



الأنمط الفنية التداولية في إشهار شركة زين الكويتية للاتصالات
دراسة سيميولوجية لإشهار "مراقبة زين رمضان 2024...سنعود"
*the artistic and discursive modes at zain telecom's
symiologic study at advertisement for Ramadan 2024.. we will return*

حمزه حاجي¹

Hadji.hamza@univ-guelma.dz

تاریخ الاستلام: 2025/06/01 تاریخ النشر: 2025/02/01

Received: 01/02/2025

published: 01/06/2025

ملخص المقال :

تناولت الدراسة الأنماط الفنية التداولية في إشهار شركة زين للاتصالات "مراقبة زين لرمضان 2024...سنعود"، أين حاولنا من خلالها الكشف عن المعاني الكامنة في الرموز المتضمنة والمتعلقة بالأبعاد السيميوتداولية من جانب ارتباطها بعناصر الزمان والمكان والصراع الثقافي والأيديولوجي السائد على المستوى العالمي، أين نهدف إلى معرفة الأنماط الفنية التداولية من ناحية الصيغ والأدوار والأبعاد البلاغية، عبر الوقوف على ميزاته وتفكيك بنائه وتحليله تحليلًا عميقًا، وذلك عن طريق عرض موضوع الدراسة منهجيًا لتبيّن كيفية استخدام المنهج السيميولوجي الذي اعتمدناه، ثم تحليل رمزية ودلالة المعاني المتضمنة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن لأنماط الفنية التداولية أدوارها فعالة في نجاح العملية الإشهارية والحفاظ على اهتمام الجماهير بالمؤسسة ومتوجهاتها التي تشهر لها نظير تلبية رغباتهم ومصالحتهم في كافة توجهاتهم وتعبيرها عمّا يجول بخاطرهم.

كلمات مفتاحية: الأنماط الفنية، الأنماط التداولية، الإشهار.

Abstract:

The research that we have made discuss the artistic and discursive modes at "zain telecom's advertisement for Ramadan 2024.. we will return", and that was by describing and analysing advertisement elements of the, where we took a deeper look at the symbolism and significance of the meanings included.

In addition to trying to identify the functions of semantic dimensions as well as the symbolic formulas and the discursive mod and it's connection with the element of time, space, and cultural-idiological conflict.

And this study has concluded that, the artistic and discursive modes played an effective role in the success of the advertising process and in maintaining the audience's interest in the institution and its products by meeting their orientations, and expressing what is on their minds.

Keywords: the artistic mode.; discursive modes.; advertisement.;



مقدمة:

أصبحت الصورة الإشهارية اليوم عبارة عن مجال خصب تتضارب فيه الصناعات الثقافية والأيديولوجية والمعرفية والحضارية...، والتي تهدف جلها إلى محاولة تحقيق فعالية للعناصر الإعلامية والرسائل الموجهة في قالب رمزي يتضمن العديد من الأبعاد والدلائل التي تستهدف التأثير القوي في المتلقين من خلال ابتكار الأنماط الإبداعية لإيصال الرسالة إليهم، والتي تتضمن على الأقل الحد الأدنى لدعافعها، لعل أبرزها هي خلق الرغبة لديهم من أجل التعرف أو الاقبال على منتجه، أو تتعده في ذلك بنشر وإيصال معاني وقيم واتجاهات بشكل مقصود.

إشكالية البحث

إن اعتماد بعض الصور الإشهارية المسجلة على أساليب المحاكاة الواقعية والتي تم عن طريق ترجمة الواقع المعاش في قالب سعى بصري من خلال استخدام مختلف تقنيات الاستقطاب الشكلي والموضوعي للواقع أو الحدث المصور، يبرز أسلوب المخرج والسيناريست في هذه الصناعة بشكل قوي، من خلال نقل الحوار والأشخاص وحتى الأماكن والأحساس التي وجدت فعلياً، موظفاً في ذلك مختلف أشكال التشبيهات الصورية، الاستعارات الزمنية والمكانية في وعاء إشهاري لا تتجاوز مدة بضع دقائق، ليشعر بذلك المتلقى وكأنه جزء من القصة المعروضة.

لذلك سنحاول من خلال دراستنا هذه تسليط الضوء على واحدة من بين أبرز العروض الإشهارية التي تميزت بهذا الأسلوب التصويري والتي تم عرضها عبر العديد من القنوات التلفزيونية وكذا المنتصات الإلكترونية "إشهارات شركة زين للاتصالات" والتي اعتمدت هذا الأسلوب في أكثر من مرة حينما ناقشت الحريات من خلال حرية ارتداء الحجاب للمرأة المسلمة ثم رسالة سيدى الرئيس التي تحمل مشاعر القومية الإنسانية اتجاه القضية الفلسطينية وأخيراً إشهار "مراقبة زين لرمضان 2024... سعود" والذي يحاكي حق الفلسطينيين في العيش بسلام بأرضهم كما ينافش الإشهار ظاهرة قتل الأطفال والمدنيين بشكل مستمر في الحرب على غزة.

انطلاقاً لما سبق ذكره نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

• ما هي الأنماط الفنية التداولية التي تضمنها إشهار شركة زين للاتصالات "مراقبة زين لرمضان 2024... سعود"؟

ولكي نفصل أكثر في دراستنا ارتئينا أن نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي صيغ الأنماط الفنية التداولية المستخدمة في بناء إشهار شركة زين للاتصالات "سعود 2024"؟

- ما هي أدوار الأنماط الفنية التداولية المتضمنة في إشهار شركة زين للاتصالات "سعود 2024"؟

- ماهي الأبعاد البلاغية للأنمط الفنية والتداولية التي تضمنها الخطاب الإشهاري مراقبة زين لرمضان 2024؟

هدف البحث

نُهدف من خلال دراستنا هذه إلى معرفة الأنماط الفنية التداولية التي تضمنها إشهار شركة زين للاتصالات "مراقبة زين لرمضان 2024... سنعمود"، التي تم عرضها عبر العديد من منصات التواصل الاجتماعي على غرار YouTube من ناحية الصيغ والأدوار والأبعاد البلاعية، من خلال الوقوف على مميزات هذا الإشهار وتفكيك بنائه وتحليله تحليلًا عميقاً.

منهج الدراسة

بعد تحديد المنهج المستخدم في الدراسة أمر بالغ الأهمية لمعرفة الخطوات الأساسية التي من المزمع السير عليها والتي تزيد بدورها من فرص إمكانية الوصول إلى نتائج علمية دقيقة، وبالرجوع إلى طبيعة دراستنا هذه ارتأينا أن نستخدم المنهج السيميولوجي، ومن أجل استجلاء الأنماط النظرية والمعرفية للمنهج سنقوم بتقديمه مرجعياً ومنهجياً، ثم تحديد كيفية تحليل النص الإشهاري، إضافة إلى تحديد المقاربة التي تبنيتها في دراستنا وبناء شبكتها التحليلية لبيان منهجهية تحليل الإشهار محل الدراسة.

لذلك يعرف المنهج السيميولوجي على أنه: تحليل يغوص في مضامين الرسالة والخطابات الإعلامية ويسعى لتحقيق النقدي، فهو تحليل كيفي واستقرائي للرسالة ذات المضمون الكامن والباطن (سارة بلا تاريخ، 409)، كما أن التحليل السيميولوجي هو مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة لوصف وتحليل شيء باعتباره دلالة في حد ذاته، وكذا إقامة علاقات مع أطراف أخرى (زارى، صورة المرأة في السينما الجزائرية 2002، 25).

و بما أن بحثنا يندرج ضمن سلسلة البحوث الخاصة بتحليل الرموز والعلامات المشفرة التي تم الاعتماد عليها في تركيب المعاني المتضمنة في إشهار " مرافعة زين رمضان 2024...سنعود " ، عمدنا إلى استخدام المنهج السميولوجي لاعتقادنا بأنه الأنسب في معالجة مثل هذه النصوص لاسيما الإشهارية منها ، وذلك لعدة اعتبارات لعل أبرزها هو قدرة القائمين على بناء الرسالة الإعلامية الإشهارية على ابتكار طرق جديدة لإيصال أفكارهم المتعلقة بالترويج لمتطلباتهم وفي نفس الوقت خدمة لإيديولوجيات معينة لا يمكن الوصول إليها إلا بالاعتماد على أساليب بحث معمقة للكشف عن أبعاد ودللات النص الإشهاري .

مفاهيم الدراسة

2.1. التعريف الاصطلاحي للإشهار: الإشهار هو مختلف الطرق التروائية التي تهدف إلى تعريف المنتج، أو خدمة، ثم دفعهم لاقتناء السلع المعرفة بها، فهو ذلك الجزء الهام من نظام الإنتاج والتوزيع الجماهيري، الذي يترجم في شكل إعلام وتذكير بالسلع والخدمات، التي يتضمنها السوق، فهو وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والمنتجات والخدمات، وترويجها بواسطة جهة معلومة قابلة لدفع أجر ما، وهو أحد الأспектات التروائية الأساسية لترويج البضائع والسلع، عبر الوسائل الإعلامية الشفوية أو المكتوبة أو المرئية... يتجه فيه المشهير نحو الزيون بأسلوب غير صريح قصد الاستimulation والإغراء العاطفي. (معطر 2020، 149)



2.2 التعريف الإجرائي للأفهام الفنية التداولية: نقصد بها الصيغ والأشكال الفنية المبتكرة التي تم الاعتماد عليها في بناء الرسالة الإشهارية لشركة الاتصالات الكويتية زين "مرافعة زين رمضان 2024...سنعود" ووضع محتواها اللغوي والخطابي في سياق يتلاءم مع طبيعة الأوضاع السائدة لدى الجماهير المستهدفة وتلبية رغباتهم.

الدراسات السابقة

1.3 الدراسة الأولى: للباحثة آمال حاجة، العنوان بـ: "البعد القيمي والاجتماعي للومضات الإشهارية التلفزيونية بالقنوات الخاصة" – الشروق والنهر أندوجا، الدراسة نشرت عبر مجلة بحوث للدراسات الإعلامية، المجلد 02، العدد 07، بتاريخ: 2017/08/01.

2.3 الدراسة الثانية: التي نراها الأقرب لموضوع بحثنا والتي تتقاطع معه نظرياً وتطبيقياً فهي دراسة الباحث حمزة حاجي، الموسومة بـ "الأبعاد الدلالية والرمزية للومضات الإشهارية التلفزيونية" – تحليل سيمبولوجي لإشهار قناة MBC GROUPE فنانيس 2022، المنشورة عبر المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي المجلد 10، العدد 01 بتاريخ: 31/03/2023.

إن الدراستين المقدمة أعلاه تتقاطعان مع دراستنا في منهجية البحث وأدواته وكذا الأسلوب التقني للتقطيع الصوري الخاص بالإشهار، كما تعتبر نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها نقطة انطلاق للتوسيع في التحليل التضميني لإشهار بحثنا، كما أنها تعزز من قوة نتائج دراستنا.

التحليل السيمبولوجي للنص الإشهاري

1.4. التحليل التعبيني للنص الإشهاري:

إن أشهر من كتب في مجال تحليل النص الإشهاري المرمز هو ROLEN PARTH الذي قام بوضع شبكة تحليلية معتمدة على من سبقوه في مجال السيمبولوجيا تستهل بالجانب التعبيني للرسالة الفيلمية من خلال توظيف الأدوات الوصفية والأدوات الشاهدية التي سنفصل ذكرها في خطوات لاحقة.

2.4. التحليل التضميني للنص الإشهاري:

ونقصد به المستوى الذي يتم فيه استطاق العلامات والرموز، أين يبدأ فيه المدخل بالقراءة التضمينية للوحدات التحليلية المعروضة في الجدول، أي ربط الجانب الكمي بالجانب الكيفي، واستخراج الرسالة الحفيدة التي أراد المخرج أن يمررها للمشاهدين من خلال استخدامه لعناصر المستوى التعبيني، سواء الخاص بشرط الصوت أو شريط الصورة، وهنا يبرز التباين والاختلاف بين فراءة كل مشهد، فالتحليل التضميني يسمح بتحديد التفاعلات التي تحدث بين وحدات التحليل. (بوشعالة بلا تاريخ، 165)



أدوات جمع البيانات

نظرا لطبيعة الموضوع محل الدراسة ومتطلباته قمنا بتبني مجموعة من أدوات التحليل الفيلمي وذلك أملأ في الوصول إلى نتائج دقيقة وتحقيق أهداف البحث.

1.5. الأدوات الوصفية:

تقوم على وصف الفيلم في حالته النهائية مع الأخذ بعين الاعتبار الوحدات المشهدية والوحدات السردية الموجودة في الفيلم حيث أن آداة التقطيع التقني تشمل: مدة اللقطة، رقم اللقطة، حركات الكاميرا وزواياها، حركة الممثلين في المجال، مداخل وخارج المجال، الشريط الصوتي بما فيه من حوار موسيقى وضجيج.

وقد قمنا بتبني جدول " MICHELE MARIE JACK OMENT " والذي يتخذ الشكل التالي:

الجدول رقم 01: يمثل جدول التقطيع التقني لإشهار مرافعة زين رمضان 2024...سنعود.

شريط الصوت			شريط الصورة				اللقطة		
الموسيقى	الضجيج	الحوار	مضمون اللقطة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	سلم اللقطة	المدة	الرقم	

جدول التقطيع التقني حسب MICHELE MARIE JACK OMENT (زاري، الصورة وتحليلها في بنية الخطاب الفيلمي) (تحليل سيميولوجي للفيلم التونسي صمت القصور للمخرجة مفيدة التلاتلي) (2014، 186)

2.5. الأدوات الشاهدية:

لقد تعددت الأدوات الشاهدية وتتنوعت بتعدد الأصناف البحثية وتعدد الرؤى المنهجية لجمهور الباحثين في المجال غير أنها ارتأينا أن نكتفي بنوعين والتي نعتقد أنهما تستوفيان شروط إنجاز بحثنا وهي:

1.2.5. ملخص الفيلم: هو سرد مختصر في صفحة أو صفحتين على الأكثر للفيلم، يكتفي فيهم الباحث بذكر الفكرة الأساسية للفيلم وتطورها والمدف المطلوب الوصول إليه دون الغوص في التفاصيل.

2.2.5. الفوتوغرام: هي عملية دقيقة وانتقائية تدرس فيها الصورة بمفردها عن الحركة والصوت أي تفكير الفوتوغرامات لدراستها وتحليلها من حيث (التأثير، عمق المجال، التركيب والإضاءة). (بوشحيط 2014، 98).



عينة الدراسة

تعد العينة من أهم الإجراءات المنهجية المعتمدة في معظم البحوث والدراسات، وهي التي يستعين بها الباحث عند دراسته لمجتمع يضم عدد كبير من المفردات، وبالتالي فالعينة تسمح للباحث بإجراء دراسته على جزء معين من مجتمع الدراسة.

وتعرف العينة على أنها نموذج يمثل جزء من وحدات المجتمع الأصلي المعنى بالبحث، وتكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا الجزء يعني الباحث عن دراسة كل تلك الوحدات (فنديجي 2008، 145)، وهناك من يرى بأن العينة تمثل مجموعة جزئية مميزة لها نفس خصائص المجتمع الكلي، ومتقدمة من مجتمع الدراسة وفق إجراءات وأساليب محددة. (التل 2007، 145)

وبالتالي يمكن القول أن العينة هي ذلك الجزء المختار من مجتمع البحث الكلي المراد دراسته بحيث تكون ممثلة له، والتي يتم انتقاءها وفق إجراءات علمية محددة.

وإما أنها تناول الكشف من كل ما يتعلق بالأспектات الفنية والتداولية للخطاب الإشهاري لشركة زين الكويتية للاتصالات "مراقبة زين رمضان 2024...سنعود، فإن مجتمع البحث الذي نحن بصدده دراسته هو نص الإشهار ذاته، لذلك فمجتمع الدراسة هنا هو مجتمع ضيق تم تحديده في موضوع البحث، أما بخصوص العينة المختارة فنحن بعيدون جداً عن أسلوب المعاينة بل سنقوم بعملية مسح شامل لجميع المشاهد الواردة، وهذا بالطبع لم يكن اعتباطياً بل سببه قدرتنا على التحكم في حجم مجتمع البحث من خلال التحول من تحليل اللقطات إلى تحليل المشاهد الأمر الذي يفي بالغرض المطلوب وبحقق أهداف الدراسة.

وفي هذا الصدد أشار "whitney" في كتابه "عناصر البحث العلمي" إلى أن منهج المسح هو: محاولة منظمة للتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة في الوقت الحاضر، بقصد التوصل إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها، تعليمها والاستفادة منها في المستقبل. (2025)

الجدول رقم 02: يمثل بطاقة تقنية لإشهار مراقبة زين رمضان 2024...سنعود

نوع الإشهار	مدة الإشهار	الجهة المعلن عنها	مجال العرض
مراقبة زين رمضان 2024...سنعود	14 دقيقة و 04 ثانية	شركة zain للاتصالات	موقع التواصل الاجتماعي



الأنمط الفنية التداولية في إشهار مراقبة زين رمضان 2024... سنعمود

1.7. التقطيع التقني لنص الإشهار:

2.7. ملخص الإشهار

في بداية الإشهار تظهر خلفية بيضاء عليها بعض البقع السوداء مكتوب عليها عبارة: لأن الكبار سكتوا سيترافق الأطفال .. وستنصفنا الشعوب إذا ميزان السياسة مال" ، ليتحول المشهد مباشرة إلى ظهور مجموعة أطفال من بينهم طفلة تشبه إلى حد كبير الشهيدة الفلسطينية المسماة: روح الروح، يمشون بخطوات ثابتة نحو مجلس الأمن الدولي، لتنطلق الموسيقى المصوحة بكلمات دالة على مدى اعتكاف دول العالم على تصوير أحداث الحرب دون تحريك أي ساكن، بعد ذلك تتوجه الكاميرا إلى تصوير مشاهد من معاناة الأطفال الفلسطينيين في المخيمات بعد تشردهم جراء الحرب على غزة، ثم العودة إلى تصوير مشهد قاعة مجلس الأمن الدولي ونشر الأوراق من طرف الأطفال الحاضرين على أعضاء المجلس، مع عبارات تضمنتها الأغنية المصاحبة للتصوير -عبارة "اشتوا" - ووضع الأصابع على الأفواه، في المقابل تم تصوير أعضاء مجلس الأمن بحركات تدل على عدم اهتمامهم المطلق، في حين اقتربن ذلك بحمل الأطفال جثث أقرانهم على الأكتاف بعد تكفينهم بأكفان بيضاء، ليختتم الإشهار بصورة ذات ألوان جميلة فاقعة للأرض وأشجار الزيتون وأطفال آخرين يرقصون فرحاً وهم يصلون بأمان في المسجد الأقصى، مع عبارة سنعمود التي تكررت كثيراً مع موسيقى حماسية احتفالية.

3.7. الوصف التعبيني للإشهار:

يبدأ الإشهار بخلفية بيضاء عليها بعض البقع السوداء مكتوب عليها باللون الأسود حجم كبير: لأن الكبار سكتوا سيترافق الأطفال .. وستنصفنا الشعوب إذا ميزان السياسة مال" ، نفس العبارة مكتوبة باللغة الانجليزية حجم أقل: When adult remain silent, children's voices will plead And if the political scale tip, people's justice will lead ميلان واضح لكلمة scale، بعد ذلك تظهر طفلة تسير بخطوات ثابتة على أرضية خضراء يقابلها مباني زرقاء وأعلام دول، ترتدى الطفلة سترة وردية مخططة بالأبيض وبنطال رمادي وتسرّح شعر خاصة بالأطفال، بعد ذلك ينضم إليها مجموعة أطفال آخرين بألبسة مختلفة من بينهم صبي يضع على يده اليمنى جبيرة معالجة الكسور، يتم التركيز بعدها بصورة سفلية على دمية طفل يمشي لونها أبيض عليها بعض الخطوط المتقطعة التي تشكل مربعات، كل ذلك مع موسيقى هادئة حزينة تخللها بعض النداءات على أسماء أطفال وعبارات بأصوات مختلفة خاصة بنداءات آباء وأمهات الأطفال القتلى الفلسطينيين.

يصل مجموعة الأطفال الذين تقدمهم الدمية البيضاء في النهاية إلى قاعة بها طاولة كبيرة مستديرة خلفها مجلس رجال ونساء بألبسة رسمية وخلفهم جدارية مرسوم عليها بما يشبه معركة في عصر قديم وتحيطهم مجموعة من كاميرات التصوير، تقوم الدمية بتغيير زاوية الكاميرا التي تصورهم وتنطلق أغنية الإشهار بعبارات أولى مفادها: "توقف عن التصوير توقف، أنا حنطة الصغير توقف ... وخلفي أطفال بلا عمر..."، بعد ذلك ينتقل المشهد إلى تصوير مجموعة من الأطفال الآخرين ينامون على أسرة مكتظة



ومهترئة وبأبلاسة بالية داخل نفس القاعة، ثم تعود الكاميرا إلى تصوير أطفال يحملون لافتات مكتوب عليها "VETO" ثم يرمونها في السماء لتناثر في الهواء بكتابات أخرى تمثل في عبارة: "يجب إخلاء الحياة منكم".

بعد ذلك يقف الرجال الذين يجلسون خلف الطاولة ويعادرون القاعة ليظهر مجموعة من الرجال الآخرين يحملون آلات تصوير ويقومون بتصوير الدمية والأطفال الذين يضعون على أنفاسهم الكوفية الفلسطينية ويتهمون للتصوير، في الوقت الذي يظهر فيه أحد أعضاء المجلس الذي يرتدي بدلة رسمية ذو بشرة بيضاء يحمل يد امرأة سوداء البشرة جالسة من أجل التصوير، لتصاحبها عبارات الأغنية: " صورة جماعية مقهورة... تخبر الدنيا بأن قوانين المجلس مبتورة.." ، " إشتو.. إشتو.. إشتو.." مع وضع الأطفال أصابعهم على أفواههم للتعبير عن أمر السكوت، ثم يحملون مجموعة من الأواني ويقرعون عليها بالملاءق أمام أعضاء المجلس الذين لا يهتمون لهم، ويظهر ذلك بتناول بعضهم للأيسكريم والبعض الآخر يدير وجهه، إلا أن الأطفال يتحولون إلى حمل جثث على أكتافهم بأكفان بيضاء مكتوب عليها بالخط الأزرق الكبير "طحين" ، كذلك تدخل القاعة امرأة محجبة برداء أزرق تحمل حقائب وتجري خلفها عربتين بها طفلين، ليختتم المشهد بمجموعة من الأحذية الخاصة بالأطفال في قاعة المجلس بألوان وأحجام مختلفة مع زاوية تصوير بانورامية أفقية، بالإضافة إلى ظهور جدار مصنوع من ألواح خشبية لون رمادي مائل إلى الأزرق مرسوم عليه خريطة بألوان كوفية فلسطين، ورجل يضع يده على خده ومكتوب عليها عبارة: "كل من قتل هنا... ناجي".

ليتحول المشهد إلى أجواء احتفالية بألوان زاهية تصاحبها موسيقى تحفيزية وأطفال يجرون فرحا في بساتين خضراء بها أشجار زيتون آخرون يرقصون ويتناولون الخبز مع أولائهم، وأطفال آخرين يصلون بجانب المسجد الأقصى بأبلاسة فلسطينية تقليدية ويرتدون العلم الفلسطيني، الجري على الشاطئ، حمل السنابل بعد الحصاد، تناول السمك المشوي، رقصات وألبسة تقليدية عربية، أجواء فرح ، عناق، بكاء فرح... إلخ، مع تكرار كلمة "سنعود" في الأغنية، ليختتم الإشهار في النهاية بصورة الدمية البيضاء التي ترتدي الكوفية الفلسطينية،خلفية بيضاء مكتوب عليها: "سنعود، لا أرض لكم لا ميعاد ومع كل شهادة وفاة تختتم، تكتب ألف شهادة ميلاد "، ثم خلفية سوداء مكتوب عليها كلمة "zain" وشعار الشركة.

7. التحليل التضمي니 للإشهار :

يعتبر التحليل التضمي니 من أهم الخطوات التي يعتمد عليها الباحث في مجال السيميولوجيا إذ يعمد من خلاله إلى إبراز مدلولات العلامات اللسانية وغير لسانية رغبة منه في الوصول إلى الأهداف البحثية العامة المتعلقة بإبراز المعاني الكامنة، لذا سناحول في هذه المرحلة الكشف عن المستور في إشهار " مرافعة زين رمضان 2024...سنعود " ، من خلال إعطاء الرموز الواردة فيه معاني منطقية .

7.1.4. أسلوب المحاكاة في تجسيد شخصيات إشهار " مرافعة زين رمضان 2024...سنعود ":

تعتبر الصناعات الثقافية من أكثر الصناعات تعقيدا واستنزفا للجهد والعقل كما أنها تحتاج لميزانية مادية كبيرة من أجل تقديم عمل في ثقافي كاملاً متكملاً، غير أن ذلك لا يكون إلا بضرورة وجود أشخاص ذوي خبرة وكفاءة يقومون بالتركيز على صناعة مادة منفردة ومتتبعة بالمعاني والإيحاءات.



والمتتبع لإشهار "مرافعة زين رمضان 2024...سنعود" سيدرك حتماً بأن الإعلان تم تنفيذه وفق تخطيط سينمائي، والسينما كقوة ناعمة ومؤثرة لا تبني عشوائياً إنما يتم تقصد كل تفصيل فيها بحيث تحمل العديد من المعاني والدلائل وكذا أيديولوجية المخرج، وهو ما يدفعنا للتساؤل حول شخصيات الإشهار، لما هؤلاء الأطفال دون غيرهم أو لما الأطفال على وجه الخصوص؟ كيف لهم أن يرافقوا؟

الشخصيات الممثلة هي الحرك الأساسي للعمل الفني، وهي الأساس الذي يقدم الحبكة أو الرواية في شكلها الصحيح وكلما كانت الشخصية منتقاة بعناية أكثر كلما كان العمل أكثر تأثيراً وإبهاراً، لذلك عمد القائمون على بناء الرسالة الإعلانية "مرافعة زين" على استهداف شخصيات للأطفال الذين كان لهم صدى إعلامي كبير بعد استشهادهم، فعلى الرغم من استشهادآلاف الأطفال الفلسطينيين نجد على سبيل المثال لا الحصر الطفلة "روح الروح" التي بزرت في الإشهار محل الدراسة بالإضافة إلى مجموعة من الأطفال الآخرين بمواصفات تعكس مشاهد مأساوية كانت قد مررت بها : الطفل صاحب الشعر المبعد والآخر الذين كانت تبحث عنه والدته من خلال ملابسه والطفلة صاحبة الضفائر المميزة ... إلخ، فعلى اعتبار أن المحاكاة تعني: تقليد الخصائص والسمات أو تبني الأفكار على تقليد الموقف في أرض الواقع باستخدام نموذج لا يؤثر على الأداء، فاعتماد هذه التقنية في الإشهارات المصورة له دوره الفعال في بناء صورة ذهنية تقترب كثيراً من الصورة التي يريد أن يقدمها صاحب الإعلان كما أنها تساهمن كثيراً في التفاف الجماهير أكثر حول المنتج أو على الأقل المضمون الذي يتم عرضه.

لم يقتصر الاعتماد على أسلوب المحاكاة في شخصيات الأطفال فحسب بل نظراً لفعاليته نجده بارزاً أيضاً في الشبه الكبير الذي لاحظناه بين شخصيات مجلس الأمن الدولي ووجودهم الفعلي على أرض الواقع، التشابه لم يكن طبعاً في الأوجه أو السمات وهذا حرصاً من شركة زين على عدم وقوعها في المحظوظ والمتمثل في استهداف شخصيات حقيقة رسمية بالإساءة إليها أو إهانتها، وإنما تخلّي ذلك في معانٍ أخرى لتصيرفات تقود أذهاننا مباشرةً إلى أحداث حصلت بالفعل على أرض الواقع مثل تناول الأيسكريم من طرف الرئيس الأمريكي السابق في موقف عدم مبالات تماماً بالوضع في غزة لحظة لقاءه مع مجموعة صحفيين، بالإضافة إلى تدخل بعض الأطراف من أجل السيطرة على قرارات مجلس الأمن وهو ما مثله مشهد رفع يد المرأة سوداء البشرة من أجل التصويت على عدم إيقاف إطلاق النار قصراً.

لقد ضمن الإشهار عينة البحث أيضاً أسلوب المحاكاة في الشخصيات الواردة من خلال محاولة إبراز مختلف المعانٍ والسمات المرتبطة بالفرد الفلسطيني سواءً كان ذلك بإصراره على إيصال رسائله رغم عدم اكتئاث الأغلبية، تخلّي ذلك في الرموز الدالة في عدة مشاهد كمحاولة الأطفال التعبير عن حالمهم بأكثر من وسيلة بدءاً بالتجمع أمام مجلس الأمن الدولي ثم تحريكهم لزاوية الكاميرا، بعد ذلك قاموا برفع لافتات معبرة ثم نشرها في وجوه الحاضرين، بالإضافة إلى أمر الحاضرين بالسكوت باستعمال الأصابع وتكرار كلمة "إشتوا" التي تعني أخرسوا، وفي النهاية القرع على الأواني وعرض جثث الأطفال القتلى وكذلك مشهد الأحديـة ... إلخ، كل ذلك كان محاكاً للمواطن الفلسطيني المضطهد والذي لا يقبل الاستسلام أبداً في سبيل الغاية التي يعيش من أجلها.



2.4. التداول والإيحاء في الشخصية الكاريكاتورية حنظلة:

إن لكل دولة رموز خاصة بها، تتكون هذه الرموز من الخلفية الثقافية أو العادات والتقاليد للشعوب ولعل أبرز هذه الرموز تلك المتعلقة بالمقاومة وإثبات الوجود والحق في الأرض حيث تصنع هذه الرموز جراء تصحيات قدمها أبوطال لبلداتهم، وحنظلة الشخصية الكرتونية الذي لطالما كان يدير ظهره للعالم كنوع من اللوم من جهة وإشارة منه إلى ضرورة رؤية الأمور من زاوية مختلفة عن زاوية الإعلام العالمي الذي لا يعطي مشاهد الإنسانية حقها زمنياً أو إخبارياً.

الإشهار الذي افتتح بلون حبر حنظلة في عبارة " لأن الكبار سكروا سيترافع الأطفال .. وستتصفنا الشعوب إذا ميزان الساسة مال " جاء ليعبر عن وضعية الآلاف من الأطفال الذين عانوا من حرب غزة، فاستشهد أغلبهم على مسمع ومرأى من عيون الساسة، دون أن يحركوا ساكنة لنجدتهم، فاستخدام شخصية حنظلة الصامدة طوال هذه السنوات واتجاهها رفقه الأطفال الشهداء نحو مجلس الأمن الدولي إنما لا يعبر عن تقديم هؤلاء الأطفال لكيان الدبلوماسيين من أجل الوقوف على بشاعة جرائم الاحتلال في غزة، بل هي رؤية استشرافية لحلم حنظلة وكل طفل فلسطين بتحقيق العدالة والمطالبة بحق الأرض وحق تقرير المصير وأن الميزان الذي أماله تجاهل المنظمات الدولية سيضيّق شهادة غزة الصغار الذين ستظل صورهم راسخة في عقل كل طفل فلسطيني وفي قلب كل أب وأم وهذه الصورة ستترجم مستقبلاً في أفلام وأصوات متداة ومطالبة بوطنيتها.

حنظلة طلب من الجميع التوقف عن التصوير لأن الصور لطالما تفنن الصحفيون في أخذها بل ودفع بعضهم روحه ثنا لنقلها، غير أن تلك الصور لم تغير شيئاً، وعليه فقد انتهى وقتها لأن الجميع يمتلك الخبر والصورة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي ولم تعد صور قتل الأطفال وجمع أسلائهما في أكياس، بالأمر الذي يحرك ساكنة بل أصبحت ذريعة تضامن ظاهري فقط من خلال تبادل الصور عبر منصات التواصل الاجتماعي ثم يتنهى كل شيء وكأن أمر لم يحدث.

الشخصية الكاريكاتورية رسمها الفنان الفلسطيني الراحل ناجي العلي وسط يأسه، وبمحسنه فإن حنظلة قد ولد في العاشرة من عمره، كما أنه سيظل في العاشرة أيضاً، يراقب وحشية الاستعمار الاستيطاني، ويكشف الطبيعة القاتلة للتجربة الصهيونية (أنا حنظلة.. وما زلت طفلاً: مأساة أطفال فلسطين 2025). لكنه يكشف أيضاً عن محن المضطهدرين في المنطقة، بسبب القمع الدولي للقضية الفلسطينية، وفي كل مرة يسكت فيها الجميع وينسى سيظهر حنظلة ليذكر الجميع بضرورة إعادة النظر في مفهوم حقوق وحريات الشعوب وحقها في الوجود والعيش بكل كرامة ضمن حدود وطنها دون أي تدخل أو انتهاك.

بروز حنظلة في الإشهار يرمز أيضاً إلى الطفولة الفلسطينية المتبعة من الدمار والتشبع بمناظر القتل والعنف والدماء، أمور لا يراها ولا يعرفها سوى أطفال فلسطين الذين يدفعون ثمن باهظاً جداً من أجل البقاء على قيد الحياة، ومثلما ظل حنظلة موجود طيلة هذه الفترة وهو ينظر لسكوت العالم عن الحق وشاهد على جرائم المحتل سيقى أطفال فلسطين موجودين رغم تعمد قتلهم للقضاء على الوجود الفلسطيني بالمنطقة.



3.4.7. فييات التصوير وتجسيد الخطاب القيمي في الإشهار:

بعدما قمنا بالتقسيط المشهدي المتضمن لحركات الكاميرا فنizer اعتماد المخرج بكثرة على الحركات البانورامية بمحظوظها، والتصوير البانورامي هو نوع درامي هدفه الأساسي نقل الصور بكلفة ما تحمله من معانٍ ومشاعر، من أجل القدرة على جعل الجمهور يعيش الشعور والأحداث واستعماله عاطفيا نحو التضامن مع مطالب الشعب الفلسطيني التحريرية.

الوصف التدرججي أيضاً من خلال التصوير يزيد من أسلوب التشويق ويدفع بالمتفرج إلى الرغبة في معرفة الأحداث القادمة كما أنه يساهم في تخزين الشخصيات لدى منطقة اللاوعي عند المتلقي، فمن المهم جداً للمبدأ الإنساني والقضية الفلسطينية عدم نسيان الفتاة روح الروح أو كمال، أو يوسف... لأنهم مثل حنظلة بالضبط رموز للمقاومة الفلسطينية والوجود الفلسطيني، فبمجرد تذكر تفاصيل بذلة التخرج ليوسف أو وجه روح البريء بينما سيؤدي الأمر بنا نحو التعاطف مع القضية وإظهار كافة مشاعر الاحترام والاعتراف بأحقية الفلسطينيين في استرجاع أرضهم، وهو الهدف من تقديم هذه الشخصيات بحركات بانورامية ولقطات متوسطة ومقربة بكثرة.

أما فيما يخص اللقطات المقربة جداً حركات الترايلينغ فقد جاءت لتعزز من أصالة العادات والتقاليد الفلسطينية وتؤكد على مظاهر الهوية والمتمثلة في المسجد الأقصى وقبة الصخر وأشجار الزيتون وحقول القمح، ثم اللباس التقليدي الفلسطيني والرقص الشعبي كجزء لا يتجزأ من الأرض والشعب الفلسطينيين، عمد المصور أيضاً على تكرار مشاهد الأطفال يلعبون على شاطئ البحر ويتناولون سمكاً مشوياً للتأكيد الحدود الجغرافية الحقيقة لفلسطين قبل نكبة 1948.

4.4.7. الأنماط الفنية الدالة في إشهار " موافعة زين رمضان 2024...سنعود " :

إن ما لا يختلف فيه اثنان هو حقيقة بروز الإشهارات بكثرة في شهر رمضان وتنوعها وتميزها في طرح منتجاتها بشتى الطرق الحكائية، أو التمثيلية والغنائية، بغية جذب أكبر كم من المستهلكين لاقتناء المنتجات المشهور بها، ولا يتم تحديد شهر رمضان حسراً كفترة مهمة للإشهار في العالم العربي بطريقة اعتباطية، إنما هي فترة منتظمة ومنتظمة بطريقة عمدية كونها مرحلة شعائرية يكون فيها الفرد أكثر راحة وأخف ضغطاً من الأشهر الأخرى، كما أنها من أهم فترات الذروة التي ترتفع فيها نسب التعرض للشاشات ومتابعة المواد الإعلامية.

وانطلاقاً من هذا الطرح، فإن المؤسسات الاتصالية والإعلامية والإنتاجية على اختلافها تولي صناعة الإعلانات الربحية أهمية كبيرة وذلك من أجل تحقيق الربح للمؤسسة صاحبة المنتج ثم المؤسسة المعلن إضافة إلى تحقيق شعور الرضى لدى الجماهير وإشباع حاجياتهم الترفيهية والشرائية، وذلك من خلال توظيف مختلف المبادئ التي يتميز بها شهر رمضان كآلية للتقارب من الجمهور المستهدف، فتبرز بذلك خاصية الأصالة في الأعمال المعروضة، كمحاكاة قصص السلف الصالح والعادات والتقاليد والأخلاق النبيلة أو تعزيز المفاهيم الروحانية والسلم والأخلاق والتكافل الاجتماعي، وهو بالضبط ما تعكف شركة زين الكويتية للاتصالات على إظهاره كل سنة فإن قارتها مع غيرها من شركات الاتصال العربية نجدها لا تمتلك نفس الكم الكبير من الإعلانات على طول العام غير أنها تبدع في شهر رمضان والأعياد من كل سنة في طرح نفسها وبقوة للمستهلك والمنافسين، حتى



أن الجماهير الخارجية عن حيز الاستهداف يتظرون إعلاناً، من أجل المتعة وبالتالي فقد خلقت لنفسها متبعين لحتواها وإن كانوا بعيدين عن اقتناءه، فالتفعيل السيميائي للبناء الدلالي للمادة الإعلانية يجعل الجماهير تتجه نحو أبعاد متفاوتة من دعم مادي ومعنوي قد يغير حتى مفاهيمهم ومقاصدهم وأولوياتهم انطلاقاً من مبدأ الحرية الفكرية والعالم المشترك والأوصار والأمن السلام العالميين.

فالرسالة الإعلانية لا يتم بناؤها بطريقة اعتباطية، وإنما تتضمن مقاصد محددة تضم جميع المشاركين أو الفاعلين في بنائها وبالتالي فإن خلق سلوك شرائي ونشاط تجاري هو أمر لا بد منه غير أنه مقتن بدوافع أخرى مضمرة في المستوى الإيجائي لهذه الرسائل.

وعليه فإن R. barthes كان يحمل نظرة أكثر استشرافية لوضع الصور الإعلانية في عصرنا الحالي حين أشار إلى أن الصورة الإشهارية شأنها شأن الصور الشعرية تنطوي على إيحاءات متعددة: رمزية، أدبية ووجدانية، لا نستطيع تجاهلها وأن نشاطها الدلالي وتفاعل مكوناتها الداخلية هو الأمر الذي يخلق المعنى ويزرع قسماته وهو الذي يزيد في ثراء وغنى مادة الصور.

ولعل شركة زين قد سعت من أجل توظيف الإيحاءات والاستغراب في الترميز الفني والبصري بطريقة جيدة جاعلة بذلك من إشهاره "مرافعة زين رمضان 2024...سنعود"، أبعد من مجرد تقديم إعلامي لمتاجع مادي بل فيلم قصير مليء بالرموز والشيفرات والدلائل التي تحمل أبعاداً قيمة وتنقلها لمختلف الفئات والأجناس من خلال توظيف اللغة العربية كلغة أساسية ولغة الإنجليزية كلغة ثانية عن طريق ترجمة كل ما هو متضمن في الإشهار ترجمة حرفية.

إشهر "مرافعة زين رمضان 2024...سنعود"، قدمت فيه الشركة مجالاً ضخماً من المعاني والأفكار وحتى طريقة التفكير، كما أنها أصنفت قضية وشعباً في ظل زخم من التوجهات السياسية والأراء المختلفة دون أي تحرير أو ازدراء، إنما هي قدمت كل شيء بوضوح تاركة للجمهور حرية القراءة والتحليل والترجمة، الأمر الذي نتج عنه حصد الإعلان الذي وصفته شركة زين للاتصالات بأنه "مرافعة وليس أغنية" آلاف المشاهدات منذ أن أطلقته عبر قناتها على اليوتيوب، كما لا يعد هذا أول عمل تناقش فيه وضع وحرية القضية الفلسطينية والشعب الفلسطيني بل سبقه إشهر آخر في ذات السياق وبنفس موضوع القضية المعالجة "سيدي الرئيس" وهو الآخر حق آلـف المشاهدات وحظي بنقاش وانتشار واسع عبر منصات التواصل الاجتماعي .

5.4.7 أدوار الأنماط الفنية الدولية المتضمنة في إشهر شركة زين للاتصالات "سنعود 2024":

لقد تعددت أنماط الرسالة الإشهارية واختلفت من نوع آخر على حسب الصفة التي تكون عليها وكذا الصيغ التي تأتي بها ف منها: التفسيرية والوصفية والمحوارية ...، وكل ذلك يعتمد على قدرة القائم ببناء الرسالة على التحكم والتلاعب في اللغة الإشهارية التي يخاطب بها الجماهير المستهدفة، وقد ت سابق أصحاب المجال وعلى مرور الزمان إلى ابتكار أساليب إشهارية من شأنها أن تحقق لهم ومؤسساتهم ميزة الريادة من خلال التفاف الجمهور حولهم وحول منتوجاتهم الشهير لها، لكن الأمر الملفت للنظر في إشهرات شركة زين هي السعي إلى كسب الجماهير لكن ليس عن طريق المنتج الذي تخصص له مدة زمنية قصيرة جداً يتم عرضه في شكل شعار فقط وإنما عمدة في السنوات الأخيرة إلى ابتكار صيغ إشهارية فنية تختلف كل الاختلاف عن نظيرتها المؤسسات



الأخرى، من خلال العمل على خلق شخصيات كرتونية يتم عرضها في شكل فلم إشهاري تمثلت في شخصيات "فنانيس" التي أصبحت أيقونة لشهر رمضان في محاولة منها لاعتماد مبدأ التداول والفن على حد سواء، فوضع الرسالة الإشهارية في السياق مع اعتماد أنماط فنية مكنتها من الوصول إلى جماهيرها وترسيخ في أذهانهم صورة ذهنية طيبة عن الشركة، أما في سنتي 2023/2024، وتزامنا مع أحداث الحرب على غزة فقد حولت اهتمام سياقاتها إلى وضع رسائلها في إطار حكواتية مختلفة تمثلت في رسالة "سيدي الرئيس" رمضان 2023 و"مراقبة سبوع" رمضان 2024.

لقد لعبت الأنماط الفنية التداولية التي اعتمدتها شركة زين للاتصالات أدوارها الفعالة في الحفاظ على اهتمام الجماهير بها كمنتج وكمؤسسة تحترم مسؤولياتها الإنسانية والاجتماعية إزاء المجتمع، نظير تلبية رغبات المتلقين الذين اعتادوا مصاحبة المؤسسة لكافة توجهاتهم وتعبيرها عمما يجول بخاطرهم الأمر الذي تؤكده نسب المشاهدة التي فاقت التصورات، لذلك فالفن المبتكر والتداول أثناء بناء الرسائل الإشهارية يضمن للمؤسسة النجاح وتحقيق أهدافها الاتصالية.

6.4.7. بлагة الفن والتداول في الخطاب الإشهاري مراقبة زين لرمضان 2024:

إن ما يمكن قوله عن البلاغة الإشهارية أنها تتجسد في الصورة الإشهارية ذاتها من خلال إرسالية ضمن شبكة تواصلية معقدة تحتل داخلها المعطيات الاجتماعية والنفسية موقعها المتميز الذي تغطي به خصوصيات الدال الأيقوني (وآخرون 2013، 165)، فهي تختلف عن مفهومها الكلاسيكي نتيجة تداخل عناصرها الخطابية والبصرية وتلك الأيقونة التي خلقت لنا نماذج تداولية للخطاب الإشهاري التي تضع العلامات اللغوية وغير لغوية في سياقاتها.

أما بالرجوع إلى الخطاب الإشهاري محل البحث المتعلق بمراقبة زين رمضان 2024، والمحور إلى فئة كبيرة من الجماهير العربية والغربية نجد أن اعتماده على أنماط فنية مستحدثة في مجال الإشهار للخدمة المعلن عنها له دوره في المجال التنافسي الذي من شأنه أن يخلق تميزاً عن باقي المؤسسات، خاصة إذا اقترن ذلك بمستوى بلاغي يعمل على الولوج السريع إلى أذهان المتلقين الأمر الذي دفع بالقائمين على بناء الرسالة بوضعها في السياق العالمي الذي فرضته أحداث الحرب على قطاع غزة، فمخاطبة الوجдан والأحساس والضمير والجانب الإنساني هي البلاغة ذاتها التي اقترنـتـ بدأـ التداولـيةـ.

7.4.7. الخطاب القيمي في إشهار مراقبة زين لرمضان 2024:

تعتبر القدرة التواصلية نوعاً من أنواع الخطاب يعتمد فيه المصور على التعبير عن مشاعره وموافقه تجاه قضية تهمه، أو لأحداث ومواقف أشخاص أراد لها الخلود فيكون ذلك باستخدامه لغة خاصة بالصور هي لغة الدلائل البصرية بما فيها من أشكال خطوط وألوان وهي في مجملها حقل خصب غني بالدلائل والمعانٍ الباطنية والتي تحتاج لمن يسلط الضوء عليها ويكتشفها (زهية بلا تاريخ، 141).

وبعد تحليلنا لإشهار واستنطاقنا لكافة العلامات الأيقونية والألسنية بمختلف مستوياتها الظاهرة والباطنة ووقفنا على تفصيات الديكور والموسيقى والإضاءة لا حظنا بأن الإشهار محل الدراسة قد اعتمد على مبدأ محاولة تكريس القيم في خطابه بدءاً بالقيم الإنسانية التي كان يدعوا إليها كحق الأطفال في العيش بسلام وإيقاف الحرب على قطاع غزة، وصولاً إلى تبيان القيم



الاجتماعية والحضارية للشعب الفلسطيني الذي لازال يحافظ على تعاليم حضارته ومحاولة تقديمها للغير عن طريق السلوكات الاجتماعية الواصفة المتمثل في نص الإشهار - في معانٍ الرقص والموروثات الاجتماعية كاللباس والأطعمة وقيم الصبر والثبات والمحبة والأخلاص وغيرها كثير ...، ولعل هذا قد لعب أدواره الفعالة في اعتبار إشهار شركة زين رمضان 2024 يحمل العديد من خطابات القيم التي ساهمت ومن دون شك في نجاحه ورواجه وبالتالي تحقيق الأهداف المسطرة.

خاتمة:

تناولنا في هذه الدراسة الأنماط الفنية التداولية في إشهار شركة زين الكويتية للاتصالات "مرافعة زين رمضان 2024...سنعود"، أين تم النطريق فيها إلى أسلوب المحاكاة في تحسيد شخصيات الإشهار محل الدراسة ثم الحديث عن معانٍ التداول والإيحاء في الشخصية الكاريكاتورية حنظلة التي تم عرضها، وصولاً إلى إظهار فنيات التصوير وتحسين الخطاب القيمي، وفي الأخير تبيان الأنماط الفنية الدالة وأدوارها التداولية، لنتختم الدراسة بتحليل بلاغة الفن والتداول في الخطاب القيمي الإشهاري.

وقد وصلنا من خلال دراستنا إلى مجموعة من النتائج تتمثل في : أن الاعتماد على الأنماط الفنية التداولية في بناء الرسالة الإشهارية من شأنه أن يسهم في نجاح العملية وهو ما دفع شركة زين للاتصالات الكويتية الاعتماد على أكثر من صيغة فنية في عرض إشهاراتها وباستخدام أسلوب المحاكاة في تحسيد شخصياتها وتوظيف معانٍ التداول والإيحاء وتحسين الخطاب القيمي من خلال فنيات التصوير، استطاعت الوصول إلى الجمهور المستهدف وبلغت أهدافها منه.

إضافة إلى ذلك فإن للأنمط الفنية التداولية في الإشهار أدوارها الفعالة في الحفاظ على اهتمام الجماهير بالمؤسسة ومتوجهاتها التي تشهر لها نظير تلبية رغباتهم ومصالحهم في كافة توجهاتهم وتغييرها بما يحول بخاطرهم، وأخيراً فإن بلاغة الفن والتداول في الخطاب القيمي الإشهاري له دوره في المجال التنافسي الذي من شأنه أن يخلق تميزاً عن باقي المؤسسات، خاصة إذا اقتنى ذلك مستوى بلاغي يعمل على الولوج السريع إلى أذهان المتلقين.

الوصيات: بالرغم من نجاح المؤسسات التي تعتمد على أنماط فنية وتدارلية مبتكرة ومتعددة في تحقيق أهدافها، نجد أن أغلب المؤسسات الجزائرية ومؤسسات دول العالم الثالث لا تزال تستخدم الصيغ التقليدية للإشهار الأمر الذي يخلق دائماً فجوة إعلامية واقتصادية نتيجة عدم قدرتها على مواكبة الركب والحداثة التي تفرضها التكنولوجيا وتدارلية السياق، لذلك يتوجب عليها السير حذو التطوير والتجدد وإعطاء قيمة أكبر للجانب الاتصالي الذي لا غنى عنه في مجال تطور وريادة المؤسسات.



قائمة المصادر والمراجع

الكتب

ابن خلدون، عبد الرحمن . تاريخ ابن خلدون . بيروت : دار القلم. 1984 ،
التل، سعيد . مناهج البحث العلمي . عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2007 ،
قدليلجي، عامر . البحث العلمي وإستخدام مصادر المعلومات . عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2008 ،
بلقاسم سلطانية . سيميولوجيا الصورة الإشهارية . بسكرة: مطبعة جامعة محمد خير. 2013 ،

المقالات العلمية

بوشحيط، مراد» . منهاج التحليل الفيلمي من النظرية الى التطبيق () كيف يقرأ فيلما سينمائيا وفق شبكة القراءة الفيلمية «.(مجلة الاتصال والصحافة . 01 (2014)

زاري، عواطف» . الصورة وتجلياتها في بنية الخطاب الفيلمي (تحليل سيميولوجي للفيلم التونسي صمت القصور للمخرجة مفيدة التلاتلي «.(مجلة فتوحات) 04 (2014) جانفي . 186: زهية، بن عبد الله» . سردية الخطاب وسردية الصورة عند رولان بارث (قراءة المعنى وآليات الأولي «.(مجلة قراءات)) مخبر وحدة التكوين والبحث في نظريات القراءة ومناهجها. s.d.) ، سارة، بلخيري رضوان، جابري» . دراسة تطبيقية في الأبعاد السوسيوثقافية لصورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية، إشكاليات تطبيق المنهج السيميولوجي «(مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية . 03 (s.d.): 490: معطر، بوعلام» . مداخل السيطرة عند بيار بورديو-الخطاب الإشهاري أنموذجا «(مجلة الخطاب والتواصل) 07 جوان . 194: 2020)

الأطروحات الجامعية

بوشعالة، سميرة» . البناء المنهجي لرسائل الماجستير في علم اجتماع التنمية «.مذكرة ماجستير في علم اجتماع التنمية ، جامعة منتوري ، قسنطينة . 2008.

زاري، عواطف» . صورة المرأة في السينما الجزائرية «.مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال ، جامعة الجزائر 2002.

References :

Books

- abn khaldun, eabd alrahman. tarikh abn khaldun. bayrut: dar alqalama, 1984.
- altali, saeidi. manahij albahth aleilmii. eaman: dar almasirat llnashr waltawzie, 2007.
- qandiliji, eamir. albahth aleilmiu wa'iistikhdam masadir almaelumati. eaman: dar almasirat llnashr waltawzie, 2008.



- bilqasim salatiniat. simyulujia alsuwrat al'iishhariati. bisakratin: matbaeat Jamieat muhamad khaydar, 2013
- **Scientific forums** bushhiti, muradi. <<manhaj altahlil alfilmii min alnazariat alaa altatbiq(kayf yaqra filman sinimaiyyana wafq shabakat alqira'at alfilmiati).>> majalat aliaitisal walsahafat 01 (2014).
- zarari, eawatifi. <<alsuwrat watajaliyatih fi binyat alkitaab alfilmii(tahlil simyulujiun lilfilm altuwnisii samt alqusur lilmukhrijat mufidatan altilatli).>> majalat futuhat 04 (janfi 2014): 186.
- zahiatu, bin eabd allah. <<sardiat alkhatab wasardiat alsuwrat eind rulan barith (qara'at almaenaa waliat al'uwil).>> majalat qira'at ((mukhbar wahdat altakwin walbahth fi nazariaat alqira'at wamanahijiha)), s.d.
- sarat, bilkhiri ridwan, jabri. <<dirasat tatbiqiat fi al'abeed alsuwsiuthaqafiat lisurat almar'at fi al'ielanat altilfizyuniati, 'iishkaliaat tatbiq almanhaj alsiyomyuluji.>> majalat aleulum aliaijtmaeiat wiliansaniat 03 (s.d.): 490.
- maeatiru, buelam. <<madakhil alsaytarat eind biar burdiu-alkhitab al'iishharii 'unmudhaja.>> majalat alkhitab waltawasul 07 (jwan 2020): 194.

Theses

- bushaealatu, sambirata. <<albina' almanhajii lirasayil almajistir fi eilm aijtimaee altanmiati.>> mudhakirat majistir fi eilm aijtimaee altanmiat , Jamieat minturi , qisntinat , 2008.
- zarari, eawatifi. <<surat almar'at fi alsiynima aljazayiriati.>> mudhakirat linayl shahadat almajistar fi eulum al'iielam wal'iitisali, Jamieat aljazayir2002.

web Sites

- 03 01 2025. http : www.alyaseer.Net /vb /shauthead.phpt : 3589 .
- 'ana hanzalatun.. wama zilt tflaan: masat 'atfal filastin. 15 01 2025.
<https://www.aljazeera.net/>.

03 01 2025. http : www.alyaseer.Net /vb /shauthead.phpt : 3589
15 01 2025. مأساة أطفال فلسطين : وما زلت طفلًا .. أنا حنطة
<https://www.aljazeera.net/>.