

دلالات الرسالة الألسنية في الخطاب الإشهارى التلفزيونى - دراسة في أبعاد تجليات صورة المرأة -

F The Significance of the Thesis in the Television Speech - A Study in the Dimensions of the Image of Women -

أ. سارة جابري، جامعة تبسة، الجزائر.

sarra.djabri@univ-tebessa.dz

د. بوزيان عبد الغنى، جامعة تبسة، الجزائر.

bouabdelghani12@gmail.com

تاريخ التسليم: (2019/08/14)، تاريخ التقييم: (2019/09/30)، تاريخ القبول: (2019/10/08)

Abstract :

The linguistic message in the television advertising discourse is one of the most important pillars of the structure and structure of the advertising discourse. It also addresses a wide audience. There is agreement that all the influence factors employed give the advertising letter a technical qualification that is not available to other letters of other means, The semantic rhetoric of the linguistic message in the famous discourse does not stop at the limits of the written or spoken language, but the picture also contains rhetorical events contrary to the prevailing rhetoric that the monopoly of language, On the other hand, the linguistic sign in the advertising discourse can be viewed from a purely functional angle in the level of its interpretative efficiency achieved for the lexical function beyond metaphysics. From this point of view, this study is a researcher in the various semantic dimensions of the linguistic formats of the linguistic message employed in the structure and composition of the moving and fixed advertising discourse and the basic building block of reading and interpretation of the various dimensions in the manifestations of the image of women in television advertising.

Keywords: Significance, Message, Tongue, Publicity, TV Advertising, Women, Dimensions.

ملخص :

تعد الرسالة اللسانية في الخطاب الإشهارى التلفزيونى أحد أهم المعضلات الأساسية في تركيبية وبنية الخطاب الإشهارى، كما أنه يخاطب جمهورا واسعا، وهناك اتفاق على أن كل عوامل التأثير الموظفة تعطي الخطاب الإشهارى مؤهلات فنية لا تتوفر لغيره من خطابات الوسائل الأخرى، إن البلاغة الدلالية للرسالة الألسنية في الخطاب الإشهارى لاتقف عند حدود النص اللغوي المكتوب أو المنطوق بل إن الصورة أيضا تتضمن أحيانا بلاغية على عكس ما هو سائد من أن البلاغة حكر على اللغة، ومن ناحية ثانية يمكن النظر إلى العلامة اللغوية في الخطاب الإشهارى من زاوية وظيفية بحتة وذلك في مستوى كفاءتها التفسيرية المحققة للوظيفة المعجمية الماوراء للغة، (الميتالغوية) ومن هذا المنطلق جاءت هاته الدراسة باحتة في مختلف الأبعاد الدلالية للأنساق اللغوية للرسالة اللسانية الموظفة في بنية و تركيبية الخطاب الإشهارى المتحرك والثابت ووضع اللبنة الأساسية للقراءة والتأويل لمختلف الأبعاد في تجليات صورة المرأة في الإعلان التلفزيونى.

الكلمات المفتاحية: الدلالة، الرسالة، اللسان، الإشهار، الإعلان التلفزيونى، المرأة، الأبعاد.

* المؤلف المراسل: أ. سارة جابري، الإيميل: sarra.djabri@univ-tebessa.dz

1 - البعد اللغوي في الرسالة الإشهارية:

إن الخطاب الإشهاري من حيث بنيته أقرب إلى بنية النص الشفوي الذي يتم بناؤه وفقا للهجة المتداولة غير المدونة التي تتجاوب مع متغيرات الأحداث اليومية والتطورات السريعة التي يعيشها اللاهجون بتلك اللهجة (كريبط، 566، <https://aleph-alger2.edinum.org/566>)

2 - بنية الخطاب الإشهاري:

ميز الباحثون بين نسقين أساسيين في بنية الخطاب الإشهاري:

1 - اللساني: تكون العلامة اللسانية أدواته الرئيسية في التبليغ.

2 - الأيقوني: تكون علامته البصرية أدواته المهيمنة.

3 - الرسالة اللسانية في الخطاب الإشهاري:

تتمثل الرسالة اللسانية للصورة في الشعار أو العنوان أو النصوص المكتوبة الأخرى كالشروحات و بعض التفاصيل حول المادة المعلن عنها وتتكون من مجموعة الدلائل اللغوية المشكلة للكلمات والجمل المرافقة للصورة. والرسالة اللسانية المرافقة للصورة تدمج الانفعالية والعواطف ورغبات المتلقي والمشاهد للصورة، فهناك ألفاظ توحى بالانجذاب أو النفور، كما أن هناك من تسبب الخجل أو الغضب فهي تستخدم لإثارة الانفعال في الإنسان فتجذب انتباهه وتقوده نحو سلوك معين،(الصحن، فريد. د.ت. ص62). فألفاظ الشعار والنصوص المكتوبة المرافقة للصورة يجب أن تكون منتقاة إيحائية، مركزة في بضع كلمات لتحقيق الهدف المرجو منها. ويكون هذا الانتقاء بإتباع أربعة مراحل أساسية حددها "روسي هجمان" والتي يمكن اعتبارها كخطوات لتصميم الشعار وصياغته النهائية.(هجمان. تر: حلمي داود، 2000،ص166).

1.تحديد التغيير الذي سيحدث له الأثر المطلوب في سلوك المتلقي.

2.تحديد الفكرة لإنتاج صورة ذهنية (image mentale) تجسد تغييرا في السلوك.

3.تفتيت تلك الفكرة إلى أجزاء يتم تحديدها برموز اصطلاحية، يستطيع استخدامها لتكوين عبارات.

4.تنظيم تلك الرموز في سلسلة يربطها بواسطة القواعد والمؤشرات النحوية والتي ستمكن المتلقي

من إعادة تركيب الفكرة الأصلية المراد توصيلها عبر الشعار.

4 - وظائف الرسالة اللسانية: تؤدي الرسالة اللسانية عدة وظائف نذكر منها:**1- وظيفة التوجيه: Fonction d'orientation**

الصورة ليست واضحة لأنها متعددة المعاني فهي لا تحمل معنى محدد، لكن النص المرفق أو

الشعار يوجه المستقبل نحو معنى معين، مرغوب من طرف المعلن.

2- وظيفة الترسيةخ: Fonction d'encrage

الترسيخ كما يقول "بارث Roland barth" هو نوع من التلاعب المتبادل بين الصورة والنص مهمته توجيه القارئ نحو مدلولات خاصة بالصورة وذلك لتثبيت سلسلة المعاني الطائفة.

3- وظيفة المناوبة Fonction de relais: تظهر هذه الوظيفة عندما تعجز الصورة عن أداء الشروحات اللازمة أو حينما يحدث إفراطا حسيا في النظرة، فيأتي دور الرسالة اللسانية للحد من المعاني التعيينية وذلك بالإنبابة عنها وتحقق هذه الوظيفة في الصور المتحركة . (Vettarino,1996,p22).
العلامات اللغوية: تعود صورة حضور هذا المكون في بناء الرسالة البصرية لقدراته على تحسين القراءة من كل انزلاق وتأييلي محتمل من شأنه الإخلال بالهدف الأساسي للصورة.

كما أن "رولان بارث Roland barth" يحدد في دراسة رائدة بعنوان "بلاغة الصورة" وظيفتين أساسيتين للرسالة اللغوية في الصورة أولهما وظيفة الإرسال أو الشرح أي قيام اللغة بتحديد المعنى الأيقوني الصريح وأخرى وظيفة تكميلية أي المهام التعبيرية التكميلية للرسالة اللغوية.

5 - سيمنطيقية الألوان في الرسالة الألسنية:

إن اللون لغة غير لسانية لكنها تماثل الأنساق اللسانية "وهو أحد المعايير التي تحكم من خلالها على الأشياء. أنه أحد محددات التمييز بين الأعمال الفنية البصرية، واللون مفهوم فيزيائي وسيكولوجي، فيزيائي لأنه مقترن بالضوء وفيزيولوجي لأن أعضاء الجسم (العين والمخ) بتفسيره سيكولوجي لأننا نشعر بع باعتباره هادئ أو مثير، متناغم أو باعث على السكينة، ساخن أو حار، مؤدي للتركيز أو مشتت وللون أبعاد ثلاث هي: (بلخيري،2014، ص189).

• الصبغة: هي نتيجة مزيج الألوان فالأزرق المخضر هو صبغة للأزرق والأخضر فالصبغة لون مركب.

• القيمة: وهي الإضاءة الفيزيائية توافق درجة الإضاءة والظلام للنشيء.

• الحدة: وهي الصبغة زائد القيمة وهي درجة تشبع اللون أي درجة قوته، فمثلا عبارة أزرق فاتح،

الأزرق هو اللون والفاتح هي الحدة (بوالتر، لوك. كم نقش،فايز.2001،ص71)

يأخذ اللون دورا هاما في جلب انتباه القارئ لذا يجب على مصمم الرسالة أن يحترم التفاصيل في الألوان عند المستهلكين لذا يجب التركيز على الألوان من جانب تنسيقها ودراستها حسب الصورة وكذلك موضوع الإشهار، فاللون هو ذلك التأثير الفيزيولوجي الخاص بأعضاء الجسم (صوت، 1999،ص58).

وسنحاول إعطاء أهم دلالات الألوان المتفق عليها:

1. **اللون الأبيض:** "يصر بعض الباحثين على عدم اعتبار اللون الأبيض لونا، يصفونه على أنه قيمة لونية غير أننا سنعمد إلى تفسيره كلون محايد" ، فاللون الأبيض يوحي بالصفاء والكمال، البرودة، وهو رمز البراءة والطهارة والعفة والتواضع، السلام، الهدوء، وهو يزين اللون المكمل إذا ما وضع بجانب لون آخر ، وهو لون لباس الاحترام والطواف حول الكعبة الشريفة.(درويش اللبان، شريف.1999،ص139).
2. **اللون الأحمر:** لون حار، جذاب، عدواني، يوحي بالنشاط والحيوية يسيطر على جميع الألوان الساخنة والباردة، يذكر بالنار والحركة والانفعال والدم، يرمز إلى الشجاعة، الحب، القوة، والرجولة، الغضب، القسوة، والخطر.
3. **اللون البرتقالي:** لون حار، يعبر عن الترحيب، يوحي بالدفء والإثارة، فعال في الاتصال، يراه البعض سببا للتوتر ويراه آخرون مهدئا.
4. **اللون الأصفر:** لون دفيء، براق لكن بدون حرارة، يسر العين، يتخذ البعض كرمز للخداع والغش والغيرة ، كما أنه رمز للثروة والغنى، يستخدم في الإشهار لإظهار السلع بشكل أكبر.
5. **اللون الأخضر:** لون بارد، هادئ، لون الطبيعة ، منعش، رطب، يضفي السكينة على النفس، يوحي بالصبر، سمح، حساس، يدعو للثقة ويرمز للخصوبة والأمل.
6. **اللون الأزرق:** لون بارد، يوحي بالراحة والاسترخاء، يبعث الإحساس بالرطوبة يعبر عن الهواء، البحر، الفسحة، رمز الوفاء والعدالة، قادر على خلق أجواء خيالية، يخفض ضغط الدم، يوحي بالسلام والجدية والمحافظة.
7. **اللون البنفسجي:** لون سوداوي، يميل إلى الحزن ويوحي بالجدية، الصدق، الاحترام وهو رمز الألم، الجلالة، يولد الإحساس بالوحدة والسر وهو عند بعضهم لون غامض، مخادع وغير مرغوب فيه.
8. **اللون البني:** يعطس انطبعا بالمادية والقسوة والشراسة والغضب من جهة ومن جهة أخرى يراه البعض هادئ، محافظ، يعطي الإحساس بالمتابرة وهو يريح العين.
9. **اللون الرمادي:** لون حيادي يميل إلى الكآبة والخضوع هذا من جهة، ومن جهة أخرى يرمز إلى الجهد والوقار (بلخيري،2014،ص288).
10. **اللون الأسود:** يرمز للحزن، الرعب، يوحي بالجهل والوحدة، الغياب، والخفاء والظلام وكذا الفتنة،العصيان، التمرد، الانتقام، الحداد،الموت،الأناقة في اللباس، ويزيد من أثر اللون المرافق له .

6 - الأبعاد الدلالية للأشكال والخطوط:

أ-1- الخطوط

- الخطوط العمودية: تشير إلى تسامي الروح والحياة والهدوء والراحة والنشاط.
- الخطوط الأفقية: تمثل الثبات والتساوي والاستقرار، الهمة والأمل والهدوء.
- الخطوط المنحنية: ترمز إلى الحركة وعدم الاستقرار، وإذا بالغنا فيها دلت على الاضطراب والهيجان والعنف.

• الخطوط المائلة: الحركة، النشاط، كما ترمز إلى السقوط والانزلاق وعدم الاستقرار والخطر، وإذا اجتمعت الخطوط العمودية بالأفقية دلت على النشاط والعمل وإذا اجتمعت الأفقية بالمائلة دلت على الحياة والحركة والتنوع.

ب-2- الأشكال

- الأشكال الحادة: ترمز إلى الرجولة والصرامة من جهة وإلى القسوة والعنف من جهة أخرى.
- الأشكال المستديرة: ترمز إلى الأنوثة والحنان والليونة والضعف.
- الأشكال الأفقية: ترمز إلى الهدوء والاستقرار بالإضافة إلى السطحية والثقل.
- الأشكال المصحوبة إلى الأعلى: ترمز إلى الروحانية- الملائكية، وإذا اتجهت إلى الشمال فدلّت على المادية .

7- ألسنية الألوان في الموروث الثقافي الشعبي: (لعبادي، محمود. 2000، ص 218).

يعكس التراث الشعبي كثيرا من الدلالات الاجتماعية للألوان، ونظرة الشعوب إليها، وقد ظهر كثير من هذه الدلالات بتأثير الخرافات أو المعتقدات. ومن أمثلة ذلك:

- **اللونان الأسود والأبيض:** هناك شبه اطراد على ربط اللون الأسود بمقابلة الأبيض، واستخدام الأول في المناسبات الحزينة والمواقف غير المحبوبة، واستخدام ذلك في المناسبات السعيدة. ولهذا نجد اللون الأسود مرتبطا في الطبيعة بكثير من الأشياء المقبوضة المنفرة. فهو مرتبط بالليل والليل مخيف موحش. أما عن رمزية اللون الأبيض كما ورد في ألف ليلة وليلة "المنديل الأبيض" إشارة إلى سلام المحبين على المحبوبين. ورمزا للخير والتفاؤل والخلق القويم في "كليلة ودمنة" (مختار عمر، أحمد. 1997، ص ص 207، 200).

• **اللون الأخضر:** يعد اللون الأخضر من أكثر الألوان في التراث الشعبي استقرارا في دلالاته وهو من الألوان المحبوبة ذات الإيحاءات المبهجة كاللون الأبيض. ويبدو أنه استمد معانيه المحبوبة من ارتباطه بأشياء مبهجة في الطبيعة كالنبات وبعض الأحجار الكريمة كالزمرد، ثم جاءت المعتقدات الدينية لتعمق من هذه الإيحاءات حين استخدمت اللون الأخضر في الخصب والرزق وفي نعيم الآخرة.

وأكثر ما جاء الأخضر في الأدب الشعبي مرتبطا بالخصب الذي يبعث على التفاؤل وبالجمال المستمد من جمال الطبيعة، والباب الذي توحى به خضرة النبات الغض الرطب. كأن يقول العرب: اللهم اجعلها علينا سنة خضراء (مختار عمر، أحمد، 1997، ص ص 207، 200)..

• **اللون الأحمر:** تعددت دلالات اللون الأحمر في التراث الشعبي وتباينت مفهوماته بصورة تجعله لونا مميزا، وقد جاء هذا التباين نتيجة لارتباطه بأشياء طبيعية بعضها يثير البهجة والانشراح وبعضها يثير الألم والانقباض. فمن ارتباطه بلون الدم استعمل للتعبير عن المشقة والشدة والخطر واشتعال الحروب، ومن ارتباطه بلون النار مادة الشيطان استعمل للتعبير عن الغواية والشهوة الجنسية مثل أسطورة الشاب الذي جلس تحت نافذة حبيبته أنها أدلت له من الشباك منديلا أحمر. ومن ارتباطه بالذهب والياقوت والورد استعمل رمزا للجمال مثل عليه ثياب فاخرة، وعلى رأسه عمامة كبيرة حمراء. ولظهوره على بعض أعضاء الجسم نتيجة انفعالات معينة استعمل رمزا لخلج والحياء تارة، وللغضب تارة أخرى (مختار عمر، أحمد، 1997، ص ص 207، 200).

• **اللون الأصفر:** ليس للون الأصفر إحياءات ثابتة. فهو تارة يستمد دلالاته من لون الذهب وتارة من لون النحاس. كما يستمد أحيانا من صفرة الشمس عند المغيب، وأحيانا من لون بعض الثمار مثل الليمون والتفاح، والطيب والزعفران. (مختار عمر، أحمد، 1997، ص ص 207، 200).

• **اللون الأزرق:** لم يتحدد مدلول الأزرق عند العرب بل تتداخل مع الألوان الأخرى كالأبيض والأخضر. وهو إلى جانب هذا من الألوان النادرة في الطبيعة، كما أن درجاته تتفاوت تفاوتا كبيرا يقربه من الأبيض حيناً، ومن الأسود حيناً. فقد ورد عدة مرات مشيراً إلى الجن. أو نقول نهارك أزرق ويعنون أسود لليوم المملوء بالشر (مختار عمر، أحمد، 1997، ص ص 207، 200).

8 - ألسنية الألوان في التراث الديني:

أعطت كثير من البيانات للألوان قيمة خاصة، واتخذت لها دلالات رمزية، ومنها ربط بعض الممارسات الدينية بألوان خاصة. (بركاوي، محمد، rawahil.maktooblog.com، 2017).

• **اللون الأصفر:** فقد كان اللون الأصفر لونا مفضلا في الصين والهند، فليراهمة اتخذوه لونا مقدسا. وكان لون البوذيين المفضل الأصفر أو الذهبي، كذلك كان الأصفر مقدسا في المسيحية الأوروبية. واستخدمت الكنيسة اللون الأصفر في اللوحات المقدسة في شكل خلفيات من أوراق الشجر الذهبية. ووردت الصفرة في الكتاب المقدس خمس مرات من بينها مرتان للإشارة إلى الخوف والاضطراب. وقد ورد الأصفر ومشتقاتها خمس مرات في القرآن الكريم لقوله تعالى "إنها بقرة صفراء فاقع لونها تسر الناظرين" (سورة البقرة، الآية، [69]). وورد عشرات المرات في الحديث النبوي الشريف. ويتبع التراث

الإسلامي لا نجد لهذا اللون قيمة خاصة، وربما كان ارتباطه البارز بالزعفران، لاتخاذها مادة الخضاب الشعر واللحية(مختار عمر، أحمد.1997، ص ص223،221).

• **اللون الأبيض:** فقد كان منذ عصور القديمة مقدسا، ومكرسا لإله الرومان «Jupiter»، ولأن اللون الأبيض يرمز للصفاء والنقاوة فإن المسيح عادة ما يمثل في ثوب أبيض. وكثر ورد هذا اللون في الكتاب المقدس للتفاؤل والإشراق. وقد ورد لفظ الأبيض في القرآن الكريم إحدى عشرة مرة، ورد بعضها بمعناه الحقيقي وبعضها الآخر رمزا للصفاء والنقاء، أو رمزا للفوز في الآخرة نتيجة العمل الصالح في الدنيا لقوله "وأما الذين ابيضت وجوههم ففي رحمة الله هم فيها خالدون" (سورة آل عمران، الآية، 107)). ويعد هذا اللون من أكثر الألوان ورودا في الحديث النبوي، إذ ورد ما يقرب من مائة مرة يهنا منها ما تحمله من إشارات ودلالات اجتماعية. فقد جاء بعضها رمزا للنقاء والبراءة والطهر مثل: كان رسول الله صلى الله عليه وسلم أبيض مليح الوجه، كما جاء بعضها مرتبطا ببعض العقائد أو المأثورات الدينية: أمرهم بصيام الأيام البيض، أسألك القصر الأبيض عن يمين الجنة. كما نجد إشارات في بعض الأحاديث النبوية ترمز إلى بياض الوجه في الدنيا والآخرة بمعنى الابتهاج والسعادة نتيجة الإحساس بالنجاح والفوز. (بلخييري، رضوان.2014، ص296).

• **اللون الأسود:** فقد كان مكروها منذ القدم، وقد رمز القدماء به وبكل الألوان القاتمة إلى الموت والشر. وقد ورد هذا اللون في القرآن الكريم سبع مرات ارتبطت خمس منها بالوجه، وما يتحول إليه من سواد-في الدنيا والآخرة-نتيجة سوء الأفعال. وكذلك فقد كرهت الأحاديث النبوية لون السواد في الملابس ونفرت منه: في قوله " اذهبوا إلى بعض نسائه فلتغيره، وجنوبه السواد" وكذلك استخدمت السواد مع القلب للإشارة إلى الحقد والضغينة، وقد استعاذ الرسول الكريم من اللون الأسود، ووصف الفتن والظلم بالسواد.

• **اللون الأزرق:** يمثل اللون الأزرق مكانة خاصة عند اليهود فهو لون "الرب" وهو أحد الألوان المقدسة بالنسبة لديهم، ولكن الأزرق قليل الأهمية في المسيحية و من النادر استخدامه في الطقوس الكنيسية، ولم يرد هذا اللون مطلقا في الكتاب المقدس، ولكنه ورد في القرآن الكريم مرة واحدة وفي الحديث النبوي ثلاث مرات وفي كلتا الحالتين ورد في مجال الشيء المكروه. فقد فسر العلماء قوله تعالى "ونحش المجرمين يومئذ زرقا": بأن مراد أزرق سواد الحذقة عند ذهاب نور البصر(مختار عمر، أحمد.1997، ص ص226،225).

• **اللون الأخضر:** يمثل للون الأخضر في العقيدة الإخلاص والخلود والتأمل الروح. ويسمى لون الكاثوليك المفضل، ويستعمل في عيد الفصح ليرمز إلى البعث. واللون الأخضر الحائل هو لون التعميد عند المسيحيين. وورد اللون الأخضر في الكتاب المقدس بضعا وعشرين مرة دار معظمها حول العشب والنبات وورق الشجر، وورد بعضها كلون محبوب مفضل. ومن أجل ارتباط هذا اللون بالخصب والنماء،

وبالحقول والحدائق والأشجار ارتبط عند المسلمين بالنعيم والجنة في الآخرة. ولذا يعتبر اللون الأخضر هو لون الألوان عند المسلمين ومقاعد جلوسهم في الجنة. لقول تعالى " ويلبسون ثيابا خضرا من سندس واستبرق " (سورة الكهف، الآية 31) [31] وورد في الحديث النبوي أكثر من ثلاثين مرة إذا أخرجنا منها ما جاء في معناه الحقيقي - وهو القليل - نجد الباقي مرتبطا بمعاني الخير والجمال والعتاء مثل قوله " مثل المؤمن كمثل شجرة خضراء. " (مختار عمر، أحمد، 1997، ص ص 226، 227).

• **اللون الأحمر:** يرمز الأحمر في الديانات الغربية إلى الاستشهاد في سبيل مبدأ أو دين. وهو رمز لجهنم في كثير من الديانات، تصف جهنم بأنها حمراء. وقد ورد هو ومشتقاته في الكتاب المقدس نحوًا من عشرين مرة ورد معظمها في معناه الحقيقي وصفا للخيل أو للثياب أو للماء أو للخمر أو للحبيب أو للسماء. وورد في الحديث النبوي ما يزيد على خمسين مرة بعضها في اللون المعروف وبعضها بمعنى الأبيض، وبعضها بمعنى الأصفر. وقد كان الرسول الكريم يكره هذا اللون في الثياب ربما لإيحائه النفسية الخاصة.

هـ. دلالات الألوان من الناحية النفسية

إن هناك نظرية تقول: بأنه إذا كانت الموجات الإشعاعية الملونة التي يتبادلها الناس عن طريق الإرسال والاستقبال غير المنظور متألفة ومتقاربة. فإن ذلك يدعم التفاهم والمحبة التي تربط بينهم.. أما إذا تنافرت وتعارضت نتج عن ذلك كراهية وخلاف لا تظهر له أسباب واضحة للناس، ولهذا عُرف ما يسمى العلاج بالألوان منذ زمن طويل... استخدمه الإغريق عند بنائهم جدران وساحات ضخمة ملونة ليستطيع الأفراد الاستحمام تحت الضوء المسلط من نوافذ وألواح زجاجية مختلفة الألوان، كما عرفه الفراعنة وذهبوا إلى أبعد من ذلك، عندما كان الأشخاص يغمرون أنفسهم كلياً في أحواض مملوءة بأصباغ ملونة، اعتقاداً منهم بقدرتها على شفائهم فرمزية الألوان من الناحية النفسية كما يلي. (الهاشمي رجب، محمد يوسف، 2006، ص 83).

• **اللون الأحمر:** لون الدم ويعنى النشاط والطاقة والحيوية والحياة ويستخدم في: تنشيط الدورة الدموية للتخلص من الضغط المنخفض والتخلص من الخمول والكسل والإحساس الدائم بالإعياء والإجهاد والميل للنوم فترات طويلة ويعالج فقر الدم. يرى المختصون في تقرير نشرته مجلة "هيلث لاين" الأمريكية، أن ارتداء اللون الأحمر يوحي بثقة عالية في النفس وقوة كبيرة، ويعطي إحساساً بالنشاط، لا سيما عند الشعور بالتعب والإجهاد. وأشار هؤلاء إلى أن اللون الأحمر يعتبر لونا مميزا للرومانسية والعاطفة المتدفقة، لأنه يزيد الطاقة وحرارة الجسم. فهو يتميز بإشعاع غزير، وعندما يوضع تجاه خلفية بيضاء فإن هذا الإشعاع يبدو معتماً ويظهر دافئاً مطفياً، بينما يبدي كل قوته النارية حينما يوضع تجاه خلفية سوداء، فاللون الأحمر هو أعلى الألوان طاقة ويرمز إلى القوة والحيوية ويتمثل بالنار، وهو اللون

الوحيد الذي لا نستطيع أن نستخدمه في غرف النوم وأماكن الراحة والاسترخاء لأنه يصدر ذبذبات عالية تؤدي إلى زيادة حركة ونشاط الخلايا وتسارع دقات القلب، وبالتالي فإن الشخص الذي ينام في أماكن مليئة باللون الأحمر سيعاني من الأرق والكوابيس والأحلام المزعجة. واللون الأحمر بصفة عامة يجتذب العين إليه بلا مقاومة واللون الأحمر حسب موقعه.

• **اللون الأصفر:** ينشط المخ ويقوي العقل. ويمكن ارتدائه لتحفيز الإبداع وتصفية الذهن لا سيما عند الإصابة بالتوتر العصبي. وتنشيط اليقظة الفكرية.. لذلك كان الأصفر رمزا للقدرة الفكرية والذكاء والمرح والإبداع في نفس الوقت.

• **اللون الأزرق:** يعرف باللون الهادئ .. لأنه يهدئ الذهن ويساعد على الاسترخاء يجدد نشاط الجهاز العصبي بالجسم. ارتداء الأزرق قد يكون مفيدا في السيطرة على العواطف والمشاعر وخلق إحساس بالقوة والاستقرار النفسي والمعنوي. مهدئ للأشخاص زائدي العصبية. ذوي ضغط الدم المرتفع. وهو بهذا اللون الوحيد الذي يغمر سطح الأرض، وهو يحدد الإبعاد، ويعطي الشعور بالعمق، وهو لون قابل للتأثر سلبي بارد، يمتاز بتخفيف التوتر والعصبية عند الإنسان، والأزرق في السماء سمو وعمق، وفي المياه برودة وارتواء، وفي الغيوم خير وأمل. وهو يبعث على الهدوء والتفاؤل حيث كانت الفتيات المقبلات على الزواج في اليونان يتقاعن به ويحرصن على ارتداء شريط ازرق أو خاتم من هذا اللون في حفلات الزفاف. (يوسف عقيل، مهدي. 2001، ص ص، 16، 17).

• **اللون البرتقالي:** مقوي للقلب، منشط عام، مضاد للإحساس بالهبوط والفتور. الاكتئاب، النعاس، اليأس. وكافة المشاعر السوداوية.

• **اللون الأخضر:** تهدئة الآلام في حالة الإصابة بالسرطان يؤثر على اللسان والمخ. اللون الأخضر هو اللون الوحيد الذي إذا ما طغى على كل الألوان الأخرى فإن الإنسان لا يحس بأي ضيق أو ملل. لذلك لم يكن أحب إلى نفوس العرب في البدو من اللون الأخضر وسط الصحراء الجذباء الخاوية. فاللون الأخضر يوازن ويحقق التناغم ويشجع على التحمل والفهم. واللون الأخضر ملطف ومهدئ على الجسم والعقل أيضا.

• **اللون النيلي:** يشابه اللون الأزرق في التأثير ويعتبر منشط للذاكرة والتفكير.

• **اللون البنفسجي:** مهدئ بوجه عام وخاصة في الأمراض العصبية والنفسية.

وهذا اللون دليل على الغموض والميوعة والتردد في اتخاذ القرارات، ولقد اتخذ العشق رمزا لهم، فهو يثير خيالاتهم ويدعو إلى العاطفة الهادئة الرقيقة. وهو لون الهدوء يهدئ الجسد والعقل جيد للتأمل والصلاة. وكثرة التعرض له تزيد الشعور بالحزن لذلك كان يرمز له بالحزن في الأغاني القديمة وهو لون الروحانيات واحترام الذات والشرف .

• **اللون الأبيض:** البياض هو قمة الصفاء والنقاء والوضوح، كما يوحي بمعنى تطمئن له النفس وتحس بالصفاء والسكينة، ويبعث على التفاؤل والسرور والحب كذلك تزدان به العرائس في حفلات الزفاف رمزا للعدزية والطهارة وهناك من يكرهون هذا اللون، وهم غالبا من مروا بتجربة أليمة مع المرض إلى قضاء فترات طويلة في المستشفيات .

• **اللون الأسود :** هذا اللون مطلق وغير موجود في ألوان الطيف ويضاد اللون الأبيض وينطلق من المواد المخدرة والسامة، يعتبر في عالم الأزياء ملك الموضة حتى إن بعض بيوت الأزياء بدأت في تصميم أثواب الزفاف من اللون الأسود، وأيضا إعجابنا جميعا بمشهد النجوم والأقمار وهي تتلأأ في صفحة السماء المظلمة. ويعطي إحساس بالقوة والثقة بالنفس ولكنه محبط للشهية .

• **اللون الرمادي:** إن الرمادي خصوصا الرمادي المتوسط هو أكثر الألوان جميعا حيادا، وهو لون خال تماما من التعبير، وهو لون غامض، سلبي، عديم الشخصية، منافق طفيلي، مدهان، ومتلون.

قائمة المصادر والمراجع :

أولا- المصادر:

- القرآن الكريم:

- سورة آل عمران، الآية، 107.

- سورة البقرة، الآية، 69.

- سورة الكهف، الآية. 31.

ثانيا - المراجع باللغة العربية:

- أحمد مختار، عمر. (1997)، اللغة واللون، القاهرة، عالم الكتب.

- بلخيري، رضوان. (2014)، الأبعاد الدلالية للصورة السينمائية دراسة تحليلية سيميولوجية لصورة العرب والمسلمين في السينما الأمريكية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة باجي مختار عنابة الجزائر.

- بلخيري، رضوان. (2010)، صورة المسلم في السينما الأمريكية - تحليل سيميولوجي لفيلم المملكة

والخائن - مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، قسم علوم الإعلام

والإتصال، جامعة الجزائر.

- بوالتر. (2001)، إشارات رموز أساطير، ط1، بيروت: عويدات للنشر والطباعة.

- درويش اللبان، شريف. (1999)، الألوان في الصحافة المصرية، ط2، القاهرة: العربي للنشر.

- عقيل مهدي، يوسف. (2001)، جاذبية الصورة السينمائية دراسة في جماليات السينما، بيروت دار

الكتاب الجديد المتحدة.

- لعبادي، محمود.(2000)، التراث الشعبي في بلدان المغرب العربي، منشورات دار عائشة الفهرية، الرباط.

- محمد العالم، صفوت.(1999)، عملية الاتصال الإعلاني، ط4؛ القاهرة: مكتبة للنهضة.

- محمد فريد، الصحن.(د.ت)، الإعلان، الدار الجامعية للنشر، ط2، الإسكندرية.

- محمد يوسف رجب، الهاشمي.(2006)، البرمجة اللغوية العصبية والأثر النفسي للألوان، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- المدرسة العربية للسينما والتلفزيون، نفس المكان. هجمان، روسي.(2000)، اللغة والحياة الطبيعية البشرية، ترجمة: داود حلمي، أحمد السيد (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

ثالثا - المراجع باللغة الأجنبية:

- Claude ,Marie.(1993) , Vettraino Sou lard, La communication par l'image.

رابعا - المواقع الإلكترونية:

-http://rawahil.maktoobblog.com 02/03/2017 بركاوي محمد

-http://www.alrasedonline.com/2012/01/blog-post3454 2017/04/23 فحص بتاريخ

https://aleph-
alger2.edinum.o فوزية كريبط، لغة الخطاب الاشعاري التلفزيوني، دراسة وصفية تحليلية، عن