

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

حمزة حاجي<sup>1</sup>

Hadji.hamza@univ-guelma.dz

تاريخ النشر: 2025/06/01 تاريخ الاستلام: 2025/02/01  
Received: 01/02/2025 published: 01/06/2025

ملخص المقال :

تناولت الدراسة الأنماط الفنية التداولية في إشهار شركة زين للاتصالات "مرافعة 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 والأيدولوجي السائد على المستوى العالمي، أين نهدف إلى معرفة الأنماط الفنية التداولية من ناحية الصيغ والأدوار والأبعاد البلاغية، عبر الوقوف على مميزاته وتفكيك بنيته وتحليله تحليلًا معمقًا، وذلك عن طريق عرض موضوع الدراسة منهجيا لتبيان كيفية استخدام المنهج السيميولوجي الذي اعتمدناه، ثم تحليل رمزية ودلالات المعاني المتضمنة. وقد توصلت الدراسة إلى أن للأنماط الفنية التداولية أدوارها فعالة في نجاح العملية الإشهارية والحفاظ على اهتمام الجماهير بالمؤسسة وبمنتجاتها التي تشهر لها نظير تلبية رغباتهم ومصاحبتهم في كافة توجهاتهم وتعبيرها عما 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 that is on their minds.

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

## مقدمة:

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

## إشكالية البحث

إن اعتماد بعض الصور الاشهارية المسجلة على أساليب المحاكاة الواقعية والتي تتم عن طريق ترجمة الواقع المعاش في قالب سمعي بصري من خلال استخدام مختلف تقنيات الاسقاط الشكلي والموضوعاتي للواقع أو الحدث المصور، يبرز أسلوب المخرج والسيناريست في هذه الصناعة بشكل قوي، من خلال نقل الحوار والأشخاص وحتى الأماكن والأحاسيس التي وجدت فعلياً، موظفاً في ذلك مختلف أشكال التشبيهات الصورية، الاستعارات الزمنية والمكانية في وعاء إشهاري لا تتجاوز مدته بضعة دقائق، ليشعر بذلك المتلقي 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 المنصات 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 سيدي الرئيس التي تحمل مشاعر القومية الانسانية اتجاه القضية الفلسطينية وأخيراً إشهار "مرافعة زين لرمضان 2024... سنعود" والذي يحاكي حق الفلسطينيين في العيش بسلام بأرضهم كما يناقش الاشهار 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 "مرافعة زين لرمضان 2024... سنعود"؟

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

- ما هي صيغ الأنماط الفنية التداولية المستخدمة في بناء إشهار شركة زين للاتصالات "سنعود 2024"؟
- ما هي أدوار الأنماط الفنية التداولية المتضمنة في إشهار شركة زين للاتصالات "سنعود 2024"؟
- ماهي الأبعاد البلاغية للأنماط الفنية والتداولية التي تضمنها الخطاب الإشهاري مرافعة زين لرمضان 2024؟

## هدف البحث

تهدف من خلال دراستنا هذه إلى معرفة الأنماط الفنية التداولية التي تضمنها إشهار شركة زين للاتصالات "مرافعة زين لرمضان 2024... سنعود"، التي تم عرضها عبر العديد من منصات التواصل الاجتماعي على غرار YouTube من ناحية الصيغ والأدوار والأبعاد البلاغية، من خلال الوقوف على مميزات هذا الإشهار وتفكيك بنيته وتحليله تحليلًا معمقًا.

## منهج الدراسة

يعد 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 الأنموذج النظري والمعرفي للمنهج سنقوم بتقديم مرجعيا ومنهجيا، ثم تحديد كيفية تحليل النص الإشهاري، إضافة إلى تحديد المقاربة التي تبنيها في دراستنا وبناء شبكتها التحليلية لبيان منهجية تحليل الإشهار محل الدراسة.

لذلك يعرف المنهج السيميولوجي على أنه: تحليل يغوص في مضامين الرسالة والخطابات الإعلامية ويسعى لتحقيق النقدي، فهو تحليل كفي 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 (زراري، صورة المرأة في السينما الجزائرية 2002، 25).

وبما 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 السيميولوجي 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 لمنتجاتهم وفي نفس الوقت خدمة لإيديولوجيات معينة لا يمكن الوصول إليها إلا بالاعتماد على أساليب بحث معمقة للكشف عن أبعاد ودلالات النص الإشهاري.

## مفاهيم الدراسة

**1.2. التعريف الاصطلاحي للإشهار:** الإشهار هو مختلف الطرائق التواصلية التي تهدف إلى تعريف المتبعين بمنتج، 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 الأنماط التواصلية الأساسية لترويج البضائع والسلع، عبر الوسائط الإعلامية الشفوية أو المكتوبة أو المرئية... يتجه فيه المشهر نحو الزبون بأسلوب غير صريح قصد الاستمالة والإغراء العاطفي. (معطر 2020، 149)

**2.2 التعريف الإجرائي للأنماط 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، العنونة بـ: " البعد القيمي والاجتماعي للومضات الإشهارية التلفزيونية بالقنوات الخاصة" - الشروق والنهار أنموذجا-، 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 نظريا وتطبيقيا فهي دراسة الباحث حمزة حاجي، الموسومة بـ " الأبعاد الدلالية والرمزية للومضات الإشهارية التلفزيونية " - تحليل سيميولوجي لإشهار قناة MBC GROUPE - فنانيس 2022-، المنشورة عبر المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي المجلد 10، العدد 01 بتاريخ: 2023 /03/31.

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 للتوسع في التحليل التضميني لإشهار بحثنا، كما أنها تعزز من قوة نتائج دراستنا.

## التحليل السيميولوجي للنص الإشهاري

### 1.4. التحليل التعيني للنص الإشهاري:

إن أشهر من كتب في مجال تحليل النص الإشهاري المرمز هو ROLEN PARTH الذي قام بوضع شبكة تحليلية معتمدا على من سبقوه في مجال السيميولوجيا تستهل بالجانب التعيني 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 استنتاج العلامات والرموز، أين يبدأ فيه المحلل بالقراءة التضمينية للوحدات التحليلية المعروضة في الجدول، أي ربط الجانب الكمي بالجانب الكيفي، واستخراج الرسالة الخفية التي أراد المخرج أن يمررها للمشاهدين من خلال استخدامه لعناصر المستوى التعيني، سواء الخاص بشريط الصوت أو شريط الصورة، وهنا يبرز التباين والاختلاف بين فراءة كل مشاهد، 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 أملا 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 أداة التقطيع التقني تشمل: مدة اللقطة، رقم اللقطة، حركات الكاميرا وزواياها، حركة الممثلين في المجال، مداخل ومخارج المجال، الشريط الصوتي بما فيه من حوار موسيقي وضجيج.

وقد قمنا بتبني جدول " JACK OMENT و MICHELE MARIE " 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 JACK OMENT و MICHELE MARIE (زراري، الصورة وتحليلاتها في بنية الخطاب الفيلمي) (تحليل سيميولوجي للفيلم التونسي صمت القصور للمخرجة مفيدة التلاتلي) (2014، 186)

### 2.5. الأدوات الشاهدية:

لقد تعددت الأدوات الشاهدية وتنوعت بتنوع الأصناف البحثية وتعدد الرؤى المنهجية لجمهور الباحثين في المجال غير أننا 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 والهدف المطلوب الوصول إليه دون الغوص في التفاصيل.

2.2.5. الفوتوغرام: هي عملية دقيقة وانتقائية تدرس فيها الصورة بمعزل عن الحركة والصوت أي تفكيك الفتوغرامات لدراستها وتحليلها من حيث (التأطير، 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 المعني بالبحث، وتكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا الجزء يغني الباحث عن دراسة كل تلك الوحدات (قندليجي 2008، 145)، وهناك من يرى بأن العينة تمثل مجموعة جزئية مميزة لها نفس خصائص المجتمع الكلي، ومنقاة 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 انتقاؤها وفق إجراءات علمية محددة.

وبما أننا نحاول الكشف من كل ما يتعلق بالأنماط الفنية والتداولية للخطاب الإشهاري لشركة زين الكويتية للاتصالات "مرافعة زين رمضان 2024...سنعود، فإن مجتمع البحث الذي نحن بصدد دراسته هو نص الإشهار ذاته، لذلك فمجتمع الدراسة هنا هو مجتمع ضيق تم تحديده في موضوع البحث، أما بخصوص العينة المختارة فنحن بعيدون جدا عن أسلوب المعاينة بل سنقوم بعملية مسح شامل لجميع المشاهد الواردة، وهذا بالطبع لم يكن اعتباريا بل سببه قدرتنا على التحكم في حجم مجتمع البحث من خلال التحول من تحليل اللقطات إلى تحليل المشاهد الأمر الذي يفني بالغرض المطلوب ويحقق أهداف الدراسة.

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

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

نص الإشهار	مدة الإشهار	الجهة المعلنة	مجال العرض
مرافعة زين رمضان 2024...سنعود	04 دقائق و 14 ثانية	شركة zain للاتصالات	مواقع التواصل الاجتماعي

## الأنماط الفنية التداولية في إشهارمر افعة زين رمضان 2024... سنعود

### 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 سيترافع الأطفال .. وستنصفنا الشعوب إذا ميزان الساسة مال"، ليتحول المشهد مباشرة إلى ظهور مجموعة أطفال من بينهم طفلة تشبه إلى حد كبير الشهيدة الفلسطينية المسماة: روح الروح، يحشون بخطوات ثابتة نحو مجلس الأمن الدولي، لتنتقل الموسيقى المصحوبة 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 ونثر 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 اقترن ذلك بحمل الأطفال جثث أقرانهم على الأكتاف بعد تكفينهم بأكفان بيضاء، ليختتم الإشهار بصور ذات ألوان جميلة فاقعة للأرض وأشجار الزيتون وأطفال آخرين يرقصون فرحا وهم يصلون بأمان في المسجد الأقصى، مع عبارة سنعود التي تكررت كثيرا مع موسيقى حماسية احتفالية.

### 3.7. الوصف التعيني للإشهار:

يبدأ الإشهار بخلفية بيضاء عليها بعض البقع السوداء مكتوب عليها باللون الأسود حجم كبير: لأن الكبار سكتوا سيترافع الأطفال .. وستنصفنا الشعوب إذا ميزان الساسة مال"، نفس العبارة مكتوبة باللغة الإنجليزية حجم أقل: When adult remain silent, children's voices will plead And if the political scale tipe, people's justice will lead ميلان واضح لكلمة scale، بعد ذلك تظهر طفلة تسير بخطوات ثابتة على أرضية خضراء يقابلها مباني زرقاء وأعلام دول، ترتدي الطفلة سترة وردية مخططة بالأبيض وبنطال رمادي وتسريحة 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 لوئها أبيض عليها بعض الخطوط المتقاطعة التي تشكل مربعات، كل ذلك مع موسيقى هادئة حزينة تتخللها بعض النداءات على أسماء أطفال وعبارات بأصوات مختلفة خاصة بنداءات آباء وأمهات الأطفال القتلى الفلسطينيين.

يصل مجموعة الأطفال الذين تتقدمهم الدمية البيضاء في النهاية إلى قاعة بها طاولة كبيرة مستديرة خلفها يجلس 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 وتنتقل أغنية الإشهار بعبارات أولى مفادها: "توقفي عن التصوير توقفي، أنا حنظلة الصغير توقفي... وخلفي أطفال بلا عمر..."، بعد ذلك ينتقل المشهد إلى تصوير مجموعة من الأطفال الآخرين ينامون على أسرة مكتظة



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

بعد ذلك يقف الرجال الذين يجلسون خلف الطاولة ويغادرون القاعة ليظهر مجموعة من الرجال الآخرين يحملون آلات تصوير ويقومون بتصوير الدمية والأطفال الذين يضعون على أعناقهم الكوفية الفلسطينية ويتهيؤون للتصوير، في الوقت الذي يظهر فيه أحد أعضاء المجلس الذي يرتدي بدلة رسمية ذو بشرة بيضاء يحمل يد امرأة سوداء البشرة جالسة من أجل التصويت، 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 بالملاعق 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 وتجر 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 وآخرون يرقصون ويتناولون الخبز مع أوليائهم، وأطفال آخرين يصلون بجانب المسجد الأقصى بألبسة 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 تحتتم، تكتب ألف شهادة ميلاد"، ثم خلفية سوداء مكتوب عليها كلمة "zain" وشعار الشركة.

#### 4.7. التحليل التضميني للإشهار :

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

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

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



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

الشخصيات الممثلة هي المحرك الأساسي للعمل الفني، وهي الأساس الذي يقدم الحبكة أو الرواية في شكلها الصحيح وكلما كانت الشخصية منتقاة بعناية أكثر كلما كان العمل أكثر تأثيرا وإبحارا، لذلك عمد القائمون على بناء الرسالة الإعلانية "مرافعة زين" على استهداف شخصيات للأطفال الذين كان لهم صدى إعلامي كبير بعد استشهادهم، فعلى الرغم من استشهاد آلاف الأطفال الفلسطينيين نجد على سبيل المثال لا الحصر الطفلة "روح الروح" التي برزت في الإشهار محل الدراسة بالإضافة إلى مجموعة من الأطفال الآخرين بمواصفات تعكس مشاهد مأساوية كانت قد مرت بنا : الطفل صاحب الشعر المجعد 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 كثيرا من الصورة التي يريد أن يقدمها صاحب الإعلان كما أنها تساهم كثيرا في التفاف الجماهير أكثر حول المنتج أو على الأقل المضمون التي يتم عرضه.

لم يقتصر الاعتماد على أسلوب المحاكاة في شخصيات الأطفال فحسب بل نظرا لفعاليتها نجده بارزا أيضا في الشبه الكبير الذي لاحظناه بين شخصيات مجلس الأمن الدولي ووجودهم الفعلي على أرض الواقع، التشابه لم يكن طبعا في الأوجه أو السمات وهذا حرصا من شركة زين على عدم وقوعها في المحذور والمتمثل في استهداف شخصيات حقيقية رسمية بالإساءة إليها أو إهانتها، وإنما تجلّى ذلك في معاني أخرى لتصرفات تقود أذهاننا مباشرة إلى أحداث حصلت بالفعل على أرض الواقع مثل تناول الأيسكريم من طرف الرئيس الأمريكي السابق في موقف عدم مبالاة تماما بالوضع في غزة لحظة لقائه 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 قصرا.

لقد تضمن الإشهار عينة البحث أيضا أسلوب المحاكاة في الشخصيات الواردة من خلال محاولة إبراز مختلف المعاني والسمات المرتبطة بالفرد الفلسطيني سواء كان ذلك بإصراره على إيصال رسائله رغم عدم اكتراث الأغلبية، تجلّى ذلك في الرموز الدالة في عدة مشاهد كمحاولة الأطفال التعبير عن حالهم بأكثر من وسيلة بدءا بالتجمع أمام مجلس الأمن الدولي ثم تحريكهم لزواية الكاميرا، بعد ذلك قاموا برفع لافتات معبرة ثم نثرها في وجوه الحاضرين، بالإضافة إلى أمر الحاضرين بالسكوت باستعمال الأصابع وتكرار كلمة "إشتوا" التي تعني أخرسوا، وفي النهاية القرع على الألواني وعرض جثث الأطفال القتلى وكذلك مشهد الأحذية... إلخ، كل ذلك كان محاكاة للمواطن الفلسطيني المضطهد والذي لا يقبل الاستسلام أبدا في سبيل الغاية التي يعيش من أجلها.

#### 2.4.7. التداول والإيجاء 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 تضحيات قدمها أبطال لبلدناهم، 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 زمنيا أو إخباريا.

الإشهار الذي افتتح بلون حبر حنظلة في عبارة " لأن الكبار سكتوا سيترفع الأطفال.. وستنصفنا الشعوب إذا ميزان الساسة مال" جاء ليعبر عن وضعية الألاف من الأطفال الذين عانوا من حرب غزة، فاستشهد أغلبهم على مسمع ومرأى من عيون الساسة، دون أن يحركوا ساكنا لنجدتهم، فاستخدام شخصية حنظلة الصامتة طوال هذه السنوات واتجاهها رفقة الأطفال الشهداء نحو مجلس الأمن الدولي إنما لا يعبر عن تقديم هؤلاء الأطفال لكبار 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 سيضبطه شهداء غزة الصغار الذين ستظل صورهم راسخة في عقل كل طفل فلسطيني وفي قلب كل أب و أم و هذه الصورة ستترجم مستقبلا في أقلام وأصوات منددة ومطالبة بوطنيتها.

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

الشخصية الكاريكاتيرية رسمها الفنان الفلسطيني الراحل **ناجي العلي** وسط بأسه، وبحسبه فإن حنظلة قد وُلِدَ في العاشرة من عمره، كما أنه سيظل في العاشرة أيضًا، يراقب وحشية الاستعمار الاستيطاني، ويكشف الطبيعة القاتلة للتجربة الصهيونية (أنا حنظلة.. وما زلت طفلاً: مأساة أطفال فلسطين 2025). لكنه يكشف أيضًا عن مخنة المضطهدين 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 بكرامة ضمن حدود وطنها دون أي تدخل أو انتهاك.

بروز حنظلة في الإشهار يرمز أيضا إلى الطفولة الفلسطينية المتعبة من الدمار والمتشعبة بمنابر القتل والعنف والدماء، أمور لا يراها ولا يعرفها سوى أطفال فلسطين الذين يدفعون ثمن باهظا جدا من أجل البقاء على قيد الحياة، ومثلما ظل حنظلة موجود طيلة هذه الفترة وهو ينظر لسكوت العالم عن الحق وشاهد على جرائم المختل سيبقى أطفال فلسطين موجودين رغم تعمد قتلهم للقضاء على الوجود الفلسطيني بالمنطقة.

### 3.4.7. فنيات التصوير وتجسيد الخطاب القيمي في الإشهار:

بعدما قمنا بالتقطيع المشهدي المتضمن لحركات الكاميرا نميز اعتماد المخرج بكثرة على الحركات البانورامية بمختلف أنواعها، والتصوير البانورامي هو نوع درامي هدفه الأساسي نقل الصور بكافة ما تحمله من معاني ومشاعر، من أجل القدرة على جعل الجمهور يعيش الشعور والأحداث واستمالاته عاطفياً نحو التضامن مع مطالب الشعب الفلسطيني التحررية.

الوصف التدريجي أيضاً من خلال التصوير يزيد من أسلوب التشويق ويدفع بالمتفرج الى الرغبة في معرفة الأحداث القادمة كما أنه يساهم في تخزين الشخصيات لدى منطقة اللاوعي عند المتابع، 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 الروح البريء حتما 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 الترابلينغ فلقد جاءت لتعزز من أصالة العادات والتقاليد الفلسطينية وتؤكد على مظاهر الهوية والمتمثلة في المسجد الأقصى وقبة الصخر و أشجار الزيتون وحقول القمح، ثم اللباس التقليدي الفلسطيني، والرقص الشعبي كجزء لا يتجزأ من الأرض والشعب الفلسطيني، عمد المصور أيضاً على تكرار مشاهد الأطفال يلعبون على شاطئ البحر ويتناولون سمكا مشويا للتأكيد الحدود الجغرافية الحقيقة لفلسطين قبل نكبة 1948.

### 4.4.7. الأنماط الفنية الدالة في إشهار " مرافعة 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 المشهر بها، ولا يتم تحديد شهر رمضان حصراً كفترة مهمة للإشهار في العالم العربي بطريقة اعتباطية، إنما هي فترة منتقاة ومختارة 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 المعلنة إضافة إلى تحقيق شعور الرضى لدى الجماهير وإشباع حاجياتهم الترفيهية والشرائية، وذلك من خلال توظيف مختلف المبادئ التي يتميز بها شهر رمضان كآلية للتقرب 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 قارناها مع غيرها من شركات الاتصال العربية نجد أنها 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 الخارجة عن حيز الاستهداف ينتظرون إعلاناتها، من أجل المتعة وبالتالي فقد خلقت لنفسها متتبعين لمحتواها وإن كانوا بعيدين عن اقتناؤه، 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 الأوصار 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 مقترن بدوافع أخرى مضمرة في المستوى الإيحائي 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 إيجازات متعددة: رمزية، أدبية ووجدانية، لا نستطيع تجاهلها وأن نشاطها الدلالي وتفاعل مكوناتها الداخلية هو الأمر الذي يخلق المعنى ويبرز قساماته وهو الذي يزيد في ثراء وغنى مادة الصور.

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

إشهار "مرافعة زين رمضان 2024...سنعود"، قدمت فيه الشركة مجالا ضخماً من المعاني والأفكار وحتى طريقة التفكير، كما أنها أنصفت قضية وشعباً في ظل زخم من التوجهات السياسية والآراء المختلفة دون أي تحريج 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 أطلقت عبر قناتها على اليوتيوب، كما لا يعد هذا أول عمل تناقش فيه وضع وحرية القضية الفلسطينية والشعب الفلسطيني بل سبقه إشهار آخر في ذات السياق وبنفس موضوع القضية المعالجة "سيدي الرئيس" وهو الآخر حقق آلاف المشاهدات وحظي بنقاش وانتشار واسع عبر منصات التواصل الاجتماعي .

#### 5.4.7. أدوار الأنماط الفنية التداولية المتضمنة في إشهار شركة زين للاتصالات "سنعود 2024":

لقد تعددت أنماط الرسالة الإشهارية واختلفت من نوع لآخر على حسب الصفة التي تكون عليها وكذا الصيغ التي تأتي بها فمنها: التفسيرية والوصفية والحوارية...، وكل ذلك يعتمد على قدرة القائم ببناء الرسالة على التحكم والتلاعب في اللغة الإشهارية التي يخاطب بها الجماهير المستهدفة، وقد تسابق أصحاب المجال وعلى مرور الزمان إلى ابتكار أساليب إشهارية من شأنها أن تحقق لهم ولؤمساتهم ميزة الريادة من خلال التفاف الجمهور حولهم وحول منتوجاتهم المشهورة لها، لكن الأمر الملفت للنظر في إشهارات 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 عمدت في السنوات الأخيرة إلى ابتكار صيغ إشهارية فنية تختلف كل الاختلاف عن نظيراتها 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 مكنها من الوصول إلى جماهيرها وترسيخ في أذهانهم صورة ذهنية طيبة عن الشركة، أما في سنتي 2024/2023، وتزامنا مع أحداث الحرب على غزة فقد حولت اهتمام سياقاتها إلى وضع رسائلها في أطر حكواتية مختلفة تمثلت في رسالة "سيدي الرئيس" رمضان 2023 و"مرافعة سنعود" رمضان 2024.

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

#### 6.4.7. بلاغة الفن والتداول في الخطاب الإشهاري مرافعة 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 الخطائية والبصرية وتلك الأيقونية التي خلقت لنا نماذج تداولية للخطاب الإشهاري التي تضع العلامات اللغوية والغير لغوية في سياقاتها.

أما بالرجوع إلى الخطاب الإشهاري محل البحث المتعلق بمرافعة زين رمضان 2024، والموجه 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 تميزا 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 الوجدان والأحاسيس والضمير والجانب الانساني هي البلاغة ذاتها التي اقترنت بمبدأ التداولية.

#### 7.4.7. الخطاب القيمي في إشهار مرافعة زين لرمضان 2024:

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

وبعد تحليلنا لإشهار واستنطاقنا لكافة العلامات الأيقونية والألئسية بمختلف مستوياتها الظاهرة والباطنة ووقفنا على تفصيلات الديكور والموسيقى والإضاءة لا حظنا بأن الإشهار محل الدراسة قد اعتمد على مبدأ محاولة تكريس القيم في خطابه بدءا بالقيم الانسانية التي كان يدعو إليها كحق الأطفال في العيش بسلام وإيقاف الحرب على قطاع غزة، وصولا 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 معاني الرقص والموروثات الاجتماعية كاللباس والأطعمة وقيم الصبر والثبات والمحبة والاخلاص 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 التطرق فيها إلى أسلوب المحاكاة في تجسيد شخصيات الإشهار محل الدراسة ثم الحديث عن معاني التداول والإيحاء في الشخصية الكاريكاتورية حنظلة التي تم عرضها، وصولاً إلى إظهار فنيات التصوير وتجسيد الخطاب القيمي، وفي الأخير تبيان الأنماط الفنية الدالة وأدوارها التداولية، لنختم الدراسة بتحليل بلاغة الفن والتداول في الخطاب القيمي الإشهاري.

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

إضافة إلى ذلك فإن للأنماط الفنية التداولية في الإشهار أدوارها الفعالة في الحفاظ على اهتمام الجماهير بالمؤسسة وبمنتجاتها التي تشهر لها نظير تلبية رغباتهم ومصاحبتهم في كافة توجهاتهم وتعبيرها عما يجول 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 اقترن ذلك بمستوى بلاغي يعمل على الولوج السريع إلى أذهان المتلقين.

**التوصيات:** بالرغم من نجاح المؤسسات التي تعتمد على أنماط فنية وتداولية مبتكرة ومتنوعة 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 والحتمية التي تفرضها التكنولوجيا وتداولية السياق، لذلك يتوجب عليها السير حذو التطوير والتجديد وإعطاء قيمة أكبر للجانب الاتصالي الذي لا غنى عنه في مجال تطور وريادة المؤسسات.



## قائمة المصادر والمراجع

### الكتب

- ابن خلدون, عبد الرحمان. تاريخ ابن خلدون. بيروت: دار القلم. 1984 ,  
التل, سعيد. مناهج البحث العلمي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2007 ,  
قندليجي, عامر. البحث العلمي وإستخدام مصادر المعلومات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2008 ,  
بلقاسم سلاطنية. سيميولوجيا الصورة الإشهارية. بسكرة: مطبعة جامعة محمد خيدر. 2013 ,

### المقالات العلمية

- بوشحيط, مراد. «منهج التحليل الفيلمي من النظرية الى التطبيق» كيف يقرأ فيلما سينمائيا وفق شبكة القراءة الفيلمية». (مجلة الاتصال  
والصحافة. 01 (2014)  
زراري, وعواف. «الصورة وتحليلاتها في بنية الخطاب الفيلمي» (تحليل سيميولوجي للفيلم التونسي صمت القصور للمخرجة مفيدة  
التلاتلي). (مجلة فتوحات) 04-جانفي. 186: (2014)  
زهية, بن عبد الله. «سردية الخطاب وسردية الصورة عند رولان بارت» (قراءة المعنى وآليات الأويل). (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, وبوعلام. «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.  
زراري, وعواف. «صورة المرأة في السينما الجزائرية». مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال, جامعة الجزائر 2002.

## References :

### Books

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



- bilqasim salatiniat. simyulujia alsuwrat al'iishhariati. bisakratin: matbaeat jamieat muhamad khaydar, 2013
- **Scientific forums** bushhiti, muradi. <<manhaj altahlil alfilmii min alnazariat alaa altatbiqu( kayf yaqra filman sinimayiyana wafq shabakat alqira'at alfilmiiati).>> majalat aliaitisaal walsahafat 01 (2014).
- zarari, eawatifi. <<alsuwrat watajalyatiha fi binyat alkhitaab alfilmii( tahlil simyulujiun lilfilm altuwnisii samt alqusur lilmukhrijat mufidatan altilatli).>> majalat futuhat 04 (janfi 2014): 186.
- zahiatsu, 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'abead alsuusiuthaqafiat lisurat almar'at fi al'iieelanat altilfizyuniati, 'iishkaliaat tatbiq almanhaj alsimyuluji.>> majalat aleulum aliaijtimaieat waliansaniat 03 (s.d.): 490.
- maeatiru, buelam. <<madakhil alsaytarat eind biar burdiu-alkhitab al'iishharii 'unmudhaja.>> majalat alkhitaab waltawasul 07 (jwan 2020): 194.

## Theses

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

## web Sites

- 03 01 2025. [http : www.alyaseer.Net /vb /shauthead.phpt](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](http://www.alyaseer.Net/vb/shauthead.phpt) : 3589

15 01 2025. <https://www.aljazeera.net/>. مأساة أطفال فلسطين :وما زلت طفلاً .أنا حنظلة