

التشكيل الفني وأبعاده الدلالية في الملصقات الترويجية الاشهارية دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من ملصقات مؤسسة الاتصالات أوريدو

Artistic Composition and its Semantic Dimensions in Promotional
Advertisements:
A Semiotic Analytical Study of a Sample of Ooredoo's Promotional Posters

كريمة بن عوّة¹،

1 مخبر وسائل الاعلام، الاتصال والاستخدامات الاجتماعية، المدرسة العليا للصحافة و علوم الاعلام MUSC، الجزائر

karima.ben_aoua@ummto.dz

تاريخ الاستلام : 2024/09/03 ؛ تاريخ القبول : 2025/05/23 ؛ تاريخ النشر : 2025/07/31

Abstract

This study aims to explore the artistic composition and its semantic dimensions in promotional advertising posters through a semiotic analysis of a sample of Ooredoo's promotional posters from 2023/2024. The study focuses on five posters, using Martin Joly's approach to promotion and artistic composition. The semiotic analysis of these five Ooredoo Algeria posters led to several conclusions, among which the most significant are:

*Ooredoo relies on various types of compositional, iconic, linguistic signs, and semiotic indicators in its posters to promote its different offers by capturing the attention of the target audience. *The importance of artistic and aesthetic composition in Ooredoo's commercial promotion is evident through the colors, shapes, and icons used in the posters.

Keywords: Semiotics, Promotion, Poster, Artistic Composition.

الملخص

تلخص هذه الدراسة في معرفة التشكيل الفني وأبعاده الدلالية في الملصقات الترويجية الاشهارية دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الملصقات الترويجية لشركة أوريدو والتي تمثلت في خمسة ملصقات باستخدام مقاربة مارتن جولي بالترويج والتشكيل الفني، تناول التحليل السيميولوجي لعينة تقدر بخمسة ملصقات ترويجية لشركة أوريدو **Ooredoo** الجزائرية والتي استنتجنا منها مجموعة من النتائج من بين أهمها:

اعتماد شركة أوريدو على أنواع مختلفة من العلامات التشكيلية والايقونية واللغوية والدلائل السيميولوجية في ملصقاتها وذلك من أجل الترويج لمختلف عروضها من خلال جذب انتباه الجمهور المتلقي.

أهمية التشكيل الفني والجمالي في الترويج التجاري لعينة شركة أوريدو **Ooredoo** الذي اتضح في الألوان الاشكال والايقونات المستخدمة في الملصقات.

الكلمات المفتاحية: سيميولوجيا، ترويج، ملصق، تشكيل الفني.

كريمة بن عوّة^{*}

مقدمة:

إنّ الترويج هو "ذلك العنصر المتعدّد الأشكال والمتفاعل مع غيره من عناصر المزيج التسويقي والهادف إلى تحقيق عملية الاتصال الناجمة ممّا تقدّمه المؤسسات من سلع أو خدمات أو أفكار تعمل على إشباع حاجات ورغبات الجمهور من أفراد أو مؤسسات ووفق إمكاناتهم وتوقعاتهم. فالتشكيل الفني له علاقة وطيدة بالترويج التجاري فمعظم السلع والخدمات تروج بواسطة أشكال فنية كالصورة والملصقات والتصميمات التي تحمل فكرة يجسدها الفنان أو المصمم باستخدام تقنيات أدائية منتقاة بهدف تحقيق الوظائف التعبيرية والوظيفية والجمالية كونها تعد من الوسائل الفعالة في التواصل من أجل نقل رسالة واضحة المعالم وبسيطة تتضمن تعبيراً عن فكرة ما أو موضوع معين بين المرسل والمتلقي.

بناءً على ما سبق حاولنا من خلال دراستنا هذه نحاول البحث في التشكيل الفني وأبعاده الدلالية للملصقات الترويجية وتحليل عينة من الملصقات الترويجية لشركة أوريدو الجزائرية وفق مقارنة مارتن جولي التي تعنى بدراسة الأنساق المرئية واللونية للكشف عن دلالتها الضمنية ومن هذا المنطلق قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة جوانب رئيسية.

فالتشكيل الفني له علاقة وطيدة بالترويج التجاري فمعظم السلع والخدمات تروج بواسطة أشكال فنية كالصورة والملصقات والتصميمات التي تحمل فكرة يجسدها الفنان أو المصمم باستخدام تقنيات أدائية منتقاة بهدف تحقيق الوظائف التعبيرية والوظيفية والجمالية كونها تعد من الوسائل الفعالة في التواصل من أجل نقل رسالة واضحة المعالم وبسيطة تتضمن تعبيراً عن فكرة ما أو موضوع معين بين المرسل والمتلقي.

ومنه قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة جوانب رئيسية، نستهلها الجانب المنهجي أشرنا فيه إلى مختلف الإجراءات المنهجية المرتبطة بالدراسة من إشكالية وتساؤلات وما يرافق ذلك من أهمية وأهداف الدراسة وعينة البحث، وغير ذلك من الطرق المنهجية الضرورية لأي بحث سيميولوجي وفق مقارنة مارتن جولي بالتركيز على التشكيل الفني وأبعاده الدلالية للملصق الترويجي.

تعدّ الشركات التجارية من أهم الدعائم والركائز الأساسية للاستقرار الاقتصادي للدول وذلك لما توفره من خدمات متنوعة وما تحقّقه من أرباح. والشركة كفكرة تقوم أساسا على نوع من التعاون بين شخصين أو أكثر بجمع المال واستغلاله في مشروع معين قد يعجز الفرد عن القيام به لوحده¹ إن الهدف الرئيسي للمؤسسات والشركات هو الاستمرار في السوق وتحقيق حاجات ورغبات الزبائن، فعليها أن تركز كل مجهوداتها وإمكاناتها البشرية والمادية والمالية للتعامل وجعله يشعر بالرضا التام وترسيخ صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة وعن منتجاتها وخدماتها، وهذا ما يتطلب وضع استراتيجية ترويجية جيدة ومناسبة وفعالة لمزيجها الترويجي، بحيث أن استخدامه من طرف المؤسسات يكون لغرض خلق صورة جيدة لدى الزبائن عنها وعن منتجاتها وذلك بمختلف الاتصالات الترويجية المتمثلة في: الإشهار، الإعلان والنشر، العلاقات العامة، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، وقياس إلى أي مدى تؤثر هذه الاتصالات على سلوك الزبون واستدراك النقائص الموجودة في تلك المنتجات للوصول إلى المحافظة على الزبائن الحاليين واستقطاب زبائن جدد ومحاولة كسب ولائهم ورضاهم².

في حين تعد الملصقات الترويجية وسيلة أساسية للترويج عن الخدمات والعروض المقدّمة من طرف المؤسسة، تهدف إلى عرض موضوع والترويج له معتمدا في ذلك الاقناع والتذكير وجذب انتباه الجمهور بصريا والتأثير فيه، كما أنه أحد التقنيات التي تستخدمها المؤسسات بغية التعريف بالسلع والحثّ على اقتنائها بطريقة أكثر حيوية³. إما عن طريق النسق الأيقوني أو اللساني وهذا يحتاج إلى دراسة معمقة للتسويق التجاري بهدف مخاطبة العميل بطريقة غير مباشرة عن طريق هاته الملصقات الترويجية ومن هنا تمحور اشكالنا الرئيسي حول: ماهي دلالة التشكيل الفني وابعاده الضمنية والصريحة للملصقات الترويجية للشركات التجارية في الجزائر؟

- أهداف الدراسة :

الكشف عن الرسائل والدلالات التي يمكن أن تحملها الصورة الفنية الخاصة بالترويج التجاري. والتعريف بأهمية الإعلام التجاري وردوده الفعال وكذلك البحث عن فعالية الدور الاتصالي الذي يمكن أن تلعبه الصورة بشكلها الفني والدلالي وبالتالي إبراز قدرة اللغة البصرية على توصيل المعاني والرسائل والكشف عن أسس الرسالة البصرية في الملصقات الترويج لشركات التجارية. وكذلك إبراز الأهمية والمكانة التي يحتلها الإشهار في المؤسسة أوريدو ومعرفة اهتمام الجمهور بالرسائل الاشهارية لمؤسسة أوريدو.

- منهج الدراسة وأدواته :

على اعتبار أنّ طبيعة الموضوع في اي بحث علمي هي العامل الوحيد المحدد للمنهج المناسب في عملية البحث فقد برز المنهج السيميولوجي الذي يعتبر أكثر المناهج ملائمة مع طبيعة دراستنا وإشكاليتنا المطروحة. وهذا محاولة منا لفهم وتحليل التشكيل الفني للرسائل الموجودة في الملصقات الترويجية للشركات التجارية، سواء كان نصاً أو صورة ثابتة من خلال تحليل ما هو مدرك من أشكال وصور وألوان بدراسة معمقة من أجل الوصول إلى نتائج تجيب عن الإشكالية المطروحة.

فالتحليل السيميولوجي يبقى مرتبط بالامكانات الذهنية للباحث بقدر ما هو علم مضبوط بالخطوات والاهداف. وقد أعطى ابن منظور في معجمه الواسع مفهوما للسيميائية وقد عرفها على أنّها العلامة ويقال السمة؛ وهي علم الطب ودراسة العلامات الدالة على المرض، كما أنّ السيميول وجيا كمصطلح في اللغة العربية تعني الدراسة الفلسفية للدلائل الصورية واللغوية وما الى آخره.4

وعليه فقد أصبح التحليل السيميولوجي تصورا نظريا ومنهجاً تطبيقياً في شتى المعارف والدراسات الإنسانية والفكرية والعلمية وأداة في مقارنة الأنساق اللغوية وغير اللغوية، وأصبح هذا التحليل مفتاحاً لحداثيات وموضوعة لا بد من الالتجاء إليها قصد عصرنة الفهم وآليات التأويل والقراءة.

-مقاربة الدراسة:

تتعدد المقاربات السيميولوجية بتنوع الأنساق الدلالية التي تعالجها، وسنقوم خلال هذا العرض بتقديم أهم المقاربات المستخدمة في التحليل السيمي ولوجي للنص والصورة. ولقد تم اعتمادنا على مقارنة مارتن جولي لتفكيك الدلائل ورموز الصورة الترويجية فهذه المقاربة التحليلية التي نطرحها تمكننا من فهم الصورة من حيث طريقتها في انتاج المعنى بصيغة أخرى والطريقة التي تؤديها، وعلى المحلل السيميولوجي أن يركز في قراءته للصورة على الخطوات التالية:

أولاً: الوصف	La description
ثانياً: المستوى التعييني.	La dénotation
1. الرسالة التشكيلية: ✓ الحامل. ✓ الإطار. ✓ التأطير. ✓ زاوية التقاط النظر و اختيار الهدف. ✓ التركيب و الإخراج. ✓ الإشكال. ✓ الألوان و الإضاءة. 2. الرسالة الأيقونية. 3. الرسالة اللسانية.	2. La Message plastique : ✓ Le Support ✓ Le Cadre. ✓ Le Cadrage. ✓ Angle de prise de vue et choix de l'objectif. ✓ La Composition et mise en page. ✓ Les formes. ✓ Les couleurs et l'éclairage. 3. Le Message iconique. 4. Le Message linguistique.
ثالثاً: المستوى التضميني.	La connotation

جدول رقم 01: يمثل خطوات تحليل الصورة.¹

- مجتمع البحث وعينته :

- مجتمع البحث :

إنّ المقصود بمجتمع البحث: "كل العناصر المراد دراستها، إن السحب جزء من المجتمع الدراسة يطلق عليه اسم العينة، والعملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة."²³ ولأن موضوع بحثنا بدراسة التشكيل الفني والدلالة الضمنية والصريحة للملصقات الترويجية التجارية في الجزائر، فمجتمع البحث في هذه الحالة يتمثل في تلك الملصقات المروجة للتجارة، لاكتشاف مدى فعالية الترويج من خلال مجموعة من الملصقات الترويجية عينة الدراسة والتي نحاول من خلالها استنطاق الدلالات الصريحة الضمنية للصور عينة الدراسة.

-عينة الدراسة :

تعرف العينة في البحث العلمي حسب "موريس أنجرس" أنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث. كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً.⁶ باستخدام عينة الدراسة، باتباع الأسلوب القصدي أو العمدى التي تعود إليها ملصقاتنا عينة الدراسة والتي تخص ملصقات ترويجية لمؤسسة الاتصالات اوريدو بالجزائر.⁴

2-I - التشكيل الفني و توظيفه في الترويج التجاري :

يطلق مصطلح التشكيل الفني على مختلف الإبداعات التي يمكن رؤيتها ومنها اللوحات الفنية وغيرها، ويتم إنشاء هذه القطع الفنية لتحفيز الشخص من خلال تجربة بصرية، حيث تثير لدى الناظر إليها شعوراً ما، سواء كان جيداً أو سيئاً، وتعدّ هذه الأشكال الفنية شائعة جداً ومتنوعة، ومن بين الفنون البصرية الفنون الزخرفية التي تشمل السيراميك، والأثاث، والتصميم الداخلي، كما توجد أربعة أشكال فنية رئيسية للفن التشكيلي، أو الفن البصري، وهي: التصوير الرسم أو ما يعرف بالتصوير الزيتي. النحت. الفن المعماري⁸

فالتشكيل الفني له علاقة وطيدة بالترويج التجاري فمعظم السلع والخدمات تروج بواسطة أشكال فنية كالصورة والملصقات والتصميمات التي تحمل فكرة يجسدها الفنان أو المصمم

باستخدام تقنيات أدائية منتقاة بهدف تحقيق الوظائف التعبيرية والوظيفية والجمالية كونها تعد من الوسائل الفعالة في التواصل من أجل نقل رسالة واضحة المعالم وبسيطة تتضمن تعبيراً عن فكرة ما أو موضوع معين بين المرسل والمتلقي. والملصق الترويجي بوجه الخصوص يعتمد في نجاحاته بشكل أو آخر على فاعلية ونمط الفكرة التي تجعل من العلاقات التصميمية محققة. والقدرة على إثارة تصورات ذهنية متعددة تجسدها الفكرة التي يعتمد عليها الفنان أو المصمم لترسيخ فكرة العرض في ذهن المتلقي حيث نستنتج ان الترويج عبر الملصقات الترويجية تكون ناجحة وفعالة عند الاعتماد على فكرة فنية مبتكرة تجذب انتباه المتلقي.⁹

I -3- الأشكال التعبيرية و توظيفها سيميولوجيا في الملصق :

إنّ إدراك الأشكال هي الأسس التي انطلقت منها نظرية الجشالت . ثم إن " كلمة شكل لها تاريخها ، كما أن للرؤية تاريخها ، فهذه الكلمة كما يقول تاريخها ، فهذه الكلمة كما يقول الناقد الألماني هونيخ D.Hoich مشتقة من الكلمة اللاتينية Forma التي تعني الشكل الخارجي أو المرئي لجسم ما باعتباره متميزاً عن مادته أو لونه ، وقد رأى أرسطو في الشكل - التركيب الملموس القابل للإحساس الخاص بشيء ما، وتعدّ ظاهرة إدراك الأشكال، هندسية كانت أو مجردة هي ظاهرة إنسانية وينعكس ذلك في سهولة وتنوع استخدامها من طرف الانسان كرموز تشكيلية قابلة للدمج مع بعضها البعض للحصول على عدد لا نهائي من التراكيب ، هناك ارتباط وثيق بين الإدراك والتفكير التجريدي، إذ لا تساهم عملية تجميع الأشكال في التواصل بين الأفراد باختلاف لغاتهم و ثقافتهم فحسب بل تتعدى ذلك لخلق اجسام جديدة، وظيفية وفعالة ، فهم بعض العلماء قوة الأشكال و ثراءها الدلالي في تمثيل المفاهيم والتعبير عن أفكارهم ومقترحاتهم عن طريقها فالأشكال شائها شأن الألوان. الدلالات التي تشكلها الأشكال في الارشالات البصرية هي دلالات تشكيلية، تم العثور على فكرة الشكل أيضاً في الظاهرية، التي اسسها " ادموند هوسرل" وكما تحدثنا عنها سابقاً فهي تتمثل في دراسة جوهر الأشياء، فتعالج بشكل تلقائي عمليات الإدراك والتمثيل العقلي للظواهر بشكل عام، والأشكال بشكل خاص كمجموعات مهيكلية فعند تركيب مجموعة من الأشكال لتمثل شكل معين يقوم الدماغ باستحضارها ذهنياً بواسطة عملية البحث والربط بالصور المخزنة فيه.¹⁰

تعد الاشكال التعبيرية إحدى العناصر المهمة في التشكيل الفني ومن بين الوسائل الاتصالية الحديثة ومواكبة للعصر والتي أحدثت نوعية وتغييرات جذرية في عدة مجالات خاصة في مجال الترويج.¹¹

2- الجانب التطبيقي :



2-1: الوصف:

بالنظر الى الملصقة أعلاه والمتمثلة في ملصقة اشهارية لشركة الاتصالات أوريدو ذات خلفية مميزة تتمثل في صورة للبقاع المقدسة ومكة المكرمة اثناء فترة العمرة في شهر رمضان المبارك، وشخصية شاب معتمر بالإضافة الى شكل هندسي متمثل في دائرة ملونة تحمل عرض الشركة وتهنئة بالشهر الفضيل وكذلك كتابة لغوية معبرة لمقاصد الشركة. لنبصر من يسار الصورة الى يمينها بوضعية حرف Z مميز الشركة le logotype بكتابة عريضة وواضحة وحمراء اللون ملفتة للأبصار (Ooredoo) اسفلها دائرة هندسية باللون الاحمر اللات للالتباه مدون عليها تهنئة بالشهر الفضيل (رمضان مبارك) لتتوسط الصورة الكعبة المشرفة مكتسية بكسوتها باللون الاسود لنجد على اليمين شاب ذو قميص ابيض بملامح تعبيرية مبتسمة معتمرا و حاملا للهاتف ذكي بلون أحمر وكأنه يجري مكالمة بعد استفادته من العرض المقدم من طرف شركة اوريدو الجزائرية المدون في الدائرة الحمراء الذي يلاحظ داخلها كتابة تعبيرية بلون أبيض بالبنط العريض (شكل #122*) بغرض استفادة المعتمر بالبقاع المقدسة بعروض مكالمات غير محدودة نحو كل الشبكات وانترنت كذلك . لنلاحظ أعلاه على اليمين رسالة السنية للشركة بخط عريض وكبير وواضح باللون

الأبيض متمثلة في: شارك فرحة العمرة من البقاع المقدسة، مكالمات غير محدودة نحو اوريدو + 15Go انترنت.

2.2- المستوى التعيني:

أ. الرسالة التشكيلية:

- الحامل: أخذت الملصقة الترويجية أعلاه من شركة اوريدو الجزائرية ولاية تيزي وزو فوق حامل كمساحة إيجابية.

- الإطار: ملصقة مقاسها بالتقريب 3*2 مشكل مستطيل ساعد على الطرح الاشهاري والعرض الترويجي

- التأطير: تبدو أجزاء وأشكال الصورة واضحة، بحيث أن المصمم ركز على صورة الشاب والخلفية المميزة

- زاوية الالتقاط: تبدو الصورة بأشكالها جانبية من اليسار الى اليمين بشكل حرف Z بزاوية التقاط مستوية حيث نلاحظ ان خلقية البقاع المقدسة والمعتمرين تتوسط الصورة الاشهارية وكذلك الشاب المعتمر الذي يستفيد من عرض اوريدو. والعبارات اللغوية التي تصف العرض بالإضافة الى الاشكال والرموز. وذلك لغرض جذب العميل من زاوية نظر محددة واثارة انتباهه الى العرض المراد تسليط الضوء عليه.

- التركيب والخراج على الصورة: إن الاشكال في هذه الملصقة واضحة ومركبة بشكل عادي. بحيث تتجه العين نحو خلفية البقاع المقدسة وصورة الزجه البشري مباشرة على يمين الصورة لتنتقل الى اليسار نحو الاشكال الهندسية والخطوط المنحنية والمستقيمة. كما يمكن قراءة الصورة حسب اهمية الاشكال والعناصر كما يلي:

➤ شكل الشاب

➤ شكل المعتمرين

➤ تعابير الوجه

➤ خلفية الملصقة

➤ شكل البقاع المقدسة

➤ اشكال هندسية (دوائر. مكعب. خطوط منحنية ومستقيمة..)

- الألوان والاضاءة: غلب على الخلفية اللوم الازرق السماوي ولون الاسود لزم الكعبة المشرفة واللون الابيض لون المسجد وكذلك لون قميص المعتمرين ولون الكتابة اللسنية التي تروج لعرض اوريدو. لنجد اللون الاحمر لون للدوائر الهندسية الواصفة لعرض الشركة ومميزها.

أما فيما يخص مصدر الإضاءة فانه من الجهة العلوية الى السفلية.⁵

أ. الرسالة الايقونية :

المداليل الايقونية	مداليل على المستوى الأول	مداليل على المستوى الثاني
اشكال بشرية : الأوجه	ابتسامة عريضة على وجه المعتمر معبرة على الامتنان لهذا العرض	الفرحة والسعادة التي تقدمها اوريدو لعملائها
شكل الأيدي	حمل الهاتف واجراء المكالمات باليد اليسرى . واسترخاء اليد الايخرى	الاهتمام والرضى والراحة عند لاستفادة من خدمات أوريدو
الخلفية	البقاع المقدسة	عروض اوريدو المتنوعة للمعتمرين
اللباس	قميص ابيض	النقاء . الراحة والثقة عند استعمال عرض اوريدو للمعتمرين
اشكال	- دوائر - خطوط منحنية - مكعب - مثلثات - مستقيمت..	- الاتصال - شكل الكتابة المدونة على الكعبة الشريفة - شكل مكة المكرمة - شكل المسجد
الموقع	البقاع المقدسة	العبادة والامان والغذاء الروحي

ب. الرسالة الألسنية:

من خلال تصفح هذا الملصق التجاري نجد:

- تحتوي الملصقة على كتابة لغوية تتمثل في رسالة السنية باللغة العربية بالخط العريض باللون الابيض تتمثل في وصف العرض الذي قدمته مؤسسة اوريدو لمعتمريها المتمثل في انترنت ومكالمات غير محدودة نحو أوريدو: شارك فرحة العمرة من البقاع المقدسة .

مكالمات غير محدودة نحو اوريدو + 15Go.

- ونجد ايضا رسالة لغوية داخل الدائرة الحمراء باللون الابيض تتمثل في طريقة الاستفادة من عرض اوريدو)شكل #121* (مكالمات غير محدودة وعروض انترنت.

- وكذلك عبارة التهئة بشهر الغفران شهر رمضان المبارك داخل الدائرة الهندسية الحمراء بخط متموج وايض اللون:)رمضان مبارك(.

2-3: المستوى التضميني:

من خلال عملية القراءة من خلال المعاني الخفية التي تحملها الملصقة الاشهارية لشركة اوريدو يتضح لنا ان لها العديد من الأبعاد الثقافية والاجتماعية والدينية. وهذا عائد إلى طبيعة العرض المروج له وإلى طبيعة الرسالة. حيث تحمل بين طياتها رسالة تتمثل في العروض الترويجية المقدمة من طرف الشركة من مكالمات غير محدودة وانترنت وذلك لفئة معينة الا وهم المعتمرين الذين اعتمدوا في شهر رمضان الكريم.

- حيث ظهرت في الملصقة صورة للبقاع المقدسة اثناء اداء مناسك العمرة بغرض التعريف بهذا الصرح الديني المهم في شهر رمضان المعظم. دلت على ذلك الدائرة الحمراء التي تحمل عبارة مهنته بدخول الشهر الفضيل من طرف شركة اوريدو الجزائرية لمعتمريها، مع مميز الشركة Ooredoo. وضمنت تغطية هاتفية وربط بالانترنت.

- وظهرت ايضا شخصية الشاب المعتمر واقفا في ثبات في وضعية هادئة ومركزة حاملا للهاتف الذكي ذو اللون الاحمر الملفت للانتباه وهو يجري مكالمات صوتية داخل الحرم المكي مرتديا قميص ابيض طويل دل على الراحة والنقاء الروحي والتفاؤل والثقة بالنفس وعلى

وجهه تعابير متمثلة في سعادة وامتنان لأداء المناسك ولعرض الشركة في دلالة ضمنية متمثلة في سعادة ومشاركة المعتمر لفرحته مع أقربائه بفضل العرض الترويجي المتمثل في مكالمات غير محدودة وانترنت لصالح عملاء شبكة اوريدو للهاتف النقال .

- في حين دلت العبارة الألسنية التي جاءت في اعلى يمين الصورة (شا رك فرحة العمرة من البقاع المقدسة، مكالمات غير محدودة نحو أوريدو+ Go15) الى اهمية العرض الترويجي لاوريدو الذي يحتوي على اشتراك غير محدود من المكالمات والانترنت من أجل التواصل ومشاركة فرحة اداء مناسك العمرة بكل أريحية مع ذويهم .

- وجاء هذا العرض مدرج بلغة الارقام بكتابة جذابة وبسيطة ملفتة لنظر المتلقي متمثلة في الرمز #121* المدرج داخل الدائرة الحمراء لتمثل كل ما هو منطقي واقعي في عرض مغري.

□ دلالات الألوان:

ان واقعية اللون وحيويته وتأثيره النفسي تساعد على عملية التذكر وسرعة التلقي واسترجاع المعلومة لأن له دور في عملية التذكر لأنه يرسخ في الذكرة والبصيرة لفترة اطول ومنه الترويج للعروض المقدمة بصفة أسهل وتحقيق المبتغى. لنجد دلالات الالوان في هذه الملصقة كما يلي:

- اللون الاحمر: فهو تجسد في لون مميز الشركة le logotype ولون الدوائر المروجة للعرض فهو لون لافت للانتباه وجاذب للتعامل، فهو يدل على الحيوية والفرح والحب والنشاط.

- اللون الازرق السماوي: فهو لون السماء الصافية وان دل على شيء فانه يدل على السكينة والطمأنينة والصفاء .

- اللون الاسود: فقد تمثل في لون الكعبة المشرفة. يدل على الفخامة والاناقة والرسمية.

- اللون الابيض: ظهر في الملصقة في قميص الشاب الابيض ولباس المعتمرين وكذلك لون جدران المسجد وكذلك الكتابة

الألسنية فهو كذلك جاذب للنظر والانتباه يدل على السلام والبساطة فقد تحقق الشركة مبتغاها من خلال بساطة الالوان.¹³

II- الخلاصة و النتائج

من خلال التحليل السيميولوجي للملصقات التجارية لشركة اوريدو تمظه رت الأشكال الفنية متمثلة في العلامات التشكيلية والأيقونية واللغوية التي تشكل الصورة لتذكير الجمهور بالعلامة التجارية وجذب انتباهه لقراءتها.

تتجلى العلامات التشكيلية في استخدام الألوان الجذابة في الصور التي تلفت انتباه المتلقي، كما تم لتنسيق والتناغم بني الألوان، الأشكال، الاضاءة التركيب والتأطير الذي يعزز الصورة من خلال توفير الفضاء المناسب والجذاب كما وظف ملصقات شركة Ooredoo بعض الرموز الغنية التشكيلية التي تعبر عن التراث الجزائري كالمناسبات الدينية، والاجتماعية والثقافية، مبرزة تنوعا في الأساليب الاشهارية ودورها الفعال في التأثير على الجمهور ومفاجئة المتلقي بواسطة ميكانيزمات نفسية متنوعة تعتمد على استراتيجيات محملة بالمؤثرات العاطفية مثل السرور التفاؤل الدهشة ... لأنها تسهل من عملية جذب الانتباه ومن ثم الاستجابة لتوقعات المرسل وبالتالي تحقق أهدافها.

II- التوصيات:

- ضرورة البحث في التشكيل الفني من خلال التحليل السيميولوجي للاشهار.
- محاولة البحث في الابعاد القيمية لتصميم المضامين الاشهارية بما فيها الملصقات الاشهارية.

- المراجع :

:الإحالات والمراجع

- 1 بوكركة صبرين (2019)، النظام القانوني لتصفية الشركات في التشريع الجزائري، ص 01. 2 حميلي عادل (2019) أثر الترويج في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية لدى الزبون دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، ص 17-19.

- 3-أميمة قسمية (2019)، دور الرسالة الاشهارية في إعادة تشكيل الصورة الذهنية لمؤسسة Ooredoo دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي شريحة Ooredoo ، بولاية بسكرة، ص 11-12.
- 4 ابن منظور (1990)، لسان العرب، دار صادر، ج 12، ط01، بيروت، ص312.
- 5- موريس أنجوس منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، دار القصة للنشر، الجزائر، ص 298.
- 6 محمد رد (2017)، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية النفسية، ع 9، ص 320
- 7-سارة حرز الله (2016)، التشكيل الفني في ديوان نبضات الهوى ل: أحمد بزيو، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الآداب واللغة العربية تخصص: أدب حديث ومعاص، ص 6-7.
- 8-موقع: ساعة التصفح <https://mawdoo3.com>، ساعة التصفح: 19/15.
9. مها إسماعيل الشبخلي (2020) الفكرة التصميمية واشتغالها التعبيرية الجمالية في ملصقات اليونيسيف الطفولية، الجامعة المستنصرية، كلية التربية الاساسية العدد 07 ص 355-363
- 10 بن ويس مامة (2021) الملصق الاشهارى ومنظومة التلقى تحليل ملصقات مؤسسة أوريدو نموذجا. أطروحة دكتوراه، ص 178.
- 11 .عون الله صبرين برجم بثينة جملي بشرى (2023)، استخدام الرموز التعبيرية السيميولوجية في الحملات التسويقية - دراسة تحليلية سيميولوجية لومضة بيبسي Pepsi الاشهارية مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر شعبة علوم الاعلام والاتصال، ص 10
- 12.الموقع: تاريخ التصفح 21/05/2024، الساعة: 13:02،الرابط: <https://www.for9a.com/learn> تاريخ التصفح 14/05/2024، الساعة: 17:00
- الموقع/<https://www.rokkey.com/> <https://www.rokkey.com/>