



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الإتصال
تخصص : الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

صورة المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني
تحليل ومضات إشهارية في القنوات الجزائرية الخاصة
(النهار TV - سميرة TV - الحياة TV) نموذجاً

من إعداد الطالبة : خالدي وهيبة

نوقشت و أجزت علنا بتاريخ : 2024/06/08

أمام اللجنة المكونة من السادة :

أ. شلغوم جميلة (أستاذ ، جامعة ورقلة) رئيساً

أ. حمايمي محرز (أستاذ ، جامعة ورقلة) مشرفاً و مقرراً

أ. جيتي نادية (أستاذ ، جامعة ورقلة) مناقشاً

السنة الجامعية 2024/2023

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم و الصلاة و السلام على أشرف المرسلين

الحمد لله و الشكر لله على نعمه التي أنعم بها علينا،

إهداء إلى روح زوجي الغالي طيب الله ثراه، و الذي بفضلته بعد فضل الله تعالى

وصلت لما أنا عليه الآن، و الذي تمنيت وجوده معي لأنه كان ينتظر هذا اليوم

لكن، قدر الله و ما شاء فعل.

إلى أجمل عطايا الله ابنتي صغيرتي حفظها الله لي و رعاها

إلى والديّ الكريمين أطال الله في عمرهما

إلى والد زوجي و أبي الثاني الذي قدم لي كل الدعم

إلى إخوتي و أخواتي سندي في الحياة بالأخص أختي "إلهام"

إلى أستاذي محرز حمايمي الذي رافقني طيلة مشواري في إنجاز هذا العمل

و في الأخير أتمنى أن ينال هذا العمل المتواضع إعجابكم

التشكرات

لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نشكر الله تعالى الذي منحنا القوة و وفقنا في انجاز هذا العمل و بهذا الصدد نتقدم بالشكر الجزيل للاستاذ الدكتور "حمایمی محرز" الذي كان نعم الموجه و خير المرشد و لم يتوانى في تقديم نصائحه القيمة و تعليقاته البناءة فلك جزيل الشك أستاذنا الفاضل

كما نقدم الشكر الجزيل لزملاء العمل

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر لأعضاء هيئة التدريس بقسم علوم الاعلام و الاتصال تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة بجامعة قاصدي

مرباح ورقلة

و الى كل طلاب دفعة 2023/2024 تخصص اتصال جماهيري و الوسائط

الجديدة و الى كل من ساهم من قريب أو بعيد في انجاز هذا العمل

جزاكم الله خيرا و الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

ملخص الدراسة باللغة العربية :

من خلال دراستي هذه و المتمثلة في صورة المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني ، تطرقت إلى دراسة الومضات الإشهارية دراسة تحليلية سيميولوجية بالاعتماد المقاربة الأنسب لهذه الظاهرة ، و هي مقارنة رولان بارث ، و قد شملت القراءة التعيينية و التضمينية مع القراءة الألسنية لبعض الومضات الإشهارية التي بُنيت على بعض القنوات الجزائرية الخاصة ، و تمثلت الإشهارات في : إشهار منتج ياؤورت اكنيفيا ، و إشهار المنتج الغذائي إديال ، و إشهار منتجات التنظيف لايف المأخوذة من القنوات الجزائرية الخاصة : قناة النهار تيفي ، و قناة سميرة تيفي ، و قناة الحياة تيفي على التوالي .

و توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج مفادها :

أن صورة المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني في القنوات الخاصة تختلف على حسب فكرة الإشهار حيث جسدت صورة واقع المرأة الجزائرية، إضافة إلى الخروج عن الصورة النمطية المعهودة لتظهر بأدوار قيادية جديدة في المجتمع و التي استُخدمت فيها كوسيلة فقط لترويج السلع و الخدمات من خلال توظيف جماليتها، لباسها، صوتها و حركاتها، وهذا ما يتنافى مع العادات والقيم المجتمعية و الدينية.

الكلمات المفتاحية :

صورة المرأة، الإشهار، القنوات الجزائرية الخاصة

Abstract of the study

Through this study, which is represented in the image of Algerian women in television publicity, I touched on the study of publicity flashes a semiological analytical study by adopting the most appropriate approach to this phenomenon, which is the approach of Roland Barthes, and the reading included the appointment and inclusion with the linguistic reading of some publicity flashes that were broadcast on some private Algerian channels, and the advertisements were:

Publicity of the product Activia yoghurt, publicity of the ideal food product and publicity of Life cleaning products taken respectively from the Algerian private channels: Al-Nahar TV channel, Samira TV channel and Al-Hayat TV channel, respectively.

The study reached a number of results:

The image of the Algerian woman in television publicity on private channels varies according to the idea of publicity, as it embodies the image of the reality of the Algerian woman, in addition to departing from the usual stereotypical image to appear in new leadership roles in society, in which she was used only as a means to promote goods and services by employing her beauty and her dress. Her voice and movements, which contradict societal and religious customs and values.

Key words

Image of the women, Television publicity, private Algerian channels

Résumé d'étude

A travers mon étude, qui est représentée l'image de la femme algérienne dans la publicité télévisée, j'ai abordé l'étude par des flashs publicitaires, une étude sémiologique analytique, adoptant l'approche la plus appropriée de ce phénomène, qui est celle de Roland Barthes, et elle inclut la spécificité et connotative avec la lecture linguistique de certains flashs publicitaires diffusés à la télévision sur certaines chaînes algériennes privées, et les publicités étaient :

Publicité du produit Yaourt Activia, publicité du produit alimentaire Ideal et publicité des produits de nettoyage Life tirées respectivement des chaînes privées algériennes : chaîne de télévision Al-Nahar TV, chaîne de télévision Samira TV et chaîne de télévision Al-Hayat TV, respectivement.

L'étude a abouti à un certain nombre de résultats :

L'image de la femme algérienne dans la publicité télévisée sur les chaînes privées varie selon l'idée publicitaire, car elle incarne l'image de la réalité de la femme algérienne, en plus de s'écarter de l'image stéréotypée habituelle pour apparaître dans de nouveaux rôles dans la société, dans laquelle elle était utilisée uniquement comme moyen de promouvoir des biens et des services en utilisant sa beauté et sa tenue vestimentaire, qui contredisent les coutumes et valeurs sociétales et religieuses.

Mots clés :

L'image de la femme, la publicité télévisée, chaînes algériennes privées

فهرس المحتويات

III	الإهداء
IV	شكر و تقدير
V	ملخص الدراسة باللغة العربية
VI	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية
VII	ملخص الدراسة باللغة الفرنسية
VIII	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الصور
	المقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

6	الإشكالية	.1
8	التساؤلات الفرعية	.2
8	أسباب اختيار موضوع البحث	.3
8	الأسباب الذاتية.	.1.3
8	الأسباب الموضوعية	.2.3
9	أهمية الدراسة	. 4
9	أهداف الدراسة	. 5
11	منهج الدراسة و الأداة	. 6
11	المنهج	.1.6
12	الأداة	.2.6
13	مجتمع البحث و عينته	. 7
13	مجتمع البحث	.1. 7
14	العينة	.2. 7
15	تحديد المفاهيم و المصطلحات	. 8
15	الصورة	.1. 8
16	المرأة	.2. 8
16	الإشهار	.3. 8
17	التلفزيون	.4.8

19	حدود الدراسة	. 9
19	الحدود الزمنية	.1.9
19	الحدود المكانية	.2.9
19	الدراسات السابقة	.10
19	الدراسات العربية	.1.10
21	الدراسات الجزائرية	.2.10
	خلاصة الفصل الأول	

الإطار التطبيقي للدراسة

28	التقطيع التقني للومضات الإشهارية	.1
28	إشهار ياورت أكتيفيا	.1.1
28	التقطيع التقني لإشهار ياورت أكتيفيا	.1.1.1
32	بعض لقطات إشهار ياورت أكتيفيا	.2.1.1
33	إشهار منتوجات إديال	.2.1
33	التقطيع التقني لإشهار منتوجات إديال	.1.2.1
35	بعض لقطات إشهار منتوجات إديال	.2.2.1
37	إشهار منتوجات التنظيف life	.3.1
37	التقطيع التقني لإشهار منتوجات التنظيف life	.1.3.1
41	بعض لقطات ومضة منتوجات التنظيف life	.2.3.1
43	تحليل الومضات الإشهارية حسب مقارنة رولان بارث	.2
43	تحليل إشهار ياورت أكتيفيا	.1.2
43	القراءة التعيينية	.1.1.2
44	القراءة التضمينية	.2.1.2
46	الرسائل الألسنية المنطوقة و المكتوبة	.3.1.2
46	تحليل إشهار منتوجات إديال	.2.2
46	القراءة التعيينية	.1.2.2
47	القراءة التضمينية	.2.2.2
50	الرسائل الألسنية المنطوقة و المكتوبة	.3.2.2
50	تحليل إشهار منتوجات التنظيف LIFE	.3.2
50	القراءة التعيينية	.1.3.2

51	2.3.2.	القراءة التضمينية
54	3.3.2.	الرسائل الألسنية المنطوقة و المكتوبة
54	3.	أبرز النتائج المستخلصة
55	4 .	مناقشة النتائج على ضوء التساؤلات
58		خاتمة
60		قائمة المراجع

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
20	التقطيع التقني لإشهار ياؤورت أكتيفيا	الجدول 1
24	التقطيع التقني لإشهار منتوجات إديال	الجدول 2
28	التقطيع التقني لإشهار منتوجات التنظيف life	الجدول 3

الصفحة	عنوان الصورة	رقم الصورة
23	بعض لقطات إشهار يـأـؤـورـت أـكـتـيـفـيـا	الصورة 1
26	بعض لقطات إشهار منتوجات إديال (أ)	الصورة 2
26	بعض لقطات إشهار منتوجات إديال (ب)	الصورة 3
27	بعض لقطات إشهار منتوجات إديال (ج)	الصورة 4
32	بعض لقطات إشهار منتوجات التنظيف LIFE (أ)	الصورة 5
33	بعض لقطات إشهار منتوجات التنظيف LIFE (ب)	الصورة 6
33	بعض لقطات إشهار منتوجات التنظيف LIFE (ج)	الصورة 7

مقدمة

يعد الإشهار أحد الأنماط التواصلية الأساسية لترويج السلع و الخدمات و الأفكار ، و هو لون من ألوان المعرفة الإنسانية ، و سمة من سمات العصر الحالي ، كما يقول "روبير كيران" : إن الهواء الذي نستنشقهُ مكون من الأكسجين و النيتروجين و الإشهار . فهو يُعد وسيلة مهمة للغاية في الإتصال و التواصل مع الجمهور و بناء علاقات معهم ، و يساهم الإشهار في تحقيق السياسات التسويقية و الترويجية من خلال التعريف بما تقدمه المؤسسات من سلع و خدمات لتحقيق الأهداف كزيادة المبيعات ، أو تعزيز الوعي بالعلامة التجارية ، أو تعزيز الثقافة الشعبية للمنتج أو الخدمة ، و كل هذا يندرج تحت التأثير على سلوك المستهلك ، و تعتمد فعالية الإشهار على جودة الرسالة ، و و إستهداف الجمهور المناسب ، و الإبداع و الابتكار في تصميم الإعلانات ، و حتى يتحقق هذا لا بد من توظيف العنصر البشري فيه ، و الأنسب في ذلك المرأة لما لها من مميزات و خصائص تؤثر على المتلقي ، إذ أن أغلب المعلنين و المؤسسات تفضل توظيف المرأة لأنها تلعب دورا مهما و تزيد من جمالية الإشهار ، و قد تطورت صورة المرأة في الإعلانات على مر الزمن بشكل ملحوظ . في العصور السابقة كانت تميل إلى تقديم صورة نمطية يقتصر دورها على المنزل و العائلة و كانت غالبا ما تصور و هي تقوم بالأعمال المنزلية ، و مع تطور المجتمع و تغير الثقافات بدأت الإعلانات تعكس دور المرأة بشكل أكثر تنوعا و شمولاً . ففي العصر الحالي تظهر المرأة في الإشهارات إلى جانب دورها التقليدي بأدوار متعددة تشمل العمل و المسؤوليات المهنية ، و الابتكار ، و القيادة فقد تظهر كموديل أو ممثلة تمثل الحياة اليومية ، أو قد تكون ممثلة محترفة تقوم بتقديم رسالة معينة بشكل إبداعي و مؤثر . و يعتمد نجاح إيصال هذه الرسائل الإشهارية على إختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة ، و على الرغم من التطور التكنولوجي و تعدد الوسائل الإعلامية يعد التلفزيون من أهم و انسب الوسائل المستخدمة في الإشهار كونه يتميز

بالخصائص التقنية التي تجمع بين الصوت و الصورة و الحركة و الموسيقى ، مما يتيح الوصول إلى جمهور كبير و واسع و متنوع ، فيجعل التأثير يولد الرغبة في الإقتناء من خلال إقناع المتلقي .

فالإشهار التلفزيوني بإعتباره صناعة ثقافية و إعلامية أصبح في عصرنا هذا ميدانا خصبا للدراسات ، و سعيا منا لمعرفة كيف توظف صورة المرأة الجزائرية في الاشهارات التلفزيونية للقنوات الخاصة الجزائرية قمنا بهذه الدراسة ، حيث سنحاول التطرق و تسليط الضوء على صورة المرأة الجزائرية في الاشهار التلفزيوني من خلال دراسة تحليلية سيميولوجية معتمدين فيها على مقارنة رولان بارث ، و قد قسمنا هذه الدراسة إلى قسمين :

القسم الأول يتضمن الإطار المنهجي الذي طرحنا فيه الإشكالية و الأسئلة الفرعية و أسباب إختيار الموضوع بشقيه الذاتي و الموضوعي ، و أهمية و أهداف هذه الدراسة مع تحديد المفاهيم و نوع الدراسة و منهجها ، و مجتمع البحث و العينة ، و مجالات الدراسة الزمانية و المكانية و الدراسات السابقة .

القسم الثاني المتمثل في الإطار التطبيقي و الذي قمنا فيه بتقطيع بعض الومضات الإشهارية التي تبث في القنوات الجزائرية الخاصة تقطيعا تقنيا كما عرضنا بعض اللقطات منها ، ثم قمنا بعملية القراءة التعيينية والتضمينية و الأسنية لها ، و بعدها باستخلاص النتائج على ضوء التساؤلات ، و انهيها بخاتمة تضمنت أهم ما توصلنا إليه في هذه الدراسة .

الإطار

المنهجية

١. الإشكالية :

ليست صناعة الإعلانات من الفنون المستحدثة وإنما هي قديمة قدم التاريخ، فقد بدأ الإعلان على أشكال تطورت بمرور الزمن بداية بالمناداة و تعليق اللافتات إلى ما أصبح عليه الآن. جاء هذا بتطور المجتمعات و وسائل الإعلام و الاتصال، حيث شهدت هذه الأخيرة تطورات متسارعة و تحولات عميقة خاصة التلفزيون الذي أصبح ذو أهمية قصوى في نهاية القرن العشرين و بعد ظهور ما يسمى بالتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال ، فقد استطاع منذ اختراعه أن يكون الوسيلة الأكثر استخداما من طرف الجمهور الواسع، فهو الوحيد الذي يخلق الإجماع بحكم استقطابه لمختلف الفئات الاجتماعية و هذا لميزته بالاعتماد على حاستي السمع و البصر مما يؤدي إلى الاستحواذ التام على انتباه المتلقي، بل إن استخدام الألوان أضفى عليه جاذبية لا تضاهى و تصعب مقاومة إغرائها، و بسبب مشابهته للواقع يعتبر وسيلة مهمة للإقناع و الوصول إلى الأفراد و بسبب انتشاره الواسع أصبح التلفاز وسيلة اتصال شعبية يتعرض لها غالبية أفراد المجتمع، و كأى وسيلة أخرى يحتاج التلفزيون إلى مداخل لكي يحقق استقراره كمؤسسة اقتصادية ، حيث يمثل الإشهار دورا مهما في تمويله إذ يشكل الجزء الأكبر من مداخله كما يعتبر أهم الخدمات التي تستعملها القنوات التلفزيونية لترويج المنتجات و التعريف بالخدمات... إلخ الأمر الذي دفع رجال الأعمال و أصحاب المؤسسات الإنتاجية و الخدماتية إلى رعاية البرامج التلفزيونية الجزائرية في القنوات العامة و الخاصة مقابل حصولهم على دقائق إخبارية .

أصبح الإشهار التلفزيوني يلعب دورا هاما في عصرنا الحاضر ، حيث يعتبر الوسيلة الأساسية و الأكثر شيوعا في الترويج للمنتجات و الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات ، و هذا لأن لديه قوة اقتحام لا مثيل لها من قبل وسائل إعلانية أخرى؛ فهو يشغل حواس المرء و يجذب انتباهه و يتيح مرونة إبداعية هائلة حيث يعرض السلع و الخدمات بشكل درامي و مماثل للحقيقة من خلال تفاعل الرؤيا و

الصوت ، كما يساعد على تطوير الجاذبيات العاطفية التي تجعل المنتج الممل يبدو شيقا فيغلب عليه البعد العاطفي.

تمثل المرأة نواة المجتمع و هي أحد أهم شرائحه، و لأن عصرنا الحالي يعرف بعصر المرأة لم يبقى مجالاً إلا و وضعت فيه بصمتها ، و أبدت مشاركتها سواء كان قطاعا اقتصاديا أو اجتماعيا أو ثقافيا أو حتى سياسيا ، فأصبح المعلنون يقومون بتوظيف المرأة بشكل مكثف في الإشهارات كونها العنصر الأكثر فاعلية لجذب المستهلك و ضرورة جمالية تدخل ضمن العناصر الأساسية في تكوين الومضة الإشهارية سواء تعلق الأمر بالمنتجات أو الخدمات التي تخص المرأة و التي تدخل في طبيعتها الإنسانية كأدوات التجميل بأنواعها و الملابس و الأجهزة الكهرومنزلية و المواد الاستهلاكية ... إلخ ، أو بمتطلبات الجنس الآخر من عطور و ملابس رجالية و سيارات مما قد يجعلها تؤثر بشكل كبير على قرارات الشراء المتعلقة بهاته المنتجات .

و قد استقطب موضوع استخدام المرأة في الإعلان اهتمام الكثير من الباحثين بمختلف تخصصاتهم و تعدد توجهاتهم و مدارسهم الفكرية ، حيث أثار جدلا و نقاشا واسعا و اتخذ تناولها أنماطا متعددة تتراوح بين الإيجاب و السلب ، فيمكن الإيجاب في تناولها قضايا تتعلق بالوعي و الأسرة و المجتمع ، أي حين يكون صوتها معبرا للثقافة و الوعي و النهوض ، و تأتي السلبية حينما يوظف جسدها بصورة مبتذلة تخدش الحياء العام، و من خلال هذا المنطلق نطرح تساؤل بحثنا فيما يلي :

ما هي صورة المرأة الجزائرية التي تظهرها الإشهارات التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة ؟

٢. التساؤلات الفرعية

و يمكن إدراج تحت هذا التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية :

- ١) ما هي الدلالات و الأبعاد السيميولوجية لصورة المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني ؟
- ٢) ما هي المجالات و الأدوار التي توظف فيها المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني ؟
- ٣) هل تعكس الصورة التي تظهر فيها المرأة في الإشهار التلفزيوني الصورة الحقيقية للمرأة الجزائرية؟
- ٤) هل يقتصر استعمال المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني على هدف الربح المادي فقط أو يمتد أيضا إلى تسويق الجانب الثقافي، الأخلاقي و الديني؟

٣. أسباب اختيار موضوع البحث

تمحور اختيارنا لهذا الموضوع لأسباب عدة منها ما هو ذاتي و منها ما هو موضوعي

1.3. الأسباب الذاتية :

- توافق موضوع الدراسة مع تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة ;
- الميل للبحث في المواضيع التي تكون المرأة محورا أساسيا فيها ;
- الرغبة في التعرف على ما تحمله الإشهارات من معاني ظاهرة و خفية ;
- الميل الشخصي لدراسة الإشهار التلفزيوني، و لارتباطه بالتخصص ;
- الرغبة في إبراز دور المرأة في الإشهار التلفزيوني .

2.3. الأسباب الموضوعية

- تدعيم البحوث العلمية و إثراء المكتبة الجامعية في مجالات علوم الإعلام و الاتصال ;
- العدد الهائل و المتزايد للإشهارات التلفزيونية التي تستعمل المرأة ;

- تنوع و اختلاف مضامين الرسائل الإشهارية التي تستخدم المرأة كوجه إعلاني ;
- مكانة الإشهار و تأثيره على عملية الشراء و ترسيخ القيم الاجتماعية و الثقافية ;
- الجدل و النقاش القائم بين الباحثين حول موضوع استخدام المرأة في وسائل الدعاية و الإعلان ;

٤ . أهمية الدراسة :

جاءت أهمية هذه الدراسة لتبرز :

- ✓ محاولة تحليل الصورة من خلال تحديد خصائصها التي تظهر من خلالها المرأة الجزائرية في الإشهارات التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية ;
- ✓ كيفية استغلال صورة المرأة الجزائرية في الإشهارات التلفزيونية ، و مدى صدق الصورة و وصولها إلى المستهلك المستهدف ;
- ✓ إبراز كيفية تأثير صورة المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني على المستهلك بالقبول أو بدفعه لأمر الشراء ;
- ✓ العمل على الربط بين متغيرات الدراسة بطريقة تحليلية من خلال تحديد العلاقة الرابطة بين صورة المرأة الجزائرية و الإشهار التلفزيوني في القنوات الخاصة ، أي معرفة نوع الصورة التي تظهر بها المرأة الجزائرية في الإشهارات التلفزيونية ;
- ✓ أيضا تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تفيد المتخصصين في مجالات الإعلام و المرأة و الدراسات النسوية لتوضيح الجوانب الإيجابية و السلبية في صورة المرأة الجزائرية في الإشهارات التلفزيونية بإبراز المرأة الجزائرية في عصر التطور التكنولوجي و في ظل التغيرات الطارئة على المجتمع الجزائري و مدى تأثيرها على قيم المجتمع .

٥ . أهداف الدراسة

حتى يكون البحث العلمي ذو قيمة علمية كان لابد أن يكون له هدف، فالغرض من الدراسة يُفهم عادة على أنه السبب الذي من أجله قام الباحث بهذه الدراسة، تتعدد الأهداف فنجدها العملية منها و العلمية

تتمثل الأهداف العملية في :

إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة . أيضا محاولة التحكم في القيام ببحوث تخضع لتقنيات و مناهج و متطلبات البحث العلمي عامة و خطوات و كفاءات التحليل السيميولوجي للفيلم الإشعاري

أما عن الأهداف العلمية فتتمثل في :

- ✓ تسليط الضوء على قضية مهمة من قضايا المجتمع المعاصر ألا و هي صورة المرأة التي يسوقها الإشعار التلفزيوني عن المرأة الجزائرية ;
- ✓ معرفة مدى مراعاة و احترام الصورة التي تظهر بها المرأة في الإشعارات المقدمة في القنوات الجزائرية للصورة الحقيقية للمرأة الجزائرية ;
- ✓ التعرف على حضور المرأة الجزائرية في الإشعارات التلفزيونية للقنوات الخاصة بصفات مختلفة ;
- ✓ التعرف على معالم الصورة المرسومة للمرأة الجزائرية كما تقدمها الإشعارات التلفزيونية في القنوات الخاصة و مدى مقاربتها لواقعها الاجتماعي و الثقافي و الأخلاقي ;
- ✓ معرفة لباس المرأة الجزائرية في الإشعار التلفزيوني و الأماكن التي تظهر فيها.

✓ فهم المضامين الخفية ومعرفة أهم الدلالات التي يتضمنها الإشهار التلفزيوني في القنوات الجزائرية الخاصة من خلال استعراضه لصورة المرأة الجزائرية بأدوارها المختلفة، و فك الشفرات عبر القراءة التحليلية المعمقة لما وراء العناصر التي تحملها الرسائل الإشهارية.

٦. منهج الدراسة و الأداة

1.6. المنهج

قال تعالى : ﴿لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا﴾^١

المنهج هو أسلوب تفكير و عمل يعتمد عليه الباحث لتنظيم أفكاره و تحليلها و عرضها، و بالتالي الوصول إلى نتائج و حقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة.^٢

و هو الطريق التي تمكّن الباحث من الحصول على معلومات دقيقة في قضية أو مشكلة معينة، و الغرض من ذلك هو حل تلك المشكلة من خلال التطرق لجميع العوامل المحيطة بها، سواء الداخلية أو الخارجية، عن طريق اللجوء إلى الأساليب العلمية الحديثة، من أجل الحصول على المعلومات من مصادر متعدّدة، و من ثم دراستها و تحليلها للوصول إلى النتائج.^٣

و بما أن موضوع الدراسة هو صورة المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني، و التي تهدف إلى الكشف عن المعنى العميق و المضامين الخفية ، فإن استخدام منهج التحليل السيميولوجي هو الأنسب

^١القرآن الكريم ، سورة المائدة ، الآية ٥٠

^٢ربحي مصطفى عليان ، البحث العلمي / أسسه ، مناهجه و أساليبه ، إجراءاته ، د ط ، بيت الأفكار الدولية ، الأردن ، ص ٣٥

^٣أيمن طريف الخولي ، مفهوم المنهج العلمي ، مؤسسة هنداي للنشر ، ٢٠٢٠ ، ص ٢٤

باعتبار أنه يتناول في تحليله دراسة عميقة للأبعاد و التركيبات الداخليّة، صوتا و صورة و حركة، لأن

بنية الفيلم الإشهاري هي بنية معقّدة من الرموز و الإشارات، و تقسم إلى قسمين :

مفردات لغوية كالصوت البشري، لغة الموسيقى و الغناء و الضوضاء.

مفردات بصرية كفنون التعبير و الإشارة، الأشكال و الألوان و تقنيات التصوير.

و من خلال هذا سنعمد مقارنة رولان بارث التي تقتضي المستويين التعييني و التضميني إلى جانب

القراءة الألسنية

2.6. الأداة :

يحتاج أي باحث خلال رحلة بحثه إلى أدوات مساعدة لإتمام دراسته، لذلك تتعدد الأساليب التي

تستخدم في جمع المعلومات اللازمة للتعامل مع المشكلة البحثية.

و وفقا لطبيعة الموضوع و أهداف هذه الدراسة تم الإستعانة بأداة التحليل السيميائي بالاعتماد على مقارنة

رولان بارث، حيث تتركز هذه المقاربة التي تستقي أصولها الإجرائية من تحليل الإشهار على الإستدلال

على مداخل الصورة و مخارجها و آليات اشتغالها في سبيل بناء دلالة معينة، فهي إذن مقارنة تحدد

العوالم الإدراكية التي تحيل بها الصورة¹. و تقتضي المستويين التعييني و التضميني إلى جانب القراءة

الألسنية.

¹فايزة يخلف، سيميائيات الخطاب و الصورة، دار النهضة العربية للطباعة و النشر و التوزيع، ٢٠١٣، ص ١٢٠.

و في دراستنا هذه اعتمدنا مقارنة رولان بارث، و قد درسنا ثلاث ومضات إشهارية حيث قمنا بتسجيل فيديو كل إشهار ثم قطعناه تقطيعا تقنيا في جدول يحتوي على : شريط الصورة و يتضمن (رقم اللقطة، مدتها، نوعها، زاوية التصوير، حركة الكاميرا، الديكور، الإضاءة) و شريط الصوت الذي يحتوي على (الحوار و التعليق، الموسيقى، المؤثرات الصوتية) و مضمون اللقطة كاملة. ثم قمنا بدراسته :

أولا : على المستوى التعييني، حيث قمنا بوصف الإشهارات وصفا مفصلا من خلال النتائج الظاهرة على الجداول

ثانيا : على المستوى التضميني، تطرقنا لدلالات إستخدام الألوان و الموسيقى و المكان و الشخصيات ثم درسنا ما جاء من رسائل ألسنية منطوقة و مكتوبة.

و في الأخير ربطنا كل تلك الدلالات بالمجتمع الجزائري و عاداته و قيمه الأخلاقية و الدينية.

٧. مجتمع البحث و عينته

عند القيام بأي دراسة لابد من الباحث أن يختار

1.7. مجتمع البحث

و هو جميع الأشياء الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث¹

و مجتمع البحث في دراستنا هذه هو جميع المشاهدات موضع البحث ، و نقصد بها جميع الإشهارات التلفزيونية التي تبث على قناة النهار tv و سميرة tv و الحياة tv في الفترة ما بين 1 فيفري 2024 إلى غاية 15 أفريل 2024، و التي توجد بها صورة المرأة الجزائرية.

¹كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، ط 1، 2011،

2.7. العينة

يعتبر اختيار العينة من أهم الخطوات لدى الباحث العلمي، و يتطلب اختيارها الكثير من التدقيق و تعرف بأنها النماذج المادية أو البشرية التي تسحب من الكم أو المجتمع الكلي وفقا لشروط و ضوابط علمية على ان تتحمل هذه النماذج مواصفات الكل و تمثله.¹

و تعرف أيضا على أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، و إجراء الدراسة عليها من تم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.²

و قد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية التي رأينا أنها الأنسب تعدد الإشهارات التي تعرض في القنوات التلفزيونية النهار tv، سميرة tv، الحياة tv.

العينة القصدية : و هي العينة التي يعتمد فيها الباحث إجراء دراسة على فئة معينة، و قد يكون هذا التعمد لاعتبارات علمية، كوجود أدلة و براهين مقبولة أو منطقية تؤكد ان هذه العينة تمثل المجتمع.³

¹ مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، ط1، 2007، ص 209.

² خديجة بومعزة، عائشة بورزاق : مذكرة ماستر بعنوان دلالات الأشياء في الومضات الإشهارية التلفزيونية الجزائرية، تخصص اتصال و تسويق، سنة 2017/2018، ص24.

³ دليو فضيل، دراسات في الاعلام الالكتروني: الاشكالات المنهجية، الممارسات و مرحلة ما بعد الاعلام الالكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، 2019، ص234.

٨ تحديد المفاهيم و المصطلحات

8.1.1. الصورة

8.1.1.1. الصورة لغة:

جاء في لسان العرب لابن منظور، مادة (ص . و . ر) الصورة في الشكل، و الجمع صور، و

قد صوره فتصور ، و تصورت الشيء توهمت صورته ، فتصور لي¹

قال ابن الأثير : الصورة ترد في لسان العرب (لغتهم) على ظاهرها ، و على معنى حقيقة الشيء و

هيئته ، و على معنى صفته ، يقال : صورة الفعل كذا و كذا أي هيئته ، و صورة كذا و كذا أي صفته.²

8.2.1.1. الصورة اصطلاحا :

الصورة هي الشكل و التمثال ، و في التنزيل العزيز ﴿الَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ فِي أَيِّ صُورَةٍ مَا

شَاءَ رَبُّكَ﴾³

هي عزل و تسجيل و تجميد لحظة من الزمن ، باعتبارها أيقونة حاملة للتشابه مع الأصل الذي

تم تصويره ، و من ناحية أخرى هي مؤشر يدل على أثر ما تبقى من لحظة واقعة ما مرّت و انقضت و

يصعب استعادتها.⁴ و هي دعامة من دعائم الاتصال، إذ تتميز بقدرة اتصالية فائقة و وفقا لسيميولوجيا

الأيقونة فالصورة هي نظام يحمل في الوقت نفسه المعنى و الاتصال و يمكن أن تُعتبر إشارة أو أداة

وظيفتها نقل الرسائل.⁵

¹ ابن منظور : لسان العرب ، دا لسان العرب ، بيروت ، مادة ص . و . ر . د ت ، 2/492.

² حميد قبائلي ، جماليات الصورة البيانية في المدحة النبوية عند حسان ثابت ، مركز الكتاب الاكاديمي ، 8يناير 2021 ، ص 16.

³ سورة الانفطار ، الآية 7 ، القرآن الكريم .

⁴ ياسر بكر ، أخلاقيات الصورة الصحفية ، دار الكتب المصرية ، ط،ص 103 .

⁵ عبيدة الصبطي ، نجيب بخوش ، الدلالة و المعنى في الصورة ، دار الخلدونية ، ط1 ، 2009 ، ص 73 .

8. 3.1. التعريف الإجرائي للصورة : حسب دراستنا الصورة هي لغة غير منطوقة و هي علامة بصرية

ندرك من خلالها نوعا من محاكاة واقع المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني في القنوات الجزائرية الخاصة.

8. 2. المرأة

8. 1.2. لغة :

المرء : الرجل، الأنثى : هي المرأة، و للعرب في المرأة ثلاث لغات، يقال هي امرأته، و هي امرأته، و المريئة : هي تصغير المرأة، و نقول فلان تزوج امرأة، تريد امرأة كاملة و يقال النسوة جمع امرأة غير قياس، و كما يقال للرجل مرء، و للأنثى امرأة، و يقال للرجل إنسان و للمرأة إنسانة.¹

8. 2.2. المرأة اصطلاحا :

تعرف المرأة بأنها تنتمي إلى جنس الأنثى و لها وصف إنسان باعتبار المصطلح قاسم مشترك بينها و بين الذكر، إلا أن المرأة تختلف عن الرجل من الناحية الفيزيولوجية و لها مسؤوليات تنفرد بها عنه، و هي تلك الفاعلة الاجتماعية التي تقوم بمجموعة من الأدوار إما لصالحها أو لصالح غيرها.²

8. 3.2. التعريف الإجرائي : نقصد بها كل الفئات النسوية الجزائرية التي تظهر في الاشهارات التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة.

المرأة الجزائرية : تمثل جزء لا يتجزأ من المجتمع الجزائري، تتميز بتعدد أدوارها و مساهماتها في الحياة الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و الثقافية ... إلخ.

8. 3. الإشهار

8. 1.3.8. الإشهار لغة: هو الإعلان بمعنى العلنية التي هي عكس السرية.³

¹ ابن منظور ، لسان العرب ، المجلد 1 ، ط 3 ، بيروت : دار صادر ، 1994 ، ص 156 .

² طيبي غماري و آخرون : السلطة الاجتماعية للمرأة الجزائرية بين التصور العامي و الواقع الثقافي ، الناصرية للبحوث الاجتماعية و التاريخية ، العدد 01 ، جامعة معسكر-الجزائر ، 2011 ، ص

³ 185 علي فلاح الزعبي ، الإعلان الفعال ، مدخل تطبيقي متكامل ، ص 33 .

2.3.8. الإشهار اصطلاحاً : تقدم موسوعة انكارتا (Encarta) الإشهار على أنه الإعلان الذي يقصد

منه الترويج لعملية بيع الممتلكات أو الخدمات ، و ممارسة فعل نفسي لغايات تجارية ، و يسعى إلى

تعريف الجمهور بمنتج ما و دفعه إلى إقتائه

و يعرف أيضا على أنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار و السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة و

مقابل أجر مدفوع.¹

و هو شكل من أشكال تقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات أو الخدمات غير الشخصية و المدفوعة الأجر

بواسطة معنن محدد و معروف .²

التعريف الإجرائي للإشهار : هو مجموعة من الرسائل المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل

التلفزيون لتقديمها و عرضها إلى الجمهور ، من أجل تعريفه بسلعة أو خدمة أو فكرة ما، بهدف التأثير

على سلوكياته الإستهلاكية و ميولاته المعرفية و مقوماته الاجتماعية و الثقافية و الدينية.

4.8. التلفزيون

1.4.8. لغة : إن التلفزيون television كلمة مركبة من جزئين استمدا من اللغتين اليونانية و اللاتينية

و هما (tele) اليونانية تعني عن بعد أو بعيدا، و الكلمة اللاتينية (videre) أو (vision) أي نرى أو

الرؤية، و بهذا يكون معنى كلمة تلفزيون الرؤية عن بعد³

¹ محمد خاين ، الإشهار الدولي و الترجمة إلى العربية ، رهانات الإحتواء و إكراهات اللغة و الثقافة ، المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ، بيروت لبنان ، ط 1 ، 2015 ، ص 34 .

² فريد كورتل ، مدخل للتسويق ، كنوز المعرفة ، ص 147 .

³ منى الصبان ، فن المونتاج في الدراما التلفزيونية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 2001 ، ص 56 .

2.4.8. التلفزيون اصطلاحاً: هو تحويل مشهد متحرك ، و ما يرافقه من أصوات ، إلى إشارات كهربائية،

ثم نقل هذه الإشارات و إعادة تحويلها عن طريق جهاز الاستقبال إلى صورة مرئية مسموعة¹

3.4.8. التعريف الإجرائي : هو أكثر الوسائل الإتصالية أهمية و تأثيراً على المتلقي لما يتمتع به من

خصائص و مميزات يتفوق بها عن غيره من وسائل الإتصال الجماهيرية، و من خلاله تعرض مختلف الإعلانات التي تستعمل المرأة لإحداث التأثير على التلقي.

4.4.8. الإشهار التلفزيوني : هو مجموعة الوسائل الفنية المتنوعة المستخدمة من خلال الوقت المباع من

قبل التلفزيون لتقديمها و عرضها إلى الجمهور من أجل تعريفه بالسلع من ناحية الشكل أو المضمون، بهدف تأثيره على السلوك الاستهلاكي .

و هو إشهار يتم بالصوت و الصورة و اللون و الموسيقى و طريقة أداء و الحركة و الوضوح، يساهم في

إنتاجه أمر متخصص في الإخراج و الديكور و الأثاث... الخ²

التعريف الإجرائي: الإشهار التلفزيوني هو إستراتيجية تسويق و ترويج المنتجات و الخدمات و الأفكار

عبر القنوات التلفزيونية باستخدام المرأة لتحقيق الربح المادي و جذب انتباه المشاهدين و التأثير على سلوكياتهم و قيمهم.

¹ وسام فاضل راضي، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني الدولي : المفاهيم - الوسائل - المقاصد ، صفحات للدراسات و النشر ، 2013 ، ص 141 .

² فاطمة حسين عواد ، الإتصال و الإعلام التسويقي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان الأردن ، 2011 ، ص 91 .

٨. حدود الدراسة

1.9. الحدود الزمنية : هي الفترة الزمنية التي بدأنا فيها إنجاز هذه المذكرة، حيث بدأت دراستنا منذ شهر جانفي ٢٠٢٤ إلى غاية شهر ماي ٢٠٢٤، حيث قمنا بجمع الكتب و المراجع و جميع المعلومات التي تخص الموضوع من جهة، و اختيار الومضات الإشهارية محل الدراسة من جهة أخرى .

2.9. الحدود المكانية : و هي المجال الجغرافي الذي تمت فيه عملية الدراسة، و بالتوافق مع موضوع بحثنا فإن الحدود المكانية هي القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة متمثلة في (النهارtv، سميرةtv، الحياةtv) .

٩. الدراسات السابقة

1.10. الدراسات العربية

1.1.10. الدراسة الأولى : أريج إبراهيم أحمد الحديد¹

إشكالية توظيف صورة المرأة في الإعلانات التجارية (الإعلانات التجارية في الأردن نموذجا) ، مذكرة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الجرافيكي ، قسم التصميم الجرافيكي ، كلية العمارة و التصميم ، جامعة الشرق الأوسط ، كانون الثاني ٢٠٢١ .

كانت تساؤلات الدراسة على النحو :

هل هناك إشكالية في استخدام صورة المرأة في الإعلانات التجارية الغربية ؟

هل هناك إشكالية في استخدام صورة المرأة في الإعلانات التجارية العربية ؟

هل هناك إشكالية في استخدام صورة المرأة في الإعلانات التجارية الأردنية ؟

¹ أريج إبراهيم أحمد الحديد، إشكالية توظيف صورة المرأة في الإعلانات التجارية (الإعلانات التجارية في الأردن أنموذجا) رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الجرافيكي، جامعة الشرق الأوسط الأردن 2021

أما المنهج المعتمد هو المنهج الوصفي التحليلي

و من أهم النتائج المتوصل إليها :

ظهور المرأة في غالبية الإعلانات التجارية كأداة لجذب الرجل و الكائن المستهلك ، مما يقلل احترام الرجل لها ، ويقلل من احترامها لذاتها .

عدم الفصل بين صورة المرأة في الإعلانات التجارية و بين الخلفية الاجتماعية و الثقافية و المتغيرات السياسية و الاقتصادية التي تتعرض لها المجتمعات

الإعلام العربي و على الرغم من تطوره التكنولوجي ، لازل يقدم المرأة بصورتها النمطية القديمة (الصورة المعلبة للنموذج الغربي) و يراها كسلعة و مادة مستهلكة

هناك إشكالية في التقليل من شأن المرأة العربية بشكل عام الأردنية بشكل خاص ، فالقليل من الاعلانات سلطت الضوء على دورها الحقيقي في التعليم و التنمية و الاقتصاد و السياسة ... الخ

2.1.10. الدراسة الثانية : لبنى إشتية ، لينا لهلبت ¹

لبنى إشتية ، لينا لهلبت، صورة المرأة في فضائية mbc في الإعلانات العربية ، دراسة تحليلية بجامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، 2017 .

كان التساؤل الرئيسي للدراسة هو :

ما الصورة التي رسمتها وسائل الإعلام المعاصرة للمرأة في إعلاناتها ؟

أما المنهج المعتمد هو المنهج الوصفي

و من أهم النتائج المتوصل إليها :

¹لبنى إشتية ، لينا لهلبت، صورة المرأة في فضائية mbc في الإعلانات العربية ، دراسة تحليلية بجامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، 2017 .

أن قناة mbc استخدمت المرأة في الإعلانات السلعية بنسبة ٧١.٦% ، و في الإعلانات الخدمائية ٢٠% ، أما الإعلانات التوعوية فلم تظهر فيها إلى بنسبة ٨.٣% . و هذا ما يؤكد استخدامها للمرأة في الاعلانات بغرض الترويج ، باعتبارها عنصر جذب للمشاهدين ، و هو ما ينقص من قيمة المرأة .

قناة mbc تظهر المرأة في إعلاناتها بدون حجاب لكن مع لباس محتشم بنسبة ٤٦.٦% ، و باللباس شبه العاري بنسبة ٣٦.٥% ، و هي نسبة كبيرة جدا بالنسبة لثقافتنا الإسلامية ، ثم يليه الحجاب بنسبة ١٦.٦% و هي نسبة قليلة جدا .

إعلانات mbc تعزز الصورة النمطية للمرأة ، باعتبار أن مكانها الصحيح هو المطبخ ، و لم تظهر المرأة في العمل إلا في مواضع خجولة و الهدف منها سلعي في أغلب الأحيان .

2.10. الدراسات الجزائرية :

1.2.10. الدراسة الأولى : دراسة سطوطاح سميرة¹

الصورة النمطية للمرأة في الإشهار التلفزيوني : تغييب للعقل و سيطرة للجسد، دراسة تحليلية لعينة من الإشهارات ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة باجي مختار، عنابة، ٢٠١٤ .

حيث كانت إشكالية الدراسة على النحو التالي :

هل الومضات الإشهارية تقدم صورة نمطية للمرأة هي نابعة من رؤية عامة للمجتمع أم أنها صناعة نابعة من رؤية المصممين ؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي ، و أهم ما توصلت إليه :

¹ الصورة النمطية للمرأة في الإشهار التلفزيوني : تغييب للعقل و سيطرة للجسد، دراسة تحليلية لعينة من الإشهارات ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة باجي مختار، عنابة، ٢٠١٤ .

- يخلق الإشهار أسطورية المرأة الجسد من خلال وصفها بالكمال و ذلك من خلال التقنيات الحديثة كاستخدام الموديل ، و هذا بدوره يخلق ما يسمى بالهوس عند المتلقي الذي يرغب في
- الوصول إلى صورة كاملة خاصة بظهور تقنيات الكمبيوتر، مثل الصور ثلاثية الأبعاد، و برامج الفوتوشوب التي تسمح بخلق صورة غير موجودة .
- تعمل الومضات الإشهارية على تعزيز ثقافة تسليع المرأة
- تمارس الومضات الإشهارية عنفا رمزيا ضد المرأة
- هناك تحول في صورة المرأة في المجتمع لم تعكسه المضامين الاشهارية

2.2.10. الدراسة الثانية : ايعيش حيزية ، تومي شروق¹

- صورة المرأة في الإشهار التلفزيوني ، دراسة تحليلية سيميائية لعينة من الومضات الإشهارية في القناة الثالثة في التلفزيون العمومي ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص سمعي بصري ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، ٢٠٢٢ .
- تمحورت إشكالية الدراسة حول :

كيف تجسدت صورة المرأة في الومضات الإشهارية في القناة الثالثة للتلفزيون العمومي ؟
و باعتماد منهج التحليل السيميولوجي ، توصلت الدراسة إلى :

- تجسدت صورة المرأة في الإعلانات بمختلف شرائحها في المجتمع ، و عكست الصورة الذهنية الواقع

¹ صورة المرأة في الإشهار التلفزيوني ، دراسة تحليلية سيميائية لعينة من الومضات الإشهارية في القناة الثالثة في التلفزيون العمومي ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص سمعي بصري ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، ٢٠٢٢ .

- تعد صورة المرأة مادة جاذبة للمستهلك ، كما تظهر من خلال تطابقها في المضامين الثانوية إلى حد كبير مع الواقع ، ليس مع جزئياته و إنما التطابق في فكرة الإعلان مع الواقع

3.2.10. الدراسة الثالثة : منصور حسام، حموش عبد الرزاق.¹

الأساليب الإقناعية في الإشهار التلفزيوني الجزائري، دراسة تحليلية لعينة من الاشهارات المبثثة عبر قناة الشروق tv، مخبر الفلسفة و الدراسات الانسانية و الاجتماعية و مشكلات الإعلام و الإتصال، جامعة ٠٨ ماي ١٩٤٥ قالمة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، ٢٠٢٣.

إشكالية الدراسة: ما هي الأساليب الإقناعية الموظفة في إشهارات قناة الشروق tv ؟
انتهجت الدراسة أسلوب المنهج الوصفي التحليل .

أهم النتائج

ركزت إشهارات الشروق Tv على الترويج للمنتجات المعلن عنها كهدف أساسي يسعى من خلاله المعلنين و هو تحقيق الربح التجاري.

تضمنت إشهارات الشروق tv قيم إيجابية، توضح الإهتمام الكبير من قبل المعلنين بتمرير رسائل هادفة و خادمة للمجتمع لما تحققه من تأثير و إقناع و قبول لدى المتلقي.

تهتم اشهارات قناة الشروق tv على توظيف الشخصيات العادية و كذا المشهورة، كونها تساعد على إبراز السلعة أو الخدمة المعلن عنها كما تحقق التطابق بين المتلقي و الرسالة الإشهارية و تضاعف من تأثيرها.

¹ الأساليب الإقناعية في الإشهار التلفزيوني الجزائري، دراسة تحليلية لعينة من الاشهارات المبثثة عبر قناة الشروق tv، مخبر الفلسفة و الدراسات الانسانية و الاجتماعية و مشكلات الإعلام و الإتصال، جامعة ٠٨ ماي ١٩٤٥ قالمة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، ٢٠٢٣.

3.10. تعقيب على الدراسات السابقة :

أكدت الدراسات السابقة أن صورة المرأة في الإعلانات ، هي عبارة عن صورة نمطية تعزز الصورة التقليدية للمرأة بوصفها سلعة يمكن استخدامها للترويج و الخدمة ، و إلى استغلال المرأة كجسد للإغواء و الإغراء و الإثارة ، بعيدا عن الثقافة العربية المحافظة و ديننا الإسلامي .

4.10. علاقة دراستنا بالدراسات السابقة :

تتداخل دراستنا بالدراسات السابقة في دراسة صورة المرأة في الإشهار بصفة عامة ، و كيف تقدمها مختلف الوسائل الإعلامية .

و تختلف دراستنا عن الدراسات السابقة ، في أن صورة المرأة في الإعلانات الجزائرية تختلف عن صورة المرأة في الإعلانات العربية ، و يظهر الاختلاف في أن هذه الأخيرة لا تبرز صورة المرأة العربية الحقيقية بل تركز على الترويج للمنتج ، على عكس الإعلانات الجزائرية التي غالبا ما تظهر الصورة الحقيقية للمرأة الجزائرية ، مع التركيز على تسويق الجانب الثقافي و الحضاري .

و تختلف أيضا في أن دراسة صورة المرأة في الإشهار التلفزيوني الجزائري كانت في القناة العمومية ، في حين دراستنا في القنوات الجزائرية الخاصة .

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة :

و قد كانت جوانب الاستفادة من هذه الدراسات بصفة عامة ، في صياغة إشكالية الدراسة و كيفية الربط بين متغيراتها و أيضا فهم نوع هذه الدراسات و تحديد المنهج المناسب لها ، و أخذ فكرة عن التحليل السيميولوجي ، و مقارنة رولان بارث ، مع طريقة و خطوات تحليل الومضات الإشهارية .

خلاصة الفصل الأول

لقد حاولنا في هذا الجانب المنهجي التحدث عن إشكالية الدراسة في طرح التساؤل الرئيسي و الأسئلة الفرعية مع ذكر الأسباب الذاتية و الموضوعية لاختيار هذا الموضوع ، وإبراز الأهمية و الأهداف كمدخل أولي ، لننتقل بعدها إلى المنهج المستخدم في البحث مع الأداة التي اخترناها ، بالإضافة إلى مجتمع البحث و العينة المراد دراستها ، و حددنا المفاهيم و المصطلحات المرتبطة بالدراسة، كما تطرقنا إلى جملة من الدراسات السابقة منها دراسات عربية و دراسات جزائرية .

الإطار

التطبيقي

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

التقطيع التقني للموضات الإشهارية :

التقطيع التقني لإشهار يـأـوـرـت أـكـتـيـفـيـا ACTIVIA

التقطيع التقني لإشهار منتوجات إديال IDEAL

التقطيع التقني لإشهار منتوجات التنظيف لايف LIFE

التحليل السيميولوجي للموضات الإشهارية حسب مقارنة رولان بارث

تحليل الومضة الإشهارية يـأـوـرـت أـكـتـيـفـيـا ACTIVIA

تحليل الومضة الإشهارية منتوجات إديال IDEAL

تحليل الومضة الإشهارية منتوجات التنظيف لايف LIFE

عرض نتائج تحليل الومضات الإشهارية

مناقشة النتائج على ضوء التساؤلات

خلاصة الفصل

تمهيد

إن الإطار التطبيقي في أي دراسة هو تدعيم الجانب النظري ، بهدف الإجابة على مشكلة الدراسة ، و الذي اعتمدنا فيه على انتهاج المنهج السيميولوجي بحكم أن طبيعة الموضوع تقتضي ذلك ، حيث قمنا باختيار ومضات إخبارية لتحليلها سيميولوجيا ، استنادا على مقارنة "رولان بارث" ، و هي :

- الومضة الإخبارية الخاصة بمنتوج أكتيفيا ACTIVIA

- الومضة الثانية الخاصة بمنتوج إديال IDEAL

- الومضة الثالثة الخاصة بمنتوج لايف LIFE

و التي سنقوم بتحليلها إستنادا على مقارنة رولان بارث ، التي تضم و تحتوي مستويين القراءة التعيينية و القراءة التضمينية ، بالإضافة إلى تحليل مختلف العناصر و الدلالات الألوانية ، و الإضاءة ، و الموسيقى ، و دلالة المكان ، و القراءة الألسنية .

١. التقطيع التقني للومضات الإخبارية

١.١. إشهار يـأـوـرـت أـكـتـيـفـيا

1.1.1. التقطيع التقني لإشهار يـأـوـرـت أـكـتـيـفـيا

- ومضة إخبارية من إنتاج جزائري الهدف منها الترويج لياؤورت أكتيفيا التابع لمنتجات دانون و هي شركة فرنسية متعددة الجنسيات .
- مدة الإشهار 35 ثانية ، وعدد لقطاته 11 لقطة إعتمدت بسلم لقطات كبيرة و كاملة كانت بين المدرسة و المنزل .
- بُثَّ على قناة النهار tv و هي قناة جزائرية خاصة

الجدول 1: التقطيع التقني لإشهار ياؤورت أكتيفيا

مضمون اللقطة أو الصورة	شريط الصوت			شريط الصورة						
	المؤثرات الصوتية	الموسيقى	الحوار و التعليق	الإضاءة	الديكور	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
تظهر مقدمة الاشهار و هي تقف في ساحة مدرسة و خلفها معلمة وراءها صف تلاميذها متجهين الى القسم		موسيقى مرحة	علابالكم علاش كما أنا ثمنية على عشرة من النساء راضيات بأكتيفيا ؟ تبجو معايا	إضاءة طبيعية	في ساحة المدرسة	ثابتة	أمامية	متوسطة	٥ ثواني	٠١
المعلمة زهرة و من ورائها زميلاتها في مطعم المدرسة يستلمن وجبة الغذاء ثم يتجهن إلى طاولة الأكل و يتناولن وجباتهن		موسيقى مرحة	كيما بزاف من النساء لي يخدمو		في مطعم المدرسة طاولة أكل طويلة و كرسي	ثابتة ثم متحركة	جانبية	متوسطة	٣ ثواني	٠٢
زهرة تقف و تضع يديها على بطنها و هي تشعر بانتفاخ و ألم و المعلمات الأخريات يتناولن وجبة الغذاء و يتبادلن أطراف الحديث		موسيقى مرحة	زهرة ما عندهاش الوقت تاكل كيما لازم		في مطعم المدرسة جدار مرسوم عليه ملعقة و جدار مرسوم عليه سكين	ثابتة	أمامية	كاملة	١ ثانية	٠٣
زهرة تقف في القسم تقف بصدد شرح الدرس للتلاميذ و هي تضع يديها على بطنهاالشعورها بالانتفاخ و الألم		موسيقى مرحة	شي عادي يجيها الإحساس بالنفخ		ركن القسم حائط فيه السبورة و ملصقة خريطة العالم و حائط به ملصقات تعليم ملونة لصور حيوانات و مكتب خشبي فوقه أقلام ملونة و كرسي	ثابتة	جانبية	متوسطة	٢ ثانية	٠٤

					خشبي					
زهرة جالسة في صالون منزلها و هي تضع يدها على بطنها و تشعر بالألم و بجانبها أولادها ابنتها تلعب و تمرح و ابنها يلعب بالألعاب		موسيقى مرحة	و ما تستمتعش بالوقت لي تجوزو مع أولادها		صالون المنزل و كنبه و طاولة بها سجل تدوين و أقلام ملونة الخاصة بزهرة و بجانبهم ألعاب اولادها	متحركة	أمامية	كاملة	٠٣ ثواني	٠٥
مقدمة الإظهار تعطي زهرة علبة ياؤورت أكتيفيا ثم تجلسان في صالون منزل زهرة تتناول كل منهما علبة ياؤورت أكتيفيا		موسيقى مرحة	حتى نصحتها بأكتيفيا ممممم		صالون منزل زهرة طاولة أكل	متحركة	جانبية	متوسطة	٠٣ ثواني	٠٦
زهرة تتناول علبة ياؤورت أكتيفيا و هي جالسة في صالون المنزل ثم في مطعم المدرسة ثم و هي واقفة في مطبخ منزلها		موسيقى مرحة		أضائة اصطناعية	صالون المنزل	متحركة	أمامية ثم جانبية	متوسطة	٠٣ ثواني	٠٧
صورة الجهاز الهضمي مع عبارة (في إطار نظام غذائي صحي و متوازن)		موسيقى مرحة	بفضل ال بيفيديس اكتيقولاغيس Bifidus actigularis الموجود بكمية معتبرة في جهازكم الهضمي	أضائة اصطناعية		متحركة	أمامية	ثنية	05 ثواني	٠٨
زهرة في صالون منزلها تتوسط ابنتها و ابنها تقرأ لهم قصة	صوت غناء و التلاميذ و تصفيقات	موسيقى مرحة	أكتيفيا يشعركم بالراحة الهضمية	أضائة اصطناعية		متحركة	أمامية	كاملة	01 ثانية	٠٩

١٠	03 ثانية	كاملة ثم متوسطة	أمامية ثم جانبية	متحركة	ملصقات تعليمية على حائط قسم المدرسة تتضمن حركات الحروف تعليم الألوان الأنكار الدينية	أضواء اصطناعية	زهرة ولات تحس روحها مرتاحة	موسيقى مرحة	صوت غناء التلاميذ و تصفيقات	زهرة في القسم تمارس الأنشطة مع تلاميذها بكل أريحية و تشجعهم بالتصفيق
١١	05 ثواني	كاملة	أمامية	متحركة	دمى و ألعاب مصابيح الطاولة	أضواء اصطناعية خافتة	هاي وعلاش كما أنا ثمنية على عشرة من النساء راضيات ب أكتيفيا			زهرة تجلس مع ابنتها و ابنها على السرير في غرفة نوم الأطفال في يدها كتاب تروي لهم القصص

2.1.1. بعض لقطات إشهار يأورت أكتيفيا



الصورة 1: بعض لقطات إشهار يأورت أكتيفيا

2.1. إشهار منتوجات إديال

1.2.1. التقطيع التقني لإشهار منتوجات إديال

- ومضة إشهارية من إنتاج جزائري بهدف الترويج للمنتوجات الغذائية إديال
- مدة الإشهار 42 ثانية ، عدد لقطاته 07 لقطات أغلبها لقطات كبيرة و كاملة بزوايا مختلفة ،
- صُوِّرت في أحياء القصبة بالجزائر العاصمة و في قصرالقصبة العريق .
- بث على قناة سميرة تيفي Samira tv و هي قناة جزائرية خاصة ظهرت كقناة متخصصة تهتم بشؤون المرأة ثم تحولت لقناة شاملة سنة 2023¹

<http://samiratv.dz/home/>

الجدول 2: التقطيع التقني لإشهار منتوجات إديال

مضمون اللقطة أو الصورة	شريط الصوت			شريط الصورة						
	المؤثرات الصوتية	الموسيقى	الحوار و التعليق	الإضاءة	الديكور	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
عائلة جزائرية متكونة من الأب و الأم و ابنهم و زوجته و أحفادهم يرتدون لباس تقليدي جزائري يحملون حلويات متجهين لزيارة الأهل و الأقارب		موسيقى شعبية جزائرية		طبيعية	شارع القصبة العتيق	عادية ثم متحركة	أمامية	ثابتة و كاملة	02 ثواني	01
يطرق الأب باب القصر العريق أين تجتمع إحدى العائلات الكبيرة متكونة من جدات و امهات و بنات و بنات صغار لتشير إحدى النساء في العقد السابع من العمر للفنانة لامية بعطوش ان تفتح الباب	صوت طرق الباب	موسيقى شعبية + المغنية لامية بعطوش تغني	دق الباب اسمع جوابو هذا جاي و جاب أحبابو	إضاءة اصطناعية	قصر القصبة العتيق	متحركة	أمامية	كاملة	07 ثواني	02

٠٣	05	كاملة	مرتفعة	ثابتة	في فناء قصر القصبه أواني زجاجية و صينيّات تقليدية و أفرشة عبارة عن حنايل تقليدية	اضاءة اصطناعية	و مرحبا باللي راحو و غابو إديال لمتنا حلوة	موسيقى شعبية + غناء لامية بعطوش	تدخل الأم و زوجة الإبن تسلم على نساء العائلة الكبيرة المجتمعمة في فناء القصر العتيق
٠٤	08	مقرية	أمامية	بانورامية	أواني خشبية تقليدية	اضاءة اصطناعية	حطة بيدين حنان نسمة هائلة من زمان الأدواق كامل بنان إديال حكاية جميلة	موسيقى شعبية + المغنية تغني	النسوة يقمن بتحضير مختلف الحلويات التقليدية كالمقروط ...و أكواب الفلان و المحلي باستعمال منتوجات إديال و هن يرتدين مختلف الألبسة التقليدية الجزائرية و يستمتعن بالأغنية الشعبية و الجزائرية التي تغنيها المغنية لامية بعطوش مع رقصات البنات الصغار بالزي التقليدي الجزائري
٠٥	04	مقرية	أمامية	بانورامية	سطح مطل على البحر و قبعة البحارة	اضاءة اصطناعية	إديال عشرتنا حلوة	موسيقى شعبية + غناء المغنية	في المساء ترسل إحداهن فتاة صغيرة تأخذ صينية بها اكواب فلان للرجال المجتمعين في سطح القصر المطل على البحر و هم يلعبون الدومينو و يتفاعلون مع الأغنية الشعبية يظهر رجل في العقد الخامس من العمر
٠٦	10	مقرية	أمامية و جانبية	متحركة	ألبيسة و حلي تقليدية	اضاءة اصطناعية	جانا رمضان إديال إديال حكاية جميلة	موسيقى شعبية + غناء المغنية	في السهرة اجتمع النسوة بالأزياء التقليدية على المائدة يتفاعلون مع الأغنية الشعبية التي تغنيها المغنية لامية بعطوش و هي تتوسط امرأتين

في العقد السابع من العمر يتناولن أكواب الفلان و يتغنين بالاغنية										
تظهر على الطاولة 4 علب لمنتجات إديال	غناء المغنية	إديال حكاية جميلة	اضاءة اصطناعية	ابريق شاي نحاسي	متحركة	أمامية ثم جانبية	مقربة	04 ثواني	٠٧	

2.2.1. بعض لقطات إشهار منتجات إديال



الصورة 2: بعض لقطات إشهار منتجات إديال (أ)



الصورة 3: بعض لقطات إشهار منتجات إديال (ب)



الصورة 4: بعض لقطات إشهار منتجات إديال (ج)

3.1. التقطيع التقني لإشهار منتوجات التنظيف life

1.3.1. التقطيع التقني لإشهار منتوجات التنظيف life

- ومضة إخبارية من إنتاج جزائري الهدف منها الترويج لمنتجات التنظيف life .
- مدة الإشهار 01 دقيقة و 27 ثانية ، وعدد لقطاته 20 لقطة إعتمدت بسلم لقطات كاملة و مقربة كانت في المطعم و المطبخ الخاص به
- بُثَّ على قناة الحياة تي في و هي قناة جزائرية خاصة

الجدول 3: التقطيع التقني لإشهار منتوجات التنظيف life

مضمون اللقطة أو الصورة	شريط الصوت			شريط الصورة						
	المؤثرات الصوتية	الموسيقى	الحوار و التعليق	الإضاءة	الديكور	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
شابة في العشرينات من العمر ترتدي لباس التخرج و تحمل في يدها حقيبة و تتجه للدخول لمطعم قديم لوالدها مكتوب على واجهته (SOUVENIRS RESTAURANTS (SINCE 1998	/	موسيقى عصرية بالغيثارة	/	إضاءة طبيعية	مدخل مطعم مهجور	ثابتة	خلفية ثم جانبية	بعيدة ثم مقربة	04 ثواني	01
تدخل داخل المطعم و تضع حقيبة كانت بيدها ثم تضع فوق طاولة شهادة تخرجها و مفتاح		موسيقى عصرية بالغيثارة				ثابتة ثم متحركة	أمامية	متوسطة	04 ثواني	02

03	08	ثواني	متوسطة ثم قريبة	جانبيهة	ثابتة	ستائر بيضاء كراسي و طاوولات	إضاءة إصطناعية	حبيت اليوم نحكي ليك حكاية في قلبي بنة ايامات كان فيها بابا موجود علمتني الدنيا الصنعة الشدة في ربي كمل أحلامك يا غالي فرحة بورود	موسيقى عصرية بالغيثارة	تتفقد أرجاء المطعم و الأثاث " الميكروفون ، الكراسي ... " و كأنها تتذكر أحداثا ما
04	11	ثانية	كاملة	خلفية	ثابتة	حائط خاص بالصورة التذكارية	إضاءة اصطناعية خافتة جدا		موسيقى عصرية	ثم تتجه لحائط معلق به صورها مع والدها و هي في عمر 6 سنوات تقريبا
05	09	ثواني	كاملة و متوسطة	أمامية	ثابتة	حائط من القرميد معلق عليه أواني للزينة	إضاءة اصطناعية خافتة	تعلمت نكون قوية و الصعيب يهون عليا شغلي و بان جهدي و بان	موسيقى عصرية بالغيثارة	تسترجع شريط ذكرياتها مع والدها المتوفي و في نفس المطعم حيث كان يعزف لها الغيتار و هي تغني وسط تصفيقات الحاضرين ، و أيضا و هو يعلمها تحضير الوجبات ، و يقبلها على جبينها و يحملها على رقبته معبرا عن كمية الحب و العطف و الحنان و الفخر بها
06	01	ثانية	مقربة جدا	جانبيهة	متحركة		إضاءة اصطناعية	رانا في نهار سعيد	موسيقى عصرية	تذرف الدمع من عينيها
07	05	ثواني	متوسطة	جانبيهة	متحركة	حائط به صور تذكارية أريكة مغطاة	إضاءة اصطناعية خافتة	نفرحو كيف العيد و اللي ذاق حاب يزيد	موسيقى عصرية بالغيثارة	تُحضِر شهادة لها و تعلقها في المكان الذي خصصه لها والدها حيث كتب على جزء من الحائط " بنتي "
08	05	ثواني	متوسطة	أمامية ثم جانبيهة	متحركة			حابي جاو من كل مكان	موسيقى عصرية بالغيثارة	ثم تتجه إلى المطبخ الخاص بالمطعم

09	05	ثواني	قريبة	أمامية	متحركة	تجهيزات و أواني مطبخ مطعم قديم		علمني بابا life is good أفرح سقم ال mood	موسيقى عصرية بالغيتارة	تتفقد الأوساخ و الدهون المتراكمة على أواني الطبخ و سطح العمل و هي تلمسها بيدها
10	05	ثواني	كاملة	أمامية	متحركة			لازم كي طيح تعرف تنوض	موسيقى عصرية بالغيتارة	ترتدي مئزر و قفازات و تبدأ بالتنظيف باستعمال منتجات life
11	04	ثانية	كاملة ثم متوسطة	أمامية ثم جانبية	متحركة		إضاءة خافتة	علمني بابا life is good أفرح سقم ال mood	موسيقى عصرية بالغيتارة	تمسك بيدها اسفنجة تنظيف و تمررها على الأماكن و الجدران و الأواني المتسخة لتظهر نتيجة استعمال المنتج هي النظافة و اللمعان بدون جهد
12	05	ثواني	مقربة	أمامية	متحركة		إضاءة خافتة		موسيقى عصرية بالغيتارة	تظهر و هي تحمل طبق خاص بالطهي بعدما قامت بتنظيفه باستعمال المنتج
13	02	ثانية	مقربة	أمامية	ثابتة	مئزر معلق على الحائط	إضاءة خافتة	لازم كي طيح	موسيقى عصرية بالغيتارة	تطفئ مصباح المطبخ و تخرج منه بعدما أكملت تنظيفه بمنتج التنظيف life
14	02	ثانية	مقربة	أمامية	ثابتة		إضاءة اصطناعية	تعرف تنوض	موسيقى عصرية	ظهور قارورتي منتج التنظيف life
15	01	ثانية	مقربة جدا	أمامية	ثابتة		إضاءة اصطناعية	و عن فرحة بابا	موسيقى عصرية بالغيتارة	صورة وجه شخصية الإشهار تضع مكياج و أحمر شفاه و شعرها الأشقر و علامات الفقد بادية عليها
16	04	ثواني	كاملة	أمامية	ثابتة	طاوولات أكل عليها شموع و أناس يأكلون	إضاءة اصطناعية بخلفية ذات إضاءة خافتة	سالو هاذ النهار حسيتو معايا	موسيقى عصرية بالغيتارة	ظهورها بفستان سهرة عصري أحمر و صندال أحمر تمشي بين طاوولات المطعم و الزبائن يتناولون الطعام و يتخيل لها أنها والدها المتوفي موجود معها

17	٠٤	ثواني	مقربة ثم بعيدة و كاملة	أمامية	ثابتة	ستائر حمراء و حائط زجاجي	إضاءة اصطناعية	حاضر في وسط الدار ناسي فرحانة كامل كبار و صغار	موسيقى عصرية بالغيثارة	لنتجه و تجلس في المكان الذي اعتادت ان تغني فيه و هي صغيرة وسط الحاضرين الذين يستمتعون بغنائها
18	٠٤	ثواني	مقربة جدا	أمامية	ثابتة		إضاءة اصطناعية	و ديمـا life is good	موسيقى عصرية بالغيثارة	صورة تظهر ملامح وجهها الحزين و هي تحاول اخفاء ذلك
19	٠٢	ثانية	مقربة جدا	أمامية	ثابتة		إضاءة اصطناعية	ماني نحتار	موسيقى عصرية بالغيثارة	تأثر الحاضرين بحكايتها و قصة فقدانها والدها و الحاضرين يصفقون لها تشجيعا لها ثم تظهر امرأة تذرف الدمع من شدة التأثر
20	٠٥	ثواني	بعيدة و كاملة	أمامية	متحركة	قارورتي منتوج لايف للتنظيف	إضاءة اصطناعية	مع لايف اليوم عيش البارح	موسيقى عصرية بالغيثارة	تنتهي الومضة الإشهارية بابرار قارورتي المنتوج مع عبارة " مع لايف اليوم عيش البارح "

2.3.1. بعض لقطات إشهار منتجات التنظيف LIFE



الصورة 5: بعض لقطات إشهار منتجات التنظيف LIFE (أ)



الصورة 6: بعض لقطات إشهار منتجات التنظيف LIFE (ب)



الصورة 7: بعض لقطات إشهار منتجات التنظيف LIFE (ج)

٢. تحليل الومضات الإشهارية حسب مقارنة رولان بارث

1.2. تحليل إشهار يـأـوـرـت أـكـتـيـفـيـا

1.1.2. القـرـاءـة التـعـيـنـيـة :

يـنـدرج هـذا الـإشـهـار تـحـت ما يـسـمى بـالإشـهـار المـبـاشـر و الـذي يـكـون عـلى شـكـل تـوجـيـه رسـائـل مـبـاشـرة إـلى المـشـاهـديـن لـاسـتـخـدام مـنـتـج أو سـلـعة أو خـدمـة.

مـدـتـه 35 ثـانـيـة ، و عـدد لـقـطـاتـه 11 لـقـطـة إـعـتـمـدت بـسـلم لـقـطـات عـامـة و مـتـوسـطـة بـحـركـة كـامـيـرا مـتـحـركـة و ثـابـتـة أـحـيـانـا ، كـانـت بـيـن المـدرـسـة و المـنـزل ، ، بـدأ الإشـهـار بـلـقـطـة مـتـوسـطـة و ثـابـتـة لـمـقـدمـة الإشـهـار المـمـثـلـة الشـابـة الجـزائـريـة سـهـيـلة مـعـم و هـي تـقف فـي فـناء أـحـد المـدراس بـلباس كـلاسيـكي أنـيق ، و كـان ورائـها مـعـلمـة تـرتـدي الخـمار مـتـجـهـة إـلى القـسم و مـعـها صـف تـلامـيـذـها ، لـيـنـتـقل المـشـهـد بـعـد ذلـك داخـل مـطـعـم المـدرـسـة لـلمـعـلمـة و هـي تـسـتـلم صـيـنـيـة و جـبـتـها لـتـجـلس عـلى طـاوـلـة الأكل و بـجانـبـها مـعـلمـات أخـريـات يـتـناوـلن الوجـبـة و يـتـبادـلن أطـراف الحـديـث ، و كـن يـرتـديـن مـآزر بـيـضـاء . فـي لـقـطـة أخـرى تـقف المـعـلمـة و هـي تـضع يـديـها عـلى بـطنـها المـنـتـفـخ و كـأنـها تـتـألم ، لـيـنـتـقل نـفس المـشد و هـي تـقف فـي القـسم تـزاول عـمـلـها و تـضع يـدهـا عـلى بـطنـها مـع شـعـورـها بـعـدم الرـاحـة ، لـتـتـكرـر نـفس اللـقـطـة و هـي جـالـسـة عـلى الأريـكـة فـي صـالـون مـنـزلـها تـرتـدي لـبـاسـا عـاديا مـحتـشـما و تـضع عـلى رأسـها خـمارا تـضع يـدهـا عـلى بـطنـها و هـي تـشـعر بـالألم ، و ابـنتـها تـحـوم مـرحا حـولـها و ابـنـها يـلـعب بـألـعـابـه . لـتـظـهـر فـي لـقـطـة أخـرى مـقـدمـة الإشـهـار بـنـفس اللبـاس الأـول و هـي تـسلم عـلبـة يـأـوـرـت أـكـتـيـفـيـا لـلمـعـلمـة فـي مـنـزلـها ثم يـجـلسـان سـويا عـلى الأريـكـة حـيـث كل مـنـهـما تـتـناوـل يـأـوـرـت أـكـتـيـفـيـا و بـدت عـلى و جـهـمـا الرـاحـة ، ثم يـتـغيـر المـشـهـد لـلمـعـلمـة وحـدهـا و هـي تـتـناوـل يـأـوـرـت اـكـتـيـفـيـا فـي ثـلاث أـمـاكنـي صـالون مـنـزلـها ثم فـي مـطـعـم المـدرـسـة ثم فـي مـطـبخ مـنـزلـها و هـي فـي رـاحـة تـامـة هـذا ما أكـد بـابـتـسـامـتـها و و كـان تـناوـلـها لـلمـنـتـج فـي أـيام مـخـتـلـفـة هـذا ما يـظـهـر مـن خـلال المـلابـس

التي ترتديها في كل مرة ، لينتقل مخرج الإشهار غلى إبراز سبب إستعمال المنتج في ظاهرة إنتفاخ البطن في لقطة لصورة إفتراضية للجهاز الهضمي و إنتفاخ البطن و كيف يساعد هذا المنتج على التخلص منه مع الرسالة الألسنية المكتوبة (في إطار نظام غذائي صحي و متوازن) .

ثم تظهر المعلمة زهرة و هي في أتم الراحة مع أولادها ، كذلك و هي في القسم بكامل النشاط و الحيوية مع تلاميذها ، لينتهي الإشهار بمشهد المعلمة زهرة في أحد الليالي تجلس في غرفة طفليها و تتوسطها على سرير النوم تحمل كتابا تروي لهم قصة و هي تقبل إبنها لتظهر مقدمة الاشهار سهيلة معلم و يظهر معها في نصف الشاشة صورة للمنتج عبارة عن ثلاث علب ياؤورت أكتيفيا و فوقها رسالة ألسنية مكتوبة (ACTIVIA أفضل شريك لراحتكم 8/10 % من النساء راضيات) و بخط رفيع و حجم صغير عبارة (في إطار نظام غذائي صحي و متوازن)

2.1.2. القراءة التضمينية :

في هذه الومضة نرى أن القائم بالإتصال قد إعتد استراتيجية طرح المشكلة ثم حلها كبداية التعريف بالمنتج و المشكلة الموجودة ثم حلها ، و للتوضيح أكثر نحدد أبرز الدلالات و تحليلها :

1.2.1.2. دلالة الألوان : حملت هذه الرسالة الإشهارية عدة ألوان أبرزها اللون الاخضر بالإضافة إلى

الأبيض و الأزرق و الوردي و الأصفر و الرمادي .

اللون الخضر هنا هو لون المنتج و لون لباس مقدمة الإشهار، الأخضر لون بارد و هادئ و هو لون الطبيعية و الجنة يرمز إلى الراحة و النضارة و الصحة .

اللون الأبيض الذي ظهر مع الاخضر في لباس مقدمة البرنامج و في مآزر المعلمات و الجدران و الستائر..... يدعو إلى الإنشراح و خفة المرأة ، و يرمز إلى الفرح السعادة و شفافية المنتج و مصداقيته

اللون الأزرق لون بارد يمنح التناغم مع الطبيعة " السماء و الهواء و البحر"، يخلق أجواء خيالية و يوحي بالإسترخاء ، يبعث الراحة للعين و يدعم عنصر الإثارة و جذب الإنتباه .

اللون الأصفر رمز اللون الأصفر الذي ظهر في صورة الجهاز الهضمي إلى الفضلات أو الآلام المتسببة في إنتفاخ البطن .

اللون الوردي هو لون أنثوي و يرتبط بكل ما هو عاطفي ، بغية إعطاء لمسة جمالية مريحة للنفس .

اللون الرمادي هو لون محايد رمز للأناقة و الرقي خاصة في تصاميم المنازل، يعكس الهدوء و الإستقرار ، له تأثير إيجابي على العقل بالشعور بالترحيب و الدفء .

2.2.1.2. دلالة الموسيقى و اللغة

الموسيقى كان الإيقاع الموسيقي خافت و سريع ممتع و مريح يبعث النشاط و الحيوية يتماشى مع الرسالة اللغوية في هذه الومضة الإشهارية.

اللغة برزت الدلالة اللغوية بشكل بسيط و واضح و مفهوم حيث امتزجت بين اللهجة الجزائرية العامية و الفصحى بصوت أنثوي ناعم يحمل دلالة الرضا و الإستقرار و الطمأنينة و السعادة و الحيوية، مع تكرار كلمة أكتيفيا.

3.2.1.2. دلالات المحددات المكانية

المكان مكان تصوير لقطات الإشهار في "المنزل" بين الصالون و غرفة نوم الأطفال و المطبخ و في مكان العمل "المدرسة" بين المطعم و القسم ، هذا ما يؤكد دور المرأة الجزائرية العاملة و حرصها على التوفيق بين عملها و دورها كأم تغمر أطفالها بالحب و الحنان و دفيء العائلة، لما يحمله التصوير في الاماكن الداخلية كالمنزل من دلالات حنان الأم و في المدرسة دلالة مرافقة المعلمة لتلاميذها.

الإضاءة بدأ الإشهار بإضاءة طبيعية في فناء المدرسة ثم الإضاءة الإصطناعية لأن التصوير جرى في مكان مغلق لذا وجب استعمال هذا النوع من الإضاءة لإبراز ملامح الشخصيات المؤثرة و إظهار الإنفعال النفسي بغرض التأثير على المتلقي ، و إضفاء لمسة جمالية على الرسالة الإشهارية .

الديكور لعب الديكور دورا هاما في توصيل الرسالة الإشهارية ، لأنه ساعد في خلق الجو الطبيعي بديكور جميل مريح و منظم ، يتماشى مع العصر الحالي .

الشخصيات اعتمد الإشهار على شخصية معروفة و هي الممثلة "سهيلة معلم" حيث ظهرت بشكل المرأة العصرية من خلال لباس كلاسيكي باللون الاخضر مع تسريحة شعر بسيطة و ملامح الإبتسامة بادية على وجهها ما يؤكد أنوثتها و يبعث الراحة و الإطمئنان في نفس المشاهد ، بالإضافة إلى اللون الاخضر الذي ترتديه هو لون المنتج مما أدى إلى ثراء المعنى و إتخاذ الصورة بعدا رمزيا دلاليا قويا و معبرا ، مع شخصية غير معروفة "زهرة" بلباس عصري بسيط مع تغطية الشعر و هذا يرمز غالبا لواقع المرأة الجزائرية العاملة خاصة في مجال التدريس، و يروج له على أنه لباس العصر و أنه لباس عملي و مريح و هو الأصل للحياة الراهنة.

3.1.2. الرسائل الألسنية المنطوقة و المكتوبة :

نقصد بها النص اللغوي المنطوق و المكتوب و الذي يرافق الصورة الإشهارية و تمثل هنا بالتعليق المنطوق الذي رافق اللقطة الأولى و الاخيرة من الاشهار "8/10 من النساء راضيات ب activa " و هي نفسها العبارة المكتوبة ، مع عبارة :في إطار نظام غذائي صحي و متوازن" ، ما يرمز إلى التكرار الهدف منه ترسيخ الفكرة في ذهن المستهدف .

2.2. تحليل إشهار منتوجات إديال

1.2.2. القراءة التعيينية :

مدة الأشهر 42 ثانية و عدد لقطاته 07 لقطات، ظهرت في البداية عائلة جزائرية متكونة من الأب و الأم و الإبن و زوجته و طفليهما بلباس تقليدي جزائري متمثل في العباية الرجالي التي يرتديها الأب مع الطربوش بلون عنابي و هو يحمل قفة السعفة التقليدية ، أما بالنسبة للأم فهي ترتدي الحايك و العجار ، يمشون في أحد شوارع القصبة متجهين لزيارة الأهل و الأقارب و يحمل إبنهم و زوجته في يدهم أطباق حلويات ، عند الوصول طرق الأب الباب لتأمر أحد النساء في العقد السابع من العمر و هي الفنانة "لامية بعطوش " بان تفتح الباب ، دخلت العائلة تسلم على الموجودين في فناء قصر القصبة و هن نساء كبيرات و صغيرات و بنات بألبسة جزائرية محتشمة يقمن بتحضير مختلف الحلويات التقليدية الجزائرية كالمقروط و بعضهن يقمن بتحضير الفلان و أخريات يحضرن المحلبي ، بمنتجات علامة إديال في جو عائلي يسوده المحبة و التفاهم و الأصالة، و في المساء يظهر الرجال مجتمعين في سطح القصر المطل على البحر و هم يلعبون "الدومينو" ، ثم تظهر النساء بكامل زينتهن من ألبسة جزائرية تقليدية مختلفة و حلي ملتقين حول مائدة السهرة و هن يتناولن أشهى الحلويات التقليدية و أكواب الفلان و التحليات و الشاي و يتبادلن أطراف الحديث و الغناء في جو بهيج ، و في آخر لقطة تظهر على الطاولة 4 علب لمنتجات إديال .

2.2.2.2. القراءة التضمينية :

بعد الإنتهاء من القراءة التعيينية لهذه الومضة ننتقل إلى القراءة التضمينية من خلال تحديد أبرز

الدلالات و تحليلها :

1.2.2.2. دلالة الألوان : نجد أن في هذه الومضة الإشهارية إمتزجت عدة ألوان ، هذا ما يعكس

التنوع و التكامل و الجمال

اللون الأحمر اعتمد المصمم اللون الأحمر بكثرة ، نلمس ذلك في اللباس و الأريكة لتأكيد البعد الثقافي الذي يبرز الهوية و الحضارة ، و يعد لون قوي في جذب الإنتباه و إبراز الشخصية النسوية ، و يدل على الشخصية المميزة و الروح المعنوية العالية ، و هو لون محفز للشهية .

اللون الأبيض يبعث الود و المحبة و يرمز إلى السعادة و المناسبات المفرحة ، و استعمل لإبراز الألوان الأخرى .

اللون الأصفر يدل على القيمة و الترف و يستخدم كرمزاً لأكثر القيم ارتفاعاً و أعلاها و الذهبي لون الفخامة يرتبط بالملوك .

اللون البني و هو لون محايد تمثل في الأثاث و الأبوابيرمز إلى القيم الراسخة حيث أنه لون الأرض ، إستخدم هنا للتعبير عن العائلة و المبادئ و الأخلاق المتوارثة و المتأصلة ، و أيضا هو لون محفز للشهية لأنه لون الشكولاتة و القهوة و بعض التوابل كالقرفة

اللون الأخضر لون متصل بالطبيعة ، يدل على الراحة و الإبتهاج .

اللون الأزرق و هو لون البحر و لباس البحارة ، ظهر كرمز للكرامة و القوة و الصلابة .

2.2.2.2. دلالة الموسيقى و اللغة

تعتبر من أهم العناصر التي تجعل الفيلم الاشهاري أكثر حيوية و واقعية، و جاءت المفردات الغنائية باللهجة الجزائرية العامية المتداولة في الوسط الجزائري، امتازت بسهولة التلفظ و التدوق في النطق، و قد جاء على شكل فيديو كليب هذا ما يتوافق مع ميزة الإشهارات العصرية.

الموسيقى فلكلورية عريقة مستمدة من التراث الجزائري و تسمى موسيقى شعبية تماشياً مع فكرة الإشهار و المكان و بعده الثقافي.

اللغة كلمات أغنية باللهجة العامية البسيطة تحمل معاني جميلة لها تأثير قوي على أذن السامع لجذبه و إيصال معنى المنتج له بسهولة، و تعطي فكرة جميلة عن حياة العائلة الجزائرية و قد خص هذا الإشهار اعتماد المنتج في اللماز الرمضانية .

حيث عملت هنا العناصر السمعية على إعطاء الحيوية للإشهار من خلال تمثيل مواضعه في بعده الرمزي و الثقافي .

3.2.2.2. دلالات المحددات المكانية

المكان حدد المكان الجو المصاحب لفكرة الإشهار حيث تزواج مع بقية العناصر لتحقيق قيم و دلالات إجتماعية ترمز للأصالة و التلاحم العائلي الجزائري في مكان يستحضر فيه عبق القصة كل مقوماتها التاريخية و الحضارية و الإجتماعية.

الإضاءة ترواح استعمال الاضاءة بين الطبيعية و الاصطناعية نظرا للمكان ، كما استعمل المخرج نوعا من الظل و هذا لظهور الشخصية أكثر لأجل جذب المشاهد و الإغراء و التأثير عليه .

الديكور استعمال اللقطة البعيدة و العالية لابرز معالم قصر القصة و الديكورات الموجودة فيه خاصة "الصينية النحاسية و الفضية و " التي تعتبر جزءا لا يتجزأ من طقوس الإحتفال عند الجزائريين لما تحمله من ذكريات و تاريخ و تراث عريق ، بالإضافة إلى "الحنبل" الذي له دلالات إجتماعية عميقة و أبعاد إنسانية تعكس تراث الجزائر القديم الأمازيغي و البربري المحافظ ، مثل طبيعة العلاقات الزوجية و الوحدة الأسرية .

الشخصيات اعتمد الإشهار على شخصية معروفة و هي الفنانة "لامية بعطوش" و قد ضمت الومضة فئات عمرية مختلفة للمرأة (شابة، أم، جدة، أطفال) ما يرتبط بدلالة تواصل الاجيال و الترابط و الاجتماع الاسري و كأن "منتوجات إديال" حلقة الوصل التي تجمعهم و تجعلهم في سعادة غامرة. و قد ظهرن و هن بحلة تقليدية جزائرية خالصة ، ما يوحي الألبسة من القفطان و الشامسة و الكاراكو... ، و

محرمة الفتول و هي (قطعة من القماش الحريري اللامع الذي كانت تضعه نساء الجزائر يوميا خاصة عند الخروج إلى الفناء) ما يرمز أن العائلات الجزائرية كانت كثيرا ما تجتمع مع الجيران و الأهل و الاحباب و هذا ما يؤكد سترة المرأة الجزائرية ، أيضا "الحايك و العجار" الذي يشبه المرأة الجزائرية بالحمامة البيضاء وهو رمز من رموز الثورة لأنه استعمل أثناء الحرب ضد الإحتلال الفرنسي و كانت ترتديه أبرز الثائرات الجزائريات كحسيبة بن بوعلي و و جميلة بوحيرد و عرفن بالحرمة و الشرف و العفة و الوقار ، و الحلي كخيط الروح فوق الشعر الأسود الطويل المنسدل الذي يرمز إلى المرأة الجزائرية .

3.2.2. الرسائل الألسنية المنطوقة و المكتوبة :

النص اللغوي المنطوق بكثرة هو " إديال حكاية جميلة " و هي نفسها العبارة المكتوبة في آخر لقطة ، بهدف ترسيخ إسم المنتج.

3.2. تحليل إشهار منتجات التنظيف LIFE

1.3.2. القراءة التعيينية :

يندرج ضمن الإشهار الدرامي، حيث قام بعرض قصة درامية، و فيلم قصير، بلغت مدته 01 دقيقة و 27 ثانية، و عدد لقطاته 20 لقطة إعتمدت بسلم لقطات عامة و متوسطة و مقربة جدا بحركة كاميرا ثابتة و متحركة أحيانا، كانت في المطعم و المطبخ الخاص به ، بدأ الإشهار بلقطة متوسطة و ثابتة من الخلف لمقدمة الإشهار الفنانة الشابة الجزائرية كنزة مرسلي و هي متجهة إلى مطعم قديم يبدو أنه ليس في الخدمة و هو لوالدها المتوفي ، حيث ظهرت بلباس التخرج باللون الاسود و الأحمر ، تدخل و هي تحمل حقيبة تضعها على الأرض ، ثم تضع شهادة و مفتاح فوق طاولة ، لتتجه إلى تفقد أرجاء المطعم و الأثاث المتواجد به بغرض تنظيفه و ترتيبه من جديد ، ثم تتجه لحائط يحتوي على صورها و صور والدها و هي في عمر ٠٦ سنوات تقريبا ، تسترجع ذكرياتها في هذا المطعم و هي والدها المتوفي حيث كان يعزف بالغيتر و هي تغني ، و كان يعلمها تحضير الوجبات حيث كانت تساعده ، كما أنه كان

يجوب بها المطعم و هو يحملها حبا و فرحا و فخرا بها ، حيث ظهرت في لقطة جانبية مقربة لوجهها و هي تدرف الدموع ، ثم أحضرت الشهادة التي كان ينتظرها منها والدها و علقتها على الحائط في المكان الذي خصصه لها والدها لأنه كتب عليه "بنتي" .

ذهبت بعد ذلك إلى المطبخ الخاص بالمطعم حيث وجدته متسخا و عليه تراكمات الدهون و الأوساخ ، لبست مئزر و قفازات و مسكت قارورة منتج التنظيف life و رشته على الأواني و الأسطح و الجدران المتسخة ، و مسكت اسفنجة خاصة بالتنظيف و تمررها على هذه الأماكن لتظهر نتيجة مفعول المنتج نظافة و لمعان بدون جهد و تعب ، تحمل طبق خاص بالطهي و كأنها تبرز نتيجة استعمال منتج life.

2.3.2. القراءة التضمينية

كما ذكرنا تدور فكرة الإشهار حول قصة درامية مزجت بين الحب و الحزن و الفخر و تحقيق الطموحات، و يندرج ضمن الأفلام الإشهارية التي تتمحور حول البعد الزمني و يتجسد هذا في مختلف المظاهر الفيلمية التي سنتطرق لها من خلال الدلالات التالية :

1.2.3.2 . دلالة الألوان : ركزت هذه الرسالة الإشهارية على اللون الأسود و الأحمر بشكل كبير، بالإضافة إلى اللون الأبيض و الأزرق الغامق و الفضي.

اللون الأسود و يسمى بملك الألوان و له عدة دلالات مختلفة و متباينة، و قد تمثل في لباس التخرج الذي ترتديه شخصية الإشهار، و يعبر عن نهاية مرحلة و بداية مرحلة جديدة و يوصف بأنه لون النهايات و البدايات، يدل على الحزن كما يدل على الإرادة و الاحترافية، الفخامة و الأناقة و الرقي، و يوحي أيضا بقوة الشخصية التي تسعى إلى الوصول إلى الأهداف و المخططات و الأحلام.

اللون الأحمر من الألوان الدافئة، ويعتبر أكثر الألوان التي تثير المشاعر القوية كالعاطفة، و يرمز أيضا إلى الإثارة و الجاذبية و الإغواء، كما أن له قوة لفت الأنظار، حيث ظهرت به الشخصية في كل

الألبسة التي ارتدتها بدء بلباس التخرج حيث امتزج مع الأسود ثم مع سروال الجينز و اختتمت الومضة الإشهارية بارتدائها فستان سهرة مكشوف جذاب و مثير، و ظهر أيضا في قميص والدها و في الستائر و السجاد، حيث يرمز للاستقبال و الترحيب و التباهي و التفاخر.

اللون الأزرق و يرمز هنا إلى التفاؤل، و ظهر من خلال سروال الجينز و منزر المطبخ و لبس أحد الزبائن، و هو لون قارورة المنتج، حيث يمكن هذا اللون أن يسرح بخيال المشاهد و يستحوذ على تفكيره الذهني،

اللون الأبيض ظهر في الستائر و في لباس الفتاة الصغيرة و يرمز للسعادة و إبراز شفافية المنتج و مصداقيته، كما استعمل لإبراز اللونين الأحمر و الأسود، و استخدامه في قارورة المنتج ليبدو واضحا و بارزا خاصة تحت تأثير الخلفيات السوداء.

اللون الفضي ظهر في موضع رش المنتج كما ظهر في الأواني بعد عملية تنظيفها بمنتج life، دلالة على فعاليته.

اللون الرمادي و الذي ظهر على تجهيزات المطبخ دلالة على تراكم الدهون و الأوساخ.

2.2.3.2. دلالة الموسيقى و اللغة

جاء الإشهار في طابع غنائي ذو قالب ريثمي خفيف على شكل فيديو كليب مليئ بالاحساسو له معنى عميق، حيث أدت الشخصية دور تمثيلي منسق مع المقطع الغنائي يغيص بالمشاهد في قصة الفيلم الإشهاري المميز، مما يجعله في حالة مزاجية خاصة يستقبل من خلالها الرسالة الإشهارية.

الموسيقى كانت موسيقى شبابية عصرية يبرز فيها صوت الغيتارة متوافقة مع الفكرة، حيث ظهر والد ممثلة الإشهار و هو يعزف عليها.

اللغة كانت باللهجة الجزائرية السهلة الوصول للذهن، مع استعمال بعض الكلمات الإنجليزية is good، mood، وتدل على مدح و استحسان مزايا المنتج و ضمان جودته، فاستعمال الكلمات الأجنبية هنا ما يفسر الميل للثقافة الغربية.

3.2.3.2. دلالات المحددات المكانية

المكان : تمثل موقع تصوير هذه الومضة الإشهارية في مكان داخلي متمثل في مطعم بين المطبخ و مكان جلوس الزبائن لأن قصة الفيلم الاشهاري ترويها كل زاوية من هذا المطعم، حيث أن تصوير اشهارات منتوجات التنظيف في مثل هذه الفضاءات من أكثر الأشكال إثارة للاهتمام و أقدرها على إحداث التأثير المرغوب و مخاطبة العاطفة و المنطق، و إظهار أن المنتج هو المنقذ الوحيد في هذه الحالة

الإضاءة كانت الإضاءة اصطناعية لأن المكان يتطلب ذلك، و يتخللها الضوء المنبعث من النوافذ، كما نلاحظ من خلال هذا الإشهار أن معظم خلفيات التصوير جاءت مظلمة و مظلمة، تتخللها أجواء الليل المظلم، فكان تركيز الإضاءة منصب على شخصية الومضة الإشهارية لإبراز ملامحها و انفعالها النفسي و خلق الحميمية لزيادة قوة التأثير على عاطفة المتلقي، أيضا لإضفاء البريق للصورة و إبراز جذب المشاهد و توجيه انتباهه إلى الجوانب الجميلة و إخفاء الملامح الغير مرغوب فيها، و ظهور الشموع على طاولات الأكل ما يوحي بالرومانسية.

الديكور لعب دورا هاما في سرد الحكمة الدرامية لفكرة الإشهار من خلال إطارات الصور المعلقة على الحائط، و بالرغم من ظهور بعض الأطباق الفخارية إلا أن الديكور ككل مستوحى من الثقافة الغربية.

الشخصيات : للشخصية دور كبير في العملية الإبداعية و الإقناعية، حيث اعتمد الإشهار على ممثلة و مغنية جزائرية تناسبت الفكرة مع شخصيتها و صوتها و إحساسها، بعرض قصة فتاة من الحزن إلى التألق، حيث أعادت الحياة لمطعم عائلتها بفضل المنتج الذي جعل كل زاوية منه تنبض بالحب و

التجديد، و الغرض تشبيها كونها امرأة قوية بالمفعول القوي و الساحر للمنتوج، أما بالنسبة لطريقة لبسها المتمثلة في سروال الجينز و الفستان المكشوف و الشعر الأشقر و دورها كمغنية كل هذه الدلائل ترمز للفتاة الغربية

3.3.2. الرسائل الألسنية المنطوقة و المكتوبة :

ترمز الرسائل الألسنية في هذه الومضة إلى الثقافة الغربية من خلال

الرسائل المنطوقة : أضفت قوة تعبير تمثلت في معاني عبارة life is good التي تترجم معنيين الأول أن إسم المنتج لايف هو منتج جيد، و ترجمة العبارة معناها (الحياة جيدة)، و عبارة أفرح بدل ال mood المقصود منها تغيير المزاج للأفضل و أعطت لمسة جمالية في النطق مع كلمة good .

الرسائل المكتوبة : souvenirs restaurant since 1998: توحى بعراقة المنتج و استمراريته لقوة و جمال جودته، و عبارة " مع لايف ليوم عيش البارج" ترمز إلى أن المنتج صالح لكل زمان.

3 . أبرز النتائج المستخلصة :

المرأة التي تمثل الإشهار هي شخصية جزائرية مشهورة من الفئة الشبابية لها صيت و حضور في المجتمع الجزائري، بمعنى أن مصممو الإشهارات يعتمدون بالدرجة الأولى على الشخصية النسوية المعروفة في الوسط الجزائري.

يقوم الإشهار على استعمال المرأة الجزائرية في مخاطبة الجمهور من النساء العاملات في ومضة بأوروت حضنة، و على الفكرة المستوحاة من فن الفيديو كليب المعروف في الأغاني المصورة في ومضتي المنتوجات الغذائية إديال و منتوجات التنظيف لايف.

تُظهر الإشهارات التلفزيونية المرأة الجزائرية في القالب الدرامي، و تركز على المواقف التي تحدث للفرد في تجاربه اليومية، حيث قدمت الرسائل على شكل قصة قصيرة تتضمن موقف يظهر الحاجة لهذا للمنتوج.

تستعمل الإشهارات التلفزيونية المرأة الجزائرية في التعبير عن الانفعالات و العواطف المختلفة الإيجابية منها و السلبية، كما رأيناها في الومضات الثلاث من ألم و تخوف و نفور، فرح و فخر و ابتهاج، حزن و أسف.

توظف المرأة الجزائرية لغة الجسد في تمرير الرسالة الإشهارية، كونها من أبرز الأساليب الإقناعية التي تساهم على التأثير على المتلقي و جذب انتباهه.

تظهر المرأة الجزائرية في الأشهار التلفزيوني بكل الفئات العمرية من بنات صغا، شابات، نساء صغيرات و كبيرات ، بأدوار أسرية مختلفة ، بنت، زوجة، أم، جدة، و أيضا دورها في المجتمع كربة منزل، و عاملة في المجال التربوي التدريسي ، و كإمرأة قوية مستقلة تعتمد على نفسها

تستعمل الأشهارات التلفزيونية في القنوات الخاصة المرأة الجزائرية في لترويج للمنتوجات الغذائية و منتوجات التنظيف

4 . مناقشة النتائج على ضوء التساؤلات

اختلفت الدلالات و الأبعاد السيميولوجية بتنوع الأشهارات، و تمثلت في الموسيقى الشعبية و العصرية، و في نوعية اللباس المتباينة و طبيعة المكان و الديكورات العصرية و التقليدية، و دلالات معبرة عن اللمة العائلية و زيارة الأحباب و الأقارب في إشهار إديال، و دلالات لبس المآزر توحى بالمهنية في اشهار ياؤوورت أكتيفيا، و المنزر في اشهار منتوج لايف إلى النظافة و الإحترافية

يوظف الإشهار التلفزيوني في القنوات الخاصة المرأة الجزائرية في عدة أدوار:

في المجال الاسري كأم تهتم بأطفالها، و في نفس الوقت حرصها على الانسجام مع تلاميذها في عملها كمعلمة في مجال التربية و التعليم

في مجال الفن كمغنية، و في مجال الأعمال كشابة قوية طموحة ذات أفكار غربية

تعكس صورة المرأة الجزائرية في القنوات الخاصة الصورة الحقيقية للمرأة الجزائرية إلى حد بعيد خاصة بظهورها باللباس المحتشم وحرصها على الترابط و التلاحم الأسري

لا يقتصر استعمال المرأة الجزائرية في الأشهار التلفزيوني على الترويج للسلع فقط، بل يتعدى ذلك إلى إيصال فكرة مراعاتها المبادئ الثابتة و المتوارثة في المجتمع الجزائري ما رأيناه في إشهار منتوجات إديال، كما أنه هناك تجاهل للجانب الديني حيث العبادات كالصوم و الصلاة و قراءة القرآن من أبرز المظاهر في شهر رمضان

خلاصة الفصل الثاني

قمنا في هذا الجانب التطبيقي بتقطيع الومضات الإشهارية تقطيعا تقنيا ، ثم درسناها دراسة سيميولوجية حيث عرضنا تحليل النتائج من خلال المستوى التعييني و المستوى التضميني و الرسالة الألسنية ، بعد ذلك ناقشنا هذه النتائج على ضوء إشكالية الدراسة .

الخطاتمة

خاتمة

ختاما لهذا الموضوع و بعد عرض التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية من خلال إسقاط مقارنة "رولان بارث" على الصور نستنتج أن صورة المرأة الجزائرية في الإشهار التلفزيوني في القنوات الخاصة تتعدّد و تختلف على حسب فكرة الإشهار و الغرض الخفي منه، حيث رأينا تجسيدا لصورة واقع المرأة الجزائرية، كما التمسنا الخروج عن الصورة النمطية المعهودة لتظهر بأدوار قيادية جديدة في المجتمع، هذه الأدوار التي استُخدمت فيها كوسيلة فقط لترويج السلع و الخدمات، حيث تم توظيف جماليتها من أجل إستشارة الجانب العاطفي و الغرائزي لدى المتلقي بلباسها و صوتها و حركاتها، وهذا ما يتنافى مع العادات والقيم المجتمعية و الدينية.

قائمة

المراجع

المصادر

(١) القرآن الكريم ، سورة المائدة ، الآية ٥٠

المراجع

- (١) ربحي مصطفى عليان ، البحث العلمي / أسسه ، مناهجه و أساليبه ، إجراءاته ، د ط ، بيت الأفكار الدولية ، الأردن .
- (٢) آيمنى طريف الخولي ، مفهوم المنهج العلمي ، مؤسسة هنداوي للنشر ، ٢٠٢٠ .
- (٣) فايزة يخلف، سيميائيات الخطاب و الصورة، دار النهضة العربية للطباعة و النشر و التوزيع، ٢٠١٣ .
- (٤) كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، ط 1، 2011 .
- (٥) مصطفىحميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام، دار الوفاءلدنيا للطباعة و النشر، الإسكندرية، ط1، 2007 .
- (٦) خديجة بومعزة، عائشة بورزاق : مذكرة ماستر بعنوان دلالات الأشياء في الومضات الإشهارية التلفزيونية الجزائرية، تخصص اتصال و تسويق، سنة 2018/2017 .
- (٧) دليو فضيل، دراسات في الاعلام الالكتروني: الاشكالات المنهجية، الممارسات و مرحلة ما بعد الاعلام الالكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، 2019 .
- (٨) ابن منظور : لسان العرب ، دا لسان العرب ، بيروت ، مادة ص . و . ر ، د ت ، 2/492 .
- (٩) حميد قبائلي ، جماليات الصورة البيانية في المدحة النبوية عند حسان ثابت ، مركز الكتاب الاكاديمي ، 8يناير >2021
- (١٠) سورة الانفطار ، الآية 7 ، القرآن الكريم .
- (١١) ياسر بكر ، أخلاقيات الصورة الصحفية ، دار الكتب المصرية ، ط .
- (١٢) عبيدة الصبطي ، نجيب بخوش ، الدلالة و المعنى في الصورة ، دار الخلدونية ، ط1 ، 2009 .

- (١٣) ابن منظور ، لسان العرب ، المجلد 1 ، ط 3 ، بيروت : دار صادر ، 1994.
- (١٤) طيبي غماري و آخرون : السلطة الإجتماعية للمرأة الجزائرية بين التصور العامي و الواقع الثقافي ، الناصرية للبحوث الاجتماعية و التاريخية ، العدد 01 ، جامعة معسكر-الجزائر ، 2011.
- (١٥) 185علي فلاح الزعبي ، الإعلان الفعال ، مدخل تطبيقي متكامل.
- (١٦) محمد خاين ، الإشهار الدولي و الترجمة إلى العربية ، رهانات الإحتواء و إكراهات اللغة و الثقافة ، المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ، بيروت لبنان ، ط 1 ، 2015.
- (١٧) ³فريد كورتل ، مدخل للتسويق ، كنوز المعرفة.
- (١٨) منى الصبان ، فن المونتاج في الدراما التلفزيونية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 2001.
- (١٩) وسام فاضل راضي ،الإعلام الإذاعي و التلفزيوني الدولي : المفاهيم - الوسائل - المقاصد ، صفحات للدراسات و النشر ، 2013.
- (٢٠) فاطمة حسين عواد ، الإتصال و الإعلام التسويقي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان الأردن ، 2011.
- (٢١) أريج إبراهيم أحمد الحديد، إشكالية توظيف صورة المرأة في الإعلانات التجارية (الإعلانات التجارية في الأردن أنموذجا) رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الجرافيكي، جامعة الشرق الأوسط الأردن 2021
- (٢٢) 'ابنى إشتية ، لينا لهلبت، صورة المرأة في فضائية mbc في الإعلانات العربية ، دراسة تحليلية بجامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، ٢٠١٧ .
- (٢٣) الصورة النمطية للمرأة في الإشهار التلفزيوني : تغيب للعقل و سيطرة للجسد، دراسة تحليلية لعينة من الإشهارات ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة باجي مختار، عنابة، ٢٠١٤ .
- (٢٤) صورة المرأة في الإشهار التلفزيوني ، دراسة تحليلية سيميائية لعينة من الومضات الإشهارية في القناة الثالثة في التلفزيون العمومي ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل

شهادة الماستر الأكاديمي ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص سمعي بصري ،
جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، ٢٠٢٢ .

(٢٥) الأساليب الإقناعية في الإشهار التلفزيوني الجزائري، دراسة تحليلية لعينة من الأشهارات
المبثثة عبر قناة الشروق tv، مخبر الفلسفة و الدراسات الانسانية و الاجتماعية و
مشكلات الإعلام و الإتصال، جامعة ٠٨ ماي ١٩٤٥ قالمة، مجلة الرسالة للدراسات
الإعلامية، ٢٠٢٣.