



معلومات البحث

تاريخ الاستلام: 2021-05-10

تاريخ القبول: 2021-06-10

Printed ISSN: 2352-989X

Online ISSN: 2602-6856

الاستمالات الإقناعية في الإشهار التلفزيوني الجزائري، دراسة سيميولوجية

The Persuasive Attractions In Algerian Television Advertising, A Semiological Study

بلعباس تقي الدين¹، بن ميروك فيصل²¹جامعة المسيلة (الجزائر)، taqiyeddine.belabes@univ-msila.dz²جامعة المسيلة (الجزائر)، faycal.benmabrouk@univ-msila.dz

الملخص:

إن للصورة أهمية بالغة في صناعة الإشهار التلفزيوني، والذي هو في الأصل مجموعة من الصور المتحركة التي يتم شحنها بالقيم الثقافية والنفسية وكذا العناصر الجمالية والتقنية، وباستخدام عدة أساليب واستراتيجيات إقناعية للتأثير على الجمهور المستهدف، تحاول دراستنا هذه معرفة كيفية توظيف الاستمالات الإقناعية في الإشهار التلفزيوني؟ وما الاستمالات الأكثر توظيفا؟ وما البناء البلاغي المجسد في الومضات الإشهارية؟ وقد اعتمدت الدراسة على المنهج السيميولوجي، كما توصلت الدراسة إلى عدة نتائج كتعدد الاستمالات المستخدمة واختلاف البناء البلاغي بين ومضة وأخرى، وكذا توظيف عدة مقاربات فنية وجمالية عكست الموروث الثقافي الجزائري. الكلمات المفتاحية: الإشهار التلفزيوني، الاستمالات الإقناعية. التحليل السيميولوجي.

ABSTRACT

The image has great importance in the design of television advertising, which is originally a series of moving images, just as the image is the main axis which is filled with cultural, psychological as well as values. aesthetic and technical elements while using different persuasive ways and strategies in television advertising to influence target audience.

This study aims to know how do you use persuasive incentives in television advertising? What are the most used incentives? and what is the rhetorical structure embodied in these commercials?

The study relied on the semiological approach. The study also reached several results, such as the multiplicity of the appeals used and the difference in the rhetorical structure between one flash and another, as well as the employment of several artistic and aesthetic approaches that reflected the Algerian cultural heritage.

Keywords: Television advertising, persuasive attractions, Semiological analysis.

١. مقدمة:

شهد التلفزيون في السنوات الأخيرة تطورات متسارعة وتحولات جذرية وعميقة أثرت فيه وغيرت في الكثير من سماته ومميزاته التقليدية، وذلك بفعل الثورة الرقمية وتزايد عمل أقمار الاتصال الصناعية التي فتحت مجالاً كبيراً أمام إمكانية إنشاء قنوات تلفزيونية فضائية، تختلف مجالاتها وتنوع محتوياتها التي تقدمها بما في ذلك الإشهار التلفزيوني، الذي يمثل مصدراً هاماً من مصادر تمويل القنوات التلفزيونية وخاصة عن طريق الرعاية للبرامج الناجحة التي تجذب عدداً كبيراً من الجماهير، بحيث يعد من أكثر الأنواع تأثيراً على الجمهور نظراً لاقتران الصورة بالصوت والحركة معاً، فهو يساهم في ترويج السلع والخدمات ونشر قيم واتجاهات جديدة، كما يساعد على تغيير عادات الناس وأذواقهم وخلق نمط استهلاكي معين ومحدد عند الجمهور المتلقي، ما يؤكد قدرة الإشهار الكبيرة في استمالة الجمهور عاطفياً، معرفياً أو سلوكياً، كما قد يجمع بين أكثر من جانبين من خلال ما يقدمه من معلومات وحقائق عن العرض المعلن عنه، وخلق رغبة الامتلاك لدى المتلقي وربطها بمجتمعه بالتركيز على الصورة الإشهارية والتي تجعل العرض مثيراً ومرغوباً، فيصل به الأمر إلى الاقتناع بأهميتها ومن ثمة يبادر إلى عملية الشراء..

وتنطلق دراستنا لموضوع الإشهار التلفزيوني و كيفية توظيفه للاستثمارات الإقناعية بالاعتماد على التحليل السميولوجي، كونه الأنسب لدراسة هذا النوع من الخطابات باعتباره يهتم بالعلامات اللسانية وغير اللسانية،

وفي الأخير، وعلى ضوء ما أسفر عليه التحليل خلصنا إلى مجموعة من النتائج التي جاءت كتصنيف لأهم الاستثمارات الإقناعية الموظفة في الومضات الإشهارية.

٢. إشكالية الدراسة:

لقد كان للتحوّل الاقتصادي في الجزائر، أثر في زيادة عدد كبير من المؤسسات وحجم المنافسة بينها، فأصبحت المؤسسات الاقتصادية تبحث عن مكانة لها في السوق في ظل المنافسة الشديدة. ولاشك أن للبعد الاقتصادي دور ريادي في توجيه مؤشرات تطور الأمم، لذا أصبح الإشهار ضرورة اقتصادية للمؤسسات من أجل الترويج لسلعها والتعريف بها وتعزيزها في الأسواق، بالاعتماد على دراسة مستفيضة لهذه الأسواق، على غرار الجمهور والمنتج والمنافسة والوسيلة الإعلامية التي بإمكانها أن تضمن له تسويق منتجه على نطاق واسع وبأسلوب أكثر إقناعاً وتأثيراً. ولعل من أبرز هذه الوسائل هو

التلفزيون، الذي يتميز عن باقي الوسائل الجماهيرية بثلاثية الصورة والصوت والحركة التي من شأنها أن تشكل مزيجا ممتعا وجذابا يسهل معه النفوذ إلى أغوار نفس المتلقي، إضافة إلى قربه من أوسع شريحة من المتلقين.

وما زاد حدة المنافسة في الوسيلة ذاتها والوسائل الأخرى هو ظهور منتجات متشابهة، أدى ذلك إلى تطوير صناعة الفيلم الاشعاري، سواء تعلق الأمر بالتقنيات المستخدمة في توظيف الجانب الجمالي والفني، أو على المحفزات السيكولوجية التي هي بمثابة الوتر الحساس الذي يلعب عليه الإشعاري للتأثير في المتلقي، وذلك باستخدام خبرته الفنية والفكرية والتقنية للاعتماد على المرجعية الثقافية والاجتماعية للمستهلك من استحضار عاداته وتقاليده ومعتقداته... من اجل التأثير عليه .

وتختلف أساليب وإستراتيجيات الإقناع من ومضة إشهارية لأخرى، كما تختلف من معن لآخر، فمنها الأساليب العقلية والمنطقية التي تستهدف العقل وتستند إلى دليل وبرهان، ومنها العاطفية التي تناشد القلب والعواطف. كما أن هناك عدة عوامل أخرى تقرر التحرك نحو الشراء مثل : السعر، آراء المقربين وغيرهم من أجل إقناع الجمهور بالأفكار و السلع والقيم والاتجاهات الجديدة، التي يعمل الإشعار على الترويج والدعاية لها بشكل حملات إقناعية منظمة وذلك عن طريق بث أفكار ومضامين تتناول مختلف الجوانب الحياتية بأساليب متدرجة وصياغات فنية مبنية على التشويق والجاذبية من خلال قضايا وموضوعات متنوعة ومتجددة من جهة، ومن جهة أخرى يكتسح الإشعار التلفزيوني مساحة واسعة في بث المحطات التلفزيونية المتنوعة، حيث نلاحظ أنه لا يكاد يبث فيلم أو شريط وثائقي إلا ويقطع عدة مرات بسبب إدراج الومضات الإشهارية التي يقوم المعلن بشراء مساحات من التلفزيون بغرض بثها .

وحتى تنال هذه الومضات رضا الجمهور، يتبع المعلن عددا من الخطوات بمثابة حلقة وصل بين المنتج والمستهلك، فالغاية هي جذب المستهلك وجعله يميل نحو السلعة المعلن عنها. وفي ضوء تنوع واختلاف الاتجاهات والمذاهب القائمة حول طبيعة الأساليب و الاستمالات التي توظف من أجل التأثير على الجمهور المستقبل، انطلقت هذه الدراسة من محاولة طرح الإشكالية التالية والإجابة عنها :

• كيف توظف الاستمالات الإقناعية في الإشعار التلفزيوني الجزائري ؟

٣. التساؤلات الفرعية:

ومن خلال التساؤل الرئيس تندرج التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي الاستمالات الإقناعية التي تميز البناء الفني والدلالي للإشهار التلفزيوني؟
- ماهي الاستمالات الأكثر توظيفا في الإشهار التلفزيوني؟
- ما هي الإستراتيجيات التي رافقت توظيف الاستمالات الإقناعية في الإشهار التلفزيوني؟
- ما هو البناء البلاغي المجسد في الومضات الإشهارية؟
- ما هي العناصر الأيقونية والدلالية المستخدمة في الومضات الإشهارية؟

٤. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذا الموضوع في حد ذاته بإلحاح وإجبار عند بروز الومضة الإشهارية في التلفزيون، بحيث أصبح ظاهرة اتصالية ذات بعد اقتصادي مع تزايد وكثرة الانتشار الواسع للإشهار، الذي أصبح جزءا لا يتجزء من يومياتنا، فهو موجود في الشوارع والأماكن العمومية ووسائل النقل على وجه العموم، ووسائل الإعلام والاتصال على وجه الخصوص، خاصة في ظل الانتشار الواسع للفضائيات والاعتماد الكبير على التكنولوجيا الحديثة، بحيث أصبح الإشهار يستمد قدرته من إقناع الجمهور المتلقي وتغيير سلوكياته وعاداته.

وتقوم هذه الدراسة على حداثة الممارسة الإشهارية في الجزائر و على بداية اقتباس التقنيات الإعلانية العصرية خاصة في ميدان السمي البصري و الناجم عن الاحتكاك الثقافي بين الدول، خاصة بعد اجتياح الصحن اللاقط للمجتمع الجزائري، إذ ساهم هذا الأخير في إضافة أبعاد جديدة إلى التقاليد الإشهارية الجزائرية.

وتكمن أهمية الموضوع أيضا من خلال استخدام التحليل السميولوجي للإشهار التلفزيوني وما يحمل من دلالات تستهدف الجمهور، ودراسة خصوصيته الشكلية والفنية والسعي لتحليل نمطه الاتصالي في نقل المعلومات وتكوين الآراء.

٥. تحديد مفاهيم الدراسة:

١.٥ مفهوم الإشهار:

١.١.٥ لغة: من أشهر الأمر: أظهره وصيره شهيرا، والشهير المذكور المعروف بين الناس وشهرت فلانا أي أذعت عيوبه وفضحه وجعلته شهرة والشهرة وضوح الأمر، وشهر الشيء شهرا أي ذكره وعرف به، وشهر السيف أي رفعه (جمال مبارك، دس، ص، ٣).

٢.١.٥ اصطلاحاً: يعرفه كرا فورد من وجهة سيكولوجية على أنه "فن إغراء الأفراد على سلوك بطريقة

معينة" (محسن الغالي، ٢٠٠٣، ص، ٤٦).

وحسب معجم موسوعة Encarta 2008 " رسالة مخصصة لإشهار وبيع منتج أو هيئة وجدت لتحريض الجماهير على اقتناء منتج أو استعماله ".
٢.٥ الإشهار – التلفزيوني:

عبارة عن مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل التلفزيون لتقديمها وعرضها إلى الجمهور، من أجل تعريفه بسلعة أو خدمة من ناحية الشكل أو المضمون، بهدف التأثير على سلوكه الاستهلاكي وميوله وقيمه ومعلوماته وسائر المقومات الثقافية الأخرى.

١.٢.٥ التعريف الإجرائي: عملية اتصال جماهيري يهدف لعرض سلعة أو خدمة أو فكرة معينة باستغلال

إمكانيات التلفزيون وخصائصه الفنية المتمثلة في الصوت والصورة والمؤثرات الحركية بغرض إقناع المتلقي والتأثير فيه.

3.5 الإقناع:

١.٣.٥ لغة:

عند محاولة تحديد مفهوم الإقناع لابد من إرجاع الكلمة إلى أصولها اللغوية المتمثلة في (ق.ن.ع) فأصلها اللغوي مادة قنع، حيث نقول أقنع الرجل يده من القنوت أي رفعها مسترحماً ربه مستقبلاً بما وجهه ليدعوا، وفي الحديث تقنع يدك في الدعاء أي ترفعها.

وإذا رجعنا إلى أصل الكلمة في اللغة العربية نجد بأنها تقابل كلمة Persuasion ذات الأصل اللاتيني وتتكون من قطعتين Per وتعني عاطفي أو انفعالي، و Suadre بمعنى يحث أي أن تجعل شخصاً ما يفعل أو يعانق شيئاً في شيء ما من خلال البحث العاطفي أو العقلي. (محمد منير حجاب، ٢٠٠٨، ص، ٣٧٠)

٢.٣.٥ اصطلاحاً:

في القاموس المحيط القنوع السؤال والتذلل والرضا والقسم، وقنع القناعة الرضا وقنعان رضي يقنع به أو بحكمه أو شهادته وقنعت الإبل مالت للمرتع أو مأواها، وامرأة مقنعة ما قنع به المرأة وأمها.

وجاء في معجم مصطلحات الإعلام أن الإقناع هو قنع القارئ أو المستمع أو المشاهد للاستجابة المطلوبة، بأن توفر له أسباب الإقناع بالمزايا والفوائد التي يمكن أن تحقق له السلعة أو الخدمة المعلن عنها، وكيف يمكن أن تؤدي إلى إشباع الحاجة أو مجموع الحاجات الفطرية والمكتسبة التي استشارها المعلن في

مرحلة خلق الرغبة ولا يمثل الإقناع الأسلوب العقلي فقط القائم على الحجج السليمة والبراهين المنطقية، بل يمتد ليشمل النواحي الأخرى مثل الأسلوب العاطفي والإيماء غير المباشر. وورد في المعجم الإعلامي أن الإقناع هو إحداث تحولات في وجهات نظر الآخرين. ٣.٣.٥ التعريف الإجرائي:

هو ذلك الاستخدام الأمثل للاستمالات الإقناعية في الإشهار التلفزيوني، بهدف التأثير على المشاهدين وتوجيه ميولاتهم الاستهلاكية نحو المنتج المعلن عنه. ٦. منهج الدراسة:

المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة (أحمد غنيمي مهناوي، دس: ٢١). وفي دراستنا هذه اعتمدنا على منهج التحليل السميولوجي كونه الأنسب في فك شفرات الومضات الإشهارية والذي تعرفه جوليا كريستيفا Julia Kristeva على أنه مجموعة من التقنيات والخطوات المستخدمة للبحث في صيغ إكمال حلقة الدلالة في نسق معين، وهو الأسلوب العلمي الذي يكشف، يحلل، ينقد، المعنى في نظام ما، وينتقد أيضا العناصر المكونة لهذا المعنى ولقوانينه" (فايزة يخلف، ٢٠١٢، ص، ٧٧).

٧. عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها "جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، يختارها الباحث وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا" (رحيم يونس كرو العزاوي، 2008، ص، ١٦١).

نحن في دراستنا هذه اعتمدنا على العينة القصدية أو العمدية والتي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، وهذا معرفته الجيدة بمجتمع البحث وعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلا صحيحا (احمد بن مرسل، ٢٠٠٣، ص، ١٩٧).

وسنقوم في دراستنا هذه باختيار عدة ومضات إشهارية بثت عبر التلفزيون الجزائري، قصد تحليلها سمائيا وهي الومضات هي كالآتي :

• ومضة سيارة .Kia Rio .<http://www.youtube.com/watch?7675758457hGfdl>

• ومضة عصير نقاوس : 4.3.2019: <http://www.youtube.com/watch?7858594457hGfdl>

٨. الجانب التطبيقي:

١.٨ تحليل سمبولوجي لإشهار سيارة " KIA RIO "

١.١.٨ صور من ومضة **Kia aldjazair** :



٢.١.٨ الرسالة التعينية:

• إشهار :سيارة KIA RIO (إشهار جزائري)

• مدة الإشهار :أربعة وأربعون، ٤٤ ثا .

- عدد اللقطات : ٤٢ لقطة، عرضت الومضة على القناة الأرضية وقناة كنال الجيزي.
- مكان التصوير : صورت الومضة بولاية قسنطينة .

٣.١.٨ ماذا تقول الومضة؟

- شفرة تطور الألباز : التأثير وجذب المشاهدين .
- شفرة الأفعال : تتمثل في معظم الأفعال التي قام بها عنتر يحيى والشخصيات العادية والتي أشرنا إليها في شريط الصورة أي مجمل اللقطات.
- الشفرة الرمزية : تتمثل في اللباس العصري للشباب والذي تمثل في شخص اللاعب، السيارة الحمراء، الجسر، المجسمات الحمراء، أشجار، بنايات، منارات المسجد .
- شفرة المعنى : تكمن في علاقة الشخصيات الرياضية بعالم السيارات وذلك من خلال الاعتماد على شخصية عنتر يحيى الكروية.
- الشفرة الثقافية : تتمثل في مختلف المناطق المصورة في المدينة ذات البعد الجمالي.

٤.١.٨ المستوى الوصفي :

يستهل المخرج في هذه الومضة بلقطة قريبة جدا بزواوية خلفية يظهر من خلالها قدما شخص شاب وهو يمشي داخل مرآب للسيارات في جو شبه مظلم، ثم تنتقل بنا الكاميرا في اللقطة الثانية من خلال زاوية خلفية وانتقال بانورامي لظهر الشخص وهو مستمر في مشيه نحو سيارة حمراء متوقفة تظهر على يمينه غير واضحة المعالم .

لتعود بنا الكاميرا من جديد بلقطة متوسطة بزواوية خلفية وبتنقل بانورامي خفيف لتظهر قدمي الشخص وهو متجه نحو تلك السيارة التي بدأت معالمها تظهر جليا . في حين تتحول اللقطة إلى صدرية بزواوية مقابلة وبشكل ثابت لتركز على يد اللاعب وهي تمسح سطح السيارة الذي ينعكس فوقه وجه اللاعب، أما في اللقطة الخامسة فيبدو وجه اللاعب ذو لحية خفيفة من خلال لقطة صدرية وبزواوية جانبية قليلا وثبات للكاميرا ، وهو يضع حزام الأمان ويمسك بكلتا يديه مقود السيارة .

بعدها تقترب الكاميرا أكثر من وجه اللاعب في لقطة سادسة بنفس مميزات اللقطة السابقة، وفي اللقطة السابعة تتحرك الكاميرا بشكل بانورامي وبزواوية جانبية قريبة جدا لعجلة السيارة ذات الحواف السببكية الرمادية اللامعة، تتوسطها العلامة التجارية KIA في دائرة سوداء صغيرة مع ظهور أربعة براغ .

وفي اللقطة الثامنة تنطلق السيارة الحمراء، حيث تظهر خلفيتها اليسرى وهي تبعد تدريجيا بسرعة نحو الأمام وأضواؤها مشتعلة وتظهر علامة KIA في وسط الباب الخامس للسيارة، مع ظهور علامة الترقيم صفراء اللون باهتة أرقامها .

لنتنقل الكاميرا في لقطة تاسعة مقربة جدا وثابتة تظهر فيها عينا اللاعب عبر الزجاج المرآة الداخلية العاكسة، تحيط بها مجموعة من الأضواء الباهتة على شكل دوائر صغيرة.

وفي لقطة متوسطة وتصوير جانبي مع تنقل بانورامي للكاميرا تظهر السيارة RIO في اللقطة العاشرة وهي تسير بسرعة متوسطة في طريق سيار معبد وسط الظلام بأضواء مشتعلة مع لوحة ترقيم بيضاء تحمل أرقامًا، ويظهر خلف السيارة منارتان لمسجد بعيد وشجرة كبيرة تتوسط اللقطة وعمارة على الجانب الأيمن للمشهد .

وبزاوية خلفية وثبات للكاميرا ينتقل المخرج إلى اللقطة الحادية عشر، حيث يمكس اللاعب بمقود السيارة بكلتا يديه وفي يده اليسرى ساعة سوداء، وتقابله علامة KIA وسط المقود مع اشتعال أضواء في لوحة القيادة.

تواصل السيارة سيرها في لقطة جديدة ثانية عشر، وقد ركز المخرج على مقدمة السيارة في لقطة مقربة جدا وجانبية، بحيث تبرز لنا علامة السيارة ولوحة الترقيم بأرقام واضحة ومقروءة، مع اشتعال الأضواء الأمامية للسيارة .

يعود إلينا اللاعب عنتر يحيى في لقطة ثالثة عشر وبتصوير جانبي ومقرب جدا وثابت للمشهد، وهو يقود في السيارة بحيث نلاحظ نظرتة للأمام مع ابتسامة خفيفة وانعكاس أضواء الطريق على الزجاج الخارجي الأيسر للسيارة .

تظهر خلفية السيارة من جديد في اللقطة الرابعة عشر وهي تواصل سيرها في ذات الطريق ليلا، مع وجود لافتات بجانب الطريق ومنارتين على يسار صورة المشهد .

وفي اللقطة الخامسة عشر المقابلة والقريبة جدا يظهر لنا جزء من مقدمة السيارة الأيسر مشتعل الأضواء وبروز جزء من لوحة الترقيم مع انعطاف خفيف للعجلات الأمامية، كما نلاحظ ملامح وجه اللاعب.

أما في اللقطة السادسة عشر فيظهر لنا نصف السيارة السفلي وهي تنعطف يسارا وبروز جماليات الإطارات الأمامية مع اشتعال الأضواء في لقطة متوسطة جانبية وبتنقل بانورامي للكاميرا .

وبلقطة سابعة عشر عامة وثابتة للكاميرا تبدو لنا السيارة في وسط المدينة مقابلة لمجسم أحمر يتوسط نقطة مفترق طرق دائري في طريق خالية من السيارات ومقابلة لأحد البنايات الكبرى .

وينتقل المشهد الثامن عشر إلى لقطة قريبة جدا ومقابلة للاعب عنتر يحيى وهو ينظر على جانبه الأيسر للمباني ويضع يده اليمنى على المقود .

ثم تنتقل الكاميرا إلى لقطة بعيدة ثابتة ومقابلة والتي نرى فيها مجسما أحمر اللون يرمز إلى لاعب كرة قدم يتوسط الصورة ومفترق طرق دوار، عند المدخل الرئيسي للبنية المقابلة، وتظهر بعض من خلفية السيارة على يمين الشاشة.

وفي المشهد العشرين و بلقطة قريبة خلفية جانبية ثابتة، يظهر اللاعب وهو يقود السيارة بابتسامة ويمسك بيديه المقود، في الوقت الذي تشتغل فيه الشاشة الالكترونية للسيارة .

تتحرك الكاميرا بانوراميا في اللقطة الواحدة والعشرين العادية و بخلفية جانبية تظهر الجانب الأيمن للسيارة وكذا خلفيتها وهي تسير في طريق خالية أمام بنايات ثلاثة إلى أن تتجاوز نقطة مفترق الطرق الدوار المعشوشب ويظهر الجزء العلوي من المجسم الأحمر بمحاذاة السيارة .

في المشهد الثاني والعشرين بزواية مقابلة وثابتة للكاميرا في لقطة عادية تظهر السيارة الحمراء تعبر مفترق الطرق الدائري الذي يتوسطه مجسم أحمر على هيئة لاعب جالس وتبدو لنا أيضا عمارتان بيضاوان .
وبخلفية ثابتة وقريبة للقطعة الثالثة والعشرين نرى اللاعب ينظر للمجسم الأحمر عبر نافذة السيارة ، ثم تنتقل الكاميرا إلى اللقطة الرابعة والعشرين التي جاءت عادية ثابتة ومقابلة للمشاهد، حيث نلاحظ وجود بعض من المصورين يلتقطون صوراً للمجسم الأحمر، وأثناء اللقطة تتوقف أمامهم السيارة KIA RIO .
يظهر اللاعب عنتر يحيى في اللقطة الخامسة والعشرين داخل السيارة مقابل للمجسم وهو ينظر إليه بزواية علوية، في لقطة متوسطة جانبية وثابتة، ثم تنتقل الكاميرا إلى لقطة عادية وثابتة لتظهر لنا ثلاث مجسمات حمراء على هيئة لاعبين في المشهد السادس والعشرين .

بينما يظهر في المشهد السابع والعشرين كف يد مفتوح ومبسوط على زجاج السيارة فيلا لقطة عادية مقربة ثابتة، ويليه المشهد الثامن والعشرين تظهر فيها صورة السيارة تقف أمام ثلاث مجسمات أحدها على الجانب الأيسر حاملا علم الجزائر، وعلى يمين الصورة مجموعة من المصورين يقومون بأخذ صور للاعب داخل سيارته، في المشهد التاسع والعشرين في ظل إضاءة خلفية خفيفة، ليقابلهم بتحية وابتسامة رافعا يده في لقطة مقربة وجانبي ثابت في المشهد الثلاثين، ثم تقرب الكاميرا أكثر من اليد وهو يمسك بالناقل اليدوي للسرعة في اللقطة الواحدة والثلاثين، ثم تليها لقطة أخرى قريبة جدا يظهر لنا الجزء الأيمن من السيارة وقد مر أمامها شخص غير معروف في المشهد الثاني والثلاثين. وبحركة بانورامية إلى الخلف مقابلة تظهر السيارة تغادر جسرا تغمره الأضواء البيضاء والحمراء والخضراء التي تزين جبال التعليق فيه في المشهد الثالث والثلاثين

تغادر السيارة بوابة الجسر في لقطة جانبية مقابلة مع ظهور مجسمين أحمرين لرياضيين وراءهما سلام على الجهة اليسرى للصورة في اللقطة الرابعة والثلاثين، وفي صورة مقابلة يظهر وجه عنتر يحيى في اللقطة الخامسة والثلاثين المقربة جدا مع وجود أضواء بيضاء اللون خلف السيارة .

وفي المشهد السادس والثلاثين يظهر مجسمان أحمران يمسكان ببعض خلفهما سلم منعكس عليه اللون الأخضر بلقطة مقابلة عادية وبتحرك بانورامي، ثم تليها لقطة المشهد السابع والثلاثين حيث تحتاز السيارة المجسمين لتسير في طريق خارج الجسر في مشهد عادي بزواية جانبية وتحرك بانورامي

وعند المشهد الثامن والثلاثين تظهر السيارة كاملة وهي تسير في جو بدأ معه بزوغ أول خيوط الفجر مع ظهور لوحة الترحيم في لقطة عادية مقابلة ثابتة، لتواصل السير لكن هذه المرة بلقطة خلفية وقد بدت من بعيد بنايات المدينة في غياب واضح لأضواء المدينة وكذلك أضواء السيارة في المشهد التاسع والثلاثين .

أما في المشهد الأربعين فتظهر صورة عنتر يحيى وهو ينظر قبالة الكاميرا مباشرة ممسكا بمقود السيارة وبعض الخطوط المنحنية نتيجة انعكاس جبال الجسر على الزجاج الأمامي للسيارة .

وفي اللقطة ما قبل الأخيرة تظهر السيارة بلمعان واضح وهي تعبر الجسر الذي يظهر منه الجبال الحديدية، كما تظهر من بعيد غابة كثيفة، إضافة إلى كلمة RIO وتوقيه باسم عنتر يحيى يكتب تدريجيا مع ملصقة حمراء صغيرة مربعة مكتوب عليها عبارة " خمس سنوات ضمان KIA " .

وفي المشهد الأخير وتصوير ثابت وبصورة مقربة تظهر لنا علامة kia في دائرة بيضوية حمراء بشكل بارز للعيان تحتها كلمة Al Djazair كل هذا في مساحة بيضاء .

٥.١.٨ المستوى التضميني:

يستهل المخرج فلمه الاشهاري بلقطة مقربة وثابتة تظهر شخصا من جهة الخلف وتركز على قدميه وهو يسير في مرآب شبه مظلم متجها نحو سيارة حمراء . يرافق هذا المشهد وكل المشاهد الموالية موسيقى بوب "POP" شبابية وريتمية، مما حمل المشهد معان ودلالات تتراوح بين التشويق لمعرفة هذا الشخص من جهة وإحالة ذهن المشاهد نحو التفكير في فئة الشباب المفعم بالحركة والنشاط والطموح من جهة أخرى.

كما نلاحظ ظهور عبارة " صور من الجزائر" دلالة على أن هذا الفيلم قد تم تصويره في إحدى المناطق أو المدن الجزائرية.

وفي اللقطة الموالية يظهر وجه ذلك الشخص على انه اللاعب الدولي الجزائري المشهور عنتر يحيى، هذا النجم الذي صنع أمجاد الكرة الجزائرية في فترة معينة من نهائيات كأس العالم ٢٠١٠، وفي هذا دلالات قوية على رغبة الشركة المعلنة في استخدام الإستمالات العقلية والعاطفية على حد سواء باستعمال رمز من رموز التي تعلق بها قلوب الجماهير الجزائرية العاشقة لكرة القدم والتواقة إلى رفرة الراية الوطنية في المحافل الرياضية الدولية .

كما لانسى أن هذا اللاعب يحسب على الجالية الجزائرية المقيمة في فرنسا بالتحديد، مما يوحي باختيار هذه الجالية للعلامة التجارية KIA رغم وجود العلامات التجارية الفرنسية القوية في السوق الجزائرية . وقد حاول المخرج إبراز إعجاب هذا اللاعب بهذه السيارة من خلال حركة يده على سطحها البراق من ابتسامة خفيفة.

أما في اللقطات ٥ و٦ و٧ و٨ و٩ فيظهر اللاعب عنتر يحيى وهو يركب السيارة وينطلق بها، مع التركيز على العلامة التجارية KIA المرسومة على الإطار السبيك الأنيق للعجلة التي بدأت في الدوران . والملاحظ هنا هو النظرة المميزة لهذا اللاعب وهو يقود هذه السيارة، حيث بدت عليه علامات الثقة والارتياح في الآن نفسه، وذلك عبر المرآة الداخلية العاكسة التي لا تظهر من وجهه سوى عينيه. ثم تخرج السيارة من المرآب وتسير في الطريق وسط الظلام مما أضفى عليها رونقا خاصا مع وجود الأضواء هنا وهناك .

في اللقطات ١٠ و١١ و١٢ و١٣ و١٤ و١٥ و١٦ ترافق الكاميرا السيارة وهي تسير على الطريق وسط الظلام دائما بزوايا مختلفة وبمركات بانورامية متنوعة بين اليمين واليسار تجمع بين مقدمة السيارة وخلفيتها، مع إبراز بريقها الأخاذ وإظهار العلامة التجارية KIA تارة من على مقود السيارة وطورا على الإطار السبيك للعجلات المتحركة . كما اتم عام المدينة من بنايات ومسجد وأشجار واضحة تدل على طبيعة المكان الذي تسير فيه هذه السيارة .

وإبتداء من اللقطة ١٧ تظهر في الفيديو مجموعة من المجسمات الحمراء على هيئة رياضيي كرة القدم وبوضعيات مختلفة . فمرة يظهر مجسم قائم في مفترق الطرق الدائري، ومرة يظهر مجسم وفي قدمه كرة وقد أهوى على ركبتيه يحاكي اللاعب المحتفي بمدف سجله.

وفي مرات أخرى، تظهر مجموعة من المجسمات منها من يحمل الراية الوطنية في لقطة توحى بالاحتفال والانتصار. وفي خضم هذه المشاهد يظهر عنتر يحيى متأثراً وسعيداً بهذه المشاهد التي يقابلها في كل نقطة من الطريق يعبرها . وفي كل هذه المشاهد دلالة قوية على الطابع الرياضي الكروي المختار من طرف صانعي هذا الإشهار، خصوصا وان بطل هذا الفيديو أو الشخصية المحورية هنا هو نجم الفريق الوطني لكرة القدم واحد مهندسي ملحمة أم درمان في ٢٠١٠ . فركز المخرج هنا على استمالة المشاهدين عاطفياً.

كما لعبت كل من اللقطتين ١٨ و ١٩ دوراً كبيراً في زيادة التشويق للموضحة، خاصة مع انتقال الكاميرا من مجسم إلى آخر، وظهور بناية عملاقة تعبر عن الزخم الحضاري والمهندسي مقدمة صورة ذهنية إيجابية عن ما تزخر به المدن الجزائرية من تطور وغماء .

يعود المخرج مجدداً لاستمالة المشاهدين بإظهار لوحة القيادة والشاشة الالكترونية اللامعة مع ابتسامه عنتر يحيى التي ساهمت في إبراز الفرحة والسرور لدى هذا اللاعب بسميزات هذه السيارة .

يركز المخرج أيضاً في المشاهد ٢١ و ٢٢ و ٢٣ بتحرك بانورامي للكاميرا على إظهار جمال السيارة الحمراء بلونها اللامع وهي تتجاوز مفترق الطرق الدائري الأخضر الجميل وما زاد المشهد روعة هو ذلك الصرح العملاق للعمارتين البيضاء، حيث استخدم المخرج الإستمالات العقلية والعاطفية معا وذلك لإبراز جمال المدينة مع جمال السيارة .

وفي اللقطات ٢٤ و ٢٥ و ٢٦ و ٢٧ دعم المخرج ومضته بعدة مصورين يقفون وسط الطريق ليلا لتصوير المجسمات بينما تقف أمامهم سيارة KIA، ولللاعب وسطها يحيى بدوره هؤلاء المصورين رغبة منه في إضفاء قدر معين من الإجماع على جمالية الصورة ككل .

وفي اللقطتين ٣١ و ٣٢ يركز المخرج على إقناع المشاهدين بجمالية السيارة من خلال تبيانها في أحلى حلة خاصة عند إمساك اللاعب بناقل السرعة اليدوي من جهة، ومن جهة أخرى التركيز على ضوء السيارة الأمامي الأيمن الذي يمر أمامه شخص مجهول يقلل من قوته، ليعود إلى سابق بريقه بعد أن يحتفي ذلك الشخص وفي هذا استخدام لاستمالات عقلية بحتة .

من زاوية أخرى وفي اللقطة ٣٣، تظهر لنا السيارة في احد مخارج الجسر الذي ينعكس على جدرانها اللون الأخضر مع امتزاجه بلون السيارة الأحمر وسط خيوط من اللون الأبيض إجماءاً بألوان الراية الوطنية الثلاثة دلالة على الطابع المحلي والوطني لهذه الشركة من جهة واستمالة لعواطف ومشاعر المشاهدين الوطنية من جهة أخرى

ولدى خروج السيارة في اللقطة ٣٤ من الجسر، يركز المخرج على جمالية الإطارات السببكية البراقة لعجلات السيارة زيادة في إقناع المشاهدين بتميزها. ليواصل على نفس المنوال في اللقطات الموالية ٣٥ و ٣٦ و ٣٧ مع الاستعانة بإبراز المجسمات الرياضية .

و مع بلوغ اللقطتين ٣٨ و ٣٩، يركز المخرج على لحظة انقشاع الظلام ونبوغ ضوء الصباح وذلك من خلال انطفاء أضواء السيارة وظهور للحد الفاصل بين الخيطيين الأبيض والأسود من الفجر وقبل الختام، تظهر السيارة كلياً وبكل أناقة في الطريق السريع بسرعة متوسطة، وخلفها غابة تظهر من بعيد زيادة في جمالية الصورة . وما زاد المشهد تميزاً وجمالاً هو توقيع اللاعب بتقنية تدرج ظهور الحروف وكأنها بخط يده مع وجود لافتة مكتوب عليها ٠٥ سنوات ضمان لاستمالة اهتمام الزبائن المحتملين نحو هذا النوع من الخدمات .

لتختتم الومضة في مشهد ثابت تتوسطه علامة KIA RIO في دائرة حوافها حمراء بخلفية بيضاء وتحتها كلمة Al Djazair، دلالة على أن السيارة تصنع هنا في الجزائر .

والجدير بالذكر أن كل هذه المشاهد قد صاحبها تعليق باللغة العربية الجزائرية، والتي سنفصل في تحليلها السيميائي في حينها .

أ-ثنائية الليل والنهار :

استعان المخرج بثنائية الليل والنهار لتكريس النظرية الجمالية في إبراز جمال السيارة باللون الأحمر اللامع، حيث ساهمت أضواء السيارة وسط الظلام في تبيان رونقها ولمعائها . وكذلك الأمر بالنسبة للأضواء ذات الألوان الثلاثة الأبيض والأحمر والأخضر التي انطبعت على أجزاء من الجسر لتحاكي ألوان الراية الوطنية الجزائرية.

ومع أن أغلب مشاهد الفلم قد تم تصويرها وسط الظلام، إلا أن المخرج قد خصص مشهدين أو ثلاثة من مجموع المشاهد ٤٣ في النهار.

ب-أسلوب تنفيذ الإشهار :

تميز أسلوب تنفيذ الإشهار في هذا الفيلم بالطابع الدرامي والأسلوب المعتمد على تقنية النجم بوجود شخصيات مختلفة تدور حول شخصية رئيسة محورية متمثلة في شخص اللاعب الجزائري عنتر يحيى .

ج-النظرية المعتمدة في الإشهار :

تم الاعتماد في هذا الفيلم الاشهارى على النظرية الجمالية، وذلك بالتركيز على الجوانب الفنية والتقنية للإشهار، من خلال إظهار مختلف جوانب السيارة التي تحمل طابعاً جمالياً مميزاً من جهة، والتركيز على بعض الدلالات والرموز الحضارية التي تتمحور حول الإنجازات الرياضية والمعمارية من جهة أخرى .

د-الإستمالات الإقناعية المستخدمة :

تراوحت الإستمالات الإقناعية المستخدمة في هذا الإشهار بين العقلية منها والعاطفية، وإن كان لهذه الأخيرة نصيب الأسد فيها . حيث تمثلت الإستمالات العاطفية على وجه الخصوص في استخدام أهم رمز من رموز الشباب

الجزائري الواعد في مجال كرة القدم ألا وهو النجم عنتر يحيى إضافة إلى شحن معظم المشاهد بجرعات من الوطنية العميقة، في حين ركز المخرج على إظهار مميزات هذه السيارة استتارة لاهتمام المشاهد كزبون محتمل واستمالاته عقليا .

هـ- دلالات الألوان والإضاءة :

كان لدلالة الألوان النصيب الأوفر من مجموع مشاهد الفيلم، حيث طبعت جل مشاهد اللون الأحمر بقوته ولمعانه والدلالات القوية التي يحملها دون غيره من الألوان، في حين ميزت ثلاثية الأبيض والأخضر والأحمر معا أهم المشاهد لتحليل ذهن المشاهد نحو دلالات رمزية متعلقة أساسا بلون الراية الوطنية الجزائرية وكلنا يعلم ما لهذه الرمزية من قوة في التأثير على مشاعره وعواطفه .

أما فيما يتعلق بالإضاءة فقد جعل المخرج من هذه السيارة موضوع فيلمه الأشهاري مصدرا أساسيا للضوء في حد ذاته إلى جانب أضواء الطريق التي صاحبت مسيرها طوال مشاهد الفيلم .

و- الموسيقى ودلالاتها :

اختار المخرج كخلفية لفيلمه الأشهاري موسيقى من نوع البوب "POP" الشبابية والريتمية وهي الأنسب في رأينا لمصاحبة مثل هذه الومضات التي تستهدف فئة الشباب المفعم بالنشاط والطموح لتحقيق تطلعاته .

٦.١.٨ الرسالة الألسنية:

تمثلت الرسائل الألسنية في هذا الإشهار في نوعين اثنين، مكتوب ومسموع. فبالنسبة للشق المكتوب فقد تمثلت الرسالة الأولى في عبارة "صور من الجزائر" دلالة على أن عملية التصوير قد تمت بإحدى المدن الجزائرية، في حين صاحبت الرسالة الألسنية الثانية جميع مشاهد الفيلم تقريبا متمثلة في رمز العلامة التجارية KIA، أما الرسالة الثالثة فقد تمثلت في الترقيم الذي تحمله السيارة والذي يرمز لمدينة باتنة الجزائرية . كما ميزت الرسالة الرابعة والمتمثلة في توقيع اللاعب هذه الومضة بشكل لافت، لتؤكد الرسالة الخامسة على توفر خدمة الضمانية لخمس سنوات . وكعادة مثل هذه الومضات في الإشهار التلفزيوني، تختتم المشاهد باسم العلامة التجارية والبلد الذي تصنع فيه .

أما بالنسبة للشق المسموع فقد تمثل في كلام المعلق طيلة هذا الإشهار وكان كالاتي:

" كل خطوة هي بداية تحدي جديد، كي تختار الصبح تتبدل حياتك للأفضل، مادام تمشي بثقة وطموح، راح توصل لهدفك بدون منافس، كي يتوقف الوقت تتفكر لحظات فوزك، هي تخليك تنطلق بحرية وبدون حدود، نحو نجاحات دائمة، من هذه اللفتة تولد المشاعر، حلم تحقق بفعالية وأسلوب كيا ريو، KIA RIO كل لفتة تولد مشاعر كبيرة " .

تميز هذا التعليق بلهجته العربية الجزائرية مع وجود للنبرة الدارجة، ويمكن تلخيص فحوى ما جاء على لسان

المعلق في النقاط الآتية:

- يشجع المعلق هنا المستمع على ضرورة الاختيار الأنسب لكل مايسمح له بتحقيق أهدافه .
 - أهم العناصر لفعل ذلك هو التغيير، وليس أي تغيير بل هو التغيير نحو الأفضل.
 - نلمس في كلام المعلق إعادة لسرد تجربة اللاعب عنتر يحيى في سعيه لتحقيق النجاحات الرياضية ورفع التحدي .
 - شبه المعلق مسيرة هذا اللاعب بمسيرة هذه السيارة مع التركيز على أن لكل التفاتة جزء لا يتجزأ من المسار الطويل والحافل بالنجاحات والتحديات .
 - ربط المعلق الجوانب الجمالية للإنجازات المحققة والواجب تحقيقها بالمشاعر والأحاسيس التي تصاحب وترافق مثل هذه الإنجازات .
 - أهم عنصر في كل هذه التجربة هو الاختيار الأنسب والسليم لمقومات النجاح المستدام .
- أ-وظيفة الترسخ: وهي الوظيفة التي ترقى بها الرسالة الألسنية إلى مستوى تحديد جملة المعاني التي يمكن أن تطرحها الصورة ككيان سيمنطقي يحمل عدة دلالات. وتجسدت وظيفة الترسخ في تثبيت معنى الصورة و ذلك من خلال اسم شركة السيارة وشعارها أيضا
- ب-وظيفة المناوبة: وهي الوظيفة التي تصبح بمقتضاها الرسالة الألسنية وسيلة بديلة عن الصورة ، وهو ما حدث بالذات في الإشهار الخاص بعصير نقاوس، العبارات التي صاحبت الومضة طيلة فترتها، أن تؤدي وظيفتي الترسخ والمناوبة، وذلك بتعويض العبارات الخطية أو الدلائل المذكورة للصورة المذكورة.

٢.٨ تحليل سمبولوجي لعصير نقاوس:

١.٢.٨ صورة من ومضة عصير نقاوس:



٢.٢.٨ الرسالة التعيينية، ماذا تقول الومضة:

- إشهار :عصير نقاوس (إشهار جزائري)
- مدة الإشهار :واحد وثلاثون ثانية ، ٣١ ثا .
- عدد اللقطات : ٥ لقطات، عرضت الومضة على القناة الأرضية والقناة الثالثة وكنال الجبيري.
- مكان التصوير : مناطق مختلفة في الجزائر.

٣.٢.٨ ماذا تقول الومضة؟

- شفرة تطور الألباز: جذب واستمالة المشاهدين
- شفرة الأفعال: وتمثل في معظم الأفعال التي قام بها الشخصيات العادية والتي أشرنا إليها في شريط الصورة أي مجمل اللقطات.
- الشفرة الرمزية: تتمثل في اللباس التقليدي والعصري للنساء والرجال على حد سواء، والمناطق المختلفة، البحر، الكرة، الحشيش، ..
- شفرة المعنى: تكمن في علاقة الرياضة والسياحة والحياة الاجتماعية العادية بالمنتوج .
- الشفرة الثقافية: تتمثل في مختلف المناطق العادية والسياحية بالجزائر وما تزخر من تنوع في الطقوس والعادات والتقاليد.

٤.٢.٨ المستوى الوصفي :

يستهل المخرج في ومضة عصير نقاوس أول لقطة متوسطة مقابلة وثابتة يظهر فيها عدد من الأشخاص في مقهى صغير، في وسط الصورة عامل يوزع مشروبات نقاوس على الزبائن الجالسين بينما يقف شخص يلبس قميصا اسود مع شخص آخر يحمل نظارات إمام طاولة استقبال الزبائن مقابلين آلات عصير القهوة، ويقف طفل صغير معهم على يسار الصورة، كما يجلس شخصان على الكراسي الاول يضع قبعة سوداء على رأسه يجلس مقابلا لاحد الشباب الحامل لنظارات ، في نهاية اللقطة يهرب الطفل الصغير الذي يرتدي بنطلونا احمرًا وهو يحمل قارورة نقاوس للعصير .

في اللقطة الثانية نشاهد عائلة مكونة من سبعة افراد يجلسون على مائدة الافطار، والتي تتوسطها قارورة مشروب نقاوس للعصير زجاجية من الحجم الكبير، مع مجموعة من المأكولات، كما نشاهد رب الاسرة الذي يجلس في مؤخرة المائدة يلبس قميصا ابيض اللون يحمل كأسا من العصير ويتحدث مع العجوز، كما نلاحظ تحركات لبعض من أفراد العائلة وهم يجلسون على الكراسي في جو من الضوضاء .

تنتقل بنا الكاميرا إلى لقطة ثالثة خلفية ثابتة، يظهر فيها مجموعة متنوعة من مشروبات نقاوس باختلاف أنواعها وذوقها وأحجامها، ونشاهد الأم التي تقوم بصفها على المائدة ثم تجلس بجوار الاب الذي يستلقي على كرسي من القماش مقابل البحر، وفي ابعد نقطة من اللقطة يظهر لنا ولدان صغيران يلعبان بالرمل على شاطئ البحر قبل ان تناديهم والدتهم برفع يدها، ويبرز لنا المخرج استلام الزوج من زوجته لقاورة العصير في حين يركض الولدان نحو الطاولة التي بها مجموعة مشروبات نقاوس .

أما في اللقطة الرابعة التي تتميز بثبات الكاميرا وبزاوية تصوير خلفية، تظهر لنا في مقدمتها مجموعة قارورات حديدية لمشروب نقاوس، ومجموعة من الشباب يشاهدون مباراة لكرة القدم على التلفاز، حيث يضع احدهم علم الجزائر على ظهره ويوجد آخر معلق على الحائط في الجزء الأعلى من المشهد ، مع وجود تلفاز اسود وعلامة نقاوس على العلب .

في نهاية الومضة ينتقل بنا المخرج إلى لقطة مقربة جدا ومقابلة يظهر لنا فيها مجموعة من منتوجات نقاوس باختلاف أنواعها في حقل من الحشيش الأخضر.

٥.٢.٨ المستوى التضميني:

يبدأ المخرج الفيلم الاشهاري بلقطة عامة وبزاوية مقابلة لمقهى شعبي يظهر من خلاله عددا من الأشخاص باختلاف أعمارهم وطريقة جلوسهم، خاصة الجو الحركي المميز من طرف النادل الذي يقوم بتوزيع المشروبات على الزبائن، بخلفية موسيقية لصوت القصب الشاوية الخاصة بعرض أولاد سلطان الذي تنتمي الي مدينة نقاوس ، كما يظهر لنا في وسط اللقطة الحديث المتبادل بين صاحب القبعة السوداء والفتي الذي يحمل نظارات رؤية ، وحركات النادل الذي يجوب أرجاء المقهى بسلاسة، كما نلاحظ أمام طاولة التقديم شخصين يتبادلان الحديث، احدهما كثيف الشعر بقميص أسود والآخر يحمل نظارات سوداء، ويبدو على يسار اللقطة طفل صغير يحمل كرة ويلبس بنطلونا احمرًا يطلب من النادل الذي يقف وراء طاولة التقديم قارورة عصير نقاوس .

كل هذه الصور تلخص لنا عدة دلالات ورموز اجتماعية استخدمها المخرج في لقطته هذه، من خلال التركيز على الجو الديناميكي السائد ،من كلام وحركات والتفاوت العمري الواضح في المشهد لمرتادي هذا المقهى، وارتباطهم اليومي بهذا المرفق الشعبي .

كما توحى بعض الصور المعلقة في جنبات المقهى بارتباط صاحب المقهى الوجداني بأصحاب هذه الصور خصوصا وأنها تعود إلى زمن الأبيض والأسود . وقد تجلت بعض من الرموز والدلالات المتعلقة باللباس ممثلة في شخص عامل المقهى الرئيس، إضافة إلى لباس ذلك الصبي الدال على فصل الصيف .

ثم ليختتم المشهد بحروب الصبي وهو يحمل قارورة عصير نقاوس دلالة على شغفه بهذا المشروب، مع صراخ النادل بعبارة " هاو ليك هرب " .

أما في اللقطة الثانية التي كانت بزواية مقابلة وثبات للكاميرا فقد أظهرت بشكل جلي عائلة مكونة من سبعة افراد كحال معظم العائلات الجزائرية، يجلسون حول مائدة الإفطار وهم يتبادلون الحديث دلالة على التماسك الأسري وثبات القيم السائدة بينهم، خاصة الحديث الحاصل بين رب الأسرة والعجوز، كما ركز المخرج في هذه اللقطة على توسط قارورات نقاوس للمائدة بشكل لافت

وقد كان للضوضاء والضجيج الأثر البالغ في إضفاء الحركية على هذا المشهد، ولعل أهم مؤثر صوتي غلب على هذا المشهد هو صوت الأذان بمقام الحجاز دلالة على المشهد في شهر رمضان الفضيل، وبالتحديد وقت الإفطار .

وفي اللقطة الثالثة، التي كانت خلفية وعامة، استهل فيها المخرج زاوية مقربة لمجموعة مشروبات نقاوس المصفوفة على المائدة بأحجام وأذواق متنوعة، بينما تقوم الأم بصفها وتنظيمها . أما الأب فيجلس بكل أريحية على كرسي قماشي مقابل واجهة البحر، فيما يظهر الولدان وهما يمرحان ويلعبان على الرمال قبل أن يهما بالركض نحو المائدة وكلهما لهفة للحصول على هذه المشروبات. وفي هذا دلالة واضحة على الحضور القوي لهذا المشروب في خرجات ورحلات العائلات الجزائرية أوقات الراحة والاستحمام خصوصا في الصيف .

في اللقطة الرابعة تظهر لنا مجموعة من الشباب المتحمس وهو يشاهدون مباراة لكرة القدم على التلفاز الملون، بينما يتبادل علب العصير الحديدية، وقد طغت صورة العلم الوطني على هذا المشهد دلالة على انا المقابلة تتعلق بالمنتخب الوطني، إضافة إلى صوت المعلق الذي زاد من حماس هؤلاء الشباب الذين يمثلون مختلف مناطق الوطن حيث ظهر فيهم ذو البشرة البيضاء وذو البشرة السمراء على حد سواء .فها هي مشروبات نقاوس تظهر من جديد لترافق الشباب الجزائري في أكثر اللحظات حماسية .

وفي نهاية المشهد تظهر مجموعة من منتوجات عصير نقاوس، بمختلف أشكالها وأحجامها وأذواقها من علب كرتونية وحديدية وأخرى زجاجية كبيرة وصغيرة، مع خلفية خضراء توحى بأن هذا المشروب طبيعي الصنع، كما صاحب هذا المشهد صوت لمعلقة قائلة: أربعون سنة في خدمة الجودة والذوق الرفيع، وفي هذا رسالة قوية على عرافة هذه المؤسسة وسعيها الدائم للحفاظ على هذه المكانة في السوق الوطنية وتحسين صورتها لدى جمهورها الوفي.

أ- أسلوب تنفيذ الاشهار :

اعتمد المخرج في لقطاته الأربع على أسلوب اللقطات الحياتية وكان ذلك بإظهار الاشخاص في أوضاعهم الطبيعية، كما ظهر في اللقطة الأولى بالمقهى الشعبي، واستعرض المخرج مختلف الأدوار بين الأفراد العائلة الواحدة في اللقطتين الثانية والثالثة، حيث ركز ايضا على تبيان العادات والتقاليد والتماسك الحقيقي بين الأفراد في اللقطة الثانية، وتم تقديم اللقطة الثالثة بأسلوب عصري مختلف عن المشهدين الأولين، حيث وظف فيه الطابع الجمالي للصورة، كما وظف أسلوب الإثارة في المشهد الرابع الذي يتميز بالتشويق والحماس.

ب- النظرية المعتمدة في الإشهار :

استخدمت النظرية الاجتماعية في جميع اللقطات، وذلك من خلال إبراز العادات والتقاليد المجتمعية خصوصا في المشهدين الثاني والرابع، فيما استخدمت النظرية السيكلوجية في المشهد الثالث.

ج- اللباس واللون ودلالاتهما:

تنوع اللباس في المشاهد الأربعة للشخصيات التي ظهرت في هذا الإشهار ليمثل شتى فئات المجتمع العمرية وطبقاته الاجتماعية، والتي ترمز في مجملها إلى طبيعة وخصوصية المجتمع الجزائري عموما . طغت على الومضة عدة ألوان كالأبيض والأخضر والأزرق والأحمر والأصفر، وقد لازم اللون الأبيض الومضة لما له من دلالات كالصفاء والهدوء والطهارة والنصر والسعادة على وجه الخصوص، وهو ماكرسته الومضة في لباس رب الأسرة في المشهد الثاني و احد الشباب الذين يشاهدون مباراة كرة القدم، في حين رمز اللون الأزرق إلى صفاء النفوس وهدوء الطبع واتساع الأفق والثقة في النفس .

أما عن اللون الأخضر فهو لون يدل على السعادة والأمل والهدوء، كما يرتبط بالطبيعة والبيئة والحيوية، حيث يمثل الحياة النباتية والنمو، وقد ظهر في المشهد الرابع في العلم الوطني وفي المشهد الخامس

كخلفية لمنتجات نقاوس . بينما يبرز اللون الأحمر للقوة والتحدي ولذي ظهر في علب المشروبات وفي العلم الوطني .

ولعل أهم لون غلب على المشاهد الخمسة هو اللون الأصفر المميز لمؤسسة نقاوس ولا غرابة في ذلك فهو رمز العصائر، إضافة إلى رمزيته الدالة على الهدوء والاستقرار النفسي .

د- دلالات الديكور :

لقد تنوع الديكور الموظف في الومضة بين المرفق العام المتمثل في المقهى في المشهد الأول، والعائلي في المشهد الثاني ، في حين كان الديكور في المشهد الثالث طبيعيا متمثلا في شاطئ البحر، اما المشهد الرابع فكان لغرفة عادية .

هـ- الإستمالات المستخدمة في الومضة :

استخدم المخرج كلا من الإستمالات العاطفية والعقلية معا، من خلال إبراز جمالية العصور في جل المشاهد ، حيث أثار فضول المشاهد بتنوع الصور واللقطات لهذا المنتج باختلاف أحجامه وألوانه من جهة، وارتباطه بأهم المناسبات واللحظات المهمة في حياة الجمهور، كشهر رمضان وموسم الاصطياف وأوقات مشاهدة مباريات الفريق الوطني .

و- الموسيقى ودلالاتها:

استخدم المخرج الموسيقى المرافقة في ثلاث مشاهد، حيث صاحبت المشهد الأول القصبة الشاوية العريقة لأولاد سلطان كموروث ثقافي واجتماعي شعبي يميز منطقة الشاوية، حيث يوجد مصنع هذا المشروب، كما استخدم في المشهد الثاني الأذان ليدل على شهر رمضان ووقت الإفطار بالتحديد رغبة منه في ربط استهلاك هذا المشروب في مناسبة هامة و عائلية تولى لها الأسرة الجزائرية الأهمية لبالغة .

فيما رافقت موسيقى القيثارة الكلاسيكية الهادئة مشهد الاصطياف لتضفي عليه طابع الهدوء والارتياح . ويمكن ان نقول ان المخرج قد وفق الى حد كبير في اختيار هذه الموسيقى التي تنوعت بين

التقليدي والعصري والديني

٦.٢.٨ الرسالة الألسنية:

تعددت الرسائل الألسنية في هذه الومضة، فكانت الكلمات غير المفهومة ما يميز المشهد الأول، إلى حين هروب الصبي نسمع عبارة "هاو ليك هرب" من في النادل، دلالة على الجو الودي و الفكاهي بينه وبين الصبي

أما في المشهد الثاني فتميزت الرسالة الألسنية بالروحانية عبر الآذان الصادر من التلفاز بالمقام الموسيقي الحجاز المميز وسط تبادل لأطراف الحديث بين أفراد الأسرة، في حين اقتصرت الرسالة في المشهد الثالث على عبارة " نقاوس" مكتوبة على علب العصير .

في المشهد الرابع طغى كلام المغلق الصادر من التلفاز وهو ينقل وصفا لمباراة في كرة القدم، ولعل أهم عبارة مؤثرة في المشهد هي عبارة "غلام" نجم الكرة الجزائرية دلالة على أن المباراة تخص الفريق الوطني .

ليختتم المخرج ومضته بمشهد أخير تتكلم من خلاله امرأة بعبارة " نقاوس أربعون سنة في خدمة الجودة والذوق الرفيع " وهي العبارة ذاتها التي تظهر مكتوبة على يسار الشاشة كرسالة واضحة على عرابة المؤسسة وسعيها إلى تحسين صورتها ومكانتها في السوق .

إضافة إلى عبارة "طبيعي مبستر بدون حافظ " دلالة على مميزات هذا المشروب التي من شأنها طمأنة المستهلك.

أ- وظيفة الترسية: تميزت الرسالة الألسنية بدور الترسية وهذا لوجود علاقة تكامل شبيهي بينها وبين الرسالة الأيقونية والتطابق بين الرسالتين، لترسيخ صورة المنتج في ذهن المتلقي.

ب- وظيفة المناوبة: وهي الوظيفة التي تصبح بمقتضاها الرسالة الألسنية وسيلة بديلة عن الصورة ، وهو ما حدث بالذات في الإشهار الخاص بعصير نقاوس، وعبارات طبيعي مبستر بدون حافظ وغيرها في تأكيد معنى بليغ يمكنه أن ينوب عن الصورة في التعبير عن تضمينات الفيلم.

٩. نتائج الدراسة :

بعد عملية التحليل لعينة الدراسة الخاصة بالبحث عن الاستمالات الإقناعية في الومضات الإشهارية المختلفة، والتي تضمنت ثلاث أفلام إشهارية سنسلط الضوء الآن على أهم العناصر التي تشترك في وصف الموضوع من حيث:

١.٩ الاستمالات الإقناعية المستخدمة :

تراوحت الإستمالات الإقناعية المستخدمة في الومضتين الاشهاريتين بين العقلية منها والعاطفية، وإن كان لهذه الأخيرة نصيب الأسد في الومضة الأولى، حيث تمثلت الإستمالات العاطفية على وجه الخصوص في استخدام أهم رمز من رموز الشباب الجزائري الواعد في مجال كرة القدم ألا وهو النجم "عنتز يحيى" إضافة إلى شحن معظم المشاهد بجرعات من الوطنية العميقة، في حين ركز المخرج على إظهار مميزات السيارة استشارة لاهتمام المشاهد كزبون محتمل واستمالاته عقليا .

في الومضة الثانية استخدم المخرج كلا من الإستمالات العاطفية والعقلية معا، من خلال إبراز جمالية العصير في جل المشاهد، حيث أثار فضول المشاهد بتنوع الصور واللقطات لهذا المنتج باختلاف أحجامه وألوانه من جهة، وارتباطه بأهم المناسبات واللحظات المهمة في حياة الجمهور، كشهر رمضان وموسم الاصطياف وأوقات مشاهدة مباريات الفريق الوطني .

٢.٩ نوع المقاربة المستعملة:

تنوعت المقاربات الموظفة في الومضات الاشهارية المدروسة، فقد اعتمد كل مخرج على نظرية تُخدم فيلمه الاشهاري، وعلى سبيل المثال، اعتمد مصمم ومضة سيارة « KIA RIO » على النظرية الجمالية، من خلال إظهار مختلف جوانب السيارة التي تحمل طابعا جماليا مميزا من جهة، والتركيز على بعض الدلالات والرموز الحضارية التي تتمحور حول الانجازات الرياضية والمعمارية من جهة أخرى. واعتمد مخرج ومضة عصير "نقاوس" على النظرية الاجتماعية من خلال إبراز أماكن تواجد المنتج كالمقهى والجلسات العائلية، بالإضافة إلى النظرية السيكلوجية النفسية من خلال التأثير النفسي والوجداني في المتلقي وتجلي ذلك من خلال توظيف الإستمالات العاطفية والتركيز بشكل أساسي على فكرة التكرار.

٣.٩ الصياغة الفنية الغالبة على الومضات الإشهارية:

تنوعت الصيغ الفنية المستعملة في الأفلام الإشهارية المدروسة، حيث نجد صياغة مشاهد السيارة في الومضة الأولى من خلال إبرازها في معظم اللقطات وتكرارها بهدف ترسيخ المنتج، فكانت هذه الصياغة هي الغالبة، وفي نفس المرتبة تم اعتماد الصياغة الجدلية القائمة على الحوار، حيث تم توظيف صياغة الانتقال بين المشاهد في ومضة عصير "نقاوس"، وتنبغي الإشارة إلى أن كل قالب لديه مهمة في

تبليغ الفكرة المحورية للإشهار، وذلك بتوظيفه بطريقة عقلانية محكمة تراعي طبيعة المنتج والهدف من الإشهار.

٤.٩ نوع الرسالة المستعملة :

إذا كانت الصياغة الفنية في الإشهار تحيل إلى القالب الفني المعتمد، فإن الرسالة هي المحتوى الإشهاري نفسه.

ونلاحظ من خلال تحليل عينة الدراسة أن المصممين مزجوا بين نوعين من الرسائل وهما الرسالة التفسيرية والرسالة الخفيفة، فبما أن معظم الرسائل الإشهارية كانت تركز على إبراز مزايا المنتج وفوائده، فقد تم اللجوء إلى الرسالة التفسيرية، التي تعتمد على تقديم المعلومات بطريقة تزيل تخوف المتلقي إذا كان في وقت سابق غير مقتنع بالمنتج.

كما ركز كل مصمم لومضته الاشهارية على الرسائل الخفيفة التي قرأت من طرف المعلقين، والتي تستوجب مراعاة ظروف الجمهور المشاهد والقيم السائدة في المجتمع.

ومما يعاب على الأفلام المدروسة غياب استخدام نموذج الرسالة التي تقوم على الشهادة والتجربة الشخصية مع المنتج .

٥.٩ العناصر الأيقونية (الصور):

وجب الانطلاق من قاعدة الاهتمام بمخاطبة العين بصور ملائمة ومعبرة قبل الاهتمام بالتسيير اللفظي، يعني أن التوظيف المحكم للصور يؤدي إلى تحقيق الإقناع والتأثير في نفس وذهن المتلقي واستمالاته، وعلى هذا الأساس نقول أن جميع الصور الموظفة في الأفلام الإشهارية المدروسة كانت في معظمها تنطوي على أساليب وقواعد تعبيرية قادرة على الإقناع.

٦.٩ دلالات الألوان واللباس :

كان لدلالة الألوان واللباس النصيب الأوفر من مجموع مشاهد الومضات الاشهارية، في الومضة الأولى طبعت جل مشاهد اللون الأحمر بقوته ولمعانه والدلالات القوية التي يحملها دون غيره من الألوان، في حين ميزت ثلاثية الأبيض والأخضر والأحمر معا أهم المشاهد لتحليل ذهن المشاهد نحو دلالات رمزية متعلقة أساسا بلون الراية الوطنية الجزائرية وكلنا يعلم ما لهذه الرمزية من قوة في التأثير على مشاعره وعواطفه .

وكان للباس اللاعب عنتر يحيى دلالة على نوعية اللباس الشبابي الذي يحاكي سيناريو الفيلم الاشهاري، بجبكته الدرامية المشوقة، كما تنوع اللباس في المشاهد الأربعة للشخصيات التي ظهرت في الومضة الثانية ليمثل شتى فئات المجتمع العمرية وطبقاته الاجتماعية، والتي ترمز في مجملها إلى طبيعة وخصوصية المجتمع الجزائري عموما .

٧.٩ الموسيقى:

اختار المخرج كخلفية لفيلمه الاشهاري موسيقى من نوع البوب "POP" الشبابية والريتمية وهي الأنسب في رأينا لمصاحبة مثل هذه الومضات التي تستهدف فئة الشباب المفعم بالنشاط والطموح لتحقيق تطلعاته، و استخدم المخرج لومضة عصير نقاوس الموسيقى المرافقة في ثلاث مشاهد، حيث صاحبت المشهد الأول القصبة الشاوية العريقة لأولاد سلطان كموروث ثقافي واجتماعي شعبي يميز منطقة الشاوية، كما استخدم في المشهد الثاني الأذان ليدل على شهر رمضان الذي تولى له الأسرة الجزائرية الأهمية البالغة، فيما رافقت موسيقى القيثارة الكلاسيكية الهادئة الاصطياف لتضفي عليه طابع الهدوء والارتياح . ويمكن أن نقول بأن المخرج قد وفق إلى حد كبير في اختيار هذه الموسيقى التي تنوعت بين التقليدي والعصري والديني.

خاتمة:

يعتبر الإشهار التلفزيوني حقلا خصبا للدراسة والبحث، ولعلّ ما يبرز مشروعية البحث السيميولوجي له، هو باعتباره خطابا بصريا يحمل في طياته دلالات ورموز وجب تحليلها وتفكيكها سميولوجيا، ويشترط في الفيلم الإشهاري ليؤدي وظيفته على أحسن وجه، أن يصاغ في أساليب قوية وذات دلالة تجعله راسخا في أذهان المتلقين، فالجتمتع والثقافات السائدة تقوم بتطبيع البعد الرمزي والثقافي والأيدولوجي للصورة الاشهارية على حدّ قول "BARTHES".

وعلى هذا الأساس ومن خلال الدراسة التي قمنا بها حول الومضات الإشهارية التلفزيونية، نرى بان المعلنين قد وفقوا إلى حد بعيد في تنفيذ الاستمالات الإقناعية، وهو الشيء الذي لمسناه في جميع

الومضات الاشهارية ،حيث أن معظمها يلجأ إلى الرصيد الثقافي المحلي سواء في الديكور أو في ملابس الشخصيات.

ولعل مسألة تكييف الأساليب الإقناعية بما يتوافق والقيم الثقافية للمحيط الذي تتوجه إليه، إستراتيجية ضرورية في بناء الخطاب الإشهاري خاصة بعد العولمة الجارفة ومساعدتها لاحتواء وطمس الهويات الثقافية،على أن الغاية من الإشهار تبقى بالدرجة الكبيرة هو تحقيق الربح المادي وتحسين صورة المؤسسة المعلنة لدى جمهورها.

قائمة المراجع:

١. بن مرسللي احمد، (٢٠٠٣) **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، بن عكنون - الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية،
٢. رحيم يونس كرو العزاوي، (٢٠٠٨) **مقدمة في منهج البحث العلمي**، عمان: دار دجلة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
٣. مهنوي أحمد غنيمي وصلاح السيد عبد(دون سنة) ، **تربية المواطنة بين خصوصية الهوية وهيمنة العولمة**، دراسة تحليلية ناقدة، الكويت: منشورات جامعة بنها.
٤. يخلف فايزة، **مناهج التحليل السيميائي**، (٢٠١٢) القبة-الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى
٥. الغالي طاهر احمد محسن و العسكري شاكرا، (٢٠٠٣)، **الإعلان مدخل تطبيقي**، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى،
٦. محمد منير حجاب، (٢٠٠٨) **مهارات الإتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

المواقع الالكترونية:

١. ومضة سيارة .Kia Rio. <http://www.youtube.com/watch?7675758457hGfdl>
٢. ومضة عصير نقاوس :4.3.2019 <http://www.youtube.com/watch?7858594457hGfdl>

المنشورات:

١. مبارك جمال و عبد الهادي محمد، **سيميائية الصورة الاشهارية "دراسة في روية الارثة"**، محضرات الملتقى الوطني السادس "السمياء والنص الأدبي"، منشورات جامعة محمد الخيضر ببسكرة