

## الدلالة الاستعارية والية توظيفها في الاعلان التلفزيوني

م.م. فردوس فلاح حسن

كلية الفنون التطبيقية ، الجامعة التقنية الوسطى، العراق

البريد الالكتروني: [alwjwddrt@gmail.com](mailto:alwjwddrt@gmail.com)

م.د. ميسون كاظم جاسم

كلية الفنون التطبيقية ، الجامعة التقنية الوسطى، العراق

البريد الالكتروني: [Maysoon.jasim@gmail.com](mailto:Maysoon.jasim@gmail.com)

### الملخص

يتلخص البحث بكونه يتناول إحدى الأساليب البلاغية في اللغة المتمثلة بالاستعارة التي يلجأ إليها مخرجوا الاعلانات التلفزيونية من اجل إيصال معانٍ و دلالات، فاستخدامها بالإعلان يجعلها تجسد فكرة الاعلان من منظور غير تقليدي، بل منظور دلالي وواقعاً جديداً أكثر جمالية وتعبير من التقليدية في الاعلان و توظيف عناصر الصورة والصوت بشكل متخيل ومبتكر ، وبما ان الاعلان التلفزيوني يحمل رسالة يؤثر بها على المشاهدين ، وبالتالي لا بد ان يمتلك لغة بصرية وصوتية لها ابعاد جمالية ووظيفة تعكس رؤية فنية صانع العمل ومبتكرة لجذب المشاهدين وتشجيعهم على اقتناء المنتجات والسلع فهذه اللغة يشارك في صناعتها المشاهد لإنتاج معنى ذهني يتجلى في الدلالة الاستعارية التي تؤدي الدور الوظيفي والتعبيري والجمالي في الاعلان التلفزيوني. وبناءً على ما تقدم جاء البحث لدراسة (الكيفية التي توظف فيها الدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني ) حيث تحدد بأربع فصول لها، تضمن الفصل الاول الاطار المنهجي المتمثل بمشكلة الدراسة التي تمثلت بالسؤال التالي :

(ماهي الكيفية التي تتشكل بها الية توظيف الدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني كبعد مرئياً وجماليا باستخدام عناصر اللغة السينمائية بالإضافة الى اهمية واهداف وحدود البحث واخيراً تحديد المصطلحات اما الاطار النظري فتمثل بالفصل الثاني ليشمل المبحث الاول الدلالة الاستعارية ، المبحث الثاني -الاستعارة وارتباطاتها الوظيفية، المبحث الثالث العناصر التكوينية للدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني)

اما الفصل الثالث : المتمثل بالإجراءات المتبعة حيث جاء المنهج الوصفي التحليلي كمنهج منبع في البحث ، بالإضافة الى مجتمع البحث متمثل الاعلانات التجارية لقناة Mbc(مصر) وكثير الاعلانات فيها ارتأت الدراسة الى اعتماد الاعلانات التجارية التلفزيونية فقط والصادر عنها لعام لفترة من - من الشهر (2/3 /2020 - الى 10/12 /2020) وبمعدل (20) اعلاناً ليكون مجتمع البحث ، وقد عمدت الدراسة الى العينة القصدية في اختيار العينة وفق مجموعة من الاسباب تم اختيار ( 20%) نماذج من المجتمع وبمعدل(4) اعلانات من مجتمع البحث ، ولغرض تحليل العينة تم اعداد استمارة للتحليل اما الفصل الرابع فقد تضمن مجموعة من النتائج ومن أبرزها:

- 1- تنوع السياقات التي تتشكل وفقها الدلالة الاستعارية تمنحها الابتكار والجاذبية فكلما تنوع السياق كلما أصبحت أكثر تشويقاً وتأثيراً .
- 2- يعد أسلوب المونتاج الفكري ومونتاج الصدمة أكثر أنواع المونتاج استخداماً في صناعة معنى الدلالة الاستعارية مما يفسر امكانية استخدام هذه الاساليب في الاعلان التلفزيوني بشكل كبير .

الكلمات المفتاحية: الدلالة الاستعارية، الاعلان التلفزيوني.



## Metaphorical Significance and the Mechanism of its use in Television Advertising

Asst. Lect. Fardous Falah Hassan

College of Applied Arts, Middle Technical University, Iraq

Email: alwjddrt@gmail.com

Lect. Dr. Maysoon Kazim Jasim

College of Applied Arts, Middle Technical University, Iraq

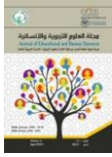
Email: Maysoon.jasim@gmail.com

### ABSTRACT

The research is summarized in that it deals with one of the rhetorical methods in the language represented by the metaphor that television advertisement directors resort to in order to convey meanings and connotations. Its use in the advertisement makes it embody the idea of the advertisement from an unconventional perspective, but rather a semantic perspective and a new reality that is more aesthetic and expressive than the traditional one in the advertisement and employing the elements of image and sound in an imaginative and innovative way. Since the television advertisement carries a message that affects the viewers, it must therefore have a visual and audio language that has aesthetic dimensions and a function that reflects the artistic vision of the creator of the work and is innovative to attract viewers and encourage them to purchase products and goods. This language is participated in by the viewer to produce a mental meaning that is manifested in the metaphorical connotation that plays the functional, expressive and aesthetic role in the television advertisement.

As for the third chapter: represented by the procedures followed, where the descriptive analytical approach came as a method followed in the research, in addition to the research community represented by the commercial advertisements of MBC Egypt channel) and due to the large number of advertisements in it, the study decided to adopt only the television commercial advertisements issued by it for the year for a period from - from the month (3/2/2020 - to 12/10/2020) and at a rate of (20) advertisements to be the research community, and the study resorted to the intentional sample in choosing the sample according to a set of reasons. (20%) models were chosen from the community and at a rate of (4) advertisements from the research community, and for the purpose of analyzing the sample, an analysis form was prepared.

**Keywords:** metaphorical meaning, television advertisement.



### -مشكلة البحث :

يعد التلغاف الوسائل الاتصالية والاعلامية الرئيسية التي تكون بتماس مع الجمهور ومن هنا تسعى الشركات الاعلان الى استقطاب اكبر شريحة ممكنة من الجمهور عن طريق بث الاعلانات التلفزيونية تستخدم رسائل اعلامية عبر هذا التشكل المتعدد من اللقطات المختلفة والتي تسعى الى خلق دلالات ومعاني تروج لمنتج معين . لذلك ان لغة الاعلانات التلفزيونية ترتبط بمضامينها الفكرية والجمالية من جهة وتأثيرها على المتلقي من جهة اخرى ولذلك لا بد ان تمتلك الاعلانات التلفزيونية لغة بصرية تعبر عن محتواها باستخدام دلالات الصورة البصرية والتي تعد الاستعارات احدى ادواتها بوصفها صور ترتبط ببعضها الاخر وفق تسلسل تنابعي يحقق معنى ، وتأسيا على ذلك تعد الاستعارات من أكثر الدلالات الاليائية التي تعتمد على تركيب معنيين يرتبط احدهما بالآخر لاستقراء معنى جديد يحرك ذهن المتلقي لإنتاج معنى جديد من تجاور محتويين يحمل كل منهما دلالة لصفة المنتج المراد تسويقه ، ، ومن هنا تنبثق مشكلة البحث والتي تحدد (بماهي الكيفية التي يتم بها توظيف الدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني لتضفي معان جديدة )

### -أهمية البحث:

تتجسد أهمية البحث من خلال:

- 1- دراسة الآلية التي توظف فيها الدلالة الاستعارية كمدرک تعبيری وإيحائي وعناصر تكوينها كمدرک مرئي على مستوى الصورة والصوت في الاعلان التلفزيوني
- 2- يمكن الاستفادة من البحث للدارسين والباحثين في مجال كتابه واخراج الاعلان التلفزيوني
- 3-

### - اهداف البحث :

يهدف البحث الحالي إلى الكشف عن ما يلي:

- 1- وصف الدلالة الاستعارية ووظائفها في الاعلان التلفزيوني
- 2- الكشف عن الآلية التي توظف بها الدلالة الاستعارية لتكوين معاني جديدة من خلال علاقتها بالاعلان التلفزيوني

### -حدود البحث:

1. الحد المكاني: قناة ( mbc مصر )
2. الحد الزمني: - من الشهر (2/3/ 2020 - الى 12/ 10/ 2020)
3. الحد الموضوعي: الدلالة الاستعارية وارتباطاتها في الاعلان التلفزيوني

### -تحديد المصطلحات:

1- الدلالة ( لغويا ) : كلمة مشتقة من الفعل (دل) كما في قوله تعالى هل ادلكم على تجارة تتجيكم من عذاب اليم ، اي اوجهكم وارشدكم ، فالدلالة بهذا المعنى لا تخرج عن ابانة الشيء وايضاحه والارشاد والهداية الى معناه . كما جاء ايضا تعريف الدلالة في (مختار الصحاح ) بأنها من اصل الفعل " دل - دليل ما يمكن به والاسم دلالة " ، (1) وفي لسان العرب جاء تعريف الدلالة بأنها " الدليل : ما يستدل به ، والدليل : الدال وقد دل على الطريق ، يدل دلالة ، أو دلالة ودلالة " (2)

الدلالة (اصطلاحا): يعرف (الجرجاني ) الدلالة بأنها " كون الشيء بحاله يلزم العلم به ، العلم بشيء اخر " (3) والشيء يقصد به الدال ، والشيء الثاني هو المدلول فمن خلال هذا النص نستشف تلازم هذين الشئيين ، اذا تستعلم حال الشيء ( المدلول ) من حالة اخرى هو عليها ( الدال ) ولذلك فن الدلالة لا تخرج

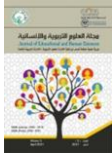
<sup>1</sup> - الر ازي، محمد بن ابي بكر ،مختار الصحاح ، دار الرسالة ، الكويت ، 1983 ، ص209.

<sup>2</sup>- ابن منظور ، لسان العرب ، منشورات دار لسان العرب ، مج 12، بيروت ، 1990، ص19.

<sup>3</sup>- الجرجاني علي بن محمد الشريف ، التعريفات ، مكتبة لبنان، بيروت 1969 ، ص61-ص62

<sup>4</sup>- ترنس هوكز ، البنيوية وعلم الاشارة ، تر ، مجيد الماشطة ، ط2 ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، 1968 ، ص12

• ادبث كريزويل ، مؤلفة كتاب عصر البنيوية ، ترجمة : جابر عصفور ، 1993



عن تضافر الدال والمدلول ، اذ تصيح الكلمات والعلامات اللغوية والدلالة عند بارت تأخذ منحى اخر حينما ضمنها احد شفراته ( الشفرة الدلالية) وقد عرفت عند رولان بارت بأنها " عمليات التدليل باستعمال اللغة لتعني ما تقوله ، وهي ايضا تعني المعنى الاشاري للتدليل الاعتيادي " (4) انطلاقا من كون الأنساق الدلالية لا يمكن لها ان تتكون بمعزل عن اللغة ، اما ادبث كريزويل\* فترى ان الدلالة هي " العلاقة التي تربط بين الصورة (الدال) والمفهوم الذهني ( المدلول ) ، وتعتمد هذه الرابطة على وجود (علامة) تكسب الدال والمدلول صفة تحيله الى حقائق معينة مرتبطة بذهن المتلقي".

التعريف الاجرائي للدلالة : تأتي الدلالة نتيجة التفكير الذي أسسته الصورة لدى المشاهد ويستخدم اسلوب صورة السلعة ذاتها او جزء منها في حالات عند الرغبة في تعريف المستهلك بشكل السلعة ، كذلك يهدف الى ابراز خصائص وصفات السلعة ، يلجأ الى اسلوب صورة السلعة لتوضيح الصفة التجارية على شكل العبوة أو الغلاف أو العلامة التجارية أو الشعار أو الرسم .

الاستعارة (لغويا): الاستعارة في اللغة اصلها من استعار الشيء من فلان ، واستعار فلان الشيء : طلب منه ان يعيره اياه ، يقال ( ارى الدهر يستعيرني ثيابي ) اي يأخذها مني ( يقولها الرجل اذا كبر وخشي الموت ) (5). وفي لسان العرب لابن منظور حيث" قال الازهري : واما العارية، والاعارة والاستعارة ، فان قول العرب فيها يتعاورون العواري ، ويتعاورونها بالواو ، كأنهم أرادوا تفرقة ما بين ما يتردد من ذات نفسه ، وبين ما يردد، قال والعارية منسوبة الى العارة ، وهو اسم من الاعارة ، تقول أعرته الشيء ، اي اعيره ،اعارة ، وعاره ، ويقال لا استعرت من عارية فاعاريتها ، واستعارت ثوبا، فأعاره اياه" (6).

2- الاستعارة (اصطلاحا): يقوم مبدأ الاستعارة في رأي ( ليفي شتراوس ) \*\*على اساس" امكانية احلال صورة محل اخرى ، وكذلك تعني الكناية والازاحة او التحول او الاشارة الى جزء من الموضوع على انه يمثل الكل " (7) ويعرفها (الخطيب القزويني) بقوله" الاستعارة هي ما كانت علاقته تشبه معناه بما وضع له بأن تذكر احد طرفي التشبيه وتريد به الطرف الاخر " (8) ويعرفها هوغو بانها " صورة بلاغية تنقل معنى الكلمة الاصلي نحو معنى اخر عن طريق مقارنة تبقى ضمنية" (9) اما في قاموس المصطلحات السينمائية فتعرف الاستعارة بأنها " مصطلح يصف صورة تستخدم لخلق مقابلة بين شيء متجسد وفكرة مجردة والربط بينهما عبر الخيال ، لان الفكرة المجردة تقوى عندما نربطها بشيء ملموس ومحدد" (10).

3- بتعريف (مارسيل مارتن ) للاستعارة بأنها ((عبارة عن تلاحم صورتين بواسطة التوليف بحيث تنتج عن مقابلة احدهما بالأخرى صدمة سيكولوجية في ذهن المتفرج ،هدفها تسهيل التصور وهضم الفكرة التي يريد المخرج التعبير عنها )) (6).

- الدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني ( التعريف الاجرائي ) : معنى ينتج من جمع بين لقطتين لصناعة معنى ادراكي جديد يصنعه وعي المشاهد ليخلق تفاعلا وترويجا مع الاعلان مما يدفعه للشراء .  
المبحث الاول- الدلالة الاستعارية

أن الدلالة الاستعارية هي مدرك تعبيري يرتبط بالصورة الذهنية التي تتشكل في عقل المتلقي ولهذا فان الدلالة الاستعارية تعرف بانها مجموعة الصور واللقطات التي تبنى على معان ادراكية لتكون دلالة ايجابية يوحى بها

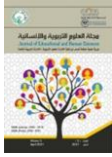
- 1- ابن منظور ، لسان العرب ، دار الحديث ، القاهرة ، 2003، ص93.  
\*\* كلود ليفي ، شتراوس : اكبر عقل مقارن في التايخ لاسيما في الدراسات اللسانية وهو الي وضع البنيوية كمدرسة ، ولد بروكسل م1908
- 2- محسن محمد عطية : نقد الفنون من الكلاسيكية الى عصر ما بعد الحداثة ، دار الفكر العربي ، مصر ، 2001، ص184.
- 3- القزويني ، الايضاح في علوم البلاغة ، مكتبة ومطبعة محمد علي صبيح واولاده ، القاهرة ، 1970 ، 179.
- 4- ميشيل ماري ، معجم المصطلحات السينمائية ، ترجمة فائز بشور ، المؤسسة العامة للسينما ، دمشق ، 2007، ص130
- 5- خيرية البشلاوي ، معجم المصطلحات السينمائية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 2005، ص132.



الاعلان التلفزيوني حول منتج او فكرة او خدمة ، فالدلالة الاستعارية تعتمد ركنين اساسين وهما ( المستعار منه ، المستعار له ) الامر الذي يتطلب في الاعلان هو التأمل العقلي من المتلقي لاستكشاف الاسلوب الاستعاري الذي يتضمنه الاعلان لذلك فان تلاحم لفظتين او مجموعة لقطات يحرك ذهن المتلقي لخلق الدلالة الاستعارية مما يحتم على الذهن نوعا من التفكير في البحث عن معاني اخرى والتأمل والابتكار لذلك ترتبط الاستعارة ايضا بالخيال ارتباطاً وثيقاً اذ اثبت ان للاستعارة الحضور القوي والفاعل في حياة الناس ولا يقتصر على الخيال فحسب بل على الرمز والحركة والايحاء بمعنى اخر ان الدلالة الاليحائية التي تمتلكها الاستعارات في الاعلان التلفزيوني تنتج عن طريق الصور والالفاظ ونسبدها بألفاظ وصور اكثر احياءاً وأبلغ في التعبير ضمن السياق الاستعاري التي تأتي به ويعني بشكل اوضح فيما اذا استعملنا ( ابياءات جديدة في التعبير ، يستأنس بها المشاهد ويرتقي في مستوى التعبير الحقيقي ) (11) ، فالإعلان التلفزيوني هو كيان متشكل من مجموعة لقطات ومشاهد متصلة تساهم في خلق الابهام وتشكل الدلالات الرمزية والايحائية فكل صورة في الاعلان تكتسب معنى علاوة على دلالتها (12) بسبب وجودها في سياق يضم صور اخرى واذا قمنا بتجزئة الاعلان الى وحدات ولقطات فردية سوف ينعدم المعنى ، لهذا ترتبط الدلالة الاستعارية بالمنتجات الذي يساهم في خلق التركيب الجمالي والدلالي في الاعلان من خلال اللعب باللفظ (13) لتساعد المشاهد على المقارنة والتشبيه بين الصور المعروضة وما تحمله من تأويلات ودلالات ومعاني مغيبية فالمرجح لكي يحقق دلالات وافكار لا يختار اللقطات عتياً بل يسعى لخلق اعلان تلفزيوني متميز من خلال لقطات ومشاهد تحمل معاني بالإضافة الاستفادة من التقنيات الحديثة بما هو مرتبط بالصوت والصورة لتثير انفعالنا النفسي وتحرك افكارنا لتشكيل معاني جديدة على مستوى نفسي ودلالي نابع من قدرة المخرج على تحقيق الانسجام بين عناصر لغة الاعلان لذا فالدلالة الاستعارية تأخذ اشكالاً عديدة لتقوم بالتجسيد والتجسيم والتشخيص :

- 1- التشخيص : ويقصد به " استعارة صفة من صفات الانسان او عضواً من اعضائه لغير الانسان " (14) مثال لذلك فالطيغان مثلاً صفة للانسان وهو التكبر اي المستعار ، والمستعار له : ارتفاع الماء وعلوه وهو شيء محسوس وبهذا فالتشخيص ( هو وسيلة تقوم على اضافة صفات الكائن الحي او خاصه من خصائص الانسان على المظهر الخارجي ، فيبيث فيه الحياه ويجعله يحس ) (15) . فالتشخيص يعد من ادوات الاستعارة التي تصفي الجمال الاسلوبي على الاعلان التلفزيوني كما لها الاثر الواضح في توصيل المعنى الذي يسعى اليه المخرج على اساس انه " عامل نفسي وظيفته التأثير على المتلقي واثارة انفعاله المناسب عن طريق تشخيص المعنى المجرد في الصورة الحسية " (16) .
- 2- التجسيم : ويعنى به ( ان يستعير المعلن لمعنى من المعاني اي صفة ليست بشرية يأتي بها من عالم الوجود والطبيعة ) (17) وبمعنى اخر " عندما يظهر الشيء المعنوي في صورة شيء مادي " (18) وهي عكس التشخيص يختلف بأنه يبيث الروح في النباتات والجماد . وبهذا نقول ان التجسيم في الاستعارة من اهم الملامح الفنية والجمالية للإعلان التلفزيوني ويعد من ابلغ العناصر الاستعارية وهذا ما يجعلها اقوى من التشبيه بدليل ان

11- صباح عباس عنوز ، الاداء البياني في شعر الشيخ علي الشرقي ، دار الضياء ، النجف الاشرف ، 2001م، ص55  
12- ترايفور وايتوك ، الاستعارة ، في لغة السينما ، ترجمة : ايمان عبد العزيز ، مراجعة ، سمير فريد ، منشورات المشروع القومي للترجمة ، القاهرة ، ط1 ، 2005 ، ص57  
13- المرجع نفسه ، ص71  
14- خليل محمد ايوب ، لغة الحديث النبوي بين التشبيه والمجاز - دراسة في الصحيحين - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة القاهرة ، 2007م، ص108  
15- يوسف ابو العدوس ، البلاغة الاسلوبية - مصدر سابق - ص117  
16- المصدر السابق نفسه ص117  
17- خليل محمد ايوب ، لغة الحديث النبوي بين التشبيه والمجاز ، مصدر سابق ص84  
18- سعد كريم الفقي ، 500 سؤال وجواب في البلاغة ( سلسلة الاساس ) ، حورس الدولية للنشر والتوزيع ، 2013 ، ص58



هذه الاستعارات ((التي يكون فيها التجسيم يبث الحياة في الجمادات تصويرها المعنويات في صورة حسية )) (19)

3- التجسيد : يتصف بكونه نوع من الاستعارة لتحرر (الشاعر من قيود المادة ويلغها بجعله مجرداً ليحقق عالم فني أكثر عمقاً وخيال من عالم البنائي الاستعاري التماثلي) (20)

الاستعارة: هي تتابع لقطتين بتناقض أو تشابه شكل ومضمون لقطه ما ( اللقطه الاولى ) بشكل او مضمون (لقطة التالية ) بحيث ينتج معنى رمزي من اللقطتين بمعنى اخر اللقطه الثانية تقوم بدور الدلالة الاستعارية لتمنح الشكل او المضمون للقطه الاولى ) مثلاً :

أ- يتم القطع من لقطه لأب يضرب ابنه بقسوة الى لقطه اخرى لشخص يهودي يضرب بالكراباج على حصانه ويسمى هنا التشبيه بالفعل .

ب- ان تتابع بلقطه لشخص يأكل بشرائه والثانية لكلب يقضم قطعة من العظم ( تشبيهه بالتماثل

ت- ان تقطع من لقطه لمجموعة من الشباب محتشدة في مظاهره ، الى لقطه اخرى لمجموعة شباب يرقصون ويهرجون ( يسمى بالتناقض)

ان الاستعارة من تتابع اللقطتين قد يشعر المشاهد بانه يتلقى معنى رمزي مصنوع يشعره بوجود شخصية المخرج ، أي بمعنى اوضح ان المشاهد في حال الاستعارة يشعر كما لو ان المخرج يوجه افكاره ومشاعره توجيه محدد بينما ونستخلص من ذلك ان الدلالة الاستعارية لها الدور الجمالي في اظهار الاعلان التلفزيوني وروعه على الافقين النفسي والدلالي ولا تقتصر على الجانب اللغوي فقط لوصف الشبه وانما هي وسيلة لتمثيل الواقع من خلال تركيبها وتفاعلها مع السياق التي وردت فيه لنذكر مثلاً ذلك ففي اعلان سيارة مرسيدس عندما استخدمت لقطه السيارة مع لقطه الذئب هذا الأسلوب في ادماج القطين يدل ان المنتج ( اي السيارة تتمتع بصفات التماثل والقوة والقدرة على التحمل وهي نفس قدرات الذئب مما يجعلها الانسب بالاستخدام على اختلاف الطرقات لتمثلها لصفات الذئب بالقوة والتحمل هذا التشابه هو بمثابة دلالة استعارية وظفت لتعطي تعزيزاً وجمالية للإعلان

لنلاحظ ان كل لقطه تحمل دلالة ورمزية صاغها الاعلان بطريقة الدلالة المستعارة من الواقع من حيث الاداء والصفات والجودة لكي يحفز المعلم على الاستخدام والترويج لمنتجاتهم وفق خطط واهداف بدلالات غير لفظية ، شبه سرعة الذئب بسرعة السيارة ، ودقة الاداء في توجيه الطرق استعارة الاعن من عيون الذئب ونظرتة للتأثير على المشاهد في سياق استعاري يثير الدهشة والاستغراب مما يعكس توظيف المخرج للصور واللقطات في تحفيز مخيلة المتلقي بطريقة تشد الانتباه والتركيز

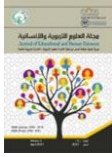
المبحث الثاني -الدلالة الاستعارية وارتباطاتها الوظيفية

تظهر الاعلانات التلفزيونية مقترنة بالاستعارة من حيث كونها ترتبط بالحواس وبخزين الذاكرة الانسانية حيث تلقي المعاني والايحاءات مع الاستعارة في الاعلان التلفزيوني عن طريق الادراك الحسي القائم على اعادة (تشكيل الواقع ونقله من الحياة الى النتاج الاعلاني وما قد يقال عن الاعلانات التلفزيونية التي تنطبق فيها الاستعارة من حيث صلتها القوية بالحواس اذا ان النظر المدقق لأية استعارة لا يمكن ان يخفى عليه تأثير الحواس فيها بطريقة وبأخرى لذلك يمكن القول بان الاعلانات التلفزيونية تحقق هويتها وغايتها في قيامها على الاستعارة (21) ولقد خلق الله الانسان واهبا اياه الفكر والقدرة على تحديد المتشابهات بين المختلفات قادر على استدعاء ما موجود في الكون وما في الذهن البشري من الصور والماهيات بما تحمله من افكار ومواقف ومشاعر وما هو معروف ومألوف وغريب بهيأتها واشكالها ولعل من اهم اليات التكيف التي لجأ اليها المخرج الاعلاني هو الاستعانة بالاستعارة الصورية حيث تستعار صورة بصورة اخرى تحمل نفس الدلالة وهذا يعني لجوء

19 - طالب محمد الزويبي وناصر الحلاوي ، البلاغة العربية البيان والبديع لطلبة قسم اللغة العربية ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان ، 1996م، ص 172

20 - عمر عبد الهادي عتيق ، علم البلاغة بين الاصله والمعاصرة ، ط1 ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، 2012 م ، ص115-116

21 - الصايغ ، وجدان ، " الصورة الاستعارية في الشعر العربي الحديث " ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، دار الفارس ، ط1، الاردن ، 2003، ص27-28.



المصمم لتوظيف الاستعارة الصورية يتأتى من الحاجة الاعلانية المرتبطة بالأبداع ، اذ يتفق علماء النفس ان الأبداع ( حالة متميزة من النشاط الانساني يترتب عليها انتاج جديد يتميز بالجدة والاصالة والتكيف ، كما ان الجماعة التي يوجه اليها هذا الانتاج تميل الى قبوله على انه مقنع ومفيد ) (22) ، لذلك فالأبداع هو عملية خاصة بالتعبير الايجابي والابتكار المتطور ويرى ريد ان سيكولوجية الابداع تتمثل بان يكون الفنان حالة من الاستعداد النفسي والعاطفي ، وهذا الاستعداد يولد لديه فكرة ما ، تستوجب التعبير عنها برمز وشكل مادي ملموس فيستدعي الفنان خزينة الصور والاشكال العالقة في ذاكرته فيقوم بالربط بين احدى الصور والرمز حدسياً حيث تنبثق الفكرة التصميمية وما في ذاكرة الفنان من كم صوري ومن الامكانيات التي يلجا اليها المعلن لتحقيق اكبر قدر من التأثير في الرسالة الاعلانية هو استعماله اساليب فنية غير معتادة اذ يركز على سحب الاشياء من مألوفيتها واعطائها تعبير اخر . وقد علق ( لايكوف وجونسون ) بأنها "ليست مسألة لغة وانما ترتبط بالفكر والبنية التصويرية والبنية التصويرية لا ترتبط بالفكر وحسب ، بل انها تتضمن كل الابعاد الطبيعية في تجربتنا بما في ذلك المظاهر الحسية مثل اللون ، والهيئة والجوهر ، والصوت " (23)

حيث يلجا المخرج او المصمم الى تحقيق غايات اعلانية يمكن ايجازها :

1. ابعاد الملل وتحقيق اكبر قدر من الايحاء والابداع والتأثير على المشاهد .
  2. الدقة في التعبير عن فوائد المنتج وخصائصه
  3. الاعتناء بالقيم الجمالية والوظيفية عند توظيف الاستعارة في الاعلان لتعمل على اثاره المتلقي
- اما اهم الامور من الواجب التنبيه لها عند توظيف الاستعارة الصورية :-
- أ- مرئية ، فهي تحتاج الى قرينة اي مرادف لها .
  - ب- ان القاعدة التي تقوم عليها الاستعارة هي الربط بين المستعار والمستعار منه كما انها الجزء المغير في الدلالة الصورية .

ويمكن تقسيم موضوع الاستعارة في الصورة بحسب علاقة المشابه ووظيفته الدلالية وكما يلي (24)

- أ- "الاستعارة من حيث المشابه "
  - 1- طبيعة المشابه : ( الصورة ، الممثل ، الديكور ، الهيئة ) تشبيه مكان المشبه بمكان المشبه به ) ، وظيفية ( مشابهة قائمة على تشبيهه بوظيفة المشبه به ) ، عقلية ( اي المشابه القائمة على وجه شبه مدرك بالحواس
  - 2- درجات الوضوح المشابهة ( واضحة / متوسطة الوضوح / ضعيفة / غامضة ) .
  - ب- الاستعارة من حيث وظيفتها الدلالية : تجديد الالفاظ / ايضاح المعنى بالتسمية التصويرية / التعبير عن معنى او شيء جديد / السخرية والتهكم / المبالغة
- ولا يخفى علينا للإيصال وواسطة التعبير ومثل هذا الامر لا يخلو من الابداع والتعبير عن العواطف المختلفة والادراك الذهني وجمال الصورة الفنية المعبرة عن مقصد ما ومن هذا نستخلص ان من بين الصورتين الاولى ( عين الانسان ) مع الصورة الثانية ( قطرات ماء ) تكون معنى جديد يتجلى ذلك وليس ذلك فقط بل ان الاستعارة بحاجة ضرورية ان تكون " مفهومة ولطيفة ، والا تخرج من قواعد الذوق البلاغي السليم وهو ما يسمى بالاستعارة البعيدة " (25) وبذلك فهي اداة للإيصال وواسطة التعبير سواء كانت في التلفزيون او السينما ويرى جورج لوكاش\* ان الاستعارة " هي في الحقيقة علاقة " (26) وبذلك فهي تنتج عن علاقة بين لقطتين وما اساس الصدمة الا القيمة الناتجة عنها من تصادم الصورتين على ان تكون الاولى ( عين الانسان ) اساسية وضمن سياق الاعلان وجزء من تسلسله الاعلاني ، اما الصورة الثانية وان تكن دخيلة على السياق ولكن تندمج

22 - Bolton, N, The Psychology of thinking, New York .

23 لايكوف ، جورج وجونسون مارك ، الاستعارات التي نحيا بها ، جحفة عبد المجيد ، ط1 ، دار توبقال للنشر ، الدار

البيضاء ، المغرب ، 1996 ، ص219

24- الخماش ، سالم سليمان ، اسماء الحيوان المستعملة في حقوق الجماد ، مجلة الدراسات اللغوية ، مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الاسلامية ، ج3 ، العدد1 ، (ب.ت).

25- احمد العبد ابو السعيد ، الكتابة لوسائل الاعلام : صحافة - اذاعة - تليفزيون - ترجمة اعلامية ، دار اليازوري العلمية ، 2019 ، ص227

\* لوكاش : جورج لوكاش (1885-1971) فيلسوف وكاتب وناقد ووزير مجري **ماركسي** ولد في **بودابست** عاصمة **المجر** .

26 - ، امير اسكندر ، دراسات في الواقعية الايطالية ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة ، 1972 ، ص94



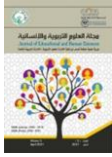
معه بالترابط بينها وبين الصورة الاولى الاساسية فتمنح الاعلان التلفزيوني قوة ورسالة ذات دلالات واسعة وبسبب هذه الخاصية فان اي لقطة في الاعلان التلفزيوني تضل محايدة الا عندما تصبح في سياق وفق ارتباط صحيح مع اللقطات الاخرى معها المتجاورة. ذلك فان الاستعارة لابد (ان تتجسد بوجود دال يتمثل في الصورة الاولى ومدلول يستحضر عبر الدال وهذا يحتم ان تكون العلاقة بين الصورتين الاولى والثانية علاقة تدليلية (27)

المبحث الثالث - العناصر التكوينية للدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني :  
ان الجمالية التي تكمن في الاستعارة هي ادراك المعنى وفهمه و ايصال الفكرة الى المتلقي من خلال المخرج ((  
فلاستعارة لها القدرة على توليد الافكار والمعاني والصور (( (28)  
وتأسيسا على ما سبق فالصورة و اللقطة تلعب عاملا مشترك بين خيال المخرج و ثقافة المتلقي في الاعلان التلفزيوني وتكون الصورة الظاهرة لها دور في التأثير والابداع مما يجعل الاعلان لديه القوة والتأثير على المتفرج لأنها اي الصورة ترتبط بالوعي " كيفما كان حجمها لتصبح الصورة ثم نتيجة لبعد دال بين واقعيين ثقافيين" (29) فالصورة هي مصدر التأويل ومنبع الافكار . فالاستعارة بتفاعلها مع (( السياق واتحادها مع بقية العناصر هي الوسيلة الوحيدة للكشف عن انفعال المشاعر ، والانفعال هي الوسيلة الاساسية لخلق الصورة وتشكلها)) (30) وهذا يعني ان جريان اللقطات في الاعلان التلفزيوني وكما أشار اليه برنارشو بأنه " نمو وتركيب" (31) متغلغل في كل عناصر الصورة الاعلانية  
تلك العناصر التي تتغير أحيانا بحسب رؤية المخرج من خلال استخدام التقنيات الفنية في الحجم والزوايا أو في الإضاءة واللون و حركة آلة التصوير وغيرها والمونتاج.

إن اللقطة في الإعلان تشكل حلقة من حلقات ذلك الإعلان بشكل متكامل، " لو نُزعت تلك الحلقة فإنه يفترض أحداث خلل ما يفهم واستيعاب الأحداث مثلما يحدث فجوة يصعب قبولها" (32) ولذا من مهامه اختيار نوعية اللقطة المناسبة وتحديد زمن بدايتها ونهايتها ، (لان كل لقطة من المشهد لها دواعي استخدامها ومبرراتها ) (33) فتحدد احجام اللقطات في الاعلان التلفزيوني حسب المضمون والمعنى الدلالي لكل احجام اللقطات (34) وكذلك الإضاءة واللون يسهمان بالتعبير عن الحالة النفسية والأزمة العاطفية مثلما يعبران عن الزمان والمكان والأجواء الاجتماعية ان ( تعدد الالوان اللامتناهية والتركيبات الغير محدودة فان الفنان بدوره يجد امكانية استخدام اللون بشكل واسع جدا . لان هذا التنوع يجعل اللون عنصر تعبيرى غني ) (35) بالإضافة الى عنصر الصوت (الحوار، الموسيقى والمؤثرات الصوتية والصمت) احد عناصر التكوين في الاعلان التلفزيوني (( يستطيع الصوت توسيع مضمون ومحتوى الصورة )) (36) و(تقديم وتأكيد السمات الشخصية والمعاونة على تقديم الحدث ويوضح الحالة النفسية للشخص وينقل المعلومات لما قبل النص واثاؤه واضفاء المزاج النفسي على الحدث) (37)

- 27 - كاظم مؤنس عزيز ، الرمز مفرد في اللغة وتمثل الواقع ، مجلة الاكاديمي ، وزارة التعليم العالي ، جامعة بغداد ، مكتبة الفنون الجميلة ، 6ع ، نيسان ، 1994، ص9.
- 28 - الصاوي ، احمد عبد السيد ، فن الاستعارة ، الهيئة العامة المصرية للكتاب ، الاسكندرية ، 1979 - ص32.
- 29 - سعيد علوش ، اشكالية التيارات والتأثيرات الادبية في الوطن العربي ، (( دراسة مقارنة )) ، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، الغرب ، ب 0ت ، ص144
- 30 - الصاوي ، احمد عبد السيد ، فن الاستعارة ، الهيئة العامة المصرية للكتاب ، الاسكندرية ، 1979، ص349.
- 31 - أندريه بازان، ماهي السينما، ترجمة: ريمون فرنسيس، أحمد بدرخان، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1968)، ص138.
- 32 عبدالباسط الجهاني، جماليات السينما- الصورة والتعبير، (لندن: دار أي للكتاب، 2017)، 74.
- 33 - ابراهيم محمد سليمان ،مدخل الى مفهوم سيميائية الصورة ، المجلة الجامعية ، جامعة الزاوية ، عدد16، المجلد الثاني ، ابريل ،م 2014 ص172- 173.
- 34- نيفين محمد الرفاعي ، توظيف المؤشرات الدلالية في تصميم الاعلانات القومية التلفزيونية ، رسالة دكتوراه ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، 2016م، ص132
- 35- مفيد سلمان الذيب ، دور السياق في تحديد المعنى ( دراسة تحليلية في الفلم الروائي ) ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، اطروحة دكتوراه ، 2001م ، ص84.
- 36- علي ابو شادي ، لغة السينما ، المؤسسة العامة للسينما ، دمشق ، 2006، ص146.
- 37 - المهندس ، 1989 ، ص204-205 .





لهذا " فإن أي عنصر داخل الصورة الإعلانية يتخذ سياقاً في التعبير من خلال شد ولملمة ودفع الحدث " (38) وهذه الخاصية تعد عموماً خاصية في الإعلان التلفزيوني.

#### مؤشرات الاطار النظري :

1. يساهم المونتاج في خلق الدلالة الاستعارية من خلال الانتقال والتوقيت وتحديد ايقاع اللقطات
2. الدلالة الاستعارية تتبع السياق الذي وردت فيه
3. ترتبط الدلالة الاستعارية بدلالات لفظية لها علاقة بالحوار والتعليق او غير لفظية ترتبط بمكونات الصورة
4. للصوت استخدامات متعددة في صناعة الدلالة الاستعارية في الشرح او التعليق او التفسير

#### - منهجية البحث :

اعتمدت البحث المنهج الوصفي لكونه الانسب للدراسة فهو وصف ما هو كائن ويتضمن وصف الظاهرة الراهنة وتركيبها والظروف السائدة وتسجيل ذلك وتفسيره وتحليله (39)

#### - مجتمع وعينة البحث :

اشتمل مجتمع البحث الحالي على الإعلانات التجارية لقناة ( mbc مصر) والتي تعد من القنوات التلفزيونية في مجال صناعة الاعلانات ، لذلك تم اختيار العينات القصدية لسنة (2020) من الشهر (2/3/ 2020) - الى (10/12/ 2020) للأسباب الآتية

- 1- تلائم هدف البحث
  - 2- استبعاد الاعلانات المكررة والخادشة للحياة
  - 3- استبعاد الاعلانات المكررة لنفس المنتج
- وفقاً لتلك الاسباب يكون مجتمع البحث من (20) اعلان المجتمع الاصلي تم اختيار (20%) من مجموع مجتمع البحث واقع (4) اعلانات

- اداة البحث :  
تعد اللقطة والمشهد هي اداة تحليل البحث بالإضافة الى اعداد استمارة تحليل في ضوء مؤشرات الاطار النظري لموضوعة الدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني

#### -تحليل العينات

##### عينة رقم (1)

اسم الاعلان : مسحوق الغسيل (Tide)

مدة الاعلان : (13) ثاني

وصف اعلان

يبدأ الاعلان لقطه (1) بلقطة كاملة ، لمنتج غسيل تايد يعقبها لقطه (2) لقطه متوسطة للزبون خارج شبك التذاكر ( افلامكو كلها قديمة كدة ) يوجه حديثه الى الفتاة خلف شبك التذاكر والتي تتفاجأ بكلامه وترد عليه ( اوعى تبقع فستاني ) ثم تخرج الفتاة من مكانها مع انسحاب الكاميرا زوم اوت لتصبح الفتاة بجوار ملصق ( سيدة السرايا ) احد الافلام العربية القديمة الابيض والاسود ) وهنا يتوحد ظهور الفتاة الى جوار ممثلة الفلم في الملصق ويتكرر هذا الاستخدام بنفس الالية بالقطع الى لقطه (3) لقطه متوسطة لنفس الملصق السابق ( سيدة السرايا ) لتتوحد ممثلة الفلم مع فتاة الاعلان فتصبحا ضمن تكوين بصري تشكيلي واحد بين ( المشبه والمشبه به ) يجمع بين فتاة الاعلان وممثلة الملصق ويؤكد حوار فتاة الاعلان وهي تقول ( ده بياض من زمن ثاني ) وهذا التكرار بهذه الصيغة اكد معنى الحوار في لقطه (4) ( في ابيض من كده ايه) وتستمر لقطه (5) الفتاة بحركتها باتجاه الكاميرا تقول ( ده بياض عايزلوه اضافات ) لقطه (6) ثم تتوقف الفتاة لقطه في وسط الكادر ( وبعدها مش رح

<sup>38</sup> عبدالباسط الجهاني، المصدر السابق، ص75.

<sup>39</sup> - يستخدم المنهج الوصفي في البحوث لوصف حالة او ظاهرة في البيئة الطبيعية او الاجتماعية " الربيعي موفق احمد ، اصول البحث العلمي ، جامعة بغداد، 1999، ص24



ادور ) حيث تظهر وسط مجموعة من الشباب في لقطة متوسطة ويقوم الشباب برفعها بحركة رشيقة وجميلة الى الاعلى لقطة (7) وهنا يدخل مسحوق التنظيف (Tide) الى اللقطة بحركة خاطفة وسريعة من اليمين الى اليسار ( تمسح جزء من فستان فتاة الاعلان وتجعل هذه المساحة اكثر بياضا ( سيبك من البياض القديم ) وهنا ينتهي الاعلان لقطة (9) بالقطع الى لقطة البداية ( لقطة كاملة ) الى مسحوق (Tide) وينتهي الحوار الجديد بقوة (Tide) الاضافات (يديك انصع بياض من غيرو ) ثم تتوالى (10) لقطات متنوعة لمجموعة من الملابس توضع في الغسالة ثم تخرج الملابس ناصعة البياض وينتهي الاعلان لقطة (11) بلقطة متوسطة للفتاة تزهر بالنظافة وببياض ملابسها بصوت خارج الكادر ( منوره ) ، لقطة (12) ثم قطع لقطة كاملة (tide) في الوسط مع صوت المعلق (مع تايد الغسيل ، لمنتجات مفيش مستحيل )

تحليل الاعلان:

1- الدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني:

وتتجلى في هذا الاندماج والتلاحم بين مجموعة اللقطات فيتوحد المعنيان للقطات 3و4 ( مسحوق الغسيل وفتاة الاعلان ) حيث فتاة الاعلان بوصفها دالا سوريا ومسحوق تنظيف تايد بوصفه مدلول بما ينتج دلالة استعارية منهما في ذهن المتلقي وهو معنى دلالي حقيقته اللقطة المستعارة او المدلول ( مسحوق الغسيل ) واكد ذلك الحوار ( بياض دون اضافات ) . وهذا الاستخدام الذي يجمع بين الفتاة و مسحوق الغسيل) يمنح ثياب الفتاة البياض والاضاءة وهنا تستكمل الدلالة الاستعارية معناها في صناعة المعنى

## العينة رقم (2)

اسم الاعلان : شوكلاته ( كادبوري ديرري ميلك )

مدة الاعلان : ( 10 ) ثواني

وصف اعلان

ببداية الاعلان لقطة (1) تكون لقطة قريبة كاملة للطفلة وهي تقول لامها( كل سنة وانت طيبة يا مامي ) وحاملة بيدها شوكلاته لتهدئها لامها ، لقطة (2) ثم لقطة متوسطة للام تحتضن طفلته وبأبتسامه وفرحة تقول لها( يا حبيبتي ) ، لقطة (3) لقطة متوسطة وتنسحب الكاميرا الى داخل المحل للشخص يشاهد الطفلة والام يحتضنان بعضهما البعض والشخص يهز براسه ، لقطة (4) وتظهر لقطة كاملة للمنتج مع صوت تعليق للبنات تقول (املي الدنيا بالحلو الي جواك وهذه العبارة مكتوبه في الاعلان ) كادبوري ديرري

تحليل الاعلان

أ- دور الدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني :

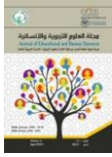
ان هذا الانسجام بين اللقطات المتجاورة وهذه اللقطة لا تفعل شيئا الا عندما تأتي لقطة اخرى تعطيها معنى اكبر فاللقطة القريبة للطفلة رقم (1) وهي بابتسامه والفرحة على محياها مع لقطة اخرى متوسطة وهي تهدي لامها الشوكلاته لقطة (2) تعطي تفسيراً دلالياً غير لفظي وهذا اللقطتان تكملان بعضهما بأن هذا الملامح تعطي صفة المرح والسعادة بمعنى ان المنتج يضيف على نفسية الام الفرحة في العيد مع انسحاب الكاميرا الى داخل محل للشخص بنفس طريقة او اليه القطع الى لقطة متوسطة لذلك الشخص وهو يهز برأسه لتتوحد هذه اللقطات ضمن فكرة الاعلان في تكوين بصري متناسق بين المشبه والمشبه به والذي شبه حنان الام وعطفها في اللقطة رقم (3) مع المشبه به وهي العبارة الظاهرة ( املي الدنيا بالحلو الي جواك ) أي لقطة رقم (4) وهذا الحوار يعطي تأكيداً استعارياً بين اللقطة وهي تحتضن ابنتها بين لقطة المنتج وهي بعبارة (املي الدنيا بالحلو الي جواك ) والذي اعطى دلالة استعارية نفسية وايحائية من خلال تعبيرات الشخصيات في الاعلان لتعطي الاستعارة الدرامية التشكيلية بين اللقطات لتوضيح اخر لقطة في الاعلان .

## العينة رقم (3)

اسم الاعلان : اعلان لمنجج ( Dove )

مدة الاعلان : 17 ثانية

وصف اعلان



تظهر في بداية الاعلان لقطة (1) لقطة كاملة لشعار دوف بلون ذهبي على هيئة طير ومكتوب تحتها ( مع دوف الجديد متخيلش التلف يوقفك )لقطة (2) أي لقطة قريبة لفتاة وهي تسشور شعرها كيريلي مع صوت فتاة التعليق وهي تقول ( بحب شعر كيريلي ) لقطة (3) ثم تقطع الى لقطة متوسطة وهي الفتاة تذهب الى الجامعة مع صوت التعليق وهي تقول ( عشان بحب اكون مختلفة لقطة (4) ثم تقطع الى لقطة متوسطة وهي حاملة بيدها الكتب لقطة (5) ثم قطع الى لقطة قريبة لفتاة اخرى وهي تسرح شعرها اي ( التمليس) مع صوت التعليق ( انا بعملو تمليس عشان بحبه كده ) لقطة (6) قطع الى لقطة اخرى متوسطة للفتاة وهي ذاهبة بالدراجة ، لقطة (7) ثم قطع الى لقطة كاملة للخلفية بيضاء وعليها كتابة ( خليك على طبيعتك ) لقطة (8) لقطة قريبة للقطة بلون ذهبي هي تسقط من اعلى الكادر الى جانبها عبوة منتج ( دوف ) وعبارته مكتوبة تكنولوجيا اصلاح الكرياتين لقطة (9) لقطة قريبة تسقط القطرة الذهبية على السائل الابيض وتظهر بهيئة طير ذهبي وهي شعار شركة دوف والى جانب اللقطة كتابه فيها ( بيمينع ٩٠ % من تلف الشعر ) وفي هذا الاثناء صوت التعليق دوف الجديد يغذي ويمينع ٩٠ % من تلف الشعر لقطة (10) ثم لقطة اخيرة كاملة للقطة الذهبية وهي متدليه من اعلى الكادر الى جانب عبوات المنتج ( دوف ) وعبارته مكتوبه ( اصلاح التلف مع دوف ) .

تحليل الاعلان :

أ- الدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني :

نلاحظ في كل عنصر من عناصر الاعلان له دلالاته الكثيرة من خلال الرمز الموجود في بداية الاعلان للقطة رقم (١) الطائر بلونه الذهبي الذي يدلل النور وضوء الشمس ليعطي البعد الجمالي والوظيفي والتعبيري كما استخدم النص الكتابي تحته ليعزز الرسالة الاعلانية حتى لا تبعد المتلقي عن هدفه وهو الاقناع ، اما لقطات الفتاتين احدهما تملس لقطة رقم (2) والثانية تسرح شعرها لقطة (5) استعار المخرج بدلا من التسريح والتمليس باستخدام منتج دوف هو الذي يحل مشكلة للشعر وضحاها من خلال الدلالة الاسلوبية المتبعة في كتابه النص اي النص الاعلاني المتحرك مع اللقطات وهذا ما جاء متوافق مع الاطار النظري ص ١٣ ولنلاحظ الاستعارة المتحققة من لقطة (9) السائل الذهبي الي سقط على السائل الابيض ليعطي علامة او رمز المنتج ليدلل على انه منتج ذو متانة وقوة لتحقق الاستعارة الفلسفية وجودها الجمالي والوظيفي

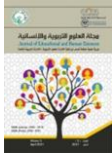
#### عينة رقم (4)

اسم الاعلان : اعلان لمنتج (Rexona)

مدة الاعلان : 14 ثانية

وصف الاعلان

يبدأ الاعلان بلقطة كاملة لقطة رقم (1) شعار ( Nike✓ ) تتبعها مجموعة من اللقطات المختلفة والتي تقترن بصوت التعليق من خارج الكادر ( ماتستلميش للكسل ) ويقترن هذا التعليق ويستمر للقطة (2) لقطة متوسطة ( ناس واقفين على السلالم الكهربائية تتحرك الكاميرا من الاسفل نحو الاعلى، لقطة (3) لقطة متوسطة قريبة لسيدة نائمة تتناوب ، لقطة متوسطة لرجل نائم على السرير بيده اليمنى موبايل الذي جوانا ، لقطة (4) قطع الى لقطة كاملة عامل واقف على عجلة تتجه بحركتها من اليسار الى اليمين ثم يلقي العامل بكيس نحو الارض ) لان الطاقة موجودة جوانا ) ، لقطة (5) ثم تعود الى اللقطة المتوسطة ( لرجل النائم حيث يسحب بقوة من رجليه ويصطدم بالحائط مع صوت التعليق ( لان الحركة تحرك اكثر ) لقطة (6) ثم قطع الى مجموعة من اللقطات ( لقطة متوسطة ) لشباب في ساحة اللعب يضرب بمضرب رياضي ، لقطة (7) قطع الى مجموعة من الشباب والشابات يتحركون من عمق اللقطة ، باتجاه الكاميرا بحركة نشطة وجميلة ، لقطة عامة شاب يسوق دراجته من امام الكاميرا نحو عمق اللقطة ،لقطة (8) لقطة متوسطة لفتاة ترتدي ملابس رياضية تضع المعطر على جسمها امام المراة ( عيش بجد ) ، لقطة (9) لقطة متوسطة بعيدة شابان في مكان مفتوح يركضان بنشاط من اليمين الى اليسار ، لقطة (10) لقطة متوسطة قريبة لارجل تتحرك بنشاط وتصطدم بالحائط بحركة رياضية خفيفة ،لقطة (11) لقطة متوسطة لفتاة تقفز وتلف حول نفسها بجوية ونشاط ( ريكسونا بتكنولوجيا ) ، لقطة (12) لقطة متوسطة شاب امام المراة يضع المعطر على جسمه ( موشن سنز ) لقطة (13) وينتهي الاعلان بلقطة كاملة ثابتة علامة ( Nike ) مع عنوان مكتوب ( لن تخذلك ابدا)



### تحليل الاعلان:

أ- الدلالة الاستعارية في الاعلان التلفزيوني :  
ان هذا التقابل بين اللقطات المختلفة اذ اللفظة الاخيرة لعلامة نايكي ( ومستحضرات ريكسونا ) انتج دلالة استعارية معناه ان هذا المنتج يدل على النشاط والحركة وهذا ما اكده صوت التعليق ( حماية اكثر مع كل تعليق ) على اعتبار ان هذه المنتجات هي ليست لإزالة الروائح الكريهة وانما توفر حماية ايضا لمستخدميها وهذا الاستخدام لمنتج ريكسونا مع علامة Nike ✓ الرياضية التي تروج لمستلزمات الرياضة بوصفه مدلولاً جاء كاستخدام استعاري درامي فسر هذا الارتباط بالعلامة الرياضية رمز للنشاط والحماية وهذه استعارة فلسفية من قبل المخرج

### النتائج:

- 1- من خلال ما تقدم في تحليل نماذج عينة البحث تم التوصل الى عدد من النتائج:
- 2- تنوع السياقات التي تتشكل وفقها الدلالة الاستعارية تمنحها الابتكار والجاذبية فكما تنوع السياق كلما اصبحت اكثر تشويقاً وتأثيراً
- 3- يعد اسلوب المونتاج الفكري ومونتاج الصدمة الذي ارتبط بمفهومها اكثر انواع المونتاج استخداماً في صناعة معنى الدلالة الاستعارية
- 4- يعد التشخيص والتشابه الاكثر استخداماً في تشكيل الدلالة الاستعارية، والذي يمنحها معنى بلاغي تعبيرى
- 5- التنوع في احجام وزوايا اللقطات وما يصاحبها من تكوين واضاءة وديكور وغيرها من مفردات التكوين الصوري يسهم في تشكيل الدلالة الاستعارية ويزيد من فاعليتها وجماليتها
- 6- يعد المجرى الصوتي وتحديد الحوار ، والتعليق من خارج الكادر العنصرين الاكثر استخداماً وتفرداً ويعمل على اغناء وتشكيل الدلالة الاستعارية
- 7- للموروث الثقافي او الاجتماعي او التاريخي السينمائي مساهمة فاعلة في تشكيل وصياغة الدلالة الاستعارية لأنها تحاكي المتلقي وتشكل عنصر جذب يحفز على التفاعل والتفكير

### المصادر والمراجع

#### ● القران الكريم

#### المعاجم والقواميس

- 1-ابن منظور ، لسان العرب ، منشورات دار لسان العرب ، مج 12، بيروت ،
- 2- الر ازي، محمد بن ابي بكر ،مختار الصحاح ، دار الرسالة ، الكويت ، 1983
- 3-الجرجاني علي بن محمد الشريف ، التعريفات ، مكتبة لبنان، بيروت 1969
- 4-ميشيل ماري ، معجم المصطلحات السينمائية ، ترجمة فائز بشور ، المؤسسة العامة للسينما ، دمشق ، 2007،
- 5-خيرية البشلاوي ، معجم المصطلحات السينمائية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 2005،  
الكتب والادبيات
- 6-امير اسكندر ، دراسات في الواقعية الايطالية ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة ، 1972
- 7-اديث كريزويل ، كتاب عصر البنيوية ، ترجمة : جابر عصفور ، 1993- احمد القاسمي ، الوثائقي في المدرسة السوفيتيه " الرجل صاحب الكاميرا " ، تونس
- 8-احمد العبد ابو السعيد ، الكتابة لوسائل الاعلام : صحافة - اذاعة - تليفزيون ترجمة اعلامية ، دار اليازوري العلمية ، 2019
- 9-ابو العدوس ، يوسف ، الاستعارة في النقد الادبي الحديث ( الابعاد المعرفية والجمالية ) ، الاهلية للنشر والتوزيع ، ط1، الاردن ، 1997م
- 10-الربيعي موفق احمد ، اصول البحث العلمي ، جامعة بغداد ، 1999
- 11-أندرية بازان، ماهي السينما، تر: ريمون فرنسيس، أحمد بدرخان، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1968
- 12-القرويني ، الايضاح في علوم البلاغة ، مكتبة ومطبعة محمد علي صبيح واولاده ، القاهرة ، 1970،
- 13-الصاوي ، احمد عبد السيد ، فن الاستعارة، الهيئة المصرية العامة للكتابة ، الاسكندرية ، 1979



- 14- الخماش، سالم سليمان ، اسماء الحيوان المستعملة في حقوق الجماد ، مجلة الدراسات اللغوية ، مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية ، ج3 ، العدد1 ، (ب ت).
- 15- الصايغ ، وجدان ، الصورة الاستعارية في الشعر العربي الحديث ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، دار الفارس ، ط1 ، الاردن ، 2003.
- 16- ترايفور وايتوك ، الاستعارة في لغة السينما ، ترجمة : ايمان عبد العزيز ، مراجعة ، سمير فريد ، منشورات المشروع القومي للترجمة ، القاهرة ، ط1 ، 2005
- 17- ترنس هوكز ، البنيوية وعلم الاشارة ، تر ، مجيد الماشطة ، ط2 ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، م 1968
- 18- جعفر علي عباس ، " اللون " ، بغداد : كلية الفنون الجميلة \_ جامعة بغداد ( 10 كانون الثاني ، 1996 ) محاضرة الثامنة والنصف صباحا
- 19- طالب محمد الزوبعي وناصر الحلاوي ، البلاغة العربية البيان والبدع لطلبة قسم اللغة العربية ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان ، 1996م
- 20--سعد كريم الفقي ، 500 سؤال وجواب في البلاغة ( سلسلة الاساس ) ، حورس الدولية للنشر والتوزيع ، 2013
- 21-سعيد علوش ، اشكالية التيارات والتأثيرات الادبية في الوطن العربي ،(دراسة مقارنة ) ، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، الغرب ، ب 0ت سعد 63سعيد حقي ، مبادئ المونتاج ، مجلة الثقافة المستقلة ، 2020،
- 22-صباح عباس عنوز ، الاداء البياني في شعر الشيخ علي الشرقي ،دار الضياء ، النجف الاشرف ، 2001م
- 23-عمر عبد الهادي عتيق ، علم البلاغة بين الاصاله والمعاصرة ، ط1 ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، 2012
- 24-عبد الباسط الجهاني، جماليات السينما- الصورة والتعبير، (لندن: دار آي للكتاب، 2017)، 25- العسكري ، ابو هلال ، الصناعتين ، تحقيق : محمد البجاوي ومحمد ابو الفضل ابراهيم ، المكتبة العصرية ، بيروت، 1986م
- 26-مارسيل مارتن ، اللغة السينمائية ، تر : سعد مكاي ، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والترجمة والطباعة والنشر ، القاهرة ، 1964م
- 27-محسن محمد عطية : نقد الفنون من الكلاسيكية الى عصر ما بعد الحداثة ، دار الفكر العربي ، مصر ، 2001م
- 28-نيفين محمد الرفاعي ، توظيف المؤشرات الدلالية في تصميم الاعلانات القومية التلفزيونية ، رسالة دكتوراه ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، 2016م
- 29- كاظم مؤنس عزيز ، الرمز مفرد في اللغة وتمثل الواقع ، مجلة الاكاديمي ، وزارة التعليم العالي ، جامعة بغداد ، مكتبة الفنون الجميلة ، ، 1994
- 30-لايكوف ، جورج وجنسون مارك ، الاستعارات التي نحيا بها ، جحفة عبد المجيد ، ط1 ، دار توبقال للنشر ، الدار البيضاء ، المغرب ، 1996
- الرسائل والاطاريح :
- 31-مفيد سليمان الذيب ، دور السياق في تحديد المعنى ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، 2001م
- المجلات العربية والمنشورات :
- 32-ابراهيم محمد سليمان ،مدخل الى مفهوم سيميائية الصورة ، المجلة الجامعية ، جامعة الزاوية ، عدد16، المجلد الثاني ، ابريل ،م 2014 .
- 33- جليل محمد ايوب ، لغة الحديث النبوي بين التشبيه والمجاز – دراسة في الصحيحين – دراسة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، 2007
- 34- Bolton ،N ،The Psychology of thinking ،New York.