

تحليل رسالة إعلان "لا ينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية

مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس دراسة سيميوطيقية

بحث جامعي

إعداد:

ألفيا فضيلة

رقم القيد: ١٧٣١٠٠٥٣



قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠٢١

تحليل رسالة إعلان "لا ينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية

مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس دراسة سيميوطيقية

بحث جامعي

مقدم لاستيفاء شروط الاختبار النهائي للحصول على درجة سرجانا (S-1)

في قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

إعداد:

ألفيا فضيلة

رقم القيد: ١٧٣١٠٠٥٣

المشرف:

محمد أنوار فردوسي، الماجستير

رقم التوظيف: ١٩٦٩٠٦١٦١١٩٩٨٠٣١٠٠٣



قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠٢١

تقرير الباحثة

أفيدكم علما بأنني الطالبة :

الاسم : أليفيا فضيلة

رقم القيد : ١٧٣١٠٠٥٣

موضوع البحث : تحليل رسالة إعلان "لا ينسانا الله- الاعلان زين لرمضان" بنظرية مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس دراسة سيميوطيقية .

حضرته وكتبته بنفسه وما زدت من إبداع غيري أو تأليف الآخر. وإذا ادعى أحد في المستقبل أنه من تأليفه وتبين فأنا أتحمل المسؤولية على ذلك ولن تكون المسؤولية على المشرفين أو مسؤولي قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

تحريرا بمالانج، ١٠ يونيو ٢٠٢١

الباحثة



أليفيا فضيلة

رقم القيد: ١٧٣١٠٠٥٣





استهلال

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

(البقرة: ١٥٣)

*“Wahai orang-orang yang beriman! Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar”.  
(Al-Baqarah:153)*

## إهداء

أهدي هذا البحث الجامعي إلى:

من يحضني بحب وحنان في طفلة الحياة الدنياوية و يعرفني عن الحياة الأخرافية،

1- أبي المحبوب "محمد حسان" وأمي المحبوبة "سيتي مفتوحة"

2- أختي الصغيرة "باريزة إسلامية"

3- أخي الصغير "محمد فاطير الفتح"

## كلمة الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله رب العالمين وبه نستعين على أمور الدنيا والدين. أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد أن محمدا عبده ورسوله. والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا ومولانا محمد وعلى اله وأصحابه أجمعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

قد تمت كتابة هذا البحث الجامعي تحت الموضوع : "تحليل رسالة إعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس دراسة سيميوطيقية" فلذلك هذا البحث بعض شروط للحصول على درجة سرجانا لكلية العلوم الإنسانية في قسم اللغة العربية وأدبها جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانج.

فتقدم الباحثة كلمة الشكر لكل شخص خصوصا إلى :

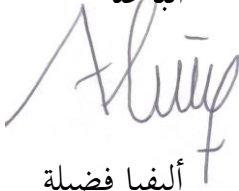
1. فضيلة الأستاذ الدكتور الحاج عبد الحارس الماجستير مدير جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.
2. فضيلة الدكتورة شافية الماجستير عميدة كلية العلوم الإنسانية بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.
3. فضيلة الدكتور حليمي الماجستير رئيس قسم اللغة العربية وأدبها.
4. فضيلة محمد أنوار فردوسي، الماجستير كمشرفي في كتابة هذا البحث، حفظه الله تعالى.

وأخيرا جزاهم الله خيرا كثيرا وافرا وعسى الله أن يكون هذا البحث تستفيد منها الباحثة وللجميع. امن يارب العالمين.



مالانج، ٠٢ يونيو ٢٠٢١

الباحثة



ألفيا فضيلة

## مستخلص البحث

ألفيا، فضيلة. ٢٠٢١. تحليل رسالة إعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس دراسة سيميوطيقية. البحث العلمي، قسم اللغة العربية وأدبها، كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرف : أنوار فردوسي، الماجستير

الكلمات المفتاحية: إعلان، إشارات، موضوعات، تفسيرية

السيميوطيقية هي دراسة تناقش العلامات والرموز التي تعتبر مزيجا مهما في الاتصال. أحدها هو الاتصال في إعلان يفحص العلامات في سياق الصور والسيناريوهات والنصوص والمشاهد الواردة في الإعلانات إلى شيء يمكن تفسيرية. دائما ما يكون للإعلان معنى خفي ، من خلال العلاقة بين العلامات والأشياء والمفسرين ، سيعرف الباحثة المعنى. أصبحت عادة أنماط الحياة غير الصحية شيئا مألوقا بين الناس. خاصة في سياق تفشي كوفيد-١٩ الذي أصاب الناس في جميع أنحاء العالم. لا يزال الوعي العام بالامتثال للبروتوكولات الصحية غائبا وقد تسبب في إصابة الكثير من الناس بهذا التفشي ، وخاصة شعب المملكة العربية السعودية. لذلك تعاونت شركة مجموعة زين للاتصالات مع وزارة الصحة السعودية لإصدار إعلان خدمة عامة بعنوان "لاينسانا الله - الاعلان لرمضان". يتوقف الإعلان الجمهور في الامتثال للبروتوكول الصحية ، حتى يتجنبوا تفشي كوفيد-١٩.

بحيث يستخدم الباحثة إعلانات الخدمة العامة كهدف لأبحاثهم. كان الغرض من هذه الدراسة هو معرفة محتوى الرسالة الواردة ، وشكل معنى العلامات والأشياء والمترجمين في تمثيل إعلانات الخدمة العامة بناء على منظور جرليس ساندرس بيرس. هذا البحث هو بحث نوعي. مصدر البيانات المستخدم في هذا الإعلان هو إعلان خدمة عامة بعنوان "لاينسانا الله - الاعلان لرمضان". تقنيات جمع البيانات في هذا البحث هي تقنيات المراقبة وتدوين الملاحظة.

نتائج هذه البحث هي نتائج (١) إعلانات الخدمة العامة المتعلقة بتفشي مرض كوفيد-١٩ مفيدة جدا لتثقيف الجمهور حول أهمية الحفاظ على صحة جيدة لكل فرد واجتماعيا وطاعة نصيحة الحكومة بالبقاء في المنزل. (٢) بناءً على تحليل جريس سندرس بيرس ، يمكن العثور على ٢٣ إشارات و ٢٢ موضوعات و ٢٣ تفسيرية. (٣) إيجاد تفسير مفاده أن الله تعالى يعالج كل الأمراض التي يشعر بها عبده. ومع هذا الوباء ، نأمل أن نكون أكثر حرصا ونكون أكثر امتنانا على الملذات التي أعطاها الله ، بما في ذلك التمتع بجسم صحيح.

## ABSTRACT

**Aliefia, Fadhila.** 2021. *Analysis of Advertising Message " لاينسانا الله - الاعلان - لرمضان"* Based on Triangle Meaning Theory of Charles Sanders Pierce. Minor Thesis. Department of Arabic Language and Literature, Faculty of Humanities, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

**Advisor :** M. Anwar Fidausy, M.Ag.

**Keywords :** *Advertisement, Signs, Objects, Interpretants*

---

Semiotics is a study that discusses signs and symbols which are an important combination in a communication. One of them is communication in an advertisement that examines signs in the context of images, scenarios, texts and scenes contained in advertisements into something that can be interpreted. In advertising always has a hidden meaning, through the relationship between signs, objects, and interpretants, the meaning will be known by researchers. In the habit of unhealthy lifestyles has become a familiar thing among the people. Especially in the context of the Covid-19 outbreak that has hit people all over the world. Public awareness in complying with health protocols is still lacking and has caused many people to be affected by this outbreak, especially the people of Saudi Arabia. Therefore, the telecommunications company Zain Group collaborated with the Saudi Arabian Ministry of Health to issue a public service advertisement titled " لاينسانا الله - الاعلان لرمضان". The advertisement educates the public in complying with health protocols, so that they avoid the Covid-19 outbreak.

So that researchers use public service advertisements as the object of their research. The purpose of this study was to find out the content of the message contained, the form of the meaning of signs, objects, and interpretants in the representation of public service advertisements based on the perspective of Charles Sanders Pierce. This research is a qualitative research. The data source used in this advertisement is a public service advertisement titled " لاينسانا الله - الاعلان لرمضان". The data collection technique in this research is the watch and note technique.

The results of this study are the findings of 1) Public service advertisements regarding the covid-19 outbreak are very useful for educating the public about the importance of maintaining good health for each individual and socially and complying with government recommendations to stay at home 2) Based on the analysis of Charles Sanders Pierce can find 19 signs, 18 objects and 19 interpretants. And 3) find an interpretation that is Allah will treat all diseases that are felt by his servant. And with this epidemic, hopefully we can be more careful and be more grateful for the pleasures that Allah has given, including the enjoyment of a healthy body.

## ABSTRAK

**Aliefia, Fadhila.** 2021. Analisis Pesan Iklan "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان"

Berdasarkan Teori *Triangle Meaning* Perspektif Charles Sanders Pierce. Penelitian Skripsi. Jurusan Bahasa dan Sastra Arab. Fakultas Humaniora, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

**Pembimbing :** M. Anwar Fidausy, M.Ag.

**Kata Kunci :** Iklan, Tanda, Objek, Interpretan

---

Semiotika merupakan studi yang membahas tentang tanda dan simbol yang merupakan kombinasi penting dalam sebuah komunikasi. Salah satunya ialah komunikasi dalam sebuah iklan yang mengkaji tanda dalam konteks gambar, skenario, teks dan adegan yang terdapat dalam iklan menjadi suatu yang dapat di maknai. Dalam iklan selalu memiliki sebuah makna tersembunyi, lewat hubungan antara tanda, objek, dan interpretan maka makna tersebut akan diketahui oleh peneliti. Pada kebiasaan pola hidup tidak sehat sudah menjadi hal yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat. Apalagi dalam keadaan wabah covid-19 yang menyerang masyarakat seluruh dunia. Kesadaran masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan masih kurang dan menyebabkan banyak masyarakat yang terkena wabah ini terutama masyarakat Arab Saudi. Oleh sebab itu, perusahaan telekomunikasi Zain Group bekerja sama dengan kemeterian kesehatan Arab Saudi untuk mengeluarkan iklan layanan masyarakat yang berjudul "لاينسانا الله -

الاعلان زين لرمضان". Di dalam iklan tersebut mengedukasikan masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan, agar mereka terhindar dari wabah covid-19.

Sehingga peneliti menggunakan iklan layanan masyarakat sebagai objek penelitiannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan isi pesan yang terkandung, bentuk makna tanda, objek, dan interpretan dalam representasi iklan layanan masyarakat berdasarkan perspektif Charles Sanders Pierce. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam iklan ini adalah iklan layanan masyarakat yang berjudul "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان".

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik tonton dan catat.

Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya 1) Iklan layanan masyarakat mengenai wabah covid-19 ini sangat bermanfaat untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan baik setiap individu maupun sosial dan mematuhi anjuran pemerintah untuk dirumah saja. 2) Berdasarkan analisis Charles Sanders Pierce dapat menemukan 23 tanda, 22 objek dan 23 interpretan. Dan 3) menemukan interpretasi yakni Allah akan mengobati seluruh penyakit yang dirasakan oleh hambanya. Serta dengan terdapatnya wabah ini mudah-mudahan kita bisa lebih berhati-hati serta dapat lebih bersyukur atas kenikmatan yang telah Allah berikan termasuk kenikmatan badan yang sehat.

## محتويات البحث

أ	تقرير الباحثة .....
ب	تصريح .....
ج	تقرير لجنة المناقشة .....
د	الاستهلال .....
هـ	الإهداء .....
و	كلمة الشكر .....
ح	المستخلص باللغة العربية .....
ي	المستخلص باللغة الإنجليزية .....
ك	المستخلص باللغة الإندونيسيا .....
ل	محتويات البحث .....
١	الفصل الأول: المقدمة .....
١	أ. خلفية البحث .....
٤	ب. أسئلة البحث .....
٤	ج. أهداف البحث .....
٥	د. فوائد البحث .....
٦	هـ. الدراسة السابقة .....
٩	ز. منهج البحث .....
١١	ح. هيكل البحث .....
١٣	الباب الثاني: الإطار النظري .....
١٣	أ. السيميوطيقية .....

١٥	..... ب. السيميوطيقية جريس ساندرس بيرس
٢٠	..... ج. الإعلان
٢٩	..... ح. إعلانات الخدمة العامة
٣١	..... <b>الباب الثالث: عرض البيانات وتحليلها</b>
٣١	..... أ. لمحة الإعلان "لاينسانا الله"
٣٣	..... ب. إشارات، موضوعات، و تفسيرية في إعلان "لاينسانا الله" لجريس ساندرس بيرس ..
٦٨	..... <b>الباب الرابع: الخلاصة والمقترحات</b>
٦٨	..... أ. نتائج البحث
٦٩	..... ب. المقترحات
٧٠	..... <b>قائمة المراجع</b>





## الباب الأول

### مقدمة

#### أ- خلفية البحث

في الحياة اليومية ، بالطبع نحن على دراية بتكنولوجيا وسائل الإعلام المتطورة بشكل متزايد (كورنياساري، ٢٠١٦، ص. ١٤٧). الوظائف المهمة لوسائل الإعلام في تقديم المعلومات باستخدام الصور والأصوات وغيرها من أشكال التخيل كوسيلة لتسهيل فهم الجمهور لمحتويات الرسالة التي سيتم نقلها (ترياندجوجو، ٢٠٠٨، ص. ١). في الوقت الحاضر ، تنتشر الإعلانات بشكل متزايد ولها فعالية عالية (فالتينوس ، ٢٠١١ ، ص ١١). يستخدم الإعلان اللغة كوسيلة للتواصل وتبادل الرسائل بين المنتجين والمستهلكين. ثم يتم نقل اللغة من خلال الإشارة تحتوي على الإشارة والدلالة التي تظهر من خلال الصورة. هذه الدال و المدلول لها معنى ضمني أو صريح ليتم نقلها إلى المستهلكين (ترياندجوجو، ٢٠٠٨ ، ص ٢).

لا يستخدم الإعلان كوسيلة تسويقية فحسب ، بل يتم استخدامه أيضًا من قبل السياسيين والأحزاب السياسية والمؤسسات الحكومية والمجتمعية (فالتينوس ، ٢٠١١ ، ص ١١). الإعلانات غير التجارية أو المعروفة أيضًا باسم إعلانات الخدمة العامة. الغرض من هذا الإعلان هو زيادة سلام المجتمع في عيش حياة اجتماعية والتأثير على الناس للتصرف أو التصرف وفقًا للرسالة الإعلانية. عادة ما يتم بث إعلانات الخدمة العامة عبر وسائل الإعلام الإلكترونية أو المطبوعة (سانتوسو: ٤-٥).

هناك أيضًا العديد من إعلانات الخدمة العامة الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي ، مثل يوتيوب. أحدها إعلان من قناة زين على اليوتيوب بعنوان

"لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان". زين هي شركة الاتصالات المتنقلة الأولى في الشرق الأوسط وأفريقيا التي تأسست عام ١٩٨٣ في الكويت. في عام ٢٠٢٠ ، تتعاون مجموعة زين مع وزارة الصحة والجهاز المركزي لتكنولوجيا المعلومات (CAIT) من خلال إطلاق تطبيق "Shlonik" لامتثال السكان الذين عادوا لتوهم إلى الكويت فيما يتعلق توجيهات الحجر الصحي.

الاعلان زين لرمضان في اعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بعنوان كوفيد-١٩ والذي انتشر في جميع انحاء العالم بما في ذلك الكويت، تم بث هذا الاعلان في شهر رمضان عام ٢٠٢٠. مأخوذ من قناة زين على اليوتيوب واستمر لمدة ٢,٣٦ دقيقة. شاهده أكثر من ٤٢ مليون شخص. تم إنشاء هذا الفيديو في أبريل ٢٠٢٠. في الإعلان، يتحدث عن معنى الرعاية الاجتماعية لإخوانه من البشر، وكفاحهم لمواجهة جائحة كوفيد -١٩. يعرض الإعلان أيضًا ترويجًا لمنتجات مجموعة زين ، يعرض الإعلان أيضًا ترويجًا لمنتجات مجموعة زين وهو تطبيق لمعرفة تطور عدد الأشخاص المتأثرين بفيروس كوفيد -١٩ وفيه. للجمهور عند الإصابة بأعراض فيروس كورونا. يهتم الباحث بهذه الإعلان لأن هذا الإعلان يختلف عن الإعلانات الأخرى. يحتوي على عدة معانٍ تجعل من يشاهده يتحرك ويشعر بما يشعر به إعلان الفيديو.

هذا البحث يناقش معنى الصورة واللغة في إعلان الفيديو. النظرية المناسبة للاستخدام في هذا البحث هي سيميائية تشارلز ساندر بيرس. وفقًا لبيرس ، يمكن تحليل موضوع السيميوطيقية من خلال ثلاثة مكونات (مثلث معنى)، وهي العلامات والموضوعات والتفسيرية. من خلال النظرية السيميوطيقية لجرليس ساندرس بيرس ، سيجد الباحث عدة رسائل موجودة في الإعلان الذي أنشأته شركة مجموعة زين للاتصالات.

**ب- أسئلة البحث**

- 1- ما رسالة إعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس ؟
- 2- ما أشكال الإشارات في إعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس ؟
- 3- ما الأشكال التفسيرية في إعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس ؟

**ج- أهداف البحث**

- 1- تهدف هذه الدراسة لمعرفة رسالة إعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس.
- 2- تهدف هذه الدراسة لمعرفة أشكال الإشارات في إعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس.
- 3- تهدف هذه الدراسة لمعرفة الأشكال التفسيرية في إعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان" بنظرية مثلث المعنى لجرليس ساندرس بيرس.

**د- فوائد البحث**

- 1- الفوائد النظرية  
لتوسيع المعرفة بالمعرفة ، لا سيما حول أهمية الوعي الذاتي في مواجهة جائحة كوفيد-١٩ الذي يتم اختباره حاليًا. خصوصاً في الاعلان زين لرمضان في الاعلان عن نظرية بيرس في السيميوطيقية.
- 2- الفوائد التطبيقية  
لإضافة معرفة جديدة للقراء ، خاصة في تحليل الإعلانات ، وإضافة المعرفة اللغوية ، خاصة في النظرية السيميوطيقية.

**هـ- الدراسة السابقة**

الباحثة التي تستخدم نظرية تشارلز ساندرز بيرس في إعلان ليسوا جددًا في الدراسة. ومع ذلك ، في الإعلان زين لرمضان لا يوجد بحث يناقشها ، ففي الإعلان يناقش حالة المجتمع خلال جائحة كوفيد -١٩. نظرية بيرس في الإعلان هي بحث تم التحقيق فيه. وقد وجد الباحثون دراسات مماثلة بنفس النظرية والأساليب. يسمى:

- 1- ميذا، أرماتوشة. (٢٠٢٠). أغنية في اليوم "تبسم" لمسعود كورتيس (دراسة تحليلية سيميوطيقية عند جارليس سنديرس فيرس). كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. من هذه الدراسة هو تحديد العناصر السيميوطيقية التي يحتوي عليها ألبوم "تبسم" ، ومعرفة المعاني المعجمية والسياقية للعناصر السيميائية التي تم الحصول عليها في الهدف رقم واحد. في هذه الدراسة باستخدام البحث النوعي الوصفي. وكانت نتائج هذه الدراسة (١) كشف الباحث أن أغاني تبسم وروحي فيداك والحمد لله وعدناني وبدزني في ألبوم "تبسم" تحتوي على عناصر سيميائية. وجدت الباحثة ٢٥ عنصرًا سيميائيًا ، وهي إشارة واحدة و ١٢ عنصرًا و ١٣ تداخلًا في الأغاني؛ (٢) بعد ذلك يُطلب بناءً على المعنى المعجمي ومعنى السياق ، أي (أ) المعنى المعجمي لكل كلمة تحتوي على عناصر سيميوطيقية في الأغنية مأخوذ من قاموس المعاني ؛ (ب) يتضمن معنى السياق في الأغنية ككل معنى دينيًا يوضح العلاقة بين الله والنبي والعبد.
- 2- حماية، الزكية. (٢٠٢٠). معنى الحب في أغنية كاظم الساهر في ألبوم انتهى المشوار (دراسة سيميوطيقية لجرليس ساندرس بيرس). كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. من هذه الدراسة هو تعرف على معنى الحب في أغنية كاظم الساهر في ألبوم انتهى المشوار دراسة سيميوطيقية لجرليس ساندرس بيرس. تستخدم هذه الدراسة طريقة

نوعية. نتج عن هذا البحث اكتشاف سبعة عشر معاني للحب في ثلاث أغنيات في ألبوم انت مشوار. نتج عن هذا البحث اكتشاف سبعة عشر معاني للحب في ثلاث أغنيات في ألبوم انت مشوار. وجد معنى الحب في أغنية حريب مي أحباب: ١ حب كامل ، ٢ حب مصاحب ، ١ حب فارغ ، و ١ غير حب. وجدت أغنية البنايا نوعين من الحب ، هما ٣ حب طاهر و ١ افتتان. أغنية أحبكي أنت وجدت ٢ حب رومانسي ، ١ حنق ، ٣ حب كامل ، ١ حب مصاحب ، ١ حب سمين. في تطبيقه ، يمكن أن يتم الحب من خلال تقدير والاعتزاز ببعضنا البعض دون خوف أو أن تكون سلبياً. للتعبير عن الحب ، يجب أن يكون لدى الشخص الشجاعة والصدق في قلبه.

3- عين، رشيدة. (٢٠١٩). تصور الرسائل الأخلاقية في الإعلانات العامة بالشرق الأوسط (دراسة سيميوطيقية). كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. هذه الدراسة هو تحديد شكل التصور المستخدم وأنواع الرسائل الأخلاقية التي سيتم نقلها في إعلان الخدمة العامة هذا. يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي النوعي. وكانت نتائج هذه الدراسة (١) أشكال التخيل في الإعلانات وهي المشاهد والأصوات والألوان والأدوات الداعمة. (٢) الرسالة الأخلاقية الواردة فيه هي صحة النوع الاجتماعي وأيضاً الرسائل الأخلاقية الموجودة في المجتمع مثل التسامح الديني ، ورجاء المساعدة في اللطف.

4- دودي، هارتونو وأسيب سوغاليه. (٢٠٢٠). بموضع معنى رموز الابتسامة في إعلانات لاي على التلفزيون (تحليل سيميوطيقية عند جارليس سنديرس بيرس). جامعة ميركو بوانا ، جاكرتا. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد معنى الابتسامة في إعلان لاي على وسائل الإعلام التلفزيونية.

تستخدم هذه الدراسة نموذجًا نوعيًا بنائيًا. تهدف نتائج هذه الدراسة إلى إظهار أن الجميع يجب أن يكونوا قادرين على الابتسام مهما حدث. الابتسامة هي علامة مبكرة على الإخلاص الذي هو أكثر قيمة من الهدية. يمكن رؤية معنى الابتسامة من نظرة الوجه حسب الابتسامة. على الرغم من أن الإعلان يُظهر ابتسامة مزيفة أو مزيفة ، فهذه طريقة واحدة للحصول على علاقات جيدة مع أشخاص آخرين.

5- مورتى، كاندرا ديوي. (٢٠١٣). بموضع تمثيل ملابس المسلمين في الإعلان (تحليل تشارلز ساندرز بيرس سيميوطيقية لإعلان وردة لمستحضرات التجميل في صحيفة التابلويد نوبا). جامعة سونان كاليجاغا يوجياكارتا. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تمثيل الملابس الإسلامية المستخدمة في إعلانات مستحضرات التجميل في وردة. تستخدم هذه الدراسة طريقة نوعية. نتج عن هذا البحث أن الملابس الإسلامية في إعلانات وردة لمستحضرات التجميل تتمثل في استخدام الملابس التي تغطي أعضائك التناسلية بينما لا تزال تبدو أنيقة وعصرية ، مما يعزز صورة الإسلام الحديث التي بنتها وردة.

6- كريستي، لانجي. (٢٠١٩). بموضع أنواع الإشارات في إعلانات العطور (تحليل سيميوطيقية). جامعة سام راتولانجي مانادو. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أنواع العلامات وتصنيفها وتحليل الدلالات الواردة في إعلانات العطور. تستخدم هذه الدراسة سيميوطيقية بيرس. طريقة البحث هذه طريقة وصفية. تشير نتائج هذه الدراسة إلى وجود ثلاثة أنواع من العلامات الموجودة في إعلانات العطور تتكون من ٢٠ أيقونة و ٢٧ فهرسًا و ٥ رموز وكل إعلان عن عطر له معاني مختلفة وفقًا لرغبات وخلفية المعرفة في المجتمع.

7- ليلا، فراحة. (٢٠٢٠). بموضع الاستشارات التأديبية لبروتوكول كوفيد-١٩ الصحي في قرية كندول ، مقاطعة جينيري ، مدينة ديفوك. الجامعة المحمدية الجاكرتا. يعد المستوى العالي لانتقال فيروس كوفيد-١٩ ، خاصة في منطقة جابوديتيبك ، مصدر القلق لجهود الفورية التي يمكن أن تساعد الناس على توخي الحذر وتجنب كوفيد-١٩. يعد نقص الوعي وأنماط النظافة في المجتمع أحد العوامل التي تسبب ارتفاع المعدل انتقال كوفيد-١٩. بناءً على هذه المشكلات ، من الضروري بذل جهود التنشئة الاجتماعية في شكل الأنشطة استشارية لمنع انتقال فيروس كوفيد-١٩. تم تنفيذ هذا النشاط في كندول ٠٦ ، منطقة جينيري ، مدينة ديفوك. يهدف هذا النشاط إلى زيادة الوعي ونمط الحياة المعتاد للمجتمع خلال جائحة كوفيد-١٩. يتم تنفيذ هذا النشاط على ست مراحل تشمل التنشئة الاجتماعية ، وتقديم المشورة ، وتوزيع الأقنعة ، وتوزيع الملصقات ، والنشر عبر المنصات الرقمية ، والمراقبة والتقييم المتعلقة بتطبيق نظام بروتوكول الصحة كوفيد-١٩. النتائج التي تم تحقيقها من هذا نشاط الخدمي كانت (١) زيادة المعرفة العامة والمعرفة حول الانضباط الخاص بروتوكول الصحة كوفيد-١٩ ، (٢) يمتلك الجمهور قناعاً من القماش كوسيلة للحماية الشخصية لمنع انتقال كوفيد-١٩ ، (٣) لدى الجمهور وعي كبير بمخاطر كوفيد-١٩ ، (٤) يمكن لجمهور الوصول إلى المعلومات حول بروتوكول الصحة كوفيد-١٩ عبر الإنترنت ، و (٥) يزيد الجمهور لدعوة أشخاص آخرين لحماية أنفسهم من انتقال كوفيد-١٩. من المتوقع أن يكون هذا البرنامج مستداماً ويوفر العديد من الفوائد حتى يتمكن الناس من تجنب الانتقال كوفيد-١٩.

بناءً على الأبحاث السابقة ، هناك أوجه تشابه واختلاف مع البحث الذي سيتم دراسته في هذا الوقت ، وبالتحديد البحث السابق ولديه الآن تشابه

مع النظرية المراد دراستها ، وهي نظرية تجرليس ساندرس بيرس في السيميوطيقية .  
بينما يكون الاختلاف في موضوع الدراسة ، لأن هذا البحث يركز فقط على  
الكائن الإعلاني "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان".

## ز- منهج البحث

### 1- نوع البحث

في هذه الدراسة باستخدام طريقة كيفية . في هذه الدراسة أنتج  
الباحث شروحات مكتوبة على شكل أغانٍ وأشياء ترمز إلى الإشارات  
والأشياء والتفسيرات في إعلان "لاينسانا الله - الاعلان زين لرمضان".

### 2- مصادر البيانات

يركز هذا البحث على معنى الرسائل في الإعلان "لاينسانا الله  
- الاعلان زين لرمضان". تستخدم هذه الدراسة مصدرين هما:

#### أ) مصدر البيانات الأساسي

مصدر البيانات الأساسي هو مجموعة من البيانات حصل عليها  
الباحثون مباشرة من المصدر (كورنادي، ٢٠١١، ص ١٠). مصدر  
البيانات الأساسي المستخدم في هذه الدراسة هو كلمات إعلان "لاينسانا  
الله - الاعلان زين لرمضان".

#### ب) مصادر البيانات الثانوية

مصادر البيانات الثانوية هي مجموعات البيانات التي تم الحصول عليها  
من المصادر الحالية أو المعروفة أيضاً باسم البيانات الإضافية (كورنادي ،  
٢٠١١ ، ص.١١). مصادر البيانات الثانوية المستخدمة في هذا البحث  
هي الكتب والمجلات أو المقالات المتعلقة بما يلي: دراسات بيرس  
السيميوطيقية واللغوية.

### 3- طريقة جميع البيانات



تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي:

- (1) البحثة عن إعلانات للبحث على موقع يوتيوب
- (2) بعد العثور على الإعلان المناسب قام الباحث بمشاهدة محتوى الإعلان والاستماع إليه
- (3) ثم يقوم الباحثة بمطابقة الكائن مع نظرية معنى المثلث من خلال قراءة العديد من الكتب والمقالات
- (4) بعد المطابقة يبدأ الباحث في تصنيف الجمل والمشاهد في الإعلان.
- (5) بعد أن يحصل الباحث على البيانات التي يبحث عنها ، سيبدأ في تحديد وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها. من أجل إيجاد فهم لمعناه.

#### 4- طريقة تحليل البيانات

تقنيات تحليل البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي:

- (1) استمع وشاهد مع زملائك الاعلانات فيديوات "لا ينسانا الله - اعلان زين لرمضان". وقم بتدوين الكلمات الموجودة فيه.
- (2) بعد جمع البيانات ، يقوم الباحث بتصنيف البيانات التي تم الحصول عليها.
- (3) لاحظ الباحثون البيانات المتعلقة بسيميائية تشارلز ساندرز بيرس.
- (4) وصف الاستنتاجات بناءً على تصريح الباحث.
- (5) الكتابة في شكل بحث علمي.

## الباب الثنى الإطار النظري

### أ. السيميوطيقية

انتشرت السيميوطيقية في كل العالم منذ ١٩٦٠. تمتلك السيميوطيقية لها الفكرة التي وجدت فيها مفاهيم نظرية والعملية التي تبحث فيها عن الدال والمدلول. تغيير جون لوك السيميوطيقية على أنها معرفة العلامة. يعرف موريس أيضاً السيميوطيقية على أنها نظرية عامة عن علامات الاشكال و هي المظاهر اللغوية أو غير اللغوية أو الفردية أو تحقيق الاجتماعية ، لذلك السيميوطيقية هي علم التي تدرس فيه الاحوال عن نظام الرمز (عوض، ٢٠١٤، ص.٢٣٧). نشأت هذه السيميوطيقية لاستعمال وتطور في دراسة نظام الرمز في أوائل القرن العشرين من قبل فلاسفة اثنين ، وهما فرديناند دي سوسور كعالم لغوي و جريليس ساندرس بيرس كفيلسوف وخبير في المنطق ، ويطلق عليهما اسم والد السيميوطيقية. أما السيميوطيقون الاخرى هم هي مايكل ريفاتير و رولان بارت وأومبرتو إيكو (أمبراني وأومايا ، ص ٣٥).

اصطلاح سيميوطيقية مصدر من اللغة اليونانية "semion" التي تعني علامة أو "seme" وهي يفسر الإشارة (طالب ، ٢٠١٨ ، ص ٢٣). السيميوطيقية هي دراسة تناقش العلامات و الإشارة التي تعتبر تقاليد مهمة في الاتصال. تتضمن النظرية الرئيسية للسيميوطيقية كيف يمكن للعلامات أن تمثل الأفكار والأشياء والمواقف والمشاعر(مايدي واسفندياري، ٢٠١٨، ص.٣٥). وفقاً لمصطلح السيميوطيقية ، يتم تحديده أيضاً على أنه حقل يدرس عدة سلاسل من الكائنات وجميع الأحداث التي تحدث كعلامة.

بما أن علم الإشارة يقسم سوسير العلاقة بين الدال والمدلول ، فإن الرمز هي وحدة من شكل الدال على فكر أو علامة. بمعنى آخر ، العلامة هي صوت أو خط ذو

معنى. في الوقت نفسه، أما مدلول هو صورة ذهنية أو فكرة أو مفهوم (طالب ، ٢٠١٨ ، ص ٢٣). اتصلت السيميوطيقية مع علم اللغة لسوسير هي لا بد موجد الوصول بين السيميوطيقية و علم اللغة التي تركز على جوهر الكلمة كعلامة (أمبراني وأومايا ، ص ٣٥).

جرليس ساندرس بيرس، الفيلسوف الأمريكي يبين أن العلامات يتواصل بأشياء مماثلة ، وهم يواصلون لسبب مع العلامات وسبب بالرمز أو بسبب الروابط التقليدية مع هذه العلامات. يقسم العلامات إلى ثلاثة أنواع ، وهي الفهرس (علاقة السبب والنتيجة) ، والأيقونة (التشابه) ، والرمز (للجمعيات التقليدية) (مايدي واسفندياري ، ٢٠١٨ ، ص ٧). لدى السيميوطيقية وفقاً لبارت مبدأ كيف دراسة الإنسانية وتفسيرها على حال الإنسانية لكل شيء. التفسير بمعنى أن الأشياء لا تحمل المعلومات فقط ، بمعنى الأشياء المراد إيصالها ، ولكن أيضاً تشكل نظاماً منظماً من الإشارات (طالب ، ٢٠١٨ ، ص ٢٣) طور بارت مستويين من الإشارات ، وهما مستوى الإضافي والأصلي. غالباً ما يُطلق على الإشارة إلى العلامات المميزة المستوى الأول من الدلالة ، أي الدلالة ، بينما يشار إلى الدلالات على أنها نظام تعليم المستوى الثاني (أمبراني وأومايا ، ص ٣٥).

و في الأساس ، تحليل سيميوطيقية هي محاولة لشعور الاشياء الغريب ، ما تحتاج إلى أكثر المسؤول عندما نقرأ النصوص أو الروايات المعينة. التحليل كاملة وهي محاولة إيجاد المعنى ، بما في ذلك الأشياء المخفية خلف النص. فيقال بعض الناس أن السيميوطيقية هي محاولة للعثور على معنى للأخبار على الاخبار الخلفية. العلامات (sign) هي أساس من كل الاتصالات. هذا من ليتل جون في كتابه: " Theories on Human Behaviour (١٩٩٦)". يقال أن الناس باتصال الإشارات يستعمل التواصل بامثلها و أكثر المواصلات في العالم.

أما لأومبرتو إيكو ، فإن الدراسات السيميوطيقية تميز حتى الآن نوعين من السيميوطيقية ، وهما السيميوطيقية الاتصال و السيميوطيقية ذات الأهمية. تؤكد السيميوطيقية الاتصال على نظرية إنتاج الإشارات ، والتي يفترض أحدها وجود ستة عوامل في الاتصال ، وهي المرسل ، ومستقبل الكود أو نظام الإشارة ، والرسالة ، وقناة الاتصال ، والمرجع المعني.

وكانت السيميوطيقية ذات الأهمية لا تشكل أهداف الاتصال. في النوع الثاني ، أفضلها فهم العلامة بحيث تكون العملية المعرفية لمتلقي العلامة أكثر اهتمامًا من العملية (ويوا ، ٢٠٠٦ ، ص ٧-٨). وكل أشكال الاتصال التي يستخدمها الناس هي لغة تستخدم كوسيلة اتصال لها معنى ستصبح علامة من خلاله.

كما أوضحنا سابقًا ، اللغة هي وسيط النشاط للناس ، كتابيًا وتحدثًا. تتكون اللغة من كلمات يتم تجميعها في جملة يتم نطقها أخيرًا من قبل البشر. إذن هذه اللغة هي أيضًا نظام إشارة. تقدم المعاني الكامنة وراء العبارات والكلمات والجملة فهمًا أن ما هو موجود هو علامة مملوكة للعلامة (أمبراني وأومايا ، ص ٣٠).

في هذه الدراسة ، استخدمت الباحثة التحليل السيميوطيقية بنظرية جريليس ساندرس بيرس.

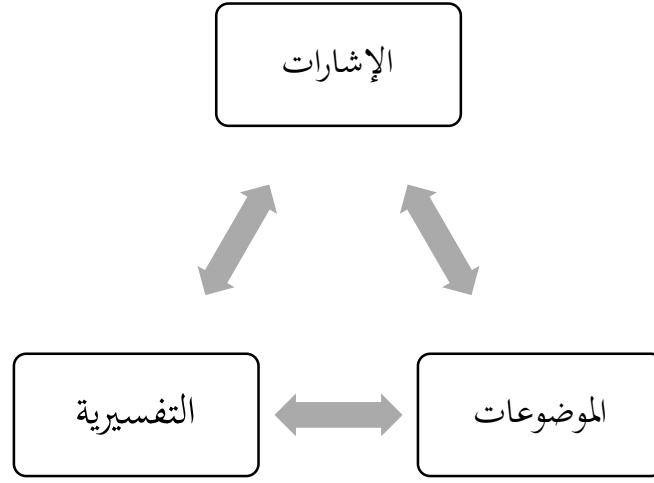
## ب. السيميوطيقية جريليس ساندرس بيرس.

في فهم نظرية السيميوطيقية ، بالطبع لا يمكن فصلها عن التأثير والدور المهم لاثنين من الفلاسفة المهمين ، وهما: جريليس ساندرس بيرس وفيرديناند دي سوسور. لقد وضعوا بعض الأسس في دراسة السيميوطيقية. بيرس فيلسوف من الولايات المتحدة. ولد بيرس في كامبريدج بالولايات المتحدة (عواد ، ٢٠١٤ ، ص ٢٣٧) عام ١٨٣٩ في عائلة مثقفة. يدعى والده بنيامين وهو أستاذ الرياضيات في جامعة هارفارد. التحق بيرس بجامعة هارفارد وشهد في ذلك الوقت تطورًا سريعًا للغاية في

مجال التعليم. حصل على ألقابه على التوالي (ويبوا، ٢٠٠٦ ، ص ١٥). كان جريليس ساندرس بيرس (١٨٣٩-١٩١٤) أيضاً عقلاً عقلانياً بفهمه للبشر والمنطق (العلم الدقيق). منطق موجود عند البشر عندما يبدأون في التفكير ويتضمن العلامات كمعتقداتهم بالنسبة لبيرس ، تعتبر العلامة واحدة من أكثر وسائل الاتصال فعالية عندما يبدأ الإنسان في التفكير في شيء ما وفي ذلك الوقت تظهر علامة عندما ينقل الشخص محتويات فكره.

اشتهر بيرس بنظريته عن العلامات ، فوفقاً له في نطاق السيميوطيقية عالمياً ، فإن العلامة هي شيء يمثل مشاعر أو أفعال الإنسان. قال بيرس " *sign is something which stands to somebody for some respect or capacity* ". شيء ما كان يستخدم للإشارة لتعمل ، أطلق عليه بيرس الأرض. وبالتالي ، فإن العلامة (العلامة أو التمثيل) موجودة دائماً في الروابط الثلاثية ، أي الأرض والموضوع والمفسر(مايدي واسفندياري، ٢٠١٨ ، ص.١٢٤٠).

يذكر بيرس أيضاً العلامات على أنها تمثيلات ومفاهيم ، ويشار إلى الأشياء والأفكار وما إلى ذلك على أنها كائنات. المعنى الذي نحصل عليه من العلامة وفقاً لبيرس يسمى أيضاً مترجماً. هذه الأبعاد الثلاثة دائماً ما تكون جنباً إلى جنب في الأهمية. لذلك ، ينظر إليه بيرس على أنه هيكل ثلاثي.



صورة ١،١ مثلث معنى

العلامة هي شيء يمكننا تفسيره علانية ، لكنها محدودة بالسياق ، سواء من خلال النص أو الثقافة الاجتماعية ، وكذلك معرفة القارئ. وفقاً لبيرس ، يحتوي مفهوم التفسير على عناصر الأصلية والإضفية. أهم شيء بالنسبة لبيرس هو عملية سيميوسيس (مايدي واسفندياري، ٢٠١٨، ص.١٢٤٠). ما يعنيه سيميوسيس هو عملية تجمع بين كيان (في شكل ممثل) مع كيان آخر يسمى أيضاً كائناً.

العلامة هي علم سيميوطيقي رمزي له خصائص تبادل المعلومات أو وسائط الاتصالات. طور بيرس نظام الإشارات هذا مقسماً إلى ثلاثة أجزاء ، وهي التمثيل والموضوع والمفسر. صنفها بيرس على النحو التالي:

### 1- على أساس الإشارات

إنه مرتبط بشيء يجعل السمة تلعب دوراً. في هذه المسألة ، يصنف بيرس ١

الإشارات إلى ٣ مواضيع ، وهي:

(أ) قواليسغن (Qualisign)

قواليسينغ هو جودة الخاصية. على سبيل المثال ، جودة الكلمات المستخدمة في المصاحبة لهذه الخصائص هي نوع من الكلمات القوية أو العدوانية أو اللطيفة. لا يقتصر الأمر على الكلمات التي تحدد جودة شيء ما ، بل يمكن أن تكون أيضًا في شكل اللون المستخدم ، ناهيك عن الصورة المصاحبة.

### (ب) سينسينغ (Sinsign)

سينسينغ هو وجود عنصر أو حدوث خاصية ما. على سبيل المثال ، كلمة فيضان في الجملة "هناك كارثة فيضان" هي حدث يتنبأ بأن الفيضان سببه المطر.

### (ج) ليكيسينغ (Legisign)

ليكيسينغ هو معيار مذكور في سمة. هذا الأمر له علاقة بما يمكن وما لا ينبغي تجربته. على سبيل المثال ، تثبت ميزة التدخين المحظور أننا ممنوعون من التدخين في المنطقة التي توجد بها هذه الميزة. ما هو أكثر عالمية هو بالطبع إشارات المرور ، التي تثبت ما يمكننا وما لا ينبغي فعله أثناء القيادة (فيطرية ، ٢٠١٧ ، ص ٤٥).

## 2- على أساس الموضوعات

### (أ) الأيقونية

الأيقونات هو ميزة تحاكي شكل الكائن الأصلي. يمكن أيضًا الإشارة إليه على أنه رابط بين الميزات والأشياء التي لها أوجه تشابه. إذا كان الغرض من الرمز هو مشاركة رسالة حول شكله الأصلي. مثال بسيط للغاية ونواجهه لكننا لا ندرك أنه خريطة.

### (ب) الفهرس

الفهرس هو سمة مرتبطة بالأشياء التي لها طابع سببي ، أو بسبب نتيجة. في هذه الحالة ، ترتبط الميزة بموضوعها بالنتيجة. هذه الخاصية تعني نتيجة الرسالة. مثال عالمي هو الدخان باعتباره سمة من سمات النار

(ج) الرمز

الرمز هو ميزة مرتبطة بالعلامة وكذلك بالعلامة. إذا تم ترميز شيء بالمميزات المتفق عليها بين العلامات كمرجع عالمي (عوض، ٢٠١٤، ص.٢٣٨). على سبيل المثال ، الضوء الأحمر يعني النهاية ، والجميع يعلم ويوافق على أن الضوء الأحمر يشير إلى النهاية.

3- على أساس التفسيرية

(أ) رهيمي (Rheme)

رهيمي هي ميزة تسمح بتفسيرها بمعان مختلفة. على سبيل المثال ، الشخص الذي تكون عيناه حمراء ، بحيث يشعر بالنعاس ، أو قد يكون ألما في العين ، أو تهيجًا ، ويمكنه أيضًا الاستيقاظ أو حتى أكثر من ذلك حتى يكون في حالة سكر.

(ب) ديجيسيغن (Decisign)

ديجيسيغن هي خاصية تتوافق مع الواقع والواقع. على سبيل المثال ، يوجد في حارة القرية فقط العديد من الأطفال بحيث توجد إشارة مرور للعديد من الأطفال. تشمل الأمثلة الأخرى الطرق المعرضة للحوادث ، لدرجة أن علامات التحذير تكون عرضة للحوادث.

(ج) اركومين (Argument)



اركومين هي ميزة تحتوي على عذر حول موضوع ما. على سبيل المثال ، من سمات حظر التدخين في محطات الوقود ، وذلك لأن محطات الوقود هي أماكن يسهل حرقها (فيتريا ، ٢٠١٧ ، ص ٤٦).

## ج- الإعلان

الإعلان هو أحد الأنشطة الرئيسية في تسويق السلع والخدمات في هذا العصر الحديث. لأنها جزء من سياسة الاتصال ووسيلة مهمة لنشر الأفكار والمعلومات للجمهور. يتم أيضاً ترتيب محتوى هذه الإعلانات وفقاً لاحتياجات مستخدميها. الإعلان هو أيضاً نشاط متعدد الوظائف يهدف إلى تقديم ترويج وإقناع وجذب الانتباه والتأثير على الجمهور من خلال إظهار صورة جيدة للسلع أو الخدمات المقدمة.

السيميوطيقية هو علم يدرس الأساليب التحليلية لدراسة المؤشرات في سياق السيناريوهات والصور والنصوص والصوت والمشاهد في الإعلانات بحيث يمكن فهمها بوضوح من قبل الجمهور.

### 1- تعريف الإعلان

الإعلان عن طريق اللغة. وفي الوقت نفسه ، ووفقاً لمصطلح الإعلان ، فإن الإعلان هو شكل من أشكال المعلومات التي يقوم بها الأفراد والوكالات أو المنظمات والشركات ، والتي تحتوي على معلومات مثيرة للاهتمام حول المنتجات أو الخدمات للجمهور.

في الفرنسية ، يشار إلى الإعلان باسم لا روسي، وهو ما يعني نشاطاً يهدف إلى نشر سلعة أو خدمة. من خلال عرض ملصق السلع أو الخدمات التي سيتم الترويج لها وذلك لتشجيع الجمهور على شراء أو استخدام الخدمة. يتم إنشاء الإعلانات أيضاً وفقاً لاحتياجات المستهلكين في الداخل والخارج(صوريا ، ٢٠٠٨ ، ص ٧٤).

في القاموس الفرنسي ، يعرف لى فتيت رلايرت أيضاً الإعلان على أنه نشاط أو فن يهدف إلى التأثير على المجتمع. في هذه الحالة تشمل جميع الأنشطة. لا يقتصر الإعلان على المنتجات ، بل يشمل أيضاً الرسائل أو الدعوات أو المكالمات للقيام بأشياء. على سبيل المثال ، دعوة غرس الأشجار أو الابتعاد عن المخدرات (صورايا ، ٢٠٠٨ ، ص. ٧٣).

الإعلان هو إجراء تم اختباره بنجاح للوصول إلى الجمهور. من خلال إنشاء إعلانات جذابة وتخصيص ميزانية كافية للوصول إلى عدد كبير من المستخدمين ، يمكن أن يكون للإعلان آثار مباشرة على الأنشطة التجارية. سيظهر التأثير الناتج في بعض المقاييس مثل زيادة المبيعات أو التعرف على العلامة التجارية (صورايا ، ٢٠٠٨ ، ص ٧٤).

عادةً ما يتم نشر الإعلانات في وسائل الإعلام المختلفة بحيث يمكن للعديد من الأشخاص في الوسائط غير المتصلة بالإنترنت وعبر الإنترنت رؤيتها. بعض هذه الوسائط تشمل الصحف والمجلات والصحف الشعبية والتلفزيون والمواقع الإخبارية والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والأماكن العامة.

وفقاً لقاموس الإندونيسي الكبير (KBBI) ، فإن الإعلان له معنيان ، وهما: (١) طلب الأخبار (على سبيل الاستعجال ، لإقناع) الجمهور العام بالأشياء والخدمات المقدمة ؛ (٢) يتم نشر إخطار الجمهور العام بالسلع أو الخدمات التي يتم بيعها في وسائل الإعلام مثل الرسائل الإخبارية والمجلات. من ناحية أخرى ، بالنسبة لدورينط (٢٠٠٣ : ١٠) ، فإن تفسير الإعلان هو عملية اتصال تهدف إلى إقناع الناس وقيادتهم لاتخاذ إجراءات مفيدة للمعلنين.

هناك أيضًا ، زيادة كيرينتونو (٢٠٠٨ : ١٥) إذا تم تعريف الإعلان على أنه شكل من أشكال الاتصال غير الشخصي الذي يبيع رسائل مقنعة من رعاة واضحين ، للتأثير على الناس لشراء المنتجات أو الخدمات ، من خلال دفع بعض المال كوسيلة إعلانية. يتطلب شكل الاتصال الذي تجسده الإعلانات مفاهيم واستراتيجيات ، حتى يتمكن المواطنون من فهم الأخبار والعمليات والرسائل الواردة في الإعلانات (ستياون ، ٢٠١٥ ، ص ١٧).

يحتوي الإعلان أيضًا على تقنيتين للرسالة ، وهما التقنيات اللفظية وغير اللفظية لجعل الرسالة جذابة قدر الإمكان. في هذا العصر الحديث ، تم تضمين الإعلان في فئة التكامل التي تم تصميمها للتأثير على المستهلكين (دانيسي، ٢٠١٠، ص.٢١١).

## 2- أنواع الإعلان

وفقًا لبيتر ، هناك نوعان من الإعلانات وهما:

- أ) الإعلان القياسية وهي الإعلان المصممة خصيصًا لغرض تقديم السلع والخدمات والخدمات للمستهلكين من خلال الوسائط الإعلانية
- ب) إعلان الخدمة العامة وهي الإعلان غير الهادفة للربح والتي تسعى إلى كسب منافع اجتماعية في المجتمع بالإضافة إلى جزء من الحملات الاجتماعية التي تهدف إلى بيع الأفكار أو الأفكار لصالح المجتمع أو الخدمة.

وفقًا لفرانك جيفكينز ، يمكن تصنيف الإعلانات على نطاق واسع

إلى سبع فئات رئيسية ، بما فيها:

- إعلان المستهلك التي تروج لسلع أو خدمات للاستهلاك يشيع استخدامها أو يشتريها الجمهور.

- الإعلان الإعلانية بين الشركات التي تروج للسلع والخدمات غير الاستهلاكية.
- أي ، أولئك الذين يضعون الإعلانات وأولئك الذين تستهدفهم الإعلانات هم شركتان.
- إعلان التجارية التي تستهدف على وجه التحديد الموزعين والتجار والوكلاء وما إلى ذلك.
- إعلان البيع بالتجزئة التي يتم إنتاجها وتمويلها من قبل الموردين / الشركات وإطلاقها إلى تجار التجزئة.
- الإعلان المالية للبنوك وخدمات الادخار والتأمين والاستثمارات. كعنصر مكمل ، يكون مصحوبًا أحيانًا بالتقارير المالية للشركة.
- الإعلان الإعلاني المباشر باستخدام البريد المباشر.
- إعلان الوظائف الشاغرة: إعلان يهدف إلى توظيف موظفين أو عمال محتملين (صورايا، ٢٠١٩ ، ص ١٣).

### 3- وسائل والإعلان

يستخدم الإعلان وسيلتين ، وهما الوسائط المطبوعة والوسائط الإلكترونية.

#### أ) الدعاية الإعلامية المطبوعة

يتم عمل هذا الإعلان ونشره باستخدام طريقة الطباعة. يمكن العثور على شكل هذا الإعلان في الصحف والمجلات و بليهو والملصقات والملصقات وغيرها. بناءً على المساحة والأبعاد ، هناك ٣ أشكال على الأقل من هذا الإعلان ، هي:

- لا تزيد الإعلانات المبوبة بشكل عام عن ٣-٤ أسطر بحيث لا تزيد المساحة على عمود.
- إعلانات الأعمدة لها مساحة عمود واحد ولكنها أكبر من الإعلانات المصنفة.
- الإعلانات المصوّرة لها بُعد أوسع عند مقارنتها بإعلانات العمود.

#### ب) الدعاية الإعلامية الإلكترونية

يستخدم هذا الإعلان الوسائط الإلكترونية كالتلفزيون والراديو والأفلام وغيرها. ها هو التفسير:

#### - الدعاية التلفزيونية

تتميز الإعلانات التلفزيونية بخصائص الصوت والصور والحركة. بناءً على شكلها ، يمكن تصنيف الإعلانات التلفزيونية إلى عدة أنواع ، وهي:

- (1) ليف أكتيون (Live Action): مقاطع فيديو تجمع بين عوامل الصورة والصوت والحركة في وقت واحد.
- (2) أنيماتيون (Animation): الإعلانات التي يتم تشكيلها بناءً على صور الكرتون يمكن رسمها باليد أو بتقنية الكمبيوتر.
- (3) ستوب أكتيون (Stop Action): إعلان تلفزيوني على شكل مزيج من أساليب الحركة الحية والرسوم المتحركة لإحداث تأثير كبير.
- (4) موسيك (music): علم بالموسيقى وهي الرسول. هذا يعني أن الإعلانات مغلقة بالموسيقى التي تصبح قوة الرسالة الإعلانية.

- (5) سوفريمفوسيد (Superimposed): إعلان تليفزيوني على شكل صورة إعلان يظهر عليه صورة أخرى. يتم عرض الصور بشكل عام في زاوية الشاشة أثناء تشغيل البث دائماً.
- (6) رعاية البرنامج: يمول المعلن أو الراعي أنشطة برامج تلفزيونية معينة ويمكنه في المقابل توصيل رسائل إعلانية.
- (7) رونيغ تيك (Running Text) : إعلان حيث يتم عرض الرسالة داخل وخارج لفترة طويلة ، من الجانب الأيمن إلى الجانب الأيسر.
- (8) فروفيرتي إندورسم مين (Properti Endorsement) : الإعلانات في شكل رعاية والتي تظهر من خلال الفصول المختلفة والتي تستخدم لإكمال خصائص البث.
- (9) التسمية التوضيحية: إعلان مشابه للإعلان المتراكب ، لكن الرسالة المستخدمة مكتوبة فقط. عادة ما تستخدم لدعم إعلانات المصادقة على الممتلكات.
- (10) الخلفية: إعلان تليفزيوني حيث تظهر الرسالة الإعلانية في خلفية النشاط الذي يقام.
- (11) عنوان الائتمان: إعلان حيث تظهر الرسالة الإعلانية في نهاية النشاط عند انتهاء النشاط.

#### - اعلان الراديو

يمكن سماع إعلانات الراديو فقط من خلال الصوت (الصوت). يمكن أن يكون الصوت على شكل صوت بشري منظم ، وموسيقى ، ومزيج منظم من الأصوات باستخدام الإيقاع والانسجام. عادة ، هناك ٣ أنواع من إعلانات الراديو

- (1) أد ليب (Ad lib): يتم إبلاغه مباشرة من قبل المذيع في شكل بث صوتي. بشكل عام ، لا تزيد المدة عن ٦٠ ثانية.
- (2) سفوت (Spot): معلومة بطريقة التسجيل السابقة ، لذا فهي تتطلب سكريبت أولاً. المدة الزمنية ١٥-٦٠ ثانية
- (3) سيفونسور فروغنم (Sponsor Program): إعطاء وقت خاص للرعاة لإيصال الرسائل عن طريق تمويل برنامج نشاط إذاعي.

- اعلان الافلام

تكون إعلانات الأفلام في شكل منتجات أفلام / سينما. يظهر هذا النوع من الإعلانات قبل عرض الفيلم الرئيسي (طرح). في كثير من الأحيان أيضًا ، يساهم فيلم واحد في الترويج لأفلام أخرى قبل عرض الفيلم الرئيسي مباشرة.

- الإعلان عن الوسائط الرقمية (الإنترنت)

في الإعلان الرقمي التفاعلي ، يتم تقسيمها إلى عدة مجموعات ، بما في ذلك:

(1) الويب: الإعلانات التي يتم عرضها على الويب بالكامل في شكل جميع الميزات الموجودة على الويب هي إعلانات. في بعض الأحيان ، تقوم الصناعة أيضًا بتحويل شبكة الشركة بالكامل إلى مجال إعلاني.

(2) اللافتات والأزرار: اللافتات هنا على شكل لوحات إعلانية صغيرة منتشرة في جميع أنحاء حديقة الموقع. غالبًا ما تكون الأزرار في شكل رموز صغيرة الأبعاد. كلاهما ، عند النقر

عليهما ، يريد أن يتم إحضارهما إلى الويب من المعلن أو المنتزه الجديد.

(٣) الرعاية: إعلان ممول بالكامل من قبل الراعي على صفحة منشئ الويب.

(٤) الإعلانات المبوبة: الإعلانات على شكل إعلانات مبوبة في الصحف وعادة ما تكون مجانية.

(٥) الإعلان عبر البريد الإلكتروني: الإعلانات التي يتم إرسالها عبر البريد الإلكتروني للعملاء الذين يسألون حقًا. يجب تمييز هذا الإعلان عن الرسائل الاقترامية سيفام (SPAM). سيفام (SPAM) هي عبارة عن إعلان جماعي في البريد الإلكتروني يرسله كيان غير معروف.

#### - الاعلان الخارجية

الإعلانات المدرجة في هذا النوع هي الإعلانات التي تغطي وسائطها جمهورًا موجودًا خارج المنزل. نشأ هذا الإعلان وانفصل عن إعلانات الوسائط المطبوعة ، ثم تطورها الدراماتيكي. تشمل هذه الأنواع من الإعلانات:

(1) ديسفلي (Display): إعلانات على شاشات العرض الخارجية.

(2) موبيل بيلبورد (Mobile Billboard): الإعلانات التي تجمع بين اللوحات الإعلانية التقليدية واللوحات الإعلانية العابرة.



- (3) إعلان المواصلات : على شكل وصف لوسائل الإعلام خارج المنزل والتي تشمل الإعلانات في الحافلات وسيارات الأجرة ومحطات الحافلات والمحطات وغيرها.
- (4) يأتي هذا الإعلان على شكل لوحات إعلانية قياسية بأبعاد مختلفة (صورايا ، ٢٠٠٨ ، ص ٩٤-٩٥).

#### 4- وظيفة الإعلان

تتضمن بعض وظائف الإعلان العالمي ما يلي:

- إبلاغ المنتج أو الخدمة للجمهور.
- تحفيز المستهلكين على منتج أو خدمة.
- جذب انتباه المستهلك إلى منتج أو خدمة.
- دعم مجتمع الأعمال الحالي.
- بناء والحفاظ على روابط جيدة بين المستهلكين والصناعة التي تقدم المنتجات أو الخدمات.

#### 5- خصائص الإعلان

- له محتوى واضح. هذا يعني أن الإعلانات يجب أن تكون قصيرة وصادقة وموضوعية وتجذب الانتباه ولا تسيء إلى أي من الطرفين.
- الوسائل الإعلامية وتبادل المعلومات والقدرة على شرح المنتجات أو الخدمات المقدمة.
- استخدام لغة يسهل فهمها. وبالتالي ، فإن الأشخاص الذين يقرؤون الإعلانات يريدون فهم المنتج أو الخدمة التي يتم الإعلان عنها بشكل أفضل.
- يلفت الأنظار ويتوسل قرائه.

- دعوة وإقناع (مقنع) بهدف جذب التعاطف مع كثير من الناس لمحاولة ارتداء ما هو معلن عنه (صورايا ، ٢٠٠٨ ، ص ٧٧).

### ح- إعلانات الخدمة العامة

في هذه الدراسة ، استخدمت الباحثة الإعلانات الخدمة العامة لتكون الهدف. فيما يلي شرح أكثر تفصيلاً للإعلان العام:

وفقاً لبتير، يوجد نوعين للإعلانات ، وهما الإعلانات القياسية وإعلانات الخدمة العامة. الإعلان القياسي هو تقديم سلع أو خدمات بهدف جذب المشتريين. يهدف الإعلان القياسي إلى تحقيق فوائد اقتصادية ، لذلك يُعرف هذا الإعلان أيضاً باسم الإعلان التجاري. وفي الوقت نفسه ، تعتبر إعلانات الخدمة العامة إعلانات غير ربحية تهدف إلى توفير المعلومات والتعليم للجمهور (صورايا ، ٢٠١٩ ، ص ١٣). من المتوقع أن يكون لهذا الإعلان فوائد اجتماعية حيث توجد رسالة يتم نقلها للجمهور بصورة جيدة. يهدف هذا الإعلان أيضاً إلى توفير التثقيف والمعلومات للجمهور من خلال دعوتهم للمشاركة والحصول على موقف إيجابي تجاه الرسالة المنقولة.

إعلانات الخدمة العامة هي جزء من حملة تسويقية اجتماعية تهدف إلى بيع الأفكار أو الأفكار لصالح المجتمع. في هذا الإعلان ، عادةً ما يحتوي على رسائل في شكل دعوات أو مناشدات أو بيانات للجمهور لفعل أو عدم القيام بشيء ما من أجل الجمهور العام أو السلوك السيئ والودي للأفضل ، مثل تنظيم الأسرة أو البيئة. النظافة ، نداء لتكون على علم بالفيروسات وما إلى ذلك.

تقدم إعلانات الخدمة العامة أيضاً رسائل اجتماعية تهدف إلى زيادة الوعي العام بعدد من المشكلات التي يجب أن يواجهوها ، وهي الظروف التي يمكن أن تهدد انسجامهم وحياتهم بشكل عام. تهدف الرسالة بعبارة أخرى إلى تقديم وصف للأحداث والحوادث التي ستؤدي إلى موقف معين ، سواء كان إيجابياً أو سلبياً. في بداية تطويره ، لم

يكن الإعلان العام مرتبطاً بشكل كبير بالهيكلية الصارمة ، والتخطيط المعقد للرسائل ، واختيار الوسائط المناسبة ، وتحديد الجمهور المستهدف واختيار المكان والزمان المناسبين . ومع ذلك ، جنباً إلى جنب مع تطور عالم الإعلان والعدد المتزايد من الشركات التي تقدم إعلانات الخدمة العامة مصحوبة بنقلة نوعية في إنشاء الرسائل الاجتماعية ، يجب أيضاً عمل إعلانات الخدمة العامة بشكل احترافي ، مثل الإعلانات التجارية (دانيا ، ص ٦) .

## الباب الثالث

### عرض البيانات و تحليلها

#### أ- لمحة الإعلان "لاينسانا الله"



صورة ٣,١

غلاف إعلان "لاينسانا الله"

عنوان الإعلان: لاينساناالله... اعلان زين لرمضان ٢٠٢٠

تاريخ نشر الإعلان: ٢٤ إبريل ٢٠٢٠

مدة الإعلان: ٢ دقائق ٣٦ ثانية

إنتاج: زين

شخصيات في إعلانات الخدمة العامة لإعلان لاينسانا الله:

- 1- فتاة صغيرة
- 2- طبيب
- 3- رجل يحضر الغتار
- 4- الصبية
- 5- جد و جدة

- 6- ممرض
- 7- زائر في متجر
- 8- بريد
- 9- الصم
- 10- أسرة
- 11- طفل
- 12- سائق سيارة إسعاف
- 13- سرطي

تم نشر هذا الإعلان من قبل شركة الاتصالات الخلوية المسماة زين عبر قناة يوتيوب في ٢٤ أبريل ٢٠٢٠ بمدة ٢ دقائق و ٣٦ ثانية بتسجيل إجمالي ٥٢,٢٢٥,٠٠٣ مشاهد.

من الويب <https://www.zain.com/en/about-us/> يوفر معلومات كاملة حول مبادرات مجموعة زين وإجراءاتها في التعامل مع جائحة كوفيد-١٩. من خلال اتخاذ خطوات استباقية لمواجهة التحديات التي تواجه المجتمع لمكافحة فيروس كورونا المستجد. لذلك تتعاون شركة زين صنف التجارية مع وزارة الصحة والجهاز المركزي لتكنولوجيا المعلومات (CAIT) في الشرق الأوسط في عام ٢٠٢٠. ومن خلال هذا التعاون قاموا بإنشاء تطبيق يسمى "شلونك" (shlonik).

يعرض في هذا التطبيق ارقام المصابين بفيروس كورونا المتعافين وايضا معدلات الوفيات في دول الشرق الاوسط. توجد أيضاً خريطة لأقرب مستشفى كاملة مع أرقام الطوارئ للعاملين الطبيين. يسهل على الناس التغلب على فيروس كورونا.

وبذلك ، قامت شركة زين صنف التجارية بإنشاء إعلان بعنوان "لاينسانا الله" والذي يتم تقديمه بأغنية تحمل كلماتها رسالة تشجيع للمتضررين من الشرق الأوسط

بفيروس كورونا. يحتوي أيضًا على معنى القرابة الوثيقة بين المجتمع. واجعلهم يدركون أن الله لن ينسى عبده الضيق. لذلك غنوا مرة أخرى "لاينسانا الله" مع ابتسامات سعيدة.

**ب- إشارات، موضوعات، و تفسيرية في إعلان "لاينسانا الله" لجوليس**

**ساندرس بيرس**

في هذه البحث ، قامت الباحثة رسالة إعلان "لاينسانا" الذي ابتكرته شركة "زين جروب" التجارية بناء على نظرية المثلث المعنى لجوليس ساندرس بيرس ، والتي تشمل الإشارات والموضوعات والتفسيرية. ويفسر على النحو التالي:

**المشهد ١:**

بدءًا من ٠٠:٠٥ حتى ٠٠:٢٨ ، والذي يحتوي على الإشارات والموضوعات

وتفسيرية الفورين يلي:

**إشارات مشهد ١**



صورة ٣,٢

العلامة المرئية التي يمكن رؤيتها من هذا المشهد هي كلمات "سألت ماما ماالخبر؟ أين اختفى كل البشر. ترى سأبقى دون رفقة ..... ردت ينسانا الشر" يتم توصيل هذه اللغة من قبل "زين" لجمهور الإعلانات.

الكلمات فوق بمعنى "الفتاة التي تسأل والدتها" أين ذهب الجميع؟ هل سألني وحدي هنا إلى الأبد؟ "بالنظر إلى المناطق المحيطة المهجورة ، تم إغلاق المدرسة والملاعب. وقالت والدته إنك ابق هنا ، يا بني ، لأن العالم يعاني من فيروس كورونا ، الجميع في منازلهم ويجب عليهم الابتعاد عن بعضهم البعض عندما يكونون خارج المنزل. على الأمهات الذهاب لعلاج المرضى المصابين بفيروس كورونا "

### موضوعات مشهد ١



(1)

صورة ٣,٣

في الصورة أعلاه تظهر طريقاً عادة ما تكون مزدحمة بالسيارات وبسبب فيروس كوفيد -١٩ فإن الطريق مهجور ولا يمر أحد.



(2)

صورة ٣,٤

كانت هناك فتاة نظرت خارج المنزل من خلال فتح ستائر النوافذ الخاصة بها وشعرت بالحزن لأنها لم تستطع رؤية والدتها وأصدقائها.



(3)

صورة ٣,٥

بعض الأماكن مثل المدارس والمكاتب ومناطق الترفيه والملاعب مغلقة مؤقتًا بسبب فيروس كورونا لمنع الحشود والتواصل المباشر مع بعضها البعض.



(4)

صورة ٣,٦

ثم شعر بالحزن بسبب كل ما يحدث الآن. ويشعر بالوحدة دون وجود أي شخص حوله.



(5)

صورة ٣,٧



من بعيد رأى والدته قادمة وشعر بسعادة بالغة لمقابلتها حتى لو كان ذلك من خارج  
النافذة فقط.

### تفسيرية مشهد ١

المشهد ١ دقيقة ٠٠:٠٥ حتى ٠٠:٠٠ في الصورة أعلاه تظهر طريقًا  
عادة ما تكون مزدحمة بالسيارات وبسبب فيروس كوفيد-١٩ فإن الطريق  
مهجور ولا يمر أحد.

المشهد ١ دقيقة ٠٠:٠٦ حتى ٠٠:١٤ بكلمات "سألت ماما ما الخبر؟" عندما  
ضرب فيروس كوفيد-١٩ في العالم ، كانت فتاة في المنزل بمفردها ونظرت إلى الوضع  
حول نافذتها بشعور بالارتباك.

المشهد ١ دقيقة ٠٠:١٥ حتى ٠٠:١٩ بكلمات "أين اختفى كل البشر".  
سأل والدته إلى أين يذهب الجميع ، ولماذا أغلقت المدارس والملاعب والأماكن الأخرى.  
لم يشاهد أحد خارج المنزل.

المشهد ١ دقيقة ٠٠:٢٠ حتى ٠٠:٢٢ بكلمات "ترى سأبقى دون رفقة".  
تشعر الفتاة بالوحدة ، فلا يوجد أصدقاء تلعب معهم مثل الأيام المعتادة. وسألني إذا  
كنت سأبقى وحدي إلى الأبد؟ ولا يمكنك الذهاب إلى المدرسة بعد الآن؟ شعر بحزن  
شديد.

مشهد ١ دقيقة ٠٠:٢٣ حتى ٠٠:٢٩ بكلمات "ردت ينسانا الشر". رأى  
والدته من بعيد من خارج النافذة وحيهاها بابتسامة سعيدة. لقد تخلوا عن حنينهم إلى  
الوطن ويتحدثون معًا. على الرغم من المسافة التي تفصل بينهما.

من جميع الإشارات فوقه ، يُظهر أنه في المشهد ١ يوضح أنه في عالم متأثر  
بتفشي كوفيد-١٩ يُنصح الجميع بالبقاء في المنزل. لتجنب الإرسال بشكل مباشر أو

غير مباشر. لأن هذا الفيروس يهاجم مناعة الإنسان وينتقل عبر الهواء. يقوم طبيب أيضاً بتقديم التضحيات بعيداً عن عائلته حتى لا تصاب أسرته بفيروس كوفيد -١٩.

## مشهد ٢

بدءاً من ٠٠:٢٩ حتى ٠٠:٥٤ ، والذي يحتوي على الإشارات والموضوعات وتفسيرية الفوريين يلي:

## إشارات مشهد ٢



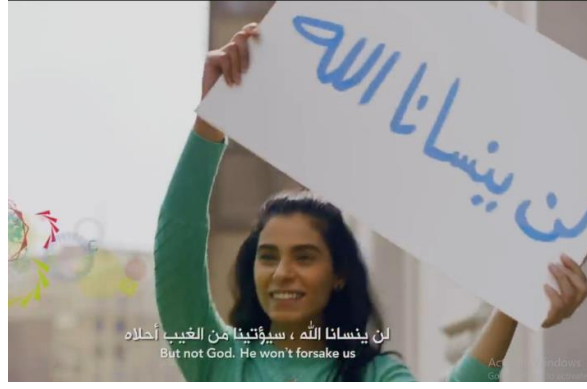
صورة ٣,٨

العلامة المرئية التي يمكن رؤيتها من هذا المشهد هي كلمات "لن ينسينا الله ، سيؤتينا من غيب أحلاه ..... فينسينا ما قاسيناه ..... لن ينسانا الله". جمهور الإعلان.

والكلمات أعلاه تعني أن الله لن ينسى عبده ولا يترك عبده وشأنه. قريباً سينهي الله هذا الظلام (وباء كوفيد -١٩) بالنور الساطع وسيعود البشر إلى أنشطتهم الطبيعية.

## موضوعات مشهد ٢

(1)



صورة ٣,٩

خرجت امرأة من نافذة غرفة نومها وحملت قطعة من الورق كتب عليها "لن ننسى الله" تظهر فيها تذكير الناس من حولها بالبقاء أقوىاء في مواجهة جائحة كوفيد-١٩.

(2)



صورة ٣,١٠

يُظهر زوجًا من الأجداد الموجودين على شرفة منزلهم وهم يصبغون شعرهم.

(3)



صورة ٣,١١

يظهر طفل وأب يلعبان بمعدات الوقاية الشخصية الكاملة لقد فعلوا ذلك لأن جميع الأماكن مغلقة مؤقتًا وبالتالي لن ينقلوا الفيروس للآخرين

تفسيرية مشهد ٢

المشهد ٢ دقيقة ٠٠:٣٠ حتى ٠٠:٣٦ بكلمات "لن ينسانا الله ، سيؤتينا من غيب أحلاه". تصور امرأة تحيي جارها وتغني وهي تحمل ورقة عليها عبارة لن ينسانا الله لتشجيع بعضهم البعض على جيرانهم.

المشهد ٢ دقيقة ٠٠:٣٧ حتى ٠٠:٤٥ بكلمات "فينسينا ما قاسينا . . . . . لن ينسانا الله". تصور زوجًا من الأجداد كانا على شرفة منزلهما يتحدثان ويضحكان معًا. كما أنهم يحيون جيرانهم من خلال التلويح لبعضهم البعض. على الرغم من وجودهم في المنزل ، لا يزال بإمكانهم تشجيع بعضهم البعض من مسافة بعيدة.

المشهد ٢ دقيقة ٠٠:٤٦ حتى ٠٠:٥٤ بكلمات "لن ينسانا الله ، سيؤتينا من غيب أحلاه . . . . . فينسينا ما قاسينا . . . . . لن ينسانا الله". وهو ما يظهر الطفل والأب يلعبان في ردهة المستشفى مرتدين معدات الحماية الشخصية الكاملة وما سعداء على الرغم من تعرضهما لفيروس كوفيد-١٩.

من جميع الإشارات فوقه، يُظهر أن المشهد ٢ يصف حماس المجتمع في مكافحة فيروس كوفيد-١٩. أطاع المجتمع أوامر الحكومة بالبقاء في المنزل. لذلك ، يتم توظيف العمال والطلاب والمعلمين وما إلى ذلك في المنزل (WFH) ويقومون مؤقتًا بجميع الأنشطة في المنزل مثل قص الشعر والمدرسة واللعب والتسوق عبر الإنترنت و WFH (العمل من المنزل).

### مشهد ٣

بدءًا من ٠٠:٥٩ حتى ٠١:٤٢ ، والذي يحتوي على الإشارات والموضوعات

وتفسيرية الفوريين يلي:

### الإشارات مشهد ٣



صورة ٣,١٢

العلامة المرئية التي يمكن رؤيتها من هذا المشهد هي كلمات "لما وجدت نصف قلبي.....سألت الغد ماذايحي..... مابعد العسريرسر؟ والقيمة صفر؟ ردت ينسانا الفقر".

كلمات بمعنى عندما وجد حب الله وشعر بالثقة في أن الله لن يتركنا تحت أي ظرف من الظروف. لكنه سأل عما سيحدث في العالم بعد هذه المشقة. وأجاب الله أيضاً أن الفقر (الصعوبات) سيغادرنا قريباً. سيجعلنا الله أغنى مما نتخيل لأن الله محب للجميع ولن يترك الله عبده في كل الأحوال. من خلال تقديم المساعدة بأيدي الآخرين.

### الموضوعات مشهد ٣



(1)

صورة ٣,١٣

يصف الجو الذي يحدث في السوبر ماركت المزدهم وانتهاء الطابور الطويل دون الالتفات إلى البروتوكولات الصحية.



(2)

صورة ٣,١٤

يصور زوج وزوجة ذاهبين للتسوق في سوپر ماركت فارغ لأن الكثير من الناس غزوه.



(3)

صورة ٣,١٥

يتبرع بعض زوار السوبر ماركت ببعض مشترياتهم للزوج والزوجة.



(4)

صورة ٣,١٦

تصف ابتسام الزوجة لزوجها لأنه يستعين بها من الآخرين



5)

صورة ٣,١٧

يصور شخص معاق يتسم ويظهر عظمة الله



(6)

صورة ٣,١٨

يصف شخصًا يوزع البقالة على منازل جيرانه الذين يواجهون مشاكل بسبب تفشي فيروس

كوفيد-١٩.



(7)

صورة ٣,١٩

يصور الجدد بائع البالون الذي يتجول بحثًا عن عملاء ثم يتم الترحيب به من قبل شخص ما ويرد بابتسامة.

### تفسيرية مشهد ٣

المشهد ٥٥:٠٠ حتى ٥٧:٠٠ مع كلمات "لما وجدت نصف قلبي". يصف حالة في سوبر ماركت مزدحم ويصطف الزوار أمام أمين الصندوق

المشهد ٣ دقيقة ٥٩:٠٠ حتى ٠٤:٠١ بكلمات "لما وجدت نصف قلبي ..... سألت الغد ماذا يخفي ..... مابعد العسر يسر؟" يصف الزوج والزوجة اللذين يذهبان إلى السوبر ماركت ويريدان شراء الضروريات اليومية. ومع ذلك ، عندما وصلوا إلى هناك ، تم شراء جميع المواد الغذائية والضروريات الأخرى وظلوا هادئين وابتسموا لبعضهم البعض ، مما يشير إلى أنهم أناس صبورون ويتوكلون إلى الله. سيأتي هذا القوت في أي وقت.

المشهد ٣ دقيقة ٠٥:٠١ حتى ١٤:٠١ بكلمات "ردت ينسانا الفقر". يصف عند اقتراب بعض الناس من الزوج والزوجة بإعطاء بعض منه لهم. من خلال هذه الصورة نشعر أن الله لن يخلف وعده.

المشهد ٣ دقيقة ١٥:٠١ حتى ١٨:٠١ بكلمات "ردت ينسانا الفقر". تصوير زوج وزوجة بيتسمان بسعادة عند تلقي المساعدة من أشخاص آخرين. وهو دليل على أن الله لن ينسانا.

المشهد ٣ دقيقة ٢٠:٠١ حتى ٣٠:٠١ بكلمات "ولن ينسانا الله ..... وسيغنيانا به عن سواه". ووصف أنه حتى المعوق يشعر بمرضاة الله ويشكر الله على ما رزقه.



المشهد ٣ دقيقة ٠١:٣١ حتى ٠١:٣٥ بكلمات "ولن ينسانا الله ....."  
وسيعطينا به عن سواه". رسم شخص يوزع البقالة على الجيران الذين يعانون من مشاكل.  
وهذا رزق من الله على يد الآخرين.

المشهد ٣ دقيقة ٠١:٣٦ حتى ٠١:٤١ بكلمات "فلا نطلب إلا اياه .... لن  
ينساناالله". تصور الجد يبيع البالون وهو حزين لأنه لم يباع. وبعد ذلك أثناء مروره في  
الطريق التقى عائلة تلوح للرجل العجوز. يشير إلى أنهم سوف يشجعون ويهتمون  
ببعضهم البعض.

من جميع الإشارات فوقه، يظهر أن المشهد ٣ يصف الإنسانية ، مثل المساعدة. يصور  
المشهد أعلاه زوجًا وزوجة يبحثان عن الضروريات اليومية ، ولكن عندما يصلان إلى  
هناك ، تم بيع جميع العناصر. وصبرهم صادقون ولا يشتكون. كانت الحكمة في هذه  
الحادثة أن الله أعطاها رزقًا غير متوقع عن طريق الآخرين ، لذلك يجب أن نحافظ على  
ثقتنا بالله مهما حدث. وفي الحياة المجاورة يجب أن نساعد بعضنا البعض ونشجع بعضنا  
البعض.

#### مشهد ٤

بدءًا من ٠١:٤٣ حتى ٠١:٥٩ ، والذي يحتوي على الإشارات والموضوعات  
وتفسيرية الفوريين يلي:

#### إشارات مشهد ٤



## صورة ٣,٢٠

العلامة المرئية التي يمكن رؤيتها من هذا المشهد هي كلمات " والان أعين الأطفال.... على الكعبة وفي القلب سؤال.... في بيت الله متى اللقاء؟..... قلت ينسنا الداء".

تعني الكلمات، الآن بدأ الأطفال في التفكير عندما تم إغلاق المعبد وهجره. وهي عادة مليئة بعباد الله. وقالوا "لقد هاجمنا هذا الطاعون ومتى ينتهي".

## موضوعات مشهد ٤



(1)

## صورة ٣,٢١

تصور طفلا صغيرا حزينا عندما يرى تلفزيونا يصور الكعبة وهي مغلقة.



(2)

## صورة ٣,٢٢

يصف أبًا وابنًا يصليان معًا في المنزل لعدم تمكنهما من الذهاب للمسجد بسبب القيود المفروضة على زوار المسجد.

(3)



صورة ٣,٢٣

وصف برامج تلفزيونية تظهر الكعبة مغلقة ومهجورة دون أن يتعبد فيها أحد إطلاقاً.

#### تفسيرية مشهد ٤

المشهد ٤ دقيقة ٠١:٤٢ حتى ٠١:٤٨ بكلمات "والان أعين الأطفال .... على الكعبة القلب سؤال". يصور صبياً حزينا عندما يرى الثالث الهيكل مهجوراً ولا يستطيع أن يتعبد فيه. وفكر أيضاً في موعد انتهاء هذا الطاعون.

المشهد ٤ دقيقة ٠١:٤٩ حتى ٠١:٥٢ بكلمات "في بيت الله متى اللقاء". يصف ابنه وأبيه صلاة الجماعة في البيت. وشعر الولد بالحزن وسأل "متى نلتقي في بيت الله مرة أخرى". ويأملون في إعادة فتح الكعبة قريباً.

المشهد ٤ دقيقة ٠١:٥٣ حتى ٠١:٥٩ بكلمات "قلت ينسنا الداء". في وصف البرامج التلفزيونية التي تظهر أن الكعبة مغلقة وتبدو مهجورة ، فلا يوجد قوم يتعبد فيها. المسلمون حزينون جداً لرؤية هذا.

من جميع الإشارات فوقه، يظهر أن المشهد ٤ يدور حول حزن المسلمين عند إغلاق الكعبة في حالة هدوء. لأن عند المسلمين إذا كانت الكعبة هادئة فهي من علامات آخر الزمان. حتى الأطفال الصغار يشعرون بهذه الطريقة ويأمل أن يكون

تفشي كوفيد-١٩ قد انتهى وأن المعبد سيكون مشغولاً مرة أخرى بالناس الذين يتعبدون كالمعتاد.

## مشهد ٥

بدءاً من ٠١:٥٩ حتى ٠٢:٢٧، والذي يحتوي على الإشارات والموضوعات وتفسيرية الفوريين يلي:

## إشارات مشهد ٥

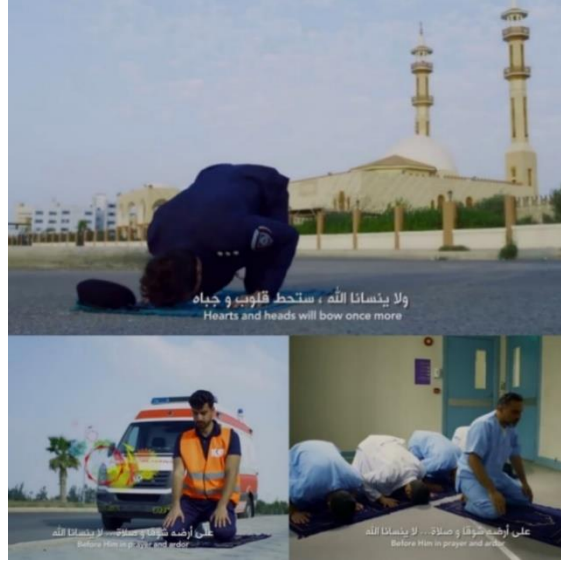


صورة ٣,٢٤

العلامة المرئية التي يمكن رؤيتها من هذا المشهد هي كلمات " ولا ينسنا الله، ستحط قلوب وجباه..... على أرضه شوقاً وصلابة.... لا ينسنا الله".

الكلمات بعني أنه مهما حدث نحن كمسلمين ما زلنا نحني قلوبنا ورؤوسنا إلى الله. بالإضافة إلى طلب الصلاة دائماً حتى يعود كل شيء إلى حالته الأصلية ولن يكون هناك تفشي للأمراض في هذا العالم.

## موضوعات مشهد ٥



(1)

صورة ٣,٢٥

يصور رجل شرطة وسائق سيارة إسعاف وطاقم طبي وهم يصلون رغم انشغالهم في العمل.



(2)

صورة ٣,٢٦

تُظهر الصورة أعلاه وجه طبيب أصيب بسبب ارتداء معدات الوقاية الشخصية الضيقة للغاية ، مما أدى إلى ظهور ندبات.



(3)

## صورة ٣,٢٦

تُظهر الصورة أعلاه بعض الأشخاص الموجودين في المنزل ويتبعون نصيحة الحكومة بالابتعاد عنهم



(4)

## صورة ٣,٢٧

يصف الطبيب وسائق سيارة الإسعاف والمريض ويتسم الجميع بسعادة.

## تفسيرية مشهد ٥

المشهد ٥ دقيقة ٠٢:٠١ حتى ٠٢:٠٩ . بكلمات "لاينسانا الله ، إستحط قلوب وجباه ..... على أرضه شوقا وصلاة". يصف كل الناس الاستمرار في الركوع إلى الله مهما حدث. حتى الطاقم الطبي والشرطة وسائقو الإسعاف لن ينسا الله ، رغم أنهم كانوا فعالين للغاية في تفشي وباء كوفيد -١٩ .

المشهد ٥ دقيقة ٠٢:١٠ . بكلمات "لاينسانا الله". يصف طبيبا يعاني وجهه من جروح ناجمة عن استخدام معدات الوقاية الشخصية شديدة الضيق لفترة طويلة جداً. حفاظا على صحة المريض.

المشهد ٥ دقيقة ٠٢:٢٥ . بكلمات "لاينسانا الله". يصف حالة الأشخاص الذين يتبعون نصيحة الحكومة بالبقاء في المنزل والابتعاد عن الآخرين.

المشهد ٤ دقيقة ١٠:٠٢ حتى ٢٧:٠٢ بكلمات "لاينسانا الله". يصف يتسم الجميع ويصفقون بأيديهم ويشجعون بعضهم البعض مع من حولهم. ويعتقدون أن المتضررين من تفشي كوفيد-١٩ سيتعافون قريباً وسيعود العالم إلى ما كان عليه من قبله.

المشهد الأخير ظهر فيه شعار للمتضررين من وباء كوفيد-١٩ وهو "نستودعكم رب العافية ..... حتى تمتلئ بناالمدن الخالية" وهذا الشعار يعني أن الله سيشفي جميع الأمراض التي يعاني منها عباده. هذه الفاشية، نأمل أن نكون أقوى وأن المسافة تقربنا.

ومن كل العلامات الموجودة في المشاهد ٤، ٣، ٢، ١ و ٥ ، يمكن الاستنتاج أن هذا المشهد يوفر لنا معلومات مفادها أننا في حالة تعرضنا لأي تفشي لمرض، وخاصة فيروس كوفيد-١٩، نعتقد أن الله سيساعده دائماً. عباد مطيعون. من خلال الالتزام بالبروتوكولات الصحية، والبقاء في المنزل.

### جدول المشهد

مشهد	مدة	إشارات	موضوعات	تفسيرية
١	٠٠:٠٠	-	في الصورة أعلاه تظهر طريقاً عادة ما تكون مزدحمة بالسيارات وبسبب فيروس كوفيد-١٩ فإن الطريق مهجور ولا يمر أحد.	تظهر طريقاً عادة ما تكون مزدحمة بالسيارات وبسبب فيروس كوفيد-١٩ فإن الطريق مهجور ولا يمر أحد.
١	٠٠:٠٥	سألت ماما ما الخير؟	هناك فتاة تنظر خارج المنزل بفتح	عندما ضرب فيروس كوفيد-١٩

<p>في العالم ، كانت فتاة في المنزل بمفردها ونظرت إلى الوضع حول نافذتها بشعور بالارتباك.</p>	<p>ستائر النافذة</p>			
<p>سأل والدته إلى أين يذهب الجميع ، ولماذا أغلقت المدارس والملاعب والأماكن الأخرى. لم يشاهد أحد خارج المنزل</p>	<p>رأى المدارس والملاعب التي تم إغلاقها بسبب فيروس كورونا</p>	<p>أين اختفى كل البشر</p>	<p>٠٠:١٥ - ٠٠:١٩</p>	<p>١</p>
<p>تشعر الفتاة بالوحدة ، فلا يوجد أصدقاء تلعب معهم مثل الأيام المعتادة. وسألني إذا كنت سأبقى وحدي إلى الأبد؟ ولا يمكنك الذهاب إلى المدرسة بعد الآن؟</p>	<p>ثم شعر بالحزن لرؤية كل ذلك</p>	<p>ترى سأبقى دون رفقة</p>	<p>٠٠:٢٠ — ٠٠:٢٢</p>	<p>١</p>



شعر بحزن شديد				
ردت ينسانا الشر". رأى والدته من بعيد من خارج النافذة وحياها بابتسامة سعيدة. لقد تخلوا عن حنينهم إلى الوطن ويتحدثون معًا. على الرغم من المسافة التي تفصل بينهما.	من بعيد رأى والدته قادمة وكان سعيدًا جدًا بمقابلة والدته على الرغم من أنه فقط من خارج النافذة.	ردت ينسانا الشر	٠٠:٢٩ - ٠٠:٣٢	١
ت تصور امرأة تحبي جارها وتغني وهي تحمل ورقة عليها عبارة لن ينسانا الله لتشجيع بعضهم البعض على جيرانهم	خرجت امرأة من نافذة غرفة نومها وأحضرت ورقة عليها عبارة "لن ينسانا الله"	لن ينسانا الله ، سيؤتينا من غيب أحلاه	٠٠:٣٠ - ٠٠:٣٦	٢
تصور زوجًا من الأجداد كانا على شرفة منزلهما	يظهر زوجا من الأجداد الذين كانوا على شرفة منزلهم	فينسينا ما قاسيناه ..... لن ينسانا الله	٠٠:٣٧ - ٠٠:٤٥	٢

يتحدثان ويضحكان معًا. كما أنهم يحيون جيرانهم من خلال التلويح لبعضهم البعض. على الرغم من وجودهم في المنزل ، لا يزال بإمكانهم تشجيع بعضهم البعض من مسافة بعيدة	يصبغون شعرهم			
يظهر الطفل والأب يلعبان في ردهة المستشفى مرتدين معدات الحماية الشخصية الكاملة وما سعادة على الرغم من تعرضهما لفيروس كوفيد-١٩	يظهر طفل وأبي يلعبان يرتديان معدات الحماية الشخصية كاملة	لن ينسانا الله ، سيؤتينا من غيب أحلامه ..... فينسينا ما قاسيناه ..... لن ينسانا الله	٠٠:٤٦ — ٠٠:٥٤	٢
يصف حالة في سوبر ماركت مزدحم ويصطف الزوار أمام أمين	يصف الجو الذي يحدث في السوبر ماركت المزدحم وانتهاء الطابور	لما وجدت نصف قلبي	٠٠:٥٥ — ٠٠:٥٨	٣

الصندوق	الطويل دون الالتفات إلى البروتوكولات الصحية.			
<p>الزوج والزوجة اللذين يذهبان إلى السوبر ماركت ويريدان شراء الضروريات اليومية. ومع ذلك ، عندما وصلوا إلى هناك ، تم شراء جميع المواد الغذائية والضروريات الأخرى وظلوا هادئين وابتسموا لبعضهم البعض ، مما يشير إلى أنهم أناس صبورون ويتوكلون إلى الله. سيأتي هذا القوت في أي وقت.</p>	<p>زوج وزوجة يتسوقان في سوبر ماركت فارغ</p>	<p>لما وجدت نصف قلبي ..... سألت الغد ماذايحيي ..... ما بعد العسريرس؟</p>	<p>٠٠:٥٩ — ٠١:٠٤</p>	<p>٣</p>

<p>عند اقتراب بعض الناس من الزوج والزوجة بإعطاء بعض منه لهم. من خلال هذه الصورة نشعر أن الله لن يخلف وعده.</p>	<p>يتبرع بعض زوار السوبر ماركت ببعض مشترياتهم للزوج والزوجة</p>	<p>ردت ينسانا الفقير</p>	<p>٠١:٠٥ — ٠١:١٤</p>	<p>٣</p>
<p>زوج وزوجة يبتسمان بسعادة عند تلقي المساعدة من أشخاص آخرين. وهو دليل على أن الله لن ينسانا</p>	<p>الزوجة تبتسم لزوجها</p>	<p>ردت ينسانا الفقير</p>	<p>٠١:١٥ — ٠١:١٨</p>	<p>٣</p>
<p>ووصف أنه حتى المعوق يشعر بمرضاة الله ويشكر الله على ما رزقه</p>	<p>يصف شخصا أصما مبتسما</p>	<p>ولن ينسانا الله ..... وسيغنيانا به عن سواه</p>	<p>٠١:٢٠ — ٠١:٣٠</p>	<p>٣</p>

<p>شخص يوزع البقالة على الجيران الذين يعانون من مشاكل. وهذا رزق من الله على يد الآخرين</p>	<p>شخص يقوم بتوزيع المواد الغذائية على المنازل المجاورة</p>	<p>ولن ينسانا الله ..... وسيغنيننا به عن سواه</p>	<p>٠١:٣١ — ٠١:٣٥</p>	<p>٣</p>
<p>تصور الجد يبيع البالون وهو حزين لأنه لم يباع. وبعد ذلك أثناء مروره في الطريق التقى عائلة تلوح للرجل العجوز. يشير إلى أنهم سوف يشجعون ويهتمون ببعضهم البعض</p>	<p>تصور جدا يبيع البالون يتسم للآخرين</p>	<p>فلا نطلب إلا اياه .... لن ينساناالله</p>	<p>٠١:٣٦ — ٠١:٤١</p>	<p>٣</p>
<p>يصور صبيا حزينا عندما يرى الثالث الهيكمل مهجورا ولا يستطيع أن يتعبد فيه. وفكر أيضًا في موعد انتهاء هذا الطاعون</p>	<p>تصور طفلا صغيرا حزينا عندما يرى تلفزيونا يصور الكعبة وهي مغلقة</p>	<p>والان أعين الأطفال .... على الكعبة القلب سؤال</p>	<p>٠١:٤٢ — ٠١:٤٨</p>	<p>٤</p>

<p>ابنه وأبيه صلاة الجماعة في البيت. وشعر الولد بالحزن وسأل "متى نلتقي في بيت الله مرة أخرى". ويأملون في إعادة فتح الكعبة قريباً.</p>	<p>يصف الأب والابن الصلاة جماعة في البيت</p>	<p>في بيت الله متى اللقاء</p>	<p>٠١:٤٩ — ٠١:٥٢</p>	<p>٤</p>
<p>البرامج التلفزيونية التي تظهر أن الكعبة مغلقة وتبدو مهجورة ، فلا يوجد قوم يتعبد فيها. المسلمون حزينون جداً لرؤية هذا.</p>	<p>البرامج التلفزيونية التي تظهر أن الكعبة مغلقة ومهجور</p>	<p>قلت ينسنا الداء</p>	<p>٠١:٥٣ — ٠١:٥٩</p>	<p>٤</p>
<p>كل الناس الاستمرار في الركوع إلى الله مهما حدث. حتى الطاقم الطبي والشرطة وسائقو الإسعاف لن ينسا</p>	<p>يصف رجل شرطة وسائق سيارة إسعاف وطاقم طبي يصلي</p>	<p>ولا ينسانا الله ، إستحط قلوب وجباه ..... على أرضه شوقاً وصلاة</p>	<p>٠٢:٠١ — ٠٢:٠٩</p>	<p>٥</p>

الله ، رغم أنهم كانوا فعالين للغاية في تنفسي وباء كوفيد ١٩-				
يصف طبيبًا يعاني وجهه من جروح ناجمة عن استخدام معدات الوقاية الشخصية شديدة الضيق لفترة طويلة جدًا. حفاظا على صحة المريض.	تُظهر الصورة أعلاه وجه طبيب أصيب بسبب ارتداء معدات الوقاية الشخصية الضيقة للعناية ، مما أدى إلى ظهور ندبات	لا ينسانا الله	٠٢:١٠	٥
يصف حالة الأشخاص الذين يتبعون نصيحة الحكومة بالبقاء في المنزل والابتعاد عن الآخرين	تُظهر الصورة أعلاه بعض الأشخاص الموجودين في المنزل ويتبعون نصيحة الحكومة بالابتعاد عنهم	لا ينسانا الله	٠٢:٢٥	٥
يبتسم الجميع ويصفقون بأيديهم ويشجعون بعضهم البعض مع من	يصف الطبيب وسائق سيارة الإسعاف والمريض ويبتسم الجميع	لا ينسانا الله	٠٢:١٠ — ٠٢:٢٧	٥

حولهم. ويعتقدون أن المتضررين من تفشي كوفيد-١٩ سيتعافون قريبا وسيعود العالم إلى ما كان عليه من قبله	بسعادة			
وهذا الشعر يعني أن الله سيشفي جميع الأمراض التي يعاني منها عباده. هذه الفاشية، نأمل أن نكون أقوى وأن المسافة تقربنا	-	نستودعكم رب العافية ..... حتى تمتلى بناالمدن الخالية	٠٢:٢٨ - ٠٢:٣٣	٥

### جدول تصنيف الإشارات

مشهد	إشارات	موضوعات	تفسيرية	بلاغ
١ / ٠٠:٠٠ - ٠٤:٠٠ 	سينيسغن			والحادثة المصحوبة بوقائع تظهر في الصورة أن المدينة هادئة للغاية وأن الشوارع التي عادة



<p>ما تكون مزدحمة أصبحت مهجورة بسبب القيود الإقليمية بسبب خطر فيروس كوفيد - ١٩.</p>				
<p>يتم تفسير الإشارات بمعنى مختلفة. يمكن تفسير رؤية الفتاة للنافذة على أنها ترى خارج المنزل أو ترى ضوء الشمس</p>	<p>رهيمي</p>			<p>١١ / ٠٠:٠٥ - ١٤:٠٠</p> 
<p>علاقة الإشارات بالأشياء في السببية ، من عبارة " بسبب فيروس كورونا نحن مغلقون مؤقتا" موضحا أن وجود فيروس كورونا خطير</p>		<p>الفهرس</p>		<p>١١ / ٠٠:١٥ - ١٠:١٩</p> 

<p>جدا لدرجة أن المدارس والمحلات التجارية والمكاتب مغلقة مؤقتا.</p>				
<p>خفضت الفتاة رأسها وتبعها كلمات "هل سأبقى وحدي إلى الأبد؟" يشير إلى أنه يخشى أن يكون بمفرده ولا يمكنه اللعب أو مقابلة أسرته</p>			<p>قواليسينغ</p>	<p>١١ / ٢٠ : ٠٠ - ٢٢ : ٠٠</p> 
<p>علاقة مع الوضوعات في السبب والنتيجة ، توضح أن الطفل والأم يبتسمان عندما يلتقيان. لأنهم يفصلون عن بعد</p>		<p>الفهرس</p>		<p>١١ / ٢٣ : ٠٠ - ٢٩ : ٠٠</p> 

بسبب فيروس كورونا.				
تشير امرأة تحمل عبارة "لاينسانا الله" إلى أنها تذكر الجميع بأن الله لن يتركنا في وقت صعب مثل هذا (تفشي كوفيد - ١٩)			قواليسين	١٢ / ٣٠:٠٠ - ٣٦:٠٠ 
علاقة مع الموضوعات في السبب والنتيجة ، توضح أن الأجداد كانوا في المنزل ويمزحون مع بعضهم البعض. لأن الحكمة من فيروس كورونا التي تشجعك على البقاء في		الفهرس		١٢ / ٣٧:٠٠ - 

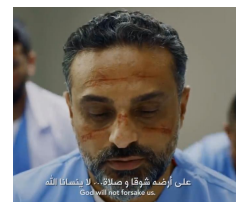
<p>المنزل وتجعل المسافة بين العائلات أقرب</p>				
<p>توضح العلاقة بين الإشارات والأشياء المتشابهة (تظهر أوجه تشابه) أن الأب وطفله يلعبان بمعدات الوقاية الشخصية الكاملة. معدات الوقاية الشخصية هي رمز فيروس كورونا.</p>		<p>الأيقونية</p>		<p>٢ / ٤٦ :٠٠ - ٥٣ :٠٠</p> 
<p>القاعدة السائدة تصور مجموعة من الأشخاص لا يمثلون لتوصيات الحكومة للامتثال للبروتوكولات الصحية والابتعاد عنهم أينما كانوا</p>			<p>ليكسيغن</p>	<p>٢ / ٥٥ :٠٠ - ٥٧ :٠٠</p> 

<p>مركز التسوق فارغ ، مما يشير إلى بيع جميع العناصر</p>			<p>قواليسيغن</p>	<p>٣ \ ٥٩ :٠٠ - ٠١ :٠٤</p> 
<p>يقوم زوار المتجر بإعطاء بعض العناصر التي أخذوها للزوج والزوجة ، مما يدل على أن لديهما شعورًا كبيرًا بالاهتمام الاجتماعي ويساعد كل منهما الآخر</p>			<p>قواليسيغن</p>	<p>٣ \ ٠٥ :٠١ - ٠١ :١٤</p> 
<p>علاقة مع الوضوعات في السبب والنتيجة ، توضح أن</p>		<p>الفهرس</p>		<p>٣ \ ١٥ :٠١ - ٠١ :١٨</p>

<p>الزوجة تبسم لأنها ترى الآخرين يهتمون بها وهي تشكر الله</p>				
<p>العلاقة بين العلامات والأشياء المتشابهة (إظهار التشابه) ، تظهر شخصًا معاقًا يرتدي قناعًا. القناع هو رمز يشبه فيروس كوفيد-١٩</p>		<p>الأيقنية</p>		<p>١٣ / ٢٠ : ٠١ - ٠١ : ٣٠</p> 
<p>رعاية الإنسان ككائنات اجتماعية ، مثل مساعدة الجيران الذين يواجهون مشاكل في شراء الضروريات في المنزل</p>			<p>قواليسغن</p>	<p>٣ / ٣١ : ٠١ - ٠١ : ٣٥</p> 
<p>إعطاء الابتسامة</p>			<p>قواليسغن</p>	<p>٣ / ٣٦ : ٠١ -</p>


<p>للآخرين سيجعل الآخرين يشعرون بالسعادة على الرغم من أنهم في ورطة</p>			<p>٠١:٤١</p> 
<p>علاقة مع الوضوعات في السبب والنتيجة ، توضح طفل حزين أثناء مشاهدة التلفزيون. لأنه رأى الكعبة مقفلة مهجورة فلا يستطيع هو وأهله أن يتعبدوا فيها</p>		<p>الفهرس</p>	<p>-٠١:٤٢\٤ ٠١:٤٨</p>  <p>على الكعبة وفي قلبهم سؤال At the Kaaba on my wonder</p>
<p>الصلاة هي رمز يتفق عليه الجميع كواجب على المسلمين. الأسرة التي تصلي في الصورة للعبادة</p>		<p>الرمز</p>	<p>-٠١:٤٩\٤ ٠١:٥٢</p>  <p>في بيتنا نحن المسلمون www.muslimsreport.com</p>

والصلاة إلى الله				
علاقة مع الوضوعات في السبب والنتيجة ، توضح أن البرامج التلفزيونية التي تظهر الكعبة قد أغلقت ، لأن حكومة المملكة العربية السعودية أرادت تعقيم موقع الكعبة حتى لا يصبح مكاناً لانتقال فيروس كورونا.		الفهرس		٤\٥٣:٠١- ٥٩:٠١ 
والصلاة علامة يتفق عليها الجميع على أن الصلاة تكون وفاء بالواجبات والاستغفار والدعاء.		الرمز		٥\٠١:٠٢- ٠٩:٠٢ 
علامة توضح	ديجيسينغ			٥\١٠:٠٢





<p>حقيقة أن الطبيب يعاني من إصابات طفيفة في وجهه بسبب استخدام معدات الوقاية الشخصية لفترة طويلة</p>				
<p>علامة توضح مخاطر كوفيد- ١٩ حتى لا يغادر الناس منازلهم ويبقون في منازلهم لفترة من الوقت</p>			سينيغن	<p>٠٢:٢٥ /٥</p> 
<p>علاقة مع الوضوعات في السبب والنتيجة ، توضح يتسمان معًا حتى في الظروف الصعبة. لأنهم يعتقدون أن الله سيساعدهم دائمًا</p>		الفهرس		<p>-٠٢:١٠ /٥ ٠٢:٢٧</p> 

في أي موقف				
سيشفي الله كل الأمراض التي يعاني منها عباده. ومع هذا الوباء ، نأمل أن نكون أقوى وأن المسافة تقربنا			قواليسين	٥\٢٧:٠٢- ٤:٠٢
				

وبناءً على البيانات التي تم الحصول عليها ، حاول الباحث تحليل الإشارات والأشياء والمفسرين الواردة في إعلان الخدمة العامة هذا. من التحليل القيام بها، الاستنتاجات التالية يمكن أن تكون:

### 1- وعي الإنسان برضا الله

المسلمون ملزمون بأن يكونوا شاكرين لنعم الله سبحانه وتعالى ، من بركات الثروة إلى التمتع بالتنفس. نحب أحيانا أن نحصل على لطف غير متوقع وعادة ما نتفاعل مع مشاعر السعادة. غالبا ما تخرج عبارة "الحمد لله" من الفم تعبيرا عن الامتنان العميق لأن هذا اللطف يعتبر "نعمة" من الله سبحانه وتعالى.

ومع ذلك ، فإن موقفنا يكون أحيانا متواضعا عندما نحصل على الخير الروتيني ، مثل الحصول على راتب شهري ، أو راتب أسبوعي ، أو القدرة على تناول الطعام والشراب كل يوم. قد يكون هذا لأننا نعتبر أن الخير الروتيني "غير نعمة" ، لذلك من النادر أن تخرج عبارة "الحمد لله" عندما نحصل عليها.

فيما يلي أربع طرق يشكر بها الناس الله:

### أ) شاكرين القلب

يتم الامتنان للقلب من خلال الإدراك التام أن جميع النعم والرضا التي يتم الحصول عليها هي فقط عطايا الله ورحمته. يمكن أن يؤدي الامتنان من القلب إلى قبول شخص ما لهدية الله ، بصدق دون أن يخيب أمله أو يعترض على مدى صغر هذه النعمة.

### ب) شاكر لفظيا

عندما يكون قلب الشخص متأكدًا جدًا من أن جميع النعم التي حصل عليها الله سبحانه وتعالى. سيقول بالتأكيد الحمد لله. لذلك إذا حصلت على نعمة من شخص ما لسانه يحمده الله. لأنه يجب أن ندرك أن الإنسان ما هو إلا وسيط لله.

### ج) كن شاكرًا للأعمال

الامتنان مع العمل يعني أنه يجب استخدام كل البركات التي تم الحصول عليها بطريقة ترضيه. أوضح النبي محمد صلى الله عليه وسلم أن الله سبحانه وتعالى يحب حقًا أن يرى النعم التي تُعطى لعباده من خلال الاستفادة منها على أفضل وجه. أي أن الله يحب عباده الذين يظهرون ويقرون بكل النعم التي عليه. فعلى سبيل المثال ، يجب على الأغنياء أن يقسموا ثرواتهم على الزكاة ونحو ذلك.

### د) العناية بالتمتع

إذا حصلت على معروف من الله سبحانه وتعالى ، فحاول الاعتناء به حتى لا يتضرر. هذا مثل الحفاظ على أمانة من الله. على سبيل المثال ، لدينا جسم صحي ملزم بالحفاظ على صحة الجسم وتجنب الأمراض. أحدها هو الحفاظ على الصحة من تفشي فيروس كورونا الذي يهاجم البشرية جمعاء. يجب على الناس الالتزام بالبروتوكولات الصحية والعناية بصحتهم.

## 2- غرس الوعي العام في جائحة كوفيد-١٩

منذ بداية عام ٢٠٢٠، صُدم العالم بفيروس كورونا المعروف باسم كوفيد-١٩. لا يمكن فصل تحديد حالة الجائحة عن الانتشار الواسع جدًا لكوفيد-١٩. يوفر ارتباطها بيئة جائحة كوفيد-١٩ أخبارًا جيدة بالإضافة إلى أخبار مقلقة. هناك منشورات على وسائل التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى مقالات في مختلف بوابات الأخبار على الإنترنت تعلن أن الظروف البيئية تتحسن. مع عدم وجود تلوث للهواء في الشوارع والمقلق أن النفايات البلاستيكية تتزايد وخاصة النفايات الطبية.

أدى جائحة كوفيد-١٩ إلى توقف جميع الأنشطة البشرية. يُجبر الجميع دائمًا على عيش حياة نظيفة من خلال غسل أيديهم دائمًا ، واستخدام الأقنعة دائمًا ، والبقاء في المنزل كشكل من أشكال التباعد الاجتماعي والمسافة الجسدية. يؤثر الوباء على تغيير قواعد السلوك البشري في التفاعل مع الأشخاص الآخرين وبيئتهم .

من المتوقع أن ترتفع درجة حرارة سطح الأرض ، مما سيكون له تأثير على فشل المحاصيل وندرة المياه وغرق المناطق الساحلية والفيضانات والجفاف.

مع حدوث التغييرات ، من الطبيعي أن تشعر بالإرهاق والقلق والتوتر. لذلك ، لمساعدتك على البقاء بصحة جيدة ، وسعيدًا ، ومتصلًا أثناء العزلة الذاتية ، هناك عدة طرق للعيش حياة صحية أثناء الجائحة. كما يلي :

(أ) ابتعد عن الأفكار المسببة للتوتر

يمكنك التدرب عليه مع التركيز على ما تفعله.

(ب) تناول نظامًا غذائيًا صحيًا ومتوازنًا

أدخل الكثير من الفواكه والخضروات والدهون الصحية والحبوب الكاملة والبروتينات الصحية في نظامك الغذائي اليومي.

ج) زيادة النشاط البدني

حافظ على مرونة جسمك عن طريق ممارسة تمارين الإطالة أو اليوجا في الصباح.

د) استمر في تحديث المعلومات الصحيحة

هذا يمكن أن يقلل من مستويات التوتر لديك.

## الباب الرابع

### الخلاصة والإقتراحات

#### أ. الخلاصة

إعلانات الخدمة العامة هي إعلانات تقدم رسائل اجتماعية تهدف إلى زيادة الوعي العام بعدد من المشكلات التي يجب أن يواجهوها وكوسيلة للمعلومات والتعلم للمجتمع. على سبيل المثال ، إعلان خدمة عامة حول كوفيد-١٩ ، وخاصة الإعلان الذي يحمل عنوان "لاينسانا الله" ، والذي يعمل أيضا بمثابة تعليم للمجتمع ، وخاصة الشرق الأوسط والمجتمعات المحيطة به.

مع شرح مفصل كل من الدراسات النظرية والحقائق الموجودة ، هناك عدة استنتاجات حول إعلانات الخدمة العامة "لاينسانا الله" على النحو التالي:

- (1) يعد إعلان الخدمة العامة هذا بشأن تفشي كوفيد-١٩ مفيدًا جدًا لتثقيف الجمهور حول أهمية الحفاظ على صحة جيدة لكل فرد واجتماعي والامتثال لتوصيات الحكومة بالبقاء في المنزل فقط. وكذلك اتباع نمط حياة صحي من خلال ممارسة الرياضة وتناول الأطعمة الصحية حتى تزيد مناعة الجسم وتجنب الأمراض. لأن الصحة هي الشيء الأساسي الذي يجب أن يتمتع به كل شخص ويكون قادرًا على القيام بالأنشطة اليومية بشكل صحيح
- (2) بناء على تحليل جريليس ساندرس بيرس ، هناك ١٩ إشارات، ١٨ موضوعات، و ١٩ تفسيرية.
- (3) نجد في إعلان "لاينسانا الله" تفسيرية مفاده أن الله تعالى يعالج جميع الأمراض التي يعاني منها عباده. ومع هذا الوباء ، نأمل أن نكون أكثر حرصًا ونكون أكثر امتنانًا على الملذات التي أعطاها الله ، بما في ذلك التمتع بجسم صحيح.

## ب. الإقتراحات

### (1) للمعلن

يعد إعلان الخدمة العامة "لاينسانا الله" وسيلة فعالة لجعل الناس يكتشفون أهمية الحفاظ على الصحة أثناء جائحة كوفيد-١٩ نفسه باستخدام يوتوب كوسيط معلوماًتهم. لذا فإن إعلانات الخدمة العامة تنمو وتجعل الناس يفهمون التطورات التكنولوجية الحالية.

### (2) لمزيد من البحث

لمزيد من الباحثين ، من أجل التمكن من استخدام المزيد من الإعلانات الإبداعية والتعليمية التي يمكن أن تحسن فهم القارئ وتزيد من نطاق البحث بحيث يمكن أن تغطي جميع الجوانب التي لم تتم مناقشتها في الدراسات السابقة. يأمل الباحثون أن يكون هذا البحث مفيداً للمجتمع ويمكن أن يكون مرجعاً لمزيد من البحث.

## قائمة المصادر والمراجع

### المصادر:

أخذت في تاريخ ٢٦ يناير ٢٠٢٠ <https://youtu.be/0bF16Ph3uEI>

### المراجع العربية

أغسطين، لؤلؤ. ٢٠١٩. الصراع السيكلوجي في رواية "الكرنك" لنجيب محفوظ من خلال منظور كورت ليوين. كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

الزكية، حماية. ٢٠٢٠. معنى الحب في أغنية كاظم الساهر في ألبوم انتهى المشزار (دراسة سيميوطيقية جاريس ساندير بيرس). كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

العمر، فؤاد عبد الله. (١٩٩٩). أخلاق العمل وسلوك العاملين في الخدمة العامة والرقابة عليها من منظور إسلامي. المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب البنك الإسلامي للتنمية.

أرمانوشة، ميدا. أغنية في اليوم "تبسم" لمسعود كورتيس (دراسة تحليلية سيميوطيقية عند جارليس سنديرس فيرس). كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

دنيا، سمر هاني السعيد أبو. الصدمة في إعلان الخدمات العامة. كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، مصر.

رشيدة، عين. ٢٠١٩. تصور الرسائل الأخلاقية في الإعلانات العامة بالشرق الأوسط (دراسة سيميوطيقية). كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.



صوريا، لعراة. (٢٠٠٨). البعد الاتصالي لإستراتيجية التسويق في المؤسسة الاقتصادية دراسة تحليلية ميدانية بمؤسسة هنكل لمواد التنظيف. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة.

عوض، أحمد محمد محمد (٢٠١٤). "رعمسيس الثاني"، من جيرة "باب الحديد" إلى ضيافة المتحف "المصري الكبير" دراسة سيميوطيقية. قسم الهندسة المعمارية. كلية الهندسة. جامعة ٦ أكتوبر.

### المراجعالأجنبية

<https://www.zain.com>

Ambrani, AS dan Nazia Maharani Umayya. *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra*. Semarang: IKIP PGRI Semarang Press.

Dewi, Murti Candra. 2013. *Representasi Pakaian Muslimah dalam Iklan (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloid Nova)*. Komunikasi Profetik, Vol.6, No. 2.

Fitriah, Rini. 2017. *Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce dalam Iklan Kampanye Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Bengkulu Tahun 2015*. Manhaj, Vol.1, No. 1. Januari-April 2017.

Hakim, Abdul. 2007. *Iklan Komesrsial: Urgensi Nilai Syariah dalam Aplikasinya*. Al-Qanun, Vol 10, no.2, 403-406.

Hartono, Dudi dan Asep Sugalih. 2019. *Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay's di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)*. Jurnal Perspektif Komunikasi, Program Ilmu Komunikasi dan Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, vol. 3, no.1.

Kurniasari, Andra Fatma. 2016. *Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat, Penggunaan Media Sosial Facebook, Dukungan Keluarga, Dukungan Lingkungan Kerja Terhadap Tingkat Keberhasilan Ibu Bekerja Memberi Asi Eksklusif*. Jurnal Interaksi, Vol.5, No.2 147.

- Laela, Farokhah. 2020. *Penyuluhan Disiplin Protokol Kesehatan Covid-19 di Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere Kota Depok*. Universitas Muhammadiyah Jakarta
- Langi, Christy. 2016. *Jenis Tanda Dalam Iklan Parfum (Sebuah Analisis Semiotik)*. Fakultas Ilmu Budaya, universitas Sam Ratulangi.
- Lapan, Stephen D, Marykynn T. Quartaroli, dan Frances J. Riemer. 2011. *Qualitative Research*. America: Jossey Bass.
- Maydi, Kintan Safira dan Diah Agung Esfandiari. 2018. *Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Karya Video Klip "Baby Shark" dalam Mempromosikan Citra Pejabat Daerah Bima Arya Sugiarto di Kota Bogor*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Myers, Michael D. dan David Avison. 2002. *Qualitative Research in Information Systems*. New Delhi: Sage Publications.
- Santoso, Hari. *Upaya Meningkatkan Minat dan Budaya Membaca Buku Melalui Iklan Layanan Masyarakat*. Pustakawan Madya pada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Malang.
- Setiawan, Agus. 2015. *Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (Tinjauan Perancangan Ilmu Karya Mahasiswa DKV UDINUS)*. Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia. Vol.1, No.1.
- Soraya, Iin. 2019. *Modul Dasar-Dasar Periklanan*. Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta.
- Thalib, Abdullah A. 2018. *Filsafat Hermeneutika dan Semiotika*. Palu: LPP Mitra Edukasi.
- Triandjojo, Indriani. 2008. *Semiotika Iklan Mobil di Media Cetak Indonesia*. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Valentinus. 2011. *Menyibak Selubungan Ideologi Kapitalis dalam Imperium Iklan*. Yogyakarta: Kasinus.
- Wibowo, Indiwani Seto Wahyu. 2006. *Semiotika Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Penulisan Skripsi Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Prof. DR. Moestopo (Beragama).

## سيرة ذاتية

أليفيا فضيلة، مالانج، ٣ فبراير ١٩٩٩. تخرجت من المدرسة الإبتدائية في المدرسة الابتدائية العامة غامبيران ١، جومبانج سنة ٢٠١١ م، ثم التحقت بالمدرسة المتوسطة في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١٠ موجوأغونج جومبانج وتخرجت فيه سنة ٢٠١٤ م، ثم التحقت بالمدرسة الثانوية في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية ٢ دار العلوم جومبانج و تخرج فيه سنة ٢٠١٧ م. وبعدها، التحقت بالجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج حتى حصلت على درجة البكالوريوس في قسم اللغة العربية وأدبها سنة ٢٠٢١ م.

