاصة التلفزيون.

وفي خضم هذه التحولات التي أصبحت تميز العالم سعى التلفزيون الجزائري إلى مواكبة هذه التطورات من خلال توسيع المبادلات لتشمل مختلف جوانب الحياة وفي مقدمتها الإعلانات التي يتم عرضها للمشاهد الجزائري وما تحمله من معايير التي تحدد الذوق العام في مختلف المجالات والتزامها

بذلك، ومن هذه الزاوية جاءت دراستنا لموضوع الإعلانات في التلفزيون الجزائري والالتزام بتطبيق المعايير الاشهارية وهذا من خلال تحليل لعينة من الومضات الاشهارية، وعلى هذا قسمنا دراستنا إلى فصلين:
الفصل المنهجي والفصل التطبيقي .

بحيث سنعرض في الفصل الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وكذا أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة إضافة إلى مفاهيم ومصطلحات الدراسة ومجالاتها فالدراسات السابقة بعدها التعرف على نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع وعينة الدراسة، أدوات جمع البيانات وفي الأخير المقاربة النظرية للدراسة.

إما الفصل الثاني خصصناه للجانب التطبيقي والذي قمنا فيه بتطبيق ما جاء في الإطار المنهجي، حيث قمنا بتحليل ثلاث (3) ومضات اشهارية سيميولوجيا، والتي تمثل عينة الدراسة، تمكنا من خلالها الإجابة عن تساؤلات الإشكالية.

ونرجو في الأخير إن نكون قد وفقنا في معالجة هذا الموضوع.

الإطار المنهجي

الفصل الأول

الإجراءات المنهجية للدراسة

الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

- أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها .
 - ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.
 - ثالثاً: أهمية الدراسة .
 - رابعاً: أهداف الدراسة .
 - خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة.
 - سادساً: الدراسات السابقة.
 - سابعاً: مجالات الدراسة.
 - ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها .
 - تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة .
 - عاشراً: أدوات جمع البيانات .
 - إحدى عشر: المقاربة النظرية للدراسة .
- خلاصة الفصل

تمهيد:

يعتبر الإطار المنهجي من الركائز الرئيسية والمنطلقات الأساسية ذات الأهمية البالغة في عملية البحث العلمي، إذ يجب على كل باحث تحديد الإطار العام للبحث عند انطلاقه في دراسة إبي موضوع، ويتضمن هذا الإطار مجموعة من العناصر تبدأ من تحديد إشكالية البحث وتساؤلاته، إضافة إلى تحديد أهمية البحث والأهداف، وكذا التطرق إلى مفاهيم الدراسة المختلفة ومجالات البحث العلمي، مروراً إلى نوع الدراسة ومنهجها، وصولاً إلى مجتمع الدراسة وعينته فالدراسات السابقة والتي تخدم موضوع الدراسة، وأخيراً يتم عرض المقاربة المعتمدة، وهذه الخطوات المذكورة سلفاً هي ما سيتم التطرق إليه وعرضه في هذا الفصل .

أولاً: إشكالية الدراسة:

في عصر أصبح يتميز باستمالة الحالات العاطفية والتأثيرات السلوكية على مختلف جوانب الحياة، أصبح الإعلان بوصفه ظاهرة اجتماعية واقتصادية مدفوعة الأجر، يشهد انتشاراً واسعاً خاصة في المجتمعات الاستهلاكية التي تكون معرضة لتدفق وسيل المعلوماتي الكبير الذي تم تعزيزه من خلال التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال .

فلقد عرفت الجزائر في مرحلة نهاية الثمانينات وبداية التسعينات تغييرات شاملة مست كافة القطاعات بما في ذلك تجربة الإعلان في الجزائر ليفقد إبعاده التي تكون مبنية على مجموعة من المعايير الشهارية التي تساهم في نجاح الرسالة الإعلانية، لذلك يمكن القول بان المعايير عبارة عن قاعدة علمية مدروسة تسعى للوصول بالرسالة الشهارية إلى هدفها الصحيح بطريقة تحفظ مستواها وعليه فان نجاح الرسالة الشهارية مرتبط بالالتزام بالمعايير .

ورغم تعدد الوسائل يبقى التلفزيون يشغل حيز كبير من الوقت كوسيلة لا يمكن الاستغناء عنها وعن خدماتها باعتبارها أكثر وسائل الاتصال مشاهدة مقارنة بالوسائل، لأنه يحمل رسائل إعلامية مختلفة للمشاهد من إخبار محلية وعالمية.

ويعتبر الإعلان التلفزيوني من أكثر الأنواع تأثيراً وذلك نظراً لاقتران الصوت بالصورة، وهذا ما يزيد من مصداقية خصائص السلعة المعلن عنها، كما إن الإعلان في الشكل العام وعن طريق هذه الوسيلة يكتسب الكثير من قدراته التأثيرية من خلال استعمال إشارات ورموز صريحة وأخرى ضمنية ذات إحياءات قوية، بحيث يؤدي ترديد الإشارة إلى ارتباط المنتج في ذهن المشاهد، وهذا ما يخلق الولاء نحو المنتج من خلال تأثيرات لاشعورية .

إما تاريخ الإعلان في الجزائر فهو تاريخ الشركة الوطنية للنشر والإشهار، لكن إذا ما القينا نظرة على الإعلانات الجزائرية لاحظنا الفرق بين الإعلان الموجه والإعلان القائم على المناقشة، فقد أصبح لزاماً على الجزائر الاهتمام بالإعلان من خلال التحكم في البناء العلمي للرسالة الإعلانية سواء من ناحية تصورها أو إخراجها فوجب الاهتمام بوسائل الاتصال الألسنية وخاصة إذا ما تحدثنا عن المضمون اللغوي ومدى أهميته في التبليغ الفعال لمضمون الرسالة الإعلانية ومدى استيعابها من طرف الجمهور المستهلك .

وهكذا عبرت مجتمعات دول العالم الثالث كما يقول "مارك فيرو" عن عجزها على عكس صورتها عبر الصور لأنها اكتفت بالكلمة كوسيلة للتعبير عن مواقفها في زمن الإقناع بالصورة. وإذا ما تكلمنا عن الإعلان في التلفزيون، هذا الأخير الذي عرف انتشاراً واسعاً في أوساط الجمهور

الجزائري، الأمر الذي يتطلب منا الأخذ بعين الاعتبار مدى تطبيق المعايير الاشهارية، ذلك إن الخطاب الإعلاني ليس مجرد خطاب إعلاني منطقي واضح من خلال احتياجات معينة، إضافة إلى إن الإعلان يأخذ بعض الأهمية في التلفزيون الجزائري دون إن تواكبه دراسة علمية مكثفة حول المضامين الإعلانية من خلال تحليل الرسالة الإعلانية تحليلا علميا أو وصف الظاهرة من حيث مدى تطورها في التلفزيون، فبناء الإعلان في ظل المنافسة في صناعته هو تحد آخر للمؤسسة الجزائرية، وذلك من خلال العمل على الالتزام بتطبيق المعايير وهذا ما قد يؤدي إلى بعض الانعكاسات في الالتزام أو تطبيق المعايير الاشهارية في التلفزيون ومما يدفع إلى العديد من التساؤلات، انطلاقة هذه الدراسة من خلال محاولة الإجابة على التساؤل التالي :

ما مدى التزام الإشهارات في التلفزيون الجزائري بتطبيق المعايير الإشهارية؟

التساؤلات:

1. ما هي الدلالات اللونية في الإشهار الجزائري؟
2. ما هي الدلالات اللغوية والموسيقية في الإشهار الجزائري؟
3. هل تجسد هذه الدلالات في الإشهار الجزائري المعايير الاشهارية؟
4. ما هي دلالات المحددات المكانية؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع:

جاء اختيارنا لموضوع الإعلانات في التلفزيون الجزائري لجملة من الأسباب منها ما هو ذاتي، ومنها ما هو موضوعي.

الأسباب الموضوعية:

معرفة مدى نجاح الرسالة الإعلانية في التلفزيون الجزائري وخاصة في ظل الاحتكاك الفكري والثقافي بين الجزائر والدول الأخرى من اقتباس التقنيات الإعلانية العصرية خاصة في ميدان السمعي البصري.

الرغبة في تدعيم وإثراء البحوث العلمية .

قلة وندرة الدراسات التي تتناول دراسة المعايير الاشهارية في التلفزيون الجزائري والتي تحللها سيميولوجيا. حسب ما توصل له بحثنا المتواضع في التراث العلمي للدراسة.

إثراء مكتبة الجامعة بهذا النوع من الدراسات .

قلة الدراسات الإعلامية المتعلقة بموضوع دراستي الالتزام بالمعايير الاشهارية في التلفزيون الجزائري.

الأسباب الذاتية:

الرغبة الشخصية في دراسة موضوع الإعلان التلفزيوني دراسة سيميولوجية.

الاهتمام بالمنهج السيميولوجي، وإدراكنا كطلبة إعلام واتصال بقوة هذا النمط الاتصالي في التأثير على الجمهور .

الرغبة الشخصية في معرفة خبايا الإعلان وما يحمله في طياته من معاني الظاهرة منها والكامنة .

رغبتنا في تطبيق ما تلقيناه في مجال السيميولوجيا على الإشهار التلفزيوني الجزائري .

اهتمامنا بالتحليل السيميولوجي وما يشمله من أساليب لفظية وغير لفظية .

إثراء الرصيد المعرفي والعلمي من خلال هذا البحث .

ثالثا: أهمية الدراسة :

إن الإعلان في الجزائر له طابع خاص فهو يمر خلال مرحلة انتقالية لم تتضح معالمها بعد، فبعدما كان النشاط الإعلاني مهشما وغير فعال بالنسبة للمؤسسات الجزائرية أصبحت هذه الأخيرة في ظل التطورات التي شهدتها الجزائر، أصبحت تواجه المنافسة التي لا يمكن إن نتصدى لها إلا من خلال الإعلان .

وتتجلى أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، حيث يطرح نفسه من خلال بروزه بشكل واضح، حيث أصبح هذا الأخير من بين مكونات اقتصاديات الدول التي تعتمد على الترقية والترويج لمنتجاتها المحلية بوصفه ظاهرة اجتماعية واقتصادية .

إن أهمية هذه الدراسة ترجع أيضا إلى قلة الدراسات الجزائرية التي تتناول المعايير الاشهارية التي يبثها التلفزيون الجزائري.

من خلال هذه الدراسة يمكن أيضا الوصول إلى نتائج علمية تهتم العاملين في الإعلان في قطاع التلفزيون بالدرجة الأولى، كما تهتم الأكاديميين الذين يبحثون في مجال الإعلان عموما والإعلان التلفزيوني خصوصا كما تهتم أيضا المعلنين باعتبارهم المستفيد الأول من الإعلان.

رابعاً: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي كالتالي:

1. الوصول إلى نتائج تساهم في الارتقاء بمستوى الإعلانات في التلفزيون الجزائري وتطويرها.
2. التعرف على طبيعة الإعلانات في التلفزيون الجزائري والى إي مدى تلتزم بالمعايير الاشهارية مما يساعد على معرفة ما إذا كان النشاط الإعلاني عبر التلفزيون يحدث أثرا ايجابية أو سلبية على جمهور المتلقين الذين هم بمثابة مستهلكين حاليين.
3. الوقوف عند المضامين المختلفة للإعلانات من خلال محاولة الإجابة عن تساؤلات عامة تعكس الثقافة الخاصة بالمجتمع الجزائري، إضافة إلى تلمس التجربة في شقها الفني والتقني.
4. محاولة الخروج بنتائج موضوعية.
5. الكشف عن إيديولوجية المعلن في بث هذه الاشهارات .
6. الوقوف على المعايير الحقيقية للرسائل الإعلانية في التلفزيون الجزائري.
7. التعرف على الرسالة الإعلانية بالتلفزيون الجزائري والمعايير الاشهارية المعتمدة في ترويج وتسويق السلع والمنتجات والتأثير على المستهلك.
8. التعرف على طبيعة الإعلانات في التلفزيون الجزائري شكلا ومضمونا.
9. إقامة تحليل سيميولوجي للإعلانات من خلال الومضات الاشهارية لمنتج prilex ومنتج جين chezzy ومنتج أمير كلين.

خامسا: مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1 تعريف الإعلان:

لغة: يعني كل ما هو مشهور ومعروف من طرف عدد كبير من الناس.

اصطلاحا: هو عملية اتصال تهدف إلى التأثير على المشتري من خلال إجراءات وطرق ووسائل غير شخصية يقوم بها البائع، حيث يفصح المعلن عن شخصيته، ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة.

وعرف كروفورد الإعلان بأنه "فن الإغراء على السلوك بطريقة معينة، لكن هذا التعريف لا يميز الإعلان عن الدعاية والإعلام ووسائل الترويج الأخرى، رغم انه يعطي فكرة التأثير على السلوك موقعا مركزيا في التعريف.

ومن ناحية أخرى يعتبر الإعلان عنصرا من عناصر المزيج التسويقي الذي يضم كلا من التخطيط السلعي، التسعير، منشأة التوزيع، الترويج.

ويمكن القول إن التعريف الأكثر اتفاقا بين المختصين في هذا المجال هو الذي أوردته جمعية التسويق الأمريكية، حيث عرفت الإعلان بكونه وسائل غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل اجر مدفوع.¹

التعريف الإجرائي:

هو ذلك المزيج بين الترويج والتسويق من اجل حث المستهلك على شراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها، بالإضافة إلى تنشيط المبيعات.

2.تعريف التلفزيون:

لغة: مكون من مقطعين "tele" ومعناه عن بعد "vision"معناه الرؤية إي الرؤية عن بعد.²

1مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، فرع علاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسن طينة 2008/2007، ص51،52 مريم زعتر، الإعلان في التلفزيون الجزائري.

2مسمية عبد المالك: الأساليب الإقناعية في الرسالة الإشهارية التلفزيونية وإبعادها السيوسوثقافية، دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من الموضات الإشهارية بقناة الشروق، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماس تر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، سنة 2018/2019، ص40

جهاز لاستقبال الصور والأصوات المذاعة بالأمواج الكهرومغناطيسية أو الأمواج الهertzية.¹

اصطلاحاً: هو طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية .

التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد أساساً على الصورة والصوت، وهو ليس مجرد أداة لنقل الإخبار الصورة المسجلة أو المباشرة عبر الأقمار الصناعية، بل أصبحت تتميز بالقدرة على الإقناع والتأثير والسيطرة²

التلفاز أو الرائي هو تحويل مشهد متحرك وما يرافقه من أصوات إلى إشارات كهربائية، ثم نقل الإشارات وإعادة تحويلها بجهاز استقبال إلى صورة مرئية متحركة مرفقة بصوت يعرض صوراً ثابتة، ولكن نراها متحركة.³

التعريف الإجرائي:

هو وسيلة اتصال جماهيرية له أهمية بالغة وتأثير قوي على المتلقي لما يقدمه أو يعرضه من أخبار أو برامج حوارية وحتى برامج التسلية في أوقات الفراغ، كما أنه له الدور الكبير في صناعة رأي الشعوب

3تعريف الالتزام :

لغة : مصدر التزم الشيء يلزمه التزاماً. والتزامه اعتناقه، والالتزام من الفعل المزيد فيه الهمزة والتاء، واصله الفعل الثلاثي لزم الشيء من اللزوم، وهو الوجوب والثبوت وعدم الانفكاك، فإذا دار هذا اللزوم بين جهتين جهة طالبة وأخرى مستقبلة للطلب، كان الطالب ملزماً، من الفعل المعدي بالهمز ألزم، من الإلزام وهو الإيجاب، وكان المستقبل للطلب ملتزماً من الفعل المزداد في الهمزة، والتاء للدلالة على قول المطالبة به، كما يدل لفظ "التزم" على إن الأمر واقع باختيار الملتزم لا غير.

ويعرف أيضاً: بمعنى الاعتناق قد يكون باختيار الملتزم، أو بمعنى امتثال طلب الالتزام، فيكون بإيجاب على الملتزم من غيره.⁴

1سلطان محمد صاحب: وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص20

2نفس المرجع السابق .

3بخوش نجيب، صبطي عبيدة: الدلالة والمعنى في الصورة، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ص20.

4لسان العرب المحيط، دار الجليل، بيروت، دار لسان العرب، بيروت، ب ط، 1408هـ/1988م. ابن منظور: محمد بن مكرم بن علي بن أحمد بن منظور،

اصطلاحاً: "العقد اتفاق يلتزم بموجبه شخص أو عدة أشخاص، بمنح أو فعل أو عدم فعل إي شيء ما.¹

التعريف الإجرائي: ويقصد به التعهد أو القيام بعمل معين في مدة معينة لقاء اجر محدود، كما انه يعتبر رابطة بين شخصين.

4. تعريف المعايير:

لغة : عير في المعاجم العربية معان متعددة، منها "العيار" ما عايرت به المكابيل، والعيار وعيرت، الدنانير تعبيراً إذا ألقبت ديناراً ديناراً والعيار والمعايير لا يقال إلا في الكيل والوزن.²

اصطلاحاً: المعيار هو نموذج ومقياس مادي أو معنوي لما ينبغي إن يكون عليه الشيء.³

"انه نموذج معين تجري تقدير الأشياء عليه ".⁴

التعريف الإجرائي :

هي مجموعة القواعد أو المبادئ التي تشمل كل نشاطات الإنسان وفاعليته، وهو ما جعل قياساً ونظاماً للشيء.

5. تعريف الإشهار :

لغة : إشهار، شهر مصدر أشهر، إظهاره، أمر إظهاراً شهيراً، إي إعلان شيء ما فيصير معروفاً، فيقال: أشهر إي أعلنه. الفرنسية⁵

في الموسوعة **la rousse** الاشهار من الفعل شهر، شهره، إي ذكر الشيء وعرفه به إي انه أعلن عنه، ومصدره الإعلان علانية وهي الجهر بالشيء⁶

¹القانون المدني الجزائري، المادة 54.

²د محمود خليف خضير ، المعايير البلاغية في الخطاب النقدي العربي القديم في القرنين الرابع والخامس الهجريين ، ط1، سنة 2012م/1433هـ. ص17.

³المعجم الفلسفي ، مجمع اللغة العربية 188.

⁴معجم لغة الفقهاء :433، وينظر :الأسلوب والأسلوبية، عبد السلام المسدي .

⁵. أبي عقل جمال الدين محمد مكرم ،ابن منظور لسان العرب ، دار هادر بيروت ص15

⁶دراسة مسحية لأدبيات الاختراق، معهد البحوث والدراسات العربي ، مطابع سحل العربي ، تونس 1996، ص14/15 أيمن منصور ندى :الاختراق الثقافي عن طريق بث الوافد :

اصطلاحاً: هو وسيلة لإقناع الجمهور لشراء سلعة ما أو الانتفاع بها بخدمة معينة أو حضور مناسبة ما ,كالفعاليات الجماهيرية أو الندوات أو النشاطات التي تقوم بها المؤسسات ,فهو عملية اتصال غير مباشرة بين 03 أطراف هي المنتج , جهة الاتصال أو الوسيط الإعلاني والمستهلك ,الذي يبحث عن سلعة وتكون هذه الخدمة مقابل مبلغ مالي .¹

التعريف الإجرائي :

وهو التشهير أو الترويج لمنتج ما من خلال ذلك الفاصل الإعلاني الذي يتخلل برنامج تلفزيوني معين أو فيلم أو مسلسل بحيث تكون متفرقة في البرنامج الواحد , وهذا من أجل إقناع المشاهد وجذب أكبر عدد من المستهلكين .

سادساً : مجالات الدراسة :

يعد التعرف على مجالات الدراسة عملية ضرورية, ونقطة أساسية في البحوث الإنسانية والاجتماعية, ذلك لما تكتسبه من أهمية إثناء الدراسة كونها تسهل عملية البحث, ويجمع أغلب الباحثين على إن لكل دراسة ثلاث مجالات رئيسية تركز عليها , إما في دراستنا هذه سنعتمد على مجالين فقط وهما المجال الزماني والمجال المكاني بحكم طبيعة الموضوع التي تقتضي ذلك .

المجال الزماني:

ويقصد به المدة التي استغرقتها هذه الدراسة بأقسامها المنهجي والتطبيقي ,وقد مرت بمحطات عديدة والتي كانت كالأتي .

الجانب المنهجي :

واستمر فيه البحث طيلة الفترة الممتدة من شهر جانفي 2022 الى بداية شهر افريل من نفس السنة .

قمنا بصياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها ,وهذا ما بعدما وافقت لجنة المناقشة على موضوع الدراسة ,حيث استغرقنا في انجاز هذه العناصر الى نهاية شهر مارس ,حيث قمنا بجمع المصادر والمراجع اللازمة لموضوع الدراسة مع الأستاذ المشرف .

¹ أبو جمال المقري, أساليب الإشهار التلفزيوني ,ص20.

وفيما يخص بقية العناصر الأخرى في نفس الإطار والمتمثلة في أسباب الدراسة, والأهمية والأهداف وضبط مفاهيم الدراسة إلى جانب الدراسات السابقة, فقد بدأنا في انجاز هذه العناصر كلها ابتداء من شهر افريل وشرعنا فيه من بداية شهر ماي إلى نهايته وقد مر انجازنا لهذا الإطار بعدة مراحل

المرحلة الأولى: مرحلة جمع الإعلانات والتي لها علاقة بموضوع الدراسة.

المرحلة الثانية: تحديد الومضات الاشهارية, والتي قمنا فيها باختيار نماذج من الأفلام الاشهارية وهذا راجع لضيق الوقت .

المرحلة الثالثة: شرعنا في عملية التقطيع التقني للومضات الاشهارية المنتقاة, وبعد ذلك قمنا بالتحليل استنادا إلى مقارنة رولان بارت بمستوياتها التعييني والتضميني .

المرحلة الرابعة: عرض النتائج العامة للدراسة والمقدمة والخاتمة, إضافة إلى وضع الجداول والفهرس والمقدمة.

المجال المكاني:

ويقصد به النطاق الجغرافي الذي تتم فيه الدراسة, ويتمثل المكان في دراستنا هذه التلفزيون الجزائري العمومي, على اعتبار ان دراستنا هذه تكتسب طابع سيميولوجي محض, والذي يعنى ويختص بدراسة المواد الإعلامية السمعية والبصرية وتحليلها وفق قواعد معينة .

حيث ارتأينا الى دراسة وتحليل بعض الأفلام الاشهارية والتي تبث على التلفزيون الجزائري والتي تخدم موضوع دراستنا .

التلفزيون الجزائري :

هو مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصبغة اجتماعية وثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي, وقد انشأت مؤسسة التلفزة الوطنية تبعا للمرسوم 14786 المؤرخ في 24 شوال 1406 الموافق ل 01 يوليو 1986, تتولى الخدمة العمومية للبث التلفزيوني وتمارس احتكار بث البرامج التلفزيونية في كامل التراب الوطني, وتنظم المؤسسة مديريات ووحدات من بينها المديرية التجارية التي تتكفل بالنشاط التجاري للتلفزيون.

سابعاً : الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى: دراسة بعنوان "دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من إعلانات مجلة "الثورة الإفريقية" .

رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ل "فايزة يخلف" في سنة 1996 م ,وقد تبلورت إشكالية هذه الدراسة في معرفة دور الصورة الحقيقي في الرسالة الإعلانية الجزائرية ,وقامت الباحثة بطرح التساؤلات لمعالجة هذه المشكلة وتتمثل في ما يلي:

1. ما هي وظيفة الصورة في إعلانات revulation africain كمجلة لها تاريخ طويل في الصحافة الجزائرية ؟
 2. هل هي مجرد شيء مرئي يستعمل كنداء يجذب الناس إلى مضمون الرسالة الإعلانية؟ أم أنها تمثيل يوظف لخدمة دلالة معينة؟ وإذا كانت الصورة في هاته الإعلانات تستعمل لغرض دلالي معين,فهل تعكس القيم الثقافية للمجتمع الجزائري الذي ينتمي إليه ؟
- وأجابت الباحثة عن هذه التساؤلات بمجموعة من الفرضيات .

1. لم توظف الصورة في إعلانات مجلة "الثورة الإفريقية " على أساس دورها النفعي و الهادف كوسيلة اتصال وإقناع ,وإنما على أساس دورها الوظيفي الثانوي اي كعامل إيضاحي جمالي فقط .
2. كلما وظفت الصورة في الرسالة بكيفية تبرز أو الخدمة المعلن فقط دون مراعاة قواعد الاتصال الاقوني , قلت الدلالة التوصيلية لهذه الرسالة وتلاشي رجع الصدى المنتظر .

واعتمدت الباحثة على المنهج السيميولوجي في تحليلها للرسالة الإعلانية ,واعتمدت على العينة العشوائية المنتظمة في مجتمع بحثها,حرصا منها علة تفادي كل تحيز من شأنه إن يؤثر على النتائج النهائية للبحث

وقد توصلت الباحثة في نهاية دراستها إلى جملة من النتائج منها:

عدم تمثيل الصورة لقيم المتلقي الثقافية تمثيلا صريحا, أو عن طريق الصورة الدليل.

عدم صياغة الصورة صياغة إعلانية, الأمر الذي جعلها اقرب إلى التحليل الفوتوغرافي منه إلى التحليل الإعلاني, الذي يقوم على التوظيف الدلالي لإبعاد كثيرة : فنية ,بسيكولوجية ,اجتماعية وثقافية .

الدراسة الثانية: دراسة للباحث "بوصاية عبد النور"، بعنوان: "الأساليب الإقناعية للومضات الاشهارية التلفزيونية"، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الخاصة بمتعامل الهاتف النقال نجمة". رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال لسنة 2009/2008 م وقد تبلورت إشكالية هذه الدراسة كالآتي :

ما هي الاستراتيجيات الإقناعية التي تميز البناء الفني والدلالي لإشهار شركة "نجمة" الهاتف النقال ؟

وقام الباحث بطرح مجموعة من التساؤلات لمعالجة هذه المشكلة وتمثلت فيما يلي :

1. هل يعتمد إشهار "نجمة" على الاستراتيجيات الروائية narratives أو الاستدلالية discursives؟

2. ما هو دور الترميز والبلاغة في تحقيق هذه الاستراتيجيات ؟

هل استخدمت الوسائل الاشهارية .نجمة القيم الثقافية في بناء استراتيجياتها الإقناعية ؟

وكن أهم أهداف الدراسة التي يسعى الباحث لتحقيقها ما يلي :

1. إقامة تحليل سيميولوجي للرسالة الاشهارية من خلال الومضات الاشهارية لمتعامل الهاتف النقال "نجمة"

2. الكشف عن العناصر السردية وعن أسس الرسالة البصرية والياتها والعناصر الاستدلالية والإبعاد الدلالية والمرجعية للرسالة والصورة الاشهارية من خلال عينة الدراسة .

3. التعرف على كيفية تكوين السياق المعرفي والدلالي للنص والصورة , ضمن الومضة الاشهارية التلفزيونية .

اتبع الباحث منهج التحليل السيميولوجي لتباين أهمية الأساليب الإقناعية والدلالية للومضات الاشهارية لشركة الهاتف النقال "نجمة" , واكتشاف معناها العميق ودلالاتها الخفية, فاختر العينة العشوائية المنتظمة وذلك لتفادي التحيز الذي يشوه نتائج البحث النهائية .

وتوصل الباحث في نهاية بحثه إلى جملة من النتائج أهمها ما يلي :

المقاربة الإبداعية الوحيدة التي يتم اللجوء إليها في تصميم ومضات نجمة للهاتف النقال هي مقارنة نجم الإستراتيجية.

الدراسة الثالثة: جاءت بعنوان "التمثلات الثقافية في الإشهار التلفزيوني . دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من اشهارات القناة - الخاصة الشروق tv - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال ل : "خليفة محمد فتحي" السنة 2016/2017 م .

وقد تبلورت إشكالية هذه الدراسة في :

كيف تجسدت تمثلات الثقافة الجزائرية في الإشهارات التلفزيونية في القناة الخاصة الشروق tv؟

ولقد تم تعزيز هذه الإشكالية بمجموعة من التساؤلات الفرعية والتي طرحت على النحو التالي :

1. ما هي أهم تمثلات الثقافة الجزائرية التي تجسدت في الإشهار التلفزيوني في قناة الشروق tv؟
2. ما مدى تمثل الثقافة الأجنبية في الإشهار التلفزيوني في قناة الشروق tv؟
3. هل يمكن للصيغ الفنية التضمينية التي في الإشهار التلفزيوني في قناة الشروق tv تبلغ مستوى الإشهار القوي والمتناسك من الناحية الدلالية ؟

حيث هدف الباحث في هذه الدراسة إلى كشف الستار من تمثلات الثقافة الجزائرية التي تظهر من خلال الإشهار التلفزيوني في قناة الشروق tv, زمن ثم فهم مختلف المعاني والدلالات التي تتضمنها واستنتاج إبعادها الرمزية من خلال :

1. إبراز تمثلات الثقافة التي تم إبرازها من خلال الإشهار التلفزيوني بقناة الشروق .
2. سنطاق الإبعاد الضمنية للعلامات الثقافية , والتي تحدد رمزية الثقافة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني في قناة الشروق .
3. البحث عن الصيغ الدلالية التي تميز الرسالة الاشهارية التلفزيونية في تلفزيون الشروق tv.

واعتمد الباحث على مقارنة التحليل السيميولوجي نظرا لطبيعة المادة المدروسة التي هي الفيلم الاشهاري ,كون هذا الأخير يعد أفضل نهج يسلط الضوء على الآليات التي تنتج من خلالها المعاني في الأنساق الدلالية

خلص الباحث إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها :

تضمنت الأفلام الاشهارية بعض تمثلات الثقافة الجزائرية ,وبرزت هذه الأخيرة بصفة واضحة في بعض اللقطات المقربة , من اجل الإيحاء إلى بعض الرموز الثقافية .

وجود بعض القيم الدلالية والرمزية التي تبنى عليها منظومة الأعراف في المجتمع الجزائري، وثم الاستعانة هنا في البناء الدلالي للمعنى بأهم تمثلات الثقافة الجزائرية، والتي يمكن تصنيفها ضمن التمثلات المعنوية .

الدراسة الرابعة: دراسة بعنوان " الاستمالات الإقناعية في الإعلان المتلفز، دراسة تحليلية في مضمون إعلانات قناة mbc"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، اتصال وعلاقات عامة، من إعداد الطالبة: "إبرادته سعيدة" لسنة 2009/2008م

طحت فيها الطالبة تساؤلاً رئيسياً حول :

• ما هي الاستمالات الإقناعية التي تستعمل في الإعلان المتلفز عبر الفضائية mbc؟

أهمية الدراسة: تكمن أهمية دراستها في :

1. أهمية الموضوع في حد ذاته الذي يطرح نفسه بإلحاح .
2. الانتشار الواسع للإعلان الذي صار جزء لا يتجزأ من يوميتنا .

إما أسباب اختيارها للموضوع فيرجع إلى:

1. العدد الهائل والمتزايد للقنوات الفضائية العربية، على اختلاف طبيعتها سواء كانت عامة أو متخصصة.
2. التوجهات الجديدة للإعلان في الفضائيات العربية واختلاف الأساليب التي توظفها بغية استمالة الجمهور العربي ومحاولة استقطابه .

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي :

1. التعرف على طبيعة الاستمالة الإقناعية التي تستعمل في بناء الإعلان، من أجل التأثير على المستقبل ومحاولة استقطاب أكبر قدر من الجماهير.
2. معرفة الاتجاهات الحديثة التي يعتمد عليها في بناء الإعلان، والكشف عن أهم الجوانب التي يتم التركيز عليها.

المنهج وأدوات جمع البيانات: تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، التي تقوم بتحليل المادة الإعلانية السمعية البصرية التي تبث في تلفزيون المشرق الأوسط mbc .

حيث يقوم المنهج على جمع البيانات وتبويبها ثم تحليلها وتفسيرها، واختارت العينة الدائرية كعينة لدراستها

التعقيب على الدراسات السابقة :

من خلال الدراسات السابقة يمكن القول إنها تشابهت مع دراستنا باعتمادها على المنهج السيميولوجي، إضافة إلى اهتمامهم بدراسة الرسالة الاشهارية، وتختلف هذه الدراسات مع دراستنا في العينة فمنها من اعتمدت العشوائية والدائرية، إما نحن فقد اعتمدنا على العينة القصدية في دراستنا .

ثامنا : نوع الدراسة ومنهجها :

. يعرف المنهج بأنه الطريق أو المسلك المؤدي للكشف عن الحقائق المختلفة، وذلك باستخدام مقاييس وقواعد علمية منظمة توجه سير البحث العلمي وتحدد عملياته وهذا يتسنى للباحث الوصول إلى نتيجة معلومة واضحة.

. وبما إن دراستنا هذه تندرج ضمن البحوث الكيفية، فإننا بذلك عمدنا إلى استخدام والاعتماد على مقارنة التحليل السيميولوجي باعتباره الأنسب لطبيعة الدراسة، والتي تقوم أساسا على الكشف عن دلالات وإبعاد الإعلانات التلفزيونية الجزائرية ومدى مطابقتها للمعايير الاشهارية، إضافة إلى الإجابة عن الإشكالية المطروحة .

. يعنى علم السيميولوجيا بدراسة الدلالات والمعاني الايقونية اللسانية وغير اللسانية بالإضافة إلى كشف ودراسة المعاني الخفية والعميقة لكل نظام علاماتي، باعتبارها نسق من العلامات .

. فتقوم المقاربة السيميولوجية إذن بالبحث عن الدلالة الحقيقية لمضمون الإعلانات واكتشاف معناها العميق ودلالاتها الخفية، إذ تركز على إعادة بناء نظام المعاني والحصول على أفضل وظيفة لإعلان، ويظهر بصورة عالية عند دراسة محتوى الوسائل الإعلامية بصفاتها وسائط اتصالية أيضا، حيث يعد التحليل السيميولوجي منها أساسا غايته النقد "critique" القائم على التوغل العميق في مضامين الاشهارات .

. وسنعمد في تحليل الومضات الاشهارية على مقاربة "رولان بارت" "roland barth" حيث قسم الناقد السويسري "رولان بارت" عناصر "السيميولوجيا" القراءة الدلالية إلى مستويين :

1. المستوى التعييني أو القراءة التعيينية وهو المستوى الظاهر الذي يدركه الجميع، في هذا السياق سنقوم بالوصف الدقيق للومضات الاشهارية .

2. المستوى التضميني: وهو المستوى الدلالي الايجابي وفيه يتم تفكيك مختلف الدلالات التضمينية للإعلانات الجزائرية .

تاسعا: مجتمع وعينة الدراسة :

. يعرف المجتمع على انه "كامل أفراد وأحداث ومشاهدات او موضوع البحث والدراسة"¹ أبو نصار , عبيدات , مبيضين , ص 47

. بحيث تعتبر مفردات البحث هي ذلك الجزء الأساسي المكون لمجتمع البحث , وتتمثل في بحثنا هذا الومضات الاشهارية التي تبث على التلفزيون الجزائري .

. ولتحديد عينة الدراسة ولكثرة الأفلام الاشهارية لابد من الاستعانة بالعينة, والتي تعرف بأنها: "جزء من المجتمع الأصلي تحتوي على بعض العناصر , والتي يتم اختيارها بطريقة معينة بقصد دراسة خصائص هذا المجتمع".² "الصيرفي , ص 48 .

اتبعنا في هذا البحث العينة القصدية أو الأسلوب القصدي " أعمدي "والذي يقوم على التقدير الشخصي للباحث في اختيار العينة , وكذلك لأنها اختيرت بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة , بالإضافة إلى كونها تحقق أهداف الدراسة , وهذا بسبب وجود دلائل على أنها تمثل المجتمع الأصلي للدراسة تمثيلا صحيحا³ حمدي , ص 48.

. حيث تعتبر تحديد العينة من مجتمع البحث خطوة مهمة شريطة أن تكون ممثلة.

. ولأن موضوع الدراسة تتعلق بتحليل ودراسة بعض الومضات الاشهارية, والتي تبث على التلفزيون الجزائري , فإننا لن نقوم بتحليل كافة هذه الأفلام الاشهارية نظرا لكثرتها, بل سنعتمد على بعض الوصلات الملائمة لطبيعة موضوع الدراسة , حيث تم تحديد ثلاث نماذج اشهارية وهي كالتالي:

- الوصلة الاشهارية الخاصة بمنتج prilex.
- الوصلة الاشهارية الخاصة بمنتج جين chezy.
- الوصلة الاشهارية الخاصة بمنتج أمير كلين .

¹ أبو نصار, محمد , عبيدات محمد , مبيضين , عقيلة :منهجية البحث العلمي القواعد المراحل والتطبيقات , الأردن , دار وائل للنشر والتوزيع

²الصيرفي محمد الفاتح :البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين,الأردن , دار وائل للنشر والتوزيع.

³حمدي محمد الفاتح ,بن فيط ,الجودي :اثر الإعلان التلفزيوني على قيم وسلوكيات الشباب الجامعي ,مجلة العلوم الاجتماعية الصادرة عن جامعة عمار تلجبي الاغواط ,المجلد3,.

عاشرا: أدوات جمع البيانات :

ويقصد بها مختلف الوسائل التي توجه الباحث بغرض الحصول على بيانات معينة من مصادر مختلفة. وبحكم إن البحث يكتسي طبيعة تحليلية فإننا سنوظف أداة منهجية مكملة لها وهي الملاحظة, وتعرف بأنها مشاهد الظاهرة محل الدراسة عن كثب ونكون مقصودة وفقا للخطة المرسومة للبحث, في إطار المنهج المتبع وتحدد أهدافها في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة من المتغيرات والتصور العام حول الموضوع, ومن صم ينخرط الباحث مباشرة في حياة الجماعة أو الأفراد موضوع الدراسة.

حادي عشر: المقاربة النظرية للدراسة :

تصنف دراستنا ضمن الدراسات التي تعتمد على التحليل السيميولوجي , وبما ان هدفها هو تحليل عينة من الومضات الاشهارية الجزائرية , والتي تبث على التلفزيون الجزائري , وكذا الكشف عن المعايير الاشهارية التي تتضمنها هذه الإعلانات , بالإضافة إلى الكشف عن دلالاتها ومعانيها الخفية . والسيميولوجيا مصطلح مشتق من الكلمة اليونانية Semio بمعنى علامة , كما اقترنت هذه الكلمة بالعلوم الطبيعية في دراسة أعراض مختلف الأمراض ودلائلها, وقد استعارها عالم اللسانيات السويسري فيرويناد دي ferdenand de saussure في الكشف عن طبيعة الدليل بحيث يقول أن السيميولوجيا هي العلم الذي يدرس حياة العلامات والدلائل اللسانية وغير اللسانية في خضم الحياة الاجتماعية , واللسانيات ليست سوى جزء من علم السيميولوجيا "1 بالخيري2 , ص 49 ."

"وعليه فان الأساس الذي تقوم عليه الدلالة هو المعنى , لأنه يخضع للتحليل الدقيق , فعلى المتلقي الا ينظر إلى المدلول اللغوي للكلمة بل ينظر إلى استعمالها في مجرى السياق الذي وردت فيه" "بخوش صبطي , ص 50.

أما المستوى التضميني أو القراءة التضمينية فهي وضع يأتي لمضاعفة الوضع الأول,,,,, فهو القراءة المعمقة للرسالة , إي قراءة مابين اسطر النص وقراءة ما وراء الصورة لمعرفة الدلائل والرموز التي تحملها وتحدد هذه الدراسة الدلائل في المعايير الاشهارية لكل مجتمع "3 بلخيري , ص 53". ولان الهدف من بحثنا هذا هو تحليل الومضات الاشهارية اي تحليل العناصر التعبيرية من صوت وصورة وهذا من اجل معرفة وإبراز الإعلانات ومدى تطبيقها للمعايير الاشهارية , ولهذا ارتأينا إلى توظيف التحليل السيميولوجي باعتباره المنهج الأنسب والذي يعنى بدراسة وتحليل المضامين الإعلامية , وبيحث في الدلائل والمعاني الخفية في الأفلام , بالإضافة إلى قراءة مابين السطور وما وراء الصورة . وهذا للكشف عن الرموز التي تحملها الرسائل الاشهارية , خاصة وان الصورة هي المكون الرئيسي للأفلام الاشهارية والتي تحمل في طياتها دلالات ومعاني وحتى معايير بالنسبة للمجتمع الذي تنشأ فيه

¹ بلخيري رضوان : سيميولوجيا الصورة بين النظرية والتطبيق , الجزائر, دار قرطبة للنشر والتوزيع .
² بخوش نجيب , صبطي , عبيدة , الدلالة والمعنى في الصورة , الجزائر , دار الخلدونية للنشر والتوزيع .
³ بلخيري رضوان : نفس المرجع السابق .

خلاصة الفصل :

ما يمكننا قوله هو إن الإطار المنهجي أساسي وضروري في بحوث الإعلام والاتصال, كونه يسهل للباحث القيام بدراسته, فمن خلال المشكلة يتسنى للباحث الإلمام والإحاطة بكامل تفاصيل موضوعه وتغطيته من جميع الجوانب , مما يسهل معرفة مشكلة البحث من قبل المطلعين على فحواه .
وقد تطرقنا من خلاله على كافة المراحل والإجراءات المنهجية اللازمة والضرورية لانجاز الدراسة , وذلك بالاعتماد على جملة من الأدوات التي ساعدتنا على صياغة المشكلة من جهة وتفسير نتائج الدراسة من جهة ثانية .

الفصل الثاني

الحلب التحليلي للدراسة

الفصل الثاني: الجانب التحليلي للدراسة

تمهيد:

1. التحليل السيميولوجي للومضة الاشهارية رقم

1 الخاصة لمنتوج prelex

2. التحليل السيميولوجي للومضة الاشهارية رقم

2 الخاصة للمنتوج جبنة chezy

3. التحليل السيميولوجي للومضة الاشهارية رقم

3 الخاصة بالمنتوج Amir cline

نتائج الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

يعتبر الاطار التطبيقي في اي دراسة

تدعما للخلفية النظرية، والهدف منه الإجابة عن مشكلة الدراسة، والذي اعتمدنا فيه على تطبيق أو انتهاج المنهج السيميولوجي بحكم طبيعة الموضوع التي تقضي ذلك، حيث قمنا باختيار ومضة اشهاية بهدف تحليلها سيميولوجيا، استنادا على مقارنة "رولان بارت" وهي:

- الومضة الاشهارية الخاصة بمنتوج "بريلكس"
- الومضة الاشهارية الخاصة بجبنة " Cheezy "
- الومضة الاشهارية الخاصة "Amir cline"

والتي سنعتمد في تحليلها على هذه المقاربة، التي تضم او تحتوي على قرأتين "القراءة التعينية" و"القراءة التضمنية"، إضافة إلى تحليل العناصر المختلفة، والدلالات الألوانية، وتحليل الرسالة اللسانية، وأيضا الإضاءة، والموسيقى، ودلالة المكان .

التحليل السميولوجي لومضة بريلكس الاشهارية: 49 ثانية عدد اللقطات 32 لقطة التقطيع
التقني للومضة الاشهارية:

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	الحوار	الموسيقى	الجو العام للقطعة	زاوية اللقطة	نوع اللقطة	حركة اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
لا شيء	لا شيء	إيقاعية	يظهر الشاب وسط مطبخ لمطعم بزي اسود ويحمل منزرا اسود في يده اليمنى وهو يستعد لمغادرة العمل بعد تفقده للمطبخ وفجأة تظهر أمامه يد تحمل منديل ابيض فيبدي الشاب حالة من التفاجئ	أمامية	عامة	ثابتة	ثانية 1	رقم 1
لا شيء	الكوزينة شكون ينقيها	إيقاعية	لقطة قريبة يظهر فيها رجل أصلع في منتصف العمر بلحية ومنزر ابيض	أمامية	قريبة	ثابتة	ثانية 1	رقم 2
لا شيء	لا شيء	إيقاعية	يظهر فيها الشاب مرة اخرى وهو مزال وسط المطبخ ويضع يديه على خصره مع اظهار ملامح عدم الرضى والتعب	أمامية	قريبة	ثابتة	ثانية 2	رقم 3
لا شيء	لا شيء	إيقاعية	تقترب الكاميرا لإظهار ملامح الشاب بشكل أوضح وهو في حالة انزعاج ثم ينسحب	أمامية	قريبة	ثابتة	ثانية 2	رقم 4
لا شيء	لا شيء	إيقاعية	تظهر هذه لقطة مجموعة من قوارير منتوج بريلكس وسط مجموعة من	أمامية	قريبة	ثابتة	ثانية 2	رقم 5

			معدات التنظيف في خزانة مواد تنظيف حيث يوجد قارورتين من بريلكس لإزالة الدهون احتوى غلافهما على لون البرتقالي والوردي وقريرتان بريلكس لتنظيف الحمامات احتوى غلافهما على اللونين الأزرق والأحمر					
رقم 6	ثانية 2	ثابتة	قريبة	أمامية	يظهر الشاب وقد أخذ قارورتين من منتج بريلكس واحدة لتنظيف الحمام وأخرى لإزالة الدهون وينظر لكل واحدة على انفراد ويبتسم	إيقاعية	لا شيء	لا شيء
رقم 7	ثواني 3	بانورامية من اليسار إلى اليمن	قريبة	أمامية	ظهر سطح اناء معدني ضخم ويد ترش منتج بريلكس لإزالة الدهون عليه ثم تمسح ليظهر لامع ونظيف ثم تتجه الكامرة صوب الشاب لأخذ صورة قريبة له وهو يبتسم	إيقاعية	لا شيء	لا شيء
رقم 8	ثواني 3	بانورامية من اليمن إلى اليسار	عامة	أمامية	يظهر الشاب في لقطة عامة وهو يقوم بحركات بهلوانية وسط المطبخ واثناء ذلك يرش منتج بريلكس لإزالة الدهون في كل الارحاء	إيقاعية	لا شيء	لا شيء

رقم 9	ثواني 3	متحركة	عامة	أمامية	هنا يظهر الشاب وهو يرش منتج بريلكس ايضا لإزالة الدهون على الارض ثم يمسحها لتبدو نظيفة ولا معه	إيقاعية	لا شيء	لا شيء
رقم 10	ثانية 2	ثابتة	متوسطة	أمامية	يظهر الشاب يتزحلق وسط المطبخ ويرش منتج بريلكس لإزالة الدهون	إيقاعية	لا شيء	لا شيء
رقم 11	ثانية 2	متحركة	متوسطة	خلفية	يظهر هنا الشاب وهو يرش منتج بريلكس على فتحات التكييف في المطبخ	إيقاعية	لا شيء	لا شيء
رقم 12	ثانية 1	ثابتة	متوسطة	أمامية	مشهد قريب لشاب وهو يحمل اثنتان من منتج بريلكس لإزالة الدهون ويقوم برش المنتج			
رقم 13	ثانية 2	ثابتة	متوسطة	خلفية	هنا يظهر الشاب وقد قام بحركة بهلوانية امام جدار متسخ بأثار الدهون ومكتوب عليه كلمة بريلكس وقد كان وضع الكلمة هو المكان الوحيد اللامع في الجدار فيقوم الشاب بإكمال الكلمة بإضافة حرف X بواسطة المنشفة التي كان يستعملها اثناء تنظيف			
رقم 14	ثواني 3	متحركة	عامة	أمامية	في هذه لقطة يظهر الشاب في حمام بأرضية	إيقاعية	بريلكس الحل	لا شيء

	النهائي والفعال لكل الترسانات الدهنية والكسبية		رمادية وجدران بيضاء وداخل الحمام قارورة بريلكس لتنظيف الحمام مرة اخرة يقوم بحركات جمباز ثم يأخذ قارورة بريلكس					
لا شيء	يقضي عليها بشكل فعال تام ويرجعلها	إيقاعية	تظهر يد الشاب وهو يقوم برش منتج بريلكس لتنظيف الحمام على الحنفيات وآلة سكب صابون	جانبية	قريبة	متحركة	ثانية 2	رقم 15
لا شيء	للمعان والبريق وكأنها جديدة جربوه	إيقاعية	تظهر هذه لقطة انعكاس الشاب على احد مريا الحمام وهو يبتسم ويرقص في حالة من المتعة اثناء التنظيف	خلفية	قريبة	ثابتة	ثانية 1	رقم 16
لا شيء	متأكدين رايح يعجبكم بالزاف Sica	إيقاعية	تظهر هذه لقطة قارورة بريلكس لتنظيف الحمام يد الشاب تمسح على حنفية لتظهر لامعة	أمامية	قريبة	ثابتة	ثانية 2	رقم 17
لا شيء		إيقاعية	يظهر الشاب وهو يتشقلب على طاولة وثم يقترب من جدار ويضغط زر احمر	أمامية	متوسطة	ثابتة	ثانية 2	رقم 18
لا شيء		إيقاعية	يظهر سقف المطبخ الأبيض ورشاشات المياه تعمل	أمامية	قريبة	ثابتة	ثانية 1	رقم 19
لا شيء		إيقاعية	تظهر الكاميرا هو ذلك الجدار الذي كان متسخ وعليه كلمة بريلكس وقد	جانبية	قريبة	ثابتة	ثانية 1	رقم 20

			بدا نظيف هذه المرة ولامع					
لا شيء		إيقاعية	هذه لقطة تظهر حامل اطباق معدني وهو يلمع والاوساخ تتجرف مع المياه من عليه	أمامية	قريبة	ثابتة	ثانية 1	رقم 21
لا شيء		إيقاعية	تظهر الآلة الصابون في الحمام وهي تلمع	جانبيه	قريبة	ثابتة	ثانية 1	رقم 22
لا شيء		إيقاعية	صور قريبة لشاب وهو يبتسم وقد كان مبلال	أمامية	قريبة	ثابتة	ثانية 2	رقم 23
لا شيء		إيقاعية	صورة لشاب وهو وسط المطبخ تحت سقوط المياه من المرشات وهو ينظرحواله في حالة من الراحة	أمامية	عامة	ثابتة	ثانية 2	رقم 24
لا شيء		إيقاعية	تظهر قارورتان من منتج بريلكس واحدة لإزالة الدهون واخره لتنظيف الحمام ومكتوب باللون الاحمر على جانبيهما الايسر Siça brille cest brilex	أمامية	قريبة	ثابتة	ثواني 4	رقم 25
لا شيء	اسمع ماشفتش مفاتيحي؟	إيقاعية	يظهر الرجل اصلع الذي في منتصف العمر بقميص ابيض وهو يفتش في سترته	أمامية	متوسطة	ثابتة	ثانية 1	رقم 26
لا شيء	لا شيء	إيقاعية	يظهر الشاب وهو يعلق سترته المبتلة وبجواره حامله اواني بها على رفين مختلفين قارورة بريلكس لإزالة الدهون اخره لتنظيف الحمام لينتبه لرجل	جانبيه	متوسطة	ثابتة	ثانية 2	رقم 27
لا شيء	لا شيء	إيقاعية	يظهر وجه ذلك الرجل وهو ينظر للمطبخ في دهشة	أمامية	قريبة	ثابتة	ثانية 2	رقم 28

			وصدمة					
رقم 29	ثانية 1	ثابتة	متوسطة	جانبيهة	يظهر الشاب مرة اخرى ومزال يعلق سترته وهو يبتسم	إيقاعية	لا شيء	لا شيء
رقم 30	ثانية 1	ثابتة	قريبة	أمامية	يظهر رجل مرة اخرى في حالة من دهش وهو ينظر لشاب	إيقاعية	شكون عاونوك	لا شيء
رقم 31	ثانية 2	ثابتة	متوسطة	أمامية	يظهر الشاب وهو يحمل قارورة بريلكس اللتان كانتا على رفوف وهو يبتسم وينظر مواجهها الرجل	إيقاعية	بريلكس	لا شيء
رقم 32	ثانية 2	ثابتة	قريبة	أمامية	تظهر قارورة بريلكس لإزالة الدهون مع خلفية مطبخ ابيض شديد اللمعان ونظيف	لا إيقاعية	بريلكس	لا شيء



تحليل الومضة الاشهارية بريلكس حسب مقاربة "رولان بارت"

ترتكز عملية تحليل المادة او الخطاب المرئي ،لدى رولان بارت على مرتكزين رئيسيين ، "القراءة التعينية" و"القراءة التضمنية" فالقراءة التعينية هي المرتكز الأول، وتعتمد على قراءة ما تراه العين في بمثابة قراءة أولية للمادة، أما بخصوص القراءة التضمنية فهي التي تسعى لكشف المعنى والمغزى من الدلالات ،وتواجدها في المادة المرئية الإعلامية .

1- القراءة التعينية لومضة اشهار بريلكس .

تبدأ الومضة بمشهد للقطعة عامة، لشاب يمشي تحت إيقاع موسيقي وسط مطبخ ضخم لمطعم، به موافد واواني طبخ كبيرة الحجم، وهو يرتدي زي عمل اسود اللون، ويحمل مآزر طبخ اسود بيديه اليمنى، وبينما هو يمشي منقادا المطبخ ويستعد للمغادرة، تظهر أمامه فاجاة يد تحمل منديل ابيض، ليتفجأة الشاب، ثم يظهر صاحب اليد وهو رجل في منتصف العمر، اصلع بلحية بيضاء ويرتدي هو الآخر مآزر طبخ ابيض، في لقطة متوسطة وهو يقول لشاب "لكوزينة شكون الي ينقيها"، فيضع الشاب يديه على خصره وينزل رأسه محبطا، ثم تظهر لقطة لفتح باب خزانة خاصة بمواد تنظيف، بها مجموعة من المناشف وقفزات، يتوسط الخزانة مجموعة من قوارير منتج بريلكس، بتصميم غلاف مختلفة واللوان مختلفة، حيث يوجد على اليمين قرورتان يحتوي تصميمهما، على اللوانان الودري والبرتقالي الفاتح، ومكتوب بلون الودري اسفل القرورة مزيد الدهون تحت كلمة بريلكس، كما توجد صورة موقد على الغلاف الخاصة بهتان القرورتان، وام في الجانب الايسر توجد قرورتان يحتوي غلافهما على لون الازرق الداكن والاحمر، حيث تتوسط كلمة بريلكس تصميم الغلاف وفي الاسفل مكتوب بالاحمر، في اطار اصفر لتنظيف الحمام، كما توجد صورت مرش حمام على الغلاف هتان القرورتان، حيث يبدأ الاقاع الموسيقي بتسارع في هذه اللقطة، ثم تأتي لطقة متوسطة لشاب وقد اخذ من الخزانة، قرورتان من منتج بريلكس، قرورة لإزالة الدهون وقرورة لتنظيف الحمام، ونظر لكنتي القرورتان على انفراد وبيئسم، ليظهر بعد ذلك مشهد ليده، وهو يرش من منتج بريلكس، لإزالة الدهون على سطح قدر ضخم رشتين فقط، ثم يمسح ليظهر موضع رش المنتج نظيف ولامع، لتتحول الكامرة باتجاه الشاب في لقطة متوسطة، لتظهره وهو يبتسم اثناء تصاعد الاقاع الموسيقي، ليصبح حماسي وممتع مع ذكر كلمة بريلكس ضمن الاغنية، ثم يظهر الشاب في في لقطتين عامتين وهو يقوم بحركات بهلوانية، ويرش منتج بريلكس بكل اتجاه، ليظهر بعد ذلك في لقطة متوسطة وهو يرش المنتج على الارض، ويمسحه ليتحول موضع المسح على الارض للبياض ولامعان، ليركز المخرج بعد ذلك على لقطات قريبة له، مع تسارع حركي تحت تاثير الموسيقي وترديد كلمة بريلكس، وهو يرش من المنتج على كامل ارجاء المطبخ، ليستقر بحركة قريبة للمثل امام جدار متسخ، عليه اثر الدهون ليكمل الشاب اضافة حرف x من كلمة بريلكس، بواسطة المنشفة التي كان يستخدمها اثناء استعماله للمنتج، والتي كانت مكتوبة على ذلك الجدار المتسخ، وقد كان موضع كتابتها هو الواحد اللامع في الجدار، ليظهر الشاب بعد ذلك في لقطة عامه وسط حمام ابيض، يوجد فيه قرورة

من منتج بريلكس لتنظيف الحمامات، فيقوم الشاب بحركة بهلوانية وياخذ قرورة تنظيف بريلكس، الخاصة بالحمام ويبدأ بتنظيف في جو من النشاط والفرح والمتعة، ثم يظهر شاب في المطبخ في لقطة عام وهو يضغط على زر تشغيل مرشات اطفاء الحريق، ليتم اظهار مجموعة من اللقطات لانحاء المطبخ، وهو يلعب تحت مشهد انسكاب المياه والشاب ينظر في حالة من الارتياح، لتظهر بعد ذلك صورت للمنتج في خلفية فضية للمطبخ، ويجواره بلون الاحمر عبارة *siça brille é est brilex*، حيث إنه طيلة هذه المشاهد من الثانية 00:26 الي 00:40 صاحبها صوت امرأة، تقول "بريلكس الحل النهائي والفعال لكل الترسبات الدهنية والكلسية، يقضي عليها بشكل تام ويرجعها للمعان والبريق وكانها جديدة، جربوه متاكدين رايح يعجبكم بزاف، *siça brille é est brilex* " وفي ثانية 00:42 يظهر الشاب في لقطة وهو يعلق سترته المبتلة جراء المياه، ويجواره رف اواني عليه قرورتان من منتج بريلكس لإزالة الدهون ولتنظيف الحمام، في رفين مختلفين وفجأة يظهر الرجل الذي في منتصف العمر، وهو يقول لشاب بينما يبحث في ستره، "اسمع مشفتش مفاتيحي"

فينظر اليه الشاب ثم يظهر المخرج الرجل في لقطة قريبة وعليه علامات الدهشة، ويقول "شكون عاونوك"

ليقول الشاب وهو يبتسم بعد ما اخذى كلتي القارورتين: بريلكس، وكان هذا المشهد الاخير تحت اقااع موسيقي يتميز بالهدوء، ليختتم الاشهار بصورة لقرورة بريلكس الخاصة بالازالة الدهون، مع خلفية مطبخ ابيض شديد اللمعان، مصحوبة بصوت يقول بريلكس بإقااع موسيقي.

2- القراءة التضمنية:

بعد الانتهاء من القراءة التعينة للومضة الإشهارية بريلكس ، ننتقل الآن إلى القراءة التضمنية، لهذه الومضة الإشهارية، والمقصود هنا قراة ما بين السطور لهذه الرسالة الإشهارية، وذلك من خلال تحديد أبرز دلالاتها ومحاولة تحليل وتفسير سبب وجودها، وقد احتوت هذه الومضة على الدلالات التالية:

1) الدلالة اللغوية والموسيقية:

● الدلالة اللغوية:

حيث نجد أن الدلالات اللغوية والتي برزت بشكل واضح، في هذه الرسالة الإشهارية هي كلمة بريلكس ، وهو اسم المنتج حيث إنها تكررت أكثر من مرة طويلة مدة الإشهار. بهدف ترسيخ اسم المنتج في ذهن المتلقي، وقد تم تقديمها أو تم وضعها ضمن قالب موسيقي، لجذب انتباه أذن المستمع ودفعه لحفظها.

● الدلالة الموسيقية:

تمثلت في إيقاع موسيقيا تميز بطابع ممتع ومريح، وسهل الحفظ بنسبة للأذن ، وبسيط التذكر بنسبة لذاكرة، وذلك لدفع المتلقي لتذكر اسم المنتج المرفق لهذا الإيقاع بشكل سريع، لا يحتاج حتى لمجهود ذهني، وهذا ما يسهل للمنتج التسلسل إلى ذهن المتلقي، حتى لو لم يركز مع الرسالة الإشهارية.

2) الدلالة اللونية:

نجد بأن الرسالة الإشهارية حملت عدت دلالات لونية، وهي (الأحمر، الأزرق، الوردية، البرتقالي، الأبيض، الأسود).

● **اللون الأحمر:** يحمل دلالة على القوة والحيوية والإنفعال، وقد ظهر هذا اللون في قارورة بريلكس الخاصة بتنظيف الحمام، ليكون المنتج أكثر إثارة واستقطابا للعين، وأكثر رسوخا في ذهن، كما أنه يمنح المنتج قوة جذب الانتباه، والتي جانب الاستعمال الفني له، وكل هذه الدلائل التي رسخها في المنتج من خلال تصميم، فإن إرفاق اللون الأحمر على قارورة أيضا، يرمز إلى قوة المنتج وفاعليته.

● **اللون الأزرق:** دليل على الهدوء والصفاء والاسترخاء، وقد ظهر أيضا على قارورة بريلكس لتنظيف الحمام، ليكون مصاحبا للون الأحمر ويكسر قوته، يبعث الراحة في العين ولأجل دعم عنصر الإثارة وجذب الانتباه، بكونهما متوازيين في القوة.

● **اللون الوردية:** يعطي هذا اللون دلالة توحى بالهدوء والبراءة والحب والرومانسية، وقد تم توظيفه في قارورة بريلكس لإزالة الدهون، بغرض زرع الراحة وزيادة جمال القارورة ، وأيضا المعروف على هذا اللون أنه أنثوي، وتوظيفه على قارورة بريلكس لإزالة الدهون، يعكس استهداف المرأة من خلال المنتج.

- **اللون البرتقالي:** يدل على المرح والطاقة والنشاط، وأيضاً يرمز إلى طاقة الشباب، وقد وظف في قارورة بريكس لإزالة الدهون، لجذب العين من خلال قوة بروزه للنظر.
- **اللون الأسود:** ظهر في ثياب الشاب، وهو لون يرمز للقوة والفخامة، والغموض والأناقة، كما أنه ظهر كخلفية في لقطة قريبة للمنتج، والهدف منه إبراز المنتج، وإعطاء لمسة أنيقة للممثل لجذب الانتباه.
- **اللون الأبيض:** يرمز إلى الشفافية والسعادة والسلام والوضوح، حيث ظهر في مآزر الرجل الذي في منتصف العمر، وفي القمصان السفلية لشاب ورجل، وفي عدة لقطات أخرى، ليبدو غالباً بهدف إبراز شفافية المنتج ومصادقته، لأجل خلق نوع من الراحة وثقة لدى المتلقي، وإضافة لمسة جمالية للومضة الإشهارية.

(3) دلالات المحددات المكاني:

- **الموقع:** حيث ان مكان تصوير لقطات الاشهار ،او هذه الومضة الاشهارية بريكس ،كان مطبخ مطعم كبير، والذي كان يطغى عليه اللون الفضي بسبب الادوات و الاواني المعدنية، في المطبخ وهذا اشبه بإفتتاحية وتمهيد لنوع السلعة او المنتج ،اي خلق سبب ارتباط مباشر بين المادة الاشهارية والسلعة ، ومحاولة تيسير وتسهيل فهم المتلقي لفكرة المنتج، ولمحتوى الرسالة الاشهارية.
- **الإضاءة:** ونوع الإضاءة المعتمد عليها في هذا الاشهار او الومضة ،هو نوع الإضاءة الاصطناعية ،وذلك لان التصوير جرى تسجيل لقطاته وسط مكان مغلق، لذلك وجب استعمال هذا النوع من الإضاءة ،لأجل ابراز المكان بالاضافة الي ملامح الشخصيات الممثلة في الومضة ،واظهار انفعالتهم النفسية لأجل التأثير على المتلقي، بالاضافة الي اعطاء الرسالة الاشهارية لمسة جمالية، تلفت الانتباه وتجذب النظر .
- **الانتقال المكاني:** الانتقال المكاني في هذه الومضة الاشهارية ،يتميز بالمرونة العالية وتسلسل، وذلك بسبب كونها في مكان واحد ،فتصوير جميع اللقطات في مكان موحد، يمكننا من التميز بين نوعين من اللقطات ،التي اعتمدت في انجاز هذه الرسالة الاشهارية ،وهما اللقطة المتوسطة واللقطة القريبة ،وذلك لهدف تسلسلي ،أي لخلق تسلسل في احجام الصور، والهدف الثاني الذي حققه هذا التسلسل ،هو تكرار مشهد حمل منتج بريكس من طرف الممثل، وذلك من اجل او بهدف ابرازه وغرسه في ذهن المشاهد او المتلقي .

● **تأطير المكان:** من خلال تحليل اللقطات، يبدو من الجلي والواضح، اعتماد المخرج بشكل كبير على نوعين من لقطات والدمج بينهما، وهما اللقطة المتوسطة والقريبة، وهذا من اجل اظهار ملامح الشخصيات، لاجل وخلق الحضور النفسي لها، بالاضافة الي اظهار المنتج متعمدا طيلة مدة الرسالة الاشهارية، وذلك من خلال هذه اللقطات القريبة والمتوسطة، بهدف تاثير المنتج وترسيخه، في ذهن المتلقي او المشاهد.

المعايير الاشهارية التي تتضمنها ومضة Brillex :

تمثلت فيما يالي:

1. نلاحظ بان الاشهار جسد معيار اثاره الاهتمام، من خلال البروز في شكل ملفت لنظر، وطابع موسيقي ملفت للسمع، اضافة الي الخروج عن المؤلف من خلال ادراج حركي مثير وسط الرسالة من قبل الممثل .
2. تحتوي هذه الومضة ايضا على معيار جذب الانتباه، وقد تجسد ذلك من خلال الدلالة اللغوية، التي تمثلت في العنوان اي كلمة بريلكس، والقالب الموسيقي الذي وضعت فيه، الذي يعمل على لفت انتباه اذن المشاهد .
3. كما ان الومضة حملت دلالات حفز الحركة، من خلال اسلوب الامر، وذلك لتحفيز المستهلك او المتلقي على تجربة السلعة .
4. كما تجسد معيار الافناع، من خلال تكرار اسم المنتج او السلع، تقريبا من بداية الاشهار حتى نهايته اذا هذه الومضة يمكن القول بانها، استوفت كل الشروط وطبقة كل المعايير الازمة، التي يجب ان تكون ضمن الرسالة الاشهارية، لتكون قادرة على تعريف بمنتجها وخلق تاثيره لذي المتلقي.

التحليل السيميولوجي للومضة الإشهارية رقم 02 الخاصة بجبن cheezy المدة الزمنية للومضة الإشهارية: 31 ثانية عدد اللقطات: 06 لقطات التقطيع التقني للومضة الإشهارية

شريط الصوت		شريط الصورة						
المؤثرات الصوتية	الحوار	الموسيقى	الجو العام للقطعة	زاوية اللقطة	نوع اللقطة	حركة اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
لا شيء	لا شيء	موسيقى إثارة على إيقاع خفيف	تظهر في الصورة امرأة متبرجة، ترتدي قميص بني وسروال أزرق عارية الشعر، تحمل في يدها الأيمن محفظة نفود بصحبة فتاة قاصرة ترتدي قميص وسروال ورديا نيدخلان محل البيع المواد الغذائية لاقتناء شيء ما. يظهر صاحب المحل الممثل حميد عاشور يلبا سرسيمي أزرق وبعض الأسود، و يوجه نظره صوب المنتجات	عادية	عامة	ثابتة	ثانية 1	رقم 1

			المعروضة في المحل وظهره باتجاه الباب ويفرك أصابعه.					
رقم 2	ثانية 9	ثابتة	قريبة	عادية	توضح الكاميرا نفس المحل ممتلئ بمختلف المنتوجات الغذائية مكتوب cheezy يظهر على الباب الزجاجي للمحل صورة لعلمة الجبن فوقها 120 دج. وتظهر في الصورة المرأة والبنت وهي تطرح أسئلة مندهشة والبائع يجيبها والصرور باد عليهم	موسيقى إثارة على إيقاع خفيف	صباح الخير عميحميد. صباح النور. عميحميدكاشماكين مليح؟ formage ياوعند عمك حميد تلقاي غير مليح. كاين formage cheezy. بنين؟ هايل	لا شيء
رقم 3	ثانية 3	ثابتة	قريبة	عادية	تكبر الصورة على يد ممدودة لأخذ علبة من جبن cheezy من الثلاجة. ويظهر من خلال اللقطة، مجموعة	موسيقى إثارة على إيقاع خفيف	عندو الحق عمي حميد cheezy هايل.	لا شيء

			من علب الجبن على الرف وهناك نوعان منه cheezy و Tartino باللون الأخضر والأزرق على التوالي مع الأبيض.					
لا شيء	وغني بالكالسيوم UHT ضمانه	موسيقى إثارة على إيقاع خفيف	ظهر اللقطة علبة الجبن cheezy مع إبراز خصائصه ومميزاته عليه رسومات، وبعض الكتابات توضح الصورة خلفية بيضاء.	عادية	قريبة جدا	ثابتة	ثانية 3	رقم 4
لا شيء	عمي حميد formage cheezy شحال يسوا؟ 12 الف برك هاك كولييه جريبه ورديلي بالخبر.	موسيقى إثارة على إيقاع خفيف	تبين اللقطة نفس الأشخاص في نفس المكان، البائع يوضح للمرأة عنسر الجبن ويعطيها علبة جبن لتجربه فتسبقها البنت وتأخذه من يدها	عادية	مراقبة حتى الصدر	ثابتة	ثانية 7	رقم 5
لا شيء	Cheezy كل الفايدة بسومة هايلة.	موسيقى إثارة على	التركيز على إبراز علبة الجبن cheezy	عادية	قريبة	ثابتة	ثانية 5	رقم 6

		إيقاع خفيف	وعلبة أخرى وراءها مع خلفية وأرضية بيضاء، وبعض الكتابات على الشاشة					
--	--	---------------	---	--	--	--	--	--



2- تحليل الومضة الإشهارية الخاصة بجبن cheezy حسب مقارنة رولان بارث:

كما هو معروف فعملية التحليل حسب م قاربة "رولان بارث" تركز على مستويين، الأول يتمثل في القراءة التعيينية السطحية، والقراءة الثانية تضمينية عميقة، حيث سنتناول في هذا الجزء دلالة المحددات المكانية، دلالة العناصر المكانية، الشخصيات، وظيفة المونتاج، حضور الزمان والمكان، دلالة الأشياء. أ-القراءة التعيينية:

تبدأ الومضة الإشهارية بلقطة متوسطة وحركة ثابتة وتُظهر الصورة مدخل باب المحل، لتظهر امرأة متبرجة ترتدي لباس عصري عارية الشعر، تحمل في يدها الأيمن محفظة نقود برفقتها بنت تدخلان محل لبيع المواد الغذائية لاقتنائها شيء ما، ويظهر في اللقطة الممثل حميد عاشوري صاحب المحل بلباس رسمي يوجه نظره صوب المنتجات المعروضة في المحل وظهره باتجاه الباب ويفرك أصابعه. تركز الكاميرا على المنتجات المعروضة، ويظهر على الباب الزجاجي للمحل صورة معلقة لعلمة الجبن cheezy مكتوب فوقها 120دج، و نفس اللقطة تُوضّح المرأة مع البنت تلقي التحية على العامل وتساله .

تظهر لقطة يد ممدودة لأخذ علبة من الجبن معروضة مع مجموعة من العُلب بنوعها cheezy Tartino متبوعة برسالة ألسنية "عندو الحق عمي حميد cheezy هايل." ثم تتابعت الومضة الإشهارية برسالة ألسنية "وغني بالكالسيوم UHT"، والتركيز على الجبن cheezy.

في الأخير ركز المخرج على إبراز خصائص الجبن cheezy، واختتمت الومضة برسالة ألسنية cheezy كل الفائدة بسومة هايلة".

الدلالة اللغوية والموسيقية

اللغوية:

تمثلت هي اسم المنتج الذي هو "Cheezy"، من خلال تكراره طيلة الومضة الاشهارية، وسط الحوار الذي دار بين بائع في المحل والمرأة الزبونة، لاجل جعل المتلقي يحفظ اسم المنتج ويتذكره.

الموسيقى:

كانت عبارة عن موسيقى ذات ايقاع خفيف ومثير، يسعى لخلق نوع من الخفة في الرسالة الاشهارية، لاجل اضافة جو عام مسلي، يلقي استحسان المتلقي لها .

دلالات المحددات المكانية:

الموقع: يتمثل الموقع الخاص بهذه الومضة الاشهارية، في محل بيع للمواد الغذائية، والذي تم تصوير جميع لقطات هذا الفلم الاشهاري فيه.

الاضاءة: هي عنصر اساسي وفني، يعطي للمومضة الاشهارية وشخصياتها معنى، من خلال حصرها في دائرة الضوء، التي تلعب دورا فعال ومهم في الرسالة الاشهارية. حيث نلاحظ من خلال الومضة ان المخرج، مزج بين الاضاءة الطبيعية والاصطناعية. فعند ابراز المحل كانت الاضاءة طبيعية، وعندما حاول المخرج التركيز على الشخصيات وملاحمها، استعان بالاضاءة الاصطناعية.

تأطير المكاني: المكان الذي تم تصوير جميع لقطات الومضة فيه، اعطى مدلولاً بكونه مكان بيع مواد غذائية، والمخرج ركز على توضيح الشخصيات وتفاعلها، من خلال اللقطة القريبة. **الانتقال المكاني:** للمونتاج صلة وثيقة بالمكان، والذي من خلاله يتم التنقل بين اجزاء المكان. ومن خلال تحليل هذه الومضة، نلاحظ بان شخصيات الممثلة في الرسالة الاشهارية، ظهرت في مكان واحد "المحل" حيث يكمن الفرق فقط بين زوايا ولقطات التصوير، مما خلق توافق مكاني وزماني.

أ - دلالات الألوان:

يعتبر اللون لغة غير لسانية ومعيار للحكم على الأشياء، باعتباره مفهوم فيزيائي وسيكولوجي. تعددت الألوان الموطّفة في الومضة الإشهارية، وعليه سنحاول إبراز معاني ومدلولات هذه الألوان: **اللون الأخضر الفاتح:** يرمز إلى الهدوء وهو لون الطبيعة والانتعاش الذي يضيء السكينة والأمل على النفس.

اللقطة الأولى توضح لحظة دخول المرأة برفقة البنت إلى المحل، حيث يطغى اللون الأخضر الفاتح وهذا دلالة رمزية على لون عليه جبن cheezy، وعمد المخرج على إبراز هذا اللون على جدران المحل. فتوظيف اللون الأخضر الفاتح ليس اعتباطي، في إشارة من المخرج لإظهار علامة المنتج وترسيخها لدى المتلقي.

اللون الوردي: يعتبر من أجمل الألوان وأكثرها استخداماً لدى النساء، فهو يرمز إلى الأنوثة، الرومانسية، الحب، الجمال والطفولة.

يظهر هذا اللون في الإشهار من خلال لباس المرأة والبنت ويحمل رمزية الترف والنعومة.

اللون الأزرق: يرمز للهدوء والاسترخاء، ويبعث الأمل والتفاؤل كما يدل على اتخاذ القرارات الصائبة. تمّ توظيف هذا اللون في الومضة من خلال سروال المرأة وقميص الرجل، فهو لون يوحى بالبرودة والهدوء، كما يمكن لهذا اللون أن يسرح بخيال المشاهد.

اللون الأسود: يرمز للموضة والأناقة في اللباس، كما يرمز للقوة ويزيد من أثر اللون المرافق له.

وهذا ما يبدو جليا في السترة التي يرتديها حميد عاشوري لإعطاء نوع من الرسمية.

اللون الأبيض: يرمز للنقاء والصفاء، كما يُوحي بمعنى طمأنينة النفس والسكينة وبعث على التفاؤل والسرور.

يظهر هذا اللون في نهاية الموضة، حيث تعمد المخرج لاستعماله كخلفية حتى يظهر المنتج بشكل واضح.

اللون الأحمر: يرمز للنشاط والطاقة والحيوية والحب والإثارة، وهو لون يسيطر على جميع الألوان الساخنة والباردة.

ظهر اللون الأحمر كطبقة ممتزجة مع اللون الأصفر، ويعود سبب توظيف اللونين مع بعضهما البعض من أجل إثارة انتباه المستهلك وحثه لاقتناء المنتج.

المعايير الاشهارية التي تتضمنها ومضة. Cheezy

تمثلت فيما يلي:

القدرة على الاقتناع : وقد تمثل فقط في اعادة تكرار كلمة ،او اسم المنتج "cheezy" طيلة مدة الاشهار او الرسالة الاشهارية.

وبذلك يمكن القول بان هذه الموضة لم تستوفي كامل المعايير اللازمة، فقد ظهرت في شكل عادي جدا ،لا يشجع المتلقى على الاهتمام بها او محاولة الوقوف عليها ،وان وقف فلن يهتم لان اساليب الجذب والاقتناع فيها ضعيفة جدا.

التقطيع التقني لومضة الإشهار :

التحليل السيميولوجي للومضة الاشهارية رقم 3 الخاصة بمنتوج Amir clean لمدة الزمانية 50 ثانية ، عدد لقطات 24.

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	صوت الحوار	الموسيقى الموظفة	الجو العام للقطعة	زاوية اللقطة	نوع اللقطة	حركة اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
لا شي	لاشي	إيقاعية	تظهر الممثلة سيلين وسط الحمام وهي ترتدي قميص أزرق وتحمل قميص احمر وتقوم بشمه وتظهر علامة الرضي والسعادة حيث توجد قارورة لمنتوج أمير كلين في الحمام	جانبية	قريبة	متحركة	3ثواني	1
لاشي	اروحوا بالبنات عندي سوبغيز	إيقاعية	تظهر الممثلة سيلين وهي تحمل القميص الأحمر وسط خلفية سوداء مع مجموعة من الشابات	أمامية	متوسطة	متحركة	3ثواني	2
لاشي	عيطو ليكوزين وزيدو لفوازين	إيقاعية	تظهر الممثلة سيلين وهي تبسّم وبرفتها شابتين	أمامية	قريبة	متحركة	2ثواني	3
لاشي	أمير بزاف كلين انتعاش مانفيك قوليلهم ندين	إيقاعية	تظهر فيها الممثلة سيلين وخلفها مجموعة من الشابات مع خلفية سوداء وأمامها على منصة دائرية قارورة أمير كلين وتقوم بحملها	أمامية	متوسطة	متحركة	5ثواني	4
لاشي	طاطا سيتو صح بزاف افاغ	إيقاعية	تظهر فيها الفتاة المدعوة ندين وهي ترتدي قميص زهري داكن اللون مع خلفية سوداء وأضواء زرقاء	أمامية	متوسطة	بانورامية من اليسار إلى اليمين	3ثواني	5
لاشي	بيروتجي الغسالة من الكلكنغ	إيقاعية	تظهر فيها الشابة مرة أخرى وهي تنظر تنظر وسط غسالة شديدة اللمعان	أمامية	قريبة	ثابتة	3ثواني	6

7	2ثواني	متحركة	متوسطة	أمامية	تظهر نفس الشابة مع خلفية سوداء بأضواء زرقاء وخلفها مجموعة من الثياب المعلقة وعلى جانبها	إيقاعية	يسطوبي لتخسفاغ لي دوت لكولاغ	لاشي
8	3ثواني	ثابتة	قريبة	أمامية	تظهر فيها الصورة مقسمة إلى ثلاثة أجزاء تحمل صورة ملابس وقماش زهري وبيض اللون ثلاث كلمات (البقع الروائح الألوان	إيقاعية	يحافظ على الألوان والنسيج	لاشي
9	3ثواني	بانورامية من اليسار إلى اليمين	متوسطة	أمامية	تظهر فيها شابة أخرى لزي يغلب عليه لون الأزرق أمام آلة غسيل سوداء وفوقها قارورة للمنتوج حيث تقوم بوضع المنتوج وسط الغسالة وبجانبها الأيمن تظهر صورة واضحة لقارورة المنتوج ذات الغطاء الأحمر وغلافها الأزرق وسط لونها الأبيض	إيقاعية	ديجا قوليلهم شحال اقتصادي	لاشي
10	3ثواني	ثابتة	قريبة	أمامية	صورة لألياف قمماش اسود بخلفية سوداء حيث يوجد على اليسار ألياف مهترئة ومكتوب بجوارها مسحوق أخر وفي الجانب الأيمن ألياف في حالة جيدة مكتوب بجوارها أمير كلين	إيقاعية	يحمي الألياف لقماش يبقى صافي	لاشي
11	2ثواني	ثابتة	متوسطة	أمامية	تظهر نفس الشابة مع خلفية سوداء وخلفها الغسالة السوداء وأمامها طاولة بيضاء اللون عليها مجموعة من الثياب المطوية وقد كانت تمسك بألة حدادة ثم قامت بدفعها فوق القماش	إيقاعية	كي نحدد يسهلي	لاشي
12	2ثواني	ثابتة	قريبة	جانبية	تظهر ألة الحدادة وهي تمشي بنسياب وسهولة فوق القماش	إيقاعية	يزاف يعجبني	لاشي

لاشي	لمخير في المرشي أمير كلين	إيقاعية	تظهر الشابة بعد ما رفعت آلة الحدادة من على القماش وتأخذ قارورة أمير كلين وخلفها الكثير من الثياب	أمامية	متوسطة	ثابتة	2ثواني	13
لاشي	روحوا يا لبنات أمير كلين	إيقاعية	تظهر الممثلة سيلين ومعها الشابات الأربعة وتتوسطهم قارورة أمير كلين ضخمة مع خلية سوداء حيث يقمنا بحركات تلويح والإشارة لقارورة أمير كلين	أمامية	عامة	ثابتة	2ثواني	14
لاشي	أروحوا يالبنات	إيقاعية	تظهر الشابة ذات الزي الزهري مع الشابة ذات الزي بلون الأزرق وهما يقومان بتلويح ورقص	أمامية	قريبة	ثابتة	2ثواني	15
لاشي	أمير كلين	إيقاعية	تظهر الممثلة مع الفتيات مرة أخره وقارورة أمير كلين الضخمة تتوسطهم	أمامية	عامة	ثابتة	2ثواني	16
لاشي	اروحوا يا لبنات	إيقاعية	تظهر الشابتان مرة أخرى صاحبة الزي الوردية وصاحبة الزي الأزرق	أمامية	قريبة	ثابتة	1ثواني	17
لاشي	لجارات لجورين	إيقاعية	تظهر الممثلة سيلين مع فتاة ترتدي قميص ابيض	أمامية	قريبة	ثابتة	1ثواني	18
لاشي	أمير كلين	إيقاعية	مرة أخرى لقطة عامة فيها الممثلة مع الفتيات وقارورة أمير كلين الضخمة	أمامية	عامة	ثابتة	1ثواني	19
لاشي	جال أمير لالات الغسيل الجديدة	إيقاعية	صورة مقسومة إلى جانبين الأيمن به صورة لقارورة أمير كلين والأيسر صورة ليد تضع سائل منتوج أمير كلين في الغسالة	أمامية	عامة	ثابتة	1ثواني	20
لاشي	أمير كلين بتركيبة وس	إيقاعية	تظهر فيها الممثلة سيلين وسط حمام بخلفية زرقاء فاتحة وهي تحمل قارورة أمير كلين وتبتسم	أمامية	متوسطة	متحركة	2ثواني	21

لاشي	يحمي الغسالة ويقضي على أصعب البقع	إيقاعية	يظهر فيها قماش من لون أبيض وزهري وهو يتحول لنقاء بعد استعمال المنتج	أمامية	قريبة	ثابتة	2ثواني	22
لاشي	جيل ماشين بزاف كلين	إيقاعية	صورة مقسومة نصفين الأيسر بت قارورة أمير كلين بخلفية بيضاء والجهة اليمنى خلفية صفراء بها اسم المنتج هو عبارة بزاف كلين	أمامية	قريبة	ثابتة	4ثواني	23
لاشي	أمير كلين متعة ونقا	إيقاعية	خلفية بيضاء مع بعض اللمسات الزرقاء يتوسطها اسم المنتج باللون الأحمر مع عبارة متعة ونقا	أمامية	قريبة	ثابتة	2ثواني	24



تحليل الومضة الاشهارية Amir clen حسب مقاربة "رولان بارت". التي تتضمن كل من القراءة التعينية والقراءة التضمنية . القراءة التعينية .

تظهر الممثلة سيلين وسط حمام بخليفة بيضاء ممزوجة بالأزرق الفاتح، وتصميم جميل في لقطة قريبة وقد كانت ترتدي قميص أزرق فاتح، وتحمل بيدها قميص بلون احمر، وتقوم بشمه في وقد أظهرت علامات الرضي وابتسمت، وفوق الغسالة كان هناك قارورة منتج أمير كلين، لتظهر مرة أخرى في لقطة بخلفية سوداء، وهي مع مجموعة من الشابات، وتقول "ارواحو بالبنات عندي سوغبغيز" ثم تظهر في لقطة قريبة ومعها شاباتنا ينظران اليهل ويبتسمان، وتكمل قائلتا "عيطو ليكوزين زيديو لفوازين"، بعد ذلك في تظهر في لقطة متوسطة مع مجموعة من الشابات خلفها مع خلفية سوداء وأمامها قارورة منتج امير كلين البيضاء، فوق منصة ومضيئة وتقول "أمير بزاف كلين انتعاش مانيفيك قوليلهم ندين"، لتنتقل الكاميرة لأخذ صورة متوسطة لشابة بشعر اصفر وترتدي قميص زهري داكن الالون، مع خلفية سوداء بأضواء زرقاء، ثم تقول الشابة "طاطا سييتو صح بزاف افاغ"، ثم تظهر مرة أخرى في لقطة قريبة وهي تنظر وسط آلة غسيل وقد بدت لامعة من الدخل، وتقول "بيروديجي الغاسلة من الكلكيغ"، وهي تبتم لتظهر مجددا لقطة متوسطة وخلفها وبجانبيه مجموعة من ثياب مع نفس الخلفية السوداء ذات الأضواء الزرقاء، وتقول "يسطوبي دونت فاغ لكولاغ"، لتظهر صورة بعد ذلك مقسمة لثلاثة بها قماش وقميص ونسيج وكل هذه الأشياء كانت بلون الزهري ومكتوب علي الصورة بلون الأبيض (البقع، الروائح، الألوان)، ثم تأتي لقطة متوسطة لشابة أخرى يغلب على زيتها الالون الأزرق أمام غسالة سوداء فوقها قارورة أمير كلين، وتقوم الفتاة بسكب سائل أمير كلين في الغسالة، وهي تقول "ديجي زيدي قوليلهم شحال اقتصادي"، لتظهر صورة إلي جانبها الأيمن لقارورة أمير كلين ذات لون الأبيض وملصقها الغالب عليه لون الأزرق وغطاء القارورة الأحمر، ثم تليها صورة بها نسجين بلون اسود الأيسر في حالة بالية ومكتوب بجواره مسحوق آخر، والأيمن في حالة جيدة جدا مكتوب بجواره أمير كلين، حيث تقول الفتاة مكملتا "يحمي لقماش يبقى صافي"، لتظهر مرة أخرى في لقطة متوسطة وأمامها مجموعة من ثياب المطوية وخلفها غسالة فوقها قارورة أمير كلين، وهي تمسك بآلة حدادة ثم تدفعها لتنساب آلة الحدادة فوق القماش بسهولة، والشابة تقول "كنحدد يسهلي وبزاف يعجبني" لتظهر في لقطة متوسطة وهي تحمل قارورة المنتج وتقول، "لمخير في لماشي أمير كلين" وقد ظهرت خلفها مجموعة من الثياب ثم تأتي صورة عامة للممثلة سيلين، ومعها الشابات الأربعة و تتوسطهم قارورة أمير كلين مع لقطتين قريبتين، وترديد عبارة "ارواحو بالبنات أمير كلين لجارت لجوارين أمير كلين"

لتظهر لقطة قريبة لقارورة المنتج وجواره يد تسكب سائل الخاص به في الغسالة، مع صوت يقول "جال آلة الغسيل الجديد أمير كلين" بعد ذلك لقطة متوسطة للممثلة سيلين مرة أخرى وسط الحمام

وهي تحمل منتج أمير كلين ،مع صوت يقول "أمير كلين بتركيبة فورس نوف" لتظهر بعد هذه لقطة صورة لقمماش به لون وردي و ابيض مع خلفية زرقاء وهو يتحول لنقاء بعد تلاشي بقعة الوسخة من عليه، تحت ضوء الصوت وهو "يقول يحمي الغسالة ويقضي على أصعب البقع"، لتتبعها صورة مقسمة إلي نصفين الأيمن بخلفية سوداء وبه صورة للمنتج والأيسر خلفية صفراء تحوي اسم المنتج،تحت تأثير نفس الصوت، وهو يكمل قائلا "جير ماشين بزاف كلين"،ليختم الإشهار بلقطة ذات خلفية بيضاء مع لون أزرق خفيف يتوسطها اسم المنتج باللون الأحمر، مع مكتوب تحته جملة متعة ونقاء، وتحت صوت يقول "أمير كلين متعة ونقا".

للقراءة التضمنية:

نعمتد في هذه القراءة على قراءة ما بين السطور للدلالات اللغوية والموسيقية، واللوانية، و أيضا دلالات المحددات المكانية، لهذه الومضة.

1-الدلالات اللغوية والموسيقى:

اعتمدت كغيرها من الومضات على الدلالات اللغوية، التي تمثلت في اسم المنتج amir clean، من خلال تكراره ومحالة ترسيخه في ذاكرة المشاهد وذلك بذكره وإعادته أكثر من مرة طوال مدة الإشهار .

2-الدلالة الموسيقية:

اعتمدت على إقاع مثير وخفيف، يتميز بطابع ممتع وسهل الحفظ والتذكر، وقد تم اعتماده كدعامة ترسيخ، أي كعامل مساعد على ترسيخ اسم المنتج وحفره في ذاكرة المتلقى أو الجمهور، أو الفئة المستهدفة.

3-دلالات المحددات المكانية:

1-الموقع: على عكس غيرها أي على خلاف الإشهرين السابقين، هذه الومضة حملت موقعين

الأول الحمام، والثاني كان عبارة عن استوديو بخلفية سوداء،حيث إن اغلب اللقطات الخاصة بهذه الومضة كانت في الاستوديو، وذلك من اجل بعض الإضافات الفنية

2- الإضاءة: تراوح استعمال الإضاءة في هذه الومضة بين الطبيعية والاصطناعية، لكن تم

الاعتماد على الإضاءة الاصطناعية، بشكل اكبر من الطبيعة نظرا لان معظم اللقطات تم تصويرها في مكان مغلق، وذلك لأجل إبراز الملامح.

3-الانتقال المكاني: تميز بالسلاسة والمرونة، نظرا لان جل لقطات الومضة تم تصويرها في مكان

واحد، إضافة إلي اعتماد اللقطة المتوسطة والقريب لكسر التباين .

4-التأثير المكاني: تم توظيفه من خلال اللقطات القريبة والمتوسطة، من خلال إبراز ملامح الشخصيات، بالإضافة إلي المنتج.

5-الدلالات اللونية: حيث نجد بان اغلب الألوان التي استعملت في هذه الومضة تمثلت في،

الوردي،الأحمر، الأبيض، الأسود،الأزرق .

1- اللون الوردي: يرتبط بكل ما هو عاطفي كما انه لون أنثوي، يرمز للحب وللبراءة والهدوء ،وقد تم توظيفه بشكل بارز جدا في ملابس الفتاة الشقراء وفي عدت لقطات، خاصة التي تعرض الثياب أو الأقمشة وذلك بغية وهذا أعطي الومضة لمسة جمالية ،جاذبة للنظر ومريحة للنفس تميل للأنثوية .

2- اللون الأزرق: يرمز لتفاؤل والهدوء والاسترخاء ،أيضا هذا اللون تم فرضه بشكل كبير وسط الومضة من خلال ملابس الفتاة صاحبة الشعر الأسود، ومن خلال الأضواء الخاصة بالخلفيات أو المؤثرات ،كما أن الممثلة سيلين أيضا كانت ترتدي قميص ازرق فاتح ،والهدف منه إلي جانب العامل الجمالي هو السرحان بفكر المشاهد والاستحواذ على تفكيره الذهني .

3- اللون الأسود: دليل على الأناقة والفخامة، برز هو الآخر بشكل ملفت لنظر في الومضة من خلال الخلفيات لأجل إعطاء الومضة مظهر أنيق وجميل، وأيضا كعامل مساعد لإبراز المنتج الذي كان لون قارورته ابيض اللون ، بشكل أوضح وسط خلفية سوداء مظلمة

4- اللون الأبيض: يدل أو يرمز للشفافية والسعادة ، والشفاء والصفاء ،وقد ظهر في عدت مواضع ،مثل ثياب بعض الممثلين في الومضة ،وأيضا في خلفية الختام للإشهار وابرز مواضع ظهوره وبروزه هو استخدامه في قارورة المنتج ،ليبدو واضحا وبارزا خاصة تحت تأثير الخلفيات السوداء للإشهار ، التي جعلته أكثر بروزا ووضوحا للعين بصفة قوى وامثل.

5- اللون الأحمر: لون الإثارة والقوة والنشاط، وقد ظهر في عدت أماكن ومنازل ورغم مساحة الضيقة في الإشهار ، إلي انه امتلك قوة جذب لانتباه العين وإثارته بهدف الإقناع وترسيخ للمنتج في ذهن المتلقي.

-المعايير الإشهار التي تضمنتها ومضة Amir clean:

- تمثلت فيمايلي :

1- معيار إثارة الاهتمام: وذلك من خلال البروز الشكلي ،أي من خلال شكل الومضة البارز والملفت لنظر بسبب الألوان المستعملة .

2- معيار جذب الانتباه: وتمثل هذا المعيار في المضمون، المكون لرسالة أو للومضة الإشهارية بالإضافة إلي شكلها الفني .

3- القدرة على الإقناع: وتجسد هذا المعيار من خلال تكرار اسم المنتج طيلة الومضة الإشهارية، بالإضافة إلي تقديم الحجج المنطقية للمتلقي لاقتناء السلعة.

نتائج الدراسة :

بعد التحليل السميولوجي لكل من الومضة الاشهارية، "بريلكس"، و"ومضة" "Cheezy" و"ابضا ومضة" "Amir clean"، التي يتم عرضهما او بثهما عبر التلفزيون الجزائري توصلنا الي جملة من النتائج تمثلت فيما يلي :

ان الاشهار وسيلة فنية واتصالية، مبدعة تهدف الي اىصال وتمرير قدر وكم هائل من الرسائل، التي تكون مشحونة بمجموعة من الافكار، وذلك من خلال مجموعة من الدلالات التي حملت النتائج التالية:

1. تحمل هذه الومضات الاشهارية المحللة تحليلا سيميولوجيا ابعادا جمالية، وفينة للمكان والتي اظهرت جمال الازياء واللون بالاضافة الي جمال الشخصيات والمنتج .

2. من خلال التحليل يبدو من الواضح جدا ، ان هناك فرق كبير بين الومضتان من خلال استعمال المعايير وبارازها ، اذ تتفوق كل من ومضة بريلكي وامير كلين ، على ومضة تشيز من حيث استعمال المعايير .

3. يمكن القول ايضا من خلال هذا التحليل بان مستوى الاشهار الجزائري، يلاحظ تقدم ملحوظ بنظرا لفارق السنين بين الومضات ، لتكون ومضة بريلكس وامير كلين ، الاحدث ذات مستوى اعلى وافضل من حيث تصميم .

4. لاحظنا ان اختيار موقع التصوير كان موفق لدرجة كبيرة ، وذلك لكونه يساهم بشكل كبير في عملية فهم نوع المادة الاشهارية، ومضمونها وارتباطها بسلعة، اي انه من سهم عليه معرفة المنتج الذي سيتم الترويج له من خلال هذه الومضة ، وبذلك يكون الموقع شبه بافتتاحية، تقطع شوط كبير من الشرح وتفسير .

5. كما اتجهت الومضات الي انتهاج اسلوب تكرار العبارة، والتي تمثلت في اسم المنتج ، من اجل ترسيخه في ذهن المتلقي ، وهذا يجعل المتلقي يتعلق بالمنتج ، ويرسخه في ذهنه وبالتالي اقتنائه وتجربته .

6. كما ان استخدام هذه الومضة للعنصر الفني الموسيقي ، لاجل ترسيخ اسم المنتج في ذهن المتلقى ، وبتحديد اشهار بريلكس ، اعطاها نوع من القبول في الذات بسبب الاقاع الخاص بها ، وهذا ما يسهل عملية ترسيخ المنتج والاقتناع به .

7. اذا يمكن القول بان هناك تباين بين الومضات ،من حيث الالتزام بالمعاير وهذا ما جعل ومضة تشيز ،تبدو غير ملفتة لنظر ولا جاذبة للاهتمام رغم الالوان الفاتحية والزاهية ،التي تم توظيفها ضمن هذه الرسالة الاشهارية .

8. كما ان التوفيق او المزج بين الازياء الاصطاعية والازياء الطبيعية ،اعطى لمسة فنية جميلة على اللقطات ،باضافة الي انها ساهمت في ابراز ملامح الشخصيات والتاثيراتهم.

9. ان الختلاف الحاصل بين شدة قوة التاثير الخاص ، بهذه الدلالات يؤثر بشكل عكسي على المعايير ، ومن ثم التاثير على صورة المنتج وشدة رسوخيه في ذهن المتلقي .

10. نلاحظ ايضا اعتماد ،الومضات الاشهارية على الالوان او على الدلالة اللونية، بشكل كبير لاجل لفت وجذب انتباه المتلقي .

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل الذي قمنا فيه بتحليل ومضات اشهارية المتمثلة في Amir clen ،و Cheezy وBrilex ،يمكن القول بان الومضة الاشهارية ماهي الي عبارة عن نشاط اتصالي ،وفني يمزج بين الخطاب اللغوي واللساني، والبصري بهدف اقناع المتلقي، والتاثير عليه وعلى سلوكياته، من اجل قبول او الرضى على سلعة او منتج ما ،او خدمة معينة التي تقوم الرسالة الاشهارية او الومضة بعرضها ،استنادا على مجموعة من العناصر ،التي تحمل مجموعة من الدلالات الخفية ،التي يتم رسمها وفق مجموعة من المعايير الاشهارية، التي تعمل وتهدف الي ترسيخ المنتج ،في ادهان المتلقين بغية التغلب على حرصهم المالي ،واقناعهم بإقتناء السلعة او شرائها او محاولة تجربتها .

الخلافة

الخاتمة:

وفي الختام يمكننا القول بان الاشهار بمثابة بطاقة تعريف للسلعة او المنتج، تعمل او تهدف الي تقديمه وتعريف به،من خلال اعطاء معلومات عنه، واطهار مدي فعاليته في محاولة لصنع ارضية قبول له وسط الجمهور المستهلك.

من خلال اتباع الاشهار للمعاير اللازمة، وادراج مختلف الدلالات الفنية ،من لون وموسيقى لخدمة شكل الاشهار ،وايضا تجسد دلالات التي تخدم مضمون الرسالة ،من خطاب اللغوي السهل الذي يحتوي على فوائد المنتج او السلعة، وكل هذا في عملية سعي لجذب انتباه المتلقى، ودفعه للوقوف على السلعة وكسب اهتمامه ،لاجل تحقيق التأثير النفسي المناسب على الفرد ، ودفعه لقبول السلعة او المنتج او الخدمة .

اذ انه من خلال دراستنا نجد بان هناك تباين في اتباع المعايير ،بين اشهارات التلفزيون الجزائري، لكن ذلك لا يخفي حقيقة التطور الحاصل ،ضمن هذا المجال من حيث التزامه بالمعاير الاشهارية ، واعتماده بشكل كبير عليها وايضا ادراجه للقلب الموسيقي ، كعامل فني وابداعي، يستغل في عملية ترسيخ المنتج في ادهان وعقول الجمهور المستهلك، كون الموسيقى عامل فني يتسلسل الي الدهن بشكل اسرع، ودون استأذان، لذلك فإن نجاح الاشهارات في التلفزيون الجزائرية، يعتمد بنسبة كبيرة على مدى إلتزامها بالمعاير الاشهارية واتباعها ،لاجل رسم صورة نمطية جيدة ومثيرة وملفتة للنظر بخصوص السلعة ،في دهن المتلقي تدفعه للاهتمام بها، وتحفزه على تجربتها ،لهذا فالاشهارات في التلفزيون الجزائري ،في الأونة الاخيرة اصبحت نوعا ما ذات طابع مادي ملفت للنظر ،ومثير بنسبة معينة للاهتمام،

لكن تبقى دراسة فكرة المنتج وإختلافه عن غيره ،هو بيت القصيد ويكون ذلك من خلال دراسة الجمهور الجزائري، ومعرفة احتياجاته في الجانب الاستهلاكي، ليكون لدينا نوع من التنوع والاختلاف في المنتجات والسلع ،التي تلبي او تحقق حاجة المستهلك ورجبته، فلا يضطر الي التوجه او اللجوء الي السوق الخارجية، لاجل تلبية إحتياجاته ،وفي نفس الوقت تحقيق الربح الاقتصادي للمعلن، لذلك من الضروري معرفة الجمهور الاستهلاكي ،ودراسة مستلزماته لاجل ضرب عصفورين بحجر واحد .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

1. معجم لغة الفقهاء: 433 عبد السلام المسدي: ,الأسلوب والأسلوبية .
2. محمد ضياء الدين: التلفزيون والتنمية الاجتماعية والاقتصادية, دار الفكر العربي, الكويت.
3. ابو نصار, محمد, عبيدات, محمد, مبيضين, عقيلة: منهجية البحث العلمي القواعد المراحل والتطبيقات , الأردن, دار وائل للنشر والتوزيع .
4. إبراهيم بلبالي: مفهوم الالتزام في الفقهين القانوني والإسلامي, جامعة ادرار.
5. محمود خليف خضير: المعايير البلاغية في الخطاب النقدي العربي القديم في القرنين الرابع والخامس الهجريين , ط1, سنة 1433هـ/2012م
6. الصيرفي محمد الفاتح: البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين, الأردن دار وائل للنشر والتوزيع.13- القانون المدني الجزائري: المادة 54.
1. المعجم الفلسفي, مجمع اللغة العربية 188.
2. بخوش نجيب, صبطي عبيدة: الدلالة والمعنى في الصورة, الجزائر, دار الخلدونية للنشر والتوزيع .
3. بلخيري رضوان: سيميولوجيا الصورة بين النظرية والتطبيق: الجزائر, دار قرطبة للنشر والتوزيع .
4. سلطان محمد: وسائل الإعلام والاتصال , دراسة في النشأة والتطور, الأردن, دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
5. سمية عبد المالك: الأساليب الاقناعية في الرسالة الاشهارية التلفزيونية وإبعادها السبسيوثقافية, مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري, كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية , جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل , سنة 2018/2019.
6. محمد ضياء الدين: التلفزيون والتنمية الاجتماعية والاقتصادية, دار الفكر العربي, الكويت 1996.
7. مريم زعتر: الإعلان في التلفزيون الجزائري, مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال فرع علاقات عامة, جامعة منتوري - قسن طينة . سنة 2007/2008.
8. : معجم لغة الفقهاء: 433 عبد السلام المسدي: ,الأسلوب والأسلوبية .

الفهرس الجبول

الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
20	التقطيع التقني للومضة الاشهارية رقم 01 prilxe	جدول 01
32	التقطيع التقني للومضة الإشهارية رقم 02 الخاصة بجبن cheezy	جدول 02
43	التقطيع التقني للومضة الإشهارية رقم 03 الخاصة بمنتوج Amir clean	جدول 03

الفهرس المحتويات

الفهرس

الصفحة	الموضوع
I	شكر وتقدير
III	الاهداء
IV	الملخص
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	
1	تمهيد
2	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
3	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع
4	ثالثاً: أهمية الدراسة
5	رابعاً: أهداف الدراسة
6	خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة
9	سادساً: مجالات الدراسة
11	سابعاً: الدراسات السابقة
15	ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها
16	تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة
17	عاشراً: أدوات جمع البيانات
17	إحدى عشر: المقاربة النظرية للدراسة
18	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الجانب التحليلي للدراسة	
19	تمهيد
20	1. التحليل السيميولوجي للومضة الاشهارية رقم 1 الخاصة لمنتوج prelex
40	2. التحليلي السيميولوجي للومضة الاشهارية رقم 2 الخاصة للمنتوج جينة chezzy
48	3. التحليل السيميولوجي للومضة الاشهارية رقم 3 الخاصة بالمنتوج Amir cline
51	نتائج الدراسة
53	خلاصة الفصل
54	الخاتمة
56	قائمة المصادر والمراجع

57	الفهرس الجداول
58	الفهرس المحتويات