



تحليل سيميائي للمحتوى البصري في بوسترات البنك العربي على منصة "فيس بوك"

A Semiotic Analysis of The Visual Content of Arab Bank's Posters on Facebook

Ghosoun Sabri *, Abdallah Adway** 

* Media and Communication, Arab American University (Palestine)

Email: g.sabri@student.aaup.edu

**Corresponding author, College of Journalism and Communication- (ESJ)- Paris

Email: adawiedu@gmail.com

Article Info

Article history:

Received: 19th May 2025

Accepted: 23rd June 2025

Published: 1st July 2025

DOI:

[https://doi.org/](https://doi.org/10.33102/jccom.vol5no1.23)

10.33102/jccom.vol5no1.23

ABSTRACT

This study aims to explore the use of digital visual content in Arab Bank's publications, identifying the main visual elements used and their connotations. The study relied on a qualitative approach to explore how digital visual content is used in the branding of Arab Bank's Facebook account content. This approach utilizes a semiological approach, which analyzes the connotations of the visual content, including its symbols, elements, colours, shapes, and other elements represented in the posters, and the extent to which it is appropriate for the brand. The study concluded that appropriate visual elements were used to enhance the corporate image and build Arab Bank's digital brand. Digital posters were diverse and included promotional and service content, as well as campaigns focusing on social and humanitarian aspects. The results showed that the bank's use of appropriate visual elements contributed to establishing a sense of trust among customers and enhancing the professionalism and formal character of the banking institution. Visual elements, such as colors, icons, characters, and shapes, were used to convey messages related to professionalism, trust, innovation, and modernity within the brand.

Keywords: *Visual content, Arab Bank, Facebook, semiotic analysis*

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف توظيف المحتوى البصري الرقمي في منشورات البنك العربي، ومعرفة العناصر البصرية الرئيسية المستخدمة فيها ودلالاتها. واعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي لاستكشاف كيف يتم توظيف المحتوى البصري الرقمي في العلامة التجارية لمحتوى حسابي البنك العربي على منصة "فيس بوك"، وذلك عن طريق استخدام أداة التحليل السيميائي لتحليل دلالات المحتوى البصري لعينة من المنشورات وما يتضمنه من رموز وعناصر والألوان وأشكال وغير ذلك. خلصت الدراسة إلى أنه تم استخدام العناصر البصرية المناسبة لتعزيز الصورة المؤسسية وبناء العلامة التجارية الرقمية للبنك العربي. كما تنوعت المنشورات الرقمية وشملت محتوى ترويجي وخدمي، بالإضافة إلى حملات تركز على الجوانب الاجتماعية والإنسانية. وأظهرت النتائج أن استخدام العناصر البصرية الملائمة من قبل البنك ساهم في ترسيخ مفهوم الثقة لدى العملاء وتعزيز المهنية والطابع الرسمي للمؤسسة المصرفية، وأن العناصر البصرية، مثل الألوان والرموز والشخصيات والأشكال، قد تم استخدامها لنقل رسائل تتعلق بالمهنية والثقة والابتكار ومواكبة الحداثة في العلامة التجارية.

الكلمات المفتاحية: المحتوى البصري، البنك العربي، فيس بوك، التحليل السيميائي.

المقدمة

باتت الكثير من القطاعات تستفيد من العالم الافتراضي لتعزز وجودها، وتسير مع الركب الرقمي في ظل الثورة الرقمية، وذلك من خلال تقديم المحتوى البصري الرقمي الأكثر فعالية في إيصال الرسالة ولفت انتباه الجمهور المستهدف بشكل أسرع لما تريد ترويجه، وهنا وجدت البنوك نفسها أمام تحدي الولوج إلى هذا العالم لمخاطبة جمهورها.

يعتبر المحتوى البصري مخزناً للأبعاد الجمالية والدلالية، (Adway, 2024) ومن العناصر يمكن استخدامها في المحتوى البصري مثل: الصورة، الرسوم المتحركة، والخطوط، والألوان، والرموز، والجرافيك، والفيديو والنصوص والقوالب..، وتنسيق هذه العناصر بطريقة مبتكرة وجذابة لإنشاء محتوى بصري يأخذ الجمهور المستهدف في رحلة تفاعلية ممتعة.

تتمحور هذه الدراسة حول فهم الدلالات المتضمنة للمحتوى البصري الرقمي لدى البنك العربي الفلسطيني، من خلال تحليل بعض البوستات التي نشرها تحليلاً سيمولوجياً، حيث يعتبر التحليل السيمولوجي أفضل منهج يسلط الضوء على الآليات التي تنتج من خلالها المعاني في الأنساق الدلالية، ويكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر النسق، ثم يعيد تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهم أفضل. ويعتبر علم السيميائية "العلامات"، مختصاً بالبحث عن المعاني الكامنة وراء الكلمات ورهاناتها المعرفية والدلالية، بغية تفسير المعنى الظاهر والمعنى غير الظاهر، كما أنه أداة قيمة لفهم طبقات المعنى المضمنة في العلامات والرموز وكيفية مساهمتها في إيصال الأفكار ضمن سياق ثقافي أو اجتماعي معين (Mabrük, 2017).

بعد مراجعة الدراسات السابقة والأبحاث والمقالات العلمية، تبين أن هناك ندرة في الدراسات التي تتناول موضوع التحليل السيميائي للمحتوى البصري الخاص بالبنوك، حيث تركز معظم الأبحاث على كيفية الترويج للعلامة التجارية وتعزيز هويتها وبناء علاقة قوية مع الجمهور المستهلك، دون التطرق بشكل مباشر إلى المحتوى البصري الذي تقدمه هذه العلامات، لذا كان من المهم فهم كيف يمكن أن يكون مضمون المحتوى البصري متناسباً مع العلامة التجارية، سواء من حيث نقل صورتها العامة أو تقديم خدماتها أو توافقه مع ثقافة المجتمع، بالإضافة إلى العديد من العناصر الأساسية التي يتضمنها هذا المحتوى.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف توظيف المحتوى البصري الرقمي في منشورات البنك العربي، ومعرفة العناصر البصرية الرئيسية المستخدمة فيها ودلالاتها.

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن السؤال: كيف يتم توظيف المحتوى البصري في العلامة التجارية للبنوك الفلسطينية عبر المنصات الرقمية؟ ويندرج تحته، ما هي العناصر البصرية الرئيسية المستخدمة في منشورات البنك العربي وما هي مدلولاتها؟

الإطار النظري للدراسة

التحليل السيميائي

وضعت أسس النظرية السيميائية البصرية على يد الفيلسوف والكاتب والمنظر الاجتماعي الفرنسي "رولان بارت"، وذلك في عدد من المؤلفات أهمها كتاب "مبادئ في علم الأدلة" في العام 1965، وإمبراطورية العلامات (1970)، ومن الناحية العملية يتم تطبيق نهج بارت بشكل كبير في الدراسات الإعلامية التي تركز على التحليل السيميولوجي لمجالات الوسائط المتنوعة مثل: الإعلان والسينما والأفلام ومقاطع الفيديو والرسوم الكاريكاتورية.

ذكر الباحث (al-'Arabāwī, 2015) في دراسته التي حملت عنوان: " رولان بارت وسيميائيات الصورة الإشهارية" أن بارت وضع مجموعة من معايير وعناصر التحليل للصور، حيث اعتبر في كتابه "الغرفة المضيفة" و " تأملات في الفوتوغرافيا 1980"، وغيرها من المؤلفات .

عناصر التحليل تمر في مستويين أساسيين هما:

المستوى الوصفي: أي الدلالة الوصفية، وهو المستوى الذي يمكن أن يدركه الجميع وفيه يتم وصف الصورة وصفاً تفصيلياً، من خلال الإجابة عن سؤال " ماذا؟" وهذا يساعد في فهم وتحديد موضوع الصورة ويعرف عن محتواها، والعناصر المكونة للصورة (Allawati, 2021).

المستوى الإيحائي (التضميني): يتعلق بتفكيك الدلالات الإيحائية للصورة، من خلال التعمق في تحليل الدلالة التضمينية التي تتضمنها الصور (Alī, 2020)، من خلال الإجابة عن سؤال " لماذا؟" من أجل معرفة أو تخمين القصد من وراء هذه العلامات والرموز التي تحتويها الصورة، والوقوف على الدال والمدلول، ويعتمد هذا المستوى على قدرة الباحث وثقافته وخبرته في التحليل (Rabī, 2017).

والدراسة الحالية تتبنى في أدوات تحليلها للمحتوى البصري هذا المستوى من التحليل السيميائي للأيقونات البصرية، بحيث يتم تحليل المنشورات البصرية المنشورة عبر منصة فيسبوك للبنك العربي.

وفق المستوى الوصفي، من خلال وصف ما تحتويه المنشورات من عناصر بصرية ظاهرة، وهذا يساعد في تحديد الاتجاه الأولي لعناصر " العلامة التجارية " في المنشور، ومن ثم تحلل هذه المنشورات وفق المستوى الإيحائي، والذي من خلاله يتم تحديد الدلالات والإيحاءات والمعاني المقصودة من المنشور، وتصنيفها وفق عناصر " العلامة التجارية " للبنوك .

لدى رواد علم السيميولوجيا عدة أساليب ومناهج في التحليل، فاعتمدت رولان بارت (التعيني والتضميني)، للتحليل السيميائي "للصورة" أو الأيقونات البصرية اما الناقدة الفرنسية مارتين جولي فاعتمدت في كتابها "مدخل إلى تحليل الصورة" في تحليل الصور على ثلاث مستويات هي: (المستوى الشكلي، الأيقوني، والألسني) (Ismā'īl, 2018).

من الدراسات ما تناولت توظيف المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية للتعزيز أو ترسيخ الهوية للمؤسسة أو القطاع المستهدف كدراسة (Alī, 2022)، التي بحثت في لتوظيف المحتوى البصري لتعزز هوية الجامعات الفلسطينية، وتتقاطع دراسة (Alī, 2022) ودراسة (al-Zuhrānī, 2021) التي تناولت إمكانية استخدام السيميائية في مجال التصميم الرقمي العربي عن الدور الاتصالي للعلامة التجارية للشركات الاقتصادية الدولية العاملة في مصر " تحليل سيميائي، كما تشترك هذه الدراسة مع دراسة (Al-Zuhrī, 2017) التي تناولت تحليل العلامة التجارية وتحليل للمحتوى البصري الرقمي.

البنك العربي

تأسس البنك العربي والذي يتخذ من عمان ، مقرأ له في العام 1930 وهو يمتلك إحدى أكبر الشبكات المصرفية العربية العالمية، والتي تضم ما يزيد عن 600 فرع موزعة. ويقدم البنك العربي مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المصرفية وجدت لتلبية احتياجات الأفراد والشركات وغيرها من المؤسسات المالية العالمية، كما ويحظى البنك بحضور بارز في الأسواق والمراكز المالية الرئيسية في العالم مثل لندن ودبي وسنغافورة وشنغهاي وجنيف وباريس وسيدني والبحرين. وللبنك العربي شركة شقيقة ومجموعة من الشركات التابعة والحليفة.

أنشأ البنك العربي في العام 1996 صفحة خاصة به على الإنترنت (www.arabbank.com) لمواكبة الثورة الرقمية وفي العام 2010 تم إنشاء صفحة الفيس بوك الخاصة به والتي من خلاله يتم نشر الحملات والعروض والمسابقات الخاصة بالبنك . (al-Bank al-‘Arabī, 2024)

منصة فيس بوك

تسعى البنوك إلى الاستفادة من قوة التكنولوجيا لتحويل الطريقة التي تدير بها البنوك أعمالها وإدارة فرقها وتقديم قيمة أفضل لعملائها ، وكما تتواجد البنوك عبر المنصات الرئيسية لتكون قريبه من عملائها ولترويج حملاتها وكل ما هو جديد ، وفي هذا البحث الذي يأخذ من البنك العربي مجتمع الدراسة نجد تواجد واضح لهم عبر المنصات الإلكترونية .

الصفحات الإلكترونية للبنك العربي

يتواجد البنك العربي عبر الصفحات الإلكترونية المتعارف عليها " المنصة الرسمية " الويب سايت " ، والفيسبوك ، والانستغرام ، ولينكد أن ، واليوتيوب ، وعلى منصة اكس . يرصد البحث عدد المتابعين للصفحات الرئيسية للبنك العربي بناءً على المعلومات المنشورة عبر المنصة الرئيسية للبنك حيث تبلغ المتابعة الاكثر للبنك العربي 71.7 الف متابع لمنصة الفيس بوك ، حيث يملك البنك العربي حسابين للفيس بوك الاول تحت اسم " البنك العربي " والثاني باسم " شباب من البنك العربي" ، ويليه بالمتابعة "الويب سايت " 71.4 الف متابع ، ويتابع قناة اليوتيوب للبنك العربي 37.9 الف مشترك ، بينما يشترك 508 الف عبر حساب اللينكد إن للبنك العربي ، ويصل عدد المتابعين لمنصة اكس 26.9 الف . (al-Bank al-‘Arabī, 2024)

هذه الدراسة تستهدف المنصة الاكثر متابعة للبنك العربي وهي منصة فيس بوك والتي من خلالها سيتم تحليل المنشورات عبر الصفحة من خلال اداة التحليل السيميائي " تحليل المضمون " ، وتتركز المنشورات عبر صفحة الفيسبوك حول الحملات الخاصة بالبنك العربي ومنشورات إعلانية حول القطاع الخدماتي للبنك واهم الأنشطة الخاصة في البنك والانشطة الداعمة للمجتمع المحلي.

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي لإستكشاف كيف يتم توظيف المحتوى البصري الرقمي في العلامة التجارية لمحتوى حسابي البنك العربي على منصة "فيس بوك"، وذلك باستخدام أداة التحليل السيميائي، حيث يتم تحليل دلالات المحتوى البصري في المنشورات وما يتضمنه من رموز وعناصر وألوان وأشكال وغير ذلك، وبناءً على أن المنهج الكيفي لديه القدرة على توظيف المنهجيات ، يوظف ضمن المنهجيات العلمية التي تستخدم من قبل الباحثين بدواعي فهم الكيفية التي ينظم بها البشر حياتهم ومحيطهم الخارجي، ويضيفون بها معاني ودلالات عبر ما يعتمدونه من رموز وطقوس ومعتقدات وإيديولوجيات وآراء وأدوار اجتماعية (Hussein, 1983)

مجتمع وعينة الدراسة

تم اختيار العينة الممثلة في الدراسة وفق العينة القصدية والتي تُعرف بأنها الطريقة التي يتم بها اختيار عينة البحث بعناية بناءً على معايير محددة من قبل الباحث، ويتم استخدامها من قبل الباحثون في الأبحاث النوعية والدراسات الاستكشافية (Rabhi Alian, 2014).

تم اختيار العينة القصدية من منشورات البوسترات التي نشرها البنك العربي عام 2024 بناءً على مدى تفاعل متابعي صفحة فيس بوك معها، وظهر ذلك من خلال التعليقات والاستفسارات والإعجاب للمنشورات التي تم تحليلها، حيث تم اختيار الأكثر تفاعلاً منه.

استناداً إلى التحليل السيميولوجي، تم الاعتماد على مقاربة "رولان بارت" التي تركز على مستويين رئيسيين، وهما:

أولاً: المستوى الوصفي (التعيني): أي الدلالة الوصفية، وهو المستوى الذي يمكن أن يدركه الجميع وفيه يتم وصف الصورة وصفاً تفصيلياً، (Allawati, 2021) والذي من خلاله تقوم الباحثة في هذه الدراسة في وصف ورصد عينة المنشورات على منصة الفيس بوك للبنك العربي وبنك فلسطين.

ثانياً: المستوى الإيحائي التضميني: يتعلق بتفكيك الدلالات الإيحائية للصورة، من خلال التعمق في تحليل الدلالة التضمينية التي تحتويها الصور (Alī, 2020)، وفي هذا المستوى يتعلق الأمر بقدرة الباحث على تحليل الدلالات المختلفة المرتبطة بالمكان والزمان والحركة، وفي هذا السياق يؤكد بارت على أن الصورة ليست مجرد تمثيل للأشياء، بل تُستخدم للتعبير عن معانٍ أخرى وبناءً على هذا المفهوم، تسعى الباحثة إلى تحليل الدلالات التضمينية لعينة المنشورات على منصة الفيس بوك للبنك العربي وبنك فلسطين تهدف إلى فهم ما تقوله الصورة وما هي المعاني التي تسعى إلى إيصالها. (Rabī, 2017)

نتائج الدراسة

تتضمن نتائج الدراسة تحليلاً سيميائياً لمنشورات البوسترات على صفحة فيس بوك للبنك العربي:

منشور 1: "سهلنا عليك التواصل مع مركز خدمة المعتمدين"



المنشور رقم 1: منشور يعرض خدمة جديدة من البنك العربي وهو مركز خدمة المعتمدين لتسهيل التواصل بشكل مباشر مع العملاء

وصف البوست

تظهر في هذا المنشور شخصية رئيسة "امرأة" ترتدي زياً رسمياً باللون الأزرق الداكن (الكحلي)، وقميصاً أبيض اللون، وتضع سماعة الرأس مع ميكروفون وهي مبتسمة أثناء عملها في بيئة مكتبية حديثة، حيث يظهر المكتب وأمامها جهاز الحاسوب، وهذا يوحي بأنها موظفة خدمة عملاء، وفي أعلى المنشور عنوان رئيس: "سهلنا عليك التواصل مع مركز خدمة المعتمدين"، مكتوب بخط واضح بلون أزرق غامق، ما يشد الانتباه إلى الرسالة من هذا الإعلان، وعلى يمين المرأة توجد أيقونة سماعة الرأس، تتضمن هاشتاغ خاص بالبنك العربي #22 في إشارة إلى وجود خدمة اتصال مباشرة للعملاء، وعلى يمين المنشور نص يذكر "الهشتاج الخاص بالبنك العربي فلسطين مع خدمة (Name Tag)، يوضح الإعلان أنه خاص بالبنك العربي الموجود في فلسطين.

العناصر المرئية للبوست

1. دلالات الألوان

اللون الأبيض: يستخدم اللون الأبيض في هذا المنشور للخلفية، وفي أيقونة سماعة الرأس والهاشتاغ #22، ويعكس اللون دلالات للوضوح والشفافية، ما يعطي فكرة الانفتاح والمصادقية في التعاملات المصرفية، ويساعد في إبراز العناصر الأخرى بوضوح، مثل النصوص والرموز، ويجعل الرسالة أكثر وضوحاً وسهولة في الفهم.

اللون الأزرق: يستخدم اللون الأزرق في العبارات وشعار البنك والرمز الدائري الذي بداخله أيقونة السماعة، ويرمز إلى الأمان والثقة والاستقرار، ما يرسخ مفهوم الثقة والمصادقية بين العميل والبنك تجاه الخدمات المصرفية المقدمة.

اللون الكحلي (الأزرق الداكن): يظهر في زي الشخصية "المرأة"، وهو أحد الألوان البارزة في الصورة، ويستخدم بشكل خاص في العلامات التجارية التي تتعلق بالمؤسسات المالية، وذلك لأن من دلالاته الاستقرار والتوازن والجدية في التعامل، ما يشعر العميل بالأمان في تعامله مع البنك، كما يمكن ربط اللون الكحلي في أكث الأوقات ببيئات العمل الرسمية، ما يدل على المهنية والالتزام كما في زي الموظفة، واستخدامه في المنشور يدعم الهوية البصرية للبنك من خلال إبراز القوة واحترافية العمل.

2. دلالات الأشكال والرسوم

- الشخصية الرئيسية "الأيقونة المرأة": تظهر الفتاة مبتسمة وهي تنظر بشكل مباشر وتجلس خلف المكتب، وأمامها جهاز الحاسوب، وهي في مستعدة لاستقبال الجمهور، وتدل الفتاة هنا على موظفة خدمة العملاء.

- سماعة الرأس: تستخدم السماعة بهذا الشكل بالعادة في بيئة العمل الاحترافية والجدية التي تعبر عن الاستماع بفاعلية وتركيز للجمهور، ووضع السماعة على الرأس توحى بأن موظف الخدمة دائماً متاح ومستعد للرد على استفسارات العملاء، ما يعزز شعور الاهتمام، كما أن وجود الميكروفون يعطي انطباعاً بأن المتصل يمكنه التحدث بحرية، وسيجد استجابته مباشرة دون أي وسيط آلي، مما يعزز فكرة الثقة في الخدمات المصرفية المقدمة.

- شكل الدائرة: لم يأت استخدام الدائرة في هذا المنشور كمجرد إطار بصري للسماعة، إذ إن الدائرة عادة ما توحى في دلالاتها إلى الودية والشمولية والاستمرارية، وهذا يتلاقى مع هدف الإعلان الذي يروج لسهولة التواصل مع خدمة العملاء، بل لتعزز فكرة الاتصال المباشر، وأن الخدمة مستمره بدون انقطاع.

- رمز # : إن استخدام رمز "الهاشتاغ" يدل على الطابع الرقمي الذي يدرجه البنك ضمن استراتيجية مواكبة التطور الرقمي.

3. دلالات الضوء والظلال

استخدمت الإضاءة بشكل متجانس دون وجود أي ظلال واضحة، ما يدل على رسمية ووضوح الصورة ويعكس بيئة عمل ودية، وسلطت الإضاءة القوية على الشخصية الرئيسية "الموظفة"، ما يجعلها

العنصر البارز في المنشور وتعكس ملامحها بوضوح ليمنح العميل الراحة والود في التعامل، وهذا يوحي بأن خدمة العملاء في البنك تعتمد على الصدق والشفافية.

4. دلالات العبارات والخط

عبارة "سهلنا عليك التواصل مع مركز خدمة المعتمدين": تدل هذه العبارة على مدى اهتمام البنك براحة العملاء، ما يعزز لدى العميل شعورا بالاهتمام والمصداقية والجهود المبذولة من أجله. عبارة "الهاشتاغ الخاص بالبنك العربي فلسطين مع خدمة Name Tag": تدل على الحداثة والابتكار وتوجه البنك نحو التقنيات الرقمية، حيث استخدم كلمة "الهاشتاغ" و"Name Tag" وتوظيف هذه الأدوات الرقمية يشير إلى أن البنك يسعى لجعل التواصل مع عملائه بسرعة وسهولة، ويعزز من صورته كمؤسسة مالية تواكب التطور التكنولوجي.

5. دلالات الخط

تم توظيف الخط البسيط الواضح والعصري الذي يخلو من فنون الخط المائلة إلى الزخرفة والزوايا الحادة، وهنا يلاحظ أنه ليس مجرد عنصر بصري، بل له دلالات تدعم الرسالة التسويقية بطريقة مبتكرة وفعالة.

6. دلالات الحركات والإيماءات

تظهر الفتاة بوضعية جلوس رسمية، وتتنظر بشكل أمامها وكأنها تتحدث مع قارئ المنشور مباشرة، ما يعكس الهدور والتركيز في العمل، وهذا بدوره يطمئن العميل ويبعث له برسالة أنه سيتلقى خدمة جيدة. كما أن الابتسامة التي تظهر على وجه الفتاة بلامح هادئة تعكس شعور الثقة والهدوء والمهنية، وهذا يعزز الصورة البصرية للبنك كمؤسسة مالية تسعى لتوفير الراحة لعملائها. كما توحى حركة اليد على لوحة المفاتيح للمشاهد بأن تلبية الخدمة سريعة وفورية، وهذا يعزز لدى العميل تجربة الخدمة الجديدة التي سيتلقى من خلالها ردا على ما لديه من استفسارات.

دلالات عناصر أخرى:

اللباس الرسمي "البدلة": يرمز لباس الفتاة الرسمي للمصداقية والجدية والانضباط في العمل، ما يخلق لدى العميل انطباعاً بأن الخدمة ذات كفاءة عالية، كما أنه أحد أهم العناصر البصرية في الإعلان لعكس الهوية المالية للبنك.

سماعة الرأس مع الميكروفون: يشير إلى دور الفتاة المهني في خدمة العملاء، وهذا تعزيز للفكرة الأساسية للإعلان، وتحمل في دلالتها الحداثة والتطور الرقمي في الخدمات المصرفية. بناء على هذا التحليل يتضح أن المحتوى البصري للإعلان لا يقتصر فقط على ترويج الخدمة فقط، بل يحمل في عناصره البصرية الكثير من الدلالات التي تهدف إلى بناء الثقة مع العميل وتعزيز الهوية البصرية للبنك.

بعد إجراء تحليل سيميائي للمنشور الخاص بالبنك العربي على المستويين التعييني والتضميني، يتضح أن المحتوى البصري يميل نحو الحياد الثقافي، حيث يفتقر إلى الرموز الثقافية الفلسطينية مثل الثوب المطرز. وهذا يشير إلى أن المحتوى البصري يتبنى نموذجاً ثقافياً عالمياً بدلاً من أن يكون محلياً فلسطينياً، مما يقلل من الأثر الثقافي للمنشور. ومن الناحية الاجتماعية يظهر وجود المرأة في المنشور كدليل على تمكينها في سوق العمل، حيث تمثل الموظفة الصورة النمطية العالمية لموظفة البنك، وليس بالضرورة تمثيل المرأة الفلسطينية. كما أن المحتوى البصري يعزز العلامة التجارية للبنك العربي من خلال تعزيز الهوية المؤسسية والاحترافية، ويعكس توجه البنك نحو التطور الرقمي. بشكل عام، فإن المحتوى البصري للمنشور فعال وإيجابي للمؤسسة، لكنه يفتقر إلى البعد الثقافي الذي يمكن أن يعزز التواصل الأعمق مع المجتمع المحلي.



المنشور رقم 2: يعرض هذا المنشور خدمة جديدة وهي استرداد نقدي بنسبة 15% تقتصر على يوم الجمعة في شهر كانون الأول 2024

وصف البوست

يقدم البنك العربي من خلال هذا المنشور خدمة جديدة وهي استرداد نقدي بنسبة 15% تقتصر على يوم الجمعة في شهر كانون الأول 2024، وذلك من خلال التسوق أون لاين باستخدام بطاقات "فيزا" البنك العربي الائتمانية، حيث تم اختيار يوم الجمعة للتسوق كونه عند أغلب فئات المجتمع يوم إجازة عربياً ومحلياً، وتماشياً مع المصطلحات التي أصبحت دارجة عن يوم الجمعة في عالم التسويق مثل "الجمعة البيضاء" أو الجمعة السوداء.

تظهر في المنشور فتاه تجلس على أريكة، وتبتسم وهي تنظر إلى هاتفها الذكي، وفي خلفية الصورة مكتبة تحتوي على كتب ونباتات خضراء، ما يعكس أجواء منزلية مريحة، وفي أعلى المنشور نص مكتوب بشكل واضح وسهل القراءة يتضمن محتوى الإعلان - ويظهر شعار Visa وشعار البنك العربي في الزاوية السفلية بوضوح، فيما الألوان الأبرز في المنشور هي الأزرق الذي يظهر في خلفية الإضاءة وظلال النص، والبني والبيج اللذان يظهران في ملابس الفتاه والأريكة، والأبيض المستخدم في النصوص والشعار.

العناصر المرئية للبوست

1. دلالات الألوان

الأزرق: استخدم في هذا المنشور في الخلفية وفي تظليل النص، وهو لون من مكونات شعار البنك، حيث يعبر الأزرق عن الثقة والراحة والقوة، وأستخدم في هذا المنشور لإيصال الشعور بالثقة والأمان، ويرمز إلى عالم الفضاء التكنولوجي الذي من خلاله تقدم هذه الخدمة.

البنّي: لون جاكيت الفتاه والمكتبة ويدل على الهدوء والبساطة، ويستخدم للدلالة على أنّ لدى المعلن ما هو أهم بكثير من التركيز على الألوان، وهنا يعكس إحساساً بالراحة والبعد عن التعقيد ويبرز الأجواء المنزلية المريحة التي تدعم فكرة الإعلان وهي التسوق عن بعد.

البيج: لون الأريكة ويرتبط بالواقعية والوضوح والبساطة ويعكس إحساساً بالراحة.

الأبيض: هو لون بعض الرموز والعناصر النصية في الإعلان، وهو رمزاً للنقاء والبساطة والصدق والوضوح لذلك يعكس رسالة شفافة وواضحة من البنك العربي إلى عملائها. كما أن استخدم اللون الأبيض على خلفية زرقاء يخلق تبايناً مابين الأبيض والأزرق يساعد في توجيه تركيز المستهلك نحو العناصر الرئيسية في الإعلان، مثل: "العرض 15% كاش باك"، كما أن هذا التباين بين الألوان يعكس هوية العلامة التجارية ويدعم القيم الإيجابية التي تسعى لإيصالها مثل: الأمان، الابتكار، الشفافية.

2. دلالات الأشكال والرسوم والرموز

الشخصية الرئيسية " الأيقونة " المرأة " : تظهر الفتاه مبتسمة وهي تنظر بجوالها " الهاتف الذكي " وهي جالسة على الأريكة بشكلٍ مريح ، وتدل الفتاه على المستهلك المستهدف للإعلان وهي الفئة الشابة المهتمة بالتسوق الإلكتروني .

الجوال " الهاتف الذكي " وهو الذي تحمله الشخصية ويمثل العنصر الأساسي الذي يشير إلى طريقة الاستفادة من العرض، كما أنه رمز يدل على التكنولوجيا وبات التسوق من خلاله إلكترونياً سهلاً وهو محور الرسالة الإعلانية .

الأريكة والعناصر الأخرى : أريكة مريحة ، ومكتبه ، ونباتات واكسسورات منزلية، كلها رموز تدل على الراحة والاسترخاء، مايرمز إلى فكرة التسوق عن بُعد من المنزل في أجواء مريحة .

الإطار الخارجي : استخدام مربع شبه شفاف يحيط بالنصوص الأساسية "الإطار" ، وذلك يُعطي إحساساً بالترتيب والتنسيق ويظهر المحتوى البصري بطريقةً أنيقة وجذابة، ويركز الانتباه على الرسالة الإعلانية .

دلالة رمز " شعار البنك العربي": يعكس شعار "البنك العربي" الثقة والعراقة ومكتوب بخط كلاسيكي واضح بسيط ومباشر ، والرمز المرافق للشعار " الكرات الأرضية الثلاث " يمثل الانتشار العالمي للبنك، مما يرسخ فكرة أن البنك يقدم خدماته على نطاق دولي، كما يوحي بقدرة البنك العربي على ربط العملاء عبر الحدود ، وعبارة " النجاح مسيرة " تحت الشعار تبين رؤية البنك وطموحه لتعزيز النجاح على المدى الطويل مع عملائه.

دلالة شعار الفيزا (Visa) : شعار الفيزا عالمي يحمل دلالات التوسع وسهولة الاستخدام على نطاق واسع ويدل على أن البنك العربي يتعاون مع مؤسسة مالية عالمية، وهذا يعكس موثوقية العرض وجودة الخدمة، ويمنح الإعلان الثقة والمصداقية وجودة الخدمة ، كما يعزز فكرة العرض الرقمي في الإعلان .

3. دلالات الضوء والظلال

استخدمت الإضاءة الدافئة في خلفية صورة الفتاه وأبرزت بعض التفاصيل في البيئة المنزلية مثل أرفف المكتبة والنباتات والإضاءة، وهذا يدل على الدفء والأمان، ويعزز فكرة الراحة المنزلية، كما يوحي بالبيئة المنزلية الطبيعية ما يخلق صلة ما بين المتلقي والصورة .

أما بالنسبة لإضاءة الشخصية الرئيسية في الإعلان " الفتاه " ، فقد تم تركيز إضاءة متوسطه عليها جعلها العنصر المحوري في الصورة، وتلسيط الضوء عليها يعكس أهميتها كرمز للمستهلك المستهدف الذي يعيش تجربة التسوق الإلكتروني بإيجابية ، وبهذه الإضاءة تلفت نظر المشاهد لها وللجوال الذي يجسد مفهوم التسوق الإلكتروني .

أما الظلال فقد استخدم ظلال خفيف وغير حاد حول الفتاه والأريكة مما خلق أجواء هادئة ومريحة ، ويدل الظلال الخفيف على واقعية الصورة وتبدو وكأنها طبيعية وقريبة من أجواء الناس اليومية، غياب الظلال القوية يشير إلى جو خال من الضغط او التوتر.

بخصوص الإضاءة في النصوص الرئيسية بضوء فهي تشبه النيون مع تباين واضح مع الخلفية الدافئة، ويدل استخدام الضوء الأزرق في النصوص على الحداثة والتقنية ما يتناسب مع فكرة التسوق الإلكتروني والتباين الذي يظهر ما بين النصوص والخلفية يجذب العين بشكل مباشر للإعلان .

أما الظل المحيط بالخلفية فتحتوي الخلفية على ظلال خفيفة وغير محددة توحى بالعمق وهذا ما يضيف للصورة ابعاداً وأكثر واقعية ، وهذا ما يعطي فصل بصري ما بين الشخصية الرئيسية والعناصر الثانوية في الخلفية ، مما يعزز التركيز .

4. دلالات العبارات والخط

عبارة " كاش باك 15% " : مكتوبة بحجم كبير ملفت تتصدر التصميم مما جعلها العنصر الأكثر بروزاً وجذباً، والنسبة 15% مكتوبة بالأرقام هذا ما جعلها واضحة وسهلة الفهم ، بينما " كاش باك " كتبت باللغة الإنجليزية، وبهذا تعكس الشمولية ورسالة دوليه وليست محلية ، هنا العبارة تحمل الدلالة المباشرة على العرض الترويجي مما يثير اهتمام عملاء البنك ويلفت انتباههم للمكافأة الملموسة .

عبارة " على التسوق أونلاين يوم الجمعة في ديسمبر " تحدد هذه العبارة السياق الزمني والمكاني، مما يعزز الإحساس أن فرصة العرض محدودة، واستخدام مصطلح " أونلاين " يشير إلى توجه العصري نحو التسويق الرقمي .

5. دلالات الخط

حجم الخط : كُتبت النص الرئيسي "15% كاش باك" بحجم كبير لأنه محور الإعلان، لضمان جذب الانتباه، فيما كتبت النصوص الثانوية بحجم الخط الأصغر لدعم الفكرة دون أن تسبب ازدحام بصري. **نوع الخط :** نوع الخط المستخدم في الإعلان واضح بسيط وذلك لتوصيل الرسالة بوضوح وسرعة.

6. دلالات الحركات والإيماءات

وضعية الجسم للفتاه : جلوس الفتاه بشكل مريح على الأريكة يعكس أجواء الراحة والاسترخاء التي نشعر بها في المنزل، وهذا يشير إلى أنه يمكن الاستفادة من العرض من المنزل دون أي مجهود، وتوجه الفتاه للأمام بميلان طفيف أثناء النظر إلى الجوال، ما يدل على الاهتمام والاندماج مع عملية التسوق الإلكتروني، ويعزز الشعور بأن العرض جذاب ويستحق الانتباه .

تعابير الوجه : تعبر إيماءات وجه الفتاه عن الهدوء، مما يعكس شعور الرضا والطمأنينة أثناء تنفيذ عملية الشراء مع العرض .

الابتسامة : الابتسامة التي ترسم على وجه الفتاه تعبر عن السعادة والرضا، مما يعطي انطباعاً إيجابياً عن التجربة التي تقدمها الخدمة البنكية، وتشير إلى تحقيق الفائدة " الكاش باك "، مما يحفز الجمهور على التفاعل مع العرض .

حركة اليدين: الفتاه تمسك الجوال بكلتا يديها، مما يعكس تركيزها واهتمامها بالتفاعل مع الجوال، ووضع اليدين في حالة استرخاء يعبر عن الراحة والسهولة في استخدام التكنولوجيا، وهذا ما يدعم فكرة "التسوق عبر الإنترنت " سلسلة وبسيطة.

بعد إجراء تحليل سيميائي للمنشور الخاص بالبنك العربي على المستويين التعييني والتضميني، يتضح أن المحتوى البصري يعزز نمط البيئة الثقافية المستوردة، مما يتناسب مع الخطاب الاستهلاكي في العالم الرقمي. خاصةً أن "الجمعة البيضاء" تُعتبر ظاهرة تسوق عالمية، والفتاة التي تظهر في الصورة تحمل ملامح أوروبية، مما لا يعكس المرأة الفلسطينية لا بصرياً ولا ثقافياً. المنشور لا يعكس البيئة والخصوصية الثقافية الفلسطينية بشكل مباشر، مما قد يؤدي إلى خلق فجوة ثقافية بين الرسالة المرئية والجمهور المحلي. من الناحية الاجتماعية، يقدم المنشور المرأة كمستهلكة رقمية تتماشى مع كل ما هو عصري، بينما تخدم العناصر البصرية العلامة التجارية للبنك العربي من حيث الحدائث والانفتاح على العالم الرقمي، لكنها لا تأخذ بعين الاعتبار الخصوصية الثقافية والاجتماعية المحلية من وجهة نظري، يُعتبر المنشور فعالاً من ناحية التسويق العصري والهوية المؤسسية، لكنه يفتقر إلى أي رمز يعكس البيئة الثقافية المحلية. لو تم استبدال الشخصية بشابة ذات ملامح فلسطينية ترتدي ملابس عصرية، أو استخدام محيط بصري يوحي بالبيئة المحلية، لكان من الممكن منح المحتوى دلالات ثقافية محلية بطابع عصري.

المنشور 3 : اطلب واستقبل مصاريك بكل سهولة من خلال ميزة "طلب الدفع" الجديدة من خدمة iBURAQ عبر تطبيق "عربي موبايل".



المنشور رقم 3 : يعرض البنك إطلاق حملة خدمة جديدة تحت اسم "iBURAQ" ميزة طلب الدفع عبر "عربي موبايل"

وصف "البوستر 1"



يُشير البوستر إلى إطلاق حملة خدمة جديدة تحت اسم "iBURAQ" ميزة طلب الدفع ، ويظهر في البوستر رجل وامرأة يرتديان " جاكيت جينز " وبيتسمان، وكلاهما يحملان هاتفاً ذكياً " الجوال " ، وتظهر حركة للأموال المتدفقة عبر استخدام تأثيرات بصرية توجي بالتحويل الفوري ، كما أن الخلفية تحتوي على أشكال هندسية مستوحاه من شعار الخدمة ، تظهر في وسط البوستر عبارة "ميزة جديدة تمت إضافتها لخدمة iBURAQ من خلال تطبيق عربي موبايل" مكتوبة بخط واضح ، وتتباين الألوان في البوستر ما بين الأزرق والأخضر والأصفر .

العناصر المرئية للبوستر:

1. دلالات الألوان:

اللون الأزرق : استخدم في الخلفية وفي العبارات وفي الملابس ، ويدل اللون الأزرق على الاستقرار والثقة وهو اللون المعتمد لدى البنك العربي لأنه يعكس الأمان والموثوقية وهذا يعزز ثقة العملاء في الخدمة الجديدة، وارتبط الأزرق بعالم الرقمنة وهذا يؤكد أن خدمة التحويلات المالية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة.

اللون الأصفر: استخدم في زخرفة التصميم والشعار الخاص بالخدمة ويرمز اللون الأصفر إلى السرعة والدينامكية مما يتناسب مع فكرة تحويل الأموال وسهولة التعامل مع التطبيق، كما يستخدم الأصفر في الإعلانات لجذب الانتباه .

اللون الأخضر: استخدم في الأموال المتحركة في التصميم ويدل الأخضر على الرخاء والاطمئنان والاستقرار المالي وهذا يعزز رسالة الإعلان أن استخدام الخدمة مضمون وآمن.

2. دلالات الأشكال والرسوم :

- الشخصيات الرئيسية : " المرأة والرجل " يقف الشخصان متجاورين ولكن بوجود زاوية ، ويتجه نظر كل منهما نحو الهاتف الذكي " الجوال " الذي بين يديه ، وهذه الوضعية تدل على مدى الانسجام والتفاعل الرقمي والسهل مع الخدمة الجديدة واختيار كلا الجنسين في الإعلان يدل على أن الخدمة متاحة للجميع والشخصيات تمثل الفئة المستهدفة من الإعلان .

- الأوراق النقدية " الرقمية " المتحركة: استخدام رمز المال " أوراق نقدية " وعليها تأثيرات ضوئية متحركة حيث ترمز هذه العلامات إلى التحويل الإلكتروني السريع كما تظهر خطوط بشكل منحنى حول الأموال تعطي شعور سهولو وانسيابية الحركة وحركة الدمج ما بين الأوراق النقدية والتأثيرات الرقمية يعزز فكرة الانتقال من المعاملات التقليدية إلى المعاملات الرقمية الحديثة .

- المربعات المتكسرة " الخلفية الرقمية " : تظهر في الخلفية وبجانب شعار الخدمة مربعات رقمية ، حيث تمثل هذه المربعات العالم الرقمي الحديث في إشارة إلى أن الخدمة قائمة على التكنولوجيا .

- دلالة تصميم الشعار " iBURAQ " : استخدم في الشعار عناصر منفصلة قد ترمز إلى الاتصال بين المستخدم والشبكة المالية ، ويشير شكل الشعار إلى التدفق المال بسلاسة وهذا يتناسب مع فكرة المعاملات المالية الرقمية التي تتم بسهولة وأمان ، والتركيب البصري للعناصر في التصميم يعكس السرعة والحدثة والرقمية وملئم لعصر التحول الرقمي في المعاملات المصرفية .

3. دلالة الضوء والظلال :

يتميز التصميم بإضاءة ساطعة وموزعة بشكل متوازن ، وهذا يجعل العناصر والأشكال واضحة وجذابة وتظهر الظلال الخفيفة مما يعطي تأثيراً مشرقاً للبوستر ، كما أضيفت التأثيرات الضوئية على الأموال المتحركة وهذا يعزز الإحساس بسرعة الانتقال ، كما توحى بالشفافية مما يتلائم مع الخدمات المالية الرقمية لتعزيز شعور الأمان فالإضاءة القوية ترتبط بالوضوح وعدم الغموض .

دلالة الظلال:

تميل بعض التصميمات الحديثة إلى استخدام الظلال الخفيفة وذلك لأنها تعكس الطابع العصري والرقمي، وفي الإعلان تم استخدامه للإشارة إلى أن الخدمة سهلة التعامل دون أي تعقيدات .

4. دلالات العبارات والخط :

العبرة "ميزة جديدة تمت إضافتها لخدمة iBURAQ من خلال تطبيق عربي موبايل": تدل هذه العبارة أن الخدمة في تطور مستمر وهذا يوحي للمستخدم بأن البنك ليس فقط يقدم خدمة بل يحدث تحديثات عليها بشكل مستمر وهذا واضح من خلال كلمة " ميزة " التي تحدث الرغبة في معرفة ماهو الجديد والاستفادة منه ، نحوياً استخدم الفعل الماضي بكلمة " تمت " لتخبر المستخدم بأن الميزة أصبحت متاحة للاستخدام لتعزيز الثقة ، وتم استخدام كلمة "iBURAQ" ليمنح الطابع العالمي مع الحفاظ على الهوية العربية للبنك من حيث أن كلمة " البراق " من الموروث الإسلامي والتي ترمز إلى السرعة ، كما استخدم حرف "i" يعزز فكرة التكنولوجيا والذي يستخدم في الكثير من المصطلحات المرتبطة بالتطور الرقمي الحديث ، بالإشارة لإمكانية استخدام الميزة داخل تطبيق " عربي موبايل " وهذا يعزز سهولة

استخدام الميزة الجديدة من خلال تطبيق مألوف لدى المستخدمين مما يشعرهم بالراحة ، العبارة توحي بأن الميزة الجديدة سهلة الاستخدام سريعة مما يجعلها جذابة للمستخدمين

5. دلالة الخط : استخدم خط واضح بسيط لسهولة الفهم وتلقي الرسالة بطريقة سلسة .

6. دلالات الحركات والإيماءات :

- دلالة (الابتسامة ، النظر إلى الهاتف) : يظهر الرجل والمرأة والابتسامة على وجوههم في الإعلان وهذا يعكس مدى الراحة والرضى والثقة للميزة الجديدة، النظر إلى الهاتف : وترمز إلى عنصر الجذب وتوحي بالانسجام وسهولة استخدام الخدمة .

- دلالة الوقوف بشكل متوازي : قد تشير هذه الوقفة إلى الاستقلالية وأن كل شخص يمكن استخدام هذه الخدمة بمفرده دون المساعدة وهذا ويوحي بأن التحويل المالي يتم بسرعة وسهولة دون الحاجة إلى أي تفاعل شخصي مباشر بين الأفراد مما يعكس التحويل المالي الرقمي في المعاملات المالية لدى البنك .

- دلالة الزاوية الطفيفة في الوقوف: تعكس بوجود الانسجام بين المستخدم وبين الخدمة عن طريق " التواصل الرقمي " الغير مباشر .

- دلالة حركة اليدين والإمساك بالهاتف : تدل على سهولة الاستخدام للخدمة وتعزز فكرة التحويل المالي الرقمي.

الإيماءات والحركات في الإعلان تعكس الرسالة الضمنية أن الخدمة الجديدة آمنة سريعة سهلة وتعزز التحويل المالي الرقمي في المعاملات البنكية .

وصف البوستر رقم " 2 "



يتوسط البوستر الثاني من الإعلان الهاتف الذكي " الجوال " وهو يعرض تطبيق البنك العربي، كما تظهر الرموز البصرية من الأوراق النقدية والتي تتحرك إلى خارج الهاتف ويتوسط الإعلان من الأعلى عبارة " ماتنسى مصارك عند أي حدا! اطلبهم بكل بساطة من خلال ميزة "طلب الدفع" الجديدة " ، ويوجد شعار الخدمة بحجم كبير يلتف حول الهاتف ، ويسود اللون الأزرق على الإعلان وتوجد ألوان ثانوية مثل الأخضر والبرتقالية ، عناصر بصرية رقمية تعبر عن وظيفة الخدمة المعن عنها بشكل مباشر .

العناصر المرئية :

1. دلالات الألوان

اللون الأزرق الداكن : استخدم في الخلفية وفي الشعار الذي يحتضن الهاتف الذكي " الجوال " وفي دلالة اللون الأزرق العامة يرمز إلى الأمان والاستقرار وهي قيم أساسية في القطاع المصرفي وهنا يدل استخدامه على الحداثة والخدمات الرقمية على اعتبار أن اللون الأزرق يرتبط بالتكنولوجيا .

دلالة اللون البرتقالي : استخدم كتأثيرات ضوئية في الإعلان حيث يرمز إلى الطاقة والإبداع الديناميكية، وتم استخدامه في الإعلان التسويقي لتعزيز حركة الاموال بسهولة و سرعة.

2. دلالات الاشكال والرسوم :

- الهاتف الذكي " الجوال " : يظهر الجوال بشكل مائل ومحاط بتأثيرات بصرية متحركة والذي يمثل التكنولوجيا الحديثة والذي من خلاله سيتم استخدام الخدمة الرقمية الحديثة عبر تطبيق البنك العربي الذي يظهر مفتوحاً على شاشة الهاتف الذكي مما يعزز فكرة الراحة والسهولة في الاستخدام ، وتدل وضعية الهاتف المائلة على الجاهزية للاستخدام وهذا يشد المستخدم لسهولة الخدمة، وعلى الحيوية والسرعة وكأن هناك تفاعلاً فورياً مع التطبيق ، والرسالة أن المعاملات المالية تتم بسهولة في اي زمان ومكان .
- الاوراق المالية المتطايرة خارج الهاتف : صممت في هذا البوستر لتشير إلى أن المعاملات المالية والتحويلات النقدية سريعة عند استخدام الميزة الجديدة من الخدمة .
- الخطوط المنحنية " البرتقالية " : صممت في هذا البوستر وكأنها تشبه سرعة الرياح لإيصال شعور الحركة السريعة في التوصيل .

- المربعات الزرقاء " الخلفية " : استخدمت المربعات الزرقاء في الدلالة العامة تمثل البيانات الرقمية وفي البوستر للتدل على التحول الرقمي الذي يعتمده البنك لتعزيز فكرة الخدمات المصرفية الرقمية الحديثة .

3. دلالات الضوء والظلال :

الإضاءة الساطعة التي تجيب الهاتف الذكي تدل على الحداثة والتطور التقني مما يعكس الابتكار الجديد في الخدمة كما قوة الإضاءة تعني بأنها واضحة وسهلة الاستخدام مما يعزز تجربة المستخدم السهلة المريحة والشفافة .

دلالة الظل : عدم وجود ظل واضح في الإعلان يدل على عدم وجود اي عوائق او عراقيل بالخدمة مما يعكس سرعة وسهولة الاستخدام .

4. دلالات العبارات والخط :

عبارة " ماتنسى مصاريك عند اي حدا! اطلبهم بكل بساطة من خلال ميزة "طلب الدفع" الجديدة " : تم استخدام اللهجة العامية ليكون الإعلان اقرب للجمهور وكأنه يخاطب كل فرد بشكل مباشر ويعكس اسلوب الودية ، استخدام كلمة بساطة تعكس سهولة الخدمة وكلمة اطلبهم تحفز المستخدم لأخذ القرار بسرعة وفي نهاية العبارة كلمة " جديدة " يجذب الانتباه للخدمة .

دلالة الخط : استخدم خط واضح حديث يعكس الطابع الرقمي سهل القراءة مما يتناسب مع الخدمة الرقمية الحديثة .

يتضح أن العناصر البصرية اجتمعت في الإعلان لترويج لخدمة مصرفية رقمية جديدة سهلة وسريعة الاستخدام .

بعد إجراء تحليل سيميائي للمنشور الخاص بالبنك العربي على المستويين التعييني والتضميني، يتضح أن المحتوى البصري يتميز بتصميم متناسق يعكس مفهوم الرقمية المصرفية في التسويق. إلا أنه، يظهر بوضوح ضعف في تجسيد الثقافة الفلسطينية، حيث يعتمد المحتوى البصري على نمط عالمي لا يعكس الخصوصية الثقافية للمجتمع المستهدف، ولا توجد أي إشارات بصرية تعبر عن الهوية المحلية. يمكن تصنيف هذا الشكل ضمن نماذج التسويق الغربي الشائعة. أما على المستوى الاجتماعي، يقدم المنشور صورة للمساواة بين الجنسين، مما يعكس الحداثة، لكنه يتجاهل واقع المجتمع الذي يتفاعل مع الخدمات المصرفية الرقمية في السياق الاقتصادي. من ناحية العناصر البصرية المستخدمة، استطاعت أن تعكس

هوية العلامة التجارية، لكن من وجهة نظري، كان من الأفضل دمج عناصر بصرية تعبر عن الواقع الفلسطيني، وذلك لتحقيق توازن بين مواكبة الحداثة والرقمية والانتماء الوطني .

الخلاصة

أظهرت نتائج التحليل السيميائي للمحتوى البصري للبنك العربي على منصة "فيس بوك" أنه تم استخدام العناصر البصرية المناسبة لتعزيز الصورة المؤسسية وبناء العلامة التجارية الرقمية. كما كشفت النتائج عن تنوع المنشورات الرقمية، التي شملت محتوى ترويجي وخدمي، بالإضافة إلى حملات تركز على الجوانب الاجتماعية والإنسانية. كما تم توظيف تقنيات حديثة تتماشى مع عصر الرقمنة، مثل المنشورات الإنفوجرافية والجريك، لجذب انتباه المشاهد نحو كل ما هو مبتكر وجديد. وقد ساهم استخدام هذه التقنيات الحديثة في تنوع العناصر البصرية، مما رفع من قيمة العلامة التجارية. أظهرت النتائج أن استخدام العناصر البصرية الملائمة من قبل البنك ساهم في ترسيخ مفهوم الثقة لدى العملاء وتعزيز المهنية والطابع الرسمي للمؤسسة المصرفية، وقد خلصت الدراسة إلى أن العناصر البصرية، مثل الألوان والرموز والشخصيات والأشكال، قد تم استخدامها لنقل رسائل تتعلق بالمهنية والثقة والابتكار ومواكبة الحداثة في العلامة التجارية. كما أظهر النتائج أن العناصر البصرية الأساسية تشمل الألوان المؤسسية والصور التي تعكس خدمات البنك وقيمها، وقد أظهر التحليل السيميائي في الدراسة أن المدلولات السيميائية لكل عنصر في المحتوى البصري يؤكد ملاءمة مع العلامة التجارية وتوجهاتها.

References

- 'Alī, S. R. (2020). al-Taḥlīl al-Sīmūlūjī li-Khiṭāb al-l'ānāt al-Khidmiyya: Dirāṣah Taḥlīliyya bi-al-Taṭbīq 'alā Ḥamlat 100 Milyūn Ṣiḥḥa. *al-Majallah al-Miṣriyya li-Buḥūth al-Ittiṣāl al-Jamāhīrī*, 179-205.
- Adway, A. (2024). *Aesthetics of Production in Digital Platforms*. Istanbul: Dar Almultaqaq lilnashr.
- al-'Arabāwī, A. (2015). Rūlān Bārt wa-Sīmīyā'īyyāt al-Ṣūrah al-Ishhāriyya. *Majallat Iqūnāt*, 50-69.
- al-Bank al-'Arabī. (2024). *al-Bank al-'Arabī*. Retrieved from Lamḥat al-Bank: <https://www.arabbank.ps/ar>
- Alī, R. Ḥ. (2022). *Tawzīf al-Jāmi'āt al-Filasṭīniyya li-al-Muḥtawā al-Baṣarī 'Abra Manāṣṣāt al-Tawāṣul al-Ijtīmā'ī biḥadaf Ta'zīz al-Huwiyya al-Mu'assasiyya: Taḥlīl Sīmīyā'ī*. Rām Allāh: Risālat Māgjistīr, al-Jāmi'a al-'Arabiyya al-Amrīkiyya.
- Allawati, a. n. (2021). Altaḥlīl alsīmiulujiu lisuar jayihat kwruna fi almawaqie al'iikhbaria "dirasat muqaranat bayn mawqieay DW al'almanii waFrance 24 alfaransii fi nuskhathimaalnaatiqat bialearabiati. *Majalat albuḥuth al'iielamiati*, 1704-1764.
- al-Zuhrānī, M. (2021). al-Sīmīyā'īyya wa-al-Taṣmīm al-Baṣarī al-Raqmī. *Majallat al-Buḥūth fi Majālāt al-Tarbiyya al-Naw'iyya*.
- Al-Zuhrī, M. (2017). al-Dawr al-Ittiṣālī li-al-'Alāmah al-Tijāriyya lil-Sharikāt al-Iqtisādiyya al-Duwaliyya al-'Āmilah fi Miṣr "Taḥlīl Sīmīyā'ī". *al-Majallah al-'Ilmiyya li-Buḥūth al-'Alāqāt al-'Āmmah wa-al-l'ām*, 1-50.
- Hussein, S. M. (1983). *Taḥlīl al-Muḍmūn bayna al-Nazariyya wa-al-Taṭbī*. al-Qāhirah: Ālam al-Kutub.

- Ismā'īl, M. F. (2018). al-Sīmūlūjyā wa-Istikhdāmātuhā fī Majāl al-I'lām. *Majallat al-Ādāb wa-al-'Ulūm al-Insāniyya*.
- Mabrūk, M. '.-R. (2017). Dirāsāt al-Sīmiyā'iyya fī al-Dars al-Naqdī al-Mu'āšir 'inda Rūlān Bārt. *Majallat al-Funūn al-Masraḥiyya*.
- Rabhi Alian, O. G. (2014). *Manāhij wa-asālib al-baḥth al-'ilmī al-naẓariyya wa-al-taṭbīq*. Amman: Dār Ṣafā' lil-Nashr wa-al-Tawzī.
- Rabī, Ḥ. M. (2017). Sīmiyā'iyyat al-Ṣūrah fī al-Khiṭāb al-Ṣaḥafī li-al-Tanzīmāt al-Mutaṭarrifa. *Majallat al-Buḥūth al-I'lāmiyya*.