



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي



قسم اللغة والأدب العربي

كلية الآداب واللغات

# التشكيل اللغوي في الخطاب الإشهاري: نماذج من إشهارات التلفزيون الجزائري

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في اللغة والأدب العربي  
تخصص: لسانيات عامة

إشراف الأستاذ:

د. محمد العربي خضير

إعداد الطالبات:

- آمال العماري

- إكرام نيباب

- عاتكة عيادة

الموسم الجامعي:

1444-1445هـ / 2023-2024م



# شكر وعرفان

نشكر جزيل الشكر كل من أسهم في هذا العمل من أساتذة وزملاء،

ونخص الأستاذ المشرف الدكتور خضير محمد العربي، وذلك جزاء صبره

وتحملة عناء التوجيه للعمل وتقييمه لنا . والشكر موصول إلى الأستاذ الدكتور

ملك جوادي نظير مساعدته وتوجيهاته القيمة .



## إهداء

الحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية ومذكرتنا كثرمة للجهد

وللنجاح،

إلى أبي الغالي... دوماً.

إلى أمي العزيزة... حبا وصونا

إلى رفيق الدرب، وشريك الحياة، وصديق الأيام جميعا بمرها وحلوها زوجي

الغالي.

إلى إخوتي... وأسرتي... وإلى كل من يعرفني وساندني.

إلى زينة حياتي وبهجتها، إلى الابتسامات التي تغدق علي بالأمل

أبنائي الأعزاء:

ولاء، لمين، فيراس، الصهيب.

آمال العماري



## إهداء

إن الحياة لا تزهر ألوانها ولا تتفتح أزهارها إلا بالعائلة، إلى زهرة شبابي ومصدر قوتي وثباتي وإلى جنود الخفاء في حياتي أبي وأمي، لطالما رغبا أن ينظروا إلى أبناءهم بفخر واعتزاز ولا يكون هذا إلا نتاج سهر وكبد وجهد وتعب، إلى شمعتنا بصيرتي ومضيئنا دربي أحق بأن تهدي لهما الحياة و ذلك أقل ما يهدى، إلى سندي وصديقي وعضدي الذي لا يميل أخي الحبيب سفيان، لطالما كان الداعم والمساند الأول في حياتي ومسيرة دراستي، وكم يتعب معي كثيرا، إلى أخواتي وأخي الصغير طيب القلب ونقي الفؤاد، إلى خالي البشير رحمه الله الذي لطالما كان السائل والمهتم لدراستي ويسألني عنها، و خالي عبد الله المحفز الأول الذي يقول دوما لي: دكتورة إكرام وأنا لم أبلغ الدكتوراه بعد، إلى خالي مصطفى صاحب الوجه البشوش والقلب الطيب. إلى أعمامي، عماتي وخالاتي، عائلتي وأحبيتي في كل مكان وصديقاتي، إلى كل معلم ومعلمة وكل مربي ومربية درسوني ولم يخلوا علي بحرف واحد أساتذتي وأستاذاتي، الأكارم جزاكم الله عني كل خير، كل باسمه ومقامه أقدم هذا العمل لكم وإن كان أقل ما يهدى لكم، حفظكم الله جميعا.

إكرام ذياب



إهداء

إلى تلك المرأة العظيمة

أهدي هذه المذكرة إليك:

أمي وقرّة عيني

عائكة عيادة



## الملخص:

هدفت الدراسة إلى دراسة التشكيل اللغوي للخطاب الإشهاري من خلال تحليل نماذج من إشارات التلفزيون الجزائري حسب وظائف اللغة عند رومان جاكبسون. وقد عرضنا في الفصل الأول أسسا نظرية عن حول الإشهار وأنواعه وأهميته، ثم حللنا في الفصل الثاني نماذج من الإشهارات، معتمدين على المنهج الوصفي والتحليلي وكذلك السيميائي. وخلصنا إلى أنّ التشكيل اللغوي للخطاب الإشهاري تنوع حسب الفئة المستهدفة من عربية فصيحة إلى لهجات محلية، إضافة إلى حضور اللغات الأجنبية، وأنّ هذا التشكيل تجلت فيه وظائف اللغة خاصة الندائية والإخبارية والجمالية. وكننتيجة عامة، تتمتع اللغة في الخطاب الإشهاري بأهمية كبيرة في ترويج السلع.

**الكلمات المفتاحية:** الإشهار؛ الخطاب الإشهاري، التشكيل اللغوي؛ وظائف اللغة،

التلفزيون الجزائري.

## Abstract

The present study aimed to investigate the linguistic structure of advertising discourse by analyzing samples of Algerian TV ads according to Roman Jakobson's language functions. In the first chapter, we presented theoretical foundations on advertising, its types, and its importance. In the second chapter, we analyzed samples of advertisements using descriptive, analytical, and semiotic methods. We concluded that the linguistic structure of advertising discourse varies according to the target audience, from standardized Arabic, local dialects to foreign languages. This structure showed language functions, particularly the conative, referential, and poetic functions. In general, the advertising discourse language plays a significant role in promoting products.

**Keywords:** advertising, advertising discourse, linguistic structure, language functions, Algerian TV.

# مقدمة

يعد الإشهار من أنجح الاستراتيجيات التسويقية ذات الأهمية البالغة في جذب الجماهير، وتسويق السلع والمنتجات التجارية على اختلاف المؤسسات والمنظمات. مما يسهم في رفع الاقتصاد وغير ذلك، لذا كان لزاماً أن يؤسس الخطاب الإشهاري وفق بناء لغوي مميز عن غيره من الخطابات والنصوص وذلك باستثمار الإشارات والألوان والصور والحركات والمشاهدة والكتابة، لينتج في الأخير تشكيلاً لغوياً في قالب يؤثر في الجماهير، ويحظى بالقبول، ونظراً لأهمية البالغة في الساحة الإعلامية، كرس له فئات ومؤسسات خاصة لإنتاجه بصورة تستقطب المستهلك.

ومن هنا نطرح الإشكال الآتي: ما تأثير التشكيل اللغوي في الوظيفة الإبلاغية؟ وتأثير الخطاب الإشهاري من خلال نماذج من إشهار التلفزيون الجزائري وما صور وأنماط هذا التشكيل من حيث الازدواجية والثنائية بين الكتابية والشفافية؟

- ما مفهوم الخطاب الإشهاري؟

- ما وظيفة التشكيل اللغوي في الخطاب الإشهاري؟

- أين تتجلى وظائف اللغة عند رومان جاكسون في الخطاب الإشهاري من خلال نموذج في الإشهار الجزائري؟

ومن أسباب اختيارنا لهذا الموضوع فنذكر:

- إبراز دور الإشهار في ترويج المنتج.

- معرفة أهمية ووظيفة قالب اللغوي وتشكيل الخطاب الإشهاري النموذجي.

- ترويج مزايا المنتج في وقت وجيز باستعمال الإشارة والصورة والكتابات.

- اختيار الإشهار التلفزيوني عن غيره من الإشهارات الأخرى (الإذاعي، السينمائي...)، نظراً لأهميته في الساحة الإعلامية، ونظراً لأنه يجمع بين الصورة والصوت والكتابة.

- إبراز أهمية التشكيل اللغوي في خطاب من الحياة اليومية (الإشهار).

أما بخصوص منهج الدراسة، فكان بين منهجين: الوصفي والتحليلي إذا اختص المنهج الوصفي بالفعل الأول، حيث عمدنا إلى تأسيس وإحاطة نظرية وشرح للموضوع. أما المبحث الأول؛ فقد تطرقنا فيه إلى ثلاثة مطالب: لغة المشاهدة ولغة الإشارة ولغة الكتابة، عرجنا فيها إلى تعريفات لغوية واصطلاحية. وبالنسبة للمبحث الثاني، فقد تم فيه تعريف الإشهار لغة واصطلاحاً، وعنوانه ووظائفه وخصائصه، وهذا لارتباط الجانب النظري للموضوع

بالجانب التطبيقي. أما الفصل الثاني، فقد اعتمدنا على المنهج التحليلي لدراسة الظاهرة والتشكيل اللغوي في نماذج من الإشهارات المعروضة في التلفزيون الجزائري وفق وظائف رومان جاكسون (الوظيفة الندائية، الوظيفة الإخبارية، الوظيفة المرجعية، الوظيفة الجمالية). وبخصوص الدراسات السابقة في هذا الموضوع، نذكر دراسة ميدانية من الجزائر العاصمة 2015 جامعة إبراهيم سلطان شيبوط، أطروحة دكتوراه، "دراسة الحجاجية للخطاب الإشهاري في الصحافة الجزائرية بجريدة الشروق اليومي أنموذجا جامعة أبو القاسم سعد الله الجزائر العاصمة".

- أما عن المقالات، فمنها مقال تحت عنوان "جماليات المكان في الإشهاري بالقنوات التلفزيونية الجزائرية" من جامعة الصديق بن يحيى جامعة جيجل.
- وقد اعتمدنا على مجموعة من المصادر والمراجع أهمها:
- الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية جاسم رمضان الهلالي.
  - اللغة والاقتصاد، فلوريان كورماس ترجمة أحمد عوض.
  - الإشهار والمجتمع، بيزنار كاتولا ترجمة سعيد بنكراد.
  - الإعلان منى الحديدي.
- وغيرها من المصادر والمراجع.
- وقد واجهتنا بعض من الصعوبات من بينها:
- صعوبة تحديد المصطلح بدقة، فالإشهار هناك من يطلق عليه مصطلح الإعلان.
  - تزامن عمل المذكرة مع بقية البحوث في المقاييس الأخرى.
  - كثرة الإشهارات التلفزيون مما يستدعي دقة في اختيار النماذج.
  - صعوبة الحصول على مراجع ورقية، أو حتى إلكترونية بعنوان الإشهار.

## الفصل الأول:

التواصل والخطاب الإشهاري: مفاهيم عامة

### تمهيد الفصل:

إذا كانت وظيفة اللغة تتجاوز مجرد التواصل إلى بلوغ درجة مقبولة من الإقناع والتأثير في المتلقي، فإن الخطابات الأكثر تأثيراً ولفناً للانتباه تستثمر أكثر من أداة تواصلية، فتتجاوز بذلك الاكتفاء بالمشافهة إلى الاستخدام الإشاري، واستثمار فنون ورموز الكتابة. ويكون هذا ضمن تشكيل خاصّ تجتمع فيه تلك الآليات قصد صناعة التأثير، وإبطال المعنى بأكثر من سبيل. كما يتفاوت هذا الأمر من خطاب إلى آخر، ومن فن إلى آخر. ولتقديم المفاهيم والتعريفات الخاصة بجزئيات هذا التشكيل تناسبا مع دراستنا للخطاب الإشهاري، نعلم في هذا البحث إلى تعريف كلّ من المشافهة والإشارة والكتابة، وهي تتدرج ضمن المصطلح البلاغي العام والمعروف بـ"البيان"، وقد سميت تحديداً في مباحثه بأدوات البيان كما أورد ذلك الجاحظ. بناء على هذا، يتضمن الفصل دراسة في المفاهيم والأسس النظرية للغة والتواصل، والخطاب ثم الإشهار وما يتعلق به من ماهية وأهمية ووظائف.



أما عند المحدثين، "فقد عرفها مجاور بأنها ذلك الكلام المنطوق الذي يعبر به الفرد عما يجول في نفسه، وما يزخر به عقله من رؤى أو فكر، وما يريد أن يزود به غيره من معلومات، أو نحو ذلك بطلاقة وانسياب، مع صحة في التعبير وسلامة في الأداء"<sup>1</sup>؛ فالمشافهة تقوم على إعمال الفكر والعقل وترجمة ما يدور في الذهن إلى كلمات وألفاظ منطوقة.

ويعرفه يونس والناقة: "بأنه فن نقل المعتقدات والمشاعر والأحاسيس والمعلومات، والمعارف والخبرات والآراء من شخص إلى آخر، ويعرفه يوسف أبو مغلي: بأنه تدفق الكلام على اللسان، فيصور ما يحس به، أو ما يفكر به، أو ما يريد أن يسأل أو يستوضح عنه عن طريق اللسان"<sup>2</sup>. ومن هنا نخلص إلى أن الكلام المنطوق أو المشافهة نوعان: خبر وإنشاء يندرج تحته السؤال والتعجب باستخدام أعضاء النطق.

وبناء على ما سبق، فإن المشافهة تكون في مجالات مختلفة، وسياقات متعددة كالخطابات والمناظرات، والمحاضرات، بالإضافة إلى المجال الإعلامي، مثل: النشرة الإخبارية، والفواصل الإشهارية التي تستخدم فيها لغة المشافهة مع ما يصاحبها من إشارات وإيماءات، وهو ما يطلق عليه لغة الإشارة.

## 1-2- الإشارة

### أ- الإشارة لغة:

جاء في معجم لسان العرب لابن منظور: "وأشار الرجل يشير إشارة إذا أوماً بيديه.

ويقال: شورت إليه بيدي وأشرت إليه أي لوحته إليه وألحت أيضاً. وأشار إليه باليد: أوماً"<sup>3</sup>.

### ب- الإشارة اصطلاحاً:

يقول الله عز وجل في محكم تنزيله: ﴿ فَأَشَارَتْ إِلَيْهِ ۗ قَالُوا كَيْفَ نُكَلِّمُ مَنْ كَانَ فِي الْمَهْدِ صَبِيًّا ۗ ﴾<sup>4</sup>، فهذا دليل على أن الإشارات يتواضع عليها ويتفق عليها بين الناس. كما أن اللغة كذلك ويقول الجاحظ: "فأما الإشارة باليد وبالرأس وبالعين والحاجب والمنكب إذا تباعد

1 - محمد علي الصويكري، التعبير الشفوي، دار ومكتبة الكندي، الأردن، ط1، 2014، ص23.

2- محمد علي الصويكري، المرجع نفسه، ص23.

3- ابن منظور، لسان العرب، نشر أدب الحوزة، إيران، 1985، دط، م4، مادة شور، ص437.

4- سورة مريم، الآية29.

الشخصان، وبالثواب والسيف. وقد يتهدد رافع السوط والسيف، فيكون ذلك زاجرا رادعا ويكون وعيدا وتحذيرا. والإشارة واللفظ شريكان، ونعم العون هي له ونعم الترجمان هي عنه وما أكثر ما تنوب عن اللفظ وما تعني عن الخط. وبعد فهل تعدو الإشارة أن تكون ذات صورة معروفة وجلية مرصوفة على اختلاف في طبقاتها ودلالاتها. وفي الإشارة بالطرف والحاجب وغير ذلك من الجوارح مرفق كبير ومعونة حاضرة في أمور يسترها عن الناس من بعض ويخفونها من الجليس وغير الجليس. ولولا الإشارة لم يفهم الناس معنى خاص الخاص ولجهلوا هذا الباب البتة. ولولا أن تفسير هذه الكلمة يدخل في باب صناعة الكلام لفسرتها لكم. ولقد قال الشاعر في دلالات الإشارة من البسيط

العين تبدي الذي في نفس صاحبها \*\*\* من المحبة أو بغض إذا كانا

والعين تنطق والأفواه صامتة \*\*\* حتى ترى من ضمير القلب تبيانا

هذا ومبلغ الإشارة أبعد من مبلغ الصوت<sup>1</sup>. فقد تعني الإشارة في كثير من الأحيان وعديد المواقف عن كثير الملفوظ أو المكتوب، وقد تنتوع المواقف والسياقات والمقامات، وتختلف باختلاف المقاصد والغايات وتعد لغة الإشارة أحد الأساليب التي يتعلمها المتكلم لإقناع المتلقي والتأثير فيه وجلب انتباهه، كما أنها وسيلة للتواصل في الأمور الخاصة والعامة.

ونجد عدة تعاريف بخصوص هذا النوع من التواصل حسب انتماءات الباحثين النظرية، ومستوى الاهتمامات، فأغلب الدارسين يستعملون هذا المصطلح "التواصل غير اللفظي" للدلالة على التعابير اللغوية المصاحبة، والحركات الجسدية كوضعية الجسم ووجهته، الإشارات، اتصال العين، الزمن، اتصال الجسم والتعابير الوجهية أثناء التفاعلات اليومية<sup>2</sup>.

نرى أن هناك تنوع مصطلحي أو تعدد في استخدام المصطلحات؛ فهناك من يطلق على لغة الإشارة التواصل غير اللفظي، وهو ما يصاحب لغة المشافهة أو يكون خلوا منها.

<sup>1</sup> - الجاحظ، البيان والتبين، تح: درويش جويدي، المكتبة العصرية، صيدا بيروت، ج1، ص14.

<sup>2</sup> - يوسف تغزاوي، استراتيجيات تدريس التواصل باللغة مقارنة لسانية تطبيقية، عالم الكتب الحديث، إريد، الأردن، ط1، 2015، ص29.

يرى كاندن (kandon1981): "أن العديد من المحللين يميلون إلى التركيز على الدور الذي تقوم به تلك الحركات في إقامة التواصل والاحتفاظ بعملية التفاعل البيئي، بين المشاركين في تقديم بعضهم البعض بشكل طبيعي"<sup>1</sup>. حركات الجسد: تستعمل كل لغة وثقافة لغة الجسد أو ما يسمى بالحركات الجسمية بشكل إبداعى، بل بطرق تفسيرية واضحة، يقول شكسبير: كان هناك خطاب لدى بكمهم وكانت هناك لغة في كل حركاتهم. فكل الثقافات عبر التاريخ البشري كانت تعتمد على الحركات الجسدية لنقل رسائل مهمة، في هذا الصدد تجد كتبا مثل: طرق متعددة الثقافات (multiculturalism) تعرض قضايا المرح، لكن بنوع من الحكمة المثيرة خصوصاً فيما يتعلق باستعمال الحركات الجسدية في شمال أمريكا وثقافات أخرى. ونجد اليوم في كل كتاب في التواصل يفسر كيف يمكننا أن نتواصل أولاً نتواصل.....، ومهما كان هذا الأمر عالمياً، فإن هناك متغير التقاطع الثقافي، والتقاطع اللغوي الكبير في التفسيرات المحددة للحركات..."<sup>2</sup>.

مما تجدر الإشارة إليه، أن هاته الإشارات وغيرها يتفق عليها مجموعة من الناس؛ فلا يمكن أن يتم التواصل فيما بينهم بلغة مخالفة لذلك المجتمع أو لتلك الأمة، وقد تتطور وتتغير لغة الإشارة بتطور الزمن وبحسب حاجة الفرد والمجتمع والموقف، وقد تستعمل لغة الإشارة لفئات خاصة من المجتمع كفئة الصم البكم، ومع تطوّر العلوم فقد خصّص لهاته الفئة خبراء وباحثين للتواصل معهم، واستخدامها في التدريس وغيرها من المجالات العلمية الأخرى.

### 1-3- لغة الكتابة:

#### أ- الكتابة لغة:

جاء في معجم مقاييس اللغة لابن فارس: "الكاف والتاء والباء أصل صحيح واحد يدل على جمع شيء إلى شيء، من ذلك الكتابة، يقال كتبت الكتاب أكتبه كتباً"<sup>3</sup>. فالكتابة هي الجمع والضم؛ أي جمع شيء وضم بعضه لبعض من ذلك الكتاب الذي يجمع بين دفتيه الأوراق، والكتابة هي جمع وضم الحروف بعضها لبعض لنتج لنا الكلمات.

<sup>1</sup> - يوسف تغزاوي، المرجع نفسه، ص 29.

<sup>2</sup> - يوسف تغزاوي، المرجع نفسه، ص 30.

<sup>3</sup> - ابن فارس، مقاييس اللغة، تح: عبد السلام محمد هارون، دار الجبل، بيروت، لبنان، 1991، ط 1، ج 5، مادة كتب

أما في معجم لسان العرب لابن منظور: "كتب الشيء يكتبه كتباً وكتابة وكتبه: خطه، قيل: كتبه خطه، واكتبه: استملاه، وكذلك استكتبه، اكتبته: كتبه واكتبه: كتبه وفي التنزيل العزيز: ﴿ وَقَالُوا أَسَاطِيرُ الْأَوَّلِينَ اكْتَتَبَهَا فَهِيَ تُمْلَى عَلَيْهِ بُكْرَةً وَأَصِيلًا ﴾؛ أي: استكتبها<sup>1</sup>. فالكتابة هي الخط، نحو كتبت الشيء أي خططته، ومنه السطر والرسم. وجاء في معجم الوسيط: "كتب) الكتاب. كتاباً، وكتباً وكتابة: خطه، فهو كاتب. (ج) كتابٌ، وكتبه، ويقال: كتب الكتاب: عقد النكاح"<sup>2</sup>.

### ب- الكتابة اصطلاحاً:

يقول ابن خلدون: "وهو رسوم وأشكال حرفية تدل على الكلمات المسموعة الدالة على ما في النفس، فهو ثاني رتبة عن الدلالة اللغوية، وهو صناعة شريفة، إذ الكتابة من خواص الإنسان التي يميز بها عن الحيوان، وأيضاً فهي تطلع على ما في الضمائر وتتأدى بها الأغراض إلى البلد البعيد، فتقضي الحاجات، وقد دفعت مؤونة المباشرة لها، ويطلع بها على العلوم والمعارف وصحف الأولين، وما كتبوه في علومهم وأخبارهم، فهي شريفة بجميع هذه الوجوه والمنافع"<sup>3</sup>.

فالكتابة تكتسب بالتعلم، على عكس النطق الذي هو ملكة فطرية. والكتابة هي عبارة عن رسوم وأشكال يعبر بها عما في الذهن، فالكتابة هي ترتيب تلك الألفاظ والحروف في نفس الإنسان قبل أن يترجمها إلى أصوات منطوقة، ثم يعمل على صياغتها على شكل حروف وكلمات. وهي ترجمان لما في النفس البشرية، لقضاء العديد من الحوائج والأغراض، كالتعبير عما في النفس من مشاعر وأفكار، وتدوين العلوم، ومراسلة الغائبين عنا في البلدان البعيدة. وهي تشريف للإنسان عن باقي المخلوقات الأخرى.

ويقول رشدي طعمية في كتابه المهارات اللغوية: "الكتابة كالقراءة نشاط اتصالي ينتمي للمهارات المكتوبة، وهي مع الكلام نشاط اتصالي ينتمي إلى المهارات الإنتاجية. وإذا كانت القراءة عملية يقوم الفرد فيها بفك الرموز (decoding) وتحويل الرسالة من نص مطبوع

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، عامر أحمد حيدر، دار الكتب العلمية، لبنان، 2003، ط1، مادة كتب.

<sup>2</sup> مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر، 2008، ط4، مادة كتب.

<sup>3</sup> عبد الرحمن بن خلدون، المقدمة، دار الكتب العلمية، 1993، ط1، ص328.

إلى خطاب شفوي إلى نص مطبوع، إنها تركيب للرموز (encoding) بهدف توصيل رسالة إلى قارئ يبعد عن الكاتب مكاناً وزماناً<sup>1</sup>.

الكتابة هي تحويل أفكار الإنسان وتصويراته وذلك عن طريق عملية تبدأ بالذهن، ثم تنتهي بخط تلك الأفكار على شكل رموز وأشكال وهي الحروف، وهذا بغية إيصال تلك الأفكار، وهي وسيلة وقدرة لغوية يستطيع بها الإنسان تحويل وترجمة أفكاره وما في ذهنه إلى نص مكتوب.

وجاء في كتاب الكتابة العربية مهاراتها وفنونها "يقصد بها: رسم الحروف وكتابتها بشكل واضح، بحيث يسمح للقارئ التعرف عليها وفهم مدلولاتها ومضامينها. ذلك أننا عندما نكتب نستعمل رموز كتابية، هي الحروف الهجائية التي ترتبط بالأصوات التي نصدرها عندما نتكلم"<sup>2</sup>. فالكتابة هي خط رموز ونقوش متفق عليها في لغة ما بشكل جلي وواضح، بحيث يستطيع القارئ فهمها والتعرف عليها، وهذه الرموز هي الحروف الهجائية التي هي ترجمة لأصوات يقولها المتكلم للتعبير عما يريد، وهذه الأصوات تخط في الأوراق على شكل كتابة.

يرى الباحث عبد الحميد بوترة أن الكتابة هي عبارة عن "الرمز الذي استطاع به الإنسان أن يضع أمام الآخرين فكره وتفكيره، وعقله وروحه واتجاهاته وآراءه وإحساساته ووجدانه وعواطفه وانفعالاته ليفيد منها غيره"<sup>3</sup>.

إذن الكتابة هي تجسيد ما بداخلنا من أفكار ومشاعر وعواطف في شكل صورة على الورق عن طريق الخط، لحفظ العلوم والأخبار والأقوال المأثورة والقصص والروايات وتدوينها حتى نستفيد ونفيد بها أجيالاً وأجيالاً.

<sup>1</sup> - رشدي أحمد طعمية، المهارات اللغوية مستوياتها تدريسيها صعوباتها، دار الفكر العربي، سلطنة عمان، 2004، ط1، ص189.

<sup>2</sup> - محمد رجب النجار وآخرون، الكتابة العربية مهاراتها وفنونها، مكتبة دار العروبة للنشر والتوزيع، الكويت، 2001، ط1، ص14-15.

<sup>3</sup> - عبد الحميد بوترة، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار سامي، الجزائر، 2022، ط1، ص37.

2- الخطاب الإشهاري:

2-1- تعريف الإشهار:

أ- الإشهار لغة:

جاء في معجم مقاييس اللغة لابن فارس أن الإشهار هو: "الشين والهاء والراء أصل صحيح يدل على الوضوح في الأمر وإضاءة. والشهرة وضوح الأمر وقد شهر فلان في الناس بكذا فهو مشهور"<sup>1</sup>.

فالإشهار هو الشهرة والذيع، وهو وضوح الشيء وإضاءته، ومن ذلك نقول: فلان مشهور لذيع صيته.

أما في لسان العرب لابن منظور: "الشهرة ظهور الشيء في شئ حتى يشهره الناس. وفي الحديث: (مَنْ لَبَسَ ثَوْبَ شُهْرَةٍ فِي الدُّنْيَا أَلْبَسَهُ اللَّهُ ثَوْبَ مَدَلَّةٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ)، الجوهري، الشهرة وضوح الأمر وقد شهره يشهره شهراً. وشهرة فاشتهر، وشهره تشهيراً واستشهره والشهرة الفضيحة"<sup>2</sup>.

الشهرة هي الوضوح في الأمر، وهي الفضيحة والشيء السيء، إلا أننا في بحثنا لا نقصد هذا المعنى إنما نقصد معنى الفعل من إشهار، وهو الإعلام بالسلع والتسويق وغيرها، وهو ما يحتاج إلى نشر المنتج وإشهاره بين الناس.

وفي معجم الوسيط جاء معنى الإشهار على النحو الآتي: "شهره، شهراً، وشهرة: أعلنه وأداعه. اشتهر الأمر: انتشر؛ ويقال: اشتهر بكذا، واشتهر به، والشيء شهرة"<sup>3</sup>.

فالشهرة هي إشهار الشيء ونشره وإعلانه وإذاعته؛ أي ذيع الشيء وانتشاره، والإشهار هو شهرة الشيء وذيعه والإعلان عنه ووضوح أمره، وهو الإعلام بالبيع والتسويق وغيرها، وهو ما يحتاج إلى نشر المنتج، وإشهاره بين الناس.

ب- الإشهار اصطلاحاً:

تعددت تعريفات الإشهار وتنوعت، ومن هذه التعاريف: "أنه الإعلان الذي يقصد منه الترويج لعملية بيع الممتلكات أو الخدمات، وممارسة فعل نفسي لغايات تجارية، ويسعى إلى

1 - ابن فارس، مقاييس اللغة، تح: عبد السلام محمد هارون، دار الجبل، بيروت، لبنان، 1991، ط1، ج3، مادة شهر.

2 - ابن منظور، لسان العرب، تح: عامر أحمد حيدر، دار الكتب العلمية، لبنان، 2003، ط1، مادة شهر.

3 - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر، 2008، ط4، مادة شهر، اشتهر.

تعريف الجمهور بالمنتج ما دفعه إلى اقتنائه. ويعرف أيضا على أنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والسلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع<sup>1</sup>.

الإشهار هو خليط من العمليات التسويقية والاتصالية قصد الترويج للسلع وجذب الزبون حتى يشتري هذه السلعة، ويتشارك في عمل الإشهار صاحب السلعة والوكالة الإشهارية، وهذا بتسخير وسائل وإعداد مجموعة من الأشياء (مشافهة، كتابة...) لإعطاء صورة متكاملة جميلة وجذابة لإغراء الجمهور حتى يشتري تلك السلعة، وذلك بإخراج إشهار متكامل في دقائق معدودة، يشرح لنا مزايا المنتج بأقصر وقت. ترى حنان شعبان في كتابها تلقي الإشهار التلفزيوني: "يعرّف الإشهار بأنه مجموع الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسات التجارية للتعريف بمنتجاتها. والإشهار يبقى عبارة عن مزيج كامل يضم عمليات تسويقية، وترويجية واتصالية، وابتكارية، ونفسية مختلفة، تتعاون في أدائه عدة أطراف تستعمل كل من المعلن ووكالة الإشهار والوسائل الإشهارية، كما يقوم أيضاً على دراسة ومعرفة كاملة للجمهور المستهدف"<sup>2</sup>.

فالإشهار هو الإعلان بهدف الترويج للسلع وهذا العمل تقوم به مؤسسات تجارية تعمل بمجموعة من الوسائل لأجل إغراء الجمهور وجذبه، وذلك من خلال عرض إيجابيات السلع المعروضة لتشجيع المتلقي على اقتنائها. يقول جاسم رمضان هلال في كتابه الإعلان والعلاقات العامة معرّفاً بالإعلان الذي يقصد به الإشهار: "فن التعريف ووسيلة اتصالية إقناعية موجهة للجمهور بما يعلن عنه، وهو عملية اتصال تهدف إلى التأثير من بائع إلى مشتري، ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة إضافة إلى أن الإعلان هو الوسيلة المستخدمة في تسليم الرسالة البيعية"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - محمد خاين، الإشهار الدولي والترجمة إلى العربية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2015، ط1، ص35.

<sup>2</sup> - حنان شعبان، تلقي الإشهار التلفزيوني، كنوز الحكمة، الجزائر، 2011، ص07.

<sup>3</sup> - جاسم رمضان الهاللي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، دار النفائس، الأردن، 2013، ط1، ص75.

ويعني لفظ الإعلان (أعلن، يعلن، إعلاناً) بمعنى أظهر، أشهر. فالإشهار هو وسيلة إعلان تتم بين صاحب المنتج والزبون، وذلك من خلال ومضة قصيرة في دقائق معدودة، يبرز فيها صاحب السلعة إيجابيات منتوجه حتى يتم إغراء المتلقي لكي يشتري منتجاته.

## 2-2- أنواع الإشهار:

تعددت الإشهارات واختلفت باختلاف أهدافها ووسائله. نذكر أبرزها:

### أ- حسب الوسيلة:

- الإشهار المذاع عبر الراديو: " يتمتع الراديو بمجموعة من الخصائص جعلت منه وسيلة إعلانية جذابة وفاعلة للمعلن، تساعد على الوصول إلى تحقيق أهدافه بسرعة وعلى نطاق جماهيري واسع، وبشكل يختلف عما سبقه من وسائل إعلانية من صحف ودوريات وملصقات"<sup>1</sup>.

فالإشهار المسموع له وظيفة إعلانية وتسويقية، وذلك من خلال جهاز الراديو؛ إذ يتمتع بنطاق جماهيري واسع مقارنة بما كانت عليه الملصقات والدوريات، التي قد لا تتجاوز الحدود الجغرافية الخاصة بها. فلا يصل إليها ما يود صاحب الإشهار إرساله، أو الحصول عليه من خلال هذا المنشور من الإشهار.

- الإشهار عن طريق السينما: "تعد السينما من أقدم الوسائل الاتصالية التي استخدمت في مجال الإعلان؛ فمنذ ظهور هذا الاختراع، جذب انتباه التجار والشركات وأصحاب المقاهي، بالإضافة إلى مصانع وشركات الكاميرات وآلات العرض السينمائي للإعلان عن منتجاتهم وخدماتهم للتعريف بها، وحث الجمهور على استخدامها واقتنائها"<sup>2</sup>.

فالسينما من خلال الإخراج الفني والتقني والديكور الذي تشتغل عليه، تقوم بالترويج إلى أمور كثيرة والإعلان عنها، وإبراز ما كان يجهله الجمهور أو حتى ما يظهر جديداً مثل الديكور الجديد أو اللباس أو حتى من خلال تبادل أطراف الحديث بين الشخصيات، عن طريق الترويج لبنك أو شركة أو منتج... إلخ، من مختلف المجالات وشتى المعارف؛ فالجمهور الذي أمام العرض السينمائي قد يلفت نظرهم لباس معين أو حتى صنف معين

1 - منى الحديدى، الإعلان، دار المصرية اللبنانية، مصر، 2002، ط2، ص75.

2 - ينظر: منى الحديدى، الإعلان، ص85.

من الخشب على سبيل المثال، فيقرروا اقتناء ما يماثله من الجودة والنوع والصنف؛ وبالتالي فإن هذا العرض السينمائي صار وسيلة تسويقية بامتياز.

- الإشعار المتلفز: "التلفزيون وسيلة إعلانية مؤثرة نافست بشدة ما سبقها من وسائل، خاصة على مستوى بعض المنتجات والخدمات، حيث مازال للصحافة والكتالوجات دورها الفعال بالنسبة لبعض المنتجات والخدمات كالسيارات وشركات الطيران والفنادق والبنوك"<sup>1</sup>.

ما يميز التلفزيون عن غيره كالراديو أو المجلات أو الجرائد؛ هو الحركية والمزج بين الصوت والصورة، والحركة الفنية للتصميم، مما يجعله الوسيلة الأكثر تسويقاً وجذباً للجماهير، فمن خلال تعدد القنوات والفضائيات التي يراها المتلقي، يستوقفه إعلان عن أمر معين ولربما كان يبحث عن طريقة وآلية للحصول عليه ولم يجد المعلومات والبيانات الكافية عنه سابقاً، فتكون تلك القناة وذلك المقطع الإشعاري قد أتاحه له. كما أن التلفزيون لا يخلو من أي منزل تقريباً، فهو سهل مقارنة مما سبقه من وسائل أخرى التي تستدعي الذهاب إلى الأماكن المتواجدة فيها، بالإضافة إلى أن التلفزيون تشارك فيه الحواس؛ كالسمع والبصر والقراءة من طرف المتلقي؛ فتكون فيها المشاهدة والكتابة والإشارة على غرار غيره.

#### ب- حسب الفئة المستهدفة:

تتعدد الوسائل وتختلف بتنوعها، ولا تكون ناجحة في العملية التسويقية ما لم تحدد الفئة المستهدفة والنطاق المراد منها بحسب الزبائن واهتمامات الناس لما يجذبهم، فهناك علاقة وطيدة أساسها الحاجة لذلك الغرض أو السلعة من قبل الزبائن، وحاجة السوق لكسب الأرباح من مبيعاته وتطور صناعته وشركته، ولا يكون ذلك إلا من خلال الدعاية الإعلانية والإذاعية (النشر) المُحكّم لها، ومن بين الفئات نذكر ما يلي:

- الإشعار الاستهلاكي: " يوجه هذا الإشعار إلى المستهلك الأخير لسلعة أو خدمة معينة، مثال ذلك الإشعارات عن المنظفات الصناعية والأجهزة الكهربائية، البسكويت.. إلخ، ويمكن أن يكون الإشعار الاستهلاكي إشعار على نطاق واسع حيث يوجه إلى فئات كثيرة من المستهلكين أو قد يكون إشعار طبقي وفي هذه الحالة يقتصر على فئة أو عدد محدود من فئات المستهلكين، ومثال ذلك الإشعار على آلات التصوير وكاميرات الفيديو

<sup>1</sup> - منى الحديدى، المرجع نفسه، ص78.

حيث يمكن توجيهها إلى محترفي وخبراء التصوير (إشهار طبقي لفئة معينة) أو إلى هواة التصوير بصفة عامة (إشهار واسع النطاق)<sup>1</sup>.

وتعدُّ غاية هذا الصنف من الإشهارات تخصيص فئة بعينها معينة لأصحاب المجال الواحد، أو الاختصاص الواحد، عوض كونها شاملة وعلى نطاق مختلف من شتى الفئات والأعمار (مهندسين، أطباء، فلاحين، تجار، كبار، صغار، نساء.. إلخ)، تكون مخصصة ضمن مجال واحد، بمعنى يكون إعلان في سلعة أو منتج ما ويستهدف صنف معين، على سبيل المثال نوع هذا المنتج أدوات صيانة (مفك براغي، مثقاب، مصباح، مسمار... ) تستهدف بالدرجة الأولى الرجال بصفة عامة وعمال الصيانة بصفة خاصة، فلا يهتم بتلك السلعة إلا أصحاب الفن، ويتم الإعلان والتسويق وفق خطة استراتيجية فعالة، من ذلك نجد أصحاب المحلات والمتاجر كالسوبرماركت أو غيرها، يقومون بوضع الألعاب والحلوى وما شابه ذلك في الرفوف السفلية، حتى يسهل على الأطفال الصغار رؤيتها وأخذها؛ مما يجعل المرافق للطفل في هذا المتجر أو المحل يشتري له ذلك الغرض، أو حتى عندما تقوم الأم بإرسال أبناءها لشراء شيء ما، عندما يرون هذه الأشياء ينسون الهدف الأساسي من ذهابهم ويعودون وفي أيديهم شيء آخر. وفي بعض المحلات الكبرى يتم وضع خبير تجاري حتى يدرس مثل هذه الأمور؛ فيتم الترويج بنجاح وذلك مما يعود على المحل بأرباح كبيرة؛ فالهدف الرئيس نجاح الفكرة ولا يتأتى إلا بالتخطيط الجيد للتسويق للمنتج.

- المواقع الحكومية: "أصبح للمواقع الحكومية إقبال شديد من الجمهور بعد أن أقدم عدد من الحكومات بعرض الخدمات التي تقدمها للجمهور ورأي الجمهور بها والوظائف التي تبحث عن اختصاصيين، وكذلك عدد من المؤسسات العلمية والجامعية تعلن لاستقطاب الطلاب لكلياتها وتتوسع القوائم يوماً بعد آخر"<sup>2</sup>.

- الإشهارات عبر المنصات التعليمية أو المواقع الحكومية بهدف الدراسة الخارجية أو الداخلية أو لتنمية برامج أخرى، كالدروس الخصوصية التي نراها اليوم، التي تهدف

<sup>1</sup> - عبد الغني عراب، الإشهار وماهيته (الوظائف والعناصر)، مجلة القلم، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ع02، 2023، ص41.

<sup>2</sup> - جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار النفائس بالأردن ودار الفجر ببغداد العراق، 2013، ط1، ص102.

لاستقطاب الطلاب أو المدرسين بحسب تصنيفهم، من خلال اهتماماتهم بمختلف التخصصات المتاحة في لافتة الإعلان، وهنا الإعلانات تكون عبر المواقع الإلكترونية، ويتم الترويج لها عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي أو في محركات البحث مثل جوجل، أو عبر مختلف التطبيقات أثناء توفر الشبكة.

- الإعلان الإرشادي: "وهي إعلانات تشير إلى مجموعة من الإرشادات الخدمية ومعرفتها وإمكانية الحصول عليها"<sup>1</sup>. الغرض من الإعلانات الإرشادية هو توجيهي أو شارح لمعلومات أو تعليمات غامضة غير مفهومة، أو حتى بيانات ومعلومات لا يعرفها المستخدم أصلاً، والهدف منها وضع المتلقي في الصورة المناسبة، وعلى سبيل المثال بعض المنتجات نجد عليها شرح للمكونات وآلية الاستخدام وتنبهات من مخاطر هذا المنتج التي قد يستعملها الشخص بطريقة خاطئة لا يعلمها، أو قد يكون هذا الصنف لا يلائم ذوي الحساسية، أو مختلف الأمراض -عافانا الله وإياكم-، وعلى سبيل المثال مواد التنظيف دوما ما يتم التحذير منها، وذلك مما قد تتسبب به من خطورة، ومن أمثلة هذا الكثير.

## 2-3- وظائف الإشهار وخصائصه:

كما أن للإشهار عدة أنواع وأصناف مختلفة، كذلك الأمر بالنسبة إلى الوظائف، من بينها ما يلي:

- "خلق الوعي، الذي يساهم في جعل الأشياء معروفة، فالناس لا يتعاملون مع أشياء لا يعرفونها"<sup>2</sup>.

- "خلق وتنمية اتجاهات إيجابية، وذلك بتدعيم رؤية إيجابية عن السلعة أو الخدمة"<sup>3</sup>.

- "تنمية هوية للعلامة التجارية، التي تساعد على تزويد المنتج بصورة ذهنية أو صفة خاصة"<sup>4</sup>.

- "الإشهار أداة من أجل تصريف الإنتاج"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ص105.

<sup>2</sup> - كلثوم مدقن، لغة الإشهار وظائفها أنماطها وخصائصها، مجلة الأثر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ع29، 2017، ص148.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه.

<sup>5</sup> - بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، تر: سعيد بنكراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية سورية، 2012، ط1، ص71.

- "الإشهار أداة من أجل ضبط الاستهلاك"<sup>1</sup>.
- يعد وسيلة تبليغية هامة لا يمكن الاستغناء عنها في الخطاب، من خلال الإيماءات والإشارات، والمشافهة والكتابة.
- الإشهار وسيلة تسهل العملية الشرائية للمستهلك من خلال معرفة خصائص المنتج. أما خصائص الإشهار، فلكل شيء ميزة وسمة، وخاصية تميزه عن غيره، كذلك الإشهار له خصائص ومنها:
  - الاختيارات اللغوية المحكمة والدقيقة والمؤثرة، من عدة قوالب يتم اختيار قالب وطابع لغوي محكم الصياغة سلس العبارة، خالي من الأخطاء بقدر الإمكان وفي فترة وجيزة وفعالة.
  - يتميز بالصور والحركية التي تعد من أهم الوسائل لجذب الانتباه.
  - يتميز بالاقتصاد اللغوي ("هو الوصول بالقليل من الوسائل اللغوية إلى الكثير من الغايات والمعاني، وذلك إذا كانت المعاني لا تنتهى وكانت الألفاظ متناهية، وطرق تركيبها محدودة معدودة، فلا بد من طريقة لاستعمال هذه الألفاظ تصبح بها الألفاظ كافية لأداء المعاني... ومن حق الطريقة التي توصل إلى الكثير من الغايات بالقليل من الوسائل أن توصف بأنها اقتصادية"<sup>2</sup>)، لكونه إشهار لمقطع في مدة قصيرة.
  - يرفع من قيمة أي منتج وسلعة سواء كانت جيدة أو رديئة.
  - يصور مزايا وجماليات السلعة في طابع فني يغري المتلقي على اقتناء ذلك المنتج وشرائه.
  - يعدّ مزيج بين عدّة وسائل وأغراض (لغة، شفاهة، إشارة، كتابة، صور، ألوان،...) مشكّلة في خطاب لغوي تسويقي معيّن.
- الإشهار خاصية من خصائص التواصل البشري، قابلة للحوار في الأخذ والرد، ويكون ذلك عبر مراسلة الموقع ما بعد الإعلان عن سلعهم أو منتجاتهم، أو حتّى مهافتهم عند ترك أرقامهم أسفل الإعلان.
- يسهم الإشهار في رفع الاقتصاد وتطوره.

<sup>1</sup>- المرجع نفسه، ص75.

<sup>2</sup>- ليث محمد لال محمد، الاقتصاد اللغوي وبعض مظاهره في العربية، مذكرة ماجستير، كلية اللغة العربية وآدابها، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1995 م، ص21.

خلاصة الفصل:

- ومجمل القول لما تم التطرق إليه فيما سبق نلخصه فيما يلي:
- اللغة لا تقتصر على ما ننطقه فقط، بل تتجاوز ذلك في صور شتى من بينها لغة الإشارة.
  - الإشارة لها محور جوهري وأساسي في التواصل؛ إذ أنها قد تتوب أحياناً لغة المشافهة والاستعمال العام، من خلال الإيماءات والحركات أو إشارة اليد للدلالة على إلقاء السلام، أو إشارة طرف العين، والتراث العربي به الكثير من هذا النحو في الشعر.
  - كما أن الإشارة هي لغة ضرورية لذوي الهمم العالية (الصم البكم،...)، عن طريق الكلام باليد والحركات بما يودون التعبير عما بداخلهم.
  - نشأة الكتابة وبالرغم من قلة الأدوات وأنها بدائية، مع زمن رسول الله -صلى الله عليه وسلم- حث الصحابة على تعلم الكتابة وتعليمها، والذي يحتجز فدية خروجه تعليم عدد معين من الناس والصحابة رضوان الله عليهم الكتابة والقراءة.
  - الكتابة هي الرسم والخط، ويكون هذا من خلال أقلام الكتابة التي تمر بمجزرة الصمت لتتلق بالحق.
  - الخط والرسم جاء ليحفظ ما كان مشافهة من مختلف العلوم وفنونها؛ فكان وما زال الأثر والإرث الباقي. وما من أمة من الأمم تفتخر بهذا الكنز الذي توارثته إلى يومنا هذا، الأمة العربية الإسلامية وما زال يخط به مختلف العلوم والمعارف لليوم.
  - المشافهة والإشارة والكتابة والصور، عندما تجتمع تشكل لنا نسيجاً من العلاقات التي تكون لنا خطاباً لغوياً؛ فإذا اجتمعت في الخطاب الإشهاري، زادت من الأرباح المنتجة عنه من خلال قالب لغوي محكم.
  - الخطاب الإشهاري يسهم في رفع قيمة السلع والمنتجات بشكل غير مباشر، وذلك بالتسويق لها عبر دمج الصور، الألوان، الإشارة وغيرها.

الفصل الثاني:

التشكيل اللغوي في نماذج من الإشهارات

الجزائرية

ننطلق في تحليل بعض النماذج الإشهارية في جوانب تشكيلها اللغوي من خلال تحديد ثلاث معالم أو محددات؛

- تقديم موضوع الوصلة الإشهارية.
- تقديم صورة عن التشكيل اللغوي للوصلة.
- استخراج وظائف اللغة في الوصلة حسب وظائف اللغة عند رومان جاكسون.
- الملامح السيميائية الرمزية للوصلة.

### 1- النموذج الأول:

#### 1-1 - موضوع الوصلة الإشهارية:

يعرض الإشهار السيارة المستوردة الجديدة من ماركة أو علامة فياط "fiat". ولا شك أن المنتج يستحق الإشهار خاصة بعد الجدل الواسع في الجزائر حول موضوع دخول السيارة الجديدة من هذا النوع؛ فالأمر لا يرتبط بعرض المنتج ومميزاته فحسب. بل بالإثبات أنه دخل مرحلة الحقيقة ورهان الواقع. وبدأت الشركة بتوفيره وسليمة للزبون الذي يختاره ويطلبه، لذلك كان للوصلة أهمية تسويقية وإعلانية واسعة. خاصة أنها صممت تصميمًا فنيًا خاصًا.

#### 1-2 - تقديم صورة عن التشكيل اللغوي للوصلة:

اعتمدت الوصلة على تشكيل لغوي فصيح في غالبه، وهو ما يتناسب مع حركة المشاهد، وكذلك مع ميزة الإيجاز التي تميز المقطوعات التي يتشكل منها. ونظرا للعمل على رقي المقطع، اختار له المضمون عربية فصيحة راقية، وليس فيها أي ثنائية من الأداء الدارج أو الأجنبي، فهي خالية تماماً من التعدد والتداخل اللغوي، عدا كلمة "fiat". كرمز واسم للسيارة، والتي لا بد أن تكون كذلك، إضافة إلى أنه رسمها آخر الوصلة بمثابة الختام الذي تنتهي به، كذلك خروجاً عن روتينية المشاهد أو المتلقي من المشاهدة المتواصلة، كانت الكلمة مكتوبة في آخر المقطع.

وقد وفق المضمون في هذا النمط والأسلوب الفصيح والحا.. والذي أسهم في جرسية وخفت الإشهار، كما أنه يتجاوز الفصاحة الإعلامية التي غالباً ما تكون مزيجاً بين الدارجة والفصيحة إلى الفصاحة الأكاديمية من خلال حسن الأداء وقصر الفواصل، واختيار الكلمات والعبارات. والتي تخلو من المجاز والتعقيد.

مما يضاف كذلك لفنية هذا الإشهار التعريف الجيد بين (الراية، العلم). (الضفة، البحر). (التعبيرة، الابتسامة). وكل هذه الاختيارات المعجمية دقيقة جداً وتفي بالغرض على تسويق المنتج بطريقة احترافية، استثمر فيها مصممو الوصلة جمال ورقى الفصاحة العربية.

### 1-3- وظائف اللغة في الوصلة:

استنادا إلى ما شرحناه من وظائف لغوية عند رومان ياكبسون، يمكننا أن نميز بين ثلاث وظائف في الوصلة الإشهارية أو أربع منها:

#### أ- الوظيفة الندائية:

تعددت الوظيفة الندائية في هذه الوصلة الإشهارية، وهذا أولاً لأن النداء الأول وتبهير المتلقي أو مستقبل الإشهار، هي أول وأهم خطوة في تصميم جميع وصلات الإشهارية، فهو يلفت النظر وسيد الانتباه، ويصنع عامل التهويل والفتنة. تميزت الوصلة التي بين أيدينا بطول العبارات الندائية، فقد شكلت ربما أكثر من نصف المقطع زمانا وتعبيرا. وقد أثارت قعلا الدهشة لأنه لا توحى بداية إلى موضوع الوصلة (إشهار بيع السيارة). والعبارات الندائية هي؛ زاه.. ترفرف، ضفتان لبحر واقد، تعبيرتان لنفس الابتسامة، نفس... الحياة، وجمال التراث.

#### ب- الوظيفة الإخبارية:

جاءت الوظيفة الإخبارية موجزة ومختصرة، ربما هذا لأن الصور وحركية الوصلة تنوب المشاهدة وتراقفها، فحين يركز المتلقي بصريا في السيارة وهي تسير، فهو لا يحتاج إلى إطالة الإخبار وحجمه الخطابي، وتباطؤ وتيرته. وقد تمثلت هذه الوظيفة أو تجسدت في "بين الماضي، الحاضر، المستقبل" نبني معا مصنعا لكتابة صفحة جديدة من التاريخ، فيات fiat في الجزائر. فكلما كانت الوصلة الإشهارية "كهذه الوصلة" أوضح، كانت العبارة الإخبارية أكثر إيجازا واختصارا.

#### ج- الوظيفة الجمالية:

صحيح أننا نلاحظ ما عليه خطاب الإشهار من ضرورة التصميم بناء على جمالية وفنيات اللغة، غير أن الإيجاز بعبارة دقيقة وذات حمولة فنية، بإمكانه أن يصنع من الوصلة تأثيرا عاليا يناسب المضمون والهدف الإشهاري التسويقي، وهذا ما لاحظناه في هذه الوصلة، حيث تمازجت فيها الوظيفة الجمالية مع الإخبارية وكانت الجمالية {معاً من أجل مستقبل أفضل}. وقد نعتبر بداية العبارة الإخبارية كذلك وظيفة جمالية { بين الحاضر والمستقبل، نبني معا مصنعا لكتابة صفحة جديدة من التاريخ}.

#### د- الوظيفة المرجعية:

تحليل هذه الوظيفة في اللغة إلى سياق الخطاب وبعض الجوانب الخارجية المؤسسة له، والتي تقدم تبريرا وتفسيرا لما يتميز به من خصائص واختيارات لسانية ومعرفة الخصائص المرجعية للإشهار أمر مهم في تصميمه وكذلك في تحليله. تتمثل الوظيفة المرجعية في الوصلة التي نحن بصدد تحليلها في أن دلالة التحول في مشاهد الوصلة، يدل على أن السيارة توفر طلبا لم يكن مفهوما في المجتمع الجزائري سابقاً، وهو بذلك يتماشى مع سياق منع الاستيراد منذ سنوات، كما أن اختيار اللون الأحمر

للسيارة، ربما لمرجعية ثقافية أو ثقافة تسويقية لشريحة النساء، والمعلوم أن السيارة تتناسب في شكلها مع هذه الفئة وكذلك في سعرها ولونها.

## 2- النموذج الثاني:

### 2-1- موضوع الوصلة الإشهارية:

يعرض الإشهار خدمة مدرسة عقباش لتعليم سياقة الآلات الثقيلة، وتعد هذه النفاته جديدة وجيدة، لأن هذه المدرسة التي تعلم سياقة الآلات الثقيلة لا تشترط المستوى الدراسي فهي لكل المستويات مع تحسين خدمة الإقامة فيها لكل من يأتيها من ولاية أخرى، فلا بد من أن المدرسة تستحق الوصلة الموضحة لخدمة المدرسة فلقد كان لها أهمية ترويجية وتسويقية بالغة الجودة، حيث صمم تصميمها فنيا خاصا.

### 2-2- تقديم صورة عن التشكيل اللغوي للوصلة:

اعتمدت الوصلة الإشهارية على تشكيل لغوي مختلط ممزوج بين الفصحى والعامية والفرنسية، مع غلبة الفصحى فيه وكذلك وضع ميزة موسيقى خفيفة جدا، مع مزجها بالعامية وقليلًا من المفردات الفرنسية وخاصة في مصطلحات الآلات التقنية، ونلاحظ في هذه الوصلة قليلا من التعدد اللغوي وكثيرا من الازدواجية اللغوية، وكإضافة جمالية لجذب الجمهور والخروج من الروتين الذي نراه في الوصلات الإشهارية الأخرى.

### 2-3- وظائف اللغة:

من الوظائف اللغوية عند رومان جاكسون يمكننا أن نميز بين ثلاث وظائف في الوصلة الإشهارية منها:

#### أ- الوظيفة الندائية:

تعددت الوظيفة الندائية في الوصلة الإشهارية وهذا لأسباب منها تجهيز المتلقي أو مستقبل الإشهار هي أول وأهم خطوة في تصميم الوصلات الإشهارية فهو يلفت النظر ويجذب الانتباه، ويصنع عالم الدهشة والمفاجئة، تميزت الوصلة التي لدينا بتغيير العبارات واختلافها بين الفصحى والدارجة مع طول العبارات التوضيحية لشرح خدمة هذه المدرسة، على شكل عبارات ذاتية فصحى، وبساطة الدارجة في الحوار بين الأب والابن.

#### ب- الوظيفة الإخبارية:

جاءت الوظيفة الإخبارية واضحة وجلية وغير قصيرة، ربما لأن هذا الإشهار يخص التعريف بخدمة هذه المؤسسة ( تعليم سياقة وتوفير خدمة المبيت الجيد...) وقد تمثلت هذه الوظيفة في "تمنحك فرصة تكوين...".

#### ج- الوظيفة الجمالية:

مما نلاحظه في جمالية هذه الوصلة الإشهارية مدى جمال وروعة تصميم هذه الوصلة وذلك من خلال مزج اللغة بين فصيحة ودارجة وأجنبية؛ حيث كونت لدينا تشكيل لغوي رائع يجعل المتلقي يتمتع بهذا الإشهار ويفهم محتواه بكل سهولة وسلاسة، فاختيار

السيناريو والقصة البسيطة الطريفة التي ظهرت لنا في هذه الوصلة مع اختيار تلك العبارات والألفاظ السلسة، زاد من جمال الإشهار وقابليته عند المتلقي.

#### د- الوظيفة المرجعية:

نخير هذه الوظيفة في اللغة إلى سياق الخطاب وبعض الجوانب الخارجية المؤسسة، والتي تقدم تبريرا لما يتميز به من خصائص واختيارات لسانية، ومعرفة الخصائص المرجعية للإشهار أمر مهم في تصميمه وكذلك في تحليله.

تتمثل الوظيفة المرجعية في الوصلة الإشهارية التي نحن بصدد تحليلها في أن دلالة التحول في مشاهدة الوصلة، يدل على أن مدرسة عقباش توفر خدمة لهم لم تكن متوفرة ومعهودة في المجتمع الجزائري سابقا؛ فهي بذلك تتماشى مع تعلم العاطلين عن العمل وغير متخرجين لتعلم سياقة الآلات الثقيلة.

#### 3- النموذج الثالث:

##### 3-1- موضوع الوصلة الإشهارية:

تعرض هذه الوصلة مزايا هاتف "كوندور" وكيف أن له عدة أنواع، وأن لكل نوع من أنواع هذا الهاتف إيجابيات ومميزات تختلف فيها عن غيرها من بقية الهواتف، إضافة لذلك إن هذا الهاتف الذكي وما يحمله من خصائص وميزات جيدة هو من صنع جزائري، وهو يمتاز بثمن مقبول وفي المتناول مقارنة بالهواتف الأخرى، لذا فهو يستحق الوصلة التي صممت تصميمًا دقيقًا ومناسبًا للترويج له.

##### 3-2- تقديم صورة عن التشكيل اللغوي للوصلة:

اتسمت الوصلة الإشهارية التي بصدد تحليلها على تشكيل لغوي ممزوجين الفصيحة والعامية والأجنبية، مع غلبة اللغة العامية فيها، لكن كانت كما هو واضح في هذا الإشهار العامية بسيطة سهلة الفهم حتى يفهمها الجميع مع اختلاف لهجاتهم، بالإضافة إلى الموسيقى التي كانت ذات طابع مثير وقوي وجذاب، حتى تشد انتباه وتركيز المتلقي بالإشارة ولقد كان الإشهار عبارة عن قصة قصيرة بين صديقين؛ حيث يسأل أحدهما الآخر ويستنصحه في نوعية هاتف جيد، فيرد عليه صديقه وينصحه "بهاتف كوندور"، وأضاف شرحا لصنف هذا الهاتف أنه قام بذكر له مختلف الأنواع والأصناف من هذه النوعية بلاعب من لاعبي الجزائر في كرة القدم بهدف إثارة حماسه.

وقد وفق مضمون هذه الوصلة الإشهارية في هذا النمط والأسلوب وكيف تم التشكيل اللغوي من الانتقال من العامية البسيطة بين الصديقين، ثم استعمال اللغة الأجنبية في ذكر أنواع هاتف كوندور وأسعارها المناسبة بالفصحى مع وضع موسيقى صاخبة عالية بين المقاطع حتى تزيد من لفت انتباه المتلقي.

هذا المزيج والتشكيل اللغوي أعطى لنا جمالية وبساطة مع سلاسة في فهم محتوى الوصلة الإشهارية، فمع قصر هذا الإشهار إلا أنه هذه الاختيارات موفقة فالألفاظ والعبارات

كانت سهلة والموسيقى مثيرة توحى بالحماسة، والانتقال من الأحادية اللغوية إلى المزيج اللغوي زاد من جمالية الإشهار.

### 3-3- وظائف اللغة في الوصلة:

#### أ- الوظيفة الندائية:

يهتم مصمم الإشهارات أثناء تصميمها لأي إشهار في كيف يجذب الإشهار المتلقي وكأول وأهم خطوة نلاحظ تعدد الوظيفة الندائية في هذا الإشهار؛ حيث نلاحظ تغير العبارات وكيفية الانتقال بالألفاظ في مقاطع هذا الإشهار من الدارجة إلى الفصيحة مع إضافة للأجنبية، فنلاحظ طول العبارات التي تشرح أنواع "كوندور" بالعامية.

#### ب- الوظيفة الإخبارية:

لقد جاءت الوظيفة الإخبارية بارزة وجليّة، وقد كانت واضحة وذلك لأن هذه الوصلة الإشهارية تخص التعريف بمنتوج ومزاياه وسعره المقبول، وقد تمثلت هذه الوظيفة في: "هواتف كوندور أحسن اختيار..".

#### ج- الوظيفة الجمالية:

مما هو بارز في جمالية هذا الإشهار مدى فنية وجمال هذا التصميم، ذلك من خلال هذا التشكيل اللغوي (دارجة، فصيحة وأجنبية) الذي قدم لنا لمحة واحدة؛ حيث ظهر هذا المزيج في صورة فنية موحدة توحى لنا بالامتزاج والتشكيل اللغوي بين هذه اللغات.

### 4- النموذج الرابع:

#### 4-1- موضوع الوصلة الإشهارية:

يعرض الإشهار منتوج القهوة المعلبة "موندو" الخاصة بآلات مصنوعة خصيصا للقهوة، وهذا المنتوج يعد رائجا بين المجتمع الجزائري وخاصة في الوسط الشبابي الذي يميل إلى شربه في المقاهي عوض المنزل، لقد برهن الإشهار على أن هذه الماركة مختلفة عن سائر أنواع القهوة لخلوها من المواد المضافة كالسكر مثلا: ورائحتها المثالية التي تجذب محبي القهوة، بالإضافة إلى سعرها المغربي، وتعتبر صحية أكثر لجسم الإنسان.

#### 4-2- تقديم صورة عن التشكيل اللغوي للوصلة:

اعتمدت الوصلة على تشكيل لغوي بين أغلبه دارجة جزائرية والقليل من الفرنسية والكلمات العربية الفصحى وهو ما يتناسب مع المنتج والفئة الشبابية التي تستهلكه بكثيرة، مثلا كلمة "موندو" التي تدل على ماركة عالمية، وقد تمثل الإشهار في حوار بين النادل ومجموعة من الشباب وانتهى في الأخير برأي أحدهم في اختيار قهوته الخاصة به "موندو" والتي تعد صحية أكثر وخالية من المواد المضافة وانتهت في الأخير بصورة لعبوات القهوة بمختلف أشكالها كبيرة وصغيرة والعبوة المخصصة لآلة القهوة.

وقد وفق الإشهار إلى حد ما في اختيار اللهجة العامية للترويج لهذا المنتج.

#### 4-3- وظائف اللغة في الوصلة:

##### أ- الوظيفة الندائية:

تمثلت في هذه الوصلة ببناء صاحب المقهى والتركيز عليه، حينما عرفوا أن نوع القهوة التي يشربونها غير طبيعية، وهذا ما صنع عامل التهويل والمباغته له مما أدى به إلى الحيرة والدهشة، ومن ثم أشار عليه الشيخ الكبير باختيار "قهوة موندو" ، نظرا لأنها طبيعية بالدرجة الأولى وخالية من الإضافات بالإضافة إلى طعمها الرائع على حد قوله.

##### ب- الوظيفة الإخبارية:

نرى هنا أن الوظيفة الإخبارية أتت حينما أخبر الشيخ الكبير أن نوعية القهوة التي يشربونها ليست جيدة، مما لفت أنظار جميع الحاضرين ومن ثم اقتراح لهم "قهوة موندو" الطبيعية على حد قوله، وثنمها المغربي بإيجاز واختصار وقد جاءت على شكل سؤال صاحب المقهى له، وهو يجيب باختصار بين كلمات عربية ودارجة.

##### ج- الوظيفة الجمالية:

انتهت الوصلة بعبارة موجزة وجذابة "موندو ذوق قهوة قاع الصح"، توافقت مع الصورة الملونة للكثير من علبات القهوة الملونة بالإضافة إلى موسيقى حماسية مما زاد من جمالية الإشهار.

##### د- الوظيفة المرجعية:

تتمثل الوظيفة المرجعية في هذه الوصلة ما يلي:

- دلالة تنوع المشاهد والأفراد إلى أن المنتج "القهوة" رائج لدى جميع فئات المجتمع.
- لفت انتباه الجميع إلى أن القهوة التي يشربونها ليست صحية واقتراح قهوة "موندو"، الأكثر طبيعية يدل على أن المنتج يستحق اهتمام والتحول، بالإضافة إلى أنها توفر طلبا آخر وهو الجودة والثمن والمذاق.

#### 5- النموذج الخامس:

##### 5-1- موضوع الوصلة الإشهارية:

تعرض الوصلة ماركة "vertex" لمختلف الأغراض المدرسية من كراسات، كتب، أقلام، مآزر، محافظ مصنوعة بجودة راقية وطريقة جذابة للتعلم والتدريس في بيئة تفاعلية، وقد كان هذا العرض عبارة عن إنشاد لطفلة صغيرة باللغة العربية الفصحى ، التي يتخللها بعض مفردات دارجة وقد كان موضوع الأنشودة أو الأغنية لنقل عن الأدوات والمنتجات، التي توفرها هاته الماركة والتي ترافق التلميذ في مشوار الدراسة إلى نهاية التخرج.

##### 5-2- تقديم صورة عن التشكيل اللغوي للوصلة:

اعتمدت الوصلة على اللغة العربية الفصحى في الغالب والقليل من الدارجة، وذلك لأن الأمر استدعى ذلك فالطفلة يظهر أنها متمدرسة في الطور الابتدائي، ومنتشبة بالشجاعة الأدبية ومفرداتها فصيحة إلا أنه يتخللها قليل من الدارجة، وقد تكررت كلمة

"vertx" كثيرا في الوصلة ليكون حفظها سهلا على جودة هذا المنتج وملائمته للمتمدرسين بشكل فعال، وقد وفق الإشهار في اختيار الأنشودة كوصلة إشهارية لجذب الأطفال خاصة المتمدرسين في الصفوف الأولى.

### 5-3- وظائف اللغة في الوصلة:

#### أ- الوظيفة الندائية:

لم تحتوي على وظيفة ندائية اطلاقا.

#### ب- الوظيفة الإخبارية:

تمثلت في اختيار الطفلة في جودة هذا المنتج ومرافقته لطلاب المدارس، وإعجابه بها من خلال تعدد المنتوجات التي يحتاجها المتمدرس كالألوان والمحافظ...

#### ج- الوظيفة الجمالية:

تمثلت في الموسيقى التي ترافق المشاهد، تعددت المشاهد وتنوعها؛ حيث تظهر الطفلة في مواضع مختلفة مكتب وغيره، وبألبسة مختلفة لباس التخرج، لباس المنزر والمحفظة. انتهت الوصلة بصورة محفظة وأدوات مدرسية للمنتج "vertx"، وعبارة " رفيقك للمدرسة" مما يزيد من لفت وجذب المشاهد.

#### د- الوظيفة المرجعية:

تتمثل الوظيفة المرجعية في كثرة الألوان دليل على تكوين حياة الأطفال وتعدد المنتوجات والأغراض المدرسية التي تنتجها الماركة.

### 6- النموذج السادس:

#### 6-1- موضوع الوصلة:

تعرض هذه الوصلة الإشهارية جديد "عصير رامي"، بحيث أصبح رامي ملكي "حليب بذوق الفاكهة" وكيف أن هذا المشروب الرائع يختلف عن غيره في المذاق والجودة، وتنوع النكهات والمذاقات المختلفة فيه، لذا هو يستحق هذه الوصلة الإشهارية المميزة وبالإضافة لكل المزايا التي يمتاز بها هذا المشروب، فهو ذو أحجام مختلفة صغيرة ومتوسطة وكبيرة تناسب الجميع، فهو إذا جدير بذه الوصلة التي صنعت بكل دقة وحرافية بطريقة فنية مناسبة، للترويج والتسويق للمنتج.

#### 6-2- تقديم صورة عن التشكيل اللغوي للوصلة:

اتصفت الوصلة بتشكيل لغوي مخلوط بين الفصيحة والعامية والأجنبية مع سيطرة اللغة الدارجة فيها، الدارجة البسيطة السلسة التي يستوعبها الجميع مع تباين لكاناتهم، مع زيادة موسيقى ممتعة ذات طابع بسيط توحى للجمهور بالبساطة، ولقد كانت هذه الوصلة قصة طريفة كيف أن الأب يريد أن يشتري قارورة واحدة من منتج "رامي" وهو يفكر في كل أفراد العائلة في مخيلته، وكل فرد يحب ذوق معين ويبقى في حيرة، حتى ينصحه صاحب المحل "بملكي رامي" المناسب لكل الأنواع وهو بمختلف الأحجام.

ولقد نجح محتوى هذا الإشهار في نمطه وأسلوبه وكيف تم التشكيل اللغوي من اللهجة، التي كانت في الحوار الذاتي الذي دار في عقل الزبون بين ما يريد أن يشتريه ويحبه، كل فرد من عائلته مع ذكر ألفاظ أجنبية تعبر عن أنواق هذا المشروب المنعش بالحليب وذوق الفاكهة، مع إضافة موسيقى جميلة ومناسبة لموضوع الوصلة مما زاد في تشويق المتلقي وشد انتباهه.

فهذا الخليط والتشكيل اللغوي منح لنا صورة جميلة وأحداث كثيرة في دقائق معدودة؛ فكان إشهار بسيط وسهل الفهم، لأن الاختيارات موفقة لحد ما. فالعبارات والكلمات سلسة وموسيقى مناسبة توحى بجمالية وذوق التصميم والتشكيل اللغوي كان مناسباً أيضاً.

### 6-3- وظائف اللغة في الوصلة:

#### أ- الوظيفة الندائية:

أبرز وأهم خطوة في صنع وعمل أي وصلة إشهارية هو تصميم الإشهار بطريقة تجذب الجمهور وتثيره، لذلك كثرت واختلفت وتعددت الوظيفة الندائية في الوصلة، حيث نلاحظ الانتقال والمزج بين الألفاظ؛ فكلمات عامية بسيطة مع كلمات أجنبية تتخللها نغمة مناسبة للقصة.

#### ب- الوظيفة الإخبارية:

تجلت هذه الوظيفة وبرزت بوضوح في الوصلة الإشهارية وهذا الإشهار يخص منتج استهلاكي، فتجلت مزايا وجودة المنتج، وقد تمثلت في قول صاحب المحل "ما اتخمشي بعيد هاك الجديد".

#### ج- الوظيفة الجمالية:

تجلت لنا في هذه الوصلة مدى جمالية العمل فالتصميم صنع باحترافية، وذلك من خلال التشكيل اللغوي والمزيج مع الموسيقى مناسبة فكان خليط متجانس في قمة الجمال والفنية.

### 7- النموذج السابع:

#### 7-1- موضوع الوصلة الإشهارية:

يعرض إشهار منتج استهلاكي "حلقومة بالشيكولة" والغرض منها التسويق بآلية ناجحة، يستهدف محبي منتوجين مختلفين؛ فعوض أن يقوموا بشراء سلعتين وكل واحدة منهما تكون بسعر، اختصروها وتم دمجها في واحد، عوض أن تكون الشيكولاتة لوحدها والحلقوم لوحده، أصبح لمحبيهما منتج استهلاكي يمزج بكلا النكهتين.

#### 7-2- تقديم صورة عن التشكيل اللغوي للوصلة:

لوهلة الأولى الناظر بشكل عام للطابع اللغوي في الوصلة الإشهارية يلاحظ وجود طابع لغوي يمزج بين الثنائية والازدواجية اللغوية، وذلك ظاهر في اللغة العامة للمجتمع

وهي اللهجة، والفصحى في نهاية الإشهار كثيرا واللغة الأجنبية الفرنسية، مما انتج لنا طابع يحتوي على المواصفات التي تسهم في الترويج للسلعة.

أما المستوى اللهجي كان له الغلبة في إطار الوصلة وذلك عائد لسبب أساسي كونها مختلف أصناف المجتمع يفهمها بسلاسة، فهي اللغة العامة والمتداولة بين الناس في حياتهم اليومية والطبيعية، في الاستعمال العفوي بين الناس فلا يجد حرج فيها أو عدم فهم بين المتعلم وغير المتعلم عند سماعها، بينما الفصحى كانت قليلة استخدمت فقط في نهاية الوصلة، أما اللغة الفرنسية تمثلت في شعار المنتج "liya".

### 7-3- وظائف اللغة في الوصلة:

تم الاعتماد في التحليل على وظائف مختارة من بين وظائف اللغة الستة عند ريمان جاكسون، من بينها ما يلي:

#### أ- الوظيفة الندائية:

للنداء دور هام في الإشهار، كما أن النداء يعد البدايات الأولى للحوارات والنقاشات حال تحية السلام، وتدل أيضا على مدى لفت الانتباه من طرف المخاطب للمخاطب وإمكانية إتاحة فرصة للكلام، إذا نجح فيه المتكلم جعل المتلقي يصغي له، وإن فشل فيه فلا ينجح في طرح فكرته ومنتجه وبالتالي يخسر قيمة سلعته وعائد ذلك في الأساس إلى فكرته في صياغة سيناريو ملائم للتسويق للسلعة، والتخطيط المحكم لها أيضا، يكسر رتابة المتلقي ويجعله مهتم على أنه المعني الأول بهذه البضاعة وفق حاجته لها؛ فتمثلت في هذا النموذج الوظيفة بقول الطفلة تنادي لصاحب محل السوبرماركت "عمو، عمو.."، فقامت بلفت انتباهه لها من خلال مناداته.

#### ب- الوظيفة الإخبارية:

الخبر متم الفائدة، وجزء أساسي في الكلام حتى يتضح معناه، وإذا لم يذكر نظل بانتظار المتكلم على أن يصرح ويخبر عنه، فالوظيفة الإخبارية تكون في إخبار عن أمر جديد لا يعلمه المتلقي وهو هذا المنتج الجديد في السوق، أو تصحيح خبر غير صحيح، أو تذكير بخبر يعلمه المتلقي، فكان الخبر الجديد هو منتج يدمج بين الحلقوم والشيكولة.

#### ج- الوظيفة الجمالية:

أول ما يلاحظ في الوصلة الإشهارية بساطة الفكرة التسويقية في المتجر كان تطبيقها، في المكان المخصص للبيع وجعل البائع شيئا كبيرا لدلالة على مدى صبره على الطفلة الصغيرة التي ظلت محتارة في الاختيار بين الشيكولة والحلقومة، وصغر سن الطفلة ولباسها المدرسي يدل على مدى اقبال واقتناء هذا المنتج خاصة من قبل الأطفال الصغار، وسهولة العبارات المستخدمة على بساطة تفكير الصغار.

د- الوظيفة المرجعية:

تتمثل الوظيفة المرجعية في الخطاب الإشهاري في الإحالة على المنتج وبين ما يستقطب المستهلك وفق محط اهتمامه، وذلك بإنتاج منتج جديد يمزج بين نكهتين مختلفتين.

8- النموذج الثامن:

8-1- موضوع الوصلة الإشهارية:

منتوج استهلاكي "تونة ricmar"، تعد منتج أقل سعرا مقارنة بالمادة الأساسية التي يستخرج منها، فهي باهضة الثمن ويصعب على كل المستهلكين شراء سمك التونة، وذلك نظير ندرة الحصول عليها وصعوبة اصطياها أولا، وعدم توفرها في كل مكان في كل وقت وحين، وإن تواجدت تكون بثمان غالي ثانيا، لذا تم إنتاجها ووضعها في علب صغيرة أقل تكلفة وأكثر إنتاجا واقبالا من طرف المستهلكين، كما أنها سهلة النقل وأخذها لأي مكان، المسافر يفتنيها أثناء رحلاته أو الرحلات الصحراوية أو أماكن أخرى، فعوض المادة الأساس التي تفسد بسرعة ولا يمكن التنقل بها ووجب استهلاكها بسرعة قد تفسد، فأصبح هذا المنتج بديلا وبه مواد تحافظ على بقاءه لمدة أطول قدر الإمكان.

8-2- تقديم صورة عن التشكيل اللغوي للوصلة:

تميزت الوصلة الإشهارية بقالب لغوي يجمع بين العربية الفصيحة واللهجة من جهة ، وبين العربية واللغة الأجنبية من جهة أخرى، التي يفهمها كافة فئات المجتمع المتلقية، اللهجة تمثلت في الحوار بين البائع والمشتري، أما اللغة الفصيحة في نهاية الوصلة الإشهارية، بينما اللغة الأجنبية في اسم المنتج والقليل من الألفاظ في الحديث بين الزبون والبائع الذي قال: "top" دمج اللغة الإنجليزية التي تعني "قمة" ، مما نتج عنه بما يعرف بالتعاقب اللغوي.

8-3- وظائف اللغة في الوصلة:

أ- الوظيفة الندائية:

كانت في مناداة الزبون للبائع حول ما ينجزه ويحمله في يده، وأثناء وضع البضائع في الرفوف في قوله: "واش عمي رابح"، وأخذ صاحب المحل لاحقا في الرد عليه، والأساس في النداء هو جذب انتباه المتلقي لما يروج له المسوق؛ فلا يستغني عن الوظيفة والطابع الندائي في تصميم وإنجاز الوصلة الإشهارية، لكن هذه الوصلة لم يبرز فيها النداء كثيرا.

ب- الوظيفة الإخبارية:

برزت هذه الوظيفة في الوصلة مختصرة وواضحة، وهذا لعامل المدة المحدودة التي قائم عليها الإشهار ولا يكون مطولا حتى لا يخرج عن الهدف الرئيس وهو جذب المشاهد وليس جعله طويلا مما يسبب نفور وملل، بالإضافة إلى إبراز المنتج "ricmar" ولما

يحملة من خصائص تلبى المستهلك، وهذا ما جعل الوظيفة تكون بشكل مباشر تقريبا حاضرة، والمتمثلة في قول البائع: "ريكمار 100 بالمئة طبيعة وبروتين طبيعي".

#### ج- الوظيفة الجمالية:

اختيار ما هو قائم عليه أغلب الشريحة المجتمعية عامة في استخدام اللغة والمزج بينها، كما أن رمزية المشتري "المستهلك" على ما يريده، ولباسه اللون الأخضر دلالة على الطبيعة ومحاولة العثور على الأصل، وما يقابله صاحب المحل اللون الأزرق الذي يوافق المكان الأساسي للمنتج الذي يستخلص منه وهو البحر، والتي تعتبر دلالة على رمزية المكان، والعبارات هنا تحمل طابع مقبول من الجمالية في الوصلة، ومدى استرسال المتلقي والبائع، كما أن هذا الأخير ينسج كلامه بما يدعم المستهلك ويرغبه في اقتناء وشراء السلعة عن طريق طرق وآليات وأساليب مختلفة تسويقية.

#### د- الوظيفة المرجعية:

تمثلت الوظيفة المرجعية في المحاولة العثور عن الأصل الذي ما يماثل الطبيعة، وما رمز له الجانب الإيقاعي والألوان التي تدل على الأساس الذي يستخلص وينتج منه المنتج.

#### 9- النموذج التاسع:

##### 9-1- موضوع الوصلة الإشهارية:

يتحدث هذا الإشهار عن "بطاقة بنكية" من قبل البنك الوطني الجزائري، خصصت هذه الوصلة الإشهارية لفئة محددة من المجتمع وليس كله، وهم طبقة المهنيين وأصحاب المؤسسات الذي لديهم تعاملات يومية ومستمرة ودائمة مع البنوك عبر العمال أو من خلال ما تقوم عليه الشركات وفق المجال التي هي مبنية عليه، وهذا كله بهدف تسهيل المعاملات التجارية عبر الإنترنت دون عناء الذهاب إلى البنك والانتظار المطول حتى يأتي دورك، كما تتيح فرصة توفير ضمان لمدة ثلاث سنوات وميزة الأمان التام أثناء القيام بالدفع وسحب الأموال.

##### 9-2- تقديم صورة عن التشكيل اللغوي:

امتازت الوصلة بغلبة الطابع اللغوي الفصيح؛ هنالك ثنائية لغوية فقط في الإشهار المتمثلة في اللغة الفرنسية والعربية. الأولى كانت على مستوى شعار البنك الوطني الجزائري وفي بعض البيانات في الصورة المصممة في الشريحة الإشهارية، أما الثانية كانت ذات طابع لغوي فصيح بحث من خلال الجانب التقديمي والخصائص التي تميز البطاقة البنكية، في الجانب الأدائي الصوتي، وذلك بطبيعة الفئة المستهدفة، فهم فئة مثقفة ولها معرفة ودراية باللغة العربية الفصيحة، فكان لزاما أن تكون الشريحة الإشهارية قائمة عليها هذا من جهة، ومن جهة أخرى لكونها خصصت الفئة وتعدو بها من مختلف المجالات والأصناف التي قد لا تنتشر في اللغات الأخرى التي قد لا يعرفها الجميع كالفرنسية أو الإنجليزية، ففيه اختيار الطابع الفصيح بكثرة عن سواه.

### 9-3- وظائف اللغة في الوصلة:

#### أ- الوظيفة الندائية:

تمثلت في التخصيص الأول "إلى أصحاب المشاريع والمهنيين هذه لكم بطاقة بنكية تسهل عليكم دفع واستلام أموالكم عبر الإنترنت"، حيث كان فيها نوعا من التحديد لفئة معينة، مما شكلت لفت انتباه لأصحاب الحاجة إلى هذه الخدمة، وفي فن الحيل التسويقية بهدف نشر الفكرة والمنتج على نطاق معين، يتم تحديد المنطقة الجغرافية أحيانا والفئة المستهدفة دائما حتى يكون الاعلان على نطاق واسع.

#### ب- الوظيفة الإخبارية:

ظهرت بكثرة في هذه الوصلة من خلال التعريف بالمنتج أولا "بطاقة بنكية"، ثم بالخصائص والمميزات التي تحملها، وذلك كان في: "هذه البطاقة تسهل عملية الدفع والسحب عبر الأنترنت".

#### ج- الوظيفة الجمالية:

تمثلت في اللباس ذو الطابع الرسمي للعمل وهو ارتداء بذلة رسمية، بالإضافة إلى الطابع العام للشريحة التي تم تصميمها تمتاز بالمرونة والهيكل العام لها في إطار عملي محدد.

#### د- الوظيفة المرجعية:

تعد هذه الوظيفة ذات التشكيل اللغوي المحكم بالثنائية اللغوية، وبما تميزت به من خصائص ومميزات لسانية وفق تصميم وفق طابع جيد، وما يماثل المعاملات الرسمية العملية ذاتها في هذه الخدمة البنكية.

خاتمة

الحمد لله الذي من علينا بفضله وعونه وتوفيقه في الوصول إلى نتائج وثمرة هذا الجهد، بعد عناء ومثابرة إلى نهاية هذا العمل رغم أنها لم تستوف كل ما يخص التشكيل اللغوي في الخطاب الإشهاري. ولقد خلصنا عموماً أن الخطاب الإشهاري مهم في العملية التسويقية وتوصلنا إلى النتائج التالية:

- أهمية اللغة في عملية التواصل والإبلاغ، وما تؤديه من إشارة وكتابة ومشاهدة.
  - تعدد أنواع الخطابات الإشهارية على مستوى الساحة الإعلامية، نظراً لأهميته البالغة في شتى الميادين.
  - للخطاب الإشهاري التلفزيوني مكانة بين بقية الإشهارات لما له من تأثير في الجماهير، وجذب المستهلك.
  - تعدد وظائف الإشهار من كسب للجماهير، ترويج للسلع، التأثير في المتلقي، رفع الاقتصاد... الخ
  - يتداخل مصطلح الإشهار مع مصطلح الإعلان، غير أن الإشهار يتميز بالترويج أكثر من أي شيء آخر.
  - كما أن الخطاب الإشهاري الجزائري من جهة يكشف عن التعدد اللغوي المائل في الواقع.
  - أهمية الأيقونة الإشهارية في الترويج للسلع وإظهار مميزاتها، ورفع قيمة المنتج.
  - تصميم الإشهارات في طابع جذاب وفي وقت وجيز.
  - يستند الإشهار في بناءه على وظائف اللغة، لذلك كان تطبيق وظائف اللغة عند ريمان ياكبسون على الخطاب الإشهاري مفتاحاً لفهمه وفك تشفيره اللغوي.
  - يبدو من خلال الدراسة أن الخطاب الإشهاري يخضع لتصميم لغوي محكم، لأداء وظيفته الترويجية.
- بناء على ما خلصنا إليه من نتائج، نقترح أن يخصص لهذا الموضوع دراسات أخرى من قبل الباحثين والدارسين لفتح آفاق جديدة في مجال اللغة والإعلام. وفي الأخير نرجو أن نكون قد وفقنا في إثارة هذا الموضوع، والله ولي التوفيق.

# قائمة المصادر والمراجع

- القرآن الكريم.

1- المصادر:

ابن فارس، مقاييس اللغة، تح: عبد السلام محمد هارون، دار الجبل، بيروت، لبنان، 1991، ط1، ج5، مادة كتب

ابن منظور، لسان العرب، تح: عامر أحمد حيدر، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط1، 2002، ج13.

الجاحظ، البيان والتبيين، تح: درويش جويدي، المكتبة العصرية، صيدا بيروت، ج1. عبد الرحمن بن خلدون، المقدمة، دار الكتب العلمية، 1993، ط1.

2- المراجع:

بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، تر: سعيد بنكراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية سورية، 2012، ط1.

جاسم رمضان الهاللي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، دار النفائس، الأردن، 2013، ط1.

حنان شعبان، تلقي الإشهار التلفزيوني، كنوز الحكمة، الجزائر، 2011.

رشدي أحمد طعمية، المهارات اللغوية مستوياتها تدريسها صعوباتها، دار الفكر العربي، سلطنة عمان، 2004، ط1.

عبد الحميد بوتترعه، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار سامي، الجزائر، 2022، ط1،

عبد الغني عراب، الإشهار وماهيته (الوظائف والعناصر)، مجلة القلم، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ع02، 2023.

كلثوم مدقن، لغة الإشهار ووظائفها أنماطها وخصائصها، مجلة الأثر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ع29، 2017.

ليث محمد لال محمد، الاقتصاد اللغوي وبعض مظاهره في العربية، مذكرة ماجستير، كلية اللغة العربية وآدابها، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1995 م.

مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر، 2008، ط4، مادة كتب.

- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر، 2008، ط4، مادة شهر، اشتهر.
- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق، القاهرة، 2002.
- محمد خاين، الإشهار الدولي والترجمة إلى العربية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2015، ط1.
- محمد رجب النجار وآخرون، الكتابة العربية مهاراتها وفنونها، مكتبة دار العروبة للنشر والتوزيع، الكويت، 2001، ط1.
- محمد علي الصويكري، التعبير الشفوي، دار ومكتبة الكندي، الأردن، ط1، 2014.
- منى الحديدي، الإعلان، دار المصرية اللبنانية، مصر، 2002، ط2.
- يوسف تغزاوي، استراتيجيات تدريس التواصل باللغة مقارنة لسانية تطبيقية، عالم الكتب الحديث، إريد، الأردن، ط1، 2015.

# فهرس الموضوعات

شكر وعرفان .....	
إهداء .....	
الملخص: .....	
مقدمة.....	أ-ب

### الفصل الأول: التواصل والخطاب الإشهاري: مفاهيم عامة

تمهيد الفصل: .....	4
1- آليات التواصل اللغوي: .....	5
2- الخطاب الإشهاري: .....	11
خلاصة الفصل: .....	18

### الفصل الثاني: التشكيل اللغوي في نماذج من الإشهارات الجزائرية

1- النموذج الأول: .....	20
2- النموذج الثاني: .....	22
3- النموذج الثالث: .....	23
4- النموذج الرابع: .....	24
5- النموذج الخامس: .....	25
6- النموذج السادس: .....	26
7- النموذج السابع: .....	27
8- النموذج الثامن: .....	29
9- النموذج التاسع: .....	30
خاتمة.....	31
قائمة المصادر والمراجع.....	31
فهرس الموضوعات.....	31