

**تخييل النساء العربيات في إعلان "نایك"**

**(دراسة تحليلية سيميويتية رولاند بارتيش)**

بحث جامعي

إعداد :

فضيلة نور سابرياني موكوعاغو

رقم القيد : ١٥٣١٠١٤٣



قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠٢١

# تمثيل النساء العربيات في إعلان "نایك"

(دراسة تحليلية سيميويتية رولاند بارتيش)

## بحث جامعي

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

في قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

: إعداد

فضيلة نور سابرياني موكوعاغو

رقم القيد: ١٥٣١٠١٤٣

: المشرف

د. عبد المنتقم لأنصارى

رقم التوظيف: ١٩٨٤٠٩١٢٢٠١٥٣١٠٦



قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠٢١

## تقرير الباحثة

أفيدكم علماً بأني الطالبة:

الإسم : فضيلة نور سابرياني موكواغو

رقم اقيد : ١٥٣١٠١٤٣

موضوع البحث : تمثيل النساء العربيات في إعلان "نایك" (دراسة تحليلية سيميويتية رولاند بارتيش)

احضرته وكتبه بنفسه وما زدته من إبداع غربي أو تأليف آخر. وإذا أدى أحد يف  
امستقبل أنه من تأليفه ويتبني أنه غري حبشي، فأنا أحمل امْسِئْوَلِيَّة على ذلك ولن  
تكون امْسِئْوَلِيَّة على امشرف أو مسؤوي قسم اللغة العربية كلية العلوم الإنسانية  
جامعة موالنا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالنـق.

مالـج، ١٧ أكتوبر ٢٠٢١

الباحثة



فضيلة نور سابرياني موكواغو

ب

## تصريح

هذا تصريح بأن رسالة البكالوريوس للطالبة باسم ريا أوليا أوتومو حت العنوان تمثيل النساء العربيات في إعلان "نايك" (دراسة تحليلية سيميويتية لرولاند بارتيش) قد مت بالتفتيش وأملراجعة من قبل المشرف وهي صاحبةتقدم إلى جلس المناقشة الستيفاء شروط الختبار النهائي للحصول على درجة البكالوريوس يف قسم اللغة العربية وأدتها كلية العلوم الإنسانية جامعة موالنا مالك إبراهيم مالنق.

مالنـج، ١٧ أوكتوبري ٢٠٢١

الموافق

رئيس قسم اللغة العربية وأدتها

المشرف

د. عبد الباسط

١٩٨٢٠٣٢٠٢٠١٥٠٣١٠٠١

د. عبد المنعم الأنصاري

١٩٨٤٠٩١٢٢٠١٥٠٣١٠٠٦

المعروف

عميدة كلية العلوم الإنسانية



الدكتور

رقم التوظيف: ١٩٧٤١١٠١٢٠٠٣١٢٠٠٤

## تقرير لجنة المناقشة

لقد مرت مناقشة هذا البحث الجامعي الذي قدمته:

السم : فضيلة نور سابرياني مو كوعاغو

رقم ايد : ١٥٣٩٠١٤٣

موضوع البحث : تمثيل النساء العربيات في إعلان "نایك" (دراسة تحليلية سيميويتية رولاند بارتيش)

وقررت اللجنة جناحها واستحقاقها درجة سرجانا (S-1) في قسم اللغة العربية وأدبهما لكلية العلوم الإنسانية بجامعة موالنا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالنچ.

تحرير بملنج، ١٧ أكتوبر ٢٠٢١

لجنة المناقشة

١ - الدكتور أحمد خليل، الماجستير (المناقش الرئيسي) ( )

رقم التوظيف : ١٩٧٤١١٠١١٢٠٠٣١٢١٠٤

٢ - غفران حنبلي، الماجستير (رئيس المناقشة) ( )

رقم التوظيف : ١٩٦٩٠٣٠٨١٩٩٩٠٣١٠٠٢

٣ - الدكتور عبد المنتقم الأنصارى (المشرف/السكرتير) ( )

رقم التوظيف : ١٩٨٤٠٩١٢٢٠١٥٠٣١٠٠٦

المعروف



الدكتور محمد

رقم التوظيف: ١٩٧٤١١٠١٢٠٠٣١٢٠٠٤

## استهلال

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۝ هَمَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ... ”

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendanat pahala (dari kebijakan) yang diberikan dan ia mendanat siksa (dari kejahanatan) yang dikerjakannya...” (QS. Al-Baqarah : ٢٨٦)**

## إِلَهَدَاء

أهدى هذا البحث إلى:

أبي المحبوب في حياتي "أرسين ح. موکو عاغو"، أمي المحبوبة في حياتي "نيكماوي ت. إسحك"، ثم  
أهدى إلى أختي صغيرة "فجرياة موکو عاغو"، وأخي صغير "ريحان فوترا لتجوبا"، وأخيراً إلى نفسي ،  
الذى حاول حتى اكتمال هذا البحث.

## توطئة

الحمد لله الذي أنزل علينا القرآن عربياً، وأنعم علينا بأنواع النعم ولطائف الإحسان، وفضلنا على سائر خلقة بتعليم العلم والبيان، والصلوة على محمد المبعوث بخير الملل والأديان، وعلى آله وأصحابه بدور معلم الإيمان، وشموس عوالم العرفان. أما بعد:

قد تمت كتابة هذا البحث الجامعي تحت الم موضوع تمثيل النساء العربيات في إعلان "نایيك" (دراسة تحليلية سيميويتية لرولاند بارتيش). واعترفت الباحثة أنها كثير النقصان والخطأ رغم أنها قد بذلت جهدها لإكمالها.

وهذه الكتابة لم تصل إلى مثل الصورة بدون مساعدة الأساتذة الكرام والزملاء الأحباء. ولذلك تقديم الباحثة كلمة الشكر والاحترام خصوصاً إلى:

١- الأستاذ الدكتور زين الدين مدير جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

٢- فضيلة الدكتور فيصل، الماجستير عميد كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

٣- فضيلة الدكتور عبد الباسط رئيس قسم اللغة العربية وأدبها جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

٤- فضيلة الدكتور عبد المنتقم الأنصارى ، الماجستير المشرف على كتابة هذا البحث الجامعى، جزاكم الله أحسن الجزاء.

٥- فضيلة الدكتور حليمي، الماجستير المشرف في أكاديميك بقسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج:

٦- جميع الأساتذة والأساتذات، جزاهم الله خيراً كثيراً على جميع العلوم.  
اقول لهم شكراً جزيلاً على كل مساعدتهم جيئوا. وجعلنا الله وإليهم من  
أهل العلم والعمل والخير، ولا يفوت عن رحائي أن ينفع هذا البحث  
الجامعي للباحث وسائر القراء. آمين يارب العالمين.

مالانج، ١٧ أكتوبر ٢٠٢١ م

فضيلة نور سابرياني موكوعاغو  
رقم التسجيل: ١٥٣١٠١٤٣

## مستخلص البحث

فضيلة نور سابرياني موكوعاغو (٢٠١٥)، "تمثيل النساء العربيات في إعلان نايك (دراسة تحليلية سيميويتية لرونالد بارتيش)". البحث الجامعي، قسم اللغة العربية وأدبها، كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بالانج. المشرف: الدكتور

عبد المنتقم لأنصارى

الكلمات المفتاحية: إعلان نايك، رونالد بارتيش، نساء، أسطورة

هذا البحث يهدف إلى دراسة تحليل معنى السيميائية في إعلان نايك (*Nike*) : ايش حيقولوا عنك ؟ ونايكي + نادي تدريب - آمنة الحداد من منظور رونالد بارتس (*Roland Barthes*) . هذا الإعلانين في خلفية عن حياة المرأة العربية اليوم. وصور هذا الإعلانين أيضاً أشياء مثيرة للدراسة عن كيفية منظور المجتمع العربية للمرأة التي تمارس الأنشطة الرياضية في الأماكن العامة.

لتحليل هذين الإعلانين ، استخدم الباحث مقاربة سيميائية من منظور رونالد بارتس الذي يدرس معنى الدلالة (الإشارة) والدلالة والأسطورة. هذا البحث عبارة عن دراسة وصفية نوعية باستخدام إعلانين من إعلانات نايك (*Nike*) من بيانات رئيسية وكتب السيميائية من بيانات ثانية. ويتم جمع البيانات عن طريق مشاهدة والملاحظة. وأما تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي تقنية تحليل البيانات النوعية مع مراقبة السيميائية.

أظهرت النتائج أن ١) معنى الدلالة (الإشارة) كانت النساء اللواتي مارسن لوح التزلج، والجري لمسافات طويلة، ورفع الأثقال، ونط الحبل، وركوب الخيل، والملاكمه. وأما الدلالة للإعلانين يريدان أن يذكرا أن النساء مخلوقات لا يمكن الاستهانة بها، فإنهن قادرات على ممارسة الرياضيات التي تم تصويرها على أنها رياضات للذكور فقط، وكذلك حق المرأة في كل ذلك. ٢) معنى الأسطورة التي نقلها نايك هو كيف أن الرياضات مثل الملاكمه وركوب الخيل لوح التزلج وغير ذلك لا يمكن أن يتمتع بها الرجال فقط ويكتسبونها مثل الصور النمطية السلبية التي تتعلق بأجساد النساء.

## ABSTRAK

**Mokoagow, Fadhilah Nur Sabriani (٢٠١٥) *Representasi Perempuan dalam Iklan Nike Berdasarkan Perspektif Roland Barthes.*** Skripsi. Jurusan Bahasa dan Sastra Arab, Fakultas Humaniora, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Abdul Muntaqim Al-Anshory, S.Hum, M.Pd.

*Kata Kunci: Iklan Nike, Barthes, Mitos, Perempuan*

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji analisis makna Semiotika dalam iklan Nike: ايش حبيقولوا عاكل؟ dan Nike+ Training Club - نيك+ ترينج CLUB menurut perspektif Roland Barthes. Kedua iklan ini berlatar belakang kehidupan perempuan Arab saat ini. kedua iklan ini juga menggambarkan hal yang menarik untuk dikaji tentang bagaimana perspektif masyarakat Arab terhadap perempuan yang melakukan kegiatan olahraga di tempat umum.

Untuk menganalisis kedua iklan ini, peneliti menggunakan pendekatan semiotika dengan perspektif Roland Barthes yang mengkaji tentang makna denotasi, konotasi dan mitos. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan dua iklan Nike sebagai data utama dan buku-buku semiotika sebagai data kedua. Pengumpulan data yang dilakukan dengan simak dan catat. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisi data kualitatif dengan pendekatan semiotik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ۱) makna denotasi berupa perempuan-perempuan yang berolahraga *skateboard*, lari jauh, angkat besi, lompat tali, menunggang kuda, dan tinju. Sedangkan makna konotasi dari kedua iklan tersebut ingin menyatakan bahwa perempuan merupakan makhluk yang tidak bisa dipandang dengan sebelah mata, mereka mampu melakukan olahraga yang sudah distereotip sebagai olahraga laki-laki saja, dan juga bagaimana perempuan berhak atas itu semua. ۲) makna mitos yang disampaikan oleh Nike yaitu bagaimana olahraga seperti tinju, menunggangi kuda, *skateboard* dan yang lain bukan hanya bisa dinikmati dan akuisisi oleh laki-laki saja seperti stereotip negatif yang melekat di tubuh perempuan.

## ABSTRACT

**FADHILAH NUR SABRIANI MOKOAGOW, ١٤٣١-١٤٤٣, ٢٠٢١,**

*Representation of Arab Women in Nike Advertisement (Semiotic Study Roland Barthes).* Thesis Research. Arab letter and language Department, Faculty of Humanities, Maulana Malik Ibrahim Islamic State University of Malang

Supervisor : Dr. Abdul Muntaqim al-Anshory

**Keyword :** Nike Advertisement, Barthes, Myth, Women

---

This research aims to examine the analysis of the meaning of Semiotics in Nike advertising: ايش لوا الحداد and Nike+ Training Club - from Roland Barthes' perspective. Both of these advertisements are set against the background of today's Arab women's lives. These two advertisements also describe interesting things to study about how the Arab society's perspective on women who do sports activities in public places.

To analyze these two advertisements, the researcher uses a semiotic approach with the perspective of Roland Barthes which examines the meaning of denotation, connotation and myth. This research is qualitative descriptive research using two Nike advertisements as main data and semiotics books as secondary data. Data collection is done by observing and taking notes. The data analysis technique used is a qualitative data analysis technique with a semiotic approach.

Result showing ۱) denotes meaning as women doing skateboard sport, sprint, weight-lifting, skipping, horse riding, and boxing. Meanwhile, connotation meanings from the two advertisements want to state women are creatures that can't look only by one eye, they can do sports that stereotyped as men's sports, and how women have the right to do that. ۲) myth meaning has been given by Nike is how sports like boxing, horse riding, skateboard, etc are not enjoyed and acquisitioned by only men like the negative stereotype that sticks to women's bodies.

## محتويات البحث

أ.	.....	تقرير الباحثة
ب	.....	تصريح
ج	.....	تقرير جنة املناقشة
د	.....	استهلال
هـ	.....	إهداء
و	.....	وطئه
ز	.....	مستخلص البحث
حـ	.....	محتويات البحث
الباب الأول : مقدمة		
٢	.....	أ- خلفية البحث
٥	.....	ب- أسئلة البحث
٥	.....	ج- أهداف البحث
٦	.....	د- فوائد البحث
٦	.....	هـ- الدراسات السابقة
٨	.....	و- منهج البحث

٨	.....	١ - نوعه البحث
٩	.....	٢ - مصادر البحث
١٠	.....	٤ - طريقة جمع البيانات
		<b>الباب الثاني : الإطار النظاري</b>
١٢	.....	أ - التمثيل
١٤	.....	ب - الإعلان
١٤	.....	١ - مفهوم الإعلان
١٥	.....	٢ - وظيفة الإعلان
١٧	.....	٣ - أهداف الإعلان
١٨	.....	٤ - أنواع الإعلان
٢١	.....	٥ - الإعلان وبناء وسائل الإعلام
٢٢	.....	ج - تصوير المرأة حول قضايا الجنس
٢٥	.....	د - سيميوتيكية
٢٥	.....	١ - تعريف سيميوتيكية
٣٢	.....	٢ - سيميوتيكية لرولاند بارتيش
		<b>الباب الثالث : مناقشة نتائج البحث</b>
٣٧	.....	أ - وصف موضوع البحث

٣٧	..... Nike - شركة
٣٩	..... ٢ - جدول زمن النايك (Nike)
٤١	..... ب - نظرة عامة على إعلاني Nike / ايش حيقولوا عنك؟ و - آمنة الحداد
٤٢	..... ج - المعنى الأصلي والمعنى الإضافي في إعلاني Nike / ايش حيقولوا عنك؟ و
٤٣	..... آمنة الحداد - Training Club
٥٩	..... ١ - المعنى الأصلي والإضافي في مشهد الإعلان Nike / ايش حيقولوا عنك؟ ..... آمنة
٦٢	..... ٢ - المعنى الأصلي والإضافي في مشهد الإعلان - Nike + Training Club
٧٢	..... أ - الخلاصة .....
٧٢	..... ب - القرارات .....
٧٣	..... قائمة املاجع .....
٧٦	..... سرية الذاتية .....

## الباب الأول

### مقدمة

#### أ- خلفية البحث

في نشر المعلومات إلى الجمهور العام أو المجتمع، الإعلان من وسائل الاتصال العامة وله دور مهم كهدف الخبر أو الإعلان أو اليسرى المستهلك. من تطور عصر وازدهاره، يمكننا أن نجد بسهولة أحدها من الهاتف، المذياع، التلفزيون، وغيرها من نشر الإعلان أو في وسائل الإعلام المختلفة (الوسائل الرقمية). يقول مارسيل دانيسي (٢٠١٠ . ص. ١٨)، إن وسائل الرقمي هي أنظمة قائمة على الشبكة الدولية تربط أجهزة الحاسوب في جميع أنحاء العالم والشبكة الدولية العالمية – *World Wide Web* – خادم المعلومات على الإنترنت يتكون من موقع مختلفة تتصل بعضها ببعض ويكون الوصول باستخدام البرنامج الجاهزة يسمى التصفّح (*browser*).

الإعلان في نشر المعلومات إلى المجتمع ينقسم إلى قسمين، الأول وسائل الإعلان المطبوع ووسائل الإعلان الإلكتروني يوتيوب (*Youtube*) أحد مثال وسائل الإعلان الإلكتروني يجعل وسائل الإعلام كألة إعلان المنتج الذي يتصل مع الشبكة الدولية المستخدمة بجمهور المجتمع. يقول مارسيل دانيسي (٢٠٠٢، ص. ٢٨)، بوجود الإعلان الذي ينتشر حول الشبكة الدولة سوف سيعرف المجتمع عن بعض المنتجات. والمعلنون يجتهدون ويدفعون عن جودة المنتجات المحسوبة المحبوبة مع المجتمع خصوصها. يجعل المنتج المارك والرمز وتصميم

الرمزة والشعار وغيرها. والإعلان ليس إنما صورة فقط، بل فيه يعطينا الوعد كبعض المعاشر. والمطلبة في شراء المنتجات. إضافة، تنقسم الإعلان إلى سبعة أقسام، وهي: ١) إعلان المستهلك، ٢) إعلان بين الشركة، ٣) إعلان التجاري، ٤) إعلان القطاعي، ٥) إعلان المال، ٦) إعلان المباشر، ٧) إعلان الوظيفة الشاغرة (جيفكين، ١٩٩٧، ص. ٣٩). ويقسم ودياتاما إلى أن الإعلان يتكون على ثلاثة ١) إعلان المستهلك، ٢) إعلان التجارة، ٣) إعلان الإحتراف (٢٠٠٥، ص. ١٠٢).

شرح رينديرا ودياتاما في كتابه (٢٠٠٧) بأن أحسن الإعلان هو يعرض منه جودة الرسائل للمشاهدين. تطور الإعلان والإعلانات في مجتمع المستهلك اليوم يؤدي إلى عدد المشاكل والثقافات حول الإعلانات، خاصة فيما ترتبط بالإشارات المستخدمة، والصور المعروضة، والمعلومات التي تنقل المعنى الذي تم الحصول عليه، وكيف تؤثر جميعها على الإدراك والفهم وسلوك المجتمع. سواءً كان الإعلان قائماً على الواقع الاجتماعي أم قائماً ببيع المنتجات التي يتم الإعلان عنها. ويشبه الإعلان كالمرأيا تشوّه أشكال الموضوعات تعكسها ولكنها تعرض أيضاً قيمتها. وليس الإعلان بالكاذب ولكنه لا يعرض حقيقته أيضاً. علاوة على ذلك، المجتمع حول المستهلك لابد عليه فهم علامة الإعلان المستخدم بشكل التكلم، أو الكتابة، أو الصورة.

فيما يتعلق بالمراجعة المذكورة، من الضروري أن يكون لديه علم يتم استخدامه لفحص العلامات الموجودة في كل إعلان. ستعطي اللافتات إشارات إلى المخبر، أن الإعلان المقدم يمكن أن يكون مفيداً له أم لا. إذا دلت دلائلفائدة على وجود أوجه تشابه بين محتوى الإعلان واللافتات المعلن عنها، فإن جودة الإعلان بالتأكيد ستؤثر بشكل كبير على

المستهلكين، بحيث يكون الإعلان مختلفاً تماماً في المجتمع. يجب دراسة العلامة التي تربط إعلاناً من جانب المناقشة ومحتوها بحيث تحمل الرسائل الواردة فيه المستهلكين. لذلك، يُعرف أحد العلوم التي يمكنها دراسة العلامات باسم علم الرمزي.

تعد علم الرمزي أو طريقة تحليل لدراسة السميويтика. والعلامات هي الأدوات التي نستخدمها في محاولة إيجاد الطريقة في هذا العالم، حول الإنسان. علم الرمزي كما يعبرها بارتيش (Barthes) بعبارة "السيمولوجيا" سوف يتعلم كيف تترجم الإنسانية (*humanity*) بعض الأحوال (*things*). المعنى (*to signify*) في هذه الحالة لا يمكن الخلط بينه وبين التواصل للتواصل (*to communicate*) يعني أن الأحوال ليست بتحميل المعلومات فقط، بل هذه الحالة حينما يريد التواصل وتشكل نظاماً منظماً للرمزيات (بارتيش، ١٩٩٨، ص. ١٧٩؛ كورنيوان، ٢٠٠١، ص. ٥٣؛ سابور، ٢٠١٦، ص. ١٦).

ويشتمل الإعلان على عناصر الرمزية أو الإشارة في شكل الموضوعات يعلن عنها كمثل سياق البيئة أو الأشخاص أو المخلوقات الأخرى التي تعطي معنى للموضوع، والنصوص (في شكل كتاب) التي تأكّد المعنى رغم أن في نهايتها ليس موجوداً دائماً في الإعلانات (فيليانيق، ١٩٩٨، ص. ٣٠٦). قال Charles S. Peirce بأن مدخل علم الرمزي قد نجح شبه المستمر حتى يومنا هذا وهو مدین للغاية مؤسسة وضع هذا علم الرمزي ومؤسسه Ferdinand de Saussure الذي يركز بشكل أكبر على علم الرمزي (ويباوا، ٢٠١٣، ص. ١٩). اعتماداً لرأي Saussure (سابور، ٢٠١٦ ص. ٦٩)، بأن اللغة عبارة عن نظام إشارة وكل علامة تتكون من جزأين، هما الإشارة (*signifier*) و المشير (*signified*). ثم يتم ترقية هذا المفهوم مرة أخرى من قبل جيل بعده من متخصص في السيميائية وهو بارتيش

(Roland Barthes) خلال طرح Ferdinand de Saussure. وينتظر باريس المفاهيم الأساسية في

مفهوم ترتيب الإشارة (order of signification). الإشارة (signifier) والمشير (signified) في المستوى الأول تسمى بمعنى الأصلي وفي المستوى الثاني تسمى بمعنى الإضافي. هذا المفهوم الإضافي هو المدخل الأساسي لنموذج علم الرمزي Roland Barthes. ليس للدلالة تشتمل معنى الإضافي بل تشتمل على كلا الجزأين من عالم الدلالة التي تكمن وجوده.

إحدى الشركة المستخدمة في هذه البحث على وهي الإعلان "نايك" (Nike). تعد "نايك" إحدى الشركة من أكبر شركات الأحذية والملابس والأدوات الرياضية في الولايات المتحدة الأمريكية. يشتهرون برعاية الإعلانات مع بعض أشهر الرياضيين في أنحاء العالم. وبعد مسيطراً على بعض الأسواق الأمريكية، توسيع وانتشرت شركة نايك إلى عدد البلدان في جميع أنحاء العالم حتى في بلدان العرب.

وبشت شركة "نايك" طفرة جديداً من خلال شكل إعلانها بعنوان "ايش حقولوا عنك؟" و"آمنة الحداد - Nike+ Training Club". يتصور الإعلان عن حياة النساء العربيات الالئي يرغبن في إظهار هويتهن كما تفعل النساء الأحرار في ممارسة الرياضة ولكن لا يزال يوجههن وجود التهمة السيئة عند المجتمع أو بأنها تتعارض مع الثقافة الأبوية التي يلتزم بها معظم مجتمع العرب.

إضافة إلى شرح الذي قد ذكره في الأعلى، تريد الباحثة أن تقوم بتحليل إعلان شركة "نايك" : "ايش حقولوا عنك؟" وأيضاً "آمنة الحداد - Nike+ Training Club" من حيث معنى السيميويтика. وأما سبب اختيار الباحثة لهذا الإعلان شركة "نايك" : "ايش حقولوا عنك؟" و"آمنة الحداد - Nike+ Training Club" لأنها يعرض النساء العربيات الالئي يتميزن

بميزاً، يتم تعبئة الإعلان بطريقة مختلفة ومثيرة للغاية بدرجة كافية لتحليله. تم اختيار إعلان شركة "نايك" التي تم إصدارها في عام ٢٠١٦ و ٢٠١٧ يمكن لمساعدة الباحثة في تحديد البيانات في الإعلان الذي تقوم الباحثة بتحليله.

### **ب- أسئلة البحث**

١. كيف المعنى الأصلي والإضافي في إعلاني "نايك: إيش حقولوا وآمنة الحداد Nike+ Training Club - عند نظرية رولاند بارتيش؟"

٢. كيف معنى الأسطورة عن النساء العربيات في إعلاني "نايك: إيش حقولوا وآمنة الحداد- Nike+ Training Club" عند نظرية رولاند بارتيش؟

### **ج- أهداف البحث**

استناداً على أسئلة البحث التي قد سبق له ذكر في الأعلى، فيطرح أهداف البحث

كما يلي:

١. معرفة المعنى الأصلي والإضافي في إعلاني "نايك: إيش حقولوا و آمنة الحداد Nike+ Training Club - عند نظرية رولاند بارتيش".

٢. معرفة معنى الأسطورة عن النساء العربيات في إعلاني "نايك: إيش حقولوا و آمنة الحداد- Nike+ Training Club" عند نظرية رولاند بارتيش.

### **د- فوائد البحث**

في هذا البحث له فوائد النظرية والتطبيقية كما يلي:

### ١. فوائد النظرية

أ) لتطوير النظرية الأدبية وبالخصوص في علم الرمزي بنظرية رولاند بارتيش.

ب) لمراجعة البحث التي تتعلق بالنسائية والسيميويتية لرولاند بارتيش.

### ٢. فوائد التطبيقية

أ) ليعطي المعرفة على دراسة السيميويتية لرولاند بارتيش.

ب) لشرح إلى القارئ بأن يقوم هذا البحث في تحليل الدراسة الأدبية.

## هـ - الدراسات السابقة

١. ديني أرياباني. ٢٠١٨. "تمثيل النسائية في إعلان تلفاز (تحليل السيميويتيكا لإعلان

أحمر الشفاء ماركة الوردة "Colour You Life" البحث الجامعي، قسم العلوم

الاتصالية الإسلامية. جامعة علاء الدين الإسلامية الحكومية بمراكش. تهدف هذا

البحث لكتشاف المعنى وراء إعلان أحمر الشفاء (الوردة "Colour You Life")

ولمعرفة تمثيل النسائية في هذا الإعلان. وأما نتيجة هذا البحث تدل بأن معنى علامة

الضمني هي المرأة التي تتعرض وتتالم القهوة. وأما معنى الدلالي في هذا الإعلان بأن

الأنشطة المختلفة التي تعمل كلتا المرأة قد تضرر الأفكار التي تدعى بأن المرأة

فقط تتعلق بعملية النسائية. أما الأيديولوجية النسائية في هذا تعني النسائية الليبرالية

والنسائية الإسلامية.

٢. أحمد فاديلا. ٢٠١٣. "تمثيل الجسمية النسائية في الإعلان(تحليل السيميويتك لرولاند بارتيش على إعلان عطر Axe Heaven On Earth في التلفاز). البحث الجامعي، قسم العلوم الاتصالية. جامعة سونان كالى جاكا الإسلامية الحكومية جوکجاكارتا. تهدف هذا البحث لكتشاف المعنى ورمز الصورة لتمثيل الجسمية الأنثاوية في الإعلان. ويستخدم هذا البحث نظرية رولاند بارتشر لكتشاف المعنى المشتمل في إعلان Axe Heaven On Earth في التلفاز.

٣. أعزه الأفغنة. ٢٠١٦. "تصوير امرأة في فلم وجد (دراسة علم الرمز)". قسم اللغة العربية وأدبها. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. تهدف هذا البحث تمثيل النساء العربيات التي تتصور في هذا الإعلان. تستخدم هذا البحث بمنهج الكيفي والوصفي بطريقة جمع البيانات المكتبية. وينتتج هذا البحث على معنى علامة الدلالية في حقوق النساء العربيات كالتعلميم والمحاجب، الودينية، والعائلية وكذلك الحياة الزوجية. ومن معنى علامة الدلالية يوجد معنى الدلالة من تلك التمثيلات حتى يعرف خصوصية النساء العربيات.

٤. مهمدي إزمية. ٢٠١٩. "القيم الإجتماعي إعلان شهر رمضان شركة المراعي (دراسة علم الرمزي عند رولند برتيس)". قسم اللغة العربية وأدبها. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. نوع البحث في هذا البحث هي دراسة كيفية التي يستميل المنحاج الوصفي. نتائج البحث في الإعلان الأول كان هناك سبعة مشاهد تصور الواقع أو التفاعل الإجتماعي في الحياة اليومية، وفي الإعلان الثاني توجد ١١ مشاهد تحتوي على قيم الإجتماع.

٥. ريفا موتيا. ٢٠١٦. "تحليل معنى الجمال في إعلان (دراسة علم الرمزي)" في إعلان صابون الوجه "Clean & Clear Foaming Facial Wash "See The Real Me"" في التلفاز. قسم علوم الإتصال، جامعة لامبونغ. تعد هذا البحث من الدراسة التحليلية السيميوتيكية لرولاند بارتيش. يهدف بهذا البحث لمعرفة الرمزيات والإشارات الجمالية، ويعطي تصوير الجمالية على سبيل الإيضاح المشتمل في الإعلان. أما النتيجة في هذا البحث منهج الكيف الوصفي تعني اكتشاف معنى الجمال بطريقة البساطة عند عموم المجتمع.

ومن الدراسات المذكورة يتضاع للبحث أنها بحث في السيميائية في الإعلانات والفلم. أما البحث الذي ستبحثه البحثة تختلف عنها، لأن الباحثة ستبحث في تمثيل المرأة العربية في إعلان "نایك" (دراسة تحليلية سيميوتيكية لرولاند بارتيش).

## و- منهج البحث

### ١. نوع البحث

يستخدم هذا البحث منهج البحث الكيفي والوصفي أو بالعبارة أخرى عمل البحث ينتج البيانات الوصفية على شكل الكلمة المكتوبة أو المنطقية من الأشخاص والسلوكيات يمكن ملاحظتها (ملايونغ، ٢٠١٦، ص. ٤).

قبل إقامة هذا البحث، تتناول الباحثة بعض الكتب والصحف التي تتعلق بالسيميويтика أو علم الرمزي كي تفهم المقالات المورودة تدعم هذا البحث. وبالتالي

تأخذ الباحثة بعملية المكتباتية التي تتعلق بالإعلان على نطاق العموم و تدرس الإعلان كموضوع البحث.

## ٢. مصادر البيانات

تم الحصول على بيانات هذه الدراسة من خلال مصادر البيانات الأولية والثانوية، وسيتم تقديم مصادر البيانات على النحو التالي:

### أ) المصادر الأولية

المصادر الأولية هي البيانات التي تجمعها الباحثة من مصادرها الرئيسي (سيسوانطا، ٢٠١٢، ص ٥٩). وأما المصدر الأولية في هذا البحث هو إعلان "نایك": ايش حيقولوا عنك؟ و آمنة الحداد.

### ب) المصادر الشاوية

مصادر البيانات الثانوية هي البيانات المنشورة أو التي تم إنشاؤها بواسطة مؤسسات ليست معالجات (سيسوانطا، ٢٠١٢، ص. ٥٦). تم الحصول على البيانات الثانوية في هذه الدراسة من المراجع الداعمة التي يمكن استخدامها كمصادر للبيانات. يتم الحصول على مصادر البيانات الثانوية من خلال قراءة الكتب والمقالات والمحللات والأطروحات ذات الصلة بالنسوية والسيمائية لرولاند بارتيش .

## ٣. طريقة جمع البيانات

تقنية جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي طريقة توثيق. توثيق هو مادة أو فيلم مكتوب (موليواغ، ٢٠١٦، ص. ٢١٦) تم إجراء هذا البحث من

خلال توثيق مشاهد تحتوي على إشارات سيميائية موجودة في إعلان Nike: ايش حيقولوا عنك؟ و - NIKE + Training Club آمنة الحداد من خلال مشاهدة الإعلان.

إضافة إلى ذلك ، يتم استخدام تقنيات دراسة الأدب عن البيانات في شكل الكتب ، والمجلات ، وغيرها ، والتي تتعلق بنطاق مشكلة البحث هذه. البيانات المعنية هي البيانات المتعلقة بإعلان Nike إلى جانب عناصر العلامة التجارية الواردة فيه.

#### ٤. تحليل البيانات

بعد أن تكون البيانات المطلوبة كافية، سيتم تحليل البيانات بناءً على النظرية التحليلية السابقة، وهي نظرية رولاند بارت السيميائية. سيتم تحليل البيانات التي تم جمعها بناءً على نوع البحث النوعي.

تحليل البيانات النوعي وفقاً لـ Bogdan and Biklen (١٩٨٢) في (مولياوغ، ٢٠١٦، ص. ٢٤٨) هو جهد يبذل من خلال العمل مع البيانات وتنظيم البيانات وفرزها إلى وحدات يمكن إدارتها وتوليفها والبحث عن الأنماط وإيجادها وإيجاد ما هو مهم. وما يتم تعلمها ويقرر ما سيقول للآخرين.

وأما طريقة تحليل البيانات التي تقوم بها الباحثة في هذا البحث، كما يلي:  
 أ) ملاحظة و مشار إلى مشهد في فيديو إعلان "نایک": ايش حيقولوا عنك؟ و آمنة الحداد - Nike+ Training Club ، الذي يشتمل فيه رمز السميويتية كما في أسئلة البحث.

- (ب) تحليل المخاورات من المشهد التي تتعلق برمز السميويتية في إعلان "نایك": ايش حيقولوا عنك؟ و آمنة الحداد- Nike+ Training Club لنظرية رولاند بارتيش.
- (ج) راقب الإعلانات وحدد المشاهد المهمة في إعلانات Nike.
- (د) تحليل الإشارات غير اللغوية مثل الإيماءات وأشكال الإعلان وألوان الإعلان والرسائل التي لها إشارات سيميائية في إعلانات Nike: ايش حيقولوا عنك؟ و NIKE + Training Club - منة الحداد.
- (هـ) تحليل معنى الدلالة ومعنى الدلالة الموجودة في إعلانات Nike: ايش حيقولوا عنك؟ و NIKE + Training Club - منة الحداد.
- (و) تحليل أمور تتعلق بأسطورة المرأة العربية في إعلانات نایكي: ايش حيقولوا عنك؟ و NIKE + Training Club - منة الحداد.
- (ز) تحليل الكائنات التي تستخدم إعلانات Nike نتيجة البحث.
- (ح) رتب مناقشة حول نتائج الباحث.
- (ط) أنا. استخلاص استنتاجات من نتائج التحليل ومناقشة البحث
- (ي) قم بتجمیع التقریر النهائي للبحث بعد تحلیل البيانات التي تم الحصول عليها بناءً على نظرية السيميائية Roland Barthes.

## الباب الثاني

### إطار النظري

#### أ- التمثيل

التمثيل في اللغة الإنجليزية "representation". التمثيل هو فعل التمثيل، أو حالة التمثيل، أو ما يمثل (Depdiknas ٢٠٠٨، ص. ١١٦٧). ويمكن التمثيل على أنه الفعل الذي يحضر أو يعرض شيء من شيء الخارج، في شكل علامة أو رمز عموماً (فيلياغ، ٢٠٠٣، ص. ٢١).

يعيد التمثيل بناء ويعرض حقائق مختلفة لشيء ما بحيث يمكن تنفيذ استكشاف المعنى على النحو الأمثل (راتنا في فوترا، ٢٠١٢، ص. ١٧). يستخدم مصطلح التمثيل لوصف التعبير عن العلاقة بين نص الإعلان (الوسائط) والواقع. في السيميائية ، يمكن تفسير التمثيل *to depict, to be a picture of, atau to act speak* على أنه *for (in the place of, in the name of) somebody* . نظراً إلى هاذين معنايين، ويمكن تعريف *to present* على أنه *to stand for* . وهذا يصبح علامة (*a sign*) لشيء أو شخص، وعلامة الذي لا تتطابق بالواقع المتمثل لكن العلاقة مرتبطة بذلك الواقع وتعتمد عليه.

قال سوموهارجو (في فوترا، ٢٠١٢، ص. ١٨)، التمثيل هو ١) التصوير الذي يرمز أو يشير إلى الواقع الخارجي، ٢) التعبير من الخصائص العالمية العامة لعالم الإنسان، ٣) تصوير الخصائص العامة لعالم الإنسان كما يراها الفنان بشكل ذاتي،

٤) توجيد الأشكال المثالية التي تقف وراء حقيقة الكون والتي يتم طرحها من وجهة نظر الفنان الصوفية-الفلسفية. وذلك التصنيف الأربعه الذي يقدمها سوموهارجو أشار إلى جانب كونه موضوعية، وهو كذلك ذاتية. يُظهر التصنيف الموصوف في نقطتين الأولى والثانية أن التمثيل له صفة موضوعية لأن الواقع يتم تصويره حسب ما يراه الفنان (الأديب) ويشعر به ويخبره بشكل مباشر. وبالعكس، يُظهر التصنيف في نقطتين الثالثة والرابعة أن التمثيل له صفة ذاتية لأن الواقع يتم تصويره ذاتي من خلال التركيب العقلي والمنطقي للفنان.

إضافة إلى تعريف التمثيل، يكشف فاروق (في بوترا، ٢٠١٢، ص. ١٩) أن التمثيل كجزء من عمل أدبي هو مزيج من القوى الخيالية والخيالية. هاتان القوتان قادران على الاستيلاء بشكل مباشر على بناء العالم الاجتماعي الذي هو خارج عالم الخبرة والأشياء والحركات المباشرة. يمكن تمثيل الأعمال الأدبية أشياء وحركات تختلف عن الأشياء والحركات الموجودة في عالم التجربة المباشرة. ومع ذلك ، من حيث هيكلة الأشياء والحركات، يمكن للأدب أن يمثل أوجه التشابه بينهما من خلال الهيكلة في العالم الاجتماعي.

يمكن أن يتغير مفهوم التمثيل، فهناك دائمًا معاني جديدة ووجهات نظر جديدة في مفاهيم التمثيل الحالية. ولأن المعنى نفسه غير ثابت أبدًا، فهو دائمًا في عملية التفاوض ويتكيف مع المواقف الجديدة، النقطة المهمة هي أن المعنى ليس متأصلًا في شيء ما في العالم، هذا العالم، يتم بناؤه وإنتاجه دائمًا من خلال عملية

التمثيل. إنها نتيجة ممارسة الوسم ، ممارسة صنع شيء ذي معنى (جلياسطوط، ٢٠٠٠، ص. ١).

بناءً على بعض الأوصاف النظرية المعروضة أعلاه ، يميل البحث إلى الرجوع إلى رأي سومارجو الذي يؤكد على التمثيل باعتباره انعكاساً يرمي إلى الواقع.

## ب- الإعلان

### ١. مفهوم الإعلان

يتم تحديد تطور عصر متتطور بشكل متزايد بوجود حدوث التكنولوجي سريعة بشكل متزايد. يشير تطور التكنولوجي إلى الحصول على أسهل المعلومات. الإعلان الذي هو شكل من أشكال الاتصال ينشر المعلومات لجمهور المجتمع. من خلال الإعلان، يصبح الأشخاص على أكثر فائدة بوجود الإعلان ويجدون أسهل العثور على مكان للحصول على السلع أو الخدمة الذي يحتاجون إليها. يساعد الإعلان في شرح منتج، بينما يعد الإعلان بالنسبة للشركة نفسها أداة تسويقية مهمة جدًا للشركة.

لفهم الإعلان، يأخذ رأي الخبراء. في هذا الصدد، وسيتم إبداء بعض الآراء حول الإعلان فيما يلي.

أ) حدد كوتلر وأرمسترونج (*Kotler dan Armstrong*، ٢٠٠٨، ص. ١١٧) أن الإعلان هو أي شكل من أشكال العرض التقديمي أو الترويج أو الفكرة غير الشخصية المتعلقة بالسلع أو الخدمات ويطلب تكاليف قابلة للقياس.

(ب) ب مجلس الإعلان الإندونيسي (DPI) (٢٠٠٧، ص. ١٦) "الإعلان عبارة عن رسالة اتصال تسويقي أو اتصال عام حول منتج يتم تسليمه من خلال إحدى وسائل الإعلام ، بتمويل من بادئ معروف، ووجه إلى جزء من المجتمع أو كله"

يوضح الجنيد (٢٠١٣، ص. ١١٠) أن المكونات في تعريف الإعلان هي:

(أ) شكل الاتصال. في الواقع، يتم تنظيم الدعاوة تنظيماً تاماً، من الاتصال اللفظي وغير اللفظي المتربّل لتمام مظهر الوقت والمكان المحدد بالرواعي.

(ب) الدعاوة موجّهة للمجتمع وليس لشخص مخصوص. لأن الغرض أكثر ميلاً للمجتمع، وهذا هو صفة الدعاوة غير شخصي أو شكل من الاتصالات الإجتماعية.

## ٢. وظيفة الإعلان

شرح Rot Zoill (في ويدياتاما، ٢٠٠٧، ص. ١٤٧) بأن وظيفة الإعلان تنقسم إلى أربعة وظائف، وهي كما تلى:

(أ) وظيفة الوعي (Precipitation)

يعمل الإعلان على تسريع تغيير الحالة من حالة الأصل غير قادرة على اتخاذ القرارات لتكون قادرة على اتخاذ القرارات. على سبيل المثال، زيادة الطلب، وخلق الوعي والمعرفة حول منتج.

### **(ب) وظيفة الإقناع (Persuasion)**

يعمل الإعلان على إثارة الجماهير للرسالة المعلن عنها. يتضمن ذلك الجاذبية العاطفية، ونقل المعلومات حول خصائص المنتج، وإقناع المستهلكين بالشراء.

### **(ج) وظيفة الاعتصام (Reinforcement)**

الإعلان قادر على تأكيد القرارات التي اتخذها الجمهور.

### **(د) وظيفة التذكير (Reminder)**

الإعلان قادر على تذكير وتعزيز المنتج المعلن عنه.

غير زوبل، شرح دينسي Zoill, Densy (٢٠١٠، ص. ٣) بأن الإعلان له

خمسة وظائف الدعاوية، وهي:

١. تقديم المعلومات على المنتجات.

٢. إقناع أو التأثير المستهلكات لستهلاك المنتجات.

**(ج) قناع إرادة المستهلكات على معرفة المحتوى الغذائي، الفيتامين أو عن أحد المنتج).**

### **(د) أداة الاستهلاك**

### **(ه) جذب جمهور المستهلكات**

من التعريفين لوظيفة الإعلان المذكورة الواضحة نعرف على أن الإعلان

يعمل كوسيلة إتصال تربط الشركات أو المنتجين والمستهلكين. يجب أن يكون

الإعلان قادرًا على جذب اهتمام المستهلك، حتى يتمكن من تأكيد وإقناع

المستهلكين بالمنتجات التي يقدمها المتوجهون.

### ٣. أهداف الإعلان

وفقاً لوظيفة الإعلان أعلاه ، يهدف الإعلان إلى تشجيع الناس على الشراء. أغراض الإعلان وفقاً لـ *Terence A. Shimp* في ماهاراني (٢٠٠٣، ص. ٣٥٧) هي

كما يلي:

أ) تقديم المعلومات (*Informing*)

تهدف الإعلان على إبلاغ خصائص المنتج واستخدامه، اجعل المستهلك على دراية بالمنتج.

ب) الإقناع والتأثير (*Persuading*)

تأخذ هذه المخواز بعض الأحيان شكل التأثير على طلب الأساس، أي خلق طلب كامل على فئة منتج. ولكن في أغلب الأحيان، يسعى الإعلان إلى بناء طلب الثانوي، أي بناء الطلب على العلامة التجارية لمنتج الشركة التي يجب أن تقنع المستهلك بتجربتها.

ج) التذكير (*Reminding*)

يمكن الإعلان أن يحافظ على العلامة التجارية لدى الشركة في أذهان المشترين.

د) تقديم زيادة القيمة (*Adding Value*)

هناك ثلاث طرق رئيسية يمكن للشركات من خلال زيادة القيمة إلى منتجاتها:

١) إبتكار لتحسين الجودة وزيادة القيمة لمنتجات وعلامات تجارية معينة من خلال التأثير على تصوير المستهلك.

٢) فعل الإعلان يجعل العلامة التجارية ينظر إليها على أنها شيء أنيق.

٣) قد تكون الأنقة أكثر تفوق على العلامات التجارية الأخرى المعروضة وينظر إليها عموماً على أنها ذات أعلى جودة.

#### هـ) المراقبة (*Assisting other Company Effort*)

الإعلان هو أحد عضوان أو أداة من فريق أو مزيج الإتصال التسويقي. في أوقات أخرى، يكون الدور الرئيسي للإعلان هو أنه رفيق يسهل جهود الشركة الأخرى في عملية الإتصال التسويقي.

### ٤. أنواع الإعلان

تمييز الإعلانات بناءً على عدة الأشياء، في هذه الدراسة يتم تقسيم أنواع الإعلانات بناءً على الوسائل المستخدمة. يمكن تصنيف الإعلانات على النحو التالي:

#### أ) الإعلان المطبوع

الإعلان المطبوع هو نوع من الإعلانات يتم نشره باستخدام وسائل الإعلام المطبوعة مثل الصحف والمجلات والصحف وغيرها. بناءً على المساحة المستخدمة في الصحف والمجلات والصحف الشعبية. يُعرف الإعلان بثلاثة أشكال وهي:

#### ١) إعلان التخطيط

إعلان التخطيط هو الإعلان الذي يتم إجراؤه ببضعة أسطر، تتكون من ٣-٤ أسطر شكلاً عاماً بمساحة لا تزيد عن عمود واحد. لتتكلف أرخص الأجر، وحصول الخبر الإعلان إلى جمهور المجتمع. من أجل توفير التكاليف ويمكن نقل جميع المعلومات، تكون اللغة المستخدمة في هذا الإعلان مختصرة

بشكل عام وذات مغزى وبسيطة. الأشياء التي يتم الإعلان عنها في الإعلانات المبوبة عادة ما تكون الوظائف الشاغرة والسلع والخدمات وغيرها.

#### (٢) إعلان العمود

إعلانات العمود هو إعلان تم إنشاؤها في شكل عمود. هذه الإعلانات أعلى من الإعلانات التخطيطية. أحياناً يكون الإعلان مزوداً بصورة أو رمز يدعم محتوى الإعلان. ما يتم الإعلان عنه هو في شكل إعلان سلع وخدمات وخزائن وغيرها.

#### (ب) إعلان الإعلاني (*Advertisorial*)

الإعلان الإعلاني هو نوع من الإعلانات التي يتم تعبئتها مثل الأخبار. كما في صحيفة أو تابلويد، مع صورة كبيرة نسبياً وتعليق مصاحب أسفلها.

#### (ج) إعلان العرض (*Display*)

انطلاقاً من شكله، عرض الإعلانات هي أكبر من الإعلانات العمود. في هذا الإعلان ، يتم عرض صورة ونص أكبر. توجد هذه الإعلانات في الغالب في الوسائل الرقمية. على سبيل المثال ، صورة لإعلان حذاء معروض على

*Instagram*

#### (د) إعلان الإلكتروني

الإعلان الإلكتروني هو إعلان يتم نشره في وسائل الإعلام الإلكترونية. يمكن تصنيف الإعلانات الإلكترونية إلى:

### ١) إعلان المذيع

إعلان المذيع هو إعلان ينشر عبر المذيع على شكل مزيج من صوت الكلمات (voice) والمؤثرات الصوتية (sound effect)، هذا الإعلان مسموع فقط.

### ٢) إعلان التلفزيون

إعلان التلفزيون هو إعلان ينشر على التلفزيون في شكل مزيج من الصوت والصورة والحركة. يمكن رؤية هذه الإعلان كما يمكن سماعها.

### ٣) إعلان شبكة الدولية

إعلان عبر شبكة الدولية هو إعلان يتم نشر الشيء عبر شبكة الدولية

### ٤) إعلان الشركة

إعلان الشركة هو إعلان يهدف إلى بناء صورة الشركة التي ستؤدي إلى بناء صورة الشركة لستخدام شراؤها.

### ٥) إعلان خدمة المجتمع

إعلان خدمة المجتمع هو إعلان تهدف إلى تقديم خدمة المجتمع خلال الدعوة على عدم القيام بشيء ما أو القيام به.

كما ذكر عن أقسام الإعلانات، يقول جنيدى (٢٠١٣، ص. ١١١) بأنّ

"يجب للإعلان أن يستخدم وسيلة الوصول إلى الجماهير. وسيط الإعلان هو وسيلة يدفعها المعلنون لوضع إعلاناتهم حتى يتمكنوا من الوصول إلى جمهور المجتمع، ومن هذه الوسيلة تُعرف أشكال مختلفة من الإعلان، مثل المذيع والتلفزيون والصحف

و والإعلانات الخارجية وغيرها. "الأخذ في عتبار أنواع الإعلان المختلف المذكور، يركز هذا البحث بشكل عموم الإعلان الذي تم نشره عبر وسائل الإعلام عبر شبكة الدولية، وهي إعلان Nike. تم اختيار هذا الإعلان بسبب التمييز في عالم الرياضة ضد مرأة العرب.

## ٥. الإعلان وبناء وسائل الإعلام

عند Channey، الإعلان ليس إنما مجرد مرآة المجتمع فقط، بل عكس ذلك، المجتمع هو مرآة الإعلان. الإعلان هو الإيديولوجية المعينة. وبهذا، يقال أن الإعلان يستحق "القوة" في جمهور المجتمع. وللإعلان دور عظيم في تحديد الميول، الاتجاهات والطرق (trend and mode)، بل أنه يشكل وعيًا وبناءً لتفكير الحديث (فيينا، ٢٠١١:٣).

عند برهان بوكين (٢٠٠، ص. ١١٥) يحدث بناء الإعلان على الواقع الاجتماعي في خمسة مراحل وهي:

(أ) إعداد مواد بناء الإعلان. في هذه المرحلة، وجود مشاركة بين المعلن والفريق الإبداعي للوكالة الإعلانية في عملية التشاور فيما يتعلق بقضايا الشركة والمبيعات المتعلقة بالغرض من الإعلان والتأثير المطلوب.

(ب) يتم توزيع بناء الإعلان على الواقع الاجتماعي خلال استراتيجية الإعلان. في هذه المرحلة ، يتم إجراء تعديل بين الإستراتيجية وشكل الواقع في المجتمع بحيث يكون اختيار خطة إنشاء لافتة استخدامها.

ج) تكوين بناء الإعلان. فرقة المبدع يبني ترتيب عالمة الإعلان بحيث تكون الصورة الموصولة يلائم بالخيالة المستخدمة.

د) تأكيد الرسالة. في هذه المرحلة يتم تأكيد الرسالة التي تصلها الإعلان بين الأفراد

الذين يصيرون جهور الإعلان سيبدو فيه المنتج التي يعرض من الإعلان.

٥) سلوك اتخاذ قرار المشتري. المرحلة الأخيرة في بناء إنشاء الإعلان هي المشتري

يتّخذ القرار بالسلوك المعين على المنتج المعلن عنها. يتأثر هذا القرار بالإطار الثقافي، والظروف الاقتصادية، والعوامل النفسية لدى المشتري.

تشكيل بناء الإعلان هو المرحلة التي سيتم فيها إنشاء اللافتة في إعلان.

وهذه المرحلة، يمكن أن نرى كيف يتم بناء الواقع من أجل إنشاء صورة عرض

الإعلان، لذلك أن هذه الدراسة تركز على العالمة التي هي الدراسة الرئيسية في علم

الرمزي.

### ج- تصوير المرأة حول قضايا الجنس.

كلمة "الجنس" في مجتمع اليوم ليست غريبة في السمعة. ولكن، لا يزال

بتأثير تفسير مختلف في المجتمع. الجنس نفسه في قاموس اللغة الإنجليزية يعني "الجنس

أو *Seks*". وفقاً لفقيه (٢٠٠٨، ص. ٨)، فإن الجنس هو سمة متأصلة في الرجال

والنساء الذين يتشكلون اجتماعياً وثقافياً. ثم تصبح نتائج هذا البناء سمات ذاتية

للرجال والنساء أنفسهم في المجتمع.

أساساً، الجنس متعارض بالجنس الأصلي أي البيولوجي. الجنس البيولوجي وهو هبة، يولد نفر كالفتى أو البنت. والطريقة التي جعلها ذكورين أو انثويين هو مزيج بناء البيولوجية الأساسية والتفسير البيولوجي بواسطة الثقافة. يشمل الجنس على المعرض والملابس، والماوف، والشخصية وعمل داخل الأسرة وخارجها، والجنس والمسؤوليات الأسروية وغير ذلك (موسي، ٢٠٠٤، ص. ٢).

يوضح حول كتاب تفسير القرآن الموضوعي أنه في القرآن تتضمن الهوية الجنسية مصطلحات تشير إلى الرجال والنساء ، وألقاب الحالة المتعلقة بالجنس، والضمير المتعلق بالجنس، والكلمات تعتمد الطبيعة على شكل المذكر والمؤنث. المصطلحات الواردة في القرآن للرجل والمرأة وهي: الرجال والنساء. (وزارة الشؤون الدينية ، ٢٠١٢ ، ص. ١٣-١٤).

إضافة (٢٠١٢ ، ص. ١٦-١٧)، حيث وضع الخطاب الديني (الإسلام) نسبياً مكانة النساء كمقيمات من الدرجة الثانية، كشيء متصل في حد ذاته، كطبيعة معيارية (قابلة للتطبيق في كل مكان وزمان). بينما في القرآن والحديث النبوي عدة أقوال تعطي المرأة مكانة مساوية لمكانة الرجل، على سبيل المثال في سورة الأحزاب / ٣٣: ٥٣ ، النهل / ١٦: ٩٧ ، والحجرات. / ٤٩: ١٣.

وكذلك في حديث النبي صلى الله عليه وسلم: (إنما النساء شقائق الرجال). من ناحية أخرى، تبين الحقائق الاجتماعية في الفترة المبكرة من الإسلام أن عدد النساء ، وزوجات الرسول ، وصحابة الرسول تفوقوا فكريًا على الرجال. كما أنهم يشاركون بنشاط في الأدوار الاجتماعية والسياسية والثقافية. كانت عائشة زوجة

الرسول، وهي ذكية، ومعلمة عظيمة، ومحاربة. وكذلك أم سلمة وأمهات المؤمنين الأخرى.

ومع ذلك، الجنس (gender) أو نوع الجنس (seks) مختلفان تماماً. لأنّ الجنس أو نوع الجنس طبيعيّ وهو هبة من الله. وأمّا الجنس هو بناء المجتمع والثقافة، والعوامل غير البيولوجي مشكّل في المجتمع.

تمثيل أرقام الرجال والنساء في الإعلان تصور في وسائل الإعلام مع الصور النمطية الثقافية التي تعمل على إعادة إنتاج الأدوار التقليدية للجنس. وقد يظهر من الرجال على أنهم مهيمون ونشاطون وعدوانيون ومسؤولون في لعب أدوار مختلفة ومهمّة وتنوّعة تتطلّب غالباً في الإحتراف والكفاءة والعقلانية والقوّة التي يتمّ تنفيذها بنجاح. والعكس، وقد تظهر النساء على أنها تابعة، وسيلة، وخاضعة، ومهمشة عند القيام بعدد الوظائف الثانوية وغير الجذابة التي تقتصر على جنسها أو عواطفها أو تدجينها. عند نظر إلى النوع الاجتماعي بهذه الطريقة، تؤكّد وسائل الإعلام على كلّ طبيعة أدوار الجنس وعدم المساواة بين الجنسين. الثقافة الإعلامية الشعبية لا تمثل الحياة الحقيقية للمرأة.

في كتاب ودياتاما (٢٠٠، ص. ٤٥) يشير إلى أنّ الاختلاف أدوار الجنس المتأصل في المجتمع هي الرجل الذي يعرف بأنه أقوىاء وعقلان وله دور مهم حول الأحوال من المرأة. وأمّا المرأة لطيفة وعاطفية ولها دور منزليّ، استمرّت هذه الاختلاف بين الجنس في تاريخ طويل ومعقد للغاية حتى الآن. تتشكل الاختلاف،

ويتم تكونها اجتماعياً، وتقويتها حتى بناءها اجتماعياً بحيث يتم اعتبار فرق بين الجنسين وفهمها على أنها طبيعة.

أصبح جمال المرأة نمطاً يقودها إلى الخصائص المحيطة بالجمال، مثل أن تبدو المرأة ساحرةً وجيدةً في التدبير المنزلي والطهي وتبدو جيدةً لإرضاء شريكها وأن تكون مناسبة المهارة في ترتيب أمور البيت، والطبخ، وقدوة الجميلة لتسعد زوجها، وتلائم لأن تذهب إلى أي مكان، ومصدر العلم وأخلاق الآهالي. ودعاؤه التي كثير فيها المرأة لا يصور بجمالية المرأة الحقيقية، ولكن تلك الدعاوة فيها سلعة التي تحتاج المرأة (بورهان، ٢٠٠٨، ص. ١١٣). بخلاف إغراء المرأة الحجة الأخرى لديها تعني الغاية لتلك الدعاوة تعني المرأة.

#### د- سيميوتيكية

##### ١. تعريف سيميوتيكية

سيميوتيكية أو علم الرمزي هو فرع من فروع العلم الذي أظهر تأثيراً متزايداً الأهمة على مدى العقود الأربع الماضية، فيه لس كـ "طريقة الدراسة" (*decoding*) فقط، ولكن كـ "طريقة الإنشاء" (*encoding*) أيضاً (T.Christomy and Untung ٢٠٠٤، ص. ٨٧). يأتي علم الرمزي من الكلمة اليونانية: *semeion* ، والتي تعني علامة. علم الرمزي هو دراسة العالمة. ينقل هذا العالمة المعلومة بحيث يكون تواصلي. إنه يحل محل شيء آخر يمكن التفكير فيه أو تخيله. تم تطوير هذا

الفرع من العلوم في الأصل في مجال اللغة، ثم تطور في مجال الفنون المرئية وتصميم إتصال المرئي (*Tinarbuko*، ٢٠٠٨، ص. ١٦).

يعتبر رولاند بارثيس أحد مفكّر ومنتقد الأدب من الفرنسي بعد حرب العالمية الثانية، والتي تواصل مؤلفاتها المختلفة التأثير على النقاش النظري الحالي. ولد بارث في ١٢ نوفمبر ١٩١٥ في تشيربورغ (*Cherbourg*)، نورماندي. وكان يحمل ضابط البحريّة، لويس بارتس (*Louis Barthes*)، الذي قُتل قبل عمره سنة واحدة في معركة في بحر الشمال. قامت والدته هنرييت بارثيس (*Henriette Barthes*)، مع عمتها وجدتها، بتربية بارثيس في إحدى المدن الفرنسيّة تسمى بايون (*Bayonne*)، وهي بلدة صغيرة قرب من ساحل محيط الأطلس في جنوب غرب الفرنسي. كان في هذه المدينة هو أول جذب الثقافة خلال تعليم البيانو من عمتها الموسيقية. عندما كان بارتس في التاسعة من عمره، انتقلت والدته إلى باريس، وكان هناك نشأ (سباندي إبراهيم في مقدمة لرولاند بارتس: *تشريح أسطoir الثقافة الجماهيرية* ،  
٢٠٠٧، ص. *xiii*).

تخرج بارث من جامعة السوربون وتخصص في الأدب اللاتيني والفرنسي والكلاسيكي (يوناني وروماني) في ١٩٣٥-١٩٣٩. وقد مضى حياته من عام ١٩٣٩ إلى عام ١٩٤٨ إلى حد كبير في قواعد اللغة وعلم الفيلولوجيا، ونشر بحثه الأول وشارك في دراسات المسعفين واستمر في الكفاح مع صحته السيئة. في عام ١٩٤٨، تابع العمل الأكاديمي فقط، وحصل على عدد المناصب قصيرة الأجل في

العديد من الجامعات في فرنسا ورومانيا ومصر. في عام ١٩٥٢، حصل بارتس على مكان في المركز الوطني دي ريجرجي أثناء دراسة المعجم وعلم الاجتماع (ابراهيم، ٢٠٠٧، ص. xiv).

في عام ١٩٧٦، تم تعيين بارتس كأستاذ في "علم الرمزي" جامعة فرنسا  
توفي في عام ١٩٨٠ عن عمر ٦٤ عاماً بسبب اصطدام سيارة في شوارع باريس  
قبل شهر. كتب بارث عدد الكتب، بعضها مواد مرجعية مهمة لدراسة علم  
الرمزي. من بينها عناصر علم اللاهوت (*Elements of Theology*)  
*The Fashion*، *Le Degre Zero de Pecriture*، *The Empire of Sign*، *Mytologies*  
وغيرها (صابور، ٢٠١٦، ص. ٦٤). System

أجزاء مادية من الثقافة لفضح كيف يفرض المجتمع البرجوازي قيمة الثقافية على أكثر مجموعة مقالاته المشهورة، *Mytologies* (١٩٥٧)، يستفسر بارتس عن

مجتمع الأخرى. على سبيل المثال، يعتبر تصوير نبيذ الأبيض في المجتمع الفرنسي كمشروب مغذي وعادات صحية تصوّراً مثالياً للبرجوازي يتعارض مع بعض الحقائق (على سبيل المثال أن النبيذ الأبيض ليس صحيّاً ويسكر). اكتشاف بارت علم الدرس، دراسة العالمة المفيدة في هذا الاستجواب. يوضح بارنز أن أسطورة الثقافة البرجوازية هي عالمة على المستوى الثاني أو الأهمية. تمثل زجاجة الصور المظلمة الملائكة بالعلامات عالمة مرتبطة بشراب، وهو مشروب كحولي ومحمر (نبيذ أبيض). ومع ذلك، اتّخذ المجتمع البرجوازي هذه المدلول وطبق تركيزه الخاص على تلك المدلول، مما جعل "النبيذ الأبيض" كدال جديدة ، والآخر مرتبط بالمدلول الجديدة: فكرة النبيذ الأبيض الصحي والمغذي والمريح. يختلف الدافع وراء مثل هذا التلاعّب من الرغبة في بيع المنتجات إلى الرغبة البسيطة في الحفاظ على منزلة (ابراهيم، ٢٠٠٧، ص.

.(xviii)

علم الرمزي هو فرع من العلم الذي يظهر أهمية الديكاردية الرابعة السابقة، ومن غير قصده صار "منهج البحث" (*decoding*)، وصار "منهج الخلق" (*encoding*) (ت. جيرسيطومي و أنتونج يوانو، ٢٠٠٤، ص. ٨٧). السيميائية مشتقّة من الكلمة اليونانية: سيميون، بمعنى سمة. وتلك الأسماء تخبر خبراً فووصفت بالإتصالي. غيرت شيء بشيء المفكّر والمخيل. ونشأت هذا العلم في جهة اللغة، ونشرت في جهة الأدب وتصوير الحقيقة الإتصالية (طيناربوكو، ٢٠٠٤، ص. ١٦)

اللغة هي نظام العلامة الأكثر أساسية بالنسبة للبشر، في حين أن العلامات غير اللغوية مثل الإيماءات وأشكال الملابس ومارسات اجتماعية تقليدية أخرى مختلفة، يمكن اعتبارها نوعاً من اللغة تكون من علامات ذات مغزى يتم توصيلها استناداً إلى العلاقات.

علم الرمزي، كنموذج لعلوم الاجتماعية، يفهم العالم كنظام علاقات التي تحتوي على وحدة أساسية مع "العلامة". لذلك، تدرس علم الرمزي طبيعة وجود علامة. يصف الخبر السيميائي *Umberto eco* العلامة بأنها "كذبة" لأنه يوجد في العلامة شيء مخفي وراءها وليس علامة بحد ذاتها (ويووا، ٢٠١٣، ص. ٩).

وفي تعريف سوسرور (صابور ٢٠١٧، ص. ١١)، يعتبر علم الرمزي علماً يدرس حياة العلامات الموجودة في المجتمع. الهدف هو إظهار كيفية تشكيل العلامات والقواعد التي تحكمها. في الوقت نفسه، وفقاً لشارلز ساندرز بيرس، فإن أساس علم السيميائية هو مفهوم العلامات: ليس فقط أنظمة اللغة والاتصالات تتكون من علامات، ولكن العالم نفسه أيضاً، يتكون بالكامل من علامات، لأنه إذا لم يكن الأمر كذلك، فإن البشر لا يمكن أن تنشئ علاقة مع الواقع.

بين أليك صابور (٢٠٠٦، ص. ١٥) في كتابه أنّ، السيميائية هي العلم أو منهج التحليل لنظر السمة. هذه الأسمة هي السيلة المستخدمة لبحث الطريق في هذا العلم، في وسط الناس ومع الناس. يبحث السيميائية كيفية تعني المروءة الأمور.

ولاتخالط المعانة بالإتصالية. أحد المعنى هو لا يضع الموضوعات الخبر فحسب، في أمر المنهج المعينة من السمة.

صفة منهج السيميائية هي تحليلية-معاملتية، وهي المنهج الذي يركز منهجه إلى "الدلالة" و"النص" لموضوع البحث، وكيفية يفسر الباحثة ويفتشه وراء ذلك. والنص هو ما المكتوب، الرسم، والfilm، والفيديو، والصورة، وتغيير الرسم، وشعر الموسيقية، وما أشبه ذلك الذي فيها المعنى. ظهر تحليل النص يكون أحد المناهج المستخدمة للتحليل والتعمق وتشمل المذهب، النتائج أو أهمية ما وراء النص. يستخدم منهج تحليل النص لبحث مقدار المعنى المعينة في نص العمومات.

العلاقة بين السيميائية وذلك الأمر هي فهم السيميائية الذي تركز بمنهج السيميائية لفردينان دي سيسورو و بمنهج السيميائية لتجريليس سانديرس بيرجييس المعروف بأب السيميائية الحديثة. وبمنهج السيميائية رولاند بارتيس، ج.ك أغدين وإ.أ. رششارد، ولتحليل ريفاتيري. وقسم فردینان دی سیسورو كأب السيميائية الحديثة (١٨٥٧-١٩١٣) العلاقة بين السمة والإشارة كما يوجد في المؤتمر مسمى بالتأفه. ترى السمة كوجود الطبيعة في موافقة التمثيلية الأدبية. وأما التأفه يرى فيه ما وراء الطبيعة فيه النتائج. وأما الإشارة بما بموافقة اتفاق الإجتماعية و معنى السمة. لازم أن يواعي حقيقة العلاقة بين السيميائية واللغوية الذي يركز سيسورو في حقيقة الكلمة كالسمة.

يوضح بيرجر (٢٠١٠، ص. ١٤) في كتابه أن العلامة هي عبارة التي تجمع من علامة واحدة وعلامة آخر. تعمل هذه العلامات على أساس نوعين من النهج. أولاً، تعتمد الطريقة على وجهة نظر سوسير التي تقول إن الإشارة مؤلفة من عنصرين، هما جوانب الصورة الصوتية (نوع من الكلمة أو التصوير البصري) ومفهوم تستند إليه الصورة الصوتية. وبالنسبة إلى سوسور، تكون العلاقة بين الدال والمدلول مطلق (حكم)، من حيث بالصدفة أو ثبته. إضافة لسوسور، فإن هذا لا يعني أن اختيار العلامات يترك المتكلم تماماً، ولكن أكثر من ذلك، وليس منقوشاً، أي الحكم. يعني ما، ليس لمعنى العلامة علاقة طبيعية مع المعنى (بيرجر، ٢٠١٠، ص.

١٤).

العلامة	
المشير (signified)	الإشارة (signifier)
المفهوم	صور - الصوت

جدول ٢.١

## ٢. علم الرمزي لرولاند بارتيش

يعتبر رولاند بارثيس أحد مفكري ومنتقدي الأدب الفرنسي بعد حرب العالمية الثانية ، والتي تواصل مؤلفاتها المختلفة التأثير على النقاش النقدي الحالي. ولد بارث في ١٢ نوفمبر ١٩١٥ في تشيربورغ (Cherbourg)، نورماندي. وكان بحل ضابط البحري، لويس بارثيس (Louis Barthes)، الذي قتل قبل عمره سنة واحدة في

معركة في بحر الشمال. قامت والدته هنرييت بارثيس (*Henriette Barthes*)، مع عمتها وجدتها، ب التربية بارثيس في إحدى المدن الفرنسية تسمى بايون (*Bayyone*)، وهي بلدة صغيرة قرب من ساحل المحيط الأطلسي في جنوب غرب فرنسا. كان في هذه المدينة هو أول ما جذب للثقافة من خلال تعليم البيانو من عمتها الموسيقية. عندما كان بارتس في التاسعة من عمره، انتقلت والدته إلى باريس، وكان هناك نشأ (سوباندي إبراهيم في مقدمة لرولاند بارتس: *تشريح أسطoir الثقافة الجماهيرية* ، ٢٠٠٧، ص. ٢٣).

بسط رولاند بارتيش السيميائية إلى درجتي السمة، وهما درجة المعنى الوصفي ودرجة المعنى الإضافي. مراجع السمة المختارة معروف بأهمية المستوى الأولى (*order of signification first*) وهو مراجع المعنى الوصفي. وأما مراجع المعنى الإضافي معروف بأهمية المستوى الثانية (*secondor signification der of*) (سلامان، ٢٠٠٥، ص. ٣٥).

رأى رولاند بارتيش، بأن السيميائية تدرس كيفية المروءة تعانى الأمور. لا يساوى التعانى بالاتصالية. التعانى هو لا يخبر الموضوعات خبرا فحسب، في سير إخبار الموضوعات الإتصال، بل بتراكيب المنهج المهيأة من السمة . يهم بارتيش بعد ذلك الإجراءات الكافية بالمناهج المرتبة. لا يحد الأهمية باللغة، بل بغير ذلك. اعتقد بارتيش بأن الحياة الاجتماعية هي أهمية. أو أية أشكال من الحياة الاجتماعية فهو لمنهج السمة. (كورنيياون، ٢٠٠١، ص. ٥٣).

مفهوم رولاند بارتيش عن السيمائية مشهور بمفهوم الميتوولوجية أو خرافة. فكرة بارتيش مشهور بترتيب السمة (*Order Of Signification*)، ومن السهلة، انقسم مفهوم بارتيش عن السيمائية إلى قسمين وهما درجة المعنى الوصفي ودرجة المعنى الإضافي.

يدل معنى المعنى الوصفي إلى ما اعتقد العاقلون (*common-sense*)، المعنى المهتم من السمة (جونك فيسكي، ٢٠١٢، ص. ١٤١). يعرف بالمعنى الحرفي أو الواقعية الظاهرة بالحس، أو المسمى بالوصف. اعتاب المعنى الوصفي بأن المعنى هو ظاهر وباد، المثال شكل البالون بيضوي، يتضمن القطب بالملوء وغير ذلك. وأما المعنى الإضافي هو المعنى الوصفي الذي زاد فيه التصورات، والتذكريات، والذوقات، والعواطفات، والنتائج من ثقافة مفتتش السمة. جهر المعنى الإضافي المعنى السر وراء الأسماء والرموز الضمني في الأمر. فصار لضمنيا، لاحسيا فب الوجود. كلّوح اليد، تعبير الوجه، اطلاء اللون للصبغة وغير ذلك.

كاد رأي السيمائية لبارتيش نازل من مفهوم اللغة عند دي سوسيري. كشف رولاند بارتيش بأن اللغة هي منهج السمة الذي يرى منه أراء المجتمع المؤقت (صابور، ٢٠٠٣، ص. ٦٣). ومع ذلك، يستخدم رولاند بارتيش (١٩١٥ - ١٩٨٠) منهج الأهمية التافهية وظهر بمنهج الإضافي. الفرق التام هو تأكيد منهجه إلى الخراف والمجتمع (لا الفردية). طرق بارتيش الأمور المتفق في المجتمع هو الحصول

من اجراءات منهج الإضافي. سبب وجود الخرافة و نشأته في ذهن المجتمع هو تأويلهم بوجوده بطريقة الاهتمام والتعني العلاقة بين الظاهر و ضده.

الفرق الآخر هو تأكيد السياق في النص. استخدم بارتييس لفظ *expression* (وجه الاعتبار منهج الأهمية) و لفظ *contenu* (وجه التافهية). ومن النظرية أن اللغة هي المنهج التامة، المثال إذا يقال المكتب أخضر فمن الحقيقة المكتب لونه أخضر. وهذا مسمى ب *first order*. لكن تسمح اللغة صارت *second order* الذي يعبر لفظ المكتب الأخضر بالمعنى "التقييم"، فهذه الدرجة الثانية تسمى بالمنهج الإضافي.

اعتقد رولاند بارتييش بأن العلاقة بين السمة والتافه لا يتكون علميا، بل ضده. إذا تأكد سيسورو بالسمة في النص الوصفي، فتتم رولاند بارتييش علم الرمزي لسيسورو بنهاية منهج السمة إلى درجة الإضافية. ففي هذا البحث استخدم الباحث الإعلانات الموجودة في إنترنيت، وكان يتووب موضوعا له. ولبحث تلك الإعلانات استخدم الباحث مفهوم بارتييس في تحليله المناسب بالموضوع المعين. وحقائق بارتييس مما يلي:

الإشارة (Signifier)	المشير (Signified)	خريطة رولن بارت على الإشارة
------------------------	-----------------------	-----------------------------

	<p>المعنى الأصلي <i>(Denotative Sign)</i></p>	
	<p>الإشارة على المعنى الإضافي <i>(Connotative Signifier)</i></p>	<p>المشير على المعنى الإضافي <i>(Connotative Signified)</i></p>
	<p>علامة المعنى الإضافي <i>(Connotative Sign)</i></p>	

المصدر : (Alex Jansz & Cobley, 1999, *Introducing Semiotics* (NY: Totem Books) p. 51)

. (p. 79, *Communication Semiotics* Sobur)

من تلك الخريطة الذهنية السالفة، يُعرف بأن علامة الوصفية تتكون من التفة والتافه. ولكن في آن سواء أن السمة الوصفية هي السمة الإضافية. ففي مفهوم بارتيس لاتساوي علامة إضافية بزيادة المعنى بل لها المعنى من سماتي الوصفية أساساً لوجودهما.

ورأى رولاند بارتيش رأيا آخر في السمة وهو الخرافة في المجتمع. يخالف رأي بارتيش عن الخرافة برأي العام. بسط بارتيش بأن الخرافة هي اللغة، فإن الخرافة هي منهج الحوارية والوصية. في تخصيره، بين بارتيش بأن الخرافة في الشخص هي نشأة الإضافية. وتلك الإضافية القديمة في المجتمع هي الخرافة.

### الباب الثالث

#### عرض البيانات وتحليلها

##### ج- وصف موضوع البحث

###### ١. شركة Nike

تستخدم الباحثة في هذه الدراسة على وهو الموضوع إعلان Nike ايش حيقولوا عنك؟ و - Nike + Training Club آمنة الحداد الذي تم تحميله في التاريخ ٧ مارس ٢٠١٧ و ٧ يناير ٢٠١٦ على قناة Youtube بواسطة Women Nike يوضح موضوع البحث هو الصورة المختارة (visual) في إعلان Nike ايش حيقولوا عنك؟ و - Nike + Training Club آمنة الحداد مما يعني الأصلي والإضافي والأسطورة في إعلانين Nike. إن موضوع البحث هو الصورة المختارة (visual) في إعلان Nike ايش حيقولوا عنك؟ و - Nike + Training Club آمنة الحداد مما يعني الأصلي والإضافي وكذلك الأسطورة. سيتم رفع كل شيء لتحليل النقدي الذي قدمته الباحثة في هذه الدراسة.

Nike هو أحد أكبر شركات الأحذية والملابس والمعدات الرياضية في العالم. في أساطير اليونانية، تعني Nike "بالنصر"، وهو اسم إلهة النصر والنجاح. كانت بداية إسم Nike عندما كان بيل نايت (Pill Knight) قد أصبح طالباً في جامعة أوريغون عام ١٩٦٤. في جامعة أوريغون انضم إلى فريق الركض، الذي جمعه بعد مدربهم بيل باورمان (Bill Bowerman). عمل باورمان كمدرب إلى الابتكار لتصميم حذاء مخصص للعدائين. بعد تعلم من إسكتافي محلي، أبدى اهتماماً وبدأ في صنع حذاء الجري الخاص به واستمر في التلاعيب بنماذج مختلفة.

تقريرا على Nike، كان Knight أول طالب أتيحت له الفرصة لتجربة أحذية كاختبار جدوى. ومن المشجع أيضاً أن نرى أن نايت عداء تم تدريسه قبل بويرمان. ثم عرض عليه أن يأخذ حذاء Knight ويصلحه ويدأ في تصميم الأحذية المصممة خصيصاً لـ Knight. قبل نايت العرض وأعرب عن أمله في أن الأحذية مناسبة ويعمل جيدا. وبذلك، قبل أن يحظى نايت بفرصة ارتدائها، انتهى الأمر بزميله أوتيس ديفيس (Otis Davis)، وهو يرتديها للفوز بسباق ٤٠٠ متر في Olimpic . ١٩٦٠

بعد إنتهاء دراسته في جامعة أوريغون (Oregon)، التحق نايت ك ببرنامجه كلية إدارة الأعمال في ستانفورد (Stanford)، وفي ذلك الوقت كتب الصفحة تنظر أن إنتاج أحذية الجري يجب أن يتقلل من مقره الرئيسي في ألمانيا إلى اليابان، حيث العمالة أرخص. في عام ١٩٦٢ بعد التخرج، أتيحت له الفرصة لاختبار حذاء نظريته بالذهاب إلى اليابان. وحصلت على صفقة مجموعة أعمال يابانية لتصدير حذاء تايجر الشهير إلى الولايات المتحدة. دعم باورمان جهود نايت، ثم وافق على الدخول في أعمال تجارية بملكية ٥٠-٥٠ في شركته الجديدة Blue Ribbon Sports، التي تأسست في Eugene، أوريغون، في التاريخ ٢٥ يناير ١٩٦٤.

ثم يتعاون Blue Ribbon Sport في عام ١٩٦٥ مع شركة الأحذية اليابانية Tiger. بدأ الأمر مع Bowerman الذي اقترح تصميماً جديداً للأحذية لهم. يتميز التصميم بنعل داخلي مبطن، وإسفنجية مطاطية ناعمة في مقدمة القدم والكعب العلوي، وإسفنجية مطاطية صلبة في منتصف الكعب، ونعل خارجي ضيق مناسب تماماً للعدائين. كان التصميم، الذي أطلق عليه Tiger Cortez، ناجحاً في السوق.

أوجها، شهدت العلاقة بين الشركاتتين وهما Blue Ribbon Sports و Tiger نزاعاً أدى إلى رفع دعوى قضائية عند Tiger ثم قرروا في النهاية فصل وإناء التعاون. لكن حكم القاضي ينص على أنه يمكن لكتلتهما بيع نسخ جديد منهما. بعد إنفصال

قام *Tiger Blue Ribbon Sports* بتحديث وتغيير اسم الشركة إلى *Nike* لاحقاً. جاءت فكرة إسم جيف جونسون (*Jeff Johnson*)، التي أخذها من اسم إلهية حظ اليونان. في ٣٠ مايو ١٩٧١، أصبحت شركة *Blue Ribbon Sports* شركة *Nike* رسمياً.

## ٢. جدول زمن النايكى (*Nike*)

فيما يلي ملخص موجز لرحلة *Nike* منذ بدايته حتى وقت الحاضر، وفقاً لـ *The Street* (٢٠١٩) :

- ١٩٦٤ - اخترع *Bill Bowerman Blue Ribbon Sports* و *Phil Knight*
- ١٩٧١ - قطع علاقة مع *Blue Asics* (الآن *Onitsuka Tiger* )، أصبحت شركة *Nike Inc* باستخدام شعار علامة قيمة ٣٥ دولار أنشأته *Portland State University Carolyn Davis*
- ١٩٧١ - ابتكر *Bowerman Waffle Trainers* الفكرة الوحيدة الأيقونية لمدربى بعد إدخال المطاط على شواية الوافل.
- ١٩٧٢ - أصبح لاعب التنس في روما إيلي ناستاس (*Roma Ilie Nastase*) أول رياضة يوقع صفقة تأييد مع شركة نايكى.
- ١٩٧٩ - نايك تقدم تقنية "Air" الحاصلة على براءة اختراع حذاء جديد مع ريح أمامية.
- ١٩٨٠ - أكملت شركة *Nike* إكتتاب العام الأول بسعر ١٨ سنتاً سهماً.
- ١٩٨٤ - وقعت شركة *Nike* صفقة مع مايكل جورдан، لإطلاق سلسلة *Air Jordan*
- ١٩٨٧ - أطلقت شركة *Nike* عن حذاء جديد *Air Max* مع مجموعة إعلاناً، مما يجعلها أول إعلان لعرض فرقة موسيقية *Revolution The Battles*

- ١٩٨٨ - تم إطلاق حملة "Just Do It" لأول مرة مع العداء الشهير *Walter Stack* البالغ العُمر ٨٠ عاماً والذي كان يعمل على طول جسر *Golden Gate Bridge*.
- ١٩٨٩ - أطلقت حملة *Bo Knows Bo Jackson* إعلان، بضم البيسبول (baseball) ولاعب كرة القدم.
- ١٩٩٠ - تم إفتتاح أول متجر *Niketown* في *Portland, Oregon*.
- ١٩٩١ - نشر الناشط جيف الينجر يفضح تدني الأجور وظروف العمل السيئة في شركة نايكي الإندونيسية تقريراً. ردت شركة نايكي بوضع أول مدونة لقواعد السلوك للشركة.
- ١٩٩٦ - توصل *Nike* إلى اتفاقية مع *Tiger Woods*.
- ١٩٩٨ - مع إحتجاج واسع النطاق، قام *Nike* بزيادة حد الأدنى للأجور لعمالها، وتحسين الإشراف، وتبني معايير الهواء النظيف *OSHA* الأمريكية في مصانع الخارج.
- ١٩٩٩ - وفاة المؤسس المشارك لشركة *Nike* بيل باورمان (*Bill Bowerman*) في عمر يناهز ٨٨ عاماً.
- ٢٠٠٢ - استحوذت شركة *Nike* على شركة *Hurley* ملابس ركوب الأمواج.
- ٢٠٠٣ - نايكي توقع صفقات مع ليبرون جيمس وكوفي براينت.
- ٢٠٠٤ - إستحوذ *Nike* على شركة *Converse* مقابل ٣٠٩ مليون دولار.

● ٢٠٠٤ - يتتحى فيل نايت عن منصب رئيس التنفيذي ورئيس شركة Nike، لكنه يظل رئيس مجلس الإدارة. أصبح William D. Perez رئيس التنفيذي الجديد للشركة.

- ٢٠٠٨ - توصل نايكى إلى إتفاق مع ديريك جيتر
- ٢٠١٢ - أصبح Nike المورد الرسمي لملابس إتحاد كرة القدم الأميركي
- ٢٠١٥ - أصبح Nike المورد الرسمي لملابس NBA
- ٢٠١٨ - نايكى يكشف عن حملة إعلان مع الرياضة والناشط السياسي كولين كابينيك، وحصل على مزيج من الموافقة العامة والمجموع

#### د- نظرة عامة على إعلاني Nike ايش حيقولوا عنك؟ و Nike + Training Club - آمنة الحداد

عامة النظر على أول إعلان لشركة Nike، ايش لوا تبدأ بامرأة تبدو متربدة في مغادرة المنزل بغطاء أسود فوق رأسها وزي ترين الكامل. تليها نساء تركب ألواح التزلج الشوارع. لوهلة الأولى لا يوجد شيء غريب في نشاط المرأةين في بداية الإعلان. ولكن ما يجعل هذا الإعلان أكثر بروزاً على الرغم من أنه موجود في اللقطات الأولية فقط، أي عندما تمر هاتان المرأةان لممارسة الرياضة، تتبعهما نظرة السكان ذوي الجبين المحددة والمحاجب المحبوكة. كان الأمر كما لو أن السكان الذين مرروا عند المرأةين لم يعجبهم نشاطهم.

في إعلان نايكى الثاني بعنوان نادي التدريب (Training Club)، لعب رافع الأثقال اسم آمنات الحداد. هذا الإعلان، يروي رد فعل الأشخاص المتشوك فيه، لأنه أكبر من مشاركة إحدى الرياضة، وهي رفع الأثقال التي أدت به للفوز بعدة بطولة.

يظهر أوجه التشابه الموجود في هذين الإعلانين من عدد النساء اللائي تقم بأنشطة رياضة بما في ذلك الجري والتزلج وكرة القدم والملاكمة. إضافة، فإن الأنشطة الرياضية عندما تمارسها النساء، لا تزال تعتبر غير عادية، خاصة بين دول الشرق الأوسط أو المملكة العربية السعودية وللأشخاص المنحدرين من أصل عربي الذين عاشوا لفترة طويلة في بلدان أخرى غير العربية. يتضح من الطريقة التي ينظر بها الأشخاص من حوضهم إلى هؤلاء النساء اللائي تمارسن أنشطة الرياضة، لا يبدو أنه تعجب كثيراً.

#### هـ - المعنى الأصلي والمعنى الإضافي في إعلاني Nike ايش حيقولوا عنك؟ و Nike + Training Club – آمنة الحداد على نظرة رولاند بارتيش

هناك بعض المشاهد التي سيتم تحليلها من Nike Ads ايش حيقولوا عنك؟ و Nike + Training Club – آمنة الحداد بمفهوم نظرة رولاند بارتيش (Roland Barthes). دراسة بارت حول المعنى الأصلي والمعنى الإضافي. المعنى الأصلي هو مستوى المشير التي تشرح العلاقة بين الإشارة والمشير، أو علامة بالإشارة إلى الواقع تنتج معنى الواضح والمبادر والمحدد. المعنى الأصلي هو علامة لها علامة ذات مستوى عالٍ من الإصطلاح أو الإتفاق. لذا فإن المستوى الأول للمناقشة في هذه الدراسة هو تحليل الصور والأصوات الواردة في إعلان Nike ايش حيقولوا عنك؟ و Nike + Training Club – آمنة الحداد.

نفس الوقت حول مستوى الثاني من تصحيح تحليل علم الرمزي رولاند بارتيش ، قام بفحص المعنى الإضافي. المعنى الإضافي هو مستوى الدلالة الذي يفسر بين الدال والمدلل حيث يوجد معنى غير صحيح. يمكن أن ينتج عن الدلالة معنى ثانٍ خفي أو ما يسميه أسطورة.

يستخدم رولاند بارتيش المعنى الإضافي لشرح إحدى الطرق الثلاثة التي تعمل بها المثير في المستوى الـ *ثاني من الإشارة*. يقدم المعنى الإضافي نظرة عامة على التفاعل الذي يحدث عندما تلتقي العالمة مع مشاعر المستخدم والقيم الثقافية لبارت، ومن العوامل المهمة في دلالة العالمة في المستوى الأول (مبارك، ٢٠١٨، ص. ٦٣).

### ١. المعنى الأصلي والإضافي في مشهد الإعلان Nike ايش حيقولوا عنك؟

١. البيان ١: المشهد (٠٠:٠٢ - ٠٠:٠٠)

المشير (signified)	الإشارة (signifier)
بادرة امرأة ترتدي حجابها تنظر إلى اليسار واليمين	 Nike: What will they say about you?
<b>الإشارة الأصلية</b> <i>(Denotative Signs)</i>	
إمرأة تُرى تخرج من المنزل وترتب حجابها وهي تنظر إلى اليسار واليمين.	
المشير الإضافي (Connotative Signified)	الإشارة الإضافية (Connotative signifier)
ثم يتطور المعنى الإضافي إلى افتراض أنك ستفعل شيئاً باستعداد حتى يجلب لك	من الصورة المذكورة تظهر امرأة تستعد لمغادرة المنزل

الشجاعة
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signs)</i>
<b>تستعد المرأة للقيام بأنشطة خارج المنزل</b>

في هذا المشهد، يمكن رؤية امرأة تستعمل الحجاب السوداء وقميص ذو أكمام طويلة بلون الفيروزي وهي تخرج رأسها من الباب. ثم قامت بتلطيف حجابها قليلاً، من خلال ثنيها باتجاه ذقنها والنظر إلى اليسار واليمين أمام منزلها. المعنى الأصلي في هذا المشهد هو المرأة التي تنظر خارج المنزل وتقوى حجابها وهي تنظر إلى اليسار واليمين. في حين أن المعنى الإضافي المنتجة هو المرأة تستعد للقيام بأنشطة خارج المنزل.

٢. البيان ٢: المشهد (٤:٠٠ - ٧:٠٠)

البيان ٢ كما في الجدول الآتي:

المشیر <i>(Signified)</i>	الإشارة <i>(signifier)</i>
تعبر امرأة كانت تجري وتنظر إلى الجانب الآخر.	 الصورة 3.3
<b>الإشارة الأصلية</b> <i>(Denotative Signs)</i>	

<b>فتاة تنظر عبرها أنثاء الجري</b> <b>في</b>	
<b>الإشارة الإضافية</b> <b>(connotative Signifier)</b>	<b>المشير الإضافي</b> <b>(Connotative Signified)</b>
من الصورة المذكورة تظهر امرأة تشتت عينها	المعنى الإضافي الذي يدل على أن المرأة تنظر عبر الإفتراض أن شيئاً ما يلفت انتباها عند الجري
<b>الإشارة الإضافية</b> <b>(Connotative Signs)</b>	<b>أظهر المظاهر في عيني المرأة فضولاً وانزعاجاً</b>

المشاهد، تبين أن امرأة تغادر المنزل تقوم بأنشطة في الهواء الطلق. يستخدم ملابس خاصة لممارسة الرياضة مع الأحذية. في هذه الحالة يستخدم الأحذية المصنعة من Nike. ثم ركضت حتى نظرت إلى الجانب الآخر، بنظرة متساوية ولكنها حادة إلى حد ما على وجهه، وكأنها تؤكد شيئاً. المعنى الأصلي الناتج هو امرأة تنظر عبرها أثناء الجري. المعنى المقصود هو أن عيون المرأة تظهر الفضول وعدم الراحة.

٣. البيان ٣: المشهد (٠٠٠٠٧-٠٠٠٠٨) (٠٠:٠٨-٠٠:٠٧)

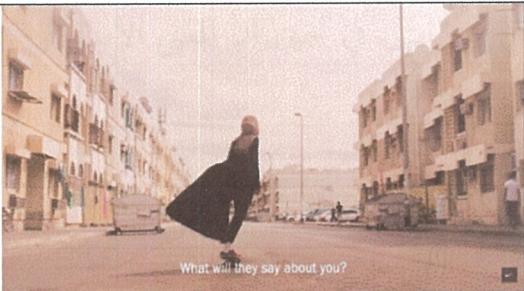
البيان ٣ كما في الجدول الآتي:

الإشارة (signifier)	المشير (Signified)
 <p>الصورة ٣.٤</p>	تعبير لامرأة في منتصف العمر تمشي
<b>الإشارة الأصلية</b> <i>(Denotative Signs)</i>	
امرأة في منتصف العمر تمشي وتبحث بدهول أمامها	
الإشارة الإضافية (connotative Signifier)	المشير الإضافي (Connotative Signified)
من الصورة المذكورة تظهر امرأة في منتصف العمر كانت متفاجئة عندما كانت امرأة تركض وتارة.	ثم يتطور هذا المعنى إلى إفتراض أن الآخرين سيشعرون بشيء غريب إذا كان لا يتوافق مع ما يراه عادة.
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signs)</i>	
سيظهر الأشخاص الآخرون مشاعر الكراهة عندما يكون هناك شيء لا يروه عادة.	

يظهر هذا المشهد مشي امرأة ترتدي حجاباً أبيض وثوبًا أحمر طويلاً. لكن عينيها كانت تحدق في دهشة الأمام، تماماً كما جاءت فتاة تركض من الاتجاه المعاكس. المعنى الأصلي لهذا المشهد هو سيدة في منتصف العمر تمشي وتنظر بذهول للأمام. المعنى الإضافي الوارد في هذا المشهد هو أن الآخرين سيُظهرون مشاعر الكراهةية عندما يكون هناك شيء لا يروه عادة.

#### ٤. البيان ٤: المشهد (٩:٠١١-٠٠٠)

البيان ٤ كما في الجدول الآتي:

الإشارة (Signifier)	المشير (Signified)
 الصورة ٣.٥	تعبير عن فتاة مراهقة ترتلدي ثوبًا أسود طويلاً تركب لوح تزلج
<b>الإشارة الأصلية</b> <i>(Denotative Signs)</i>	
	فتاة مراهقة تتزلج جليد طول الشارع على لوح دون مرور أي سيارة.
الإشارة الإضافية (Connotative Signifier)	المشير الإضافي (Connotative Signified)
من الصورة المذكورة تظهر فتاة مراهقة تستمتع بركوب لوح التزلج بمفردها على طول الطريق	ثم يتتطور المعنى الإضافي إلى إفتراض أن القيام بالأنشطة التي نحبها تستغرق وقتاً في الحياة

### الإشارة الإضافية

(Connotative Signs)

الفتاة الصغيرة تمارس نشاطاً تحبه و تستمتع به.

في هذا المشهد، تظهر فتاة مراهقة تمشي في شوارع المدينة على لوح تزلج و تنظر بمنظرها من خلال المباني الشاهقة. من المنظر الخلفي، الملابس التي يرتديها هي أردية مزروعة فقط في الجزء العلوي من جسده و يتراك باقي الرداء مفككاً بحيث يبدو مرتعشاً عندما يركب لوح التزلج، كما يرتدي طماق من نفس اللون مثل رداءه. بارتداء الحجاب البني على رأسها، لا تنسى ارتداء أحذية مريحة على قدميها.

المعنى الأصلي في هذا المشهد هو فتاة مراهقة تتزلج على طول الشارع مع لوح تزلج على طول الطريق دون مرور أي سيارات. في حين أن المعنى الأصلي وهو أن الفتاة المراهقة تقوم بنشاط تحبه و تستمتع به.

٥. البيان ٥: المشهد (١١-٠٠٠١٢-٠٠٠)

بيان ٥ كما في الجدول الآتي:

المشارة (signifier)	المشير (Signified)
 الصورة 3.6	تعبير فتاة مراهقة تنظر إلى الجانب
<b>الإشارة الأصلية</b>	

## (Denotative Signs)

يبدو أن فتاة مراهقة تمارس رياضة التزلج على الألواح تنظر إلى شيء ما من الجانب

بتعبير مفاجئ

المشير الإضافي (Connotative Signified)	الإشارة الإضافية (connotative Signifier)
ثم يتطور المعنى الإضافي إلى افتراض أن هذا الطفل يشعر بالفضول تجاه شخص يمر به .	من الصورة المذكورة يظهر المتزلج وهو يحدق في شيء يجعله يتساءل

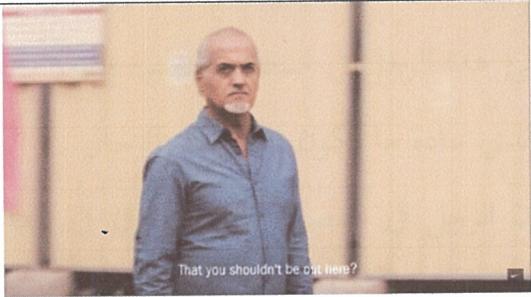
## (Connotative Signs)

أظهرت الفتاة المراهقة مشاعر الاستياء عندما نظر إليها أحد هم بنظرة مختلفة بينما كانت تركب لوح تزلج.

في هذا المشهد، فتاة تركب لوح تزلج تنزلج في الشارع حتى تجد نفسها تمر بشخص يحدق بها. المعنى الأصلي في هذا المشهد هو أن فتاة مراهقة تلعب على لوح تزلج يبدو أنها تنظر إلى شيء ما من الجانب بتعبير مذهول. في حين أن المعنى الأصليهو أن الفتاة المراهقة تظهر مشاعر الاستياء عندما ينظر إليها شخص ما بنظرة مختلفة طالما أنها تركب لوح التزلج.

٦. البيان ٦: المشهد (١٢:٠٠٠٠١٣-٠٠٠٠)

البيان ٦ كما في الجدول الآتي:

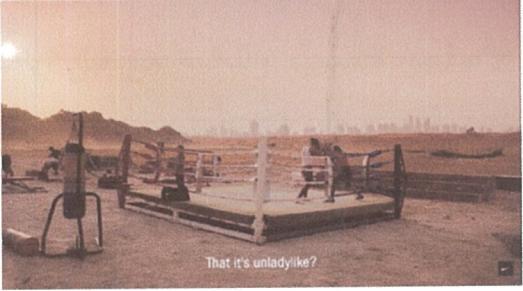
المشير (Signified)	الإشارة (signifier)
تعبير عن رجل في متوسط العمر يقف عند مرور فتاة صغيرة	 الصورة 3.7
الإشارة الأصلية (Denotative Signs)	
رجل في متوسط العمر يحدق بدهشة بينما تمر المتنبلة من أمامه	
المشير الإضافي (Connotative Signified)	الإشارة الإضافية (connotative Signifier)
شم يتطور المعنى الإضافي إلى إفتراض أن الآخرين سوف يصنعون تصوّراً عندما يرون النساء تقام بأنشطة عادة ما يقوم بها الرجال	من الصورة المذكورة، يظهر رجل في متوسط العمر يفاجأ بفتاة مراهقة تتنبل على الألواح
الإشارة الإضافية (Connotative Signs)	

### رجل في منتصف العمر يعرب عن رفضه عندما تركب الفتاة المراهقة لوح تزلج

في هذا المشهد، يصور أن الفتاة المراهقة التي كانت تركب لوح تزلج قد مرت بالفعل برجل في منتصف العمر. أظهر المشهد السابق أن الفتاة الصغيرة كانت تصدق في شيء يوضح في هذا المشهد أن ما كانت تنظر إليه هو هذا الرجل في منتصف العمر. وقد فوجئ هذا الرجل في منتصف العمر عندما مرت عليه فتاة مراهقة بركوب لوح تزلج والذي عادة ما يكون أداة لعب للرجال. المعنى الأصلي الناتج هو أن الرجل في منتصف العمر يصدق في ذهول عندما تمر عليه أنشى المتزلج. المعنى الإضافي في هذا المشهد هي رجل في منتصف العمر يظهر عدم موافقته عندما تركب الفتاة لوح تزلج.

### ٧. البيان ٧: المشهد (١٧:٠٠)

البيان ٧ كما في الجدول الآتي:

المشير (Signified)	الإشارة (signifier)
تعبير امرأتين تمارسان تدريب الملاكمه في حلبة ملاكمه حول الصحراء	 الصورة 3.8
الإشارة الأصلية (Denotative Signs)	لاعتنان تمارسان الملاكمه بقوه في حلبة الملاكمه
المشير الإضافي	الإشارة الإضافية

<i>(connotative Signifier)</i>	<i>(Connotative Signified)</i>
من الصورة المذكورة تظهر رياضيتان لا تتدريان فقط، ولكن لديهما التصميم على الفوز	ثم يتطور المعنى الإضافي إلى إفتراض أن المرأة يمكن أن تظهر جانباً قوياً لا يظهر
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signs)</i>	
تؤكد من رياضية أن المرأة لديها جانب ذكوري وقوى فيها.	

في هذا المشهد، يُصوّر أن هناك ملاكمتان تخلسان في حلبة ملاكمة حول الصحراء. وألقت إحدى الملاكمتين، التي كانت ترتدي قميصاً برقاياً قصير الأكمام، لكتمة، بينما قامت الأخرى التي كانت ترتدي الأبيض بحركة دفاعية.

المعنى الأصلي في هذا المشهد هو رياضيتان تمارسان الملاكمة بحماس في حلبة الملاكمة. في حين أن المعنى الأصليهو التصميم واللكتمة من قبل رياضية تظهر أن المرأة لها جانب ذكوري وقوى، وليس جانب أنثوي فقط.

المعنى الأسطور الوارد في هذا المشهد هي أن النساء المشهورات بجانبهن الأنثوي في المجتمع قادرة على اختيار الأنشطة التي يعجبهن، خاصة عندما يختارن الأنشطة التي غالباً ما تكون مرتبطة بالقوة. لأن الجانب الذكوري لا يقتصر على الرجال فقط بل للنساء أيضاً.

٨. البيان ٨: المشهد (٢٥:٢٦-٠٠:٠٠)

البيان ٨ كما في الجدول الآتي:

الإشارة (signifier)	المشير (signified)
 <p>الصورة ٣.٩</p>	عمل امرأة على حصان ترتدي ثوبًا طويلاً، وترتدي الحجاب على رأسها.
<b>الإشارة الأصلية</b> (Denotative Signs)	
المرأة المحجبة واللباس الطويل تستعد لركوب الخيل	
الإشارة الإضافية (Connotative Signifier)	المشير الإضافي (Connotative Signified)
من الصورة المذكورة تظهر امرأة ستركب بمفردها	ثم يتطور المعنى الإضافي إلى إفتراض أنك إذا كنت ستفعل شيئاً ما باستعداد، فسوف يجلب لك الشجاعة
<b>الإشارة الإضافية</b> (Connotative Signs)	

المرأة تستعد لمواجهة التحديات المقبلة

يظهر في هذا المشهد أن امرأة ترتدي ثياباً طويلة ويعطي رأسها حجاباً هي على الحصان الذي تركه. مع وضع الأرجل الأمامية للحصان مرفوعة، مما يشير إلى أنه سيكون جاهزاً للجري.

المعنى الأصلي في هذا المشهد هو عمل امرأة تركب حصاناً في الصحراء بفستان طويل وحجاب على رأسها. بينما المعنى المقصود هو أن المرأة تستعد لمواجهة التحديات المقبلة. الأسطورة في هذا المشهد هي أن المرأة قوية وواقفة وكأنها تواجه شيئاً صعباً. وهذا في تناقض صارخ مع التصور المتنامي في المجتمع بأن المرأة أضعف من الرجل.

#### ٩. البيان ٩ : المشهد (٣٠:٠٠)

البيان ٩ كما في الجدول الآتي:

المشير (signified)	الإشارة (signifier)
عمل لأمرأة باللون الأبيض والبرتقالي تلعب كرة القدم	 الصورة ٣.١٠
الإشارة الأصلية (Denotative Signs)	
إمرأة برترالية تقطر كرة القدم من خضمها	

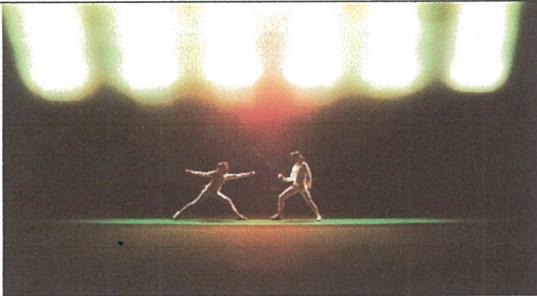
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signifier)</i>	<b>المشير الإضافي</b> <i>(Connotative Signified)</i>
من الصورة المذكورة، تبدو وكأنها امرأة مليئة بالإصرار على تحقيق شيء ما	في هذه الصورة تصبح المعنى الإضافي تفترض مسبقاً أننا إذا كنا جادين، فإننا سنتحقق الهدف
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signs)</i>	أظهرت الفتاة ذات اللون البرتقالي بحماس عزّمها على الفوز.

في هذا المشهد، تظهر ثلث نساء تركض العشب الأخضر. من حجم الملعب والملابس التي كانت ترتديها، يمكن القول إنها لاعبات كرة القدم، وكانت في مباراة. ركضت المرأة التي كانت ترتدي الفستان البرتقالي مبللة باتجاه مرمى الخصم وكانت أمام خصميها ذوي القميص الأبيض مباشرة.

المعنى الأصلي في هذا المشهد هو إمرأة ترتدي ثوبًا برتقاليًا تقطّر كرة القدم متتجاوزة خصميها. المعنى الأصلي للصورة هو أن المرأة التي ترتدي الفستان البرتقالي تظهر بحماس وشغف عزّمها على تحقيق شيء، في هذه الحالة. المعنى الأسطور الذي يظهر في هذه الصورة هي امرأة لديها العزم على فوز كرة القدم. رغم أننا نعلم أن كرة القدم مطابقة للعبة الرجل. بذلك، أظهرت هذه المرأة أن الفتيات يمكن أن تلعب بشكل جيد.

١٠. البيان ١٠: المشهد (٥٥:٥٦-٠٠:٥٥)

البيان ١٠ كما في الجدول الآتي:

الإشارة (signifier)	المشير (signified)
 <p>الصورة ٣.١١</p>	<p>عمل امرأة تصوب سيفاً إلى خصم.</p>
<b>الإشارة الأصلية</b> <i>(Denotative Signs)</i>	
<p>مبارز يصوب بالسيف على خصمه في المبارزة.</p>	
الإشارة الإضافية (Connotative Signifier)	المشير الإضافي (Connotative Signified)
<p>من الصورة المذكورة ، يمكن ملاحظة أن المبارز ينفذ إستراتيجية</p>	<p>تطور هذا المعنى فيما بعد إلى فكرة أن مهاجمة الخصم بالسيف هو شكل من أشكال المقاومة</p>
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signs)</i>	
<p>إن تأرجح الخصم بالسيف هو شكل من أشكال المقاومة وكذلك علامة على القوة لدى الرياضيين.</p>	

يصور هذا المشهد اثنين من المبارزين يتنافسان في الحلبة. يرتدي كلا الرياضيين سمات كاملة خصيصاً للرياضيين المبارزة وأغطية الرأس لحماية الرأس والوجه. يوجه أحد الرياضيين سيفه إلى خصميه، بينما يقوم خصميه بحركة دفاعية. المعنى الأصلي لهذا المشهد هو أن أحد الرياضيين يشير بسيف على خصميه في إحدى المبارزات. دلالة المعنى هو أن أرجوحة سيف الخصم هي شكل من أشكال المقاومة وكذلك علامة على القوة في الرياضي. المعنى الأسطور الوارد في هذه الصورة هي أن النساء دائمًا ما يتم التعرف عليهن بأدوات المطبخ وأدوات التجميل. بين السيف مرادف للقوة المتمركزة حول الذكور.

البيان ١١: المشهد (٥٩:٠٠٠-٠٠٠) .١١

البيان ١١ كما في الجدول الآتي:

المشير (signified)	الإشارة (signifier)
الطفل الذي يرى منطقة التزلج ويستعد لدخولها.	 الصورة ٣.١٢
الإشارة الأصلية (Denotative Signs)	المشير الإضافي (Connotative Signifier)
طفلة ترتدي بدلة تزلج على الجليد، وهي زرقاء. كان تقف عند مدخل منطقة التزلج	الإشارة الإضافية (Connotative Signifier)

Signified)	
من الصورة المذكورة يمكن ملاحظة أن الطفلة تستعد لدخول ساحة مسابقة التزلج بالزي الذي ترتديه.	تطور هذا المعنى الإضافي لا حّقاً إلى فكرة أن الطفلة كانت تستعد لفوز مباراة تزلج.
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signs)</i>	
يثبت التطلع إلى الأمام أن الطفلة تستعد وتستجمع الشجاعة قبل بدء سباق التزلج.	

في هذا المشهد، تظهر الطفلة تبلغ عمر ٨ سنوات تقف على حافة حلبة التزلج على الجليد. تبدو أنها تستعد لدخول حلبة التزلج على الجليد خلال ارتداء الذي تزلج أزرق نموذجي يشير إلى أن الطفلة كانت متزلجة على الجليد مبتدئاً.

المعنى الأصلي لهذا المشهد هو الطفلة ترتدي زياً أزرقاً للتزلج على الجليد.

كانت تقف عند مدخل منطقة التزلج. المعنى الإضافي هو أن الطفلة تعد نفسها بجدية لفوز سباق التزلج. المعنى الأسطورة في هذه الصورة هي أن المثل الأعلى الذي يتم تطبيقه غالباً على الطفلة هو التفوق دائمًا في المدرسة، والذي تتجاهله الطفلة بعد ذلك. ثم إختارت أنشطة خارج المدرسة يمكن أن يجعله تنمو. أثبت أنها قادرة على التفوق خلال المشاركة في بطولة التزلج على الجليد.

## ٢. المعنى الأصلي والإضافي في مشهد الإعلان - Nike + Training Club

آمنة الحداد

١) بيان ١: المشهد (٤٠٠٠٦-٤٠٠٠٠)

بيان ١ كما في الجدول الآتي:

الإشارة (signifier)	المشير (signified)
 <p>الصورة 3.13</p>	<p>إن تعبير المرأة التي ترتدي حجاباً وسترة سوداء وقلنسوة نيونًا وبنطلون ضيق يتنااسب مع لون الجاككت ، وتحمل أيضاً حقيبة، تضيء أضواء الغرفة.</p>
<b>الإشارة الأصلية</b> <i>(Denotative Signs)</i>	
	<p>دخلت امرأة الغرفة في زي تدريب وأضاءات الضوء.</p>
الإشارة الإضافية (Connotative Signifier)	المشير الإضافي (Connotative Signified)
<p>من الصورة المذكورة تظهر امرأة في ملابس التدريب</p>	<p>ثم يتطور هذا المعنى الإضافي إلى إفتراض أن المرأة التي ترتدي ملابس التدريب ستقوم بالتدريب الرياضي</p>
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signs)</i>	
	<p>تؤكد الصورة أن امرأة تستعد لتدريب نفسها في غرفة التدريب.</p>

في هذا المشهد، يبدو أن امرأة تدخل غرفة مليئة بأجهزة اللياقة البدنية. كانت ترتدي قميصاً بأكمام طويلة وسترة من النيون من الخارج، وكذلك بنطال تدريب، كما كانت ترتدي الحجاب على رأسها، وفي يدها حقيبة كتف يعلقها على ذراعها اليمنى. ثم توجه إلى المفتاح المجاور للمدخل لتشغيل الضوء الذي يضيء الغرفة، وكانت هناك غرفة مليئة بمعدات الصالة الرياضية ليقوم بتدريب نفسه فيها.

المعنى الأصلي الوارد في هذا المشهد هو أن المرأة تدخل الغرفة مرتدية ملابس التدريب وتضيء الضوء. أما المعنى الإضافي، فيتم تشغيل أنوار الغرفة بقصد تستعد المرأة لقيام التمار.

(٢) لبيان ٢: المشهد (١٨:٢١-٠٠:٢١)

البيان ٢ كما في الجدول الآتي:

المشير (signified)	الإشارة (signifier)
حركة امرأة ترتدي قميصاً أخضر نيوناً تقفر باستخدام حبل النط.	 الصورة 3.14
الإشارة الأصلية (Denotative Signs)	الإشارة الأصلية (Denotative Signs)
امرأة تقفر بحبل مرايراً وتكراراً	
المشير الإضافي (Connotative Signified)	الإشارة الإضافية (Connotative Signifier)

<i>Signified)</i>	
من الصورة المذكورة، المرأة في غرفة التدريب وتقوم بتمرين القفز على الحبل.	ثم يطور هذا المعنى الإضافي أنه للقيام بشيء يمكننا أن نمارسه بمفردنا لنكون هادئين ومركيزين.
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signs)</i>	
اختارت المرأة أن تتدرب بمفردها في الداخل لتظل مركزة، و اختارت رياضة القفز بالحبل التي كانت أسهل بالنسبة لها كتمرين أولى.	

في هذا المشهد، تظهر امرأة وهي تدرب نفسها بلعب القفز على حبل القفز. قبل أن تقرر التدرب، إلقطت حبل القفز أولاً. ثم قامت بنشاط قفز الحبل كتمرين أولى.

المعنى الأصلي الموجود في هذا المشهد هو أن المرأة تقفز على الحبل بشكل التكرير. أما نسبة لعلامة الإضافي أن المرأة اختار التدرب بمفردها في الداخل لتظل مركزة، و اختيار رياضة نط الحبل لأسهل نسبة لها كتمرين أولى.

(٣) لبيان ٣: المشهد (٢٨:٢٩-٠٠:٢٩)

البيان ٣ كما في الجدول الآتي:

الإشارة (signifier)	المشير (signified)
 <p>الصورة 3.15</p>	عمل امرأة ترفع اللدمبل
<b>الإشارة الأصلية</b> <i>(Denotative Signs)</i>	
امرأة ترتدي الحجاب وتلبس ملابس التدريب تتدرب بال الحديد.	
الإشارة الإضافية (Connotative Signifier)	المشير الإضافي (Connotative Signified)
تُظهر الصورة المذكورة امرأة قفزت من قبل على الحبل وهي ترفع قضيّاً بكلتا يديها.	ثم يتطور هذا المعنى الإضافي ليكون الأفضل لا تقوم فقط بجلسه تدريب واحدة.
<b>الإشارة الإضافية</b> <i>(Connotative Signs)</i>	
تعطى الفتاة انطباعاً بأنّها تتدرب حقاً	

في هذا المشهد، تظهر امرأة مارست سابقاً إستخدام حبل النط، ثم واصلت تمرينها برفع الدمبر في كلتا يديها. رفع الحديد ويداها مرفوعتان ثم ألسفل. فعل هذه الحركة مراراً وتكراراً.

المعروف أن الدمبر عبارة عن معدات لياقة بدنية تتكون من وزنين متساوين مع قبضة قصيرة. هذه الأداة جيدة لستخدام من قبل المبتدئين وكذلك الخبراء. يظهر في هذا المشهد أن المرأة تستخدم الدمبر للتدريب أو محاولة التغلب على عدم توازن القوة في أطرافها قبل الإنقال إلى أدوات أخرى.

المعنى الأصلي الوارد في المشهد هو أن المرأة الحجابه وليس ملابس التدريب هي ممارسة استخدام الحديد. في حين أن المعنى الأصلي الوارد في هذا المشهد هو أن المرأة تقدم توضيحاً بأنها جادة في الممارسة. ثبت من خلال تمرين الحديد التي ستجعل عضلات يدها أقوى.

٤) لبيان ٣: المشهد (٣٠:٣١-٠٠:٣١)

البيان ٣ كما في الجدول الآتي:

الإشارة (signifier)	المشير (signified)
 الصورة 3.17	اصطاف لقبان للبطولة  البنية
<b>الإشارة الأصلية</b> <i>(Denotative Signs)</i>	

كأسان ذهبيان مصطفان على رف	
الإشارة الإضافية (Connotative Signifier)	المشير الإضافي (Connotative Signified)
من الصورة المذكورة تظهر كأسين على شكل وحوش كينغ كونغ مصطفة على الرف.	يمكن اعتبار شكل حيوان كينغ كونغ الذي يرفع الحمل الموضح من خلال الكأس قوة.
الإشارة الإضافية (Connotative Signs)	
الجوائز هي دليل على أن الشخص قد حصل على ما عمل بجد من أجله.	

في هذا المشهد، يوجد كأسان ذهبيان مصطفان على أحد الرفوف. الكأس الأول، الذي يقع في المقدمة قليلاً، مكتوب في الأسفل بكلمة "power" ويشبه حيوان Kingkong الذي لديه عضلات في ذراعيه ومعدته في وضع يستعد لرفع الأثقال. الكأس الأولى تقول "1<sup>st</sup> Place". الكأس الثاني الذي كان يقع خلفه على بعد بضعة سنتيمترات كان على شكل وحش Kingkong مثل الكأس الأول. ولكن مع وضع المختلف، وهو موضع الحمولة التي تم رفعها إلى الكتفين.

المعنى الأصلي الوارد في هذا المشهد هو كأسان ذهبيان بنيان مصطفان على رف. المعنى الأصلي الذي تم إنتاجه في هذا المشهد هو أن الكأسين هما دليل على أن المرأة هي رياضية وفازت ببطولة رفع الأثقال.

(٥) لبيان ٥: المشهد (٣٢:٣٤-٠٠:٣٤)

البيان ٥ كما في الجدول الآتي:

المشير (signified)	الإشارة (signifier)
حركة امرأة ترکض في الملعب مرتدية قميصاً رمادياً وسروراً أسود وقبعة صغيرة سوداء.	 الصورة 3.16
<b>الإشارة الأصلية</b> (Denotative Signs)	
امرأة تتدرب في الميدان.	
المشير الإضافي (Connotative Signified)	الإشارة الإضافية (Connotative Signifier)
ثم يتطور هذا المعنى الإضافي أن المرأة الجادة في القيام بالتمارين	من الصورة المذكورة تظهر امرأة تجري في الميدان
<b>الإشارة الإضافية</b> (Connotative Signs)	

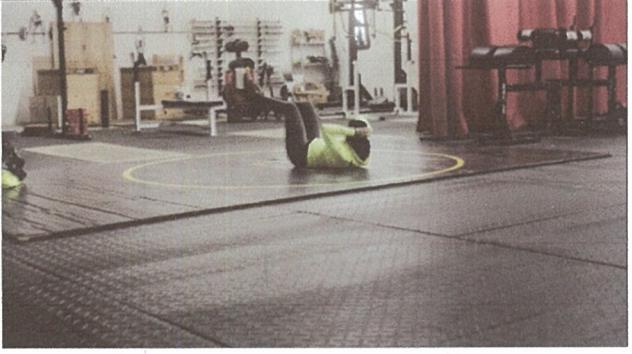
تمارين الجري في الهواء الطلق حتى تتمكن هذه المرأة من تدريب عضلات ساقيها.

في هذا المشهد، تقوم امرأة بالتمارين الرياضية في الشارع ثم تجري حول الحقل كما يظهر في المشهد المذكور. بدت الملابس التي كانت ترتديها مثل الملابس التي كان يرتديها عادةً لممارسة الرياضة. قميص رمادي بأكمام طويلة وبنطلون أسود طويل. لا تنسي ارتداء قبعة صغيرة بدلاً من الحجاب الذي ترتديه عادةً عندما تكون في الداخل.

المعنى الأصلي الذي تم تحديده بناءً على هذا المشهد، امرأة ترقص في جميع أنحاء الميدان. المعنى الأصلي الوارد في هذا المشهد خلال التدرب في الهواء الطلق مثل حول الملعب وكذلك في الشوارع، يمكن ممارسة عضلات الساق بشكل الفعال.

٦) بيان ٦: المشهد (٤٥:٤٦-٠٠:٠٠)

البيان ٦ كما في الجدول الآتي:

الإشارة (signifier)	المشير (Signified)
 <p>الصورة الملقة ١٦ - ٢٠ : ٠٠</p>	<p>المرأة ترقد ساقها مرفوعتان ويداها على رأسها.</p>
الإشارة الأصلية	

(Denotative Signs)	
امرأة تمارس تمارين البطن مع شكراً من الجلوس.	
الإشارة الإضافية (connotative Signifier)	المشير الإضافي (Connotative Signified)
<p>من الصورة المذكورة ، تصور امرأة تمارس تمارين البطن عن طريق القيام بتمارين الجلوس.</p> <p>يستمر إفتراض المعنى الإضافي أن المرأة يمكنها أيضاً ممارسة التمارين البدنية بجدية مثل الرجال.</p>	
الإشارة الإضافية (Connotative Signs)	
<p>سيؤدي التدرب على تمرينات الجلوس مثل المرأة إلى تكوين عضلات البطن وسيكون من الأسهل عليها رفع الأثقال.</p>	

في هذا المشهد يبدو أن نفس المرأة تتدرب في وضع مختلف مقارنة بالمشهد المعروض سابقاً. يظهر في هذا المشهد مستلقياً ويداها على رأسها ورجلها مرفوعتان. يسمى هذا الموقف بوضعية الجلوس. ما يفعله معظم الرجال لبناء عضلات البطن.

المعنى الأصلي الناتج هي أن النساء تمارس تمارين عضلات البطن مع تمرينات الجلوس. المعنى الإضافي المبني على هذا المشهد هو أن التمارين مع تمرينات الجلوس ستؤدي إلى تدريب وتشكيل عضلات البطن وتسهيل رفع الأثقال على المرأة.

٧) بيان ٧: المشهد (٤٥:٤٦-٠٠:٠٠)

البيان ٧ كما في الجدول الآتي:

الإشارة (signifier)	المشير (Signified)
 <p>الصورة المدة ١٦ - ٠٠:٢٠</p>	امرأة تحمل عبئاً
<b>الإشارة الأصلية</b> <i>(Denotative Signs)</i>	
الفتاة التي تبدو وكأنها مستعدة لرفع الحديد	
الإشارة الإضافية (connotative Signifier)	المشير الإضافي (Connotative Signified)
من الصورة المذكورة، تظهر امرأة ترفع الأثقال بجديد	تطور هذا المعنى الإضافي لا حّقاً إلى إفتراض أن المرأة أيضاً، إذا كانت مجتهدة ومصممة، يمكنها أن تفعل ما لا يتم القيام به عادة.
<b>الإشارة الإضافية</b>	

## (Connotative Signs)

المرأة ترفع الأثقال كما يفعل الرجال عادة. ويظهر إصراره في التدريب ليوضح أن هؤلاء النساء كرافعات أثقال يمكنها القيام بأشياء تعتقد أنها لا يمكن القيام بها بمفردها.

يبدو أن نفس المرأة تقوم بحركات تمرين مختلفة من قبلها. كانت ترفع الدمبل في السابق، فهذه المرة كانت تقوم بتمارين برجع الحديد. تمتلك الأثقال عمومًا عصا أطول من الدمبلز. كرافعة أثقال، تقوم اللاعبة بجلسة تدريب برجع الحديد في النهاية كما أنها تساعد على تدريب عضلات ساقها وذراعها في نفس الوقت، وخلقت وضعية متوازنة لكليهما.

المعنى الأصلي الناتج هي امرأة تبدو مستعدة لرفع الحديد. أما فيما يتعلق بالمعنى الإضافي الذي تم إنتاجها، فإن الرياضية تظهر ثباتها كرياضية من خلال التدريب. ويظهر أن المرأة يمكن أن تفعل شيئاً حتى لو لم يكن في عالم الأنوثة.

## ٣. معنى الأسطورة في إعلاني Nike ايش حيقولوا عنك؟ و

— آمنة الحداد على نظرة رولند بارتيس

يشرح بارت بأن كل الأشياء التي تعتبر طبيعية في المجتمع هي نتيجة لعملية المعنى الإضافي. كما يرى جانباً آخر الإشارة، ألا وهو الأسطورة التي تميز المجتمع. تكمن الأسطورة لبارت في المستوى الثاني من الدلالة، لذلك بعد تشكيل نظام الإشارة والمشير، ستتصبح العلامة علامة جديدة يكون لها المثير الثاني وتشكل علامة جديدة. لذلك، عندما تتتطور العلامة التي لها المعنى الأصلي إلى المعنى الإضافي، فإن المعنى الأصلي سيصبح أسطورة. على سبيل المثال، تشير شجرة أثاب مظللة وكثيفة دلالة "المقدسة" لأنها تعتبر مسكنًا للأرواح. ثم يتطور هذا الدلالة المقدسة إلى إفتراض عام مرتبط برمز شجرة الأثاب، بحيث لم تعد شجرة الأثاب المقدسة للمعنى الإضافي ولكنها تحول إلى المعنى

الأصلي على المستوى الثاني من المعنى. في هذه المرحلة، تعتبر "شجرة الأنثاب المقدسة" أخيراً المعنى الأسطور (أبريانى، ٢٠١٨، ص. ٢٢)

في هذه الدراسة، يرتبط معنى الأسطور الوارد في الإعلانين ارتباطاً وثيقاً. الأنشطة الرياضية مثل الجري والتزلج والملاكمه وركوب كرة القدم والترحلق على الجليد وغيرها الواردة في الإعلان الأول ورفع الأثقال الواردة في الإعلان الثاني هي المعنى الأصلي. ثم تطور هذا النشاط الرياضي إلى المعنى الإضافي على "النشاط الذكوري". هذا المعنى الذي أدى لاحقاً في المجتمع إلى إفتراض أن هذا النشاط الرياضي كان أساساً للرجال. إذن هذا النشاط الموصوف في الإعلان بأكمله يعكس أن الرياضة ليست للرجال فقط، بل يمكن للمرأة أيضاً القيام بها لمارستها، سواء كانت مجرد هواية لتصبح مهنة.

في تطورها، تتتنوع المهن في مجال الرياضة بشكل متزايد. نشط الرياضي أن المرأة مخلوقات خاضعة ، ولا يمكنها القيام إلا بالأعمال المنزلية بشكل عام مثل الغسيل والطبخ والإعتناء بالأطفال بشكل خاص. عندما يتعلق الأمر برعاية الأطفال، فمن الصحيح أن كلا الوالدين هما دور خاص. ومع ذلك، غالباً ما يكون ما يحدث في المجتمع مختلفاً، ولا توجد حالات قليلة تثبت أن هذا الدور يعني من عدم المساواة فيه. على سبيل المثال، عندما يحجم الأزواج عن مشاركة المهام في رعاية الأطفال ورعايتهم عند وصولهم إلى المنزل من العمل. يعتبره شيئاً طبيعياً، لأن الرمز المتأصل في المجتمع هو دور الزوج باعتباره العمود الفقري للأسرة، ويجب أن تكون الزوجة ربة منزل تختتم بالاحتياجات المنزلية وتشمل رعاية الأطفال. على الرغم من أن الأطفال هي مسؤولية مشتركة.

غالباً ما "تحدد" أدوار الرجال والنساء في المجتمع. أحياناً يتم التعرف على الرجال بالعمل في المجال العام. هو رب الأسرة وكذلك "زعيم الأسرة". النساء التي تعتبر المجتمع

ضيوفات عليها القيام بالأعمال المنزلية والعناية بأزواجهها والعناية بها، ولا يزال البعض تعتقد أن عمل المرأة تقتصر على الغرف والآبار والمطابخ.

الإعلان هو أحد أشكال وسائل الإتصال المشهور في كل مكان، سواء في الشوارع أو التلفزيون أو وسائل الإعلام عبر شبكة الدولية. يُعد الإعلان مفيداً للترويج لشيء من السلع وبالتالي يكون له قيمة بيعية ويشتريه كثير من الناس والأفكار السياسية. للإعلان لغة خاصة، لذلك يجب على المرء دراسة الإشارة والمشير التي يقدمها الإعلان لأجل الحصول على المعنى المقصود. في هذه الدراسة، استخدمت الباحثة أشياء مادية على شكل إعلانات Nike: ايش لوا و NIKE + Training Club - الحداد واستخدمت دراسة Roland Barthes لعلم الرمزي كأداة تحليلية لإيجاد المعنى المعروض في الإعلان.

## الباب الرابع

### الخلاصة والاقتراحات

#### أ- الخلاصة

بناءً على تحليل البيانات السابقة، فخلاصة من نتائج البحث، كما يلي:

١. المعنى الأصلي والإضافي في إعلاني "نایك: ایش حیقولوا عنک؟ وآمنة الحداد Nike+ Training Club - " عند نظرية رولاند بارتيش يظهر قدماًهما شركة Nike+ Training Club - المعنى الأصلي للنساء الالئي تمارس التزلج على الألواح والجري لمسافات طويلة ورفع الأنفال والقفز على الحبل وركوب الخيل والملاكمه. أن المعنى الإضافي للإعلانين يريد أن يذكر أن النساء مخلوقة لا يمكن الاستهانة بها، فإنها قادرة على ممارسة الرياضات التي تم تصويرها على أنها رياضات ذكورية فقط، وكذلك حق المرأة في كل حال.

٢. معنى الأسطورة على النساء العربية في إعلاني "نایك: ایش حیقولوا عنک؟ وآمنة الحداد Nike+ Training Club " عند نظرية رولاند بارتيش التي نقل شركة Nike+ Training Club - هو كيف أن الرياضات مثل الملاكمه وركوب الخيل والتزلج وغيرها لا يمكن أن يتمتع بها الرجال فقط، ويكتسبونها مثل الصور النمطية السلبية المرتبطة بأجساد النساء.

### ٣. الاقتراحات

تناقش هذه الدراسة الإعلان باستخدام نظرية بارت ، لذا يمكن تطوير هذا البحث بواسطة باحثين لاحقين باستخدام نظريات سيميائية أخرى أو باستخدام نفس النظرية مثل الكائنات اللغوية أو الأعمال الأدبية الأخرى.

## قائمة المصادر والمراجع

### المراجع العربية

الأفتدة، أعزة. ٢٠١٦. تصوير امرأة العرب في فيلم وحدة (دراسة سميوطيقية). مالانج:

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية.

مهمدي، إزمية. ٢٠١٩. القيم الإجتماعي إعلان شهر رمضان شركة المراعي (دراسة

سميوطيقية عند رولند برتيس. مالانج: جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية

الحكومية.

أوفيا نشدي (٢٠١٩) سميكولوجي رولان بارتس في فيلم "ذيب" (دراسة تحليلية سمائية). مالانج:

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية.

بارتس، رولان. ٢٠١٢. الأسطوريات (أسطورة الحياة اليومية). دمشق: دار نينوى.

### المراجع الأجنبية

Ariani, Dini. 2018. *Representasi Feminisme Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Iklan Lipstik Wardah versi “Colour You Life”)*. Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin

Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra

Kriyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

## قائمة المصادر والمراجع

### المراجع العربية

الأفتدة، أعزه. ٢٠١٦. تصوير امرأة العرب في فيلم وجدة (دراسة سميوطيقية). مالانج:

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية.

مهمدتي إزمية. ٢٠١٩. القيم الإجتماعي إعلان شهر رمضان شركة المداعي (دراسة

سميوطيقية عند رولند برتيس. مالانج: جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية

الحكومية.

أوفيا نشدي (٢٠١٩) سميكولوجي رولان بارتس في فيلم "ذيب" (دراسة تحليلية سمائية). مالانج:

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية.

بارتس، رولان. ٢٠١٢. الأسطوريات (أسطورة الحياة اليومية). دمشق: دار نينوى.

### المراجع الأجنبية

Ariani, Dini. 2018. *Representasi Feminisme Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Iklan Lipstik Wardah versi “Colour You Life”)*. Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin

Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra

Kriyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

## قائمة المصادر والمراجع

### المراجع العربية

الأفتدة، أعزه. ٢٠١٦. تصوير امرأة العرب في فيلم وحدة (دراسة سميوطيقية). مالانج:

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية.

مهمدي إزمية. ٢٠١٩. القيم الإجتماعي إعلان شهر رمضان شركة المداعي (دراسة

سميوطيقية عند رولند برتيس. مالانج: جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية

الحكومية.

أوفيا نشدي (٢٠١٩) سميولوجي رولان بارتيس في فيلم "ذيب" (دراسة تحليلية سميائية). مالانج:

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية.

بارتس، رولان. ٢٠١٢. الأسطوريات (أسطورة الحياة اليومية). دمشق: دار نينوى.

### المراجع الأجنبية

Ariani, Dini. 2018. *Representasi Feminisme Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Iklan Lipstik Wardah versi “Colour You Life”)*. Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin

Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra

Kriyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

- Mosse, J.C. 2007. *Gender dan Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Nuansa-Nuansa Komunikasi Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer*. Cet. I; Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muthia, Riva. 2016. *Analisis Makna Cantik dalam Iklan (Studi Analisis Semiotik pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash Versi "See The Real Me" di Televisi)*. Lampung : Universitas Lampung.
- Nawawi, H., Hadari. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Nazir, Moh., 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Padila, Akhmad. 2013. *Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Iklan Parfum Axe Heaven On Earth di Televisi)*. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Piliang, Yasraf Amir 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat Realitas Kebudayaan Menjelang Melinium ketiga dan Matinya Postmodernisme*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Retnowulandari, Wahyuni, “Budaya Hukum Patriarki versus Feminis : Dalam Penegakan Hukum Dipersidangan Kasus Kekerasan Terhadap Perempuan”. *Jurnal Hukum Vol. 8 No.3, 2010*
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.
- Ulber, Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama

## المراجع الإلكترونية

٢٠١٩ أكتوبر ٢٣ يراجع في https://id.wikipedia.org/wiki/Nike,\_Inc.

. ٢٠٢٠ سبتمبر ١٨ يراجع في www.thestreet.com/lifestyle/history-of-nike-15057083

## سيرة ذاتية

فضيلة نور سابرياني موكوعاغو، ولدت في غورونتالو ١٥ يونيو ١٩٩٨م. تخرجت من المدرسة الإبتدائية العامة في ليمبوتو غورونتالو ٢٠٠٩. ثم التحقت بالمدرسة المتوسطة الحكومية موديل ليمبوتو وتخرجت في سنة ٢٠١٢م. واستمرت الى المدرسة الثانوية الحكومية بغورونتالو وتخرجت سنة ٢٠١٥م. ثم التحقت بجامعة مولانا مالك



إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.