مجلة المعيار ISSN :1112-4377
مجلد: 27 عدد: 3 (رت 72) السنة: 2023

الدلالات الأيقونية والألسنية في الإشهار التلفزيوني الجزائري
دراسة سيميولوجية لإشهار «لمتنا تحلى» في قناة الشروق

Iconic and linguistic connotations in Algerian television advertising
A semiological study to publicity “Lametna Tahla” in Al-Shorouk channel TV as a model

جميلة بولمدن [1]
طالبة دكتوراه مخبر الفلسفة والدراسات الإنسانية والاجتماعية ومشكلات الإعلام والاتصال
جامعة 8 ماي 1945 – قالمة
djamila.boulemden.vac@univ-constantine3.dz
د. عادل جربوعة
جامعة صالح بوبنيدر – قسنطينة 3
adel.djerboua@univ-constantine3.dz

تاريخ الوصول 2022/07/20 القبول 2022/11/22 النشر على الخط 2023/03/15
Received 20/07/2022 Accepted 22/11/2022 Published online 15/03/2023

ملخص:
تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على كيفية تحليل الإشهار التلفزيوني الذي يعتبر نمط اتصالي مميز وهام في إيصال المعلومات والرسائل إلى الجماهير والتأثير عليهم نفسيا واجتماعيا، وهذا باستخدام التحليل السيميولوجي الذي يختص في الكشف عن الدلالات الضمنية وفق مقاربتي فرانسيس فانوي ورولان بارث، حيث تساهم كلاهما في تفكيك بنية الخطاب الإشهاري وإعادة تركيبه وبناء النسق الاتصالي من جديد من أجل قراءة أبعاد ودلالات الصورة الإشهارية السمعية البصرية، وكنموذج للدراسة اخترنا الإشهار التلفزيوني "لمتنا تحلى" الخاص بشركة كوكاكولا، وقد توصلنا في هذه الدراسة إلى أن إشهار شركة كوكاكولا يعتمد على ربط المنتوج بالقيم الاجتماعية والإنسانية والعاطفية من أجل اقناع المشاهد وجذب انتباهه لاقتناء المنتج.

الكلمات المفتاحية: الأيقونة، الدلالة، الإشهار التلفزيوني، السيميولوجيا، الصورة

Abstract:
This study aims to shed light on how to analyze TV advertising, which is considered a distinctive and quite an important communication type in delivering information and messages to the masses and influencing them psychologically and socially, by applying semiological analysis which specialises in uncovering the implicit connotations according to Francis vanoye and Roland Barthes' approaches, where both contribute to dismantling the advertising discourse infrastructure and restructuring it as well as rebuilding the communicative system in order to read the dimensions and connotations of the audio-visual advertising image. As a model for our study, we chose the TV advert/commercial of Coca Cola "Lemmetna tahla" " our gathering gets nicer/ sweeter ". We concluded in this study that the advertising of Coca Cola company relies on linking the product with social, human and emotional values in order to convince the viewer and attract his attention to the acquisition of the product

Keywords: Icon, connotation, television advertising, semiology, image**.**

[1] المؤلف المراسل: **جميلة بولمدن** البريد الإلكتروني: **djamila.boulemden.vac@univ-constantine3.dz**

1. مقدمة:

يعتبر الإشهار نمط اتصالي مميز، وفن من فنون الاتصال، لأنه يهتم بإيصال الأفكار والمعلومات والحقائق المختلفة حول السلع والخدمات والأفكار المتنوعة من المعلن إلى المتلقي، فهدفه اقناع الجماهير والتأثير عليهم فكريا وسلوكيا، حيث يتطلب هذا القيام بعملية اتصال معقدة، تتداخل فيها عوامل نفسية واجتماعية ومادية، فيتم ذلك باستخدام العديد من العناصر كالكلمات والصور والألوان والمؤثرات الصوتية والايحاءات والحركات التي تعمل كلها على إيصال الرسالة الإشهارية للجماهير الواسعة.

وقد برز دور الإشهار في الترويج للأفكار والسلع والخدمات في كل المجتمعات، فأصبح يعكس ثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم، وتطوره يعني في الوقت نفسه تطور القيم والعادات في هذه المجتمعات[1].

كما يختلف تأثير الإشهار وفعاليته على الجماهير انطلاقا من الوسيلة المستعملة في نقله، حيث يمثل التلفزيون من بين أهم وسائل الاتصال الجماهيرية التي تتمتع بإمكانيات عالية تجمع ما بين الاقناع الشفوي وجاذبية الرؤية.

ويكتسي الإشهار التلفزيوني أهمية كبيرة لما يحتويه من صور جمالية وفنية وألسنية تتضمن رسائل خفية ودلالات من شأنها التأثير على المستهلك فكريا نفسيا واجتماعيا بهدف اقتناء المنتوج، كما يعد نسق اتصالي تجتمع فيه العديد من العناصر التعبيرية وأشكال وألوان وشعارات ألسنية وشفرات بصرية أيقونية وعلامات رمزية تحمل دلالات معينة وفق بنية منظمة لمرسليها ومنتجيها[2] .

وتلجأ القنوات التلفزيونية إلى الإشهار التلفزيوني من أجل شد انتباه الجماهير للمنتوجات المعروضة[1] ومحاولة إقناعهم بها، وقناة الشروق الجزائرية من بين القنوات التي تقوم بعرض مجموعة متنوعة ومختلفة من الإشهارات بهدف توصيل أهداف اجتماعية وثقافية للجمهور، وتنتهج في ذلك أساليب مختلفة من أجل إقناع جمهورها بتبني أفكار معينة، وباعتبار أن الرسائل الاشهارية نسق دلالي تجتمع فيه العديد من المدونات البصرية التي تتطلب الربط وإقامة علاقة بين كل ما هو ألسني وأيقوني في مضامين الرسالة للوصول إلى الدلالة النهائية والتضمينية للعناصر السردية في الاشهار الذي بثته قناة الشروق الجزائرية، والخاص بشركة كوكاكولا تحت عنوان " لمتنا تحلى"، وهذا بالاعتماد على التحليل السيميولوجي.

وانطلاقا مما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ماهي الدلالات الألسنية والأيقونية في الإشهار التلفزيوني لمتنا تحلى؟

والذي يتفرع إلى التساؤلات التالية:

1-1 ماهي الأفكار والرسائل التي تضمنها الإشهار التلفزيوني "لمتنا تحلى"؟

1-2 كيف وظف الإشهار التلفزيوني الدلالات الألسنية والأيقونية لإظهار العلاقات والقيم الاجتماعية والإنسانية؟

1-3 ماهي الدلالات الألسنية والأيقونية التي وظفت من أجل ابراز خصوصية المجتمع الجزائري؟

1-4 كيف تم استخدام الرسائل الضمنية من أجل ترسيخ علامة كوكاكولا؟

---

1. على عجوة، محمد البادي وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، مكتبة الصباح للنشر والتوزيع، جدة، ط1، 1989ص

2. شايب نبيل أليات التحليل السيميولوجي للخطاب الاشهاري التلفزيوني من التمثيل إلى التأويل، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 2017/07/30، ص99

2. أهمية الدراسة:

2-1 تبرز الأهمية في هذه الدراسة من خلال المزج بين الوصف والتحليل

2-2 البحث عن الدلالات الخفية التي يتضمنها الإشهار التلفزيوني "لمتنا تحلى"

2-3 التركيز على الإشهار التلفزيوني الذي يعتبر نمط اتصالي هام في توصيل الرسائل للجمهور وتكوين آرائه

د. تسليط الضوء على الظاهرة الاتصالية الإشهارية شكلا ومضمونا

3. أهداف البحث:

3-1 الكشف عن الأفكار والرسائل التي تضمنها الإشهار التلفزيوني " لمتنا تحلى"

3-2 معرفة كيف تم توظيف الدلالات الأيقونية والألسنية في الإشهار التلفزيوني لإظهار العلاقات والقيم الاجتماعية والإنسانية

3-3 استنباط الدلالات الألسنية والأيقونية التي وظفت من أجل ابراز خصوصية المجتمع الجزائري

3-4 التعرف على كيفية استخدام الرسائل الضمنية من أجل ترسيخ علامة كوكاكولا

4. ضبط المفاهيم:

1.4. الدلالة: "Indication "

الدلالة تساوي الأمارة، وعليه قد تظهر في العلامات اللسانية والعلامات الغير اللسانية، أي تتصل بدراسة النماذج الصورية مثل لغة: الرايات، إشارات المرور، العادات والتقاليد، الملابس، وغيرها[1] .

2.4. الأيقونة: "Icon"

هي تمثيل محسوس لشيء قصد تبيان خصائصه وسماته، مثل: صورة شخص أو خريطة بلد[2] .

3.4. الإشهار التلفزيوني: "television advertising"

هو عبارة عن اتصال غير شخصي مدفوع الأجر، حيث يمثل مختلف نواحي النشاط التي تؤدي بمؤسسات الخدمات والشركات إلى استخدام التلفزيون من أجل إعلام وإقناع الجماهير برسائل فنية متنوعة حول سلعة أو خدمة ما بالشكل والمضمون الذي يؤثر فيهم فكريا وسلوكيا.[3]

4.4. السيميولوجيا: "Semiology"

السيميولوجيا هي العلم الذي يدرس العلامات، وحياة الدلائل داخل الحياة الاجتماعية، فهي تهتم بدراسة الإنسان والحيوان وغيرها من العلامات اللسانية باعتبارها نسق من العلامات مثل علامات المرور وأساليب العرض في واجهة المحلات التجارية والخرائط والرسوم البيانية والصور وغيرها[4].

1- شهرزاد بن يونس، محاضرات في علم الدلالة،جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2019-2020 ، ص 3

2- جميل حمدان،السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق،مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع،عمان،ط1،2011،ص102

3- على عجوة، محمد البادي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 93 94.

4- قدور عبد الله الثاني،سيميائية الصورة مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، مؤسسة لوراق للنشر والتوزيع،عمان،ط1، 2008،ص ص 66 67.

5.4ـ الصورة: " Image "

الصوة هي بديل بصري للواقع، هي اقتطاع جزء من الواقع ووضعه أمام المتلقي، أي أنها تجعل العالم مرئيا يعرفها روبير على أنها" إعادة انتاج طبق الأصل أو تمثيل مشابه لكائن أو شيء"[3].

5ـ منهج الدراسة:

بما أن الدراسة تهدف إلى الكشف عن الدلالات الخفية في الإشهار التلفزيوني فإن استعمال المنهج السيميولوجي هو الأنسب باعتبار أنه يهدف إلى استكشاف البنيات الدلالية التي تتضمنها الخطابات والأنشطة بنية ودلالة ومقصدية، والبحث عن الأنظمة التواصلية تقعيدا وتجريدا ووظيفة[2].

وهو اجراء منهجي يقوم بناء على مبدأ التكامل بين معارف كثيرة، وهو يعتني بخطاب الصورة السمعية البصرية[3]

6. عينة الدراسة:

وتعني طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر مفردات ومجتمع الدراسة وبما يخدم ويتناسب ويعمل على تحقيق هدف الدراسة[4].

وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على العينة القصدية التي يتم اختيارها من قبل الباحث بحرية، وهذا على حسب طبيعة بحثه، بحيث يكون هذا الاختيار يحقق أهداف الدراسة[5].

ولقد تم اختيار الإشهار التلفزيوني " لمتنا تحلى" في قناة الشروق "tv" الجزائرية للاعتبارات الآتية:

***اعتبارات لاختيار قناة الشروق tv الجزائرية:**

احتلت الشروق الصدارة في نسب المشاهدة عدة مرات، فتحصلت في جوان 2019 على نسبة مشاهدة 77.3% من جمهور السمعي البصري في الجزائر حسب دراسة أنجزها معهد "إيمار" المتخصص في رصد نسب المشاهدة في القنوات الفضائية، كما أنها تصدرت قائمة القنوات الجزائرية في شهر نوفمبر من السنة نفسها بنسبة المشاهدة التي بلغت 41.2%، وحسب دراسة لذات المعهد "**IMMAR**" وكذا معهد "**MMR**" المتخصص في سبر الآراء التي تم إجراؤها من اليوم الأول إلى اليوم السابع من رمضان أفريل 2021، حققت الشروق **TV** نسب مشاهدة جد عالية قدرت ب 36.6 %[6].

***اعتبارات لاختيار الإشهار التلفزيوني " لمتنا تحلى":**

3- فاطمة طلحي، صورة إفريقيا في السنما الأمريكية، تحليل نصي سيميولوجي لفيلم دموع الشمس، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، قسم العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية،جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،2014-2015، ص 37.

4ـ جميل حمدان، المرجع نفسه، ص13.

5-هادي عبد الله العيثاوي، دلالة الصورة في الإعلام الرياضي مقاربة سيميائية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 24-25، 2014، ص 99.

6- راجي مصطفى عريان، البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، اجراءاته،(،بيت الأفكار الدولية للنشر والتوزيع،عمان الأردن، (د.س) ص160.

7 – ابراهيم عامر قنديجلي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، (عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،1999).

6- موقع قناة الشروق الجزائرية، -https://www.echoroukonline.com/77، نشر دراسة لمعهد إيمار المتخصص في رصد نسب المشاهدة في القنوات الفضائية، تاريخ الولوج: 2022/07/01 الساعة: 11:11.

1. الرسالة التي يهدف الإشهار لإيصالها إلى الجمهور عن تأثير الروابط الأسرية

2. الرسائل الغير مباشرة التي تضمنها الإشهار وتستدعي تحليلا سيميولوجيا للوصول إلى الدلالات الخفية.

- **بطاقة تقنية عن قناة الشروق TV الجزائرية:**

الجدول 1: يمثل بطاقة تقنية عن قناة الشروق TV الجزائرية

الاسم	الشروق TV
الاختصاص	منوعة
الشعار	قناة كل العائلة
التأسيس	سنة 2011
المالك	السيد علي فضيل
المقر	الجزائر
القطاع	خاصة
فروعها	الشروق الإخبارية، الشروق TV، الشروق بنة

المصدر: مريم حاجي، استخدام الشباب الجزائري لقناة الشروق TV والإشباعات المحققة منها، دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي" أم البواقي، 2015–2016 ص 113

7ـ أدوات الدراسة:

إن هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن الدلالة الحقيقية لمضمون الرسالة وهذا عن طريق تحليل بنية الخطاب الإعلامي للإشهار التلفزيوني باستخدام مقاربة التحليل السيميولوجي التي تعتمد على مفهوم كل من النسق، الآنية، الدليل[1] .

وقد تم الاعتماد على مقاربتين هما:

1.7. مقاربة فرانسيس فانون التي تختص في تحليل اللغة السينمائية في استقراء مكونات الخطاب السمعي البصري[2] والتي تقوم على أساس:

- **تحليل اللقطات " اللغة البصرية ":**

وذلك من خلال إخضاع الإشهار إلى التقطيع التقني "Le decoupage technique" والذي يتم بمقتضاه الحصول على الوحدة القاعدية لتحليل الإشهار، وهي اللقطة[3] التي يتم وصفها من خلال ذكر رقم اللقطة، مدتها، نوعها، حركة الكاميرا، زوايا التصوير، الإضاءة، الموسيقى، التعليق، المؤثرات الصوتية، مضمون الصورة.

1- فاطمة طلحي، مرجع سبق ذكره، ص 27 .

2- فايزة يخلف، مناهج التحليل السيميائي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة (الجزائر)، 2012، ص 164.

3- فايزة يخلف، المرجع نفسه، ص 162.

تحليل المشاهد " الدوائـــر ":

أي انتقال درامي من اللقطة إلى المقطع كدرجة أكبر في التقطيع، وهكذا ينتج تعالق اللقطات أنساق تركيبية تتراوح بين" المقطع – المشهد " و " المقطع المرحلي " والمقطع التناوبي " والمقطع المستقل " وهي كلها متغيرات سينمائية تؤدي إلى اكتشاف طبيعة الإيقاع في الإشهار وذلك من خلال:

- **تحليل الثوابت أو التمفصلات الفيلمية:**

يتم في هذا الإطار دراسة طبيعة المشهد السينمائي وخصائصه التصويرية

- **تحليل الثوابت المتعلقة بالسيناريو:**

وهنا يتم التركيز على مقومات البنية الحكائية للفيلم الوثائقي من خلال دراسة الكيفية التي يتحقق بها الفضاء

- **تحليل المتغـــــيرات المشهديـة:**

يتم في هذه المرحلة تحليل كل المتغيرات المتعلقة بالمشهد كالبنية الزمنية أو متغير الزمن، والبنية التداولية أو ما يسمى بالتسلسل المشهدي التي تحيل إلى الأفعال الفيلمية الكبرى، وكذا طبيعة الإيقاع المشهدي الداخلي والخارجي[1].

- **تحليل اللغة السمعية وطبيعة العلاقة بين شريط الصوت والصورة:**

حيث يتم في هذه المرحلة تحليل دلالة الحوار والتعليق والموسيقى باعتبارها حركة في الزمان تتولى التعليق أو التفسير أو التجسيد الدرامي أو الجمالي على السواء.

وانطلاقا من كل هذا فقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على مقاربة فرانسيس للاعتبارات التالية:

1ـ المقاربة تهتم بتحليل اللغة السينمائية السمعية البصرية

2ـ تختص في تحليل الأفلام سواء كانت قصيرة أو سينمائية أو وثائقية، ولأن الإشهار محل الدراسة سمعي بصري فإنه يتلاءم مع هذه المقاربة

3ـ تختص أيضا في تفكيك بنية الفيلم تفكيكا دقيقا من خلال اخضاعه لتحليل اللقطات والمشاهد وإيجاد العلاقة بين شريط الصوت والصورة، وباعتبار أن الفيلم يشبه في بنيته وتركيبه الإشهار التلفزيوني، فإن كل هذا يجعلنا نقف على كل تفاصيل هذا الإشهار.

2.7ـ المقاربة الثانية لرولان بارث:

حيث ترتكز على الاستدلال على مداخل الصورة ومخارجها وآليات اشتغالها في سبيل بناء دلالة معينة، وتحدد العوالم الإدراكية التي تحيل بها الصورة، وهي تقوم على ثلاث مراحل بحثية متكاملة تتضمن كل مرحلة خطوات إجرائية خاصة:

- **الدراسة الشكلية أو التعيينية:** وتتضمن ما يلي:

- **الدراسة المورفولوجية:**

أو ما يسمى بالمدونة أو الشفرة الهندسية وهي السيرورة الدلالية لبناء الصورة، شكلها، خطوطها، ومحاورها التركيبية.

1- فايزة يخلف، المرجع نفسه، ص 163

- **الدراسة الفوتوغرافية:**

وهي المجال الذي يتم فيه مساءلة العناصر الفنية المتعلقة بالتأطير، اختيار الزوايا وما يقابلها من جانب الملتقى من حركة العين، ووضع المركز البصري بالإضافة إلى الجدلية الفوتوغرافية (الضوء/الظل)،

- **الدراسة التيبوغرافية:**

ويتم فيها تحليل الإرسالية اللغوية أو اللسانية من حيث طريقة كتابتها، طريقة وضعها والمسحة المخصصة لها.

- **دراسة الألـــــوان:**

أو ما يسمى بالمدونة أو الشيفرة اللونية، وفي هذا المجال البحثي يتم تحليل قوة وقيمة الألوان المستعملة ومدى طغيانها أو العكس

- **الدراسة التأويلية أو التضمينية Etude de connotation**

إذا فحسب رولان بارث فإن المستوى التعييني يكون بين الدال والمدلول في خضم الدليل، أما المستوى التضميني فيرتكز على العلاقة التي تربط الدليل "دال ومدلول" بالمحيط الخارجي أي يرتبط بالنظام الاجتماعي وبالسياق الثقافي والسوسيوثقافي.

- **الدراسة الألسنية:**

وهي المجال الذي يتم فيه دراسة علاقة الكلمة " الإرسالية اللغوية " بالمكون الأيقوني[1].

وقد تم اختيار مقاربة رولان بارث للاعتبارات التالية:

1. المقاربة تختص في التحليل السيميولوجي للصورة، وبما أن الإشهار هو عبارة عن تركيب مجموعة من الصور فإن هذه المقاربة ملائمة لهذه الدراسة.

2. اعتماد المقاربة في تحليل الصورة على عنصري التعيين والتضمين، فالأول هو اللغة العادية المفهومة من طرف الجميع، والثاني هو اللغة الموحية المختفية وراء اللغة العادية[2].

8. الإطار التحليلي للدراسة

1.8. التقطيع التقني للقطات الإشهار التلفزيوني" لمتنا تحلى" وتحليل المشاهد:

- **التقطيع التقنـــي:**

عنوان الإشهار: لمتنا تحلى
***مدة الإشـــهار**: 45 ثانية
***عدد اللقطـات**: 22 لقطة

1- فايزة يخلف، المرجع نفسه، ص 134-136.

2- فيصل الأحمر، معجم االسيميائيات، الدار العربية للعلوم ناشرون بيروت-لبنان، 2010. ص120-199.

الجدول 1: يمثل التقطيع التقني للإشهار التلفزيوني " لمتنا تحلى "

رقم اللقطة	شريط الصوت					شريط الصورة			مضمون الصورة
	مدة اللقطة	نوع اللقطة	حركة الكاميرا	زوايا التصوير	الإضاءة	الموسيقى	التعليق	المؤثرات الصوتية	
01	1ثا	لقطة الجزء الصغير	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	لا توجد	وصوت معلق المباراة	دقات الساعة وصوت مشي الأقدام	اجتماع أفراد العائلة حول مائدة الطعام التي تتصدرها قارورتي كوكاكولا، مع ظهور ملامح الحزن والقلق على وجوههم
02	2ثا	لقطة الجزء الصغير	ثابتة ثم عمودية من فوق إلى تحت	عادية	إضاءة اصطناعية	لا توجد	صوت معلق المباراة	دقات الساعة وصوت مشي الأقدام	حضور الشاب إلى مائدة الطعام وبيده هاتف وبأذنه سماعات، والأب ينظر إليه وهو في قمة قلقه
03	1ثا	مقربة حزامية	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	لا توجد	علابالوا مقلق	دقات الساعة	الأب يضع يده على خده وهو في قمة قلقه
04	2ثا	مقربة حزامية ثم لقطة الجزء الصغير	حركة بانورامية من اليمين إلى اليسار	عادية	إضاءة اصطناعية	لا توجد	مانشوفش الماتش وهكذاك ويغزل فيا	صوت دمج اللقطتين بسرعة فائقة	الأب يضع يده على خده وينظر إلى ولده وهو في قمة غضبه، والعائلة كلها تنظر للولد بكل قلق ووجه شاحب
05	3ثا	لقطة الجزء الصغير	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	لا توجد	بابا علابالو كي نبرونشي فوتبول ننسى حتى الماكلة	لا يوجد	الولد يتكلم مع الأب على حبه لمشاهدة كرة القدم، وأنه ينسى حتى أكله عند التعمق في المشاهدة
06	1ثا	لقطة الجزء	ثابتة		إضاءة	لا توجد	علابالي	لا يوجد	حضور الأم إلى

		الصغير		عادية	اصطناعية				مائدة الطعام وهي تحمل صينية الأكل وتنظر إليهم بدهشة وحيرة من وجوههم الشاحبة وقلقهم الظاهر
07	3ثا	لقطة الجزء الصغير	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	لا توجد	واش	لا توجد	صورة تظهر يدي الأم وهي تضع طبق الزيتون الجزائري على الطاولة،وبجواره قارورة كوكاكولا
08	1ثا	مقربة حزامية	ثابتة	منخفضة	إضاءة اصطناعية	لا توجد	يجمعهم	لا توجد	الأم تفتح في قارورة كوكاكولا
09	1ثا	لقطة كبيرة جدا	ثابتة	زاوية الطائر	إضاءة اصطناعية	لا توجد	لا يوجد	صوت فتح قارورة كوكاكولا	التركيز على يد الأم وهي تفتح في قارورة كوكاكولا
10	4ثا	مقربة حزامية وبعد الزووم الخلفي أصبحت لقطة الجزء الصغير	زووم خلفي	منخفضة ثم عادية	إضاءة اصطناعية	موسيقى تحفيزية	لا يوجد	لا توجد	الأم تبتسم وتفتح القارورة وترفعها عاليا والأب والولد يرفعون الكؤوس من أجل الحصول عليها بكل فرح
11	2ثا	لقطة كبيرة	ثابتة	منخفضة	إضاءة اصطناعية	موسيقى تحفيزية	لا يوجد	صوت مكعبات الثلج وهي توضع في كأس الكوكاكولا	كأس وضع فيه مكعبات الثلج المائية، ومن بعد صب سائل الكوكاكولا
12	2ثا	لقطة كبيرة	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	موسيقى تحفيزية	كلمات الأغنية No one can stop me	صوت وضع مشروب كوكاكولا في الكأس	قارورة كوكاكولا يسكب منها المشروب ويوضع في كأس شفاف مكتوب عليه -Coca

									Cola
13	1ثا	مقربة صدرية	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	موسيقى قوية	when I	لا توجد	صورة الولد مغمض العينين ويشرب كوكاكولا
14	1ثا	مقربة صدرية	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	موسيقى قوية	Taste The	لا توجد	صورة بنت تضحك وهي تأكل في الأرز
15	1ثا	مقربة صدرية	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	موسيقى قوية	feeling	لا توجد	صورة الأم مغمضة العينين وتشرب في الكوكاكولا
16	2ثا	لقطة الجزء الصغير	زووم خلفي	عادية	إضاءة اصطناعية	موسيقى قوية	كلمات الأغنية Nothing could ever bring	لا يوجد	أفراد العائلة مجتمعون على مائدة الأكل المملوءة بالطعام بالإضافة إلى وجود قارورات الكوكاكولا وهم يأكلون و يتحدثون و في قمة السعادة والابتهاج
17	2ثا	لقطة الجزء الصغير ثم زووم لقطة الجزء الصغير	زووم أمامي	عادية	إضاءة اصطناعية	موسيقى قوية وتخفيزية	me down ثم صوت معلق على مباراة وهو يقول GOLE	لا يوجد	أفراد العائلة مجتمعون على مائدة الأكل المملوءة بالطعام بالإضافة إلى وجود قارورات الكوكاكولا وهم يأكلون و يتحدثون و في قمة السعادة والابتهاج ثم فجأة يسمعون المعلق الرياضي يقول goleبكل قوة وفي هذه اللحظة يتم استخدام الزوم لتقريب صورة الأب المندهش من

									سماع صوت معلق المباراة
18	2ثا	لقطة الجزء الصغير	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	موسيقى خفيفة	الابن يتكلم ويقول بابا شوف ربحنا	لا يوجد	الابن يحضر الهاتف لأبوه ليشاهد الهدف المسجل في مباراة الفريق الوطني ويقول بابا "شوف ربحنا"
19	3ثا	لقطة الجزء الصغير	زووم خلفي	عادية	إضاءة اصطناعية	أغنية أجنبية بالانجليزية تصحبها موسيقى قوية وتحفيزية	No one can stop me الأب يتكلم ويقول هيا هادي في خاطر هذا ال bute	لا يوجد	ظهور الفرح على وجه الأب فيقوم برفع كأس كوكاكولا فرحا بالهدف المسجل مطالبا أفراد الأسرة برفع كؤوس الكوكاكولا تعبيرا عن الفرح
20	4ثا	لقطة الجزء الصغير	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	أغنية أجنبية مع موسيقى خفيفة	When i taste the feeling..Nothing could ever مع كلام البنت التي تقول أنا البالو خاطيني بصح نسيبورتي ماما	لا يوجد	البنت بجانب أمها تتكلم وتقول أنا البالو خاطيني بصح نسيبورتي ماما
21	1ثا	لقطة الجزء الصغير	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية	أغنية أجنبية تصاحبها موسيقى قوية وتحفيزية	كلمات الأغنية Bring me down	لا يوجد	ظهور العائلة في منتهى الفرح والسرور
22	5ثا	كبيرة	ثابتة	عادية	إضاءة اصطناعية		افتح كوكاكولا تحلى اللمة مع كتابة ذوق اللحظة	لا يوجد	تصوير علامة كوكاكولا بخلفية سوداء ومكتوب تحت العلامة ذوق اللحظة

المصدر: إعداد الباحثين انطلاقا من المعلومات التي أشرنا إليها في تحليل اللقطات " اللغة البصرية"

الجدول 2: يمثل تحليل المشاهد

	دراسة مختلف المتغيرات المشهدية			
طبيعة المشهد وخصائصه التصويرية	**متغير الزمن**	**التسلسل المشهدي**	**الإيقاع المشهدي**	**تحليل الثوابت المتعلقة بالسيناريو**
المشهد 1 في هذا المشهد تم الاعتماد على مجموعة من اللقطات التي تركز على ابراز الشخصيات الرئيسية في الإشهار وهم أفراد الأسرة	هنا تم التركيز على الزمن الحقيقي من أجل عرض الحقائق الواقعة	المزج بين التركيب البطيء والسريع الذي يعرض لقطات مدتها قصيرة الأمر الذي يؤدي إلى تتابعها بسرعة على الشاشة	تم الاعتماد على الإيقاع السريع من خلال عرض اللقطات القصيرة وهناك انسجام داخلي وذلك من خلال التسلسل في عرض اللقطات	في هذا المشهد ترك المخرج الصورة هي التي تعبر على نفسها
المشهد 2 تم إدراج مجموعة من اللقطات التي تظهر مدى تمكن الأم من ادخال الفرحة والبهجة على العائلة من خلال مشروب كوكاكولا	تم التركيز على الزمن الحقيقي من أجل عرض الحقائق الواقعة	التركيز على التركيب السريع الذي يعرض اللقطات بسرعة على الشاشة	الاعتماد على الإيقاع السريع، ومنسجما داخليا من خلال التسلسل في عرض اللقطات والانتقال من لقطة لأخرى وخارجيا من خلال ادماج شخصية تخدم فكرة المشهد	توظيف البعد الكلامي للغة لتوصيل بعض الحقائق
المشهد 3 عرض مجموعة من اللقطات التي تظهر فرح العائلة بالهدف المسجل من قبل الفريق الوطني ومزج الفرحة مع مشروب كوكاكولا	تم التركيز على الزمن الحقيقي من أجل عرض الحقائق الواقعة	التركيز على التركيب السريع الذي يعرض اللقطات بسرعة على الشاشة	الاعتماد على الإيقاع السريع، ومنسجما داخليا من خلال التسلسل في عرض اللقطات والانتقال من لقطة لأخرى وخارجيا من خلال ادماج شخصية تخدم فكرة المشهد	توظيف البعد الكلامي للغة لتوصيل بعض الحقائق

المصدر: من اعداد الباحثين انطلاقا من المعلومات التي أشرنا إليها في تحليل المتغيرات المشهدية تحليل اللغة السمعية

وطبيعة العلاقة بين شريط الصوت والصورة

يمثل الصوت أهمية كبيرة في تدعيم التمثيل الأيقوني، والقدرة على توصيل الفكرة إلى المشاهد وإقناعه بالحقائق والمعلومات، لهذا فإن تحليل العلاقة بين الصوت والصورة في الإشهار التلفزيوني محل الدراسة يعتبر أمرا ضروريا.

في المشهد الأول لم يتم توظيف الموسيقى أو التعليق الصوتي بل ترك المخرج الصورة الأيقونية وحدها تعبر عن نفسها وهذا من أجل ايصال فكرة القلق الذي سيطر على العائلة، وهذا لخدمة الفكرة العامة للإشهار التلفزيوني.

وفي المشهد الثاني تم توظيف الموسيقى القوية التي توحي بالتحفيز تدعيما للصور الأيقونية الممثلة في ابراز الأم وهي تحاول ادخال الفرح إلى العائلة من خلال فتح مشروب كوكاكولا، وكان هناك تناسق بين الموسيقى والعرض الأيقوني حيث استطاع المخرج إعطاء فكرة عامة حول الإشهار.

أما في المشهد الأخير فقد تم التنسيق بين التمثيل الأيقوني والصوت بالطريقة نفسها وقد تم توظيف الصوت المنطوق من خلال إدراج صوت الأب والبنت للتعبير عن فكرة الإشهار.

2.8ـ التحليل التعييني والتضميني للقطات والمشاهد:

➢ **مرحلة التعيـــــــن:**

إن التحليل التعييني هو عبارة عن وصف المشاهد في الإشهار لتوضيح مختلف العناصر الفنية التي تم عرضها فيه، وكذا التمثيلات الأيقونية

في بداية هذا الإشهار رأينا عدد من أفراد الأسرة المكونة من الأب والأخت والبنت والابن والجدة مجتمعون حول مائدة الطعام في جو يعمه القلق الذي كان ظاهرا على وجوههم، فالسكوت التام كان سيد الموقف، يرافقه صوت خفيف لمعلق المباراة، أما عن الإضاءة فكانت خافتة جدا واصطناعية، وبخصوص الألوان فقد طغى اللون البني في هذه اللقطة فشمل الستائر والمائدة مع كراسيها وكذا الجدران والمزهرية وخزانة التزيين، وقد ظهر اللون الأبيض في جزء من الستائر وكذا غلاف المائدة والكتابة المتواجدة في قارورتي الكوكاكولا اللتان تصدرتا مائدة الطعام، بالإضافة إلى الخبز والسلطة والبوراك، مع بروز اللون الأحمر أيضا في القارورتين أما اللون الوري والأصفر والأخضر فقد ظهروا في ملابس أفراد الأسرة، ثم يأتي الابن الذي يرتدي بدلة فيها الألوان الثلاثة الأبيض والأحمر والأسود، فقد كان مشغول بمشاهدة المباراة على هاتفه في وسط دهشة وحيرة الأب وباقي أفراد الأسرة، ثم يتكلم الأب ويقول "" علابالو كي نكون مقلق مانشوفش الماتش وهكذاك ويغزل فيا" والابن يرد "" بابا علابالو كي نبرونشي فوتبول ننسى حتى الماكلة"، ثم تدخل الأم وهي ترتدي بدلة حمراء وبيدها صينية أكل تقليدي جزائري وهو طاجين الزيتون، فتنظر إليهم ثم تضع الطبق فوق المائدة وهي تقول في قرارة نفسها "" علابالي واش يجمعهم " ثم تفتح قارورة كوكاكولا فتجد أن الابن والأب ينتظرانها بلهفة لكي تسكب لهما المشروب، ثم يتم الاعتماد على التصوير البطيء أثناء عرض قارورة الكوكاكولا والمثلجات المائية وكذا الكأس الخاص بالمشروب وكيفية صب السائل فيه، مع اظهار الابن وهو يشرب في الكوكاكولا بكل تمتع وأخته تأكل بجانبه، أما الأم فهي الأخرى تشرب في الكوكاكولا بكل تمتع وهي مغمضة العينين، بعدها تظهر كل العائلة حول مائدة الطعام وهي في منتهى السعادة والابتهاج يتحدثون ويأكون ويشربون في الكوكاكولا، ثم فجأة يسمع الأب صوت المعلق وهو يقول gole، فيلتفت وراءه، وفي الوقت نفسه يحضر له الابن هاتفه النقال ويقول له "" بابا شوف ربحنا""، فيبتهج الأب ويرفع كأس الكوكاكولا طالبا من الجميع رفع كؤوسهم فرحا بالهدف المسجل والربح في المباراة قائلا "" في خاطر هذا البوت أي الهدف""، فيفرح الجميع ويرفعون كؤوسهم بكل حب، ثم تقول الطفلة الصغيرة "" أنا البالو خاطيني بصح نسيبورتي ماما"" فتقبلها أمها ويضحك الجميع، بعدها تكون نهاية الإشهار بلقطة مرسوم فيها علامة شركة كوكاكولا التي هي عبارة عن دائرة حمراء ومكتوب فيها CocaCola باللون الأبيض، وتحت العلامة مكتوب ذوق اللحظة.

- **المدونات الشكلية واللونية:**

الأشكال:

لقد تم الاعتماد على العديد من الأشكال في الإشهار والتي تمثلت في:

المستطيل: ظهر المستطيل في شكل مائدة الطعام وكذا مائدة التزيين، الكراسي، الصحون، كتب، طبق الخبز، خزانة التزيين، الهاتف

الدائـــرة: ظهرت الدائرة في الثريا، قارورة الكوكاكولا، الصحون، الكؤوس، أزرار الأقمصة، الكتمان، طبق الأكل، الساعة، المزهرية، حلقات الأذن

المربـــع: ظهر في مكعبات الثلج، بعض الصحون، إطار الصورة

الإضاءة: التوزيع الضوئي في هذا الإشهار كان اصطناعي وخافت، يوحي بالفترة المسائية

- **الألوان الطاغية في الإشهار:**

تم التركيز على مجموعة من الألوان في هذا الإشهار، وهي مرتبة على النحو التالي:

اللون الأبيض: تم الاعتماد على اللون الأبيض في جزء من الجدار، الألواح المتواجدة في المكتبة، الصورة، غطاء المائدة، جزء من الستائر، الصحون، أطباق الأكل، بعض الكتب، لون الساعة الداخلي، مزهرية، لون الطبق الرئيسي من الداخل، الثريا، اسم كوكاكولا المكتوب في القارورة، قمصان الأبناء وكذا البنت، سروال الأخت، حلقات الأذن الخاصة بالأخت، مناديل الأكل، الكتابة في آخر الإشهار باللون الأبيض.

اللون البنـــي: ظهر اللون البني في الكثير من الأشياء وهي الستائر، طاولة الأكل، الكراسي، الخزانة الخاصة بالديكور، الجدار، الأرضية، المزهرية، طبق الخبز، الثريا، حزام الأم الموجود في لباسها، لون شعر الأخت، أحمر شفاه الأم، لون الساعة الخارجي، طاولة المزهرية، إطار الصورة، بعض الكتب، طاولة التزيين.

اللون الأحمر: رأينا اللون الأحمر في العديد من الأشياء وهي غلاف قارورة كوكاكولا، كأس، حلقات الأذن الخاصة بالبنت، حذاء الأخت، قميص الابن، احدى الصور المعلقة، الطبق الرئيسي للأكل، لباس الأم، مزهريتين، الورود، الأريكة

اللون الأســود: ظهر هذا اللون في مشروب كوكاكولا، الكتمان، الهاتف، سروال الابن، قميص الابن، أزرار القمصان، مزهرية، بعض الكتب، شعر الأم والابن والبنت، خلفية النهاية.

اللون الوردي: قميص الجدة، قميص البنت، ورود في المزهرية، مزهرية، مصباح، الزربية.

اللون الأخضر: ظهر في قميص الأب، النبات المتواجد في المزهريات، علبة، بعض الكتب، ملعب المباراة، قميص الأخت، مزهرية.

اللون الأصفــر: شاهدنا هذا اللون في قميص الابن، أريكة، وورود في المزهرية، الأرز، القارص، أكلة طاجين الزيتون صفراء.

- **الديكور:**

تم استعمال ديكور جميل وأنيق وبسيط في الوقت نفسه، فوظف المخرج غرفة الأكل التي تحتوي على طاولة مع الكراسي، وستائر في النوافذ، بالإضافة إلى مجموعة من الأشياء التجميلية كالرفوف الحاملة للمزهريات والورود والفوانيس مع بعض الإطارات المعلقة على الحائط، ومكتبة فيها مجموعة من الكتب.

- **العلامات الألسنية:**

جاءت العلامات الألسنية في هذا الإشهار في شكل كلمات مكتوبة ومنطوقة كما يلي:

- **العلامات الألسنية المنطوقة:**

ظهرت في بداية الإشهار مع صوت المعلق التلفزيوني على المباراة لكن بكلمات غير مفهومة، ثم ظهرت مرة أخرى في الحوار الذي دار بين الأب والابن كما يلي:

الأب: علابالو مقلق مانشوفش الماتش وهكذاك يغزل فيا

الابن: بابا علابالو كي نبرونشي فوتبول ننسى حتى الماكلة

بعدها تكلمت الأم وقالت:

الأم: علابالي واش يجمعهم

بالإضافة إلى كلمات أغنية أجنبية بالإنجليزية: No one can stop me when I taste the feeling. Nothing could ever bring me down

المعلق: gooooooole

الابن: بابا شوف ربحنا

الأب: هيا في خاطر هذا البوت أي الهدف

البنت: أنا البالو خاطيني بصح نسيبورتي ماما

وفي آخر الإشهار ظهرت العلامات الألسنية المنطوقة في العبارات التالية: " أفتح كوكاكولا تحلى اللمة ".

- **العلامات الألسنية المكتوبة:**

ظهرت الكلمات المكتوبة وتمثلت في Cocacola، وذوق اللحظة في آخر الإشهار التلفزيوني

3.8ـ مرحلة التضمين:

- **استنطاق العلامات الأيقونية:**

جاء اشهار "لمتنا تحلى" في مدة قدرت ب 45 ثا، حيث تمحورت فكرته حول الترويج لمشروب كوكاكولا انطلاقا من تصوير عائلة جزائرية تقوم باستهلاكه مع تزكية ذوقه، فهو يدخل ضمن الإشهار التدعيمي أو التذكيري الذي يعمل على تذكير الجمهور بمنتوج يعرفه مسبقا من أجل التغلب على عادة النسيان، وهذا ينطبق على مشروب كوكاكولا المعروف عند الجمهور، وبالتالي يقوم صانع الإشهار بعملية التذكير لترسيخ المنتوج وعدم نسيانه.[1]

يهدف هذا الإشهار إلى اقناع وجذب الجمهور لشراء مشروب كوكاكولا، وغرس ثقافة هذا الأخير عبر الأجيال حتى يأخذ مكان في صلب اهتمام المجتمع، وهذا من خلال ربط هذا المنتوج بعادات وتقاليد المجتمع الجزائري من جهة وبقيمة الأم وحنانها مع استثارة الانتماء الوطني من جهة أخرى.

في بداية الإشهار تم اظهار عائلة جزائرية مجتمعة على مائدة الطعام يعم عليها جو القلق والتوتر، فهذا دلالة على القيم الدينية والاجتماعية التي يتميز بها المجتمع الجزائري والتي تنعكس في اجتماع العائلة وتلاحمهم تحت سقف واحد، لكن بالرغم من وجود قارورتي كوكاكولا على المائدة والذي يدل على أهميتها إلا أن الجو يعم عليه صمت وقلق رهيبين إلى حين مجيء الأم وبيدها طبق طاجين الزيتون الذي يعتبر من الأطباق التقليدية الرائجة في المجتمع الجزائري، وهذا دلالة على الترويج لعادات وتقاليد هذا الأخير، فقامت الأم بفتح قارورة الكوكاكولا، فسارع كل من الأب والابن برفع كأسيهما من أجل صب المشروب والابتسامة تملئ وجهيهما، وهذا يدل على أن صانع الإشهار ربط قيمة الأم واهتمامها بعائلتها بمشروب كوكاكولا، حتى يظهر أن هذا الأخير وكأنه يقوم بعمل

1- كلثوم مدقن، لغة الإشهار، وظائفها أنماطها وخصائصها، مجلة الأثر، العدد 29، 2017، ص 148.

تكميلي للأم في ادخال السعادة والفرح لقلوب أفراد العائلة، مع ابراز دور الأم في معرفة احتياجات أفراد العائلة من خلال لغة أجسادهم دون اللجوء إلى التعبير اللفظي، بالإضافة إلى تبيان قدرة هذا المشروب على تعديل مزاج كل أفراد العائلة وتغيير الخمول والصمت والقلق إلى حيوية ونشاط وابتسامة.

وقد تم التركيز على قارورة كوكاكولا عن قرب من أجل جذب انتباه المشاهد والذي يعتبر من بين أهداف الإشهار، وصب المشروب في كؤوس مملوءة بالثلج دلالة على التشويق وإثارة الشهية.

كما أن الابن الذي كان يحمل هاتفه ويشاهد في مباراة، أكد أنه أثناء المتابعة ينسى حتى الأكل، فقد نسي المباراة وركز على شرب كوكاكولا من خلال تغميض العينين أثناء الشرب بمعية أمه، وهذا يوحي بقمة الاستمتاع والانتعاش الذي يعيشه كل من يشرب هذا المنتوج، بالإضافة إلى إبراز قوة تأثير كوكاكولا على نفسية وسلوك الفرد.

أما إدخال صوت المعلق وتسجيل هدف في مباراة الفريق الوطني مع الفوز، يتبعه فرح كل أفراد العائلة، فهو دلالة على استثارة الانتماء الوطني لدى الجمهور من خلال إظهار الشركة كداعم للوطن باعتبارها جزء من المجتمع، مع ربط السعادة والفرح في المناسبات السعيدة بوجود مشروب كوكاكولا.

وبالنسبة إلى رفع الكؤوس فهو ترويج للثقافة الغربية، لأن هذه العادة تخالف عادات وتقاليد المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى ظهور كل المتواجدات في الإشهار بلباس غربي لا يعكس التعاليم الدينية لهذا المجتمع باعتباره بلد عربي مسلم، وبالتالي فإن شراء هذا المنتوج يتبعه تبني قيم وأفكار تتعارض مع خصوصية المجتمع الجزائري.

كما أن إظهار التباين في الأعمار من سن المراهقة إلى الشيخوخة هو دلالة على محاولة غرس ثقافة كوكاكولا عبر الأجيال، وأن جودة هذا المشروب تدفع بالكبير والصغير إلى شربه والاستمتاع به.

أما الساعة التي تشير إلى الثامنة مساء، فهي رمز لموعد اجتماع العائلة الجزائرية بعد انتهاء الجميع من الأعمال أو الدراسة المرتبطة بهم، ووجود الأب على رأس مائدة الطعام دلالة على القيادة التي يتمتع بها في المجتمع الجزائري.

وبالنسبة للأيادي المفتوحة فهو دلالة على الطمأنينة التي تعم العائلة من جهة، والاستعداد للاتصال والتواصل مع الغير من جهة أخرى، وهذا ما لمسناه في هذا الإشهار الذي عكس لغة التواصل والحب بين أفراد العائلة خاصة مع الأم التي تحظى بتدعيم كبير من عائلتها خاصة البنت الصغرى التي صرحت بذلك.

- **استنطاق العلامات التشكيلية:**

الأشكال: لقد تم التركيز في هذا الإشهار على شكل المستطيل والدائرة والمربع، فالمستطيل له دلالة الاتساع والامتداد وأيضا رمز للحضارة المعاصرة، كما أن المربع يدل على الاحتواء والفصول الأربعة، في حين تدل الدائرة التي تمثل قارورة كوكاكولا وبعض الأطباق على الديمومة والشمس والقمر، وهذا ما تجسد في الإشهار لإيصال فكرة التوسع الذي تتمتع به شركة كوكاكولا حول العالم، ومدى صلاحيتها في كل الفصول دون استثناء، بالإضافة إلى احتوائها لجمهورها وديمومتها في ساحة المنافسة، فهي بمثابة الشمس في النهار والقمر في الليل اللذان يبعثان النور لكل من يقتني قارورة كوكاكولا.

الإضاءة: كانت الإضاءة اصطناعية وخافتة وهي تدل على خلق الإحساس بالعمق المكاني وفي خلق جو انفعالي[1]، حيث ركزت على مشروب كوكاكولا والشخصيات المتواجدة في الإشهار للدلالة على أهميتهم من جهة ولإعطاء تصور للمشاهد يوحي بالفترة المسائية وترجمة الجو العائلي من جهة أخرى[1].

الألوان: باعتبار أن اللون له تأثيرات نفسية وعقلية كبيرة على الجمهور، فإنه تم الاعتماد على مجموعة من الألوان في هذا الإشهار، ولكل لون دلالة خاصة يرمز لها تصب كلها في خدمة الفكرة العامة للإشهار التلفزيوني" لمتنا تحلى".

كانت الألوان الطاغية في هذا الإشهار هي اللون البني الذي يعكس لون الطين ويرمز إلى الهدوء، والراحة، والثقة، وقد تم استعماله في العديد من الأشياء كالستائر والساعة والطاولة لبعث الراحة والطمأنينة في نفوس المشاهدين من خلال هذا اللون، في حين اللون الأبيض الدال على الطهارة والصفاء والنقاء وكذا السلام، الخير والسعادة، وله أيضا دلالات إنسانية كالحرية والفرح والأمل، وهو اللون المستعمل في كتابة اسم كوكاكولا على القارورة، كما تم ادراج اللون الأحمر الذي يرمز إلى القوة والنشاط والحيوية، وهو متواجد في الورق الموجود في قارورة كوكاكولا، أما اللون الأسود فقد دل على السيطرة، ويعطي شعور بالاستقلالية والتفرد والجدية، وهو لون مشروب كوكاكولا، وبهذا فإن اجتماع هذه الألوان في قارورة كوكاكولا، وكذا في لباس الشخصيات والأشياء المتواجدة في الديكور يدل على محاولة ترسيخ العلامة الخاصة بالشركة، وربطها بالقوة والتفرد والصفاء.

أما استعمال اللون الأخضر الذي يرمز إلى الخصوبة والازدهار والنمو وكذا التجدد مع الوردي الذي يدل على حيوية الشباب وصحته، في حين الأصفر يرمز إلى السرور والابتهاج والاشعاع والنور وكل هذه الألوان توحي بمحاولة غرس مدى نية وصدق الشركة لدى المشاهد وهذا في تحقيق النمو انطلاقا من ركائز صادقة ونزيهة تمس خصوصية المجتمع الجزائري[2].

اللقطات: تنوعت اللقطات في هذا الإشهار، لكن كانت لقطة الجزء الصغير الأكثر استعمالا بحيث تسمح بإبراز الشخصيات والتركيز عليهم مع أخذ جزء صغير من الديكور، وهذا دلالة على أهمية كل الأشخاص المتواجدين في الإشهار دون استثناء، كما أن الاعتماد على اللقطة المقربة الحزامية والصدرية دور في إظهار حركة الجسد بكل وضوح أثناء شرب الكوكاكولا مع التركيز على حركات الشخصية وترك بقية التفاصيل الثانوية، بالإضافة إلى أن ادراج اللقطة الكبيرة له دلالة ابراز الشكل المميز لكوكاكولا، واللقطة الكبيرة جدا توحي بالتركيز على تفاصيل المشروب وشد الانتباه له[3].

الزوايا: لقد تم التركيز بشكل ملحوظ على الزاوية العادية التي تستخدم لتترجم الواقع المعاش بعيدا عن التأثيرات الدرامية، وهذا من خلال اظهار الجو العائلي للعائلة الجزائرية وربط فرحة هذا الاجتماع بوجود مشروب كوكاكولا[4]، كما أنها توحي بالسكون والطمأنينة، ثم عرج المخرج إلى استعمال الزاوية المنخفضة التي لها دلالة فنية ونفسية وهذا من أجل التعبير على الرهبة والإثارة[2]،

1- باية سيفون، محاضرات في السيميولوجيا، جامعة محمد بوضياف (المسيلة) ،2015-2016،ص 58.

2- رانيا ممدوح صادق، الإعلان التلفزيوني " التصميم والإنتاج"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) ،ط1، 2012 ، ص 118.

3- أحمد بوخاري، التمثلات الثقافية في الومضات الإشهارية بالتلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية سيميائية وميدانية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2015-2016، ص 209-210.

4- حمد بوخاري، سبق ذكره ص 182-231.

وإبراز الأهمية البالغة لمشروب كوكاكولا، بالإضافة إلى ادراج زاوية الطائر التي تدل على التشويق وإثارة المشاهد لإقناعه باقتناء مشروب كوكاكولا[1].

حركات الكاميرا: ركز المخرج على ثبات حركة الكاميرا بهدف شد انتباه المشاهد وابعاده عن التشويش، مع ادخال بعض الحركات كالزوم الخلفي والأمامي وهذا للعمل على اثارة المشاهد وزيادة متعته، بالإضافة إلى استعمال الحركة البانورامية التي تعمل على إدخاله في عمق الحدث وانفعاله معه وتأثره به، أما الحركة العمودية فهي دلالة على زيادة الإحساس بالاهتمام لدى المشاهد بالإضافة إلى وضعه في حالة ترقب لحدوث شيء مفاجئ في المشهد[2].

الموسيقى والمؤثرات الصوتية:

***الموسيقى:** في البداية الإشهار لم يتم استخدام الموسيقى وهذا لإظهار جو القلق الذي يعم المكان، ثم تم ادراج الموسيقى التحفيزية مع ادخال أغنية أجنبية بكلمات انجليزية بمجرد فتح قارورة كوكاكولا وهذا للدلالة على أن هذا المشروب مصدر للفرح والسعادة، وكذا دلالة على محاولة تنشيط وتحفيز المشاهد وادخاله جو الفرح والاستمتاع.

***المؤثرات الصوتية:** تم الاعتماد على دقات الساعة التي توحي بتحديد الزمان من جهة والقلق والتوتر الناتجين عن انتظار شرب كوكاكولا من جهة أخرى، مع شد الانتباه إلى الساعة الثامنة الذي يعتبر وقت العشاء والاجتماع العائلي على مائدة الطعام، أما عن صوت مشي الأقدام وفتح قارورة كوكاكولا وصوت مكعبات الثلج ووضع المشروب في الكأس كلها مؤثرات توحي بدمج المشاهد مع الإشهار وإثارة مشاعره مع منح دلالة واقعية للموضوع.

الديكور: تظهر أناقة في الديكور لإعطاء جمالا للصورة التي تلفت انتباه المشاهد من جهة، ومن جهة أخرى فالديكور يؤثر بطريقة مباشرة في تحديد الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية[3]، وهذا ما حاول المخرج ايصاله من خلال التصوير في المنزل وبالضبط في غرفة الأكل، ليعكس الواقع المعاش، ويدمج المشاهد وسط الجو العائلي، وبالتالي فهو يخدم الفكرة الأساسية للإعلان عن طريق ربط المنتوج بالبعد الاجتماعي والاقتصادي.

- **استنطاق العلامات الألسنية:**

مزج المخرج ما بين العلامات الألسنية المتطوقة والمكتوبة، وهذا للتأثير على المشاهد سمعيا وبصريا، فالأولى كانت باللهجة الجزائرية ممزوجة بكلمات باللغة الفرنسية وهذا يدل على التبعية اللغوية وعدم التمتع بالاستقلالية التامة في اللهجة، في حين كانت كلمات الأغنية المستعملة باللغة الإنجليزية وهي لغة الشركة المنتجة لكوكاكولا في أمريكا، وهذا يوحي إلى ترويج اللغة الأجنبية والثقافة الغربية، كما أن عنوان الإشهار لمتنا تحلى له دلالة أن الاجتماع العائلي لا يحلى إلا بوجود كوكاكولا وهذا يرمز إلى ربط المنتوج مع البعد الاجتماعي للمجتمع الجزائري.

1- رانيا ممدوح صادق، ، سبق ذكره ص 88.
2- رانيا ممدوح صادق، المرجع نفسه، ص 82-93.
3- رانيا ممدوح صادق، المرجع نفسه، ص 22.

الشكل 1: لقطة من المشهد الأول تبين قلق أفراد العائلة

المصدر: قناة الشروق الجزائرية

الشكل 2: لقطة من المشهد الثاني عند فتح قارورة كوكاكولا من طرف الأم

المصدر: قناة الشروق الجزائرية

الشكل 3: لقطة من المشهد الثالث تبين فرحة أفراد العائلة بفوز المنتخب الوطني

9. نتائج الدراســـــة:

بعد التحليل السيميولوجي للإشهار التلفزيوني " لمتنا تحلى" توصلنا إلى النتائج التالية:

1.9. يظهر جليا أن الإشهار التلفزيوني " لمتنا تحلى" حاول إعداد رسائل إشهارية متنوعة أدت عدة وظائف، بحيث أنها لم تعمل على وصف المنتوج والترويج له فحسب، بل ذهبت إلى أبعد من ذلك محاولة شد انتباه المشاهد وجذبه من أجل اقتنائه مع محاولة

ربط المنتوج بالرصيد الثقافي المحلي حتى تؤثر على مشاعره، وذلك باستعمال مجموعة من المدونات البصرية المتنوعة التي لها دلالة عميقة تضرب في عمق عادات وتقاليد وقيم المجتمع الجزائري.

2.9ـ وظف الإشهار مجموعة متنوعة من الدلالات الألسنية والأيقونية التي تعكس القيم الاجتماعية والإنسانية وذلك من خلال إظهار الاجتماع العائلي الذي يدل على تآزر أفراد العائلة وانسجامهم تحت سقف واحد، وهذا يبعث للمشاهد إحساس بالألفة والقرب لهذا الجو، وبالتالي يترسخ في ذهنه المنتوج، بالإضافة إلى استعمال عاطفة وقيمة الأم لاستثارة مشاعر المشاهد وربط حبها بحب المنتوج، للحصول على استجابة آنية.

3.9ـ استعمل الإشهار مجموعة من الدلالات الأيقونية التي عبرت عن خصوصية المجتمع الجزائري من خلال إظهار الأكل التقليدي والمتمثل في طاجين الزيتون، وهذا للدلالة على تقارب مشروب كوكاكولا مع عادات وتقاليد المجتمع من جهة، وللترويج إلى هذه العادات الخاصة بالأكل من أجل التمسك بها من جهة أخرى، مع إظهار صورة الأب القائد في العائلة، من خلال جلوسه على رأس الطاولة هو أمر متعارف لدى المجتمع الجزائري ويوحي بمحاولة دمج فكرة الترويج للمنتوج مع الأشياء الغير غريبة عن محيطه بالإضافة إلى استعمال اللهجة الجزائرية التي توحي بخصوصية هذا المجتمع.

4.9ـ قام مصمم الإشهار بتوظيف دلالات أيقونية وألسنية من أجل ترسيخ العلامة التجارية الخاصة بالشركة من خلال إظهار ألوان العلامة التجارية في ملابس الشخصيات وكذا الديكور، بالإضافة إلى محاولة إيصال فكرة النية الصادقة لشركة كوكاكولا في تحقيق النمو مرتكزة على خصائص المجتمع الجزائري، وذلك ظهر في التركيز على اللون الأبيض أكثر من الألوان الأخرى، مع تدعيم ذلك باللون الأسود والأحمر اللذان يمثلان لون المشروب مع لون الورق المتواجد في القارورة استثارة الانتماء الوطني وحب الوطن لدى المشاهد.

5.9 تم ادراج فوز الفريق الوطني في الإشهار وفرح العائلة للدلالة على محاولة استثارة الانتماء الوطني لدى المشاهد، مع محاولة الترويج إلى الثقافة الغربية من خلال رفع الكؤوس التي تعتبر عادة غريبة عن المجتمع الجزائري ولا تمثله، بالإضافة إلى نوعية ملابس الشخصيات التي توحي باللباس الغربي، ومن جهة أخرى كانت اللهجة الجزائرية ممزوجة بكلمات فرنسية وهذا يدل على عدم استقلالية اللهجة في المجتمع، كما تم ربط فرحة العائلة بوجود مشروب كوكاكولا والحزن في غيابه، والذي ظهر في بداية الإشهار قبل فتح كوكاكولا.

10. خاتمة

من خلال هذه الدراسة التي تم فيها تحليل الإشهار التلفزيوني " لمتنا تحلى" بالاعتماد على التحليل السيميولوجيا وهذا بهدف استخراج الدلالات الأيقونية والألسنية للرسالة الإشهارية التي يتم من خلالها وضع رسائل ضمنية تعمل على إيصال فكرة مصمم الإشهار، حيث تصب في محاولة اقناع المشاهد بالمنتج وترسيخ أفكار من خلال عرض المدونات البصرية المختلفة، وعند إقامة العلاقة بين كل ما هو أيقوني وألسني توصلنا إلى الدلالات النهائية المراد ايصالها والمتمثلة في محاولة غرس فكرة القوة والسلطة التي تتمتع بها شركة كوكاكولا مع ترسيخ العلامة التجارية لها بالاعتماد على ربط المنتوج مع قيم اجتماعية وإنسانية، وكذا عادات وتقاليد المجتمع الجزائري، كالاجتماع العائلي وعاطفة الأم والترويج للأطباق التقليدية كطبق طجين الزيتون، بالإضافة إلى استعمال المدونات اللونية الخاصة بالمنتوج في لباس الشخصيات وفي الديكور لتثبيت العلامة في ذهن المتلقي، مع محاولة غرس أفكار غربية لا تخدم

المجتمع الجزائري كالترويج للباس الغربي وبعض العادات الغريبة عن المجتمع الجزائري كرفع الكؤوس عند الفرح، بالإضافة اظهار عدم استقلالية اللهجة الجزائرية وارتباطها باللغة الفرنسية.

11. قائمة المراجع:

1.11. المؤلفات:

- ابراهيم عامر قنديجلي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، (عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،1999).
- باية سيفون، محاضرات في السيميولوجيا، (الجزائر،جامعة محمد بوضياف (المسيلة) ،2015-2016)
- جميل حمدان، السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق،(عمان، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع،2011)
- راجي مصطفى عريان، البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، اجراءاته،(عمان،بيت الأفكار الدولية للنشر والتوزيع،(د.س))
- رانيا ممدوح صادق، الإعلان التلفزيوني " التصميم والإنتاج"، (عمان" الأردن"، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012) .
- شهرزاد بن يونس، محاضرات في علم الدلالة، (الجزائر،جامعة الإخوة منتوري" قسنطينة"، 2019-2020).
- فايزة يخلف، مناهج التحليل السيميائي،(القبة (الجزائر)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012)
- فيصل الأحمر، معجم االسيميائيات،(بيروت-لبنان، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2010)
- علي عجوة، محمد البادي وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال،(جدة-السعودية،مكتبة الصباح للنشر والتوزيع،1989)
- قدور عبد الله الثاني، سيميائية الصورة "مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم"، (عمان، مؤسسة لوراق للنشر والتوزيع، 2008)

2.11. المقالات:

- شايب نبيل،أليات التحليل السيميولوجي للخطاب الاشهاري التلفزيوني من التمثيل إلى التأويل، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد30، 2017.
- كلثوم مدقن، لغة الإشهار ، وظائفها أنماطها وخصائصها، مجلة الأثر، العدد 29، 2017.
- هادي عبد الله العيثاوي، دلالة الصورة في الإعلام الرياضي مقاربة سيميائية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 24-25، 2014.

3.11. الأطروحات والمذكرات:

- أحمد بوخاري، التمثلات الثقافية في الومضات الإشهارية بالتلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية سيميائية وميدانية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2015-2016.
- فاطمة طلحي، صورة إفريقيا في السينما الأمريكية، تحليل نصي سيميولوجي لفيلم دموع الشمس، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، قسم العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،2014-2015.
- مريم حاجي، استخدام الشباب الجزائري لقناة الشروق TV والإشباعات المحققة منها،دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر،تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، قسم العلوم الإنسانية،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية،جامعة العربي بن مهيدي " أم البواقي"، 2015-2016، ص 113.

4.11. مواقع الأنترنت:

- موقع قناة الشروق الجزائرية، https://www.echoroukonline.com/77-، نشر دراسة لمعهد إيمار المتخصص في رصد نسب المشاهدة في القنوات الفضائية، تاريخ الولوج: 2022/07/01 الساعة: 11:11