

الدلالة الأيقونية للإشهار التلفزيوني الموجه - دراسة سيميولوجية على اشهار دمى حياتي غيرل -

The iconic indication of television publicity directed to children -Semiological study on hayati girl doll advertisement-

جعود سماح ، بن زروق جمال

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة الجزائر الإيميل: samahdjaoud@outlook.fr

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة الجزائر الإيميل: Benzeroukd@yahoo.com

تاريخ التسليم: 2020/10/15 تاريخ التقييم: 2021/2/25 تاريخ القبول: 2022/6/6

الملخص

Abstract

This study investigates the visual indications used in channel advertisements directed to children, which with their dimensions and images contain explicit and implicit symbols. Advertisements carry clear direct images, but behind each, there are hidden symbols, which have positive or negative effects on individuals' behaviors and children in particular. We relied on an intentional sample choosing Hayati Girl advertisement presented by spacetoon channel. The following results were found: the prominence of diversity in shooting locations, which showed the girl's luxury life, and the similarity between the girl's appearance and the dolls. For the study of colors, pink that appeared a lot is considered, an ideal color that combines beauty and feminist, making it perfect to advertise girl's products.

Key words:

Indication - icon - television publicity - child - semiology.

تهدف هذه الدراسة الى معرفة الدلالات البصرية الأيقونية الموضفة في الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل، فالإشهارت تحتوي بأبعادها و صورها رموزا ظاهرة و أخرى ضمنية تتطلب التأويل لمعرفة دلالاتها ،كما تحمل صوراً مباشرة يسهل علينا تفسيرها، لكن وراء كل صورة رموزا مخفية و دلالات تكون لها تأويلات إيجابية أو سلبية و تأثيرات على سلوكيات الأفراد و الأطفال خاصة، و قد اخترنا بالتحليل اشهار حياتي غيرل الذي تعرضه قناة سبيستون الموجهة للأطفال و قمنا بتحليله تحليلا سيميولوجيا، كما توصلت الباحثة للنتائج التالية :عند دراسة التمثيلات الأيقونية برز التنوع في أماكن التصوير الذي دل على رفاهية العيش للفتاة ،ظهرت الوظيفة الرمزية أيضا من خلال التشابه بين شكل الفتاة و الدمية، أما الألوان المستخدمة حملت دلالات اجتماعية ايجابية، فاللون الوردي الي ظهر بكثرة هو لون الجمال والهدوء والأنوثة مما يجعله لون مثالي للإشهار عن منتجات تخص فئة الفتيات.

الكلمات المفتاحية:

*المؤلف المراسل

الدلالة - الأيقونة - الاشهار التلفزيوني -الطفل -السيميولوجيا.

1. مقدمة

عرف الإشهار التلفزيوني انتشارا واسعا في فترة وجيزة وذلك لدوره الفعال في ترويج السلع والخدمات المختلفة، كما أنه اكتسب شهرته من طبيعة الأداة نفسها وهي التلفاز، ذلك لقدرته على إيصال الرسائل الإشهارية من خلال عناصر جذب كالألوان، الموسيقى والصورة في حد ذاتها.

فالإشهارات تحتوي بأبعادها وصورها رموزا ظاهرة و أخرى ضمنية تتطلب التأويل لمعرفة دلالاتها وكيف يمكنها أن تؤثر على سلوكيات الأفراد، حيث يقول كرسيتيان ماتر Christian metz في هذا الصدد " بسيط أن نستغل الرسالة الاعلانية خارجيا و نعلق عليها لكنه صعب جدا أن نستطيقها على مستوى داخلي و نغوص في أعماق بصريتها ، فما بصرية الصورة الاعلانية الا بنيات غير بصرية" ، بمعنى أن الإشهار التلفزيوني يحمل صوراً مباشرة يسهل علينا تفسيرها الا أنه وراء كل صورة رموزا مخفية و دلالات لاستخدام الكلمات ، الموسيقى ،الألوان ،الديكور وكل الأساليب الفنية التي يستخدمها المعلن، فتكون لها تأويلات إيجابية أو سلبية على سلوكيات و مبادئ الأفراد، كما قال جورج بنينو George Peninou " أن الإعلان ملزم بإعادة انتاج الواقع و أنه على الرسالة أن تتضمن نظامين : تعيني ملخص في الخصائص والصيغ الفنية، تضميني ممثلا في الصيغ الدلالية التي تزيد من تعميق معنى الإعلان"، فتحتوي الإشهارات رسائل لغوية و أيقونية تتطلب التأويل لما تحتويه من رموز عديدة مباشرة ، وغير مباشرة ايحائية مخزونة في اللاوعي الجمعي للفرد، فيعمل المصممون على دراسة العوامل النفسية و المشاعر الكامنة في اللاوعي الجمعي للوصول الى قناعة المتلقي.

فيعمل الإشهار التلفزيوني على نقل الرسالة للمستهلك بطريقة ممتعة، مقنعة وجذابة من خلال اعتماد استمالات إقناعية تخاطب العقل والعاطفة معا للتأثير على المستهلك من أجل دفعه للشراء، "فصوت الاشهار لا يتوقف أبدا عن دفعنا للشراء والشراء والشراء"، (C R. Haas 1988, p. 190)، برغم القدرة التي يتمتع بها الكبار في انتقاء و اختيار الرسائل التي تتناسب و قدراتهم الشرائية، فلا يتأثرون بصفة كبيرة بالإعلانات عكس فئة أخرى من فئات المجتمع و نخص بالذكر الأطفال.

فالطفل يقبل على مشاهدة الإشهارات التلفزيونية لما لها من عوامل جذب لاقتناء المنتجات، أو لممارسة شتى أنواع الضغط على أوليائهم عبر ترديد الأغاني والكلمات المصاحبة للإشهار، والملاحظ أن الطفل حساس للشخصيات والحركات المستخدمة فيه وليس للحجج المتعلقة بالمنتج، فمرحلة الطفولة من أهم المراحل الهامة التي تتسم بالمرونة و سهولة استجابة الطفل لتعديل السلوك و إعادة اتزانه في المسار السليم، و اكتساب الأساليب السلوكية المختلفة، خاصة مع اهتمام المعلنين بهذه الشريحة و استغلالها سواء كوجه اشهاري عن المنتجات الخاصة بالأطفال أو حتى الكبار، أو لاستخدامها من أجل التأثير على قرارات الأولياء، و هذا يلاحظ في القنوات الموجهة للطفل خاصة قناة سيستون للأطفال، التي زاد استخدام الوجه الطفولي في اعلاناتها، فلم يعد يقتصر استخدامهم للترويج عن السلع و المنتجات الخاصة بالأطفال و انما من اجل الإشهار عن مواد استهلاكية قد تكسبهم عادات سلوكية خاطئة، فتذكر العديد من الدراسات في هذا المجال أن للإشهار تأثير سلبي على صحة الأطفال و تعويدهم على استهلاك منتجات غير نافعة، حيث توصلت عدة الدراسات في هذا المجال أن تأثير الإشهارات التلفزيونية على الأطفال تكون سلبية أكثر منها إيجابية، حيث تحثهم على الحياة المثالية المترفة و العيش في رفاهية، لذلك جاءت هذه الدراسة لمعرفة كيفية ترسيخ هذا السلوك للطفل من خلال الرموز الأيقونية في الإعلانات التلفزيونية.

ارتأينا الى طرح التساؤل التالي: ما دلالات الرموز البصرية الموظفة في الاشهار التلفزيوني "دمية حياتي غيرل"؟

وللإجابة على هذا التساؤل أرفقناه بجملة من التساؤلات الفرعية هي:

- ماهي العلاقة بين الرسالة الألسنية والبصرية الموظفة في الاشهار ؟- ما نوع الرسالة الاشهارية الموظفة في الإشهار؟

-ما طبيعة البنية اللغوية الموظفة في الاشهار؟ -ماهي دلالة استخدام المدونة اللونية فيه؟

- كيف استخدمت الموسيقى والإضاءة في الإشهار التلفزيوني؟

2. تحديد المفاهيم:

1.2 الاشهار التلفزيوني:

-هو مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل التلفزيون إلى الجمهور ، قصد تعريفه بالسلعة أو الخدمة أو الفكرة بالشكل والمضمون الذي يؤثر في معلوماته وميوله وقيمه وسلوكه الاستهلاكي أو أفعاله.(ايناس محمد غزال، 2001، ص 134)

- هو النشاط الذي يقدم الرسائل الاشهارية المرئية والمسموعة الى الجمهور لإغرائه على شراء سلعة أو خدمة مقابل أجر مدفوع.(محمد منير حجاب، 2004، ص 65)

التعريف الاجرائي:

الإشهار التلفزيوني هو عبارة عن مجموعة من الرسائل المستخدمة عبر قناة سببستون الموجهة للطفل، من أجل تعريفه بالسلعة أو الخدمة المعروضة وإقناعه بها وهو يستخدم عدة مؤثرات سمعية وبصرية للفت انتباه المشاهد وتحمل كذلك مجموعة رموز وقيم تؤثر على سلوكيات الأفراد والأطفال خاصة ونخص بالذكر اشهار دمىة حياتي غيرل.

2.2 الدلالة:

الدلالة هي الكيفية التي يتم فيها استعمال المفردات ضمن سياق لغوي معين، وبيان علاقتها بالعملية الذهنية، لأن الألفاظ لا تدل على الأمور الخارجية بل على الأمور الذهنية.

-هو العلم الذي يعالج علاقة العلامات بمدلولاتها، ومن ثم يهتم بالموضوعات التي ترجع أو يمكن أن ترجع إليها مدلولاتها (خليفة بوجادي، 2009، ص 24)، كما تناول رولان بارت سيميولوجيا الدلالة التي تهتم بدراسة الإيحاءات من أجل الكشف عن المعنى الحقيقي للعلامات الأيقونية أو الصورة بصفة عامة.

- دراسة الشروط التي يمكن في ظلها اعتبار الاشارات والرموز بما فيها الألفاظ، ذات معنى، ودراسة كيفية تأثير السلوك الانساني بالكلمات. (فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، 1999، ص 341)

التعريف الإجرائي للدلالة:

هي الكيفية التي من خلالها نعالج علاقة العلامات بمدلولاتها، وتبين السياق اللغوي لاستعمال المفردات وعلاقتها بالعملية الذهنية في اشهار حياتي غيرل بدراسة مدلول و معنى الرموز المستخدمة.

2.3 الأيقونية:

الأيقونة حسب الباحث كرستيان ماتز هي الشفرة اللسانية التي تلازم الصور الفوتوغرافية، الكاريكاتير والرسائل البصرية الأخرى، بغرض توضيحها أو التعليق عليها، أما من منظور شارل ساندريس بيبس هي علاقة تحيل الى الشيء الذي تدل عليه بفضل

سمات خاصة تمتلكها، فقد يكون أي شيء أيقونة لشيء آخر، سواء كان الشيء صفة أو كائناً أو قانون، بمجرد نستخدم هذا الشيء ونستخدم دليلاً له' (محمود ابراقن، 2000، ص 34-35)، فالأيقونية في الصور الإشهارية غالباً ما يتم على أساس إجراءات إحصائية عديدة مؤسسة على مؤثرات مختلفة تتوزع بين الاستعمالات السوسيو ثقافية للموضوعات المصورة من جهة، وأشكال وطرق عرضها على المشاهد من جهة أخرى.

التعريف الاجرائي:

الرموز الأيقونية هي تلك العلامات غير المنطوقة والمشار إليها في الإشهار التلفزيوني "لدمية حياتي غيرل" الموجه للطفل للدلالة على شيء مقصود، فهي عملية إحصائية تستهدف شعور ووجدان الطفل، نقصد بها جميع الرموز الموظفة في هذا الاشهار من لباس، ديكور، ألوان، ومختلف أشكال اللغة غير اللفظية.

2.4 مفهوم الطفل:

عرفت على انها المرحلة التي يمر بها الكائن البشري من الميلاد الى سن الثانية عشر تقريباً وتتميز مرحلة الطفولة بالمرونة والقابلية وهي مرحلة للتربية والتعليم وفيها يكتسب الطفل المهارات والاتجاهات العقلية والحسية (أمل دكاك، 1995، ص156).

- فالطفولة هي مرحلة من مراحل حياة الانسان تتميز بالاعتماد على الآخرين في تأمين الحياة وبوجود استعدادات لدى الأطفال في اكتساب المهارات والأفكار التي يكتسبها من المحيط الذي يعيش فيه، فيمكن التعقيب على التعاريف السابقة أن مرحلة الطفولة قد تمتد الى غاية السادسة عشر والتي تسمى بالطفولة المتأخرة حسب علماء علم النفس.

التعريف الاجرائي للطفل:

الطفل هو صغير الكائن الإنساني مند ولادته حتى قبل سن المراهقة أي الى غاية 14 سنة تتميز هذه المرحلة بالقابلية للتعلم واكتساب المهارات، المعارف من الوسط المحيط به وفي دراستنا هم الأطفال المشاهدين لقناة سبيستون.

2.5 السيميولوجيا:

حسب الناقد الفرنسي رولان بارت التحليل السيميولوجي هو: شكل من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الاعلانية والأسنسية، بحيث يلتزم الباحث الحياد نحو الرسالة. من جهة ويسعى فيه من جهة أخرى إلى تحقيق التكامل من خلال التطرق إلى الجوانب الأخرى السيكولوجية، الاجتماعية، والثقافية التي يمكن أن تدعم التحليل بشكل أو بآخر (فايزة يخلف، 1996 م.س.ذ، ص 15)، كما يرى اللغوي الدانماركي لويس هايمسالف Louis Hjemself 'أنه مجموعة من التقنيات و الخطوات المستعملة لوصف و تحليل شيء باعتبار أن له دلالة في حد ذاته و بإقامة علاقة من أطراف أخرى' (Judith Lazar, 1991, P 133-138)

-فالتحليل السيميولوجي يهتم بدراسة مختلف أنواع العلامات اللسانية وغير اللسانية أي أنه العلم الذي يهدف إلى دراسة العلامة بأنماطها المختلفة في حياة المجتمع أو دراسة الشفرات أو الأنظمة التي تمنح قابلية الفهم للأحداث والأدلة بوصفها علامات دالة تحمل معنى ما، وفي دراستنا يهدف الى الكشف عن الرموز الأيقونية الموظفة في الاشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل في قناة سبيستون للأطفال و نخص بالذكر اشهار لدمية حياتي غيرل.

3. أهداف الدراسة:

التعرف على الرموز البصرية الموظفة في إعلانات قناة سبيستون الموجهة للأطفال، والبحث عن دلالات استخدام هذه الأيقونات من الألوان وأشكال وموسيقى لمعرفة تأثيرها على نفسية الطفل.

4. منهج الدراسة:

إن طبيعة الدراسة تقتضي الاعتماد على مقارنة التحليل السيميولوجي للباحث كريستيان ماتز التي تقوم على مفهوم النسق، الآنية والدليل وبهذه المفردات الثلاث ترتبط هذه المقاربة التي تعتبر من أهم طرق البحث الكيفي. و يعتبر التحليل السيميائي علم يدرس نظم العلامات و خاصة منها اللغوية و الأيقونية، فالعلامة عبارة عن الجمع بين الواقع المحسوس و الصورة الذهنية المرافقة له فيسمح التحليل السيميائي للرسائل الاشهارية بوصف المعاني الإضافية و خاصة أن العلامات معاني أصلية و إضافية، (فضيل دليو و اخرون 2009، ص245)

فالمعنى الأصلي هو المعنى الثابت أما المعنى الإضافي هو المعنى المتغير للعلامة نفسها، فيهتم هذا المنهج باستخدام المعاني الضمنية و الدلالية لمختلف الرسائل، حيث يقول الباحث جاك ميتري Mitry. ل في هذا الصدد ' أن رسالة الدلالة الأولى أو المستوى التعييني هو سند ضروري، و أن رسالة المعنى الرمزي البعيد لا يمكن أن تكون دون هذا السند' Roger (Odin, 1997,p12)، لذلك سننطلق في هذه الدراسة من تحديد التمثيلات الأيقونية الناتجة عن التعيين الى القيم السمنطقية الرمزية للإشهار.

عينة الدراسة:

بما أن الاشهارات المستهدفة بالتحليل هي تلك التي تستهدف الأطفال في مضمونها و التي تبث على قناة سبيستون للأطفال، لذلك فقد اعتمدنا على العينة القصدية باستهداف الاشهارات الذين يظهر فيها الطفل، ولصعوبة حصر جميع مفردات الظاهرة في القناة، لاحظنا تكرار مجموعة من الإعلانات الخاصة بالفتيات لدمية 'حياتي غيرل' لذلك اخترناه من مجموعة الاشهارات المبثوثة و هو اشهار حياتي غيرل 1 Hayati girl .

5. أدوات جمع البيانات:

باعتبار أن الدراسة تحليلية سيميولوجية فقمنا بتحليل الفيلم الاشهاري وذلك بالاعتماد على مجموعة من الخطوات التي نتخذ في تحليل الفيلم السينمائي، باعتبار أن الفيلم الاشهاري يتضمن كل عناصر اللغة السينمائية، فانه يحلل علميا كما يحلل الفيلم السردي والوثائقي. (فضيل دليو و اخرون، ص94)، نقصد بتحليل الفيلم تجزئة بنيته إلى مكوناتها الأساسية، ثم إعادة بنائه لأهداف تخدم التحليل، وبحلل الفيلم الإشهاري فنيا وتقنيا كأى فيلم سينمائي، مع وجود اختلاف في أنه فيلم دون جنريك.

6. عرض ومناقشة النتائج:

تحليل الاشهار التلفزيوني دمية hayati girl

عنوان الومضة :دمية حياتي غيرل ،مدة الومضة: 1دقيقة و 43 دقيقة ،عدد اللقطات :65 لقطة

7.1 المستوى التعييني:

اشهار دمية حياتي غيرل hayati girl

رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	شريط الصوت			الجو العام للقطعة
					الموسيقى	التعليق أو الحديث	المؤثرات الصوتية	
01	02ثا	لقطة عامة	بانوراميه أفقية من اليمين الى اليسار	عادية بمستوى النظر	موسيقى بأداة البيانو	/	/	تمثل اللقطة الأولى ديكور غرفة لفتاة ترقد بسريرها صباحا
02	03ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	بانوراميه أفقية من اليمين إلى اليسار	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	استيقاظ الفتاة تنظر أمامها في دهشة.
03	01 ثا	لقطة قريبة جدا	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة بالون كبير أمام سرير الفتاة مكتوب عليه Happy Birthday
04	02ثا	لقطة مقربة حتى الخصر	ثابتة + بانورامية أفقية	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	فرحة الفتاة برؤية البالون وأن اليوم عيد ميلادها تقفز بفرح فوق سريرها
05	04 ثا	لقطة عامة	بانورامية أفقية من اليسار الى اليمين	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الفتاة وهي تقفز من سريرها بفرح تجري نحو الخزانة.
06	02ثا	لقطة قريبة	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	تبين وجه الفتاة وهي تفتح خزانتها
07	02ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	الصورة الفتاة و قد فتحت خزانتها و تبحث بين الملابس وقعت عينها على ثوب في دهشة.
08	03ثا	لقطة أمريكية	بانورمية عمودية من أسفل إلى	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الفتاة تحمل ثوب وردي جميل وتبدي فرحها به

					أعلى			
09	01ثا	لقطة قريبة	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة مقربة لوجه الفتاة تغني وهي تحمل الفستان الوردي
10	02ثا	لقطة مقربة الى الخصر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الفتاة تدور حول نفسها في فرح تحمل الفستان.
11	01ثا	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الفتاة تدور حول نفسها في فرح تحمل الفستان.
12	03 ثا	لقطة عامة	بانورامية أمامية	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة لقاعة صالون تجلس فيها الأم تتفخ بالون نفسي اللون ثم تدخل الفتاة تجري بفرح و تلعب بالبالونات
13	1ثا	لقطة مقربة حتى الصدر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الأم توقفت عن نفخ البالون وتنتظر لابنتها.
14	1/2ثا	لقطة قريبة جدا	ثابتة	جانبية	أغنية	/	/	صورة الفتاة وهي تري أمها الفستان حيث ركز المصور على الفستان ولا يظهر لنا وجه الفتاة
15	1/2ثا	لقطة مقربة الى الصدر	ثابتة+	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الفتاة تدور حول نفسها وتري أمها الفستان.
16	1/2ثا	لقطة مقربة إلى الصدر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الأم تحتضن ابنتها.
17	01ثا	لقطة قريبة	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الفتاة جالسة تحضر مع أمها لحفل لعيد الميلاد وضعت احدى الأحرف مصنوعة بالورق الكرتوني.
18	02ثا	لقطة قريبة جدا	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة قريبة يظهر ذراع الأم وقد قلبت بيدها الحرف a الذي وضعته ابنتها بالمقلوب. الحرف

19	01 ثا	لقطة مقربة إلى الصدر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	الفتاة تضع يديها على فمها لأنها أخطئت في وضع الحرف السابق.
20	1/2 ثا	لقطة قريبة	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة وجه الفتاة وأمها متقابلتان قريبتان جدا لبعض
21	03 ثا	لقطة متوسطة+ مقربة إلى الصدر	بانورامية عمودية من أسفل إلى أعلى	جانبية	أغنية	/	/	صورة للفتاة تغني ووضعت قناع على شكل قطة على عينيها.
22	01 ثا	لقطة مقربة إلى الصدر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الأم تضع يدها على خدها وتنتظر لابنتها.
23	1/2 ثا	لقطة مقربة إلى الخصر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الفتاة تضع ريشا ورديا على رقبتها
24	1/2 ثا	لقطة مقربة إلى الصدر	بانورامية أفقية من أسفل إلى أعلى	جانبية	أغنية	/	/	صورة الفتاة وهي ترتدي الريش
25	01 ثا	لقطة مقربة إلى الصدر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	اغنية	/	/	الأم تلعب مع ابنتها
26	1 ثا	لقطة قريبة	ثابتة	عادية بمستوى النظر	اغنية	/	/	صورة مقربة للفتاة وهي تضحك وتلعب بالريش حول رقبتها
27	01 ثا	لقطة مقربة إلى الصدر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	اغنية	/	/	صورة الأم جالسة وظهرها للكاميرا و هي تنفخ إحدى البالونات ثم ترميها لابنتها.
28	1 ثا	لقطة قريبة	ثابتة	عادية بمستوى النظر	اغنية	/	/	صورة الفتاة مندهشة عند رؤية البالون
29	1/2 ثا	لقطة مقربة إلى الخصر	ثابتة	عادية بمستوى النظر	اغنية	/	/	الام تعدل شعر ابنتها ثم تلتفت الفتاة بسرعة

				النظر				
30	1/2 ثا	لقطة قريبة	ثابتة	عادية بمستوى النظر	اغنية	/	صوت الجرس	صورة مقرية الفتاة وهي متلفتة في لهفة
31	01 ثا	لقطة أمريكية	ثابتة	عادية	اغنية	/	/	صورة الفتاة تفتح الباب لتجد صديقاتها يحملن الهدايا ويقفزن جميعا من الفرحة
32	01 ثا	لقطة عامة (الجزء الصغير)	بانوراميه افقية من اليمين الى اليسار	تحت مستوى النظر	اغنية	/	/	صورة للفتاة وصديقتها أمام باب المنزل يفرحن ويفزن كما يظهر لنا جزء من الديكور الامامي للمنزل
33	01 ثا	لقطة قريبة الى الخصر	ثابتة	عادية	أغنية	/	/	صورة مقرية للفتيات يقفزن بفرح ثم يدخلن الى المنزل.
34	01 ثا	لقطة متوسطة+ لقطة الجزء الصغير	ثابتة	عادية	أغنية	/	/	صورة الفتيات أمام حوض للأسماك داخل المنزل.
35	03 ثا	لقطة قريبة	بانوراميه أفقية من اليمين الى اليسار	عادية	أغنية	/	/	صورة الفتاة وصديقاتها يلعبن مع الأسماك الموجودة داخل الحوض وتتحرك الكاميرا مع الأسماك من اليمين الى اليسار.

36	1ثا	لقطة قريبة الى الصدر	بانوراميه عمودية من الأعلى الى الأسفل	عادية	أغنية	/	/	صورة الفتاة تجلس على آلة البيانو مع اثنتين من صديقاتها
37	1ثا	لقطة قريبة الى الصدر	ثابتة	عادية	أغنية	/	/	صورة صديقات الفتاة يغنين
38	2ثا	صورة قريبة	ثابتة	عادية	أغنية	/	/	صورة مقرية للفتاة وهي تغني.
39	1ثا	صورة عامة	بانوراميه افقية من اليسار الى	جانبية	أغنية	/	/	صورة عامة من داخل المنزل عبر النافذة تبين حديقة المنزل والمسيح

					اليمين			
وتظهر الفتيات يجرين بالحديقة								
40	02	ثا	صورة الجزء الكبير	بانوراميه أفقية من اليسار الى اليمين	تحت مستوى النظر	أغنية	/	/
41	1	ثا	لقطة قريبة	ثابتة	عادية	أغنية	/	/
42	1	ثا	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية	أغنية	/	/
43	02	ثا	لقطة الجزء الصغير	بانوراميه أفقية من اليسار الى اليمين	تحت مستوى النظر	أغنية	/	/
44	02	ثا	لقطة أمريكية	بانوراميه عمودية من أعلى الى أسفل	ثابتة	أغنية	/	/
45	1	ثا	لقطة مقربة الى الصدر	بانوراميه أفقية من اليمين الى اليسار	ثابتة	أغنية	/	/
46	1	ثا	لقطة مقربة الى الخصر	بانوراميه أفقية من اليمين الى اليسار	ثابتة	أغنية	/	/
47	1	ثا	لقطة قريبة الى الصدر	بانوراميه عمودية من الأسفل الى الأعلى	تحت مستوى النظر	أغنية	/	

48	1ثا	لقطة أمريكية	ثابتة	عادية	أغنية	/	/	صورة الفتاة ممسكة بيد أمها وتدور حول نفسها.
49	1ثا	لقطة قريبة	ثابتة	عادية	أغنية	/	/	صورة قريبة لوجه الفتاة تطفئ شموع كعكة عيد ميلادها وبجانها أمها
50	1ثا	لقطة قريبة جدا	ثابتة	عادية	أغنية	/	/	صورة قريبة جدا لخم الفتاة وهي تطفئ 3 شموع.
51	1ثا	لقطة قريبة الى الصدر	ثابتة	عادية	أغنية	/	/	صورة الفتاة تلتفت بلهفة
52	1ثا	لقطة أمريكية	بانورامية أفقية من اليسار الى اليمين	عادية	أغنية	/	/	صورة أب الفتاة يدخل مبتسم ويحمل بيده صندوق وردي كبير.
53	1ثا	لقطة مقربة للخصر	بانورامية أفقية من اليمين الى اليسار	عادية	أغنية	/	/	صورة الفتاة تجري نحو أبيها
54	2ثا	لقطة متوسطة	بانورامية عمودية من الأعلى الى الأسفل	جانبية	أغنية	/	/	صورة للفتاة مع أبيها يجلس على ركبتيه ويقدم لها الصندوق و تظهر خلفهما الأم و صديقات الفتاة جالسات حول الطاولة
55	1ثا	لقطة قريبة	بانورامية من الأسفل الى الأعلى	ثابتة	أغنية	/	/	صورة قريبة لوجه الفتاة تفتح الصندوق و تعبر عن دهشتها
56	2ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	أغنية	/	/	صورة قريبة لدمية حياتي غيرل
57	2ثا	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	أغنية	/	/	الفتاة تحتضن الدمية بفرح
58	½ ثا	لقطة متوسطة	تحت مستوى النظر	بانورامية افقية من	أغنية	/	/	صورة الفتاة وصديقاتها يلعبن

				اليمين الى اليسار				
59	½ ثا	لقطة قريبة الى الصدر	عادية	ثابتة	أغنية	/	/	صورة مقربة للفتاة تلعب مع صديقاتها ثم تتلفت
60	1ثا	لقطة متوسطة	بانورامية افقية من اليسار لليمين	تحت مستوى النظر	أغنية	/	/	صورة الفتيات يلعبن
61	1ثا	لقطة مقربة الى الصدر	عادية	ثابتة	أغنية	/	/	صورة قربة للفتاة تلعب مع صديقاتها وتدوران حول نفسها
62	1ثا	لقطة مقربة الى الخصر	عادية	ثابتة	أغنية	/	/	صورة مقربة للفتاة في الأرجوحة و صديقاتها يمرجنها بها.
63	2ثا	لقطة متوسطة	تحت مستوى النظر	ثابتة	أغنية	/	/	صورة للفتاة تتأرجح مع صديقاتها بفرح
64	5ثا	لقطة مقربة الى الخصر	عادية	ثابتة+ زووم أمامي	أغنية	/	/	صورة للفتاة في فراشها وبجانبيها دميته الجديدة "دمية حياتي غيرل" ثم تغطيها أمها وتنام
65	7ثا	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	الاغنية	/	/	صورة للشعار Hayati girl

بعد تحديد اللقطات نقوم بدراسة العلاقة بين هذه اللقطات وهذا من خلال دراسة المشاهد:

(1) تحليل المشاهد :

طبيعة المشاهد و	دراسة مختلف المتغيرات المشهدية	تحليل الثوابت المتعلقة بالسيناريو
-----------------	--------------------------------	-----------------------------------

خصائصه التصويرية	متغير الزمن	التسلسل المشهدي	الإيقاع المشهدي	المؤثرات الصوتية
المشهد الأول				
وهو ذلك الجزء من الإعلان الذي يتألف من اللقطات التي تبين الفتاة داخل غرفتها تستعد لعيد ميلادها	ترتكز أحداث هذا المشهد على مدونة زمنية حقيقية تحيل إلى واقع يتميز بالآنية والواقعية.	الاعتماد على التركيب التحليلي.	الإيقاع المشهدي منسجم عن طريق التناغم في الانتقال من لقطة إلى أخرى ضمن المشهد.	لم توظف المؤثرات الصوتية كثيرا وإنما الاعتماد على أغنية حياتي غيرل والتركيز على الصورة أكثر من اللغة.
المشهد الثاني				
و ذلك الجزء من الإعلان الذي يتألف من اللقطات التي تبين دخول الفتاة للصالون أين تجد أمها تتفخ بالبلونات استعدادا لحفلة عيد الميلاد	يتميز هذا الزمن بالواقعية و الآنية تعتمد على مدونة حقيقية	الاعتماد على التركيب التحليلي	هناك انسجام بين الصور الأيقونية و الوقائع التي عرض فيها المشهد.	الاعتماد على بلاغة الصورة أكثر من اللغة و التركيز على مدونة رمزية توحي بالعلاقة الوطيدة بين الأم وابنتها
المشهد 3				
و هو ذلك الجزء من الإعلان الذي يتألف من اللقطات التي تبين الفتاة أمام المنزل مع صديقاتها	زمن يتميز بالسرعة و الآنية.	الاعتماد على التركيب التحليلي.	إيقاع مشهدي منسجم و تسلسل في عرض اللقطات إيقاع منسجم ويحتوي على مجموعة من الرموز التي وظفت لتقرب الواقع للمشاهد.	استخدام نفس الأغنية عدم استخدام أي عبارات لغوية.
المشهد 4				
و هو ذلك الجزء من الإعلان الذي يتألف من اللقطات التي تبين الفتاة داخل المنزل مع صديقاتها	زمن يتميز بالسرعة.	هذا المشهد متسلسل مع المشهد الذي قبله و مكمل له.	إيقاع مشهدي منسجم و تسلسل في عرض اللقطات	توظيف نفس الأغنية

المشهد 5	ذلك الجزء من الإعلان الذي يتألف من اللقطات التي تبين خروج الفتاة مع صديقاتها الى حديقة المنزل ويلعبن امام المسبح	زمن يتسم بالواقعية	الاعتماد على تركيب المشهد الذي قبله.	إيقاع مشهدي منسجم و تسلسل في عرض اللقطات.	عدم استخدام عبارات لغوية و اعتماد على نفس الأغنية.
المشهد 6	ذلك الجزء من الإعلان الذي يتألف من اللقطات التي تبين الفتاة مع أمها و صديقاتها في الحديقة اين يحتفلون بعيد ميلادها ثم يحضر لها ابوها دمية حياتي غيرل	زمن يتسم بالانية السرعة الواقعية	الاعتماد على التركيب التحليلي.	إيقاع منسجم ويحتوي على مجموعة من الرموز التي وظفت لتقرب الواقع للمشاهد وتسلسل في عرض اللقطات ضمن المشهد من اللقطة العامة إلى غاية المقربة	عدم توظيف اللغة في المشهد.
المشهد 7	وهو ذلك الجزء من الإعلان الذي يتألف من اللقطات التي تبين الفتاة مع صديقاتها يلعبن	زمن يتميز بطء عرض الاحداث	اعتماد التركيب التحليلي	تسلسل في عرض اللقطات.	توظيف نفس الأغنية
المشهد 9	وهو ذلك المشهد الذي يبين الفتاة في سريرها مع دميته	زمن بالواقعية	اعتماد التركيب التحليلي	إيقاع منسجم	اعتماد نفس الأغنية
المشهد 10	يمثل اللقطات التي تمثل خاتمة الاعلان فظهر فيها الشعار	زمن حقيقي يذكر شعار للمنتج	اعتماد تركيب تحليلي	انسجام في وحدة الفكرة التي يقوم حولها الموضوع	توظيف نفس الأغنية والاعتماد على الصورة في عرض الشعار

ان المشهد لا يعتمد على الصورة فقط، وإنما يجب إضفاء عنصر الصوت سواء كانت مؤثرات صوتية، كلام منطوق، ضجيج، والتي تضيف الواقعية على الصورة وبالتالي تكون أكثر إقناعاً، لهذا يجب أن أقوم بتحليل طبيعة العلاقة بين شريط الصورة والصوت في هذا الإعلان التلفزيوني

(2) - تحليل العلاقة بين شريط الصوت والصورة:

حتى نتعرف على طبيعة العلاقة بين الجانب الأيقوني والصوتي في هذا الإشهار يجب دراسة طبيعة التعبير الصوتي المستخدم فيه. فكل صوت موظف في الإعلان سواء كان ضجيج، حوار، مؤثرات صوتية، فان لها دلالة معينة، فلا يكون استخدامها اعتباطيا، وهذا لطبيعة المشهد واللغة المستخدمة، كذا المضمون المعبر عنه والصوت الملائم لتقديمه.

حيث لم يتم اعتماد سوى مؤثر صوتي واحد وهو صوت جرس الباب للدلالة على قدوم شخص معين لمنزل الفتاة، فقام المعلن بالتركيز على الأغنية الخاصة بالدمية حياتي غيرل.

كما استخدمت أغنية Hayati girl، وضعت هذه الأغنية للدلالة على تعلق الفتاة بالدمية وتشبيه العلاقة بينها بعلاقة الأخنتين، دلت كلمات الأغنية أن الفتاة تتمنى أن يصبح لديها أخت تلعب معها وتقرأ، تدرس معها، تتشارك معها كل ما تقوم به في يومها، وعندما قدمت لها الدمية سمتها توأم روحها وحياتها و هذا للدلالة على العلاقة الوطيدة بين الفتاة و دميته، فدلّت كل رسالة لغوية الى مشهد معين أو لقطة عبر عنها بالصورة، ففي هذا الإشهار كنت أرى تتابع تشكيلي بين عناصر مختلفة من الديكور وكلمات الأغنية، لذلك القول أن العلاقة بين شريط الصورة والصوت في هذا الإعلان هي علاقة ترابط و انسجام.

(3) تحليل العبارة الخطية في الومضة الاشهارية:

إن كل صورة سينمائية أو فيلمية تحتاج إلى صوت يعبر عنها وتتطلب كذلك رسالة ألسنية ترسخها وتنبؤ عنها في توصيل معنى ودلالة معينة ، هذا ما يقودنا إلى دراسة الرسالة الألسنية في إعلان حياتي غيرل.

تواجدت الرسالة الألسنة في هذا الاشهار في شكل شعار Hayati Girl تواجد في خاتمة الاشهار ،بالإضافة إلى ظهور عبارة Happy Birthday و التي تكررت في العديد من اللقطات و ذلك للدلالة على حفلة عيد ميلاد الفتاة، من الناحية السيميولوجية الرسالة الألسنية في هذا الإعلان استطاعت أن تقوم بوظيفة الترسية.

تجسيد وظيفة الترسية fonction d'ancrage: تجسدت وظيفة الترسية في تأكيد معنى الصور الموجودة في الإعلان وهي ترسيخ صورة المنتج دمية حياتي غيرل، كذا ترسيخ الحدث الذي يقوم حوله الإشهار وهو حفلة عيد الميلاد.

لم تظهر وظيفة المناوبة في هذا الإعلان لأن الرسالة الألسنية لم تستطع أن تنبؤ عن الصورة، ذلك لتركيز المعنى على الصورة أكثر من الرسالة الألسنية، من خلال هذا التحليل يمكننا أن نجتمع العناصر الضرورية لفهم الإعلان ويمكننا بذلك تأويله ومعرفة قيمة نوعه.

قيمة نوع الفيلم:

كل العناصر السابقة في التحليل استطاعت أن تقدم لنا قيمة نوع الإعلان، فهذا الإعلان يقدم لنا منتج لديه بعد رمزي، وذلك باعتماد الكثير من الرموز التي توحى بأهميته لدى الفتاة من بينها وصف الدمية بتوأم روح و حياة الفتاة، لهذا نستنتج أن إعلان Hayati Girl إعلان يركز على الجو الرمزي للمنتج.

نوع الرسالة الاشهارية الموظفة فيه:

اعتمد هذا الإشهار على إظهار الفتاة وهي تتجول عبر أنحاء المنزل بفرح مع صديقاتها وعائلتها تحتفل بعيد ميلادها وتتأمل هديتها، عبر استخدام المنتج المعلن عنه "الدمية" وعلامات الفرح والمتعة، السعادة بادية عليها.

لذلك أرى أن الرسالة الموظفة فيه هي الرسالة التي تستخدم الدوافع السيكولوجية، فهي تعتمد على الدوافع العاطفية وإصاق الشعور النفسي بالارتياح والسعادة والمتعة في استخدام المنتج المعلن عنه.

من هنا نكون قد استوفينا دراسة المستوى التعييني للإعلان التلفزيوني، بدراسة الجانب التقني والفني، ننقل بعدها إلى دراسة المستوى التضميني الذي يدرس الصيغ الدلالية لنستخرج بذلك الرموز والصور الأيقونية التي اعتمدت فيه.

7.2 المستوى التضميني: في هذا الجزء يعمل المحلل على تحليل الصيغ الدلالية للإعلان وفيه تظهر خبرته الذاتية

(1) دراسة البنية النصية للإعلان:

تتكون البنية اللغوية في هذا الإعلان من أغنية رافقت ظهرت من بداية الاشهار الى نهايته، كلمات الأغنية هي:

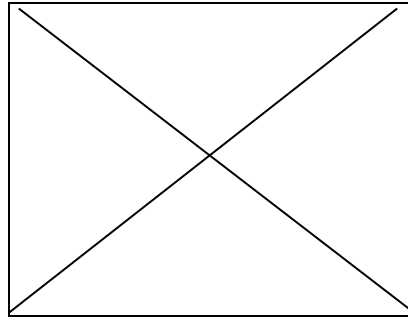
"أتمنى أن يصبح عندي أختا تشبهني، أَلعب معها، أقرأ معها يومي تشاركني، ألبسها ثوبا جذابا مثله تلبسني، اعتني بها وأدللها دوما تسمعني .. تلبس مثلي، تأكل مثلي وتنام بحضني، أجلس تجلس، أدرس تدرس، أخرج فتنبعني.. صار حلمي حقيقة أمامي ما أحلاه يؤنسني، معها وقتي أجمل يمضي، ومعا سنغني، توأم روحي سأسميها، حياتي..حياتي.

نلاحظ من خلال محتوى هذه المفردات المستعملة أنها ركزت على معنى واحد يعبر عن مزايا المنتج وعدم اللجوء إلى مفاهيم مقابلة من شأنها أن تخلق علاقات تضاد أو تناقض، فكان المربع السمنطقي ساكن و لم تخلق فيه أي حركية و الذي يظهر مايلي:

قيم الاستياء

قيم الاستحسان

(لا شيء)



العب معها، أقرأ و أدرس معها

، وقتي معها أجمل يمضي

الاستحسان

قيم عدم

قيم عدم الاستياء

(لا شيء)

صار حلمي حقيقة أمامي محلاه يؤنسني

يتضح من خلال المربع السابق أن التركيز على إنتاج المعنى عبر مفهوم واحد أدى إلى سكون المربع، واقتصار علاقاته على التكامل بين قيم الاستحسان وعدم الاستياء من جهة، والتكامل بين قيم الاستحسان وعدم الاستحسان من جهة، قيم الاستحسان وعدم الاستياء من جهة أخرى، حيث ركز الإعلان على ذكر مزايا الدمية وعلاقتها الوطيدة بالفتاة فكانت الرسالة الإعلانية رمزية ولم تذكر المميزات الكاملة لها وإنما كان الخطاب قصير اقتصر على ذكر الشعار في خاتمة الإعلان.

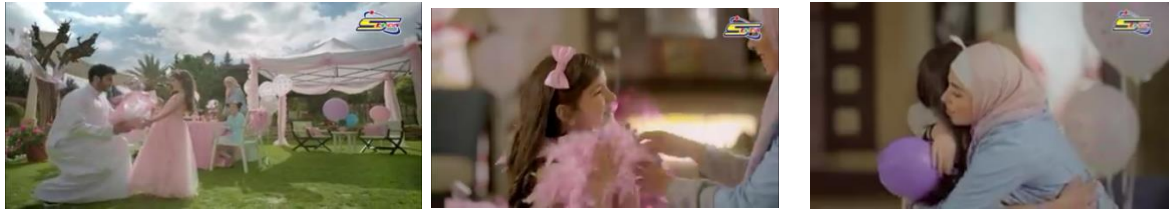
(2) دراسة التمثيلات الأيقونية "الصور":

للصور دلالات عديدة في الإعلانات باختلاف أنواعها وهذا ما نجده في إعلان hayati girl، حيث عملت الصورة على ترسيخ المنتج لدى الجمهور المتلقي، من خلال تبين فرحة الفتاة في كل المشاهد بحفلة عيد ميلادها وتنتظر الهدية دمية حياتي غيرل، عمل المعلن على تقريب الكاميرا من وجه الفتاة وذلك لتوضيح مشاعرها وتعابير وجهها لإبرازه وترسيخه لدى المشاهد.

بالإضافة إلى أن الصورة في هذا الإعلان عملت على تبين أهمية الفتاة لدى عائلتها وبرز التغيير في الديكور، بداية بتواجد الفتاة في غرفتها، ثم إلى غرفة الصالون مع أمها، ثم إلى حديقة المنزل مع صديقاتها، ثم الانتقال إلى مكان إقامة حفلة عيد الميلاد، هذا التنوع في أماكن التصوير إن دل على شيء إنما يدل على رفاهية العيش للفتاة، بالتركيز على المنزل الضخم الذي تعيش فيه ووجود مسبح كبير في الحديقة مما يشكل صورة نمطية لدى الطفل المشاهد بأن الطفلة المدللة و المحبوبة هي التي يقتني لها والديها دمية حياتي غيرل، كما أن الحياة المترفة التي يبينها الإعلان قد يؤثر نفسيا على الطفل المشاهد الذي يتمنى ان يعيش مثلها.



(أ-1) صورة لديكور المنزل الفخم (أ-2) صورة للمسبح و حديقة المنزل (أ-3) صورة للفتاة تعزف على آلة البيانو



(أ-6)

(أ-5)

(أ-4)

صور ترمز للعلاقة القوية بين الفتاة ووالديها ومكانتها الكبيرة عندهما

نجد عدة عناصر بلاغية في الصورة، فعمل المعلن على تقريب المنتج للجمهور من خلال الأشياء المفضلة لديه، فإبراز الدمية ترتدي نفس تصميم ولون فستان الفتاة كأنها أختها حقا أو مثلما ذكرت توأم روحها، ظهرت معها أيضا في خاتمة الاشهار يرتديان نفس قميص النوم، فتواجد الدمية مع الفتاة طيلة الوقت من الصباح حتى موعد النوم يعتبر من الأشياء التي ترسخ في ذهن المتلقي، وتعتبر من الدلالات الرمزية الظاهرة في الإعلان و التي تجسد الواقعية و تحيلنا للمستويات العميقة في التحليل.



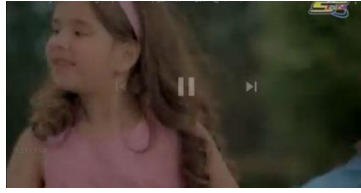
(ب-3)

(ب-2)

(ب-1)

الوظيفة الرمزية من خلال التشابه بين شكل الفتاة و الدمية (نفس الملابس)

حيث برزت الوظيفة الرمزية كذلك من خلال استخدام رموز توضح تعلق الفتاة بالدمية، حيث تظهر في احد المشاهد تلعب مع صديقاتها في جو من المرح (الصورة ج-1) لكنها تلنف فجأة للدمية و كأن فكرها مشغول بالتواجد مع الدمية و ليس مع صديقاتها (الصورة ج-2).



(ج-2)



(ج-1)

3) دراسة المدونة اللونية "الألوان":

تعتبر الألوان من العناصر الدلالية المهمة في الإعلانات التلفزيونية وهذا لتحقيق التأثير المطلوب، ولكل لون دلالة تعطي أثرا معينا إذا ما أحسن توظيفه.

استخدم مصممو هذا الإعلان اللون الزهري و البنفسجي بكثرة ، فظهر اللون الوردي في فستان الفتاة و كذا الدمية، أيضا لون ديكور تزيين الحفلة و لون كعكة عيد الميلاد، أيضا باللونات و صندوق الهدية ، أما اللون البنفسجي فظهر في طلاء جدران غرفة نوم الفتاة و كذا في ملابس نوم الفتاة و دميته، هذا للدلالة على الأنوثة خاصة و ان الإعلان موجه للفئة الاناث تحديدا، فهو لون يدل على الرقة و الأنوثة ، فاذا اراد المعلن أن يعبر عن الراحة فهو يستخدم اللون الأزرق أو الوردي (عبد النور بوصابة ، ص 91) كان اعتماد المعلن على هذه الألوان للدلالة على الأنوثة

بالإضافة إلى استخدام اللون البني، الذي في معظم أثاث وديكور المنزل، باب المنزل، أثاث وضع فيه حوض الأسماك، أثاث ولون غرفة الصالون، دل هذا اللون في معظم المشاهد على الفخامة.

4) دراسة الارتباطات السيكولوجية لهذه الألوان ومدلولها الثقافي:

إن الألوان تتمتع بسمات ودلالات، حيث أن كل لون له دلالة حسب المجتمع وثقافته فيمتد مدلوله الثقافي من المجتمع.

الألوان المستخدمة في هذا الإشهار حملت دلالات اجتماعية ايجابية، فاللون الوردي الذي ظهر بكثرة في هذا الإعلان يعتبر حسب خبراء الديكور من الألوان المثالية التي تجمع بين التحفيز والصفاء، كما أنه لون الجمال والهدوء والأنوثة (بن حرز الله مسعودة، 2019، ص 42)، مما يجعله لون مثالي للإعلان عن منتجات تخص فئة الفتيات.

كذلك بالنسبة للون طلاء غرفة نوم الفتاة فكانت مكانة موقف الى حد ما فقد جمع بين اللون الأزرق الفاتح والبنفسجي هذان اللونان اللذان يعبرا عن الراحة والهدوء للأطفال، فيبدأ الانسان بالتعرف على الألوان في بدايات حياته اذ يستخدم اللونان الزهري والبنفسجي والأزرق الفاتح لحديثي الولادة في حاضنات المستشفيات وهما لوانا يبعثان الراحة، الهدوء (بن حرز الله مسعودة، 2019 ص 10)

أما اللون الأبيض فيرمز للسلام، الخير، التفاؤل، الصفاء، وهو كذلك من الألوان المميزة في المجتمع، فحسب تاريخ الجزائر فان هذا اللون يرمز للسلام، النقاء والأخوة، كذلك لبلدان الشرق الأوسط فقد ظهر خدا اللون في ستائر وأثاث غرفة نوم الطفلة، وفي أرضية المنزل في بعض الأثاث وفي لباس والدها الذي يرتدي قميص فمعروف في دول الخليج خاصة ارتداء الرجال والصبيان لهذا اللباس كموروث ثقافي.

الألوان الأخرى المكونة من الأزرق، الأخضر، تنتمي إلى نفس التصنيف وهي ألوان الهواء، التي توحى بالهدوء، فالأخضر يوحي بالتناغم والتوازن والمحبة، الراحة، الاطمئنان، السلام، الطبيعة، ظهر في لون الحديقة، ودل في الإعلان إلى الطبيعة.

كما نجد اللون البني الذي يرمز للفخامة، الجدية والدفع، الأناقة، الأصالة (عبد الكريم حسن محسن، 2012 ص 18) لذلك غالبا ما نجده في لون أثاث المنزل.

5) دراسة الإضاءة الموجودة في الإعلان:

إن الإضاءة هي أداة تعبيرية تساعد المصور على إضافة معلومات معينة للمشاهدة كما تختلف دلالتها باختلاف استخدامها ولها أهمية كبيرة في تحديد قيمة ومعنى الموضوع المصور.

للإضاءة أهمية كبيرة في عملية التحليل الإعلان التلفزيوني حيث نلاحظ في هذا الإعلان الاستخدام المتوازن لها.

فاعتمد المعلن على اضاءة رئيسية تمثلت في الضوء الطبيعي 'ضوء الشمس' في كل المشاهد، حيث زاد الضوء الذي تسلك عبر النوافذ من عراقة وفخامة لتوضيح ديكور المنزل، أما في حديقة المنزل فزاد ضوء الشمس من واقعية المشهد.

أما في اللقطة الأخيرة ظهرت مظلمة ذلك للدلالة على وقت نوم الفتاة حيث ظهرت الفتاة نائمة بجانب دميته لتضيف واقعية على المشهد.

6) دراسة الموسيقى:

تعتبر الموسيقى عنصرا دلاليا للإعلان لأن له وظيفة تعبيرية تضيف الواقعية للمشاهد، و تم اعتماد نوع واحد من الموسيقى في هذا الإعلان و هي أغنية حياتي غيرل وهذا لخلق جو نفسي رمزي مناسب للمشاهد المصور و بهذا يمكن التأثير بالوقائع المعروضة في الإعلان ، حيث يوجد بعض التعبيرات الرمزية في النصوص المكتوبة للأغاني، وبعضها الآخر في المعاني الثقافية للأصوات وبعضها الثالث في تلك الرمزية العميقة المرتبطة بالخبرة الإنسانية، وتستخدم الموسيقى للتعبير عن كل هذه الجوانب وتجسيدها (شابي نبيل، 2014، ص102) ، وهذا ما ظهر في أغنية حياتي غيرل أين دلت كلمات الأغنية على الارتباط الشديد بين الفتاة و دميته.

، بالإضافة من مؤثرات صوتية تمثلت فيما يلي:

- صوت الجرس دل على وصول صديقات الفتاة الى المنزل.
- اعتماد إيقاع كلاسيكي بواسطة آلة البيانو في بداية الإعلان للدلالة على رفاة عيش الفتاة.

8. خاتمة(نتائج البحث)

- هناك تتابع تشكيلي بين عناصر مختلفة من الديكور وكلمات الأغنية لهذا الاشهار، لذلك فان العلاقة بين شريط الصورة والصوت هي علاقة ترابط وانسجام، فدللت كل رسالة لغوية الى مشهد معين أو لقطة عبر عنها بالصور.
- الرسالة الألسنية في هذا الإعلان استطاعت أن تقوم بوظيفة الترسخ من خلال تأكيد معنى الصور الموجودة في الإعلان وهي التأكيد على صورة المنتج دمية حياتي غيرل وكذا ترسيخ الحدث الذي يقوم حوله الإعلان وهو حفلة عيد الميلاد.
- ان الرسالة الموظفة في هذا الاشهار هي الرسالة التي تستخدم الدوافع السيكولوجية، فهي تعتمد على الدوافع العاطفية والصاق الشعور النفسي بالارتياح والسعادة والمتعة في استخدام المنتج المعلن عنه.

- كانت الرسالة الإعلانية رمزية ولم تذكر المميزات الكاملة له وإنما كان الخطاب قصير اقتصر على ذكر الشعار في خاتمة الإعلان، المفردات المستعملة التي ركزت على معنى واحد يعبر عن مزايا المنتج وعدم اللجوء إلى مفاهيم مقابلة من شأنها أن تخلق علاقات تضاد أو تناقض، فكان المربع السمنطقي ساكن ولم تخلق فيه أي حركية.
- من خلال دراسة التمثيلات الأيقونية برز التنوع في أماكن التصوير الذي دل على رفاهية العيش للفتاة، بالتركيز على المنزل الضخم الذي تعيش فيه ديكور الحديقة والمسبح، فالحياة المترفة التي يبينها الإعلان قد يؤثر نفسيا على الطفل المشاهد الذي يتمنى أن يعيش مثلها خاصة وأن الطفل يحاول تقمص الشخصيات الموجودة في الإشهار هذا ما توصلت إليه العديد من الدراسات والأبحاث في هذا المجال.
- ترمز الصور كذلك للعلاقة القوية بين الفتاة والديها ومكانتها الكبيرة عندهما، من خلال تبين أن الفتاة المدللة والمحبوبة لدى والديها هي من تحصل على دمية حياتي غيرل.
- ظهرت الوظيفة الرمزية أيضا من خلال التشابه بين شكل الفتاة والدمية (نفس تصميم ولون الفستان الوردى، نفس ملابس النوم).
- استخدام رموز توضح تعلق الفتاة بالدمية، حيث تظهر في أحد المشاهد تلعب مع صديقاتها في جو من المرح، لكنها تلتفت فجأة للدمية وكأن فكرها مشغول بالتواجد معها وليس مع صديقاتها.
- عند دراسة المدونة اللونية اتضح أن الألوان المستخدمة في هذا الإعلان حملت دلالات اجتماعية إيجابية، فاللون الوردى الذي ظهر بكثرة في هذا الإعلان يعتبر حسب خبراء الديكور من الألوان المثالية التي تجمع بين التحفيز والصفاء، كما أنه لون الجمال والهدوء والأنوثة مما يجعله لون مثالي للإعلان عن منتجات تخص فئة الفتيات.
- الألوان الأخرى المكونة من الأزرق، الأخضر، تنتمي إلى نفس التصنيف وهي ألوان الهواء، والتي توحى بالهدوء، فالأخضر يوحي بالتناغم، التوازن والمحبة، الراحة، الاطمئنان، السلام، الطبيعة، وظهر في لون الحديقة، ودل في الإعلان إلى الطبيعة، كما نجد اللون البني الذي يرمز للفخامة والجدية والدفء والأناقة والأصالة لذلك غالبا ما نجده في لون أثاث المنزل.
- اعتمد المعلن على اضاءة رئيسية تمثلت في الضوء الطبيعي 'ضوء الشمس' في كل المشاهد، حيث زاد الضوء الذي تسلل عبر النوافذ من عراقة وفخامة وتوضيح ديكور المنزل، أما في حديقة المنزل فزاد ضوء الشمس من واقعية المشهد.
- أما في اللقطة الأخيرة ظهرت مظلمة للدلالة على وقت نوم الفتاة حيث ظهرت الفتاة نائمة بجانب دميته.
- عبرت الموسيقى 'أغنية حياتي غيرل' عن خلق جو نفسي رمزي مناسب للمشهد المصور وبهذا يمكن التأثير بالوقائع المعروضة في الإعلان، حيث يوجد بعض التعبيرات الرمزية في النصوص المكتوبة للأغنية، وبعضها الآخر في المعاني الثقافية للأصوات وبعضها الثالث في تلك الرمزية العميقة المرتبطة بالخبرة الإنسانية، أين دلت كلمات الأغنية على الارتباط الشديد بين الفتاة ودميتها.
- بالإضافة من مؤثرات صوتية تمثلت في: صوت الجرس دل على وصول صديقات الفتاة الى المنزل.

10. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

1. ايناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل، دراسة سيكولوجية، دار الجامعة الجديدة للنشر، (الإسكندرية : دار الجامعة الجديدة للنشر، 2001)
2. بن حرز الله مسعودة، قوة طاقة الألوان في العلاج النفسي والعضوي وفي الديكور، دم، 2019
3. دكاك أمال، تنشئة الطفل ووسائل الاعلام الجماهيرية دار الفكر، (دمشق، سوريا : دار الفكر ،1995)
4. دليو فضيل و آخرون، البحث في الاتصال، عناصر منهجية، ط2، مختبر علم الاجتماع و الاتصال للبحث و الترجمة، (قسنطينة، الجزائر : مختبر علم الاجتماع و الاتصال للبحث و الترجمة، 2009)
5. خليفة بوجادي، محاضرات في علم الدلالة مع نصوص و تطبيقات، بيت الحكمة للنشر و التوزيع، (الجزائر : بيت الحكمة للنشر و التوزيع، 2009)
6. فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الموسوعة العربية العالمية، ط 2، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع (الرياض، المملكة العربية السعودية : مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، 1999)
7. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ،2004،
8. C. R. Haas, Pratique de la publicité, éd. Dunod,(Paris : éd. Dunod ,1988)
9. Judit Lazar , sociologie de la communication de masses, édition A Colin (paris : édition A Colin , 1991)
10. Roger Odin, cinéma et production du sens, édition la découverte,(paris : édition la découverte ,1997)

• رسائل جامعية:

1. بوصابة عبد النور، الأساليب الاتقاعية للومضات الاشهارية التلفزيونية دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الخاصة بمتعامل الهاتف النقال نجمة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ،2009،
2. محمود ابراقن، علاقة السيميولوجيا بالظاهرة الاتصالية دراسة حالة لسيميولوجيا السينما، أطروحة دكتوراه دولة بالأبحاث، كلية الآداب واللغات، قسم الاتصال، 2001.
3. يخلف فايزة، خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الاشهارية، رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ، 2005

• المقالات:

1. شابي نبيل، دلالات موسيقى الإشهار التلفزيوني :بين قيمة العلامة ودلالة المعنى، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد السادس، 2014
2. عبد الكريم حسن محسن، البعد النفسي والفسولوجي للألوان في المباني العلاجية، حالة دراسة مجمع الشفاء الطبي بقطاع غزة، جريدة الأقصى الجامعية، جامعة غزة، فلسطين، العدد 16، 2012.