جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية
قسم العلوم الإنسانية

الأساليب الحجاجية في الخطاب الاشهاري التلفزيوني

دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الاشهارية في قناتي الشروق و النهار الإخبارية 2017-2018

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تخصص سمعي بصري

إعداد الطالبتان:

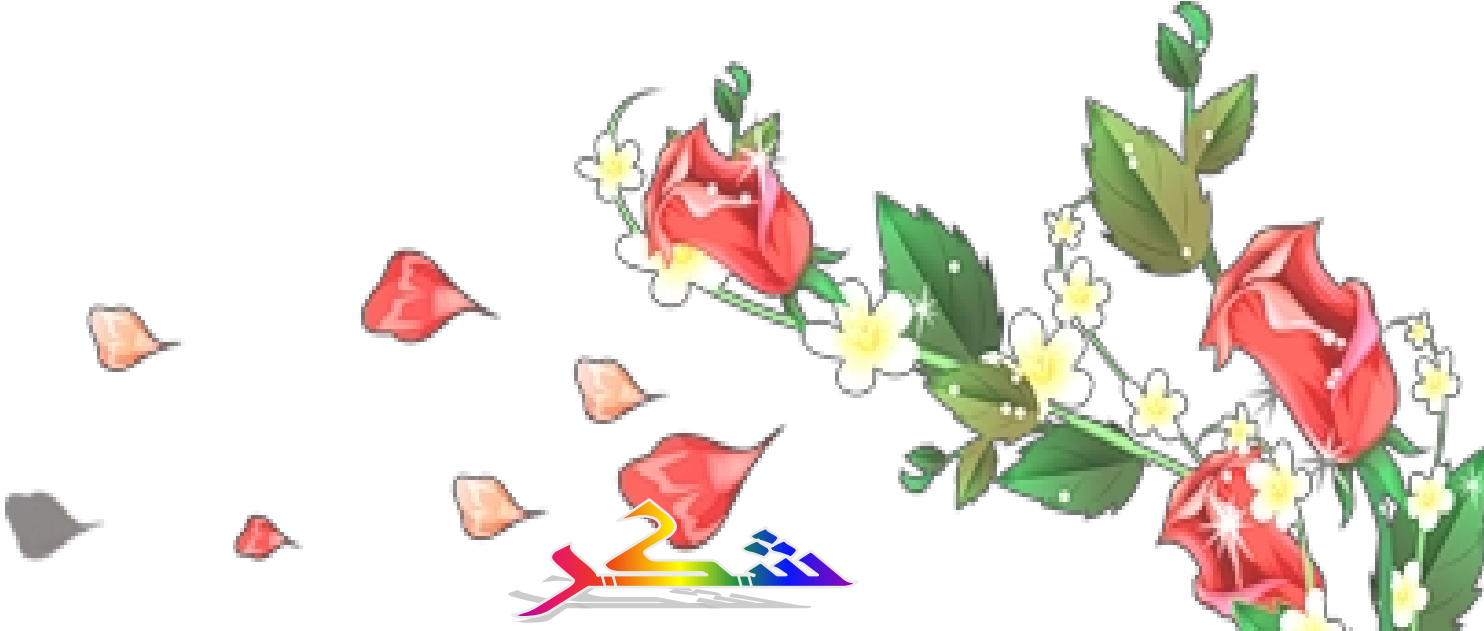
- خموج عبير
- صخري نعيمة

إشراف الأستاذ:

شايب نبيل

السنة الجامعية

2018/2017



يقول رسولنا الكريم: " من أدى إليكم معروفا فكافئوه ، فإن لم تجدوا ما تكافئوه به فقولوا له جزاك الله خيرا " ولما كان شكر الناس من شكر الله فإننا نذكر بالعرفان و الفضل للأيادي الحانية التي امتدت إلينا بالعون ولو بكلمة طيبة.

و نبدأ بمن يستحق الشكر " الأب و الأم " اللذان سهرا طوال دراستنا من أجل تعليمنا، ولن ننسى معروفهما حتى في الدار الآخرة، و نطلب من الله أن يجازيهما خير الجزاء، و يغمرهم بالطاعة و الحب و الوفاء.

و امتنان منا و عرفان بالجميل اتجاه كل من ساعدنا في انجاز مذكرتنا هذه

نتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذنا الفاضل " شايب نبيل" الذي لم يبخل علينا بنصائحه و توجيهاته

فالشكر جزيل الشكر يا أستاذ

داعين لكل من ساعدنا بالخير و البركة و حسن الجزاء في الحياة الباقية



اهداء

في بداية كلامي أشكر الله عز و جل

أهدي ثمرة عملي هذا إلى عائلتي و إلى كل من ساندني في هذا العمل و إلى جميع أصدقائي و رفقاء الدراسة .

عبير



اهداء

في بداية كلامي أشكر الله عز و جل

أهدي عملي هذا إلى عائلتي و إلى كل من ساندني في هذا العمل و إلى جميع أصدقائي و رفقاء الدراسة.

نعيمة

الخطة

مقدمة

الإطار المنهجي

1 . الإشكالية

2 . التساؤلات الفرعية

3 . أسباب اختيار الموضوع

4 . أهداف الدراسة

5 . أهمية الدراسة

6 . منهج الدراسة وأدواتها

7 . مجتمع البحث وعينة الدراسة

8 . تحديد المصطلحات والمفاهيم

9 . الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الأول : الحجاج في الخطاب الإشهاري

المبحث الأول : مفهوم الخطاب الإشهاري و خصائصه

المبحث الثاني : أنواع الخطابات الإشهارية التلفزيونية

المبحث الثالث : الحجاج مفهومه وتقنياته التوجيهية

المبحث الرابع : المقترب النظري للحجاج في الخطاب الإشهاري

الفصل الثاني : آليات التحليل السيميولوجي للخطاب الإشهاري

المبحث الأول :السيميولوجيا .مفهومها و مناهجها

المبحث الثاني:سميائيات الخطاب الإشهاري

المبحث الثالث : المقاربات السيميولوجية لتحليل الخطاب الإشهاري

المبحث الرابع : القيم الحجاجية في الخطاب الإشهاري

الإطار التطبيقي :

الفصل الثالث : التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

المبحث الأول : بطاقة فنية لقناة الشروق و النهار الإخبارية

المبحث الثاني :التقطيع التقني للومضات الإشهارية

المبحث الثالث :التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية حسب مقاربة "رولان بارث و رومان جاكبسون "

المبحث الرابع :الإستنتاجات العامة

الخاتمة

قائمة المراجع

الفهرس

-**المقدمة**.....أ

الإطار المنهجي

1-الإشكالية..... 5

2-أهداف الدراسة..... 7

3-أسباب اختيار الموضوع..... 7

4-أهمية الدراسة..... 7

5-منهج الدراسة..... 8

6-أدوات الدراسة..... 9

7-مجتمع البحث وعينة الدراسة..... 10

8-تحديد المفاهيم و المصطلحات:..... 11

9-الدراسات السابقة:..... 13

الإطار النظري

الفصل الأول

الحجاج في الخطاب الإشهاري

المبحث الأول:مفهوم الخطاب الإشهاري وخصائصه..... 17

المبحث الثاني:أنواع الخطابات الإشهارية التلفزيونية..... 27

المبحث الثالث:الحجاج مفهومه وتقنياته التوجيهية..... 29

المبحث الرابع:المقترب النظري للحجاج في الخطاب الإشهاري 33

الفصل الثاني

أليات التحليل السيميولوجي للخطاب الإشهاري

المبحث الأول:السيميولوجيا مفهومها و إتجاهاتها 38

المبحث الثاني :سيميائيات الخطاب الإشهاري..... 41

المبحث الثالث :المقاربات السيميولوجية لتحليل الخطاب..... 45

المبحث الرابع:القيم الحجاجية في الخطاب الإشهاري..... 47

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث

التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية

في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

المبحث الأول :بطاقة فنية لقماتي الشروق و النهار اللإخبارية:..... 51

المبحث الثاني :التقطيع الفني للومضات الإشهارية 52

المبحث الثالث:التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية حسب مقاربة "رولان بارث و رومان جاكبسون'..... 53

المبحث الرابع:الإستنتاجات العامة..... 108

الخاتمة:..... 110

قائمة المراجع:..... 112

الفهرس

مقدمة

مقدمة

يمس الاشهار بحكم طبيعته ووظائفه قطاعات ومجالات عديدة ويعد من أهم العوامل التي تلعب دورا أساسيا في التأثير على لاوعي الناس وتغيير سلوكهم ونمط عيشهم، ومما يعزز منزلته الاجتماعية ودوره التواصلي كونه يلازم الانسان في سكناته وحركاته ويقظته ومنامه ويستج يب لتوقعاته وحاجاته ويسهم في بلورة تمثلاته الثقافية والفلسفية في الحياة، فالاشهار يساهم في تشكيل الذوق العام والعادات والأمزجة الثقافية الرائدة. ويقوم الخطاب الاشهاري على بنية تتشابك فيها مجموعة من العلامات اللغوية وغير اللغوية وفق قواعد تركيبية معينة تهدف بالأساس الى تحقيق الاستراتيجية العامة للاشهار وهي الاقناع ومن ثمة الوصول الى فعل الاقتناء، ومن هنا فان الخطاب الاشهاري يعتمد على تراكيب وقواعد وآليات معينة لتحقيق ذلك الهدف، ولعل من أبرز تلك الآليات "الحجاج" الذي يستدعى تلقائيا في أي خطاب اشهاري، فالحجاج سمة كل الخطابات، غايتها الاستمالة والاقناع ضمن العلاقة بين الأنساق الصريحة والضمنية.

و لهذا تعنى دراستنا بالأساليب الحجاجية للخطاب الاشهاري التلفزيوني من خلال تحليلنا لعينة من الومضات التلفزيونية الجزائرية التي تبث من قبل القنوات الخاصة كعينة منها قناتي الشروق و النهار ، و لهذا قسمنا دراستنا إلى ثلاثة أقسام رئيسية :

يتناول القسم الأول من الدراسة الإطار المنهجي الذي طرحنا فيه الإشكالية و مجموعة التساؤلات التي تفككها و التي تعنى بالرسالة الاشهارية التي سنقوم بتحليلها و التي تعرض من قبل التلفزيون الجزائري معتمدين في ذلك مقاربة التحليل السيميولوجي ، كما عرضنا في هذا القسم أسباب إختيار الدراسة ، أهداف الموضوع ، و شرح أهم المفاهيم الواردة في الدراسة و كذا عرض للدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع.

أما القسم الثاني فقد تمثل في الاطار النظري و الذي قسم بدوره إلى فصلين :يتعلق الفصل الأول بالحجاج في الخطاب الاشهاري الذي ورد في أربعة مباحث تمثل المبحث الأول في ماهية الخطاب الاشهاري و أنواعه و خصائصه و تطرقنا إلى مفهوم الإشهار و أنواعه،

والمبحث الثاني حول أنواع الخطابات الإشهارية التلفزيونية أما بالنسبة للمبحث الثالث جاء حول الحجاج مفهومه و أنواعه أما بالنسبة للمبحث الرابع تناولنا المقترب النظري للحجاج في الخطاب الاشهاري .

أما الفصل الثاني من القسم الثاني في الدراسة فتمحور حول آليات التحليل السيميولوجي للخطاب الاشهاري ، كل ما يتعلق بالسيميولوجيا من مفاهيم و اتجاهات و مقاربات بالاضافة إلى القيم الحجاجية حيث انقسم هو الآخر إلى أربعة مباحث كما يلي :

المبحث الأول تناولنا السيميولوجيا:مفهومها و اتجاهاتها أما بالنسبة للمبحث الثاني فقد ركزنا على سيميولوجيات الخطاب الاشهاري ، ثم يأتي المبحث الثالث الذي اعتمدنا فيه المقاربات السيميولوجية

لتحليل الخطاب الاشهاري ، ليأتي المبحث الرابع و الأخير و الذي تناول القيم الحجاجية في الخطاب الاشهاري.

أما القسم الثالث و الأخير في الدراسة فكان حول الجانب التطبيقي للدراسة و الذي قمنا فيه بتحليل أربع ومضات اشهارية تحليلا سيميولوجيا تمثل عينة الدراسة و التي تمكنا من خلالها أن نجيب على تساؤل الإشكالية.

الإطار
المنهجي

أولا: الإطار المنهجي للدراسة.

1- مشكلة الدراسة

يـمثل الاشـــهار أحـد الأنـماط التواصلية الأساسية لترويج البضائع والسلع والأفكار، عبر مختلف الوسائط الاعلامية ، بأسلوب مباشر أو غير مباشر وذلك بقصد الاستمالة أو الاغراء العاطفي .ويعتبر الاشهار عملية اقناعية تهدف الى نقل التأثير من البائع الى المشتري على أساس غيـــر شخصي يحـــثه عـــــلى الاقبال الى ما هو معروض، مع ارشاده الى مكان البضاعة ونوعها وطرق استعمالها، ويـــعد أحد أهم الأنشطة في مجال التسويق والترويج فـــهو يعكس شخـــصية المـــعلن وايديولوجيته وقيمه للمستهلك عبر صور قابلة للاستهلاك الآني، وعليه فالاشـــهار هو صناعة العصر يعمل على تلبية حاجات الجمهور من جهة، والمشهر (المعلن) من جـــهة أخرى ،اضـــافة الـــى اعتـــباره رابطة اجتماعية وانعكاس لحالة نفسية، ومرآة لواقع اقتصادي وسياسي وتمظهر لوضع تواصلي معينوبهذا أصبح الاشهار يكتسي أهمية كبرى، فقد أ صبح مكونا رئيسيا لأنظمة الانتاج والتواصل الجماهيري، فالاشهار مستمر ويوسع من امبراطوريتهلدى مختلف المؤسسات الأمر الذي أدى الى وجود منافسة قوية على مستوى اظهار وعرض مختلف المنتوجات، وانتقاء أنسب الوسائل، ومع ظهور التلفزيون، واضافة الى قدرته العالية على جذب الانتباه نظرا لجمعه بين الصورة المتحركة، الثابتة، والمؤثرات الصوتية المختلفة

ان الـــتطور الكبـــير الـــذي شهده الاشهار التلفزيوني يعود بالأساس الى فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، أين نشأت القنوات الـــتلفزيونية ذات البعد التجاري فقدتحول الاشهار الى خطاب و اصبح بالنسبة للمعلن كمصدر للمال ، والـــــى كونه مصدرا منتجا للمعاني والقيم، فالـخطاب الاشهاري يمثل ظاهرة لغوية، ثقافية، تواصلية، تداولية، تتـفاعل فيه أنظمة العلامات اللسانية وغير اللسانية، اضافة الى كونه خطابا اقناعيا يتأسس علـى اطار نظري وجهاز مفاهيمي يستثمر مواقف معينة لدعم وجهة نظر محددة ونجد ضمن هذا الجهاز المفاهيمي "الـــحجاج" الذي يعتبر كآلية من آليات الاقناع، فلا يمكن للخطاب الاشهاري أن يقوم دون هذه الآلية. ويمكن اعتبار الخطاب الاشـــهاري خطابا حـــجاجيا بحيث يظهر فيه فعل المُحـــاجَّـةبشكل واضح باعتباره وســـــيلة من وسائل الاقناع ، فالحجاج داخل الخطاب الاشهاري يتخذ شبكة معقدة من العناصر التي تتفاعل مشتركة من أجل تحقيق هدف التأثير على المتلقي ، فتكون الحـــجة في سياق هذا الغرض بمثابة الدليل على الصحة أو الدحض وعملية اتصالية دعامتها الحجة المنطقية لاقناع الآخرين والتأثير فيـــهم، ومنه فان الحجـــاج يعتبر ميزة اضافية في الخطاب الاشهاري، ذلك أنه ليست كل النصوص تهدف الى اقناع المتلقي بجودة المنتوج أو الخدمة ويجتهدان بالمقابل في ابراز كيف أن الرأي قد يكون متضمنا في بعض النصوص دون الأخرى

وتـعمل اشـهارات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة كغيرها من الاشهارات الى ابراز خصائص ومزايا وفوائد السلع أو الخدمات أو الأفكار المعروضة من أجل احداث التأثير المطلوب فـي سلوك المتلقي وهي بدورها تعتمد على فعل المُحـاجَّـة، لهذا فان مـحاولة معرفة أساليب الحجاج المعتمدة فـي الخطاب الاشهاري لقنا تي –الشروق و النهار الاخبارية -باعتبارها مناهم القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية، ونظرا للنجاح الذي عرفته، واحتلالها مقدمة الصف في الإعلام ال جزائري، يستدعي طرحالتـساؤل الرئيسي الآتـي : مـاهـي أساليب الـحجاج المـجسدة فـي الـخطابـات الاشـهاريـة للـقنوات الـفضائيـة الـجزائرية؟

2 – تـسـاؤلات الـدراسـة :

1– ما هي أنواع الحجج الموظفة في الخطاب الاشهاري التلفزيوني لقناتي الشروق والنهار الإخباري؟

2– ما هي الأ ساليب الموظفة في القيمة الحجاجية للخطاب الاشهاري التلفزيوني لقناتي الشروق والنهار الإخبارية ؟

3– هل توظف الومضات الإشهارية في القنوات التليفزيونية الخاصة العنصر الثقافي و الاجتماعي؟ .

4 . كيف تساهم الأساليب الحجاجية الموظفة في الخطابات الإشهارية القنوات التليفزيونية الخاصة على تحقيق الإقناع لدى المستهلك ؟ .

ـ أسباب اختيار الموضوع :

. أسباب ذاتية:

– الاهتمام والميول الشخصي إلى موضوع الحجاج والإشهار باعتبارهما عمليتين تعتمدان على مبدأ إغراء المتلقي واستمالته للقيام بفعل الشراء.

– طبيعة مجال التخصص الذي أنتمي إليه وهو العلام و الاتصال والاهتمام بالتسويق أين يعتبر الخطاب الاشهاري لب المزيج الترويجي والحجاج من أهم الآليات التي يرتكز عليها الإشهار من أجل الإقناع .

ـ أسباب موضوعية:

. الرغبة في التعرف على الدور الذي يلعبه الخطاب الإشهاري في القنوات التليفزيونية الجزائرية .

. التعرف على أبعاد الومضات الإشهارية في القنوات التليفزيونية الخاصة .

. أهــداف الــدراسـة :

إن دراسة الإشهار من الناحية السيميولوجية والتركيز على جانب الحجاج لم يحض على المستوى العربي بالاهتمام المطلوب، ونعتقد أن محاولتنا هذه سوف تكون خطوة أولى في هذا الميدان ، وعلى هذا الأساس حددنا أهداف الدراسة في النقاط التالية:

1. محاولة الكشف عن آليات الحجاج المستخدمة في إشهارات القنوات الفضائية الجزائرية ، " قناتي الشروق و النهار الإخبارية " أنموذجا.

2. التعرف على أنواع الحجج الموظفة في اشهارات القنوات الفضائية الجزائرية، " قناتي الشروق والنهار الإخبارية " أنموذجا.

3. تبيان القيمة الحجاجية من خلال تحليل الخطاب الاشهاري لقناتي الشروق و النهار الإخبارية.

4 . التعرف على أكثر الأساليب الحجاجية الموظفة في الخطابات الإشهارية التلفزيونية في القنوات الخاصة .

وبصفة عامة يمكن القول أن هذه الدراسة تحاول الوصول إلى نتائج تكون حافزا ونقطة انطلاق للاهتمام بموضوع بناء الحجة وترتيبها في الخطاب الاشهاري ، مع مراعاة الاتساق بين الجانب اللساني والجانب الأيقوني للإرسالية الاشهارية .

. أهــمية الــدراسـة :

تستمد الدراسة أهميتها من خلال العناصر المتضمنة للموضوع والتي تجعل من البحث فيه ضرورة ملحة وأساسية:

– أهمية الإشهار وخصوصيته لكونه عملية اتصالية إقناعية تهدف إلى نقل التأثير من المرسل إلى المتلقي بمختلف أنواعه .

– الوصول إلى المدلول الحقيقي التي تتضمنها الومضات الإشهارية لعينة الدراسة .

– أهمية التلفزيون ومكانته كوسيلة إعلامية بحيث أنه يحتل المراتب الأولى من حيث المشاهدة والتعرض، "وقدرته على الجمع بين الصوت والصورة، الموسيقى و الألوان .

– أهمية فعل المحاجة في كل خطاب إشهاري وفق العينات المختارة و فهم دلالتها في السياقات التي ترد فيها .

– وتكمن أهمية الدراسة كذلك فيما يمكن أن تضيفه في حقل الدراسات المتعلقة بخصوصية الاشهارات التلفزيونية من ناحية عرض المنتج وإقناع الزبائن ، بالاعتماد على مختلف الحجج السائدة في الخطابات الاشهارية .

5- مـــنهج الـــدراســـة :

نظرا لخصوصية الموضوع المعنون : الأساليب الحجاجية المجسدة في الخطاب الإشهاري في التليفزيون الجزائري ، دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من الومضات الإشهارية المبثة في القنوات الخاصة قناة الشروق والنهار الإخبارية إعتمدنا على التحليل السيميولوجي يتطلب منا تقديم مفهوم المنهج بصفة عامة بحيث تعددت التعاريف لعلماء المنهجية بناءا على تعدد الاهتمامات :

حيث يقدم المعجم الفلسفي تعريفا للمنهج بأنه " وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة " ويعرف بتل المنهج بصفة عامة على " أنه الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي تقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة و البرهنة عليها .[1]

ويعرفها الباحث عبد الرحمان البدوي"على أنها الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة ، تهيمن على سير العقل و تحدد العمليات حتى يصل إلى نتيجة معلومة .[2]

وقصد الوصول إلى نتائج تجيب عن الإشكالية المطروحة في البحث، و المتمحورة حول الأساليب الحجاجية في الخطاب الاشهاري للتلفزيون الجزائري، فان أنسب الطرق لمعالجة هذه الإشكالية هي طريقة التحليل السيميولوجي ،" فالتحليل السيمسولوجي يبحث عن الدلالات الخفية للأنساقالسيميولوجية التي من خلالها نستطيع الوصول إلى معناها الحقيقي و مضمونها الخفي ، لكون التحليل السيميولوجي حسب " رولان بارث " هو شكل من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة الرسائل الأيقونية و الألسنية بحيث يلتزم فيها الباحث الحياد نحو الرسالة ،و الوقوف على الجوانب السيكولوجية و الاجتماعية والثقافي التي من شأنها المساعدة في تدعيم التحليل ".[3]

–عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار النمير ،دمشق ،سورية ، ط2، 2004 ،ص 7.[1]

–علد الرحمان البدوي،مناهج البحث العلمي ،وكالة المطبوعات ،الكويت،ط3 ،1977 ،ص 5.[2]

[1]راشدي وردية ،تمثلات الثقافة الشعبية الأمازيغيةفي إنتاج السنيمائي الجزائري"دراسة تحليلية سيميولوجية لفيلمي "جبل باية و الربوة المنسية "،رسالة ماجستير ، قسمعلوم الاعلام و الاتصال ،جامعة الجزائر3 ،2012 ، ص 19 .

ونظرا لأن بحثنا في هذه الدراسة المتعلق بالومضات الإشهارية التلفزيونية فقد وجب علينا الاعتماد على مقاربة " رولان بارث " ، التي تختص بالصورة الإشهارية الثابتة إذ ترتكز هذه المقاربة على ثلاث مستويات :

المستوى الأول " **القراءة التعينية** ": يتم الاعتماد على الوصف الدقيق للومضة من خلال كال العناصر المكونة للصورة المتحركة من خلال تجديد مجمل اللقطات و الزوايا و المدة الزمنية التي تستغرقها اللقطة و حركات الكاميرا أي من خلال شريط الصورة و شريط الصوت الذي يظم الموسيقى و المؤثرات الموسيقية و الأصوات الشبيهة .

المستوى الثاني : " **القراءة التضمينية** ": و الذي نتطرق فيه لتفكيك رموز الرسالة الإشهارية التلفزيونية من خلال القراءة الدلالية للوصول للمعاني الفعبية أي تكوين الصورة وما تخفيه من مضامين كامنة و دلالات تشكل المعنى المقصود من قبل القائم بالاتصال و التي نجدها من خلال التمثيل الرمزي والأيقوني في الومضة الإشهارية .[1]

المستوى الألسني: ويتضمن الجانب اللغوي للومضة في شكله المنطوق أو المكتوب في شكل كلمات مكتوبة ، ومرافق للصورة و البحث في دلالة النص و الأبعاد التي يحمله ووظائفه ضمن السياق الفيلمي للومضة بشكل عام للأهمية التي يحملها النص اللغوي في الصورة الإشهارية .[2]

وبالاعتماد على مقاربة رومان "جاكبسون "ويتميز بستة مستويات

الوظيفة التعبيرية : وتسمى أيضا الوظيفة الانفعالية و تركز على المرسل ، لأنها تهدف إلى أن تعبر بصفة مباشرة عن موقف المتكلم اتجاه ما يتحدث عنه ، وهي تنزع إلى تقديم انطباع عن فعل معين صادق أو كاذب .

الوظيفة الإفهامية : ويطلق عليها بعض اللسانيين مصطلح وظيفة التأثير و هو اصطلاح مهم يمكن استثماره إلى جانب الإفهامية .

[2]–شقير سليمة ، الأساليب البلاغية في الإشهار التلفزيوني "دراسة سيميولوجية على عينة من الإشهارات في التلفزيون الجزائري ، قسم العلوم الإنسانية ،جامعة بسكرة،2014 ،2015 ،ص 9 .

[2]9–شبقر سليمة ، نفس المرجع ، ص

الوظيفة الإنتباهية : هناك أنماط لغوية تقوم بأدوار خارجية عن نطاق الخطاب الإبلاغي لتزويد المتلقي بقيم إخبارية ، وإنما تؤدي وظيفة المحافظة على سلامة جهاز الاتصال و التأكد من استمرار مرور سلسلة الرسائل الموجهة إليه على الوجه الذي أرسلت به .

الوظيفة المرجعية : تتلون كل رسالة بهذه الوظيفة عندما يكون محتواها مؤيد للأخبار الواردة فيها، باعتبار أن اللغة فيها تحيلنا على أشياء و موجودات نتحدث عتها وتقوم اللغة فيها بوظيفة الرمز إلى تلك الموجودات والأحداث المبلغة.

وظيفة ما وراء اللغة : تستخدم مثل هذه الرسائل عندما يشعر المتخاطبان أنهما بحاجة إلى التأكد من الاستعمال الصحيح للسنن الذي يوظفان رموزه في العملية التخاطبية . [1]

الوظيفة الشعرية : فكل رسالة عند" جاكبسون" تكون بهذه الوظيفة ولا تكاد تغيب عن أية رسالة لكنها بدرجات متفاوتة ،فهي تركز على الرسالة اللفظية مهما كان جنسها .[2]

- **مجتمع البحث وعـينة الدراسة :**

. مجتمع البحث :

يعرف مجتمع البحث وفق مجموعة من الباحثين على أنه : مجموع محدود أو غير محدود من المفردات " العناصر والوحدات " المحددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات .[3]

فقد تم اختيار القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لهذه الدراسة إنطلاقا من مجموعة من الومضات الإشهارية التي تبث في القنوات الخاصة الشروق و النهار الإخبارية .

ـ عينة الدراسة :

يعتبر اختيار العينة من الخطوات المهمة في البحث العلمي نظرا للصعوبات التي تواجه الباحث في ضخامة مجتمع البحث وشساعته لدرجة يصعب عليه القيام بدراسة كل الوحدات المكونة له، ولأن طبيعة الموضوع هي التي تفرض منهجا معينا فإنها مرة أخرى تفرض نوع العينة، والعينة هي مجموعة مختارة

---

[2]– الطاهر بومزبر ،التوصل اللساني والشعرية "مقاربة تحليليةلنظرية رومان جاكبسون ،الدار العربية للعلوم، الجزائر ،ط1، 2007 ، ص ص 35، 39،43 .

–الطاهر بومزبر، مرجع سبق ذكره ، ص46 .[2]

–أمد مرسلي،مناهج البحث العلميفي علوم الإعلام و الاتصال ، د ط ، ص 166. [3]

من مجتمع البحث لعدم إمكانية دراسة المجتمع كله فهي المجموعة التي من خلالها تستخرج المعلومات لإجراء دراسة ما.

و العينة بحسب الباحث"عبد الله عامر الهلالي " : هي مجموعة وحدات معاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ؛ ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي ويمكن تعميم نتائجه عليه . [1]

وقد إعتمدنا في هذه الدراسة على **العينة القصدية** التي يمكن تعريفها كما يلي : "هي العينة التي يختارها الباحث بسبب وجود دلائل على أنها تمثل المجتمع الأصلي أن يختار إحدى المحافظات وذلك في ضوء البحوث السابقة ".[2]

وفي هذه الدراسة فأن العينة تتمثل في 4 ومضات إشهارية تبث عبر قناتي الشروق و النهار الإخبارية وهي قنوات جزائرية خاصة المبثة خلال الفترة 2017-2018 وهي كالأتي:

1 .الومضة الإشهارية " كسكس كنزة"

2. الومضة الإشهارية تليفزيون "Stream"

4 . الومضة الإشهارية "حليب كانديا"

5 . الومضة الإشهارية "مودامdjezzy"

- تحديد المفاهيم و المصطلحات :

تم الحرص على تحديد أهم المفاهيم التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة ومنه الحفاظ على مسار عملية البحث وعليه فلقد كانت المفاهيم الأساسية في هذه الدراسة كالآتي:

1 . الحـــــاج

- **لـــغـــة:** يُعرِّفُهُ ابنُ منظُور في لِسانِ العرب: "الحجُّ القصد، حجّ إلينا فُلان أي قدِم، وحجّهُ يحُجُّه حجّاً، أي قصدهُ". ويأتي الحجاج بمعنى البرهان والإستدلال لدحض حجة الخصم يقول إبن منضور "يقال حاججته ، أحاجه حجاجا و محاجة حتى حججته أي غلبته بالحجج التي أدليت بها و الحجة والبرهان ،

- عامر مصباح متهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،ط1، 2008 ، ص212 . [1]

-عامر مصباح ، نفس المرجع ، نفس الصفحة .[2]

وقيل الحجة ما دفع به الخصم وهو رجل محاجج أي جدل وحتجه محاجة وحجاجا ، نازعه الحجة وحجة بحجة غلبه على حجته .[1]

اصطلاحا: تعدّدتِ التّعاريفُ التي وُضِعتْ لمُصطلحِ الحِجاج، فكُلُّ باحثٍ يُقدِّمُ لنا تعريفاً من زاويةٍ مُختلفة بحيث يرى العزاوي أن الحجاج هو تقديم الحجج و الأدلة المؤدية إلى نتيجة معينة وهو يتمثل إلى إنتاج تسلسلات إستنتاجية داخل الخطاب .

– إنّ الحِجاج يندرِجُ ضِمن ما تُطلَقُ عليهِ عُلومُ الإعلام والاتّصال، السُّلوك أو الموقفُ الخارجي الذي يهتمُّ بكُلِّ ما يتعلّقُ بطريقةِ إيصالِ الرّسائل وفهم دلالاتِها الاجتماعيّة .[2]

.التعريف الإجرائي:هو عرض الحجج و البراهين وتقديمها قصد توجيه موقف ووجهة محددة نحو هدف معين يبتغي الإقناع بأمر ما أو تغيير قناعة تجاه سلوك محدد .

2 . الخطاب

– **لغة:** عرف مُصطلح خِطاب [Discours] مفاهيم عِدّةً، يُقال: "خُطب فُلانٌ إلى فُلان فخطبهُ وأخطبهُ أي: أجابهُ، والخِطابُ والمُخاطبةُ: مُراجعةُ الكلام، وقد خاطبهُ بالكلامِ مُخاطبةً وخِطاباً، وهُما يتخاطبان".ومِنهُ نجِدُ أنّ الخِطاب في المعاجِمِ يعني الكلام المُتبادل بين المُتخاطِبين .[3]

اصطلاحا:

ورد لفظ الخطاب بكثرة عند علم الأصول نظرا لكونه الأرضية التي استقامت عليها أعمالهم إذ عرفه الأمدي بقوله " اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه .[4]

التعريف الإجرائي :

هو كل تلفظ يحتاج إلى متحدث ومستمع يكون للطرف الأول نية التأثير في الثاني الهدف منه إيصال رسالة معينة .

3 . الإشـــــهار

تجدُرُ الإشارةُ إلى وُجُودِ اختلافٍ بين المشرِقِ العربي أين يستخدمون كلمةِ "إعلان"، و المغرِبِ العربي الذي يستخدِمُ كلِمةَ "إشهار"، وبين الكلِمتين –إشهار وإعلان–يجِدُ الباحِثُ نفسهُ مُستخدِماً للكلِمتينِ في مقامٍ

[1]– بلقاسم دفة ، إستلراتجية الخطاب الإشهاري " دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية ،قسم اللغة العربية وأدابها ، باتنة ، 2013 ، عدد 10 ،ص 495 .

[2]. بلقاسم دفة ، نفس المرجع ، ص 496 .

[3]. بلقاسم دفة ، مرجع سبق ذكره ، ص 505 .

[4] . بلقاسم دفة نفس المرجع ، ص 505 .

واحِد، وقد ارتأيتُ في هذِهِ المُذكِّرةِ استخدامَ كلِمةِ "إشهار" و"إعلان" بحُكمِ أنّهُما يُؤدّيانِ نفس المعنى في دِراستي.

الإشهار :

– **لـــغة:** المجاهرة بالشيء ؛ وظهور الشيء في شنعه . [1]

– **اصطلاحا:** هو وسيلة الإتصال غير الشخصي ، من خلال وسائل الإتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا معينا لإيصال معلومات معينة إلى فئات معينة من المستهلكين ، بحيث يفصح المعلن عن شخصيته .[2]

التعريف الإجرائي : هو وسيلة للتعريف بالمنتج يستهدف تغيير سلوك ما أو تعزيز قيم ما عير وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة أو المكتوبة أو المرئية متحركة أو ثابتة .

4 . التليفزيون:

لغة :إن التليفزيون télévision من الناحية لغوية كلمة مركبة من مقطعين " télé" معناه عن بعد و vision التي تعني الرؤية أي بمعنى الرؤية عن بعد .[3]

اصطلاحا : التليفزيون مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة من المصالح الإدارية والتقنية التي تتضمن بث الحصص والبرامج الإعلامية المصورة بواسطة الكهرباء عن بعد وبواسطة استعمال التقنيات والبرمجيات الحديثة . [4]

التعريف الإجرائي : هو وسيلة إعلامية يتم من خلالها نقل وبث الحصص والبرامج وعرضها للجمهور عن بعد.

الـدراسـات الـسـابـقـة

تمثل الدراسات السابقة منطلقات نظرية لكل دراسة أو بحث علمي توجه الباحث وتفيده في مساره العلمي وكذا في تسهيل تشخيصه لمتغيراته الدراسية، وتمكنه أيضا من ضبط اشكاليته وتساؤلاته، وحتى تدعيم نتائجه وعليه فقد تم الاعتماد على دراسات مشابهة لدراستنا من حيث الموضوع الذي تناولناه (أساليب الحجاج في الخطاب الاشهاري التلفزيوني) ومن حيث المقاربة كذلك (التحليل السيميولوجي)، وأخرى

---

[1] مجد الدين بن يعقوب الفيوزابادي ، قاموس المحيط ،مؤسسة الرسالة للنشر و الطباعة ،بيروت ،ط8 ، 2005 ،ص 421 .

[2] محمد جودت ناصر الدعاية و الإعلان والعلاقات العامة ،دار مجدلاوي ، الأردن،ط1، 1998 ، ص 102 .

[3] فضيل ديليو تاريخ مسائل الاتصال دار أقطاب الفكر ، قسنطينة ،ط3 ، 2007 ، ص 118.

[4] مراد زغيمي ، مؤسسات التنشئة الاجتماعية ، منشورات جامعة باجي مختار ، عنابة ، ص 117.

ساهمت في تزويد البحث بأهم المصادر والمراجع الحديثة وغيرها... وعليه فأهم البحوث والدراسات المعتمد عليها تتمثل في الآتي :

الدراسة الأولى :

إشكالية الدراسة كانت كالأتي : ما هو البناء الدلالي والثقافي الذي يميز الإشهار في التلفزيوني الجزائري في ظل التراث الثقافي والاتصالي للمجتمع الجزائري وفي كل المعطيات الاقتصادية الجديدة التي يعرفها العالم ؟.

أ-**نوع المقاربة المستعملة:** التحليل السيميولوجي مقاربة " رولان بارث ".

. أهم نتائج الدراسة :

1- إن أغلبية الرسائل الاشهارية كانت تركز على ابراز مزايا السلعة وفوائدها فقد تم الاتجاه نحو استخدام نموذج الرسائل التفسيرية وكذا أسلوب الفكاهة أو الرسالة الخفيفة.

2- الصور الموظفة لم تكن تنطوي على أساليب أو قواعد تعبيرية.

3- استخدام عشوائي للألوان وغير مدروس سواء من حيث نوعية اللونية أو من خلال الارتباط السيكولوجي وكذا السوسيوثقافي.

4- إن طبيعة البناء السردي في الإشهار التلفزيوني الجزائري غير واضح، وبالتالي فهو لا ينطوي على أية إستراتيجية روائية.

5 -إن بناء الفكرة في الإشهارالتلفزيوني الجزائري يخضع لأسس نفسية في غالب الأحيان.[1]

ـ أوجه الاختلاف و التشابه بين دراستي و دراسة فايزة يخلف :

تهتم دراستنا في الاهتمام بالجانب الحجاجي في الخطاب الإشهاري في القنوات الخاصة بينما دراسة فايزة يخلف بدراسة خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الانفتاح الاقتصادي في العالم ، أما أوجه التشابه فإن كلا الدراستين يستعملان منهج التحليل السيميولوجي مع إستخدام مقاربة" رولان بارث ".

الدراسة الثانية :

إشكالية الدراسة فهي : ما هي الأنماط الرسائل الإشهارية التي تقدمها القنوات التليفزيونية الخاصة خلال الفترة الممتدة مابين جوان 2015 إلى أفريل 2016 وفيما تكمن أبعادها الدلالية ؟ .

تم الإعتماد على مقاربة " رولان بارث "

---

[1]. فايزة يخلف خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي " دراسة تحليلية سيميولوجية ابنية الرسالة الإشهارية " ،مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه ، في علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر ، 2004 -2005 .

أهم نتائج الدراسة :

. تعدد الومضات الإشهارية في تصميمها على تجسيد مجموعة من الأفكار والتقنيات من أجل الوصول إلى الهدف الذي تطمح المؤسسة القائمة بالإشهار إلى تحقيقه .

. اتضح لنا من خلال عملية التحليل السيميلوجي للومضات الإشهاريةأن وضوح المعنى الإشهاري يتحقق من خلال تكامل النظامين البصري والألسني

. ارتبطت البلاغة في الومضات الإشهارية بعدة جوانب ليس اللغوي منها فقط وإنما تعدى إلى الموسيقى ؛الألوان ؛الديكور ؛الإضاءة وحركة الكاميرا وزوايا الالتقاط التي إعتمد عليها المخرج في إعداد الومضة في شكلها النهائي

. محاولة مصمم الومضة الإشهارية عينة الدراسة ؛ تجسيد التمثيلات الأيقونية في شكل عناصر دلالية ذات أبعاد استفهامية وهدا ماساهم في تعزيز الجانب الوظيفي والديناميكي للعلامات البصرية الأخرى.[1]

أوجه الاختلاف و التشابه مع دراستي :

تعتبر دراستي تهتم بجانب الأساليب الحجاجية في الخطاب الإشهاري في التلفزيون الجزائري ، أما الدراسة الأخرى فهي تهتم بدراسة أنماط الإشهار في التلفزيون الجزائري كما أن كلا الدراستين يهتمان بدراسة الإشهار الجزائري التلفزيوني في القنوات الخاصة .

[1] أنماط الإشهار في القنوات التلفزيونية الخاصة" دراسة تحليلية لعينة من الومضات الإشهارية المبثة في قناتي الشروق و الخبر في الفترة الممتدة من 2015 – 2016 ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص سمعي بصري .

الفصل الأول:

الحجاج في الخطاب الاشهاري

المبحث الأول : مفهوم الخطاب الإشهاري و خصائصه

سنحاول في بداية الأمر تعريف الخطاب و الإشهار

ماهية الخطاب

لغة :

خطب الخطب الشأن أو الأمر صغر أو عظم ؛وقيل هو سبب الأمر يقال ما خطبك ؟أي ما أمرك وقيل خطب جليل وخطب يسير والخطب :الأمر الذي تقع فيه المخاطبة و الشأن و الحال ، ومنهم قولهم جل الخطب أي عظم الأمر والشأن ،وفي حديث عمر وقد أفطروا في يوم غيم من رمضان؛ فقال الخطب يسير وفي التنزيل العزيز {قال فما خطبكم أيها المرسلون } وجمعه خطوب .

مصدر خاطب : المواجهة بالكلام و يقابلها الجواب ، الرسالة والخطابة مصدر خطب : عمل الخطيب وحرفته والخطب مصدر خطب ،استعمال الحال والشأن الأمر الشديد بكثرة فيه التخاطب ، وغلبة استعمال للأمر العظيم المكروه ؛خطوب الخطبة: مصدر خطب ما يخطب به الكلام. [1]

الخطاب من خطب يقال خاطبه يخاطبه خطابا وهو الكلام بين اثنين وجاء في اللسان و الخطاب و المخاطبة ، مراجع الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا وهما يتخاطبان و قال" الزمخشري" إن الخطاب هو المواجهة بالكلام ، فالخطاب في العربية يعني المكالمة أو الحديث أو اللغة المستخدمة بين اثنين أي لغة التفاعل و المخاطبة مفاعله من الخطاب و المشاورة وهو عند الخليل مراجعة الكلام .[2]

---

[1] – ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم ، لسان العرب ، دار صادر بيروت ،ط 1 ، 1997 ، مجلد 2 مادة خطب ، ص 5 .

[2] – محمد عكاشة ، لغة الخطاب السياسي "دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال ، دار نشر للجامعات ،مصر ،ط1 ، 2005 ، ص 34.

يقوم مفهوم الخطاب في اللغة سواء العربية أو الأجنبية على التلفظ أو القول بين طرفين أحدهما مخاطب و الثاني مخاطب وقد يتحاوران في شكل حديث حر، فيقال حينئذ إنهما يتخاطبان فيفهم أحدهما الأخر عن طريق البنية وفصل الخطاب .[1]

أما كلمة الخطاب فق وردة في كتاب الله بصيغة المصدر والفعل : فالفعل جاء في قوله تعالى في ثلاث مواضع قوله الحق {{ فقال أكفلنها وعزني في الخطاب }} وقوله أيضا :{{ وشددنا ملكه وأثبتناه الحكمة وفصل الخطاب }} وقوله تعالى {{ رب السماوات والأرض و ما بينهما الرحمان لا يملكون منه خطابا }} .[2]

ب ـ اصطلاحا:

الخطاب مرتبط أساسا حسب الباحثين بميشيل فوكو {1926 .1948} الذي يستخدمه لوصف الكيفية التي تعمل بها الأنسقة في الثقافة الإيديولوجية واللغة والمجتمع؛ وكيف تعكس هذه الممارسة السلطة وتحافظ عليها

وعند علماء الاجتماع الخطاب نسق محدد من المعرفة ؛يحافظ على الممارسات التي تحدد عنده بواسطة فرد مشترك ؛و وظيفتها غلق أي إمكانية لرسائل مردودة إلى ألفاظ تستخدم لوصف الأشياء ؛ ومثال ذلك دفاع المحامية و التصنيفات العلمية ؛وأنماط الطقوس الدينية

أما النظرية الأدبية فدراسة الخطاب هي وسيلة لدراسة العمل الإبداعي في ضوء منظومة عقلية خاصة بالتراث الإجتماعي، ومعنى هذه الأعمال الإبداعية في داخل المجتمعاتمثال" أوديسا هوميروس " لا تفهم في إطار الصورة الخيالية أو الحكي أو خصائص الشعرية وحدها ولكن في إطار الفروض الكافية في عقل هوميروس كما كتبها

[1] – عبد الرحمان حجازي ، الخطاب السياسي في الشعر الفاطمي ، دراسة أسلوبية ، مجلس أعلى للثقافة ، القاهرة ، ط1 ، 2005 ، ص 19 .

[2] –عبد الهادي بن ظافري الشهري ، إستراتجيات الخطاب ، دار الكتاب الجديد ، ط1 ، 2003 ، ص3 .

كما يتحدد الخطاب موضوعه الأساس من اللسانيات ؛ إذ يرتبط في عمومه بمفاهيمها ومناهجها و يقوم أسلوبه على موظوعيتها في معالجة اللغة البشرية و ابتعادها عن الأحكام الذاتية و المسبقة.[1]

ومن المفكرين من يضعون الخطاب في تضاد مع الإيديولوجية فيقول "روجر فاولر" على سبيل المثال الخطاب كلام أو كتابة ينظر إليه من منظور المعتقدات و القيم والمقولات التي يجسدها ، فهذه المعتقدات و القيم تمثل طريقة للنظر إلى الكون تنظيم للتجربة أو عرضها ،الإيديولوجيا . بالمعنى المحايد غير الازدرائي و أنماط الخطاب نحيل مختلف صور عرض التجربة رموز أو مصدر صور العرض هذه هو السياق الصريح الذي يرد الخطاب ضمنه.[2]

فالخطاب سلسلة من الملفوظات التي يمكن تحليلها باعتبارها وحدات أعلى من الجملة، تكون خاضعة لنظام يضبط العلاقات بين الجمل ،أي العلاقات السياقية و النصية وذلك عن طريق تحديد النظام المعجمي الدلالي أو التركيبي والدلالي للنص أو سلسلة العلاقات المنطقية الإستعادية التي تتجلى في الشفرة التي تربط ببرهان لغوي يقوم بين عدة أطراف ضمن ظروف محددة .[3]

أنواع الخطاب:

للخطاب مجموعة من الأنواع هي :

1. الخطاب القرآني:

أن الخطاب القرآني إلهي ؛متفرد عن غيره من الخطابات في كل مستوياته الصوتية و المعجمية و الإيقاعية و التداولية ؛أصواته منسجمة متماسكة ألفاظ واحدة وإيقاعاته مطلقة ، وأهم ما يميز الخطاب القرآني هو مرجعيته فالله سبحانه وتعالى هو المرسل و القرآن كلمة الله على رسوله صلى الله عليه وسلم ؛فهو كلمته التي تحمل كل صفاته ، على خلاف الأنواع الأخرى من الخطابات التي تفرض بعض

[1]–هبة خياري ، خصائص الخطاب اللساني ، دار الوسام العربي للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2011 ،ص 32 .
[2]– سارة ميلز – ترجمة عبد الوهاب علوب ، الخطاب ، المركز القومي للترجمة ، ط1 ، القاهرة ، ص 17 .
[3]––صالح بلعيد ، دروس في اللسانيات التطبيقية ، دار هومة للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2009 ، ص 199 .

النظريات المعاصرة صوت بمجرد الانتهاء من إنجاز عمله وخروج عمله إلى النور وتسلمه من قبل المتلقين .[1]

2. الخطاب الإيصال {النفعي }:

إن عملية الإيصال لا تكون إلا بوجود الأقسام الثلاثة {المرسل و المرسل إليه والمتلقي }؛و الخطاب الإيصال{{ يقوم على لغة نفعية استهلاكية مباشرة ، وهذا طبيعي مادام الإيصال هو غايتها و مادام الخبر والإفهام عبر الرسالة المنقولة هو هدفها ، لذا فإن المرسل يقول فيها لغته المكتسبة طبيعيا ويخضع عفويا دون تكلف أو إعمال للذهن إلى فضاء المكونات القاعدية المتعارف عليها صوتا أو تركيبا أو صرفا أو معنى ودلالة ، وهو في التزامه هذا يعبر عليها عن خضوعه إلى فضاء الاتفاق الحاصل مع المرسل إليه ، ولقد ذهبت بعض الدراسات الحديثة إلى فضاء الاتفاق الحاصل مع المرسل تحت اسم النفعية أو التداولية وهذه الدراسات كما يقول" فرنسوا أرمينقو" تدرس اللغة ظاهرة استدلالية و ايصالية و اجتماعية في الوقت نفسه .[2]

3. الخطاب الإبداعي :

يقوم الخطاب الشعري الإبداعي على ستة عناصر كما حددها " جاكبسون " تغطي كافة وظائف اللغة بما فيها الوظيفة الأدبية ، فلقد وجد أن السمة الأساسية التي من أجلها وجد النص هي الاتصال هذا ويأخذ النص سماته الخاصة من خلال تدرج وظائف عناصر الاتصال التي فصلها جاكبسون في نظرية الاتصال، وهي {{ المرسل والمرسل إليه و الرسالة والقناة والسياق والشفرة}} .[3]

4 . الخطاب الإعلامي :

إن أهم مدخل سيم الخطاب الإعلامي اعتباره مجموعة معلومات متجددة تضمن حركية الاتصال المستمر ، وهو ما يجعلنا نميز في الخطاب الإعلامي بين مقولتين أساسيتين الجديدة التي يعتقدها

---

[1]–أوكان عمر ، اللغة والخطاب ، ترجمة خور رشيد و آخرون ، دار المعارف الإسلامية ، مطبعة الشعب ، القاهرة ، ص 12

[2]–نفس المرجع ، نفس الصفحة .

[3]–أوكان عمر،المرجع سبق ذكره، ص 13 .

الصحافي ولا يعرفها المتلقي ، و المعلومات الجديدة التي يعتقدها الصحافي ويعرفها المتلقي إما لأنها محققة فيزيائيا في السياق المشترك أم لأنها مشار إليها ضمن نص خبري محدد ؛ و المقولتان الأصليتان في الخبر تتجددان بالطابع اللغوي .[1]

5. الخطاب الإشهاري :

يمثل الخطاب الإشهاري نوعا من أنواع الخطاب بعامة لاتصاله بالحياة الإنسانية بشكل مباشر ؛فيؤسس للقيمة الاجتماعية و الأخلاقية و الحضارية ،ناهيك عن القيمة التجارية فهو وإن ارتبط ارتباطا وثيقا بالدعاية بمفهوم عام ،إلا انه يبطن في الممارسات اللغوية و الأيقونية قيمة ثقافية ذات سمة إيديولوجية غالبة تحاول أن ترسخ لدى المستقبلين .[2]

خصائص الخطاب :

ينطوي الخطاب على عدة خصائص تحدد بنيته وتميزه عن أشكال التعبير الأخرى ويتعلق الأمر بما يلي:

تواصلي :يهدف إلى توصيل المعلومات ومعارف ونقل تجارية إلى المتلقي

تفاعلي : على أن الوظيفة التفاعلية التي تقيم علاقات اجتماعية بين أفراد المجتمع و تحافظ عليه .[3]

والخطاب عند "محمد مفتاح "حدث بمعنى أنه مرتبط بزمان ومكان محدد وقع فيه وهو على خلاف الحدث التاريخي لا يمكن أن يعاد ويتميز الخطاب كذلك من منظور مفتاح . بالانغلاق أي له بداية ونهاية رغم تداوليته بمعنى أنه وليد أحداث تاريخية واجتماعية ولغوية وتتوالد منه أحداث أخرى، وما يتميز به الخطاب عما هو ليس بخطاب كون الخطاب يتسم بالاتساق و الانسجام و من يميزه هو متكلم اللغة المتخصص ، فهو بإمكانه عند تلقي مقطعا لغويا أن يحكم عليه بأمرين : أما أنه يعتبره وحدة كاملة

[1]–فايزة يخلف ، مناهج التحليل السميائي ، دار الخلدونية ، للنشر و التوزيع ، ط 1 ،2010 ، ص 118

[3]–حافظ إسماعيل علوي ، الحجاج " مفهومه مجالاته " دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديد ، جزء 4 ،عالم الكتب الحديث ،أربد –عمان ،2010، ص 286

[3]أنطوان مقدسي ، الحداثة والأدب ، مجلة الموقف الأدبي، العدد 9 ، دمشق ، ص 67 .

وبالتالي فهو خطاب ، وإما أنه جمل غير مترابطة مما يعني أنه ليس خطابا فوجود وسائل الاتساق أو غيابها تحدد خطابية المقطع أو عدميتها .[1]

أما في البحث النقدي فإن الخطاب هو "فعل النطق تقال وتصاغ في نظام ما يريد المتحدث قوله ، فهو كتلة نطقية لها طابع الفوضى وحرارة النفس ورغبة النطق بشيء ما ليس هو تماما الجملة ولا هو تماما النص بل هو فعل يريد أن يقال.[2]

1 تعريف الإشهار :

لغة :

ورد في لسان العرب مادة(شهر) بمعنى الشهرة: ظهور الشيء ظهور الشيء في شنعة حتى يشهره الناس ، وعن الجوهري: ظهور الشيءوالشهور العلماء والواحد شهر ويقال لفلان فضيلة أشهرها الناس .[3]

وجاء في المصباح المنير: «وشهرت الحديث شهرا أو شهرة ، أفشيه فاشتهر».[4]

أما القاموس المنجد في اللغة والإعلام والإعلان:

«إن الإشهار تقابله بالفرنسية Publicitéوهي مشتقة من كلمة شَهَر. شهرةً . شهر الشيء حتى ذكره وعرف به».[5]

اصطلاحا :

تعرف منى الحديدي الإشهار فتقول على مستوى اللغة العربية هناك تعبيران يستخدمان في مجال الحديث عن الإعلان، على مستوى المهن (الممارسة)وعلى مستوى الأكاديمي التعليميوالبحث، حيث في حين تستخدم كلمة الإشهار للتعبير عن المعنى نفسه في دول المغرب العربيكتونس والجزائر،

[1] عبد السلام المسدي ، الأسلوب و الأسلوبية ، الدار العربية للكتاب ، د ن ،ط 3 ،ص 11.

[2] –رابح بخوش ، الخطاب و الحطاب الأدبي و ثورته اللغوية . مجلة اللغة و الأدب ، العدد 12 ، 117 .

[3] ابن منظور ، مرجع سبق ذكره ، ص 487.

[4] –أحمد بن عمر بن علي المقري الفيومي ،المصباح المنير ،دار الكتب العلمية ، بيروت ،ط1،ص 326.

[5] –قاموس المنجد في اللغة والإعلام والإعلان ،دار الشروق ، بيروت –لبنان ،د ط ،ص406.

ويقابل ذلك في اللغة الفرنسية تعبير La Publicité وفي اللغة الانجليزية تعبير ،Advertising وفي اللغة الألمانية ، an zeige وفي اللغة الإيطالية .Publicita[1]

فيشير" محمود عساف " بأنه: يشمل مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر وإذاعة الرسائلالإعلانية المرئية والمسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع أو خدمات، أو من أجل التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عليها.التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عليها.[2]

ويعرفه أحد الباحثين بقوله « الإشهار فن إعلامي يستند على مؤشرات مرئية مثل العناوين فيالكتابة ومضامينها وأنواع الطباعة والصورة {...} من خلاله يمكن تأسيس تعار يف وعلاقة بينالمخاطب والمتلقي أو بين المنتج والمستهلك فهدفه –أولا وقبل كل شيء– تبليغ الخطاب، لذلكيتوخى أن تكون أفكاره واضحة وصادقة، يستعمل وسائل تبليغ متنوعة ومتناسقة يسخرها كلها فيتحقيق هدف محدد .[3]

وفي مجال التسويق، يعرفه عبد السلام أبو قحف « :شكل من أشكال الاتصال الغير الشخصي مدفوع القيمة، لإرسال فكرة أو معلومة، ترتبط بسلعة أو خدمة، وذلك بواسطة شخص محدد أو منظمة .[4]».

–انواع الاشهار:

هناك العديد من التقسيمات التي يمكن استخدامها لتصنيف الإشهار إلى أنواع وأشكال مختلفة ، والواقع أن نوع الإشهار يؤدي إلى تحديد خصائص الإشهار ذاته، فكل نوع له خصائصه وسماته المحددة:

أولا: تقسيم الإشهار وفقا للجمهور المستهدف :

ونميز في هذا التقسيم نوع الإشهار من خلال نوع المستهلك الذي يوجه إليه :

---

[1]–منى الحديدي ، الإعلان ، الدار المصرية اللبنانية ،مصر ، ط 1 ، 1999 ، ص 15 .

[2]فضيل ديليوإتصال المؤسسة ،دار الفجر للنشر و التوزيع ،النزهة الجديدة، القاهرة ،ط1 ،2003 ، ص 22 .

[3]–جمال مباركي ومحمد عبد الهادي ،سيميائية الصورة الإشهارية ، الملتقى الدولي السادس و النص الأدبي ، قسم الأدب و اللغة العربية ، جامعة مجمد خيضر ، بسكرة ص 589 .

[4]–عبد السلام أبو قحف ، محاضرات في هندسة الإعلان ، ديوان المطبوعات الجامعية ، لبنان ، 1995 ، ص 55 .

1 الإشهار الدولي أو العالمي :

حيث يغطي الإشهار أكثر من دولة واحدة، ويعتمد هذا النوع من الإشهارات على العلامة التجارية ، التي تتعدى سمعتها الحدود الجغرافية للحدود الجغرافية للدولة المصنعة إلى دول أخرىتكون هذه الأخيرة أسواقا جديدة مفتوحة أمام المنتوج المسوق، ومثال ذلك مشروب **كوكاكولا**الذي احتل الريادة في عالم المشروبات وذلك بفضل تحديد الرسائل الإشهارية بشكل دوري في كلالعالم .

2-الإشهار القومي :

سيقوم هذا النوع منتجو السلع الاستهلاكية بغرض إقناع المستهلك بالمنافع التي تترتب عن استخدام سلعهم، ويمس هذا الإشهار جل الحدود الجغرافية لبلد معين دون استثناء منطقة. ويعالمعلنون في نجاح هذا الإشهار على استخدام الوسائل ذات التغطية القومية مثل الجرائد الوطنية،وقنوات الإذاعة والتلفزيون الوطنيين. ويتميز بارتفاع نفقاته نظراً لاتساع رقعته، وعادة ما تحملالرسالة الإشهارية في هذا النوع عبارة " **اشتري علامتنا** "بالإضافة إلى عنصر التكرار الذي يركزعليه بوجه خاص في هذا النوع من الإشهارات[1].

إشهار التجزئة:

يهدف هذا النوع من الإشهارات إلى دفع الزبائن إلى متجر تجزئة محدد؛ حيث يوجه هذا النوعمن المستهلكين دون وسطاء في عملية البيع، وتحمل الرسالة الإشهارية عادة " **اشتري العلامة من محلاتنا** " فإشهار التجزئة ، إذن هو ذلك الذي يدفع إلى جذب وتوجيه الأشخاص
المستهلكين لشراء من محل معين بصرف التركيز على العلامة التجارية التي يقوم الفرد بشرائها،والمهم هنا هو إشارة عملية الشراء التي عادة ما يتكفل ا بائع التجزئة.

4-الإشهار المحلي:

هو الإشهار الذي يستهدف الأشخاص في نطاق جغرافي محدود داخل المجتمع، لترويج سلع وخدمات معروضة في السوق، أو الإشهارات الخاصة بمحلات تنظيف الملابس[2].

ثانيا: تقسيم الإشهار على أساس الهدف

[1] إسماعيل السيد ، الإعلان ، الدار الجامعية ، مصر، دط ، 2001 ،2002 ، ص 187 .

[2] عاطف عدلي العبد ، الاتصال و الرأي العام ،دار الفكر العربي ، مصر ،د ط ، 1993 ، ص 29 .

1 - الإشهار الأولي:

الهدف الأساسي من هذا النوع هو استمالة الطلب وزيادته على منتوج معين، بصرف النظر عن العلامات التجارية، كالإشهار الذي يحاول استمالة الطلب على شرب المياه الغازية بصفةعامة دون التركيز على علامة معينة، فالهدف من هذا الإشهار هو زياد الاستهلاك للمياه الغازيةبصفة عامة بغض النظر عن علامتها، وعادة ما يوضب هذا النوع في حالة المنتج الجديد فيالسوق.[1]

2-الإشهار التذكيري:

يتعلق الإشهار ألتذكيري بسلع أو خدمات في حالة تدهور المبيعات، لإيقاظ الولاء نحو العلامةالتجارية لدى بعض المستهلكين، والتغلب على عادة النسيان لديهم .[2]

3-الإشهار التعليمي:

يتعلق بتسويق السلعة الجديدة التي لم يسبق لها وجود في السوق من قبل أو السلع القديمة المعروفة، التي ظهرت لها استعمالات لم تكن معروفة من قبل المستهلك، ووظيفة هذا الإشهار هيتعليم المستهلك المرتقب كيفية الانتفاع بالسلعة.[3]

4-الإشهار التنافسي:

يشترط الإشهار التنافسي أن يكون عن سلع أو خدمات تنافسية في السوق، بمعنى أن تكون متكافئة من حيث الخصائص وظروف الاستعمالويعتمد نجاحه على ما ينفقه المعلنون عليه منأموال.

5-الإشهار الدفاعي:

يهدف هذا النوع من الإشهار إلى مقاومة أو تخفيض آثار الإشهار المنافس، ولا يهدف دائما إلى زيادة المبيعات، بل يهدف إلى المحافظة على حجم المبيعات والحصة الحالية في السوق

6-الإشهار المقارن :

في هذا النوع، يقوم المعلن بالمقارنة في العلاقة ما بين المنتوج الذي يقدمه والمنتوجات الأخربالمنافسة به في السوق، وذلك على أساس واحد أو أكثر من جوانب المنتوج. ويشترط في الإشهار

---

[1]-محمد منير حجاب ،المعجم الإعلامي ، دار الفجر للتوزيع ، مصر ، 2004 ، ص 350 .

[2]محمد منير حجاب . المعجم الإعلامي ، دار الفجر للتوزيع و النشر ، مصر ، 2004 ، ص 350 .

[3]محمد منير حجاب . المعجم الإعلامي ، دار الفجر للتوزيع و النشر ، مصر ، 2004 ، ص 350 .

المقارن أن لا يتعرض لمنتجات المنافسين إلا من خلال الحقائق التي يمكن له أن يقوم بإثبات ، أماستخدامه لبعض الادعاءات غير الحقيقية، تعرضه للغرامة المالية والتعويض، وأحيانا للسجن.[1]

رابعا: تقسيم الإشهار حسب نوع الرسالة الاشهارية

1-الإشهار التجاري:الذي يقوم بالدعوة عبر قنوات الاتصال إلى منتوج معين يرتبطبمنتج أو نوع أو شركة.

2-الإشهار السياسي: يقوم بالدعوة عبر قنوات الاتصال إلى منتوج معين أو قضية منالقضايا السياسية.

3 – الإشهار الاجتماعي: يعمل فيه على تقديم خدمة عامة للمجتمع كالإعلان عن مواعيد تلقيح الأطفال ، أو إسداء نصائح للفلاحين أو الدعوى إلى الوقاية و الحذر من أمراض معينة .[2]

[1]إسماعيل السيد ، مرجع سابق ، ص199.

[2]-جمال مباركي ، مرجع سابق ذكره ، ص 589.

المبحث الثاني : أنواع الرسائل الإشهارية التلفزيونية.

الإشهار الإرشادي :

يهدف هذا النوع إلى تزويد الجمهور بمعلومات تفصيلية عن مكان اقتناء السلعة ، وكيفية استخدامها و الانتفاع بمزاياها وربما اتجه هذا النوع وجهة تعليمية تقوم على تلقين الفائدة العملية للسلعة .

. الإشهار الإعلامي :

إن الهدف الحقيقي لهذا النوع يتمثل في إقامة علاقة بين المنتج والمستهلك من خلال تصحيح خطأ شائع عن سلعة معينة يتم تداولها في السوق .

. إشهار الأعمال :يخص فئة معينة من الجمهور هم الوسطاء التجاريون و أرباب العمل و المنتفعون بالسلعة بشكل رئيسي .

. الإشهار البريدي :يعتمد مروجو السلع في كثير من الأحيان الرسالة البريدية لإيصال المعلومات مهمة عن سلعهم إلى الزبائن ، فيكون هؤلاء على تماس مباشر مع الهدف موضوع الإشهار ، من مثل ما تقوم به الكثير من محلات البيع و المطاعم الفخمة و بنوك التعمير و السلف .

. إشهار التجزئة :يسعى هذا النوع إلى استمالة الزبون لاقتناء العلامة من نقطة بيع معينة بالرغم من وجودها في نقاط أخرى ، قد تخضع لنفس الرقابة الإدارية و لكن التنافس بين الفروع التجارية يستدعي الإفادة من هذا الأسلوب في إغواء المشتري .

الإشهار الدفاعي :

يظهر هذا النوع حين يتوالى إشهاران على الوسط الإعلامي نفسه وفي فترة زمنية متقاربة جدا ، يعمل فيها الإشهار الثاني على تحجيم الأثر الإشهاري للسلعة الأولى ، وليس هدف هذا النوع زيادة المبيعات بقدر حماية وجودها و تداوله في السوق .

. الإشهار الدولي :

غايته الترويج للسلعة و العلامات خارج الموطن الأصلي لها ، و يتخذ هذا الضرب وسائط عديدة أكثر انسجاما مع طبيعة الجمهور و الثقافية والنفسية والدينية و الإيديولوجية ، و القائمون على تصميم الإشهار الدولي يتوافرون على معرفة موسوعية تتعلق بأفق انتظار مخالف تماما لأفق انتظار أبناء موطن العلامة.

. الإشهار السياحي :

هدف الإشهار السياحي توجيه السائح إلى سلوك سياحي معين مؤطر ثقافيا و اجتماعيا ونفسيا بمنطلقات حضارية عامة ، لصاحب السياحة أو الساهر على تنظيمها من خلال الخدمات الإنتفاعية المبرمجة في رحلة معينة .[1]

[1]–بلقاسم دفة ، نفس المرجع ، ص510 .

المبحث الثالث : الحجاج مفهومه وخصائصه

أ . الحجاج مفهومه :

. لغة :يقول " ابن منضور" في لسان العرب الحج القصد حج إلينا أي قدم ، وحجه يحجه حجا أي قصدا ، ويورد ابن فارس المعنى نفسه إذ يقول كل قصد حج ثم اختص بهذا الاسم القصد إلى البيت الحرام للنسك .

ويأتي الحج بمعنى البرهان و الاستدلال لدحض حجة الخصم ، يقول" ابن منضور" : يقال حاججه أحاجه حجاجا ؛ ومحاجته حتى حججته أي غلبته بالحجة التي أدليت بها ، و الحجة البرهان و قيل الحجة ما دفع به الخصم و هو رجل محاجج أي جدل وحاجه محاجة وحجاجا أي نازعه الحجة وحجه يحجه غلبه على حجته .[1]

حد الحجاج أنه كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراضعليها . 2

أما في المعجم الوسيط فلم يكن بعيدا عما جاء في لسان العرب فقد ورد في لسان العرب معنى الحجاج بأنه الحجة الدليل و البرهان ، فيقال حاجه فحجه وغلبه بالحجة و المحاجج الذي يكثر الجدل . 3

تدور معاني الجذر اللغوي لكلمة الحجاج " ح ج ج "المجادلة بسبب خلاف الوجهة أو الرأي أو المشابهة ومنه الدليل على الرأي المرغوب إثباته ، وهذا ما نجده وارد في بعض المعاجم العربية ، فمنها من أورد معنى الحجاج غلبة بالحجة أو حاجه محاجة ، وحجاجا جادله و احتج عليه أقام عليه الحجة و عارضه مستنكرا فعله وتحاجوا تجادلوا و الحجة الدليل و البرهان .[2]

وما يزيد هذا المعنى قوة مأتى به" ابن منضور" في لسان العرب ؛فالحجة ما دفع به الخصم ورجل محاجج أي جدل و التحاج و التخاصم و احتج بالشيء اتخذه حجة ، هذا ما يظهر أن الذي يدعي صحة رأيه على إثبات ذلك وقد ورد لفظ الحجاج في عدة آيات من القران الكريم منها قوله تعالى

---

[1] يلقاسم دفة ، مرجع سابق الذكر ، ص 495.

[2] –عباس حشاني ، مصطلح الحجاج بواعثه و تقانياته ، قسم الأدب و اللغة العربية ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، مجلة المخبر ، عدد 9 ،2013 ،ص 268.

"هاأنتم هؤلاء حاججتم فيما لكم به علم فلم تحاجون فيما ليس لكم به علم و الله يعلم وأنتم لا تعلمون "

"وحاجه قومه قال أتحاجوني في الله و قد هدان ولا أخاف ما تشركون به إلا أن يشاء ربي شيئا وسع ربي كل شيء علما أفلا تتذكرون "

"و الذين يحاجون في الله من بعد ما أستجيب له حجتهم داحضة عند ربهم وعليهم غضب ولهم عذاب شديد "[1]

ب . اصطلاحا :

يقدم" برلمان" تعريف للحجاج بجعله جملة من الأساليب تضطلع في الخطاب وبضيفة ،هي حمل المتلقي على الإقناع بما نعرضه عليه أو الزيادة في حجم هذا الإقناع ، معتبرا أن غاية الحجاج الأساسية إنما هي الفعل في المتلقي على نحو يدفعه إلى العمل أو يهيئه للقيام بالعمل على هذا النحو ، يتبين أن المؤلف " "برلمان" و" نتيكاه" الموسم بمصنف في الحجاج إنما ينزل الحجاج في صميم التفاعل بين الخطيب وجمهوره وصله هذا العمل بالخطابة الأرسطية الواضحة[2]

غاية كل حجاج أن يجعل العقول تذعن لما يطرح عليها أو يزيد في درجة ذلك الإذعان فأنجح الحجاج ما وفق في جعل وحدة الإذعان تقوي درجتها لدى السامعين بشكل يبعثهم على العمل المطلوب "إنجازه أو الإمساك عنه " ، أو هو ما وفق على الأقل في جعل السامعين مهيئين لذلك العمل في اللحظة المناسبة.[3]

ويقدم محمد الوالي تعريفا له يورد فيه : أنه يقصد إلى دعم رأي ما بواسطة الدفاع عنه و التنفيذ لما قد يكون رأيا معارضا له ، و هدا يعني أن الحجاج هو دوما التوجه نحو شخص أو جهة لأجل الإقناع و تعديل موقفه أو تثبيته .[4]

---

[1] عباس حشاني ، مرجع سبق ذكره ، ص 268.

سامية الدريدي ، الحجاج في الشعر العربي "بنيته وأساليبه "، عالم الكتب الحديث ، الأردن ، ط2 ،2011، ص 21-22 .[2]

-عبد الله صولة ، نظرية في الحجاج "دراسات و تطبيقات ، دار الجنوب للنشر و التوزيع ، ط1، 2011، تونس ،[3] ص13،

-محمد الوالي ، الاستعارة في محطات يونانية و غربية وعربية ،منشورات دار الأمان ، الرباط -المغرب ، ط 1 ، 2005 ،[4] ص19.

ب . التقنيات التوجيهية للحجاج :

الحجاجية المنطقية التي تعتمد بنى المنطق :

تستمد الحجج شبه المنطقية قوتها الإقناعية من مشابهتها للطرائق التشكيلية و المنطقية و الرياضية في البرهنة لكن هي تشبهها فحسب ، وليس هي إياها إذن في هذه الحجج شبه المنطقية ما يثير الاعتراض فوجب من أجل ذلك تدقيقها ، بأن يبذل في بناء استدلالها جهد غير شكلي محض ولكن رغم ذلك تبقى الحجج شبه المنطقية تعتمد البنى المنطقية مثل التناقض و التماثل التام أو الجزئي، ومثل قانون التعددية كما تعتمد الحجج شبه المنطقية العلاقات الرياضية مثلعلاقة الجزءبالكل وعلاقة الأصغر بالأكبر و علاقة تواتر وغيرها .[1]

هذا الصنف من الحجج قد يتخذ شكلا أخر في الاستعمال يقوم على المقابلة بين مبدأ أو فكرة و نتائجها العملية ، يقول في ذلك "ليونالبلنجي ": يوجد استعمال أخر لهذا المعين يتمثل في المقابلة بين مبدأ ونتائج تطبيقية ، أي أن المتكلم متى أراد دفع مبدأ معين أنشأ مفارقة بينه وبين نتائجه السلبية إن طبق و أضحى واقعا فأكد بذلك بأنه لم يجانب الصواب حين رفضه . [2]

الحجج المؤسسة على بنية الواقع :

لا يعمد هذا الصنف من الحجج على المنطق و إنما يتأسس على التجربة و على علاقات حاضرة بين الأشياء المكونة للعالم ، هنا ما عدا افتراضيا و تضمينيا بل أصبح تفسيرا وتوضيحا تفسيرا للأحداث و الوقائع و توضيحا للعلاقات الرابطة بين عناصر الواقع و أشيائه ، فالمتكلم من اعتمد على هذا الصنف من الحجج فإنما يذهب في الواقع إلى أن الأطروحة التي يعرضها تبدو أكثر إقناعا كلما اعتمد أكثر على تفسير الواقع و الأحداث ، و أن الخطاب الحجاجي يكون أنجع و أقدر على الفعل في المتلقي و التأثير فيه كلما

انغرست مراجعه في الواقع و تنزلت عناصره فيما حدث وما يحدث و الواقع أن الحجج المؤسس على الواقع كثيرة .[2]

---

[1] عبد الله صولة ،نفس المرجع السابق ،ص42.

[2] –سامية الدردي،مرجع سبق ذكره ،ص194.

الحجج المؤسس لبنية الواقع :

إن المحاججة بواسطة المثل تقتضي وجود بعض الخلافات في شأن القاعدة الخاصة التي جيء بالمثل لدعمها و تكريسها يمكن لنا أن نضرب مثلا من عندنا يعتمد أرسطو عند الحديث عن المثل ، وقد يحصل أن ندعو غيرنا إلى الإقتداء بمثال معين نحن بدورنا في حاجة إلى الإقتداء به وهو ما ينشأ عنه في بعض الأحيان تبادل أطراف الكلام بين المتخاطبين .

إن الشرط في التمثيل وهو من الحجاج القائم على الترابط بين الأشياء ما كان لها أن تكون مترابطة بدأ أن يكون الموضوع و الحامل من ميدانين مختلفين أحدهما عن الأخر ، فإذا كانت العلاقتان أي العلاقة بين عنصري الموضوع من ناحية وبين عنصري الحامل من ناحية أخرى ، تنتميان إلى مجال واحد فتشملهما بنية واحدة لم تسم الظاهرة إذا تمثيلا وإنما تسمى استدلال بواسطة المثل أو الاستشهاد ، بحيث يكون الموضوع و الحامل هنا حالتين خاصتين يؤسسان القاعدة أو يدعمانها .[1]

[1] عبد الله صولة ،مرجع سبق ذكره،ص49.

المبحث الرابع : المقترب النظري للحجاج في الخطاب الإشهاري

أ . بواعث الحجاج

إن الخطاب ممارسة كلام بين طرفين أو أكثر لكن قد توجد هذه الممارسة لإقامة علاقة تخاطبية هذه العلاقة قد تكون لنقل قول أو الإخبار عن شيء ، وقد تنشأ لإقناع الطرف الأخر ويحمله على ما يتكلم به وهنا يكون للحطاب عدة مقاصد "قصد التوجه للأخر و قصد إفهامه مرادا مخصوصا ، من غير أن يسعى إلى جلب اعتقاد أو دفع انتقاد ولا يزيد من يقين أو ينقص من شك ، وإنما حقيقة الخطاب تكمن في أنه يضيف إلى القصدين التخاطبيين المذكورين قصدين معرفين هما " قصد الإدعاء" و " قصد الاعتراض " نراهما من بواعث الحجاج .[1]

وقصد الإدعاء يقتضي "أن المنطوق به لا يكون خطابا حقا ؛ حتى يحصل من الناطق صريح الاعتقاد لما يقول من نفسه ، وتمام الاستعداد لإقامة الدليل عليه عند الضرورة ذلك اسلأن الخلو عن الاعتقاد يجعل الناطق ، إما ناقلا لقول غيره فلا يلزمه اعتقاده وإما كاذبا في قوله فيكون عابثا باعتقاد غيره ولأن الخلو عن الاستعداد عن التدليل يجعل الناطق ، إما متحكما بقوله فلا يتوسل إلا بالسلطان و إما مؤمنا بقول غيره فلا يحتاج إلى برهان .[2]

ويمكن أن نجمل قانون السلم الحجاجي في ثلاثة هي :

1 . قانون النفي : إذا كان قول ما " أ " مستخدما من قبل متكلم ما ليخدم نتيجة معينة فإن نفيه (أي . أ) سيكون حجة لصالح النتيجة المضادة ، وبعبارة أخرى فإن كان "أ"ينتمي إلى الفئة الحجاجية المحددة بواسطة "ن " ، فإن "أ " ينتمي إلى الفئة الحجاجية المحددة بواسطة " لا . أ "ويمكن أن نمثل لهذا بالمثلين التاليين :

. زيد مجتهد ، لقد نجح في الامتحان .

. زيد ليس مجتهدا ، إنه لم ينجح في الامتحان.

---

[1] عباس حشاني ،مرجع سيق ذكره،ص278.

[2] نفس المرجع،ص279.

فإذا قبلنا الحجج الواردة في المثال الأول وجب أن نقبل كذلك الحجج الواردة في المثال الثاني .[1]

2 . قانون القلب : يرتبط هذا القانون أيضا بالنفي ويعد تتميما للقانون السابق ومفاد هذا القانون ؛ أن السلم الحجاجي للأقوال المنفي ، هو عكس سلم الأقوال الاثباتية أي إذا كان (أ) أقوى من (أ) بالقياس إلى نتيجة (ن) فإن (أ) أقوى من (أ) بالقياس إلى النتيجة (لا . ن) ويمكن توضيح هذت بالمثلين التاليين :

. حصل أحمد على شهادة الماجستير ، وحتى على الدكتوراه .

. لم يحصل أحمد على الدكتوراه ، بل لم يحصل حتى على شهادة الماجستير .

3 . قانون الخفض : يوضح قانون الخفض الفكرة التي ترى أن النفي اللغوي الوصفي يكون مساويا للعبارة ؛ فعندما نستعمل جمل من قبيل :

. الجو باردا .

. لم يحضر كثيرا من الأصدقاء إلى الحفل .

فنحن نستبعد التأويلات النى ترى أن البرد قارس وشديد ، أو أن الأصدقاء كلهم حضروا إلى الحفل وسيؤول القول الأول على شكل التالي :

. إذن لم يكن الجو باردا ، فهو دافئ أو حار .

. لم يحضر إلى قليل منهم إلى الحفل .[2]

ب ـالروابط والعوامل الحجاجية: لما كانت اللغة وضيفة حجاجية وكانت التسلسلات الخطابية محددة بواسطة بنية الأقوال اللغوية و بواسطة العناصر و المواد التي تم تشغيلها، فقد اشتملت اللغات الطبيعية على مؤشرات لغوية خاصة بالحجاج ، فاللغة العربية مثلا تشمل على عديد من الروابط و العوامل

[1] بلقاسم دفة ،رجع سبق ذكره ،ص503.

[2] بلقاسم دفة ،مرجع سبق ذكره ،504.

لحجاجية التي لا يمكن تعريفها إلا بالإحالة إلى قيمتها الحجاجية نذكر من هذه الأدوات :"بل ،إذن ، حتى لاسيما ، إذن، لأن ،بما أن ، مع ذلك ، ربما " .[1]

وينبغي أن نميز بين صنفين من المؤشرات و الأدوات الحجاجية الروابط الحجاجية والعوامل الحجاجية فالروابط ترتبط بين قولين أو بين حجتين على الأصح أو الأكثر، وتستند لكل قول دورا محددا داخل الإستراتجيةالحجاجية العامة ويمكن التمثيل للروابط بالأدوات التالية :"بل – لكن – حتى– بما أن – لأن لاسيما " ، أما العوامل الحجاجية فهي لا تربط بين متغيرات حجاجية أي بين حجة ونتيجة أو بين مجموعة الحجج ولا كنها تقوم بحصر[2] وتقييد الإمكانيات الحجاجية ، التي تكون لقول ما و نظم مقولة العوامل و الأدوات من قبيل " ربما ؛تقريبا ؛كثيرا ما "وجل أدوات القصر .

إن وجود جهاز حجاجي لا يحمض للحكم العجول على الشكل الخاص الذي سيتخذه حجاج ما في نص من النصوص ، إن الحجاج يرتبط بمقام التواصل الذي يتنزل فيه الفاعل المحاجج ، وتبعا لذلك المقام و المشروع الكلامي للفاعل سيقع تسخير مكونات الجهاز ، إن العناصر المقامية التي تساهم في تشكيل حجاج ما هي ذات نسقين حسب ما نعتبره مقام التبادل أو عقد الكلام .[3]

التمثيل الحجاجي : طريقة حجاجية تعلو قيمتها على مفهوم المشابهة المستهلك حيث لا يرتبط التمثيل بالعلاقة المشابهة ، و إنما يرتبط بتشابه العلاقة بين أشياء ما كان لها أن تكون مترابطة ، ومن ثم أعتبر عاملا أساسيا في عملية الإبداع يستعمل في الحجاج ، فهو قريب من الحجاج المقارن دون أن تكون له علاقة بالمنطق الصوري ، حيث لا يطرح معادلة صورية خالصة و لكنه ينطلق من التجربة بهدف إفهام الفكرة أو العمل على أن تكون الفكرة مقبولة وذلك بنقلها من مجال إلى مجال مغاير .

التشخيص : يعرفه "جورج لايكوف" و "مارك جونسن "في كتابهما " الاستعارات التي نحيا بها " بأنه : مقولة عامة تغطي عددا كبيرا من الاستعارات حيث تنتقي منها مظاهر مختلفة لشخص ما أو طرق مختلفة للنظر إليه وما تشترك فيه كل هذه الاستعارات ، أنها تسمح لنا بأن نعطي للظواهر في هذا العالم عن طريق ما هو بشري ؛ فنفهمها اعتمادا على محفزاتنا و أهدافنا و أنشطتنا وخصائصنا يطلق عليه

[1] حمو النقاري ،الحجاج "طبيعته ومجالاته و وظائفه ،مطبعة النجار الجديد،دار البيضاء– الرباط ،ط2006،1،ص 63.
[2] حمو النقاري ،نفس المرجع ،ص64.
[3] حمو النقاري ،مرجع سبق ذكره ،64.

بانفيست " الخاصية تلفظيه " أو " الإطار التشخيصي للتلفظ ، لاقتضاء التلفظ كبنية حوارية لصورتين هماهما مصدر التلفظ وهدفه.[1]

[1] هاجر مدقن ، مصطلحات حجاجية ، جامعة ورقلة ،عدد1،2011 ،ص35.

الفصل الثاني:

آليات التحليل السيميولوجي في الخطاب الإشهاري

المبحث الأول : السيميولوجيا مفهومها ؛ اتجاهاتها

أ . مفهوم السيميولوجيا :

لغة :انبثقت من الكلمة اليونانية " سيميو " بمعنى العلامة و " لوجي " بمعنى الخطاب أو العلم وبذلك تصبح كلمة

"سيميولوجيا " علم العلامة أو علم الدلالة ، كما يطلق عليه بالعربية السيمسائية أو علم الإشارات يوجه هذا العلم اهتمامه نحو دراسة مختلف أنواع العلامات اللسانية و غير اللسانية أي أنه العلم الذي يروم دراسة العلامات بأنماطها المختلفة في حيات المجتمع ، أو دراية شفرات أو الأنظمة التي تمنح قابلية الفهم للأحداث و الأدلة بوصفها علامات دالة تحمل معنى ما .[1]

يعود اشتقاقها إلى الجذر اليوناني " سيميو" ويعني العلامة سواء كانت لغوية أو غير لغوية أما اللاحقة " لوجي" فتعني العلم ويدمج الثنائية التركيبية فيصير المقصود علم العلامات ، كما يعني مفهوم السيميولوجيا في الطب الممارس التي يكشف بموجبها الطبيب المرض ، و ذلك بالاعتماد على الأعراض التي تظهر على المريض .[2]

اصطلاحا :

اسم اتفق عليه كل الدارسين قديما منذ اليونان وحديثا مع "سوسير و بورس "وراو أنها النظام العلمي الذي يجعل من أنساق التواصل موضوعا للدرس و البحث و التفكيك ، بل إن سوسير كان يرى أن أفضل مسلك يمكن للمرء أن يدرس اللغة ، من خلاله يتمثل علميا في النظر إلى سمة الأنساق الأخرى التي تشترك العلامة معها فيها وأنه يؤكد أن الموضوع الأبرز يتحدد في دراسة حياة العلامة في قلب الحياة الاجتماعية .[3]

---

[1] وائل بركات ،السيميولوجيا بقراءة رولان بارث،جامعة دمشق ،عدد2،2002،ص56.

[2] باية سيفون،محاضرات في السيميولوجيا ،جامعة محمد بوضياف،المسيلة،2015-2016،ص2.

[3] منذر العياشي ،العلاماتية "السيميولوجيا"قراءة في العلامات اللغوية العربية ،عالم الكتب الحديث،إربد،ط1،2013،ص1

ويقول " سوسير فردنا رد " : يمكننا أن نتصور علم بدرس حياة الدلائل داخل الحياة الاجتماعية علما قد يشكل فرعا من علم النفس الإحتماعي ، و بالتالي فرعا من علم النفس العام وسوف نسمي هذا العلم بالسيميولوجيا .[1]

ب . الاتجاهات السيميولوجية :

1 . الاتجاه التواصلي : لقد كان ميلاد سيميولوجيا التواصل مع " إريك بويسنس " الذي نشر في ستة 1923 كتاب اللغات و الخطابات وهي محاولة في اللسانيات الوظيفية ، ثم أعاد النضر من جديد في الكتاب ونشر سنة 1967 كتاب بعنوان " التواصل و التعبير اللساني " ببروكسل ، إذ ينطلق أصحاب هذا الاتجاه من أن التواصل يمكن أن يكون باستخدام الدوال اللغوية و غير اللغوية ، باعتبار أن علم السيميولوجيا الذي وضع معالمه عالم اللسانيات "دوسوسير " بتجاوز علم اللسانيات ليدرس بذلك جميع أنواع العلامات لسانية كانت أو غير لسانية ، كما يربط رواد سيميولوجيا التواصل بين مجال السيميولوجيا و الوظيفة التي تؤديها الأنظمة السيميولوجية المختلفة سواء كانت لسانية أو غير لسانية و التي تقتصر في تحقيق التواصل القصدي ، و منه تبنى العلامة في هذا الإطار على ثلاثة أسس وهي " الدال ؛ المدلول و القصد " الذي يعتبر معيار للتفرقة بين سيميولوجيا التواصل و سيميولوجيا الدلالة وكذا سيميولوجيا الثقافة ، ومنه يمكن تعريف السيميولوجيا وفق هذا الاتجاه بأنه العلم الذي يهتم بدراسة طرق التواصل و الأدوات المستخدمة للتأثير على الغير و المصنوعة قصدا . [2]

2 . الاتجاه الثقافي" سيميولوجيا الثقافة " :

يرتبط هذا الاتجاه بمجموعة من الباحثين السفيات المعروفين بجماعة " موسكو ترتو " الذي كان يمثلها كل من " إيفا نوف " و أوسبنسكيولوكومتسيف و لوتمان " وغيرهم ويعد يوري لوتمان من أهم الشكلانيين الروس الذين اهتموا بالسيميوطيقا الثقافة ، علاوة على بنية النص الفني خاصة أنه كان عنصر مهم في مدرسة ترتو بموسكو ومن أهم كتبه " سيمياء الكون ، وبنية النص الفني " ، كما استفاد هذا الاتجاه من فلسفة الأشكال الرمزية التي تقوم رؤية للوجود الإنساني تختلف عن الوجود الحيواني إذ أعتبر هذا

[2] مرسيلوداسكال، ترجمة حميد لحميداني–محمد العمري وأخرون ،الإتجاهاتالسيميولوجية المعاصرة ،إفريقيا الشرق ،الدار البيضاء،د ط ،ص15.

[2] باية سيفون ،محاضرات في السيميولوجيا،جامعة محمد بوضياف ،المسيلة ،2015–2016،ص 15.

الأخير الإنسان " حيوان [1] رمزي " على خلاف الكلاسيكيين الذين إعتبرو الإنسان حيوان ناطق ، كما اعتبروا اللغة البشرية تمثل التطور المتقدم للإنسان فقد انتقل من طور الطبيعة إلى طور الثقافة ، أي من طور العلامة إلى طور الرموز القابلة للتعميم و العلامة تنتمي إلى عالم الطبيعة و الرموز تنتمي إلى فضاء المعنى ، وبما أن الإنسان حيوان رمزي فإن مبدأ الرمزية تساعد على عملية الإبداع الثقافي و إنتاج الأنساقالسيميائية الدالة ، وقد انصبت جهود الباحثين الروس و المعروفين بجماعة موسكو بشكل كبير في هذا الاتجاه من خلال التطرق إلى العديد من النقاط المتعلقة بالثقافة و التي نحدها بالتحديد في كتاب سيميائية الكون "ليوري لوتمان " ، وقد ركز " يوري لوتمان " في كتابه هدا على مجموعة من المفاهيم هي سيمياء الكون ، والمركز و الهامش و الفضاء الثلاثي الداخل و الخارج و الحدود و الفضاء الجغرافي في مقابل الفضاء الثقافي الكوني و سيميوطيقا الثقافة و سيمياء الترجمة و سيمياء الحوار .

3 . الاتجاه الدلالي " سيميولوجيا الدلالة " :

تعتمد سيميولوجيا الدلالة على أبحاث كل من " رولان بارث " ومنها كتاباته المعنونة بـ : درجة الصفر في الكتابة ؛ عناصر السيميولوجيا ، بلاغة الصورة هذا بالإضافة إلى أعمال "غريماس " المتعلقة بالسرد و أعمال "كلود سيفي ستروس " في مجال الأساطير ، في حين يعتبر " رولان بارث " خير من يمثل هذا الاتجاه لإن البحث السيميولوجي لديه هو دراسة الأنظمة الدالة فجميع الأنساق و الوقائع تدل فهناك من يدل بواسطة اللغة وهناك من يدل بدون اللغة ، بيد أن لها لغة دلالية خاصة بها فالحديث عن الدلالة لا يعني اقتصارها على العلامة السيميولوجية فقط بل تمتد للعلامة اللسانية أيضا لا كنها تتجاوز التواصل المبني.[2]

على القصد لدى مستعملي العلامة ، إذ تتميز سيميولوجيا الدلالة برفضها للتميز بين الدال و الإمارة ومن هنا فقد تجاوز " رولان بارث" تصور الو ضيفتين "أصحاب الاتجاه التواصلي " الذين ربطوا بين العلامة و المقصدية ،حيث أكد على وجود أنساق غير لفضية حيث التواصل غير إرادي لكن البعد الدلالي موجود بدرجة كبيرة.[3]

---

[1] باية سيفون ، نفس المرجع،ص17.

[2] مرجع نفسه ، ص 18.

[3] سيفون باية ،نفس المرجع،ص 18.

المبحث الثاني : سيميولوجيا الخطاب الإشهاري :

مكونات الخطاب الإشهاري :

يشمل التحليل التداولي نماذج إشهارية عديدة من خلال الملصقات الإشهارية المثبتة على جدارية الشركات و المؤسسات الاقتصادية و الصناعية والثقافية وغيرها ،وتكون الإعلانات التجارية التي تبث بواسطة التلفزيون موضوعا مهما لاكتشاف العملية الاشهارية في بعدها الحجاجي ، كما يمكن أم تكون الحجاج اللسانية و الايقونية المحققة للفعل اللغوي في ضوء مبدأ الترويج للبضاعة شفويا وسمعيا وبصريا بالصورة الثابتة و المتحركة ، ويبدو أن جل الأنماط الاشهارية قائمة على مجموعة من القواعد اللسانية و السيميائية ويمكن تمثيلها كما يلي :

المكون اللساني :يستطيع المتلقي أن يحدد البنية اللسانية للخطاب الاشهاري في ضوء المنجز الراهن ؛ انطلاقا من البنية العميقة مما يؤكد تميزه بما يأتي

أ . بساطة الجملة وكثافة الدلالة مثال " لسنا الوحدين لكننا الأفضل " وللإشارة أن هذا الإشهار تستخدمه أغلب الشركات السورية ، وقد يثبت جدارته في الميدان أمام الإشهار العالمي لهذه السمة المذكورة

ب . تداخل المستويات اللغوية (فصحى وعامية) والملاحظ أن النمط من الإشهار هو الأكثر استخداما باللغة العربية في العصر الحديث ، وذلك أن الاشهاريين في العالم في العالم العربي يرون أنه يمس شريحة أوسع دائرة .[1]

ج . براعة الانتقال من أسلوب الوصف إلى السرد أو التفسير أو التعليل أو الدمج بين هذه الأساليب

د . الإغراق في الوهم والخيال

هـ . السجع والتكرار ويمكن أن نمثل لهذه الخاصية بإشهار سمعته من أحد الباعة المتجولين في سوق العتبة في القاهرة في شهر ديسمبر ، يظهر فيه فن السجع كتقنية حجاجية مؤثرة ناهيك عن دلالة الصورة وترديد الإشهار بطرق غنائية فنية تبرز مهارة الإشهار .

[1] بلقاسم دفة،مرجع سيق ذكره ،ص512.

ن . توظيف ضمير المتكلمين الدال على المشاركة الجماعية قصد إشعار المتلقي بأمان نحو إشهار "شركة رونو " للسيارات في إحدى القنوات الفضائية الخليجية "من شيمنا كرم الضيافة ، فلنتشبث بكرمنا ، مع رونو نشعر بأمان فلاشك أن المتلقي سيشعر بالاطمئنان و الأمان فور تلقي الإشهار وبخاصة العبارة الأخيرة منه وهذه غاية الإشهار، فالإشهار يستشعر العبارات المؤثرة التي تحث المستهلك وتدفعه للقيام بفعل الشراء .

ي . اعتماد الأسلوب الإيحائي ذلك أن الأسلوب التقريري قاصر عن استمالة المتلقي وترسيخ الخطاب الإشهاري في ذهنه

ب . المكون الأيقوني : يتمثل في العناصر البصرية التي تدخل في تكوين الخطاب الإشهاري وتتكون من الصورة والشكل واللون ، وتشتغل هذه العناصر وفق سنن خاصة بها تختلف عن السنن اللفظية فهي تقوم بتحويل منظم لمجموعة من العناصر كالإطار واللون والشكل ، مما يجعل الدليل في الخطاب لغوي تشغل كلها داخل الخطاب .[1]

ولعل أهم وظائف التوصيل التي تحقق الصورة أنها تخرج القيم المجردة من حيز الكمون إلى حيز التجلي ؛ فتصير واقعا محسوسا ، في ضوء ما ينتج من مشاهد إشهارية توازي الخطاب اللساني ولعلها تحول الصورة العوامل المثالية إلى عوالم ممكنة الحدوث على الرغم من . تمسكها بالسباحة العجائبية في الهواء أو القفز من مسافات شاسعة بفضل بدله رياضية أو حذاء من ماركة عالمية ، وربما تحول الضعف الإنساني إلى قوة أسطورية خارقة بفضل تناول مشروب ما ، وتفيد الصورة المتعلقة بالإشارات والحركة الجسدية في توطيد العلاقة بين الإشهاري و المستهلك ، فنجعله أشد رغبة فيما يعرض أمام بصره وبخاصة إذا دعمت الصورة بصوت شجي ونغمة موسيقية ولون مختار باهتمام فاق يتماشى وموضوع الإشهار ، وهذا يستلزم معرفة متخصصة بسيمياء الألوان في نسق حضاري محدد .[2]

---

[1] نفس المرجع،ص513.

[2] بلقاسم دفة،مرجع سيق ذكره،ص513

وظائف الخطاب الإشهاري:

يمثل الخطاب الإشهاري نوعا من أنواع الخطاب الأشهاري بعامة ؛ وذلك لاتصاله بحياة البشر بشكل مباشر فيؤسس لقيمة اجتماعية و أخلاقية وحضارية فضلا عن القيمة التجارية ، فهو وإن ارتبط بالدعايق ارتباطا وثيقا بوصف عام ،غير أنه يخفي في الممارسة اللسانية و الايقونية قيمة ثقافية ذات قيمة إيديولوجية يميز المتلقي على صوتها بين الخطاب اللغوي الدال الذي يهدف إلى الإقناع وبين ما هو خارج الخطاب اللساني فيما يتصل من قيم سوسيو اقتصادية

ولقد ميز الباحثون بين نسقين أساسيين في بنية الخطاب الإشهاري أحدهما لساني تكون العلامة اللسانية أداته الرئيسية في التواصل ، ثانيهما أيقوني تكون السلامة البصرية أداته المهيمنة عليه في الواقع وحضور النسقين معا بهيمنة نسق على أخر مبني على هدف معين يتوافق مع و المقام الإشهاري ، غير أن المدقق لهذا النوع يتبين هيمنة نسبية للصورة ثابتة كانت أو متحركة ولعل هذا يعود إلى الوظائف التالية :[1]

1 . الوظيفة الإيحائية : تعتمد هذه الوظيفة على الصورة التخيلية والصورة هنا تعبير يغازل الوجدان ويغذي الخيال والأحلام

2 . الوظيفة التوجيهية للدلالة : حيث تحيل الصورة على قراءة الخطاب الإشهاري و تأويله فتكون القراءة حينئذ القراءة مؤولة وفق ما يظهر من أفكار ،ولهذا تأتي الصورة مرفقة في الأغلب الأعم بتعليق لغوي يطلق عليه الشعار قد يطول نصه أو يقصر وفي هذا الإطار تحيلنا الصورة على قراءة النص الذي يثبت فيه الإشهار أفكاره وحججه

3 . الوظيفة الدلالية : هذه الدلالة تأتي نتيجة التفكير والتأمل الذي أسسته الصورة لدى المشاهد ؛ و الدلالة تحصل حين تأثير الصورة في المتلقي

4 . الوظيفة الجمالية للصورة :تهدف إلى إثارة الذوق قصد اقتراح السلعة على المستهلك

[1] بلقاسم دفة ،مرجع سبق ذكره،ص511.

5 . الوظيفة الشخصية : تتحول الموجودات الذهنية بفعل تجسيد الصورة للفكر إلى موجودات عينية ملامسة للوجود الإنساني ، فيكون أكثر قربا واحتكاكا منها فتتولد حينئذ لديه الرغبة في اقتنائها و الإفادة منها

6 . الوظيفة المرجعية : هي أساس كل التواصل إذ تتحدد العلاقة بين الرسالة و الشيء أو الغرض الذي ترجع إليه ، وهي أكثر وظائف اللغة أهمية في عملية التواصل نفسها في حين تلعب الوظائف الأخرى سوى دور ثانوي.[1]

[1] نفس المرجع ،ص512.

المبحث الثالث :المقاربات السيميولوجية لتحليل الخطاب الإشهاري

توجد عدة مقاربات منهجية لتحليل الخطاب الإشهاري وهي متداخلة مع بعضها ح ولا يخلو منها أي خطاب إشهاري

أ . المقاربة اللسانية :وهي البوبةالتي تدخل من خلالها عالم الخطاب الإشهاري إذ لا يوجد خطاب إشهاري من دون لغة منطوقة أو مكتوبة بحسب ما تقتضيه الصورة الإشهارية في ثباتها وسكونها أو في حركاتها و نموها وتغيرها ،وتكتسي هذه المقاربة المنهجية الانطلاق من النظام أو النسق اللساني فيبحث في مستويات الصوتية والصرفية و المعجمية و التركيبية و الدلالات الناتجة عن هذه المستويات كلها ، إلا أن أهمية النسق اللساني حاسم وضروري للخطاب الإشهاري تبقى هذه المقاربة رغم ذلك قاصرة أمامبلاغة الصورة و أوليتها المتفاعلة المؤثرة ، فهي ذات تأثير في نفس المتلقي كما تستوقف المشاهد لتثير فيه الرغبة و الاستجابة .

ب . المقاربة النفسية : وتكتسب أهميتها القصوى في كون الخطاب الإشهاري يركز أكثر ما يركز على المتلقي فيعمل على إغواءه واستدراجه بأن يتسلط الحساسية المتأثرة لديه و يهيمن على أفق انتظاره فيجعله لا يرى شيئا غيره فهو المناسب ، وهو الأجمل والأحلى و الأبهى و هو الجديد الذي لم يصنع من قبل بل صنع لأجل المتلقي دون غيره

ج . المقاربة التداولية : وتتمثل في كون الخطاب الإشهاري يهدف إلى تحقيق منفعة أو ربح أو فائدة ولا يكتفي بتبليغ الخطاب فقط وإنما يحرص على أن يلبس خطابه أجمل حلة و يتزين بأحلى الأزياء ؛ ويتألق من أجل تحقيق المبتغى ويبرز ذلك في لغته المكثفة و الجمل المختصرة وكلماته المشبعة البراقة التي تتوجه نحو الماضي إلا بما يخدم مصلحة الإشهاري ويتعلق بمستقبل المتلقي

د . المقاربة السوسيوثقافية : تحمل رؤى المجتمع وثقافته إذ يعد الإشهار إنتاجا لغويا اجتماعيا يبرز العلاقات المختلفة (سياسية ، ثقافية ، اقتصادية و اجتماعية) وتعد العلامات والسمات المختلفة التي تميز الإشهار مرآة تعكس ما يجري في المجتمع من أحداث وتفاعلات سلبيا أو ايجابيا ، يحاول الإشهاري

تأكيدها أو الإقناع بها أو كشفها أمام الجماهير ويمكن للإشهار أن يمكننا من معرفة بنية الوعي الاجتماعي إلى جانب شرح العناصر المكونة له وتحليل الروابط المتبادلة ودراسة قوانين تطويره[1]

هـ . المقاربة السميائية:

وهي أهم المقاربات وأنسبها لتحليل الخطاب الإشهاري إلى جانب المقاربة التداولية لأنها تجمع بين الصورة والصوت و الموسيقى والحركة و الأداء والألوان و الإشارات و الدلائل و أنظمة عمل العلامات و الايقونة و اللغة و الديكور، و الرموز ، إلى جانب تحليل الأبعاد السوسيو ثقافية والسيكولوجية و الأبعاد الإيديولوجية للخطابات ؛ الشيء الذي يجعلنا نقول إن الخطاب الإشهاري وخصوصا السمعي البصري عبارة عن ميكرو فيلم كما سبقت الإشارة ح أي فيلم قصير جدا يقوم بإنجازه وتأثيثه أعوان كثيرون من مهندسين في إختصاصات مختلفة (التقنية و المؤثرات الخاصة المرئية والصوتية

تتأسس النظرية السيميولوجية على عدة عناصر عند بيرس وهي النظرية التطورية الواقعية و البراغماتية ؛ وانسجاما مع هذه العناصر يؤسس بيرس فلسفته على الظاهراتية التي تعنى بدراسة ما يظهر ، وهو بهذا يوسع من نطاق العلامة لتشمل اللغة وغيرها من الأنظمة التبليغية غير اللغوية ، فكل ما في الكون وكل تمظهرات الوجود الإنساني بالنسبة لبيرس علامة قابلة للدراسة وهي بذلك تندرج ظمنالسيميوتيقا ، وتعد جزءا من علم المنطق خلافا ليسوسير الذي ركز اهتمامه على العلامة اللغوية وهي تندرج في إيطارالسيميولوجيا.[2]

[1]–شايب نبيل ،أليات التحليل السيميولوجي للخطاب الإشهاري التلفزيوني "من التمثيل إلى التأويل ،مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، جامعة يحيى فارس ، المدية ،الجزائر ،عدد 30، 2017 ،ص 101.

[2]. –شايب نبيل ، مرجع سبق ذكره ، ص 102 .

المبحث الرابع :القيم الحجاجية في الخطاب الإشهاري :

قعد لمسألة الحجاج كل من" جون أوستن" و " جزك سيرل " ضمن نظرية الأفعال الكلامية وما الفعل الحجاجي إلا نوع من الأفعال الحجاجية ، التي يراد بها الإلتزام بالطريقة التي ينبغي نهجها لضمان نمو الخطاب و إستمراريته لكي يحقق أخيرا غايته التأثيرية و التحليل من جهة أخرى إلى السلطة المعنوية للفعل الكلامي، ضمن سلسلة الأفعال المنجزة لإيصال الأفكار إلى المرسل إليه الذي يقوم بعملية التفكيك لكل أجزاء الرسالة .

ولنجاح العملية الحجاجيةالإقناعية على موجه الرسالة أن يمهد لها الطريق لدى المتلقي بإيجاد جو نفسي ملائم وهو ما يعرف بالتهيئة النفسية ، فكلها أفعال إشهارية و إقناعية تهدف إلى استمالة الفرد وعداده لاستقبال موضوع ذو قيمة في الحيات الاقتصادية التجارية وسيكون الحجاج مؤطر بالخاصية اللسانية الشكلية، و ليس بالمحتوى الخبري للقول الذي يربط المحتوى بالمقام و لما كان الأمر كذلك فإن تركيز التداولية ينصب على العلاقات الترابطية بين أجزاء الخطاب و الأدوات اللسانية المحققة له .[1]

[1] بلقاسم دفة ، مرجع سبق ذكره،ص 501.

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث:

التحليل السيميولوجي للومضات الاشهارية في القنوات الجزائرية الخاصة

تمهيد

لقد وقع اختيارنا في الجانب التطبيقي في دراستنا للخطاب الإشهار في القنوات التليفزيونية الجزائرية الخاصة ، بهدف تحليل الومضات الإشهارية المبثة عبر قناتي " الشروق و النهار الإخبارية في الفترة الزمنية الممتدة مابين " سبتمبر 2017 و أفريل 2018 " ؛ وكما أشرنا من قبل في الإطار المنهجي بحيث اشتملت العينة المختارة 04 ومضات إشهارية تبث يوميا في قناتي النهار و الشروق الإخبارية ، وقد اعتمدنا على التحليل السيميولوجي باستخدامنا لمقاربة " رولان بارث " و "رومان جاكبسون " ، وهذا لمعرفة الأساليب الحجاجية المستخدمة في الخطابات الإشهارية التي تعتمدها قناتي الشروق والنهار الإخبارية في بثها للإشهار

المبحث الأول : بطاقة فنية لقناة الشروق و النهار الإخبارية

قناة الشروق الإخبارية : هي قناة تلفزيونية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق الجزائرية تأسست في 2011 في الجزائر مقرها الرسمي "عمان . الأردن " مؤقتا ، انطلق البث التجريبي في بداية جانفي 2014 و انطلقت في البث الفعلي في 19 مارس 2014 تبث عبر النايل سات و نضام .. ، وهي مؤسسة إعلامية إخبارية تحت إدارة المدير " علي فضيل " لها عدة برامج متنوعة وثرية من ناحية المضمون ، كما يعمل فيها إعلاميين أمثال " سليمان بخليلي – و ليلى بوزيدي و قادة بن عمار كما لها قنوات شقيقة " الشروق تي في ، سي بي سي بنة ".

قناة النهار تي في الإخبارية :

هي قناة جزائرية مستقلة انطلق البث التجريبي يوم 6 مارس 2012 اتخذت مقرها الرئيسي بالعاصمة الجزائرية " الجزائر " ليبدأ البث من هناك على القمر نايلسات ؛ تهتم القناة بالشأن السياسي و الرياضي و الثقافي و الاجتماعي و كل ما يحدث في الجزائر، بحيث برامجها هي مزيج بين نشرات الأخبار الرياضية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و أيضا أخبار الصحف الوطنية و هذا من خلال برنامج قهوة وجنرال ،وقد عرفت القناة حيادها في الطرح للمواضيع الإخبارية .[1]

[1]. org.wikipidia.m.ar:// http

المبحث الثاني :التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية في قناتي الشروق و النهار الإخبارية

حسب مقاربة "رولان بارث "و "رومان جاكبسون "

سنعمل في هذا الجزء من الدراسة إلى تحليل الومضات الإشهارية وهذا بتوظيف خطوات التحليل السيميولوجي وفق مقاربة "رولان بارث" و "رومان جاكبسون " ، بحيث ستكون أولى الخطوات هي تجزئة الومضات الإشهارية إلى مجموعة من اللقطات المكونة لها ، إذ ستساعدنا في الكشف عن المستوى التعييني و إبرازه بشكل واضح ، وهو ما سيساعدنا في المستوي التضميني وهذا للكشف عن الدلالات الخفية و أخيرا نصل إلى القراءة الألسنية وهي أخر الخطوات

وقد قسمنها إلى أربع عينات وذلك حسب ظهورها و الموضوع الذي تتناوله في قناتي الشروق والنهار الإخبارية بحيث:

- ـ الومضات الإشهارية المبثة في قناتي الشروق و النهار الإخبارية هي :

ـ المنتوج الغذائي " كسكس كنزة "

ـ المنتوج الغذائي حليب " كانديا " .

ـ المنتوج الصناعي "مودام جازي "

ـ المنتوج الصناعي تلفزيون " ستريم "

عنوان الومضة : اشهار كسكس كنزة

مدة الومضة :53 ثانية

عدد المشاهد :5 مشاهد

عدد اللقطات : 23 لقطة

المبحث الثالث :التحليل السيميولوجي للومضات الإشهارية حسب مقاربة "رولان بارث و رومان جاكبسون "

1- التحليل السيميولوجي للومضة الإشهارية لكسكس كنزة المبث عبر قناة النهار الإخبارية

1-1-التقطيع التقني للومضة الإشهارية لكسكس كنزة

قبل البدء في تحليلنا للومضة الإشهارية تحليلا سيميولوجيا ، يجدر بنا في البداية العمل على تجزئة بنيته إلى مجموع اللقطات المكونة له من أجل البدء في التحليل وهذا يكون بالتقطيع التقني للومضة الإشهارية و هنا اعتمدنا على مقاربة كريستيان ماكس في التقطيع التقني للومضات.

كسكس كنزة							
شريط الصوت						شريط الصورة	
رقم	مدة اللقطة	حركة الكاميرا	نوع اللقطة	زاوية التصوير	نوع الموسيقى الموظفة	التعليق أو الحوار	مضمون اللقطة
01	2ث	متحركة	واسعة جدا	أمامية	هادئة	ما تنسايش اليوم	امرأة و أمها يجلسان في الصالون يقومان بأعمال منزلية
02	3ث	ثابتة	متوسطة	أمامية	هادئة	جاينا الضياف و الطعام لازم	دخول الزوج موجها كلامه إلى زوجته
03	1ث	ثابتة	متوسطة	أمامية	هادئة	يكون بنينبزاف	الزوجة و هي تطوي الملابس و تهز برأسها موافقة كلام زوجها
04	2ث	متحركة	متوسطة	أمامية	هادئة	انشالله	الأم و هي تنظر بإستعجابلإبنتها
05	2ث	متحركة	متوسطة	أمامية	هادئة	اليوم و مع الفطور	الأم موجهة كلامها لزوج إبنتها و تنتقل الكاميرا إلى إبنتها المتفاجئة بكلام أمها
06	2ث	متحركة	متوسطة	أمامية	تغيرت نوعا	وعلاش بنتي ماشينة	

					ما		
07	1ث	متحركة	متوسطة	أمامية	هزلية		الزوج يتجه للخروج بنظرة إستعجاب لأم زوجته
08	2ث	متحركة	واسعة	أمامية	حوزي	يا حصرا على ايام زمان طعامنا مفتول باليدين	الزوج يسمع كلام موجه من طرف أم زوجته و تظهر عليه علامات الإستغراب
09	2ث	متحركة	واسعة	أمامية	حوزي	ما تصيبي	تظهر الأم ب 3 وضعيات مختلفة الأم هنا توجه كلامها إلى إبنتها و تشير بإصبعها الدال على النفي
10	1ث	متحركة	متوسطة	أمامية	حوزي	كيفو محال	علامات الدهشة على وجه الإبنة
11	2ث	متحركة	متوسطة	أمامية	حوزي	يشهي و يعمر العين	يظهر الزوج و هو يفتح فمه و عينيه مندهشا دون أي كلمة
12	2ث	متحركة	واسعة	أمامية	حوزي	وين راه الطعام البنين	الأم موجهة السؤال
13	3ث	متحركة	متوسطة	أمامية	حوزي	اللي يحضر في ساعتين	الإبنة تقوم مسرعة و ترفع كمي القميص على يديها
14	3ث	ثابتة	متوسطة	جانبية	حوزي	يما أنا عندي كنزة	الزوجة في المطبخ ترتدي مئزر المطبخ و هي تحمل المنتج
15	3ث	ثابتة	قريبة	جانبية	حوزي	طعام مفتول حبة حبة	تقوم الزوجة بإظهار تحضير المنتج بين يديها
16	3ث	متحركة	متوسطة	جانية	حوزي	طعام كنزة يما كي يفور	الزوجة تقوم بطهي الكسكس و هي تحاور والدتها
17	2ث	متحركة	متوسطة	أمامية	حوزي	الريحة تعمر كل الدار	الام و هي مستغربة
18	3ث	متحركة	قريبة	جانبية	حوزي	بالمرقة ولا مسفوف	الزوجة تقطع الخضر و تحضر الصحن للتقديم
19	2ث	متحركة	قريبة	جانبية	حوزي	البنة فيها أسرار	تقديم الصحن في الطاولة
20	3ث	متحركة	واسعة	أمامية	حوزي	فرحو بيه كل الضيوف	طاولة الطعام و يجلس أمامها كل من الزوج و الزوجة و

							والدتها و الظيوف
21	3ث	متحركة	متوسطة	أمامية	حوزي	كنزة أحسن إختيار	العائلة كلها تستمتع بالأكل و الضيفة و هي تأكل و ظاهر على وجهها و مدى إعجابها بالمنتج ليختم المشهد بالطفل الصغير
22	3ث	ثابتة	واسعة	أمامية		طعام كنزة بنة فيها أسرار	تقديم المنتج بصورة ثابتة و أيضا في شكلين رقيق و متوسط و بجانبه صحن مقدم فيه امنتج وهو مطهو و الشعار كتب باللون الأبيض
23	3ث	ثابتة	متوسطة	أمامية	حوزي		الأم و هي تأكل الكسكس و تراقب بعينيها و الاستمتاع بالذوق الرفيع ظاهر على وجهها و مدى إعجابها بالمنتج

المستوى التعييني: إن هذا النسق الموضوع بين يدينا عبارة عن نسق سيميولوجي بصري نوعه ومضة إشهارية هذا النسق البصري متداول في التلفزيون الجزائري تعتبر هذه الومضة الإشهارية بمثابة ترويج للموضوع أو المنتج المتمثل في كسكس بعنوان " كسكس كنزة " و " . Tvيبث هذا المنتوج عبر قناة " النهار

يتضمن هذا النسق مجموعة من الدلالات الألسنية و العلامات و الرموز التشكيلية و الايقونية التي قرائتها كما يلي:

يقدم الإشهار محل الدراسة منتج " كسكس كنزة " على خمس مشاهد و ثلاثة و عشرون لقطة .

المشهد الأول الذي إحتوى على مجموعة من اللقطات المختلفة النوع و من زوايا تصوير مختلفة ، أولا تظهر لنا امرأتان تجلسان في صالون على أريكة رمادية اللون مع وسائد باللون الأزرق و الأصفر و طاولة في المنتصف بيضاء و ستائر رمادية متدرجة اللون و لوحة فنية معلقة على

الحائط و كل واحدة منهم تجلس على طرف تقوم بعمل معين فالسيدة الأولى أمامها سلة فيها مجموعة من الملابس و مناشف تقوم بطيها و كانت ترتدي لباس كلاسيكي سروال أبيض مع قميص أزرق فاتح أما السيدة الكبيرة الأم فكانت تجلس في هدوء تقوم بالحياكة باليد وهي ترتدي قميص طويل باللون البنفسجي و سروال أزرق مع وشاح وضعته على شعرها ثم يدخل الزوج للصالون و هو يرتدي بدلة رمادية مع قميص أبيض و ربطة عنق بنفسجية و يضع فولار بنفس اللون في جيب السترة و يقول " ما تنسايش اليوم جاينا الضياف و لطعام لازم يكون بنين بزاف الزوجة و هي تطوي الملابس و تهز برأسها موافقة كلام زوجها

و تقول " انشالله " الأم هنا تنظر بإستعجابلإبنتها و توجهة كلامها لزوج إبنتها

و تقول " اليوم و مع الفطور وعلاش بنتي ماشينة"

و تنتقل الكاميرا إلى إبنتها المتفاجئة بكلام أمها و الزوج يتجه للخروج بنظرة إستعجاب لأم زوجته الزوج يسمع كلام موجه من طرف أم زوجته و تظهر عليه علامات لإستغراب تظهر الأم ب 3 وضعيات مختلفة الاول كربة بيت و الثانية ترتدي نظارة مع لباس أنيق باللون الزهري المتدرج" لباس كلاسيكي " و قد جمعت شعرها الى الوراء اما الوضعية الثالثة كانت متبرجة و ترتدي سترة باللون الأزرق مع سروال ازرق قاتم و قميص أبيض ظهرت بأسلوب مختلف في شعرها الأم هنا توجه كلامها إلى إبنتها و تشير بإصبعها الدال على النفي و بدأت في شكل أغنية مصاحبة لموسيقى من التراث " حوزي " قائلة: " يا حصرا على ايام زمان طعامنا مفتول باليدين ما تصيبي كيفو محال يشهي و يعمر العين وين راه الطعام البنين اللي يحضر في ساعتين "

اصيبت الإبنة و زوجها بالدهشة من كلام الوالدة في اللقطة الثالثة و الرابعة عشر

الإبنة تقوم مسرعة و ترفع كمي القميص على يديها و هنا ننتقل إلى المشهد الثاني الذي صور في المطبخ تظهر الإبنة وهي ترتدي مئزر المطبخ و تحمل المنتج حيث تقوم بإظهار الكيفية التقليدية لتحضير المنتج و بلقطة قريبة جدا صورت جودة المنتج بين يديها و تقوم بطهيه و تحضيره بأيلوب تقليدي و هي تقول لوالدتها بنفس نوع الموسيقى و الإيقاع " يما أنا عندي كنزة طعام مفتول حبة حبة طعام كنزة يما كي يفور الريحة تعمر كل الدار بالمرقة ولا مسفوف البنة فيها أسرار فرحو بيه كل الضيوف كنزة أحسن إختيار"تنظر لها والدتها و هي مستغربة الزوجة تقطع

الخضر و تحضر الصحن للتقديم مع بعض الخضر واللحم ثم ننتقل للمشهد الثالث الذي يبدأ بتقديم الصحن في الطاولة و يجلس أمام طاولة الطعام كل من الزوج و الزوجة

ووالدتها و الظيوف، العائلة كلها تستمتع بالأكل و الضيفة و هي تأكل و يبدو على وجهها مدى إعجابها بالمنتج ليختم المشهد بالطفل الصغير .

المشهد الرابع تقديم المنتج بصورة ثابتة في شكلين رقيق و متوسط و بجانبه صحن مقدم فيه المنتج وهو مطهو والشعار كتب باللون الأبيض " بنة .. فيها أسرار " مع صوت الباث يقول " كسكس كنزة بنة فيها أسرار "

المشهد الخامس تظهر " نوال زعتر " الأم و هي تأكل الكسكس و تراقب بعينيها و الاستمتاع بالذوق الرفيع ظاهر على وجهها و مدى إعجابها بالمنتج ، و كان رضاها و سعادتها بالمنتج واضحة من خلال تعابير وجهها .

المستوى التضميني : في المشهد الأول في جو هادئ و موسيقى هادئة كلاسيكية يدور الحوار بين الزوج و الزوجة و والدتها فيدخل الزوج يرتدي بدلة و التي تدل على ذهابه إلى العمل و يخاطب زوجته قائلا : " ما تنسايش اليوم جايينا ضياف

و الطعام لازم يكون بنين بزاف " فتقول هي " انشالله" وفي هذا ايحاء على المنتج

"طعام" ليبدأ الحوار مع الممثلة الرئيسية في الإشهار " نوال زعتر " و تقول " اليوم ومع الفطور وعلاش بنتي مشينة " يتفا جئ الزوجين بكلامها ثم تنتقل في اللقطة التاسعة في ثلاث وضعيات بأشكال مختلفة و كان كل شكل يوحي إلى فئة معينة من السيدات " الأولى مع الوشاح الموضوع فوق رأسها و الألوان المختلطة بنفسجي مع أبيض و بني فكانت توصل صورة إمرأة كبيرة في السن ربة بيت ، الوضعية الثانية ظهرت بأسلوب مرتب و اللون الزهري بدرجاته يرمز إلى الهدوء والحب ، وهي ترتبط كذلك بالمرأة في الرقة و الرومنسية و الدفء و الشفافية و الذوق الرفيع ، يدل أيضا على الرقة و النعومة كذلك للرقي و الجمال كما أنه يرتبط إرتباطا وثيقا بالمرأة في حد ذاتها أما الوضعية الثالثة تبرجت و غيرت تسريحة شعرها و كانت ترتدي قميص أبيض و سترة زرقاء قاتمة و سروال أزرق اللون الأزرق هنا يعكس لنا و يرمز إلى القوة و المسؤولية .

استخدم المخرج هذا الأسلوب للوضعيات التي تحمل دالا يوحي إلى مدلول وهو مختلف الآراء لشرائح المجتمع و اتفاقهم على رأي واحد مشترك وهو " المنتج " و إستخدم عنصر المفاجأة لجذب إنتباه المتلقي و لفت إنتباهه و تركيزه على المنتج و هنا تبدأ الرسالة الألسنيةفي شكل أغنية مصاحبة لموسيقى تقليدية من التراث الجزائري من اللقطة الثامنة إلى غاية اللقطة الثالثة عشر " يا حصرا على ايام زمان طعامنا مفتول باليدين ما تصيبي كيفو محال يشهي و يعمر العين وين راه الطعام البنين اللي يحضر في ساعتين " ، حملت هذه الإرسالية الإشهارية دلالة سيميولوجية على أهمية العمل اليدوي التقليدي أو الأكل الذي تتم كل خطواته باليد و مميزاته التي تميزه خاصة في الجودة و سرعة التحضير و الذوق التقليدي الرفيع ، و نلاحظ إستخدام أسلوب حجاجي وهو " التكرار" لكلمة "طعام"، و ذلك للتركيز على المنتج و ترسيخه في ذهن المتلقي ، ثم نلاحظ في اللقطة

"الثالثة عشر" ردة فعل إبنتها و هي ترفع كمي القميص على يديها و هنا دلت على استعدادها للقيام بعمل ما، لننتقل إلى المشهد الثاني و الذي تم تصويره في المطبخ لإيصال الرسالة للمستهلك "المنتوج" فيبدأ المشهد في اللقطة "أربعة عشر" بلقطة متوسطة و هي تبتسم و تحمل المنتج في يدها و أمامها صحن فخاري كبير الحجم للتحضير و بجوارها علب توابل و أعشاب توحي على نقاء و صفاء المنتج ، تقوم الزوجة بتحضير المنتج و تقوم بسكبه في الصحن الفخاري هنا في اللقطة الخامسة عشر غير المصور نوع اللقطة من متوسطة إلى قريبة جدا فركز على يديها و هي تقول " طعام مفتول حبة حبة" هنا قرب الصورة و ركز على إيضاح و إبراة نوعية و جودة المنتوج في هذا المشهد ركز على المنتج في التصوير بلقطات قريبة جدا يوضح كيفية التحضير بين يديها و طهيه في القدر ثم التقديم في الصحن و أمها التي كانت تراقب عملها و كيفية تحضيره لترد عليها إبنتها من اللقطة" الرابعة عشر" إلى غاية اللقطة " التاسعة عشر"بنفس الأسلوب مع الموسيقى التقليدية الجزائرية "حوزي" قائلة "يما أنا عندي كنزة طعام مفتول حبة حبة طعام كنزة يما كي يفور الريحة تعمر كل الدار بالمرقة ولا مسفوف البنة فيها أسرار" و هنا من خلال هذه الدلالة الألسنية و من خلال المشهد و تصوير المنتج بلقطات قريبة جدا يوصل من خلالها للمستهلك أهم مميزات المنتج التي تتمثل في سرعة تحضيره و رائحته الزكية و الطعم اللذيذ ، و أيضا في كلمة " مفتول حبة حبة " و هذا عمل كانت تقوم به النساء قديما و هذا سر

جودة هذه الأكلة و لكن من خلال هذه الومضة التي توصل أن هذه الميزات التقليدية و اليدوية متوفرة في المنتج و توفر عليك التعب و تسهل عميلة التحضير و هناك بعض الدلالات

و العلامات كالورود الموضوعة في المطبخ في هذا إحالة إلى الطبيعة و النقاء و الذوق الطبيعي للمنتج و أيضا تحضيره في صحن فخاري إحالة للمحافظة على التقاليد و الأصالة ثم يركز على تقديم المنتج بعد طريقة التحضير قدمت الزوجة المنتج في صحن كبير زجاجي فيه زخارف زرقاء و التي تحيل إلى الثقافة و التراث الجزائري لننتقل إلى المشهد الثالث الذي تم تصويره في شرفة في إظهار الورود في الجوار ليحافظ على مدلول الطبيعة و النقاء .

إستخدم في هذا المشهد طاولة طعام كبيرة يجلس فيها كل من الأم الإبنة و زوجها و الظيوف " زوجين

و طفل صغير" ، يبدأ المشهد من اللقطة "التاسعة عشر" بتقديم الصحن على الطاولة فالمشهر هنا ركز على الشكل النهائي للتحضير و تصويره بلقطة قريبة جدا حتى يجذب المستهلك و يلعب على عواطفه ، و حافظ أيضا في هذا المشهد على أسلوب البساطة و الترتيب لتكمل الإبنة رسالتها الألسنية قائلة "فرحو بيه كل الظيوف كنزة أحسن إختيار" و قد تم تصوير المشهد بلقطة واسعة جدا كما أكدت الزوجة في رسالتها أن هذا المنتوج هو أحسن إختيار للعائلة الجزائرية ، جاءت الرسالة المباشرة لتحقيق هدف البيع بعد أن قدم جودة المنتج و مميزاته من سهولة و سرعة التحضير ، المحافظة على التقاليد و التراث الجزائري و هذا راجع لوقتنا الحالي كما أكدت الإحصائيات لعام 2017 فقد كشفت آخر التقديرات الإحصائية أن حوالي" 2مليون" مليوني امرأة تحصى ضمن اليد العاملة النشطة ، من مجموع عدد إجمالي يقدر بما يفوق 12.2 مليون شخص وتضل نسب البطالة في المناطق الريفية بالنسبة للمرأة أعلى ، وهنا حاول المشهر أن يسهل على المرأة الأعمال اليدوية التي تقوم بها للحصول على الكسكس و سهولة تحضيره وذلك لتوفير الوقت و المحافظة على التقاليد و قد جمع القائم بالإتصال بين العصر و التقليد و المزج بينهم و ذاك ما لاحظناه منذ بداية الومضة من أول وصلة في اللقطات " 2،3،17،18،19" ظهرت الفكرة بقوة من خلال الموسيقى "الحوزي" و هو فن غنائي معروف بمنطقة البليدة

و الجزائر العاصمة و يعتبر فن الحوزي مقطوعات شعرية منظومة تؤدى باللسان الدارج أي لهجة عاصمة الجزائر التي يقال لها بالدارجة دزيري ، في قالب موسيقى خاص فهو فن التراث

الجزائري و الذي إختاره المرسل للوصول بالفكرة إلى المستهلك الجزائري بسهولة و أيضا إستخدام الصحن الفخاري الكبير و الصحن الذي زين بنقوش و رسومات قبائلية و كل هذه العلامات و الرموز لإيصال جودة المنتج و إقناع المستهلك بالإقتناء .

و أيضا ملامح و إبتسامةالظيوف و الطفل الصغير في نهاية المشهد و التي توحي على السعادة و الإستمتاع بذوق المنتج فكل هذه التفاصيل تدخل ضمن الإقناع.

ننتقل إلى المشهد الرابع في اللقطة "22" يظهر لنا المنتج في شكلين : الأول في كيس باللون الزهري

و الأخضر ، كتب على كل من العلبتين كل المعلومات الخاصة بالمنتج ، و على اليسار يوجد صحن بنفسجي اللون فيه زخارف قبائلية توحي إلى الطبيعة و فيه كسكس بعد الطهي و تم تزيينه ب" 3" أنواع مختلفة من خضر و لحم ، و في هذا إحالة إلى أن المنتج يحتوي على مزايا و تقاليد و أصالة و ثقافة الجزائر.

كما نلاحظ في الخلف بشكل غير واضح بالتقريب "3" ثلاثة حبات طماطم طازجة توحي إلى دلالة

وهي الطبيعة ، الصفاء و النقاء.

و من فوق الصحن كتب شعار المنتج باللون الأبيض بالبند العريض باللغة العربية " بنة .. فيها أسرار"

اللون الأبيض المستخدم في الشعار يرمز إلى المصداقية ، و الوضوح و النقاء ، ومع الشعار يقدم الباث النتيجة المباشرة و هو يقول " كسكس كنزة... بنة فيها أسرار " إعطاء النتيجة النهائية مباشرة للمستهلك لتحقيق فعل الإقتناء

المشهد الأخير في اللقطة "23" ثلاثة و عشرون تظهر الممثلة " نوال زعتر" بدورها الرئيسي الأم ظهرت بلقطة متوسطة و هي تأكل الكسكس و تعلوها ملامح الرضا و الإعجاب بالمنتج و كانت تبدو قلقة و خائفة من أن يراها شخص ما فهي دلالة توحي إلى مدلول أن المنتج نال إعجابها و أنها لم تتماسك نفسها أمام طعم الكسكس و لكنها كانت تراقب أن لا يراها أحد و ذلك بسبب معارضتها للكسكس العصري في المشهد الأول .

على غرار المنتج في الومضة الإشهارية هناك عوامل ساعدت على ايصال الرسالة إلى المستهلك منها :

الشخصيات و المكان : تمثل الشخصية بالنسبة للمكان جزء مهم و لها دور كبير في العملية الإبداعية نبدأ تحليلنا لهذه الومضة الإشهارية بداية بالممثلة المشهورة في الجزائر

"نوال زعتر" و التي مثلت الدور الرئيسي في الومضة، كونها تمتلك قاعدة جماهرية واسعة في الجزائر و خاصة فئة النساء و بما أن المشهر هنا يستهدف المرأة و المنتج موجه إلى فئة النساء بصفة عامة كما جاء في الإشهار"ربة البيت، العاملة ، المتزوجة" فقد تم إستخدام "نوال زعتر" ،"استراتيجية المحاكاة" كونها تملك القدرة للوصول بالفكرة للمتلقي بإمكانيتها في إيصال الرسالة و جذب المشاهد كما لاحظنا هذا في المشهد الأول فقد جمعت بين ثلاث شخصيات من شرائح المجتمع مختلفة تماما عن بعضها و اسلوب الإقناع الذي نجده من خلال تعابير الوجه إيصال الرسالة و ذلك ما وصل للمتلقي في المشهد الأول و أيضا عمل "نوال زعتر" في جيلين جيل التسعينيات

و جيل الألفين فكونها فنانة مخضرمة فقد عبرت من خلال الإشهار على الحقبة القديمة للأصالة و التقاليد و هذا ما حملته رسالتها من خلال المشهد الأول و عبرت على إعجابها بالمنتج الجديد من الجيل الجديد بأسلوب مميز و إيصال فكرة المزج بين العصر و التقليد و ذلك ما لاحظناه من خلال المشاهد الخمس للومضة الإشهارية

و المشهد الخامس الذي عبرت فيه على سعادتها و مدى إعجابها بالمنتج الجديد الذي يحمل مزايا الذوق الرفيع ، سرعة الطهي و التحضير ، و المحافظة على النكهة التقليدية الجزائرية وقد تم ذلك مع مجموعة من الممثلين المساعدين في الومضة الإشهارية " الزوج و الزوجة" اللذان مثلا العائلة الجزائرية العصرية

الزوجة التي قامت بدور إبنة نوال زعتر و الشاب الذي قام بدور زوج الإبنة

الزوجة قدمت لنا المنتوج في المشهد الثاني مع مميزاته سهولة طريقة تحضيره و أسلوب التقديم مع المحافظة على التقاليد ، أما بقيةالشخصيات فهي تعتبر مكملة للمشهد الرابع كونهم الظيوف .

الألوان :

اللون الأبيض :ظهر اللون الأبيض ممزوج مع ألوان أخرى ، فقد كان اللون الرئيسي في هذه الومضة منذ بداية الوصلة ، و اللون الأبيض هنا يرمز إلى النقاء و الصفاء ، النظافة و الترتيب.

اللون الرمادي:"بدلة الزوج ، الديكور ، وشاح الوالدة" يرمز إلى البساطة و الأناقة

الأزرق الفاتح: لباس الزوجة الذي يرمز إلى الهدوء و النظافة و النقاء

الزهري : يرمز إلى الهدوء والحب ، وهي ترتبط كذلك بالمرأة في الرقة و الرومنسية و الدفء و الشفافية و الذوق الرفيع ، يدل أيضا على الرقة و النعومة كذلك للرقي و الجمال كما أنه يرتبط إرتباطا وثيقا بالمرأة في حد ذاتها

اللون الأخضر : جاء في المشاهد الخمسة بطريقة غير مباشرة ، فقد وضعت بعض المزهريات التي تظهر في خلفية كل لقطة تحتوي على أعشاب و أوراق خضراء مع بعض الورود لترمز و توحي على الطبيعة و النقاء و الصفاء و الصحة ، و أيضا غلاف المنتج ظهر باللون الأخضر في التحضير .

رغم أن أنظمة اللون تحويلية و متغايرة لا تخضع لمعايير ثابتة في المقياس التأثيري و الحركي ، إنما تعتمد على درجة حساسية اللون و تفعيل مراياه كما أن له دلالته في الأديان السماوية ، فهو دال على "الخلود و الإخلاص و التأمل الروحي و البعث"

و الأهم من كل هذا أن هذا اللون في هذه الإرسالية يستدعي مفهوم الجنة عند المسلمين خاصة ، كما نلاحظ جمع الألوان بين الأبيض و الأخضر...

و أيضا لباس الأم و إبنتها محافظ و الأم التي كانت ترتدي لباسا دينيا ، فاللون هنا مرتبط بالخير و الجمال و العطاء و التجدد.

الإضاءة: تعتبر الإضاءة العامل الرئيسي في عملية التصوير فهي تساعد على إظهار البعد الثالث أي العمق في الصورة ، فمن خلال تتبعنا و تفحصنا للومضة نلمس تنويعا في إستخدام الإضاءة في كل من المشاهد " 1،2،3،5" لقد تراوحت بين الإضاءة الطبيعية و الإصطناعية وهي إضاءة غير مباشرة أو غير مركزة لإضهار مساحة واسعة ، و أيضا تم التركيز على الإضاءة

الإصطناعية و بالإعتماد على الإضاءة المباشرة ، لإعطاء إضاءة مركزة على الممثلين و أخرى منتشرة إذا تم توزيعها من زاوية واسعة

الملمس: يستعمل الملمس للتعبير عن الخصائص السطحية للمواد و هو ناجم عن الإدراك البصري كما يعكس لنا الإيقاع العام للومضة الإشهارية و نلمس في هذه الومضة إستعمال الملمس الناعم و الرقيق و هذا ما جسدته لنا اللقطة " 15" للتركيز و التصوير بلقطة قريبة جدا لتوضح حبات الكسكس الناعمة و ملمسها الرقيق .

ـ تحليل الخطاب الإشهاري وفق مقاربة رومان جاكبسون :

ركز من خلال تحليلنا للومضة الإشهارية " كسكس كنزة " على الحجج الموظفة و الموضحة في الجانب اللساني من علم العلامات فاللغة عامة تؤدي وظائف لسانية مختلفة وفي الوقت عينه تتعلق كل وظيفة منها بالأخرى ، فلا يمكن أن نفصل بينهما ونستدل على الوظائف عن طريق بيان عناصر الاتصال التي تتكون منها العملية الاتصالية وهذه العناصر هي :

1 ـ المرسل : وهو القطب الأول في العملية الاتصالية .

2 ـ المرسل إليه : وهو القطب الثاني في العملية الاتصالية وتتمثل في هذه الومضة " المرأة الجزائرية " .

3 ـ السياق: يقصد به الجو العام المحيط بالكلام و ما يكتنفه من قرائن وعلامات .

4 ـ الاتصال: وهي عملية التواصل بين المرسل و المرسل إليه .

5 ـ الرسالة :وهي مقاصد المتكلم و حاجته التي يريد تحقيقها .

6 ـ الشفرة :أي الرمز ويشترك في جزء منها أو في كلها المرسل و المرسل إليه .

و بالاعتماد على هذه العناصر ذكر "رومان جاكبسون" ستة وظائف لسانية للغة سنقوم بالتطرق لها في تحليلنا لهذه الومضة .

– **الوظيفة المرجعية :** وهي الوظيفة الإدراكية أو التعينية الموجهة للسياق و هي وظيفة مضمونة من قبل مختلف الرسائل المرسلة للمعلومات ، ونلمس هذه الوظيفة في هذه الومضة من خلال إبراز الومضة لحاجة الإنسان في الحفاظ على تراثه وتقاليده دون التأخر في مواكبة العصر وهذا من خلال تجسيد فكرة الومضة الإشهارية التي تبرز في الظهور بشكل كلاسيكي من خلال البساطة و لأناقة ، واستخدام طريقة تقديم المنتج بأسلوب تقليدي من خلال التحضير للكسكس و الأواني المستعملة في التقديم .

كذلك تتجسد لنا هذه الوظيفة من خلال لغة الخطاب الإشهاري إذ أننا نتحدث لنخبر بشيء ونفكر و نفسر وندقق وهذه هي الوظيفة الأساسية للغة و لأن هذه الوظيفة المرجعية تتعلق في الخطاب الإشهاري بالمنتج المراد تسويقه و ما يتصف به من مميزات ، فقد ظهرت من خلال التركيز منذ بداية الومضة على الذوق و نجده من خلال قول "الزوج" "لازم يكون بنين"و أيضا في قول الوالدة " يشهي و يعمر العين "فهي تذكر مميزات الكسكس التقليدي وكذلك في المشهد الثاني تقول الابنة لوالدتها " البنة فيها أسرار "و في الشعار في نهاية الومضة البنة فيها أسرار" والتي دعمت بصوت المعلق و التي أضافت قوة للومضة .

–**الوظيفة التعبيرية " الانفعالية " :** يمكن تسمية هذه الوظيفة بالعلاقة الثنائية بين الرسالة و المرسل إليه وتتحدد هذه الوظيفة في ذات المرسل من خلال انفعالات الممثلين في الومضة، و نلتمس هذا في الومضة من خلال حركات الممثلين و الحوار الذي دار بينهم بحيث تعبر كلها على مميزات المنتج في الدوق و الطعم الأصيل من خلال السعادة التي دلت على وجوههم عند مائدة الطعام التي دلت على السعادة التي يشعر بها و أيضا إظهار كل تفاصيل لطريقة تحضير الكسكس و في المشهد الثاني في اللقطة 9 التي عكست لنا الثقافة الجزائرية ، و أيضا الرسالة التي تحمل دلالات المزج بين العصرنة والتقليد من خلال اللباس الأواني و الديكور الذي كان بطريقة عصرية تتماشى مع هذا العصر كما تظهر هذه الوظيفة من خلال الصوت داخل النظام اللغة وما يصاحبها من تغيرات سواء اللقطات أو الإيقاع و الأثر الجمالي التي تعتبر أحد أساليب مكونة للحجاج التي تقودنا إلى الإقناع ونجد أن الموسيقى الحاوزية المستخدم في الومضة الإشهارية ، يعتبر أسلوب لجذب المتلقي و تدخل ضمن فنيات التأثير و جذب الانتباه و بما أن إثارة عاطفة المستهلك والتأثير فيه لشراء المنتج تعتبر من أولوياته إذ أن الموسيقى كانت تتماشى مع مضمون الومضة " الحركات و إنفعلات فقد حاول المعلن التركيز عليها من اجل مخاطبة عاطفة المتلقي و يثيره إلى مرحلة الاقتناع بشراء المنتج.

-**الوظيفة التأثيرية :** وتركز هذه الوظيفة على المتلقي في حد ذاته وهي تهدف إلى جذب الانتباه و نلتمس هذه الوظيفة من خلال اختيار الفعال للشخصيات الممثلة في الومضة فالشخصية الرئيسية في هذه الومضة هي الممثلة الجزائرية "نوال زعتر "و التي لها شهرة واسعة في الجزائر فالمعلن عمل على جلب الانتباه و التأثير على موقف المستهلك من خلال شخصيات يعرفها و يحبها بالإضافة إلى استعمال الشخصيات الثانوية المساعدة في الومضة ، ومن الناحية اللغوية استخدم المرسل اللغة ليحث المستهلك على إنشاء فعل ،ومما نجده في هذه الومضة خاصيتين في الفعل اللغوي هما :"فعل دال لفضل " وفعل تأثيري"فقد حاول المعلن إيصال هذا إلى المستهلك من خلال اللهجة العامية الجزائرية و أيضا التأثير عن طريق الموسيقى ، وكما هو معروف أن اللغة تؤدي وظيفتها بصورة صحيحة عندما تتطابق العبارات مقتضى الحال ، وأن يكون المتكلم في موضع يسمح له أن يستخدم اللغة في دفع المستهلك أو التأثير عليه وإقناعه على اقتناء المنتج .

-**الوظيفة الشعرية :** إن أهم ما يميز هذه الوظيفة هو هدف الرسالة كرسالة و التأكيد عليها لذاتها ، وترتبط هذه الوظيفة من خلال الخصائص الجمالية للفنون البلاغية مثل الإستعارة و التشبيه و على الرغم من أن الخطاب الإشهاري لا يهتم كثيرا بالوظيفة الشعرية ذلك أن القصد منه هو الترويج للمنتج و التأثير في المتلقي و قد عمد المعلن على توظيف بعض الأساليب الحجاجية لإضفاء سمة حجاجية على الخطاب الإشهاري حيث طغى في هذه الومضة السجع " طعامنا مفتول باليدين "،"يشهي ويعمر العين " ،"وين راه الطعام البنين ""اللي يحضر في ساعتين " يما أنا عندي كنزة ،طعام مفتول حبة حبة "، "كي يفور الريحة تعمر الدار " ، "البنة فيها أسرار " ، " كنزة أحسن اختيار " .

-**الوظيفة الحفاظية ، إقامة الاتصال ، القولية :** تعتبر هذه الوظيفة كما حددها "رومان جاكبسون" تهتم بالعلاقة بين الرسالة و القناة المستخدمة في عملية الاتصال و تهدف إلى إقامة الاتصال و تأمين الاستقرار من خلال استعمال عبارات ملائمة تضمن مواصلة الاتصال و تترجم هذه الوظيفة جليا من خلال تكرار الومضة الإشهارية في قناة النهار الإخبارية لمدة طويلة ، إما من ناحية الخطاب اللساني فإننا على عكس الواقع نتحدث ، فإن الإشهار يتحدث ليقول شيئا و بالتالي فإن الوظيفة القولية هنا تختفي لتستبدل بلغة فاعلة و مؤثرة تتبلور بالشكل و أساليب مختلفة لتحقيق فعل الإقناع .

الوظيفة الإنعكاسية ،فوق اللغوية، تعدي اللغة :" ترتكز هذه الوظيفة في الأساس على اللغة في حد ذاتها (المدونة)، وتهدف الى اعطاء شروحات وتفسيرات حول المدونة وكيفية استعمالها، وهو مالا يمكن تطبيقه في الرسائل الاشهارية مهما كان نوعها، وذلك لاختلاف القراءات للصورة الواحدة.

تحليل البنية الحجاجية للخطاب الإشهاري:

أ. القيمة الحجاجية: قبل تناول القيمة الحجاجية في الخطاب الاشهاري، يستحسن بنا تقديم المدونة وهي تتضمن اشهارا حول منتوج "كسكس كنزة" ، وأذكر الخطاب كاملا فيم يأتي:

الزوج :ما تنسايش اليومراهمجاينا الضياف و الطعام لازميكون بنين بزاف

الزوجة:انشالله

أم الزوجة:اليوم و مع الفطوروعلاش بنتي ماشينة

يا حصرا على ايام زمان طعامنا مفتول باليدينما تصيبيكيفو محاليشهي و يعمر العينوين راه الطعام البنيناللي يحضر في ساعتين

الزوجة"الإبنة":يما أنا عندي كنزةطعام مفتول حبة حبةطعام كنزة يما كي يفورالريحة تعمر كل الداربالمرقة ولا مسفوفالبنة فيها أسرارفرحو بيه كل الضيوفكنزة أحسن إختيار.

الباث:كسكسكنزة بنة فيها أسرار.

ندرس هذا النص من خلال العناصر التالية:

1 مقام الخطاب :

قدمت الخطاب الإشهاري " نوال زعتر " و هي ممثلة جزائرية قدمت الخطاب الإشهاري على قناة النهارTvبالأساس ، و لعل سبب إختيارها مقدمة رئيسية للإشهار من قبل المؤسسة المنتجة يعود

إلى شهرتها في الجزائر وحب النساء و ربات البيت لها ، إضافة إلى عملها و تعابيرها ، و يعد هذا النص الذي جاء باللسان الدارج أي لهجة عاصمة الجزائر ، وقد تم عرض هذا النص بناءا على المحاكاة كإستراتيجية للإقناع و إستخدام الموسيقى الجزائرية و لعل هذا ما ميز الإشهار .

2 قناة التخاطب :

على عرار الوسائط التواصلية الأخرى في الخطاب الإشهاري إلا أن هذا الإشهار السمعي البصري "لساني شفوي بصري سمعي" أين ظهرت الممثلة الرئيسية مع باقي الممثلين ، أين ظهرت الممثلة في اللقطة الأولى إلى غاية ثلاثة و عشرون ، و أين ظهرت في لقطات مع تحضير المنتوج في المشهد الثاني مع الممثلة التي أدت دور إبنتها، على إيقاع موسيقى الحوزي الجزائرية تم تقديم المنتوج .

في المشهد الرابع بلقطة متوسطة مع صوت الباث قدم المنتوج ، الأمر الذي ساعد على تلخيص المقولة الشفوية و تفسيرها ، و لذلك يمكننا القول إن هذه الومضة إتسمت بالتكامل بين النص اللغوي و الصورة.

لذلك يمكننا القول إن المخرج إعتمد المزج بين العصر و التقليد و حافظ على البساطة لإيصال الفكرة و جذب المتلقي .

إن هذا الخطاب حقق الوظيفة التأثيرية و كذا التنبيهية و التفكيرية بالإعتماد على التكرار.

3 لغة الخطاب و خصائصه :

ألقي الخطاب بلغة عربية باللهجة الجزائرية العامية مع بعض الكلمات باللغة العربية . لأن الهدف منه هو الوصول إلى جميع فئات المجتمع " ربة البيت ، العاملة ، المثقفة وحتى الأمية" لإقناعهم بالمنتج و لوصول الرسالة بسهولة فالهد هنا هو إقناع المتلقي بضرورة الوصول إلى الهدف و هو إقتناء المنتوج "كسكس كنزة" ، و استخدام أغنية مع موسيقى تقليدية جزائرية أصيلة من التراث الجزائري ، و أيضا صوت الباث في الأخير ليقول شعار الإشهار.

تحليل الومضة الإشهارية للمنتج :

" حليب كانديا "

- عنوان الومضة : كانديا

- مدة الومضة : 44 ثانية

- عدد اللقطات : 25 لقطة

- عدد المشاهد : 6 مشاهد

2-التحليل السيميولوجي للومضة الإشهارية "حليب كانديا" المبث عبر قناة الشروق الإخبارية

2-1- التقطيع التقني للومضة الإشهارية لحليب كانديا

حليب كانديا								
شريط الصورة					شريط الصوت			
رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع الموسيقى الموظفة	التعليق أو الحوار	المؤثرات الصوتية الأخرى	مضمون اللقطة
01	03 ث	عامة	ثابتة	عادية	هادئة	هي لعزيزة	.	لقطة توضح غرفة نوم للطفل وهو على السرير وبجانبه أمه وهي تحمل ابنها الرضيع
02	01 ث	مقربة	ثابتة	عادية	هادئة	هي لحنينه	.	لقطة للأم وهي تحمل ابنها الرضيع
03	02 ث	مقربة	ثابتة	عالية	هادئة	.	.	لقطة لطفل و هو مستلقي على السرير و يد تمسح

								على رأسه
04	01 ث	متوسطة	متحركة من اليمين إلى اليسار	عادية	هادئة	.	.	الأب وهو جالس أمام المكتب وبجواره كمبيوتر وبجانبه الأم وهي تحمل كأس الحليب
05	01 ث	مقربة	ثابتة	عادية	هادئة	هي لي سهرت وفرت أفضل	.	الأب وهو يشرب من كأس الحليب
06	01 ث	عامة	ثابتة	عادية	هادئة	ما في الدنيا	.	لقطة للطفل وهو جالس أمام مائدة الإفطار و أمه تقدم الحليب له والأب يظهر وهو يغادر المكان
07	01 ث	مقربة جدا	ثابتة	عادية	هادئة	.	.	لقطة لعلبة الحليب كتب عليها باللغة الأجنبية كنديا يفرغ منها
08	01 ث	مقربة جدا	ثابتة	عادية	هادئة	.	.	كأس يفرغ فيه الحليب وبجانبه ملعقة صغيرة
09	01 ث	متوسطة	ثابتة	عادية	هادئة	.	.	لقطة توضح الطفل الصغير وهو يشرب الحليب وبجانبه الكعك وهو يبتسم

10	02 ث	مقربة	ثابتة	عادية	هادئة	.	.	لقطة توضح الأب وهو يبتسم
11	03 ث	متوسطة	متحركة من اليمين إلى اليسار	عادية	هادئة	حبها حنانها وعطفها	.	لقطة توضح الطفل الرضيع وهو بجانب مائدة الأكل وبجانبه فتلة صغيرة وبجانبها كأس حليب و هي تتحدث
12	02 ث	عامة	ثابتة	عادية	هادئة	.	.	لقطة توضح العائلة وهي مجتمعة على مائدة الإفطار و فوقها علبة الحليب
13	02 ث	متوسطة	متحركة من اليمين إلى اليسار	عادية	هادئة	كانت حابه تكبروا في أمان	.	لقطة توضح الأم وهي جالسة على الأريكة و بجانبها أبنتها و هي تحمل قصة وبجانبهما طاولة فوقها علبة الحليب
14	01 ث	عامة	ثابتة	عادية	هادئة	.	.	لقطة توضح الأم وهي تلوح بيدها
15	03 ث	عامة	ثابتة	عادية	هادئة	ليوم ولينا كبار	.	لقطة توضح الأب وهو متجه إلى العمل و معه أولاده " البنت و الولد"
16	01 ث	مقربة جدا	ثابتة	عالية	هادئة	و الفضل ليك يا يما	.	لقطة توضح جزء من اليد وهي تكتب على الدفتر عمليات حسابية

			لعزيزة					
17	03 ث	متوسطة	ثابتة	عادية	هادئة	.	.	لقطة توضح شاب وهو يجلس أمام المكتب وتتجه نحوه الأم وهي تحمل كأس الحليب وتضعه أمامه
18	01 ث	عامة	ثابتة	عادية	هادئة	.	.	لقطة توضح أطفال وهم يركضون في الشارع
19	02 ث	متوسطة	متحركة من اليسار إلى اليمين	عادية	هادئة	.	.	لقطة توضح أطفال وهم متجهون إلى قائمة نتائج الامتحان
20	02 ث	مقربة جدا	ثابتة	عادية	هادئة	.	.	لقطة توضح الأم وهي تنظر ويبدو عليها القلق
21	01 ث	متوسطة	ثابتة	عادية	هادئة	كانديا	.	لقطة توضح الطفل وهو متجه إلى داخل المنزل وهو سعيد
22	03 ث	مقربة	ثابتة	عادية	هادئة	ترافق الأم في أهم دور لها	.	لقطة توضح الأم وهي تعانق ابنها

23	01 ث	مقربة جدا	ثابتة	عادية	هادئة	مع أعز ما عندها	.	لقطة توضح الأم وهي تبتسم وتعانق ابنها
24	02 ث	مقربة	ثابتة	عادية	هادئة	لتوفر لهم أحسن ما في الحليب	.	لقطة توضح علبة حليب كانديا وفي الخلف العائلة وهي سعيدة
25	03 ث	عامة	ثابتة	عادية	هادئة	كانديا كل الحياة	.	لقطة توضح شعار حليب كانديا و تحته توجد جملة باللغة العربية " حليب كل الحياة "

إن النسق الموضوع بين أيدينا عبارة عن نسق سيميولوجي بصري نوعه ومضة إشهارية تلفزيونية تبث في قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تحت عنوان ستريم، يتضمن هذا النسق البصري مجموعة من الدلالات الألسنية و العلامات و الرموز التشكيلية و الدلالية التي يمكننا قراءتها وفق مقاربة " رولان بارث " كما يلي :

1 . المستوى التعييني :

يقدم الإشهار محل الدراسة إشهار " كانديا " ستة مشاهد أساسية متضمنة لقطات عامة ؛متوسطة ؛ مقربة جدا ونتطرق لها كالأتي :

المشهد الأول استهلت الومضة الإشهارية للمنتج الغذائي حليب كانديا بلقطة عامة توضح غرفة نوم لطفل وهو جالس على السرير و يقوم بجمع أدواته ووضعها في المحفظة وبجانبه الأم ترتدي تنورة رمادية واقفة و تحمل الطفل الرضيع ، وبجانبها على اليمين طاولة صغيرة عليها مجموعة من الكتب مع إضاءة خفيفة وموسيقى هادئة و التعليق المصاحب لها "هي لعزيزة " وعلى الحائط مجموعة من الصور، ثم

تلتها لقطة مقربة للأم وهي تحمل الطفل الرضيع مع التعليق " هي لحنينه " ، وفي نفس الجو وبلقطة مقربة للطفل وهو مستلقي على السرير ويد تمسح على رأسه مع إضاءة خفيفة . المشهد الثاني أستهل بلقطة متوسطة التي توضح الأب وهو جالس أمام المكتب ويوجد أمامه جهاز الكمبيوتر، مع وجود نفس الإنارة والموسيقى وتعليق تمثل في " هي لي سهرت وفرت أفضل " ، وبالانتقال إلى لقطة مقربة في نفس الجو يظهر الأب وهو يشرب الحليب ويبتسم وبجانبه الأم وهي تبتسم .

المشهد الثالث تم الانتقال إلى لقطة عامة مع إنارة طبيعية توضح مائدة الإفطار ويجلس بجانبها الطفل وبجانبه أمه ، وهي تقدم له الحليب وفي نفس الوقت هناك والده وهو يغادر المكان مع تعليق "ما في الدنيا " مع الاستمرار في نفس الموسيقى .

وبعدها اعتمد المخرج على لقطة مقربة التي تظهر فيها علبة حليب كانديا ذات اللون الأزرق و يفرغ منها الحليب ، وبلقطة مقربة جدا يظهر كأس من الزجاج فوق طاولة ويفرغ داخله الحليب و بجانبه ملعقة صغيرة مع وجود نفس الموسيقى ، ثم تلتها لقطة مقربة يظهر فيها الطفل صغير وهو جالس أمام المائدة ويشرب الحليب مع إنارة واضحة وبنفس الجو بلقطة مقربة يظهر الأب ، وهو يبتسم وينظر إلى الجهة اليمنى مع الاستمرار في سماع نفس الموسيقى وتعليق تمثل في " حبها . حنانها وعطفها "؛ثم تم الاعتماد على لقطة متوسطة ، و بالاعتماد على حركة الكاميرا من اليمين إلى اليسار حيث يظهر الطفل الرضيع وهو جالس أمام مائدة الإفطار مع إنارة اصطناعية مع الاستمرار في حركة الكاميرا إلى اليسار، تظهر الفتاة الصغيرة وهي جالسة أمام المائدة وبجانبها كأس من الحليب وهي تتحدث وتبتسم مع نفس الموسيقى وبتعليق تمثل في "حنانها وعطفها " .

ثم ينتقل بنا المخرج إلى لقطة عامة توضح العائلة وهي مجتمعة على مائدة الإفطار " الأب الأم . الطفل . البنت و الرضيع " ويوجد أمام كل واجد كأس من الحليب و يوجد أيضا علبة الحليب كانديا.

المشهد الرابع وبعدها ننتقل إلى لقطة متوسطة و التي توضح الأم وهي جالسة على الأريكة و بجانبها ابنتها وتحمل بيدها قصة ، ويوجد أمامها طاولة يوجد عليها كأس من الحليب وأمامه علبة الحليب كانديا مع وجود نفس الموسيقى بتعليق تمثل في " كانت حابه نكبروا في أمان " .

المشهد الخامس بعدها تنتقل الومضة الإشهارية إلى مشهد أخر خارج المنزل بدايته كانت بلقطة متوسطة توضح الأب ، وهو يرتدي بدلة رسمية باللون الأزرق وهو خارج من المنزل ويلوح بيده وينظر إلى الخلف

ويبتسم وخلفه أبناءه " البنت . الولد " وهما يحملان حقيبة المدرسة ، وفي نفس الجو يظهر طفل وقد كبر وهو متجه إلى داخل المنزل ويتجه مسرعا وخلفه تظهر فتاة صغيرة مع نفس الموسيقى وتعليق تمثل في " ليوم ولينا كبار " .

بعدها تم الانتقال إلى لقطة مقربة جدا ، تظهر فيها جزء من اليد وهي تكتب على الدفتر عمليات حسابية مع نفس الموسيقى وتعليق تمثل في "و الفضل ليك يا يما لعزيزة " وفي نفس الجو داخل المنزل بلقطة متوسطة يظهر الطفل وهو جالس أمام المكتب وبجانبه مجموعة من الكتب ، ثم تظهر الأم وهي تحمل كأي من الحليب وتقوم بوضعه فوق المكتب مع إنارة خفيفة في الغرفة مع نفس الموسيقى وبتعليق تمثل في " يا يما لعزيزة " .

المشهد السادس بعدها تم الانتقال إلى لقطة أخرى بمشهد خارجي بلقطة عامة التي يظهر فيها أطفال وهم يركضون في الشارع ، ويتجهان إلى قائمة نتائج الامتحان وهم يشيرون إلى النتائج مع وجود نفس الموسيقى وبعدها بلقطة مقربة جدا ، تظهر من خلالها الأم وهي تنظر إلى الأمام ويبدو عليها القلق ثم ننتقل إلى لقطة متوسطة التي يظهر من خلالها الطفل وهو مسرع وداخل إلى المنزل ، ويبدو عليه السعادة من تعليق تمثل في " كانديا " وبنفس الموسيقى .

وبنفس الجو ننتقل إلى لقطة مقربة يظهر من خلالها الأم وهي تعانق ابنها مع تعليق تمثل في " ترافق الأم في أهم جور لها " وبنفس الموسيقى ، ثم ننتقل إلى لقطة مقربة جدا تظهر من خلالها الأم وهي تبتسم و تعانق ابنها مع التعليق " مع أعز ما عندها " و بوجود نفس الموسيقى .

ثم ينتقل بنا المخرج إلى داخل المنزل مرة أخرى بلقطة مقربة يظهر من خلالها علبة حليب كانديا فوق الطاولة ، وفي الخلف يظهر العائلة(الأب ؛ الأم ؛ الطفل و البنت) وهم سعيدين ، مع تعليق تمثل في " لتوفر لهم أحسن ما في الحليب " وفي نفس الجو بلقطة عامة يظهر من خلالها شعار حليب كانديا و تحته توجد جملة باللغة العربية " كانديا حليب كل الحياة " باللون الأزرق و بنفس الموسيقى .

. المستوىالتضميني :

تختلف المعلومات في المعنى التضميني حسب السياق الذي أعده القائم بالاتصال وتوجيهه إلى المتلقي ويرتكز أساسا على الرسالة الخفية التي تنقلها الومضة الإشهارية ، وقد استهلت الومضة الإشهارية للمنتج

الغذائي حليب كانديا المبثةفي قناة الشروق الإخبارية الخاصة و التي تبث يوميا وفي أوقات مختلفة ، وقد دامت هذه الومضة "49" ثانية متضمنة "25 " لقطة تنوعت بين اللقطة العامة و القريبة والمتوسطة .

بحيث استهلت هذه الومضة بلقطة عامة في غرفة الطفل ذات إضاءة خفيفة والتي يتضح أنها تطابق الواقع لأي أسرة جزائرية ، وهذا من خلال التفاصيل التي تم الاعتماد عليها كما نجد أن هذه الومضة قد اعتمدت على لقطات خارجية وداخلية ، بحيث كل ما تم نقله بواسطة الكاميرا كان في سياقه الطبيعي و الذي يعكس الحياة الأسرية للمجتمع الجزائري لمدى تماسكها وترابطها ، ففي اللقطة التي تظهر فيها الأم وهي تحمل الطفل الرضيع وفي نفس الوقت تهتم بابنها الأخر هو دليل على مدى الترابط والتماسك الأسري ، وكذا مساعدة بعضهم البعض وهذا كان في اللقطة التي يكون فيها العائلة مجتمعة على مائدة الإفطار كما أن السعادة لا تفارق العائلة فجل اللقطات تكون الابتسامة حاضرة .

وفي اللقطة التي يكون الأب وهو في المكتب وتكون الأم أيضا معه تقدم له الحليب فهذا دليل على أن الأسرة متماسكة ، فبقاء الأم مستيقظة لوقت متأخر وهذا يظهر في اللقطة " 4 " حينما يكون الأب جالس أمام مكتبه وتحضر له زوجته كأس من الحليب ، و يتضح من خلال الإضاءة أن الوقت متأخر فهو دليل على أن الاهتمام ليس له حدود أو وقت فبرغم من أن الوقت متأخر إلى أن الابتسامة لا تفارق الأم وهي تهم بأسرتها .

وفي اللقطات (6 / 11 / 12) التي تكون العائلة مجتمعة على مائدة الإفطار ووجود علبة الحليب كانديا ، فهو دليل على أن حليب كانديا يرافق الأسرة الجزائرية في بداية كل يوم جديد من خلال ما تقدمه من نشاط وحيوية ، وفي كل مرة كانت الأم تبدو سعيدة و راضية بتقديمها للحليب و مطمئنة ونجد أنه في اللقطة التي تظهر علبة الحليب و في الخلف الأسرة تبدو سعيدة بعد خبر نجاح ابنها ، فهو دليل على أن حليب كانديا هو منتج متميز جعله يكون حاضرا في مناسبات هامة تعيشها الأسرة ونجد أنه في اللقطات (22 / 23 / 24) تم التركيز على الاجتماع العائلي الذي يدل على التماسك و الارتباط الوثيق بين الأفراد .

كما أن حضور حليب كانديا في كل لقطة هو دليل على أن حليب كانديا هو منتج مصاحب لحياة المتلقي في أوقات الفرح و الشدائد ، كما أن ظهور الطفل وهو سعيد بنجاحه في الامتحان و العائلة تشاركه في ذلك فهو دليل على أن شركة كانديا تستمر في النجاح بفضل دعم المتلقي لها ، و في اللقطة

الأخيرة حيث صاحب شعار الشركة رسالة ألسنوية " كانديا حليب كل الحياة " فهو دليل على أن الحياة تكون أفضل بوجود و مشاركة حليب كانديا .

وقد تجلت كلمات التعليق التي صاحبت الومضة منذ بدايتها إلى نهايتها ما عدا اللقطات (7/ 8 / 9 / 10 / 12 / 14 / 17 / 18 / 19 / 20) وهي اللهجة الجزائرية المتداولة ، والتي يمكن للمتلقي من فهمها كما أنها تتطابق مع موضوع الومضة الإشهارية ، فنجد أنه في اللقطات (1 /2 /11) هي كلمات تعبر عن المشاعر الجميلة وبسيطة و تعدد المعاني وكانت مصاحبة لحضور الأم في مدى حبها وعطفها ، و كذا رعايتها لأبنائها منذ الصغر فقد استعملت المدح من خلال الكلمات هي" لحنينه ,لعزيزة " وهدا ساعد على زيادة قوة الومضة و الرسالة التي يريد المعلن إيصالها للمتلقي .

كما أن الانتقال بين اللقطات التي تظهر في كل مرة حضور الأم والقيام بمهمتها الرعاية و الاهتمام ، إذ تم إحالة عمل الأم المتمثل في" الاهتمام والرعاية" إلى الشركة المعلنة للحليب ،وهذا يعني أن الشركة المعلنة تسهر على تقديم أفضل ما عندها وهو حليب كانديا والدي يقابله سهر الأم على تقديم كل الحنان و الرعاية للأسرة ، ففي كل مرة كان المخرج في محاولة إقناع المتلقي بالدور الذي تقوم به الشركة المعلنة لتوفير حليب غني ومميز كان يستدل بالحضور الفعلي للأم في الومضة .

الديكور : لقد تم الاعتماد على الديكور الذي يعكس الحياة العادية لأي أسرة جزائرية فالأثاث المستعمل و الترتيب في غرفة نوم الطفل و غرفة الأكل و الجلوس ، فهو ترتيب بسيط ومريح وهو ما يجعل المتلقي في غاية الراحة وهو يشاهده ، ونجد أن اللقطات للطفل وهو يراجع للامتحان في وقت متأخر من الليل و الاجتماع العائلي على مائدة الإفطار ، فهو تمثيل للواقع وهو يهدف إلى جعل المتلقي يعيش في جو عائلي واقعي لكي يكون للومضة أكثر تأثير عليه ، إذ أن تمثيل الواقع في الومضات الإشهارية يثير في نفسية المتلقي نوع من الاطمئنان و الراحة و التفاؤل لما هو أحسن .

الإضاءة : كما أن معظم اللقطات كانت بإضاءة اصطناعية بحيث صورت داخل غرف المنزل وتم تسليط الضوء على الممثلين للومضة ، وهذا لإظهار تصرفاتهم وانفعالاتهم (سعادة ؛ قلق ابتسامة) ،إذ تم الاعتماد على إضاءة خفيفة و إظهار ملامح السعادة و الفرح بحيث تفاوتت شدة الإضاءة ففي اللقطة التي كان الأب و الطفل في المكتب ، تم الاعتماد على إضاءة خفيفة وتم التركيز أكثر على ملامح الوجه وإظهار مدى سعادتهم و فرحهم و الإضاءة الاصطناعية الشديدة ، وهذا لإظهار تماسك الأسرة

فيما بينها و المشهد الثاني حيث تم الاعتماد على الإضاءة الطبيعية كمساعد للومضة والهدف المراد إيصاله .

اللقطات : وقد اختلفت اللقطات التي اعتمد عليها المخرج فنجد اللقطات القريبة تفيد في لفت النضر للأشياء المحددة و التأكيد على أشياء معينة وتوضيح التفاصيل ، نجدها في اللقطات : (2 / 5 /10 / 22 /24) و اللقطات المتوسطة تفيد التعرف على إشارات وحركات الجسم مثل الأيدي نجدها في اللقطات : (4 9 / 11 / 13 / 17 / 19 / 21 /) و القطات العامة و هذه تستخدم للتعريف بالحدث والجو العام و التعرف على العلاقة بين الأشياء و متابعة الحركة ، نجدها في اللقطات : (1 / 6 / 12 / 14 / 15 / 18 / 25) بالإضافة إلى القطات القريبة جدا و التي تفيد للتعرف على تفاصيل أكثر دقة ونجدها في اللقطات : (7 / 8 / 16 / 20 / 23) ، فالترتيب المنضم للقطات ساهم في تقوية الومضة الإشهارية وعدم جعل المتلقي في حالة عدم الاكتراث بما يتم عرضه .

كما تجد أن عنصر الصمت قد اعتمد عليه في كل من اللقطات : (4 /7 /8 / 9 / 10 / 17 / 18 / 19 / 20) ، و التي تعطي دور مهم في التأكيد على فكرة الومضة و التي تتضمن الرعاية الكاملة للأم والاهتمام الكبير وبالإحالة إلى المعنى الحقيقي و المتمثل في دور الشركة المعلنة للومضة ، فقد اختلف الإطار الزماني من فترة مسائية و صباحية و الإطار المكاني من داخل المنزل إلى خارجه .

الموسيقى : كما أن الموسيقى التي اعتمد عليها المخرج للومضة الإشهارية كانت موسيقى موحدة صاحبت الومضة منذ بدايتها إلى النهاية ، وهي موسيقى هادئة تشترك فيها حاستي السمع و البصر و هي طريقة تجعل من المتلقي متأثر ومتفاعل مع الخطاب ، بالإضافة إلى حصر الصورة الإشهارية في المعنى الأساسي الذي يهدف المتلقي إيصاله ؛ إذ أن الموسيقى تضفي واقعا لابد منه في الومضة الإشهارية لتساعد المتلقي على فهم المعاني وفك الرموز و التعايش مع الأحداث ؛ من خلال ما تحمله من معاني و ذلك بالانتقال المكاني و الزماني .

الألوان : أما المدونة اللونية في هذه الومضة فقد تشكلت من عدة ألوان لكن كان هناك تركيز أثر على الألوان الباردة و الفاتحة ، فنجد اللون الرمادي الذي كانت ترتديه الأم و الأب في بداية الومضة وكان هذا في اللقطات المصاحبة للفارة المسائية ؛ وهو دال على الجدية و الحياد كما نجد اللون الأزرق الذي

كان يرتديه الأب و الابن ، وكان هذا في الفترة الصباحية ؛ و الذي يدل على الطاقة و الثقة و المسؤولية ، ونجده أيضا في شعار الومضة ؛ أما اللون الأخضر بحيث كان يرتديه الابن و هو يدل على الكمال و الارتياح و اللون الأبيض، ونجده في الخلفية و هو يدل على الطيبة و الطهارة و نجد أن الترميز الدلالي للألوان لم يضف اعتباطيا و إنما ذو دلالة توحي كلها إلى التطور و الرقي و المسؤولية ، بحيث أن اعتماد المعلن على اللون الأزرق بوجه الخصوص هو دليل غلى غرس المنتج في ذهن المتلقي .

الشخصيات : لقد اعتمد المخرج على تقوية الصلة بين المنتج و المتلقي من خلال مخاطبة وجدانه بالاعتماد على أساليب متنوعة ، التي تنمي مهارة الإقناع من خلال الترابط بين العبارات ، فالمشاركين في الومضة الإشهارية هم أفراد عاديين لا يتمتعون بالشهرة و يمثلون دور الأسرة المتماسكة ، فهو دليل على أن شركة كانديا هي شركة تقدم منتوجها لمختلف شرائح المجتمع .

تحليل الومضة الإشهارية وفق مقاربة رومان جاكبسون :

سنعمل من خلال تحليلنا وفق مقاربة رومان جاكبسون على التركيز على الأساليب الحجاجية في هذه الومضة يعتبر "رومان جاكبسون "أن الرسالة تستوعب مدلولا لفظيا يتولد في إطار لغوي محض، حيث يولد كل عامل من هذه العوامل وضيفة لسانية نوردها على التسلسل التالي :

الوظيفة المرجعية :تتلون كل رسالة بهذه الوظيفة عندما يكون محتواها مؤيد للأخبار الواردة فيها ، وذلك باعتبار أن اللغة تحيلنا على أشياء موجود تتحدث عنها وتقوم اللغة فيها بوظيفة الرمز إلى تلك الموجودات و الأحداث المبلغة ونلتمس هذه الوظيفة في الومضة الإشهارية من خلال إبراز الومضة لحاجة العائلة الجزائرية لمنتوج حليب كانديا من خلال العبارات الموضحة لذلك و التي تبرز جودة وميزة المنتج .

الوظيفة التعبيرية : تهتم هذه الوظيفة بالمرسل ونلتمس هذه الوظيفة من خلال الإنفعالات الظاهرة على الممثلين للومضة من خلال ابتساماتهم ، و نجدها في اللقطات " " حيث تظهر بشكل واضح ، و التي تدل على السعادة و الفرح و نجدها أيضا في أنفعال الأم و إبتساماتها خاصة عندما تكون بحضور المنتج ، و نجدها في اللقطة الأخيرة التي عبرت عن انفعال الأم بنجاح ابنها في الامتحان ، كما

نجدها في اللقطة الأخيرة من الومضة التي كانت تعبيرا عن السعادة بين العائلة و انفعالاتهم التي ظهرت من خلال العناق و الإبتسامات.

الوظيفة التأثيرية : وتركز على المتلقي وذلك لجذب انتباه المتلقي و إثارة فيه الرغبة في الشراء ، ونجد هذه الوظيفة في الومضة من خلال اختيار الأمثل للشخصيات بحيث نجد أن المعلن لم يعتمد على شخصيات مهمة وبارزة في المجتمع ، بحيث كانت عبارة عن شخصيات عادية تمثل دور" الأم ، الأب الإبن ، البنت و الرضيع " بحيث ساهم كل جرف على إبراز دوره في الومضة .

الوظيفة الشعرية :بحيث نلتمس هذه الوظيفة من خلال الخصائص الجمالية للفنون البلاغية

مثل التشبيه و الاستعارة و التي أضفت على الخطاب الإشهاري جمالية وفنية و التي تأثر على المتلقي، من خلال الإبداع الأدبي في الترتيب الواضح للجمل بحيث نجد الإستعارة موجودة في هذه الومضة " "

الوظيفة الحفاظية" إقامة الاتصال : وتهتم بالعلاقة بين الرسالة و القناة المستخدمة في عملية الاتصال، التي تهتم بالحفاظ على استقرار الاتصال بحيث استخدام العبارات والملائمة و نجدها من خلال بث قناة الشروق الإخبارية للومضة وبشكل يومي، بحيث حاولت القناة من خلال بثها للومضة على الحفاظ على استمرار الاتصال بين المتلقي و المعلن فمشاهدة المتلقي للومضة الإشهارية بشكل يومي يجعله دائم التذكير فيها وفي مميزاتها .

الوظيفة الانعكاسية : وتركز هذه الوظيفة على اللغة بحيث نجد في هذه الومضة أن المعلن قد أعطى أهمية للغة في بثه للومضة الإشهارية ، التي صاحبت الومضة الإشهارية بحيث اتسقت اللغة مع الصور و كان هناك انسجام بين اللغة والصورة .

عنوان الومضة : اشهار مودام جازي Djezzy Modem

مدة الومضة : 30 ثانية

عدد المشاهد :4 مشاهد

عدد اللقطات : 12 لقطة

3- التحليل السيميولوجي للومضة الإشهارية لكسكس كنزة المبث عبر قناة النهار الإخبارية

3-1-التقطيع التقني للومضة الإشهارية لكسكس كنزة

مودام جازي							
شريط الصورة					شريط الصوت		
رقم	مدة اللقطة	نوع اللقطة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع الموسيقى	التعليق	مضمون اللقطة
01	2ث	متوسطة	ثابتة	أمامية	حماسية		خلفية سوداء مع ضوء خافت يظهر شخص يرتدي ملابس حمراء اللون و كتب أمامه بالبند

							العريض باللون الأبيض وعلاش انت؟
02	1ث	قريبة جدا	متحركة	أمامية	حماسية		يظهر بلقطة قريبة جدا ملامح من وجه اللاعب رياض محرز
03	3ث	متوسطة إلى قريبة	متحركة	أمامية	حماسية	نقدر نتجاوز إمكانياتي	يظهر محرز وهو يقوم بنزع السترة
04	2ث	واسعة جدا	متحركة	جانبية من اليمين	حماسية	ثيقتي كبيرة	محرز يلعب بالكرة و يمررها و يسدد
05	2ث	واسعة	متحركة	أمامية	حماسية	نقدر نرفع قدراتي	كتب بالبند العريض كلمة سرعة باللون الأبيض و محرز يمرر الكرة بين قدميه
06	3ث	واسعة	متحركة	من الجانبين	حماسية	التحدي هو اللي بيا	ينتقل محرز بين الحركات بخفة و سرعة و حرفية وتظهر كلمة حركية
07	3ث	واسعة		أمامية	حماسية	لازم نكون	يمرر محرز الكرة بخفة

		تنتقل إلى متوسطة	متحركة			واجد في الحين	بين قدميه و على كتفيه و يسدد الكرة
08	2ث	واسعة	ثابتة	أمامية	حماسية	و فكل مكان	خلفية سوداء فيها صورة الكرة و كتب بالبند العريض كلمة مشاركة باللون الأبيض
09	3ث	واسعة جدا	متحركة	أمامية	حماسية	هاديك عليا باه نرجعكم أفضل	محرز يقف و هو يبتسم و عدد من الكرات تتطاير بجانبه و السعادة على وجهه
10	4ث	واسعة	متحركة	أمامية	حماسية	أنا مودام جازي معايا أكيد ترجع أفضل	صورة المنتج مع معلومات الخدمات
11	2ث	واسعة جدا	ثابتة	من الخلف	حماسية		يظهر من الوراء و هو يمشي رياض محرز و يحمل المنتج المودام في يده و يضعه في جيبه و في الجانب كتب السعر

							10000 دج
12	3ث	متوسطة	ثابتة	أمامية	حماسية	جازي معاها تقدر	خلفية بيضاء فيها مثلث باللون الأحمر كتب فيه باللغة الفرنسية و العربية Djezzyلفظة جازي

تـــحـليل الـــخطاب الاشـــهاري وفـــق مـــقاربة رولان بـــارث

المستوى التعييني :

Tvان هذا النسق الموضوع بين يدينا عبارة على نسق بصري نوعه ومضة إشهارية متداول في قناة النهار

يتضمن هذا النسق مجموعة من الدلالات الألسنية و العلامات و الرموز التشكيلية و الايقونية التي قرائتها كما يلي:

يقدم الإشهار محل الدراسة منتج " مودام جازي " على أربعة مشاهد:

المشهد 01: بلقطة متوسطة و مع موسيقى حماسية نلاحظ مع بداية اللقطة خلفية سوداء مع ضوء خافت يظهر شخص يرتدي ملابس حمراء اللون و كتب أمامه بالبند العريض باللون الأبيض وعلاش انت؟ ثم ننتقل ليظهر بلقطة قريبة جدا ملامح من وجه اللاعب رياض محرز ثم من اللقطة القريبة إلى المتوسطة والتي يظهر فيها محرز وهو يقوم بنزع السترة الحمراء ليظهر و هو يرتدي لباس اللعب الرياضي باللون الأحمر و كتب فيها جازي باللون الأبيض و أمامه كرة قدم فيقوم محرز باللعب بالكرة و

يمررها و يسدد و كتب بالبند العريض كلمة سرعة باللون الأبيض و محرز يمرر الكرة بين قدميه بخفة و مهارة في اللقطة السادسة ينتقل محرز بين الحركات بخفة و سرعة و حرفية وتظهر كلمة حركية بالند العريض يمرر محرز الكرة بخفة بين قدميه و على كتفيه و يسدد الكرة و في اللقطة الثامنة خلفية سوداء فيها صورة الكرة و كتب بالبند العريض كلمة مشاركة باللون الأبيض.

مع هذه اللقطات و مع الصورة كانت الإرسالية الإشهارية بصوت الباث كما يلي:

" نقدر نتجاوز إمكانياتي ، ثيقتي كبيرة ، نقدر نرفع قدراتي ، التحدي هو اللي بيا ، لازم نكون واجد في الحين و فكل مكان ، هاديك عليا ، راني هنا باه نرجعكم أفضل "

المشهد 02: في اللقطة التاسعة و التي كان فيها محرز يقف و هو يبتسم و عدد من الكرات تتطاير بجانبه و السعادة تظهر على وجهه

المشهد 03: لننتقل إلى اللقطة العاشرة الخاصة بالمنتج " مودام " أبيض اللون بشاشة سوداء

. DJEZZY + 4Gو فيها رمز

يظهر المنتج موضوع على طاولة زجاجية و يظهر انعكاس صورة المنتج في الزجاج و في الجانب أهم الخدمات التي كتبت في الجانب الأيسر و التي جاءت كما يلي:

Pack Djezzy Modem

10 Go/شهر

خلال 3 أشهر+ مودام باطل

ثم نرى يد تحمل المودام من الطاولة لتظهر لنا في لقطة واسعة جدا صور من الخلف يظهر رياض محرز من الوراء و هو يمشي يحمل المنتج المودام في يده و يضعه في جيبه و في الجانب كتب السعر 10000 دج

المشهد الرابع :في اللقطة الأخيرة الثانية عشر خلفية بيضاء فيها مثلث باللون الأحمر كتبت فيه باللغة الفرنسية و العربية و مع صوت امرأة لفظة جازيDjezzyجازي

تقول شعار الومضة " جازي معاها تقدر "

المستوىالتضميني:

إن النسق البصري موضوع التحليل و استنادا لكون التحليل التضميني لأي نسق سيميولوجي استقراء لما تم وصفه في المستوى التعييني مرحلة الوصف العام و استنطاق مختلف العلامات و الرموز التشكيلية و الإيقونية إضافة إلى الإرسالية الإشهارية و أهم الدلالات الألسنية المصاحبة طيلة فترة بثها .

بداية بالمشهد الأول من الومضة الإشهارية و مع اللقطة الأولى لقطة واسعة بخلفية سوداء لتظفي نوعا من الغموض و التشويق و شد الإنتباه مع إضاءة خافتة من الجهة اليمنى نلاحظ وجود شخص كتبت بالبند العريض باللون الأبيض " وعلاشإنت ؟ " إستخدم هذا الأسلوب لتشويق المتلقي و جذبه و لفت إنتباه و تركيزه و هذه العبارة التي تحمل دالا يوحي الى مدلول فهي تعبر على المنتج الذي تقوم عليه هذه الومضة

" علاش انت ؟ " هذه العبارة يقصد بها المخرج لماذا ستختار هذا المنتج ؟ من خلال هذه العبارة الاستفهامية التي استخدمت بغرض تغييب الرابط الذهني و ذلك للتأثير مباشرة على المتلقي مع موسيقى حماسية ، ثم تقترب الكاميرا بلقطة قريبة جدا تظهر ملامح محرز ليظهر وجهه كاملا في اللقطة الثالثة ،

فيظهر محرز و هو يرتدي سترة حمراء ثم يقوم بنزعها مع صوت الباث و هو يقول " نقدر نتجاوز امكانياتي " هنا نجد مدلولين الأول في فتح السترة و نزعها و التي تدل على الإنطلاق و الإنفتاح على ما هو جديد ، و المدلول الثاني يكمن في عبارة " نقدر نتجاوز امكانياتي " و هنا الباث يحكي بصفة المنتج أنه تجاوز إمكانياته السابقة، و ايضا و هناك مدلول آخر وهو رياض محرز كونه لاعب له قاعدة جماهيرية واسعة ، استخدمه المخرج لينقل رسالة النشاط و الحركة و الاثارة للمتلقي في اللقطات الموالية ، يبدأ محرز اللعب بكرة القدم و تمريرها بين قدميه و كتفيه و طريقة التصوير كانت من زوايا مختلفة ، و تنتقل بين لقطة و اخرى و بين حركة و أخرى ، كانت الحركات تتماشى مع صوت الباث و هو يقول " ثيقتي كبيرة " حاول هنا نقل الثقة للمستهلك ، و عبارة " نقدر نرفع قدراتي" توحي بأن هاذا المنتج قد رفع من إمكانياته و مميزاته ، و يوصل الرسالة عبر الكلمات المنتقات ، و محرز كان ينتقل بخفة بين الحركات بسرعة هائلة و يسدد الكرة لتأتي أمامها كلمة " سرعة " و التي تدل على سرعة استخدام هذا المنتج و سهولته ، الرسالة هي السرعة و الخفة ثم ليقول الباث " التحدي هو اللي بيا " ، هنا يقصد المنافسة مع الشركات الأخرى ، "محرز" يرفع الكرة في الهواء و يضربها بقوة و يمررها و تكتب عبارة " حركية " ليوصل للمشاهد من خلال هذه الكلمة سهولة الإنتقال بهذا المنتج " مودام " و أن هذا المنتج فيه حركية بمعنى سلاسة في الإستعمال و تطور و سرعة التحكم ، تحمل الكلمة معنى أنه لا يعيق في الحركة و ليؤكد و يوضح هذه العبارة التي كتبت بالبند العريض باللون الأبيض لون النقاء و الصفاء و السلام و يوحي إلى المصداقية ، ليقول الباث " لازم نكون واجد في الحين و فكل مكان " ولا يزال " محرز" يقوم بحركات لافتة للنظر و مشوقة و زرع الإثارة داخل المشاهد في رفع الكرة من قدميه إلى كتفيه و كيفية تمريرها ، وفي هذه الدلالة الألسنية يوصل الباث الفكرة بأن هذا المنتج بإمكانك إستخدامه و خدماته متوفرة أينما ذهبت و أينما كان موقعك ، وهنا يستخدم التغييب الذهني للمشاهد و يحاول أن يجعل المنتج مثاليا و يوصل له فكرة الطموح نحو الأفضل ، ثم تكتب كلمة مشاركة باللون الأبيض مع

خلفية سوداء يظهر في هذه الخلفية مع الجانب الأيمن كرة قدم يوصل المرسل رسالة المشاركة التي يقصد بها أنه بإمكانك مشاركة أصدقائك و أفراد العائلة بخدمات هذا المنتج.

في المشهد الثاني في اللقطة التاسعة بلقطة واسعة ثم تنتقل إلى متوسطة يظهر فيها محرز وهو واقف و يبتسم و الكرات تتطاير على الجانبين ليختم هذا المشهد بقول الباث " هاديك عليا باه نرجعكم أفضل " هذه الرسالة لها مدلول و هو أن خدمات هذا المنتج توفر للمستهلك كل ما يحتاجة و الأفضل وضعية محرز في هذا المشهد و الكرات من حوله تدل على الخدمات المتوفرة في هذا المنتج و التي توفر لك الراحة .

ليرجع الباث و يؤكد في المشهد الرابع الذي إحتوى على صورة المنتج مع معلومات الخدمات ويقول الباث " أنا مودام جازي معايا أكيد ترجع أفضل " هنا وصلت الرسالة الإشهارية مباشرة إلى المتلقي ليفهم أن هذا المنتج هو عبارة عن مودام لشركة جازي فيه خدمات توفر لك أنترنيت لمدة ثلاثة أشهر " دفع 10000دج " مع " مودام باطل " يعني مجاني . استخدم هنا الإغراء بكلمة " باطل " لجذب المستهلك و التركيز على التأثير على جميع فئات المجتع و ذلك نظرا للأزمة المالية و الإنهيارالإقتصادي و انتهاج سياسة التقشف فالمخرج هنا وضع السعر للمنتج مع مودام مجاني و استخدام " محرز " الذي يحظى بحب الناس ، و أيضا إستخدم أسلوب التأكيد ليؤكد بعد التعريف بالمنتج ، توفير الأفضل و ذلك ما جاء من خلال العبارة " أكيد ترجع أفضل " فمن يرى " محرز " يتمنى انتقاء المنتج فورا لكي يمتلك شيئا تمتلكه شخصية معروفة ، و يكون قد نجح المرسل في إستدراج المتلقي و ذلك بلفت إنتباهه و تشويقه و إستخدام عنصر الإثارة الذي يكمن في اللون الأحمر الذي يرمز إلى الحب ، النار ، الشغف و الإثارة مع الموسيقى الحماسية

و أيضا استخدام المرسل الجمل القصيرة و الإرسالية الإشهارية المصاحبة للومضة كذلك نجد أن المرسل إعتمد على تقديم الوعود و حاول إبراز مميزات و خدمات المنتج " أنا مودام جازي معايا أكيد ترجع أفضل " و كذلك قوله " هاديك عليا باه نرجعكم أفضل " بالإضافة إلى استخدامه لأساليب توهم المستهلك أن هذا المنتج مثالي لا مثيل له و يوفر نتائج مهولة ثم تظهر اليد و هي تحمل المنتج لتكتمل الصورة بظهور اللاعب " محرز " من الخلف و هو يحمل مودام جازي و يضعه في جيبه و هو يمشي ومن اليمين كتب السعر " 10000 دج " فالرسالة هنا واضحة و التي تكمن في دفع المشاهد لإنتقاء المنتج و هذا ما يسمى بعملية البيع ، إذ أن الدال ينتهي عند الإقرار بضرورة إقتناء المنتوج

أما بالنسبة للمشهد الخامس و الأخير الذي جاء في شكل خلفية بيضاء يتوسطها مثلث باللون " و هذا هو رمز شركة Djezzyالأحمر كتب فيها باللغتين العربية و الفرنسية "جازي"

جازي ولهذا اعتمد المخرج في الومضة على اللونين الاحمر و الأبيض فقط .

و يأتي في الأخير شعار "جازي معاها تقدر" ليختم الومضة بفكرة تنافسية بحتة وهي أنها هي التي لها القدرة و الإمكانية على تلبية كل حاجيات المتلقي و مطالبه .

مرحلة التحليل التشكيلي :

تركز هذه المرحلة على الارسالية الاشهارية ككل لا على المنتج و تدرس جميع جوانب الخطاب كما تبحث في المستوى الأولي للمعنى الباطن و سنتعمد في هذه المرحلة على دراسة

النوعية : ركزت الارسالات الاشهارية على لاعب كرة مشهور في الجزائر باعتباره مصدر للطاقة والنشاط و الحركة وهذا التعزيز المنتج عند المستهلك فوجود شخصية مشهورة للتاثير على المتلقي و للترويج لمنتجاتهم المختلفة

الألوان: رغم إن أنظمة اللون تحويلية و متغايرة لا تخضع لمعاير ثابتة في المقياس التأثيري و الحركي إنما تعتمد على درجة حساسية اللون و تفعيل مراياه

استخدم و ركز المخرج في هذه الومضة الاشهارية على لونين الأحمر و الأبيض فقط

الأبيض يرمز إلى النقاء الصفاء و الوضوح لون السلام

الأحمر لون يرمز إلى الحب الثقة بالنفس و هو لون إثارة مستوحى من النار و الدم يدل على الانتصار

باستخدام هاذين اللونين فقط و تخلى على باقي الألوان لان شعار الشركة يحمل اللونين الأبيض و الأحمر لهذا اعتمد في الإشهار هذين اللونين نسبة للشركة

الجمل القصيرة : اختار المرسل جملا قصيرة وعلا شانت سرعة حركية مشاركة

ليلتقطها المستهلك بسرعة وتثبت في ذهنه ثم تساهم في تحقيق رد الفعل المطلوب

الرسالة الألسنية:

اختار المرسل رسالة مباشرة من خلال صوت المعلق المصاحب للصورة مع ثقة واضحة من نبرة الصوت نقدر نتجاوز إمكانياتي ثيقتي كبيرة نقدر نرفع قدراتي .

التحدي هو اللي بيا لازم نكون واجد في الحين و فكل مكان هاديك عليا راني هنا باه نرجعكم أفضل

اختار هذه العباراتالعبارة لإيصال الرسالة مباشرة إلى المتلقي

و ركز على كسب الثقة في المنتوج و اقتناءه من خلال الكلمات ثيقتي كبيرة قدراتي التحدي نرجعكم أفضل

و استخدام أسلوب التأكيد أنا مودام جازي معايا أكيد ترجع أفضل

و أوضح ذلك من خلال الشعار جازي معاها تقدر

الشخصيات : اعتمد المخرج في هذه الومضة الاشهارية على لاعب الكرة المشهور رياض محرز كونه يمتلك قاعدة جماهرية واسعة خاصة لدى فئة الشباب

الإضاءة: خلفية سوداء مع إضاءة خافتة

المستوىالتضميني:

تحث الارسالية الاشهارية المتلقي على اقتناء المنتج و تجعل منه حلا لمشكلات المستهلك وبذلك يمنحه رغبة غير نابعة من ذاته

إعتمد المنتج في هذه الومضة على التشويق و الاثارة و الحماس و الحركة و السرعة و أيضا اللاعب رياض محرز الذي كان الممثل الرئيسي في هذه الومضة و هنا استخدم شخصية معروفة للترويج للمنتوج

ركز على صيغ التأكيد جازي معاها تقدر و أنا مودام جازي معايا أكيد ترجع أفضل

اذ أن الجمل القصيرة مصاحبة للومضة سرعة حركية مشاركة وعلا ش انت ؟

اعتمد أسلوب المدح و ذكر العديد من المميزات التي يتمتع بها المنتج و الوعود للمشاهدين في الرسالة راني هنا باه نرجعكم أفضل

فيركز المنتج على رغبة أي مستهلك في تحسين وضعه مهما كان فيحاول أن يجعل من المنتج مثاليا

تكرار الارسالية مرات عدة في اليوم وفي أوقات مخصوصة متفق عليها سلفا مع الشركة الاعلانية كما يجب أن ينجح المرسل في اثارة غيرة المرسل اليه و ذلك بترسيخ فكرة أن هذا المنتج لا مثيل له

تحليل الومضة وفق مقاربة رومان جاكسون بالاعتماد على العناصر الستة للاتصال

ذكر جاكسون ستة وضائف لسانية للغة و هي :

الوضيفة المرجعية: نلمس هذه الوضيفة من خلال تركيز المخرج على الغموض و التشويق و لفت انتباه المتلقي و تركيزه و تغيبيب الرابط الذهني للمستهلك و التأثير مباشرة عليه مع الموسيقى الصاخبة و عبارات التأكيد الثقة

اعتمد المشهر أسلوب التأكيد الجذب التشويق التنافس و اضهار مزايا المنتج بأسلوب شيق و مثير اعتمد الحركة الجسدية للتعبير على المنتج كذلك تتجسد لنا هذه الوضيفة من خلال لغة الخطاب الاشهاري و التي ضهرت في الأسلوب المستخدم في الومضة مع الجمل القصيرة الكلمات كانت بالبند العريض و التي تعبر على خدمات و ميزات المنتج "سرعة حركية مشاركة" وعلا ش انت بالاضافة الى السعر و الخدمات و العرض المصاحب للسعر

Pack Djezzy Modem

10 Go /شهر

خلال 3 أشهر + مودام باطل

وأيضا في قول الباث الخطاب المصاحب للومضة الاشهارية " نقدر نتجاوز امكانياتي ثيقتي كبيرة نقدر نرفع قدراتي التحدي هو اللي بيا لازم نكون واجد فالحين و فكل مكان هذيك عليا راني هنا باه نرجعكم أفضل" "أنا مودام جازي معايا أكيد ترجع أفضل"

و في الأخير شعار الومضة الذي جاء بصوت فتاة"جازيمعاها تقدر "

الوظيفة التعبيرية "الانفعالية ": تتدخل هذه الوضيفة في ذات المرسل نبدأ شرحنا لهذه الوظيفة من خلال انفعالات الممثل الرئيسي للومضة و ذلك من خلال حركاته الافتة للنضر نشاطه القوة الاثارة سرعة الحركات و الانتقال بينها

فلقد اعتمد المرسل التركيز على حركات رياض محرز ليمثل جسديا أو يوحي الى دلالة ألا وهي مميزات المنتج

و أيضا اعتمد المخرج على استخدام محرز كوجه اعلاني للمنتج لتحفيز المشاهد على عملية الشراء ،هنالك رسالة أخرى من خلال المشهد الثاني و الذي تمثل في وقوف محرز و هو يبتسم و عدد من الكرات تتطاير بجانبه، هنا يبعث المخرج للمتلقي رسالة من خلال الابتسامة الظاهرة على وجه محرز و هي السعادة عند اقتنائك للمنتج و الحصول على الخدمات و المميزات المتوفرة التي تبعث للشعور بالسعادة و الراحة، و ذلك ما حاول المرسل ايصاله بلقطة الكرات المتطايرة و محرز يقف وسطها.تدل الكرات على الخدمات المتوفرة التي ستخفف عنك الأعباء و تسهل معاملاتك و تواصلك و ستوفر عليك التعب و العناء .

استخدم المرسل أسلوب حجاجي " التأكيد " لترسيخ فكرة الإقتناء في عقل المستهلك " أنا مودام جازي معاياأكيد ترجع أفضل" في هذه الجملة عرف بالمنتج و أعتمد أسلوب التأكيد لكسب ثقة المتلقي و التأكيد

على جودة و ميزات منتوجه و ضمان بيعه ، من الناحية اللغوية فإن الأمر الشائع أننا لا نوظف اللغة لنخبر بها عن حاجاتنا فحسب،و إنما لنعبر بها عن ذاتنا و كذلك تظهر هذه الوظيفة من خلال الصوت داخل النظام لأية لغة وما يصحبها من تغير ، فالموسيقى التي استخدمت في الومضة كانت حماسية عصرية و كانت متناسقة مع صوت الباث وتتماشى مع الصورة ، استخدمت كل هذه الأساليب من أجل إيقاف عامل التحليل و التفكير لدى المستهلك و إلى تغييب الرابط المنطقي و الذهني ، و من ثم يمنحه وعود و عروض من أجل إقتناء المنتج و بهذا يمنحه رغبة غير نابعة من ذات المتلقي بل التأثر فقط بالإرسالية و هذه تدخل في فنيات التأثير و جذب الإنتباه .

و بما أن إثارة عاطفة المستهلك و التأثير فيه لشراء المنتج من أولويات الإشهار،فإن هذه الوظيفة كانت تتماشى مع حركات محرز وخفته و سرعته و إثارته و جذب المتلقي و لفت إنتباهه ، ظهرت هذه الوظيفة من خلال الومضة محل الدراسة .

الموسيقى و الحركات و صوت الباث و الجمل القصيرة و الشعار و الإضاءة و لغة الجسد التي كانت حاضرة بقوة كل هذه العوامل و النقاط إستخدمها المخرج بطريقة و أسلوب وظفه في الاشهار ، و استغل اللغة التعبيرية ليخاطب عاطفة المتلقي ويثيره ليصل به إلى مرحلة الإقتناع بشراء المنتج و هذا هو الهدف

الوظيفة التأثيرية : هدف الوظيفة هو جذب انتباه المتلقي ، نلمس هذا الجانب في الومضة الإشهارية من خلال إختيار الشخصية ، فالشخصية الرئيسية في هذه الومضة هو " رياض محرز " و الذي له قاعدة جماهيري واسعة جدا و خاصة في الجزائر، فالمشهر عمل على جذب الانتباه و التأثير على موقف المستهلك من خلال شخصيات يعرفها و يحبها و من الناحية اللغوية إستخدم المرسل اللغة ليحث المستهلك على إنشاء فعل .

الوظيفة الشعرية : إنالخطاب الإشهاري لا يهتم كثيرا بهذه الوظيفة و ذلك القصد منه هو الترويج للمنتج و التأثير في المتلقي ، و لكن المشهر إعتمد على توظيف أسلوب التأكيد و هو من أهم الأساليب الحجاجية لإضفاء سمة جمالية على الخطاب و كسب ثقة المستهلك . طغى أسلوب التأكيد على الومضة في " أنا مودام جازي معايا أكيد ترجع أفضل " و إعتمد أيضا ضمير النتكلم " أنا ، نقدر ، ثيقتي ، هو اللي بيا ، هاديك عليا " و كأن المنتج يتكلم مع المستهلك مباشرة .

الوظيفة الحفاظية " إقامة الإتصال ، القولية " : تهتم هذه الوظيفة بالعلاقة بين الرسالة و القناة المستخدمة في عملية الإتصال ، و تترجم جليا من خلال تكرار الومضة الإشهارية في قناة النهار الإخبارية لمدة طويلة ، أما من ناحية الخطاب اللساني فإن الإشهار يتحدث ليقول شيئا، و بالتالي فإن الوظيفة القولية هنا تستبدل بلغة فاعلة تتبلور في أساليب و أشكال مختلفة لتحقيق فعل الإقتناء .

الوظيفة الإنعكاسية، فوق اللغوية، تعدي اللغة:" ترتكز هذه الوظيفة في الأساس على اللغة في حد ذاتها (المدونة)، وتهدف الى اعطاء شروحات وتفسيرات حول المدونة وكيفية استعمالها، وهو مالا يمكن تطبيقه في الرسائل الاشهارية مهما كان نوعها، وذلك لاختلاف القراءات للصورة الواحدة

تحليل البنية الحجاجية للخطاب الإشهاري

أ. القيمة الحجاجية:قبل تناول القيمة الحجاجية في الخطاب الاشهاري، يستحسن بنا تقديم المدونة وهي تتضمن اشهارا حول منتوج مودام جازي، وأذكر الخطاب كاملا فيم يأتي:

الباث: نقدر نتجاوز إمكانياتي، ثيقتي كبيرة، نقدر نرفع قدراتي، التحدي هو اللي بيا، لازم نكون واجد في الحين و فكل مكان، هاديك عليا باه نرجعكم أفضل، أنا مودام جازي معايا أكيد ترجع أفضل.

صوت المرأة تقول الشعار: جازي معاها تقدر.

ندرس هذا النص من خلال العناصر التالية :

1مقام الخطاب :

قدم الخطاب الاشهاري رياض محرز و هو لاعب كرة جزائري له قاعدة جماهرية كبيرة ، قدم الخطاب ولعل سبب اختياره ممثل رئيسي للاشهار من قبل المؤسسة المنتجة ، يعود Tvالاشهاري على قناة النهار

بالاساس الى شهرته في الجزائر و حب الناس له خاصة فئة الشباب ، ويعد هذا النص اللذي جاء باللغة العربية الفصحى ممزوج بالعامية الجزائرية وقد تم عرض هذا النص بناءا على المحاكاة كاستراتيجية للاقناع ، و استخدام موسيقى حماسية مع جمل قصيرة ولعل هذا ما ميز الاشهار .

2قناة التخاطب :

على غرار الوسائط التواصلية الأخرى في الخطاب الإشهاري إلا أن هذا الإشهار السمعي البصري "إشهار لساني شفوي بصريا سمعيا " أين ظهر الممثل الرئيسي للومضة الإشهارية منذ بداية الومضة حتى نهايتهاثم في المشهد الثالث تم تقديم المنتوج بلقطة واسعة ويصاحب هذه اللقطة صوت الباث "أنا مودامجيزيمعايا أكيد ترجع أفضل " الأمر الذي ساعد على تلخيص المقولة الشفوية وتفسيرها لذلك يمكننا القول إن هذه الومضة إتسمت بالتأثير الكبير على المستهلك و إستخدام الأساليب الحجاجية كالتكرار و الإقناع فإن هذا الخطاب حقق الوظيفة التأثيرية كما إتسمت هذه الومضة بالتكامل بين النص اللغوي "الخطاب الإشهاري"وحركات محرز و إنتقاله من خطوة للأخرى "الصورة".

ب . لغة الخطاب وخصائصه :

ألقي الخطاب باللغة العربية الفصحى مع استخدام كلمات من اللهجة العامية الجزائرية لكي توضح الرسالة و تصل للمتلقي و إقناعهم بإقتناء المنتج و هذا ما لاحظناه في صوت الباث القوي و كله ثقة فالصوت يلعب دورا في الرسالة و مدى تأثيرها .

لكن وجود المرأة أو صوتها في الإرسالية صار ضروريا ، فلا يخلو أي إشهار منها لذلك قدم لنا شعار المنتج في نهاية الومضة بصوت المرأة.

streamعنوان الومضة : ستريم

مدة الومضة : 59 ثانية

عدد اللقطات: 29 لقطة

عدد المشاهد: 5 مشاهد

4- التحليل السيميولوجي للومضة الإشهارية لتلفاز ستريمالمبث عبر قناة النهار الإخبارية

4-1-التقطيع التقني للومضة الإشهارية "تلفاز ستريم"

تلفاز ستريم

شريط الصورة						شريط الصوت			
رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع الموسيقى الموظفة	التعليق أو الحوار	المؤثرات الصوتية الأخرى	مضمون اللقطة
01	2 ث	مقربة	ثابتة	عادية	.	.	هتافات	إمراة ترتدي لباس تقليدي و تمشي في الشارع ثم تتوقف وتقوم بنزع الغطاء عن وجهها
								امرأة تتجه نحو تجمع عدد

02	2 ث	عامة	ثابتة	عادية	.	.	هتافات	من الناس وهم أمام مقر ستريم
03	3 ث	متوسطة	ثابتة	عالية	.	.	هتافات	لقطة توضح عدد من الأشخاص يتدافعون
04	2 ث	مقربة	ثابتة	عادية	.	.	هتافات عالية	لقطة توضح تدافع الحاضرين
05	4 ث	مقربة	متحركة	عادية	.	.	هتافات عالية	لقطة توضح المرأة وهي في وسط الحاضرين وتتحدث إلى أحدهم
06	2 ث	مقربة	ثابتة	عادية	.	.	هتافات عالية	لقطة توضح الحارس وهو يتجه نحو الأشخاص المتدافعين في الخارج
07	2 ث	مقربة	ثابتة	عادية	.	.	هتافات عالية	لقطة توضح اللاعب رياض محرز يقف أما مركز الاستقبال وينظر إلى الأشخاص متدافعين
08	2 ث	مقربة	متحركة	عادية	.	.	هتافات عالية	لقطة توضح الحارس يتحدث إلى المتواجدين أمام مركز ستريم
09	2 ث	مقربة	ثابتة	عادية	.	.	هتافات عالية	لقطة توضح رجل بحجم صغير ينضر إلى الأعلى ويتحدث
10	1 ث	مقربة	ثابتة	عالية	.	.	هتافات	لقطة توضح الحارس ينضر إلى الأسفل

							عالية	
11	1 ث	مقربة	ثابتة	عادية	.	.	هتافات عالية	لقطة توضح رجل صغير وهو يشير بيده إلى الأمام
12	2 ث	عامة	متحركة	عادية	جاز	.	.	لقطة توضح الرجل الصغير يمر من أمام الحارس ويتجه بسرعة إلى الأمام ثم يتدافع خلفه الحاضرين
13	2 ث	مقربة	ثابتة	عادية	جاز	.	.	لقطة توضح عدد من الأشخاص يتدافعون
14	2 ث	متوسط	ثابتة	عادية	جاز	.	.	لقطة توضح اللاعب رياض محرز وهو يقف أمام مركز الاستقبال
15	1 ث	مقربة	ثابتة	عادية	جاز	.	.	لقطة توضح اللاعب محرز وهو ينضر إلى الأشخاص المتدافعين
16	1 ث	متوسطة	ثابتة	عادية	جاز	.	.	لقطة توضح اللعب محرز وهو يبتسم
17	1 ث	مقربة	ثابتة	عادية	جاز	.	.	لقطة توضح عدد من الأشخاص يتدافعون وفي مقدمتهم المرأة الكبيرة و هم ينضرون باندهاش

18	2 ث	مقربة	ثابتة	عادية	جاز	مع ستريم شوفا لصح	.	لقطة توضح جهاز تلفاز من الحجم الكبير وفيه صورة لمنضر طبيعي
19	1 ث	مقربة	ثابتة	عادية	جاز	تجربة مشاهدة	.	لقطة توضح جهاز تلفاز بحجم كبير وعلى جانبيه يوجد كلمتين باللغة الأجنبية
20	1 ث	مقربة	ثابتة	عادية	جاز	تجبس الأنفاس	.	لقطة توضح جهاز تلفاز من الحجم الكبير يتم إظهار سمكه و أمامه كلمتين باللغة الأجنبية
21	2 ث	مقربة	ثابتة	عادية	جاز	شاشات بمعايير أوربية و أسعار تنافسية	.	لقطة توضح جهاز تلفاز من الحجم الكبير وفيه منظر طبيعي
22	1 ث	مقربة	ثابتة	عادية	جاز	أيا ليجان	.	لقطة توضح اللاعب محرز يحمل هاتفه ويأخذ صورة سيلفي

23	1 ث	مقربة	ثابتة	عادية	مقطع من أغنية أجنبية مع الجاز	.	.	لقطة توضح اللاعب محرز وهو يبتسم وخلفه مجموعة من الأشخاص
24	2 ث	مقربة	ثابتة	عادية	مقطع من أغنية أجنبية مع الجاز	.	.	لقطة توضح اللعب محرز ينضر خلفه وهو يبتسم
25	2 ث	متوسطة	ثابتة	عادية	جاز	.	.	لقطة توضح خلفية سوداء مكتوب عليها باللغة الأجنبية ستريم

1 . المستوى التعييني :

إن هذا النسق الموضوع بين أيدينا عبارة عن نسق سيميولوجي بصري نوعه ومضة إشهارية تلفزيونية ، تبث في قناة تلفزيونية جزائرية خاصة وتعتبر هذه الومضة الإشهارية بمثابة مروج للمنتج بعنوان ستريم ، تتضمن هذه الومضة مجموعة من الدلالات الأيقونية و التشكيلية والألسنية التي يمكن قرائتها وفق مقاربة "رولان بارث "كما يلي .

يقدم الإشهار محل الدراسة إشهار ستريم أربعة مشاهد أساسية متضمنية مجموعة من اللقطات وسنتطرق لها كالأتي:

المشهد الأول استهلت الومضة الإشهارية ستريم بلقطة مقربة و التي تظهر فيها المرأة وهي ترتدي لباس تقليدي باللون الأبيض ثم تقوم بنزع الغطاء عن وجهها ، وفي نفس الجو بلقطة عامة تظهر فيها المرأة

الكبيرة وهي متجهة نحو تجمع عدد من الأشخاص أمام مقر مؤسسة ستريم ، بعدها تلتها لقطة متوسطة و التي توضح وجود العديد من الأشخاص نساء ورجال وهم يتدافعون مع وجود هتافات عالية.

وبعده ننتقل إلى لقطة مقربة تظهر فيها المرأة الكبيرة وهي في وسط الأشخاص المتدافعين ، و هي مندهشة و تتحدث إلى أحد الحاضرين و يصاحبها هتافات عالية

المشهد الثاني بعدها مباشرة ننتقل إلى لقطة مقربة التي يظهر فيها اللعب رياض محرز يقف أمام مركز الاستقبال ، و هو يرتدي بدله رسمية باللون الأسود وتوجد لافتة مكتوب فيها ستريم ، وفي نفس اللقطة يقوم اللاعب رياض محرز وهو ينضر إلى الأشخاص المتدافعين وهو مستغرب .

ويعتمد بعده المخرج على لقطة عامة إذ يظهر من خلالها الأشخاص يتدافعون يحاولون الدخول إلى داخل المؤسسة ، وفي نفس الوقت يتجه نحوهم الحارس وهو يرتدي بدله رسمية باللون الأسود ، وبعدها ننتقل إلى لقطة مقربة يظهر فيها الحارس وهو يتحدث إلى إلى الأشخاص المتدافعين مع وجود هتافات عالية ، وفي نفس الجو وبلقطة بلقطة مقربة ب زاوية عالية موجهة إلى الأسفل يظهر فيها رجل صغير وهو في وسط الحاضرين و يتحدث بوجود نفس الهتافات لأصوات الحاضرين .

بعدها بلقطة مقربة وفي نفس الجو يظهر من خالاها الحارس وهو ينظر إلى الأسفل وهو مستغرب ثم ننتقل إلى لقطة عامة ، التي يظهر فيها الرجل الصغير وهو يمر من بين أرجل الحارس ويتجه بسرعة إلى الأمام وبعدها يقوم الأشخاص الموجودين بدفع الحارس والدخول إلى المؤسسة ، و بلقطة أيضا عامة يظهر الأشخاص متدافعين و متجهين إلى الأمام وفي مقدمتهم المرأة الكبيرة .

بعدها يتم الاعتماد على لقطة متوسطة ويظهر من خلالها اللعب رياض محرز يرتدي بدله رسمية باللون الأسود وهو يقف أمام مركز الاستقبال وعليها توجد صورة له بغلاف لونه أحمر، ويمر أمامه العديد من الأشخاص مهم يتسارعون ثم ننتقل إلى لقطة متوسطة يظهر فيها اللاعب محرز يبتسم و ينظر إلى الأشخاص المتدافعين ، وبشكل غير واضح قليلا يظهر خلفه أجهزة تلفاز .

ثم ننتقل إلى لقطة أخرى متوسطة يظهر من خلالها نفس الأشخاص المتدافعين يمرون بجانب محرز ومن بينهم شاب ينظر باندهاش إلى وجود اللاعب محرز ، وبعدها تلتها لقطة مقربة يظهر من خلالها اللعب محرز وهو يبتسم ويوجد خلفه جهاز تلفاز وبنفس اللقطة ، تظهر من خلالها مجموعة من

الأشخاص وهم ينضرون إلى الأمام وفي مقدمتهم المرأة الكبيرة وهم مندهشين.
المشهد الثالث بعدها ينتقل بنا المخرج إلى لقطة مقربة يظهر فيها جهاز تلفاز من الحجم الكبير وفيها صورة لمنظر طبيعي وفي الجهة اليمنى يظهر جزء من تلفاز أخر ، بعدها بلقطة مقربة يظهر فيها جهاز تلفاز فيه منظر طبيعي ثم يتم تدويره ليظهر بعد ذلك سمكه ويوجد على اليمين كلمة باللغة الأجنبية " و على اليسار " " على خلفية بيضاء . ثم انتقل بنا المخرج إلى لقطة مقربة يظهر فيها اللاعب محرز وهو يحمل هاتف ويأخذ صورة سيلفي مع الحاضرين ويبتسم ويقول " هيا ليجان " و أمامه يوجد جهاز تلفاز من الحجم الكبير ، و في نفس الجو بلقطة متوسطة يظهر فيها اللاعب محرز و هو يأخذ صورة سيلفي وخلفه مجموعة من الأشخاص " رجال و نساء " و هم يبتسمون ، ثم تلتها لقطة مقربة للاعب محرز و هو يبتسم و بجانبه يوجد تلفاز من الحجم الكبير ، ثم ننتقل إلى لقطة متوسطة يظهر من خلالها خلفية سوداء كتب عليها باللغة الأجنبية " " .

المشهد الرابع ثم ننتقل بلقطة عامة يظهر من خلالها اللاعب محرز وهو يرتدي بدلة رسمية باللون الأزرق وهو يتحدث مع المرأة الكبيرة وهما في المطار، بعدها ننتقل إلى لقطة مقربة فيها جهاز تلفزيون من الحجم الكبير وفيه لعبة كرة القدم ويظهر اللاعب محرز و هو جالس أمام المرأة الكبيرة و يلعبان و يتحدثان مع بعضهما .

2 . المستوى التضميني :

إن هذا النسق السيميولوجي موضوع التحليل و استنادا لكون التحليل التضميني لأي نسق سيميولوجي هو استقراء لما تم في مرحلة القراءة العينية ، و استنطاق مختلف العلامات و الرموز إضافة إلى الرسائل الألسنية المصاحبة للومضة الإشهارية طيلة فترة بثها .

ففي بداية الومضة ، وفي اللقطة الأولى التي يظهر من خلالها امرأة كبيرة ترتدي لباس تقليدي باللون الأبيض و تمشي في الشارع و تغطي وجهها ب " النقاب " ، فهو دلالة على أن هذا المنتج هو جزائري الصنع و تقدم خدماتها للمستهلك الجزائري إذ أن لون لباس المرأة هو نفسه لون العلامة التجارية ستريم ، بعد ذلك في اللقطة العامة التي تظهر فيها المرأة الكبيرة وهي متجهة نحو مجموعة كبيرة من الأشخاص متدافعون أمام مقر مؤسسة ستريم فهو دليل على تميز هذه المؤسسة ومدى شهرتها في وسط المجتمع ، وهذا يظهر من خلال اللقطات (1 / 2 / 3 / 4)التي تظهر مدى اهتمام الأشخاص بالجديد الذي

تقدمه المؤسسة ، و هو يتجلى في الصراخ بوجود منتج جديد تمثل في " رآهم جابوه ، رآهم جابوه يا الحاجة " فقد تكررت هذه العبارات في كل من اللقطات (3 / 4 / 5)، وهو دليل على التأكيد بوجود منتج جديد مميز عن المنتجات السابقة .

وفي اللقطة التي يظهر فيها اللاعب رياض محرز وهو واقف أمام مقر استقبال مؤسسة ستريم ، فهو دليل على أن المؤسسة تقدم أفضل ما عندها لإرضاء المستهلك بجودة عالية وفي اللقطة التي يظهر فيها عدد كبير من الأشخاص وهم متدافعون و متجهون إلى داخل المؤسسة ، وذلك دون مراعاة الحارس وتجاوزه فهو دليل على أن هذه المؤسسة تقدم خدمات و منتجات في غاية الجودة فمحاولة معرفة ما هي التفاصيل التي أتت بها في المنتج الجديد ، وهو دليل أيضا على أن المؤسسة تقدم منتجات عالية جعلت هؤلاء الأشخاص يتشوقون لرؤية المنتج الجديد .

وفي اللقطة التي يكون فيها اللاعب رياض محرز و هو واقف أمام مقر الاستقبال و مرور الأشخاص المتدافعين من أمامه و عدم اهتمامهم به ، باعتباره لاعب مشهور وطنيا وعالميا فإنه يدل على أن المنتج المعروض عنده أهمية كبيرة جعلتهم يتغاضون عن وجوده ويقابلها العلامة التجارية ستريم أيضا لديها شهرة كبيرة ، من خلال الخدمات التي تقدمها للمستهلكين جعلتهم راضين عن ما تقدمه لهم من منتجات ، فنجد أن هذه الومضة قد صورت في حي من أحياء الجزائر و هو ما يجعله مرجع مهم في تقديم صورة كاملة عن المنتج للمتلقي فإستحدام مؤسسة ستريم اللاعب رياض محرز هو إحالة للمنتج الجديد ، و الذي هو متميز وذو جودة عالية و بمعايير أوربية باعتبار أن اللاعب محرز هو لاعب متميز ذو أصول جزائرية و هو لاعب في الفريق الأوربي ، و هنا نجد أنه تشبيه ؛ فقد استخدمت المرأة الكبيرة لإظهار الأصل الحقيقي للمنتج و استخدام اللاعب محرز لإظهار مدى جودته الكبيرة ، كما نجدها تدل من جهة أخرى أيضا أنه يقوم بمساواة بين المنتج و اللاعب .

كما أن اللقطة التي يظهر فيها اللاعب محرز وهو تفاجئ و مستغرب من تدافع الأشخاص هو دليل على أن المؤسسة تخبرنا بأنه لا داعي للخوف ، فالمنتج متوفر بكميات كبيرة تكفي الطلبات وهذا ما زاد من قوة الومضة ، و غي اللقطة التي يظهر فيها جهاز التلفزيون بالحجم الكبير في اللقطات (18 / 19 / 20 / 21)فقد صاحبها خطاب تمثل في " مع ستريم شوف الصح، تجربة مشاهدة ، تحبس الأنفاس ، شاشات أوربية بمعايير أوربية و أسعار تنافسية " فهو دليل على أن المؤسسة تقدم أفضل ما عندها

وبمميزات عالمية تضاهي المنتجات الأوربية ، فقد تم التركيز على إظهار الجودة و الفعالية و الحجم من خلال هذه اللقطات مما يثير في نفسية المتلقي حب ورغبة في اقتناء هذا المنتج كما اعتماد على الأشخاص المتدافعين من " نساء و رجال " هو دليل على تأكيد قوة تأثير مؤسسة ستريم .

كما أن اللقطة التي يظهر فيها اللاعب محرز وهو يأخذ صورة سيلفي معهم و هم مستعدون و يبدو عليهم الفرح و السرور، هو دليل على أنهم راضين بما قدمته لهم من منتوج جديد المتمثل في جهاز التلفاز ذو الحجم الكبير و الجودة العالية ، نلاحظ من خلال اللقطة التي يظهر فيها اللاعب محرز وهو يتحدث إلى المرأة الكبيرة ويخبرها بنبرة تدل على الثقة في قوله " علاش راح تدي معاك هذا كاين لهيه "، وهذا دليل على أن الشركة تأكد للمتلقي على مدى قوتها وتميزها وهذا من خلال التأكيد على وجود المنتج خارج الجزائر و يطمئنه على أن منتجاتها توازي منتجات الأوربية .

وقد اعتمد المخرج في نهاية الومضة الإشهارية على الجمع بين المرأة الكبيرة و اللاعب محرز وهما يلعبان لعبة كرة القدم في التلفزيون ، وهذا دليل على أن التلفاز يتمتع بصورة واضحة وعالية الجودة التي سهلت على المرأة الكبيرة في ملاحظة وأنها تنافس مع جودة منتجات " التلفزيون " المؤسسات الأوربية ، وتدل من جهة أخرى على أن أصل المنتج جزائري وإتحاده مع المعايير الأوربية تنتج تلفاز ذو جودة عالية وشاشة رفيعة ، ونجد أن التكرار المتواصل في هتافات الأشخاص من خلال عبارة " رآهم جابوه " فهو دليل على التأكيد على وجود منتج جديد قد وعدت به مؤسسة ستريم متلقيها من قبل .

الديكور: إن الاعتماد على الديكور في هذه الومضة الإشهارية الذي يعكس الحياة المجتمع الجزائري من خلال الهتافات و التدافع بين الأشخاص عند مركز الاستقبال ، و قد أعتمد على الإضاءة الداخلية و الديكور الداخلي للمؤسسة من خلال اللقطات من (4/ إلى 20) و كان التركيز فيها على اللاعب محرز و الحاضرين الممثلين للإشهار وكانت الإضاءة عالية يتمكن من خلالها مشاهدة كل حركات الممثلين للومضة ، وهذا ما يعطي للمتلقي نوع من الراحة و التفاؤل و الاهتمام بكل المتغيرات وجعل اللقطات الخارجية كمساعدة للهدف المراد إيصاله ، و هو الإقناع و التأثير في المتلقي في كل من اللقطات (1 / 2 /3 /4 /5) كما أن اعتماد المخرج على مختلف اللقطات محاولة منه إلى ترسيخ الفكرة الجديدة للمنتج المروج له ، فنجد أنه في معظم اللقطات المقربة كانت تجمع بين اللاعب محرز و

جهاز تلفاز ستريم لإظهار مدى تشابه في مميزات اللاعب محرز و جهاز التلفزيون ستريم أما في اللقطة المتوسطة فكان يتم نقل التفاصيل المحيطة و التي تخدم هدف الموضوع .

وقد صاحب هذه الومضة الإشهارية مؤثرات صوتية تمثلت في هتافات عالية إذ أنها تعطي انطباع كبير لدى المتلقي ، من خلال التأكيد على فكرة الومضة و المتمثلة في وجود جهاز التليفزيون ؛الجديد ذو المعايير الأوربية من خلال التدافع أمام مركز المؤسسة .

الموسيقى:إن الموسيقى التي اعتمد عليها في الومضة الإشهارية كانت موسيقى حماسية تمثلت في الجاز و التي صاحبت الومضة الإشهارية من اللقطة " 12" إلى غاية اللقطة " 22" أين تم مزج أغنية أجنبية معها ، و التي زادت من قوة الومضة في تأثيرها على المتلقي وهذا خاصة ، إذا كانت الموسيقى المختارة متماشية مع فكرة الومضة وتخدمها .

الألوان : و نجد أن للمدونة اللونية حضور في هذه الومضة وقد تشكلت من الألوان البارد بحيث افتتحت الومضة الإشهارية باللون الأبيض الذي كانت ترتديه المرأة الكبيرة المتمثل في اللباس التقليدي و يمثل أيضا عنوان الومضة الإشهارية ستريم و هو يدل على الطهارة و الطيبة و النقاء ، بالإضافة إلى اللون الأحمر الذي يمثل اللون الخارجي للمؤسسة و كذا الحرف الأول من عنوان الومضة " 3" و هو يدل على الإشراق ؛ كما نجد أن اللون الأزرق الفاتح المتمثل في لون لباس اللاعب رياض محرز و لون الغرفة في اللقطة "25 "

وقد حاول المعلن للومضة أن يقوي الصلة بين المنتج و المتلقي وهذا من خلال مخاطبته من اللقطة " 18 إلى اللقطة 21 التي اعتمد على اللهجة العامية من خلال عبارة "شوفا الصح" مع اللغة العربية " مع ستريم ، تجربة مشاهدة تحبس الأنفاس ؛ شاشات بمعايير أوربية و أسعار تنافسية "، فالعبارات المختارة في هذه الومضة هي كلمات بسيطة يمكن للمتلقي من فهمها فقد اعتمد على ذكر بعض مميزات تلفزيون ستريم وذلك للزيادة من قوة الإقناع .

الشخصيات : ويعتبر اللاعب رياض محرز المشارك في الومضة المتميز بنجوميته داخل الجزائر وفي خارجها أمر مهم ، إذ يعمل على زيادة التفاعل و التأثير و تكون له درجة كبيرة من الإقناع ، ونجد أن

الترتيب القطات بشكل منظم هو عمل يساعد على التأثير و الإقناع و قد حاول المعلن في ومضته إبراز الجانب الثقافي ، من خلال لباس المرأة و بداية الومضة به فهو أمر مهم في إبراز شخصية المنتج .

2 . التحليل السيميولوجي تبعا لمقاربة رومان جاكبسون:

ومن خلال التحليل السيميولوجي وفق مقاربة رومان جاكبسون سنحاول التركيز على الحجج الموظفة في الجانب اللساني من خلال الخطاب الإشهاري الذي صاحب الومضة و التي يظهر من خلاله ، وجود ستة مستويات متضمنة ستة وظائف و الرسالة تتولد في إطار لغوي بحيث يولد كل عامل أو مستوى من المستويات الستة وظيفة لسانية مختلفة و التي يمكن إيضاحها في هذه الومضة الإشهارية .

المرسل : وهو القطب الأول في العملية الاتصالية ويتمثل في هذه الومضة مؤسسة ستريم .

المرسل إليه : وهو القطب الثاني في العملية الاتصالية ويتمثل في الومضة الإشهارية " الستهلك الجزائري " .

السياق : وهي الجو العام المحيط بالكلام وما يكتنفه من قرائن و علامات .

السنن : هي عملية التواصل بين المرسل والمرسل إليه ويتضمن النص الذي صاحب الومضة الإشهارية .

الرسالة :وهي مقاصد المتكلم وحاجته التي يريد تحقيقها أي الهدف الذي يريد تحقيقه المعلن من خلال بث الومضة الإشهارية .

الشفرة : وهي الرمز ويشترك في جزء منها أو في كلها المرسل و المرسل إليه .

وبالاعتماد على هذه العناصر ذكر" جاكبسون " ستة وظائف لسانية للغة وهي كالأتي :

الوظيفة المرجعية : هي الوظيفة الإدراكية الموجهة في السياق و نلتمس هذه الوظيفة كم خلال إبراز الومضة لحاجة المتلقي إلى مواكبة العصر من خلال الإشهار التليفزيوني الجديد العالي الجودة ، وذلك من خلال إظهار جودة التليفزيون ومميزاته الجديدة ونجدها أيضا من لغة الخطاب التي صاحبت الومضة

إبتداءا من اللقطة "..... " ، فقد ركزت كلمات الخطاب على ميزة المنتج الجديدة عن غيره من المنتجات الأخرى من خلال " مع ستريم شوفا لصح " .

الوظيفة التعبيرية : بحيث نجد أن المرسل في هذه الومضة الإشهارية و هو مؤسسة ستريم الباعث الأول على إنشاء الخطاب الموجه إلى المتلقي ، إذ حاول المرسل من خلال إنفعلات اللاعب رياض محرز والتي تظهر من خلال ابتسامته في اللقطات " " ؛ بحيث تظهر بشكل واضح التي تدل على السعادة و الفرح، و أيضا نجدها في انفعالات المرأة الكبيرة في اللقطات " " ، والتي تظهر عليها علامات الاستغراب فبعد اكتشاف الوجه الجديد للمنتج كانت هناك تعابير ظهرت على وجوه الممثلين في الومضة ، ونجد أن المعلن قد حاول إظهار هذه الوظيفة من خلال الأثر الجمالي للخطاب الذي يقود إلى الإقناع وتظهر في كلمة ستريم التي تعمل على التأثيى في المتلقي .

الوظيفة التأثيرية :وتركز على المتلقي بشكل خاص من خلال جذب انتباهه ونلتمس هذه الوظيفة من خلال اختيار الشخصيات، إذ تعتبر الشخصية الرئيسية في هذه الومضة اللاعب محرز وهو لاعب مشهور داخل الجزائر وخارجها خاصة في أوساط الشباب إذ عمد المعلن هنا على جذب المتلقي و التأثير على قراراته من خلال الحضور الشخصي للاعب رياض محرز كما نجد الشخصيات الثانوية لها دور في الومضة وشاعدت في قوة الومضة .

الوظيفة الشعرية : ترتبط هذه الومضة بعناصر الرسالة وما تأتي به من جديد نظرا لطبيعة تنظيم الكلمات ، وتظهر هذه الوظيفة من خلال الخصائص اللغوية مثل الاستعارة وذلك لإضفاء صفة الجمالية على الخطاب الإشهاري ونجدها في " تجربة مشاهدة تحبس الأنفاس " .

الوظيفة الخطابية " إقامة الاتصال: وترتبط هذه الوظيفة في العلاقة بين الرسالة و القناة المستخدمة في عملية الاتصال ،التي تعمل بدورها على الحفاظ على الاستقرار الاتصالي وذلك من خلال عبارات ملائمة ونجدها هنا من خلال البث اليومي في القناة ولمدة طويلة على قناة الشروق الإخبارية .

الوظيفة الانعكاسية :وتركز هذه الوظيفة على اللغة في حد ذاتها ونجدها في هذه الومضة من خلال الانعكاس اللفظي للخطاب على الصورة المصاحبة للخطاب

الاستنتاج العام:

بعد تحليلنا لعينة الدراسة المتمثلة في الومضات الإشهارية التي تبث في التلفزيون الجزائري القنوات الخاصة التهار و الشروق الإخبارية و ذلك من خلال القراءة التعيينية و التضمينية توصلنا إلى النتائج التالية :

1 ـ الومضات الإشهارية الجزائرية تعتمد على الجانب الشكلي و السطحي في الومضات لترويجها للمنتج التي تعتمد على أساليب حجاجية كالتكرار والإحالة ، ما يجعل من قدرة الصورة الإشهارية على الإبلاغ أقل إذا ما قورنت بالومضات الإشهارية الأجنبية التي تعمد إلى الإهتمام بالجانب الدلالي و الشكلي " جمالية الصورة "لإبهار المشاهد و لفت إنتباهه

2ـ يميل الإشهار الجزائري في قناتي الشروق و النهار الإخبارية إلى إضهار جودة المنتج أكثر من المتلقي .

3ـ على الرغم من أن هندسة الومضات الإشهارية في التلفزيون الجزائري تتم بنفس تقنيات الومضات التي تصمم في التلفزيونات الدول المتقدمة إلا أن هناك فرق على مستوى الشكل و المضمون للومضة من حيث القيم و العادات و التقاليد

4 ـ عكست ومضة كسكس كنزة على بعض من القيم المجتمع الجزائري مثل الروابط الاجتماعية بين الضيوف غير أن تجسيد الفكرة مستوحى من نمط عصري .

5 ـ تجسد معنى الحداثة و التطور في الإشهار الأول و الثاني لتشويق المتلقي حول نموذج منتوج كانديا و مودام جازي .

6ـ رسمت الرسالة البصرية في الومضات الإشهارية أبعاد إيديولوجية تتعلق بترسيخ معتقدات مصممو الرسائل الإشهارية .

7ـ استخدمت الومضاتالإشهارية الجزائرية في قناتي النهار و الشروق المدروسة خطابا ذو الصوت الواثق و الألوان التعبيرية التي تحمل أبعاد

خاتمة

خاتمة :

يلعب الاشـهار دورا بـارزا فـي اثـارة الـمتلقي ذهنيا ووجدانيا ودغدغـة عواطفه ودفـعه لاقتـناء بـضاعة أو منتوج تجاري ما، وقد اصبح يلعب دورا هاما في الاقتصاد بصفة عامة وفي ميدان الـتسويق بصفة خاصة، فهو يعتبر آلة فعالة لتحريك عـجلة الاقتصاد بطريقة سريعة نظرا للأدوار المهمة التي يقوم بها، وللإشهار تأثير كبير على حياة الناس، حيث يشجعهم على ارتداء ملابس معينة أو اقتناء سيـارات مـعينة، أو الأخذ بمنـتجات محددة دون غيرها ،وعليه فهو يساهم في تشكيل الذوق الـعام والعـادات والأمـزجة والثقافات السـائدة.

والاشـهار في بنـاءه يعتمد على جملة من الآليات والاستراتيجيات والإستمالات التي تسـاعد المشهر على تحقيق الهدف الذي يـرمي الوصول اليه، ووجدنا أن آلية الحجاج من بين أهم الآليـات المعتمدة فهي على خلاف بقية الآليات تستدعى تلقائيا في أي خطاب، ومنـها الخطاب الإشهاري، فالمحاججة جـزء لا يتجزأ من بنيـة الخطاب الإشهاري للوصول إلى الإقناع.و في هذا الإطار نلاحظ أن آفاق أساليب الحجاج في الخطاب الاشهاري قد ولجت عالما جديدا و ذلك بدخولها الشبكة العنكبوتية بما تتضمنه من ملايين مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها عمليات التجارية عبر ما يسمى بالتسويق الالكتروني عبر القارات الخمس وما يفتحه هذا المجال من آفاق كبيرة لا متناهية و واعدة على جميع الاصعدة مما يمكننا من توقع النجاح الكبير للاساليب الحجاجية و إمكانية تطورها و إنتشارها بما يمكنها من التحكم في جل إقتصاديات الدول العظمى و منها إلى سائر الدول.

قائمة المصادر و

المراجع

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المراجع :

-معاجم:

1 –ابن منضور جمال الدين محمد ،لسان العرب،دار صادر،بيروت،ط1،المجلد2، 1997.

2–الفيروز أبادي مجد الدين بن يعقوب،قاموس المحيط ،مؤسسة الرسالة للنشر و الطباعة ،بيروت ط8 ،2005.

-الكتب:

1–أوكان عمر،اللغة و الخطاب رجمة خور رشيد وأخرون ،دار المعارف الإسلامية ،مطبعة الشعب، القاهرة .

2–أحمد مرسلي ،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ،دط،ص .166

3–أبوقحف عبد السلام ،محاضرات في هندسة الإعلان،ديوان المطبوعات الجامعية ،لبنان1995.

4–السيد عبد السلام،الإعلان ،الدار الجامعية،مصر ندط،.2001

5–العبد عاطف عدلي ، الاتصال و الرأي العام ،دار الفكر العربي ،مصر،دط، .1993

6–الحديدي منى،الإعلان ،الدار المصرية اللبنانية ،مصر،ط.1999،1

7–المسدي عبد السلام، الأسلوب و الأسلوبية ،الدار العربية للكتاب،ط.1996،3

8–الدردري سامية،الحجاج في الشعر العربي بنيته وأساليبه ،عالم الكتب الحديث،الأردن،ط.2011،2

9-الوالي محمد،الإستعارة في المحطات اليونانية و الغربية و العربية،منشورات دار الأمان،الرباط ،المغرب،ط.1،2006

10-النقاري محمد الحجاج طبيعته ومجالاته ووظائفه،مطبعة النجار الجديد،الدار البيضاء ط.1،2006

11-العياشي منذر،العلاماتية "السيميولوجيا"قرائة في العلامات اللغوية العربية،عالم الكتب الحديث،إربد،ط.1،2013

12-العسكري عبود عبد الله،منهجية البحث العلميفي العلوم الإنسانية،دار النمير،دمشق ،سورية،ط.2،2004

13-البدوي عبد الرحمان،مناهج البحث العلمي،وكالة المطبوعات، الكويت،ط.3،1977

14-الصبطي عبيدة،نجيب بخوش،الدلالة و المعنى في الصورة ،دار الخلدونية للنشر والتوزيع،الجزائر،ط.1،2009

15-بن ظافري عبد الهادي الشهيري،إستراتجيات الخطاب ،دار الكتاب الجديد،ط.2،2003

16-بلعيد صالح،دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة،للنشر و التوزيع،الجزائر،دط، 2009.

17-بومزبر الطاهر ، التواصل اللساني و الشعرية مقاربة تحليلية لنظرية رومان جاكبسون، الدار العربية للعلوم،الجزائر،ط.1،2007

18-جودت ناصر ،الدعايةو الإعلان والعلاقات العامة ،دار مجدلاوي،الأردن،ط.1،1998

19-حجازي عبد الرحيم،الخطاب السياسي في الشعر الفاطمي دراسة أسلوبية ،مجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ،ط.1،2005

20- خياري هبة،خصائص الخطاب اللساني، دار الوسام العربي للنشر و التوزيع،ط 1 2011.،

21-ديليو فضيل،تاريخوسائل الاتصال ،دار أقطاب الفكر ،قسنطينة ،ط2001،3.

داسكال مارسيلو،ترجمة حميد حميدان و آخرون ،الإتجاهات السيميولوجية المعاصرة،إفريقيا الشرق ،الدار البيضاء،دط.

22-ديليو فضيل،إتصال المؤسسة ،دار الفجر للنشر و التوزيع،القاهرة،ط.2003،1

23-عكاشة محمد،لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرسة الاتصال ،دار النشر للجامعات ،مصر ،ط.2005،1

24-مصباح عامر،منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية و الإعلام،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر ،ط.2008،1

25-مليز سارة،ترجمة عبد الوهاب علوب،الخطاب،المركز القومي للترجمة ، القاهرة،ط.1

26-صولة عبد الله،نظرية الحجاج دراسات تطبيقية دار للنشر و التوزيع،تونس،ط2012،1.

- المجلات :

1-بخوش رابح،الخطاب و الخطاب الأدبي وثورته اللغوية ،مجلة اللغة و الأدبي،عدد .12

2-بركات وائل ، السيميولوجيا بقراءة رولان بارث،جامعة دمشق، عدد.2002،2

3-حشاني مصباح،المصطلح الحجاجي بواعثه وتقنياته،قسم الأدب واللغة العربية،مجلة المخبر،الجزائر،عدد .2013،9

4-دفة بلقاسم،إستراتجية الخطاب الإشهاري دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية،قسم اللغة العربية و أدابها ،باتنة،عدد.2013،10

5-نبيل شايب،أليات التحليل السيميولوجي للخطاب الإشهاري التلفزيوني من التمثيل إلى التأويل ، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية ،جامعة يحيى فارس ، المدية ، الجزائر،عدد.30،2017

6-سيفون باية ، محاضرات في السيميولوجيا ،جامعة محمد بوضياف ، مسيلة ،2015.

المذكرات :

1-شقير سليمة ، الأساليب البلاغية في الإشهار التلفزيوني "دراسة سيميولوجية على عينة من الإشهارات في التلفزيون الجزائري ،قسم علوم العلوم الإنسانية،جامعة بسكرة،2015،2014.

2-راشدي وردية ، تمثلات الثقافة الشعبية في الإنتاج السينمائي الجزائري "دراسة تحليلية سيميولوجية لفيلمي جبل باية و الربوة المنسية،رسالة ماجستير ،قسم علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر3، .2012

3-يخلف فايزو ،خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري،في ظل الانفتاح الاقتصادي، دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية ، مذكرة لنيل شهادة ودكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر ،2005،2004.

- الويبوغرافيا:

Wikipedia org , M.ar:Https .29:. 03. 2018 21:30