

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de L'enseignement Supérieur et de La
Recherche Scientifique

Université Ain Témouchent Belhadj Bouchaib

Facultés des Lettres et Langues et Science Sociales

Département langue et lettre arabe



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب

كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية

قسم اللغة والأدب العربي

العلامة اللسانية والعلامة البصرية في الخطاب الإشهاري دراسة تطبيقية لنماذج مختارة

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي

تخصص: لسانيات الخطاب

إشراف الأستاذ: حجاج أم الخير

من إعداد الطالبتين:

1- بوكمبوش هدايات

اللجنة المناقشة المكونة من الأعضاء الآتي ذكرهم:

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
زوالي نبيلة	أستاذة محاضرة (ب)	جامعة عين تموشنت	رئيسا
حجاج أم الخير	أستاذة محاضرة (ب)	جامعة عين تموشنت	مشرفا ومقررا
بن سعيد إيمان	أستاذة محاضرة (ب)	جامعة عين تموشنت	ممتحنا

السنة الجامعية:

2023/2022

الإهداء

إلى القلب المعطاء والروح الطيبة أمي التي
وهبت لي الحياة وطموح الدراسة.

إلى من كان لي سندا وعونا عند الشدائد
طوال عمري أبي العزيز.

إلى إخوتي ركائز البيت. سناء لا طالما
شكرتها لا يكفي .

-إلى خليل ، عبد الإله، ملاك

إلى عائلتي مصدر سعادتي، جداتي، أعمامي
وأخوالي، عماتي، خالتي.

إلى زوجي قرّة عيني الذي كان لي ظهرا في
كل أيامي.

صديقاتي: منا، لوفاء، حليلة، آسيا.

أهديكم هذا العمل بكل الحب و الإمتنان.

المقدمة

مقدمة

الخطاب الإشهاري هو استراتيجية إقناعية إبلاغية حيث ارتبط مباشرة بالمجال التجاري وخصوصا بالجانب الترويجي وأصبح أكثر استعمالا في جل وسائل الإعلام والاتصال، قد استمد تقنياته من التطور التكنولوجي. يعد الخطاب الإشهاري إنتاجا مركبا من نسقين أحدهما لساني و الآخر سيميائي يشتركان في تهيئته، يقوم الحيز الأيقوني على تفسير المعاني اللسانية في حين يكون دور النسق اللغوي هو الأداء لوظائف عديدة تنسب لعناصر العملية التواصلية لتشكيل إطار سيميولساني يحمل مدلولات. حيث تكمن أهميته في توجيه المستمر لثقافة الاستهلاك وتسهيل عملية الإدراك والاستجابة للمكونات والسيميولوجية الإزدحامية التي شكلها في وسائل التواصل والإعلام.

يهدف هذا الموضوع إلى الكشف عن الأنساق الدلالية التي تسكن الخطاب الإشهاري وعرض الأهمية التي يتميز بها الإشهار ودور العلامة البصرية في تحليل كل ما يشاهده المتلقي ومعرفة ارتكازات الخطاب الإشهار وأهم العناصر اللغوية، سليلط الضوء على الإشهار الثقافي كان هدفه التعريف بتراث الجزائر وتقاليدها، قد تنوع الخطاب الإشهاري و اختلفت أنواعه باختلاف أدواته وما يقود أصحاب هاته المهمة هي بنيته، لغته، إطاره الخارجي و الداخلي ومكوناته ومن هنا نطرح الإشكالية التالية.

ماهي أهمية العلامة اللسانية والبصرية و أين تتجلى ؟

- في الخطاب الإشهاري المكتوب، المسموع، السمعي البصري . للإجابة عن هاته الإشكالية أتبع الخطة التالية:

المقدمة التي تناولت أهمية الموضوع ومدخل شمل تعريفات للخطاب و العلامة ،أما الفصل الأول النظري جاء ملما بالخطاب الإشهاري، أنواعه وابعاده. وندرجت تحته تعريفات للعلامة اللسانية عند ديسوسير و رومان جاكسون ،و العلامة السيميائية عند تشارلز بيرس و مارتن جولي ثم درسنا العلاقة الموجودة بين السيميولوجيا و اللسانيات.

بالنسبة للفصل الثاني كان فصلا تطبيقيا تضمن دراسة تطبيقية تحليلية لنماذج إشهارية (إشهار مكتوب، إشهار مسموع، إشهار سمعي بصري). و الخاتمة كانت عبارة عن إستنتاجات و نتائج للبحث.

حيث انتهجت المنهج التحليلي الذي ساعدني في الكشف عن طبيعة العلامات التي يحتويها الخطاب الإشهاري بالإضافة إلى المنهج الوصفي الذي يعكس لنا الخصائص البصرية لكل أنواع الإشهارات.

-أهم الدراسات السابقة التي اعتمدت عليها ولها علاقة مباشرة بالبحث هي:

-هندسة الإعلان الفعال الذي تناول أهمية الإعلان في وسائل التواصل لعبد العزيز مصطفى أبو شعيب
فلسفة العلامة رسول محمد رسول الذي تضمن أنواع السيميائية،محاضرات في اللسانيات خالد خليل
هويدي.

اعترض بحثي بعض المشكلات الموضوعية من بينها كيفية التنسيق ما بين موضوع الإشهار الذي يعتبر
تخصص إعلامي و كيفية تناوله من زاوية تخصصي لسانيات الخطاب ضيق الوقت و ضخامة
الموضوع وتشعب مجالاته قلة المراجع اللغوية التي تخص الخطاب الاشهاري .
وأتقدم بالشكر الخالص إلى أساتذة اللغة العربية وخاصة الأستاذة المشرفة حجاج أم الخير التي كان لها
الفضل في توجيهي.

هدايات بوكمبوش

23 ماي 2023

عين الطلبة-عين تموشنت



مدخل

مصطلح الخطاب: مصطلح حديث سكن العديد من العلوم والنظريات المعرفية خاصة الدراسات النقدية التي جعلته فرعاً أساسياً في مجال تحليل النصوص.

كما عالجته علوم اللغة من جانبه التواصلية والإبلاغية باعتباره وحدة تفترض وجود متكلم وملتقى فقد تزامن ظهوره مع ظهور كتاب ديسوسير.

لغة: هو من الفعل خطت أي تكلم وعرفه "الزمخشري خطت خطابه أحسن الخطاب وهو المواجهة بالكلام وخطب الخطيب خطبة حسنة"¹.

وذهب أبو إسحاق وفي التهذيب: "الخطبة مثل الرسالة التي لها أول و آخر"².

و الخطبة عند العرب: "هي الكلام المنثور المسجع ونحوه"³

و الخطاب و المخاطبة: مراجعة الكلام و قد خاطبه بالكلام مخاطبة و خطابا و هما يتخاطبان⁴.

حسب هاته التعريفات فان الخطاب مقترن بالكلام و قد جاءت لفظة الخطاب في القرآن الكريم

<<و اذ خاطبهم الجاهلون قالوا سلاماً⁵>> فرقان آية -63-

و يعني ذلك إذ قابلهم السفهاء بالأذى ردوا عليهم بالمعروف .

و جاء في سورة هود قوله تعالى <<اصنع الفلك بأعيننا ووحينا و لا تخاطبني في الذين ظلموا انهم مغرقون >>⁶سورة هود -37-

و معناه لا تخاطبني و لا تسألني و تطلب المغفرة.

في قصة سيدنا داود عليه السلام عندما أناه متخاصمين و حكم بينهم وقال أحدهم أن لأخيه تسعة وتسعون نعجة و له نعجة واحدة و عليه في الخطاب أي أقنعه بالكلام¹.

1-أبو قاسم محمد بن عمر أحمد الزمخشري.أساس البلاغة ج1.ت محمد عادل عيون السور ببيروت.دار الكتاب العلمية ص255.

2-محمد مرتضى الحني الزبيدي.تاج العروس من جواهر القاموس.ج2.ت علي هلاي . ط2 سنة 1987.

3-المرجع نفسه 372.

4-ابن منظور .لسان العرب.دار المعارف.ص1195.

5-سورة الفرقان . آية 63.

6-سورة هود 37

الخطاب اصطلاحاً:

و قد تعددت التعريفات الاصطلاحية للخطاب عند الأصوليين:

هو المركب من كلمتين أسندت أحدهما إلى أخرى¹ في حين نراد فن لفظه الكلام مع الخطاب لاشتراكهما في نفس الوظيفة فالخطاب هو ذلك اللفظ الذي يحمل غاية التأثير في المخاطب, و عند ديسوسير هو الوحدة اللسانية التي تتعدى الجملة وتصبح مرسلّة كلية أو ملفوظة² حيث جاءت المدرسة الفرنسية معارضة لرأي ديسوسير و فرقت بين الملفوظ و الخطاب باعتبار الملفوظ مجموعة من الجمل و الخطاب هو جزء من الملفوظ³ المصحوب بما هو حركي خطابي

ويعني أن الملفوظ متعلق بالنطق والخطاب هو الكلام مع تلك الحركات التي يقوم بها الخطيب بحجة الإقناع و توصل الرسالة على أحسن وجه. و قد تحدث فوكو عن الخطاب باعتباره حدثاً تلفظياً يتمثل في وضعه ضمن شبكة معقدة من العلاقات⁴ أي نه لايتعامل مع الخطاب على أساس بنية لغوية وإنما يتعامل معه من جانبه السياقي او الوضع الذي حط فيه فكل خطاب هو بالنظر الى برامج الحساب كيس من الكلمات.⁵

فالخطاب في رأي غردينار يحيل إلى العلامات الصوتية تصور خاصية البلاغية بين الناس فهو ذلك النظام الذي يسمح بإنتاج تلك العلامات متعلقاً بما هو نفسي واجتماعي.

فخلاصة القول أن هذا المصطلح شاع اكثر في الساحة اللسانية و خاصة عند ديسوسير لأنه يرتبط باستعمال اللغة.

مادامت اللغة العربية نظام من العلامات تعبر عن ما هو موجود في الذهن فان العلامة ترتبط بالدروس اللسانية ارتباطاً وثيقاً ولا بد من وجود علم يدرس ذلك النظام وهو السيميولوجيا.

1- أبي قاسم محمود بن عمر الزمخشري مصدر سابق عمان . دار عمار. 2003. ط1 ص32

2- بتصرف سعيد يقطب تحليل الخطاب الروائي ط2 المركز الثقافي العربي للطباعة و النشر و ص1993. ط42322التوزيع

3- باتريك شارودو. دومينيك منعنو. معجم تحليل الخطاب . ت عبد القادر المهيري حمادي محمود . دار سباترا تونس 2008. سلسلة اللسان ص80

4- ينظر مرجع سابق ص180 -

ينظر المرجع نفسه ص 180-181

العلامة لغة: هي من الرمز والاشارة أو السمة و علمه تعلمه علما أي وسمه.¹

أي وضع له علامة. وأعلم الفارس أي جعل لنفسه علامة الشجعان وهو معلم وجاء في معجم القاموس المحيط ان العلامة هي السمة كالأعلومة بالضم²

وقد وردت لفظة علامة في القرآن الكريم في قوله تعالى <<إنه لعلم للساعة>>³سورة الزخرف 61 أي نزول المسيح عيسى علامة من علامات الساعة أي اقترب يوم القيامة .

و في سورة النحل قوله تعالى << و ألقى في الأرض رواسي أن تميد بكم وأنهارا و سبلا لعلكم تهتدون15 وعلامات و بالنجم تهتدون >>⁴.

أي جعل النجم معلم نستعين به في تحديد الطرق والقبلة .

اصطلاحا: يرى جون لوك ان العلامات هي المعاني والدلالات التي يمثلها الذهن والعقل⁵ أي أن العقل هو الذي يولد تلك العلامات فنحن لا ندرك الأشياء الخارجية مباشرة وإنما عن طريق ما هو موجود من أفكار داخل الذهن.

فقد يلح هوبس ان العلامات مصدرها الأول التجربة ومصدرها الثاني التذكر⁶ ومعنى هذا ان أساس المعرفة هي التجربة الحسية فالطفل عندما يولد عقله صفحة بيضاء فيكسب معرفته عن طريق ما يحسه و يوازي هوبس بمن رأيه برأي آخر الا او هو ان العقل هو جوهر الفكر.

والعلامة من منظور بيرس هي شيء يشير أو يرمز الى موضوع ما يثير في ذهن شخص ما إشارة او فكرة او معنى⁷ أي انه ما دل على شيء أو أكثر في العقل.

وقد تبين لنا ان العلامة تدور فيما هو داخلي الذهن وما هو خارجي عالم المحسوسات والوجود.

1- أبي قاسم محمود بن عمر الزمخشري ص3084.

2-مصدر نفسه3085

3-سورة الزخرف آية 61.

4-سورة النحل آية 15-16.

5- رسول محمد رسول . فلسفة العلامات .ط1 سلسلة الفلسفات الطباعة الالكترونية وسماء محمد رسول .العراق ص49

6- المرجع نفسه ص92 .

7- المرجع السابق ص 122.

الفصل الأول

1/- الخطاب الإشهاري:

شغل الإشهار بال المجتمع بما له من تأثير في تغيير وجهة النظر لذا سنقف على تعريف الخطاب الإشهاري.

فالإشهار لغة: << من شهر وقال ابن منظور اشتهرت فلاناً أي فصحته و جعلته شهرة >>¹.

فهو من الوضوح

وإصطلاحاً: هو متعلق بالإعلان و الترويج. أما عن الخطاب الإشهاري فيعد نوع من أنواع الخطابات التي تنطلق من الاتجاه التواصلي بهدف الإقناع و إثارة الاهتمام حيث يعرفه ستانتون أنه كافة الأنشطة التي تقدم كمجموعة بطريقة غير شخصية مرئية أو شفوية عن طريق رسالة معلومات تتعلق بسلعة أو بخدمة فكرة ما² حيث يعتبر شكل من أشكال الرسائل التواصلية التي تنقل أهم المزايا الخاصة بمنتوج بهدف إغراء المستهلك .

فالخطاب الإشهاري هو اللغة المستعملة التي تعمل على التأثير في نفسية الفرد إما عن طريق الصورة أو عن طريق السمع أو الكتابة لغاية التشهير .

بعد ذلك النشاط الذي يهدف إلى الربح و يحتاج إلى التخطيط و التنفيذ و اليقين .

و عرفه داستو بأنه << العلامة أو مجموعة من العلامات ذات بنية إيجابية >>³ وبهذا فإنه التطبيق الذي يوظف العلامة البصرية و اللغوية لأنه مقتصر على أنظمة و لسانية.

حيث يعد أهم الركائز التي تحمل في حاسبها كفاءات التبليغ و التواصل لما له من مزايا ثقافية و فنية لأن الإشهار في حد ذاته يستند على الإعلام.

لا تنتقل الخطابات الإشهارية معلومة مجردة من محمولاتها النفسية الاجتماعية بل تمرر عبر وسائل ثقافية و ترسخ عوالم جديدة⁴ يعني أن العنصر الثقافي يعتبر خطوة مهمة في الخطاب الإشهاري و أما من الجانب الاقتصادي فهو يلعب دور فعال من خلال التسويق أو ترويج للمنتوج و التعريف به فقد يعتبر المحرك الأساسي للتجارة.

1- ابن منظور .لسان العرب ص48

2- عبد العزيز مصطفى أبو تبة . علي فلاح الزعبي . هندسة الإعلان الفعال (مدخل صناعة الإعلان). دار الكتاب الجامعي . العين إمارات العربية سنة 2014 . ص 90

3- مريم بنت محمد الشنقبطي . الخطاب الإشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية دار الفيصل . الرياض السعودية ص13

4- مجلة الدراسات اللغوية . المجلد 23 . العدد 3 ص305

2- أنواع الخطاب الإشهاري :

كما سبق لنا وذكرنا أن الخطاب الإشهاري مقترن بالسياق الإعلامي فقد يختلف الإعلان باختلاف الوسيلة التي يقدم من خلالها فلا شك من وجود تبيان في الصحف وما هو في التلفزيون والراديو لهذا تستعرض أنواع الخطابات الإشهارية.

أ- الإشهار المسموع: يقتصر على السمع في الإذاعة – الندوات والمحاضرات هو عبارة عن رسالة سمعية ويعرف أيضا أنه مجموعة من الأصوات المصممة لتحفيز الأشخاص لاتخاذ إجراء ما¹ هو كلام مباشر يسعى على الإغراء وجلب أذن السامع.

إن الإشهار المسموع فقد يحتاج إلى قوة من خلال النبر للتأثير في الملتقي فالصوت الهادئ ينبت الطمأنينة والصاخب دلالة على الحركة والإصرار.²

ويكون في الندوات من خلال تنظيم ندوة إشهارية سواء كانت ثقافية أو تجارية أو علمية يشارك فيها أخصائيين في ذلك المجال، وقد نجده في الإذاعات فالمذيع يلقي إعلانه بطريقته الخاصة في الأخبار و أو النشرات بأسلوب فكاهي، عاطفي، درامي.

فهو يختلف عن باقي الأنواع من خلال المدة التي يلقي فيها المعلن إشهاره فالإشهارات الأخر نستطيع التطلع عليها في أي وقت أما الإشهار المسموع فيكون إلا في الوقت الذي ألقى فيه.

ب- الإشهار المكتوب: ما يقتصر على الكتابة فقط ونجده في الجرائد مثال ذلك ما يحط في صفحة الرياضة عن كرة القدم و ما هو في ركن التجميل عن العطور. والمجلات والملصقات مثال ذلك في قارورة العصير ترتب كل المعلومات الخاصة بذلك العصير وما هي أهم مكوناته.

وأیضا أغلفة الكتب. فهو مقترن بالطباعة والصحافة لأن أغلب الإشهارات المكتوبة نجدها في الصحف والمجلات لأن بفضلها شاع الإشهار المكتوب.

فالإعلان المطبوع هو أكثر مكان ينصح فيه الإشهار³ رغم غياب الصوت و الحركة فيها لكن الرموز و الصور و الكتابة كافية لأداء مهمة الترويج و الإغراء .

❖ أجزاء الإعلان المكتوب:

– **العنوان:** وهي تلك الرسالة المقروء الملمة في شكل جملة أو اسم لذلك المنتج وقد يكون العنوان غامض في بعض حاملا ايحاءات و ايماءات.تثير الفضول و المعرفة لجلب الناظر.

-**الصورة:** هي تلك الرسالة البصرية¹ أو هي الشكل المراد تشهيره تحمل رموز مرئية و ألوان التي تخلق الجاذبية البصرية .

1- طارق هابة. المحاضرات في مقياس الإشهار الإذاعي و تلفزيوني ,منصة جامعة الواد. ص 3

2- مرجع نفسه ص3

3- المرجع سابق ص4

فهي عبارة عن تجسيد للفكرة الإعلانية فبمجرد رؤية الصورة نفهم الفكرة فمن الشرط أن تكون الصورة واضحة بعيدة عن التعقيد البصري و تكون مطابقة مع العنوان الرئيسي لسهولة إيصال الرسالة .

وقد تحمل الصورة إشهارات خاصة بذلك المنتج أو العلامة التجارية الخاصة به.

–**النص الإعلاني:** وهو الشرح والتفسير وتقديم لأهم الخصائص والإيجابيات المتعلقة بالمنتج. و تكون تفصيلا أو تحليل لتلك الصور وفي بعض الأحيان تأتي الصورة وبعدها المتن الإشهاري .

وأحيانا يكون المحتوى وسط الصورة فنلاحظ وجود تظافرا من عناصر الإشهار المكتوب فحضور النسق البصري يساعد في تفكيك شفرة الرموز التي تطرحها الصورة وذلك مع حضور الفكر.

ج-الإشهار السمعي البصري : و يسمى بالإشهار التلفزيوني أو الفيديو ظهر مع ولادة التلفزيون و تطور التكنولوجيا يعتمد هذا النوع من الإعلانات على الحركة و السمع , فالصورة المتحركة هي نسيج للمعرفة و الكشف عن الحقيقة لاحتوائها على الهندسة الشكلية و ألوان إيحائية و بإمكانها أن توصل المشاهد إلى الواقع , فالفهم لتلك الصورة متعلق بثقافة الفرد فيقف مقارن للحركات المرئية و الواقع المعيش , فقد تكون الصورة غامضة أو بعيدة عن الفكرة في بداية الفيديو بهدف خلق التهيؤ الذهني . و المشاهد يستمر في المشاهدة لمعرفة الفكرة و إدراكها .

في تلك اللحظة قد ينبهر المشاهد و يعجبه الغموض أو يرفض فكرة الإبهام و يفضل السهولة و الوضوح.

إذا كانت الصورة واضحة بإمكان الملاحظ أن يفهم الفكرة لكن الصورة لوحدتها ليست كافية لأداء مهمة الإشهار و الإغراء لا بد من وجود مرافق لها و هو الصوت الذي يعتبر الجزء الأساسي في عملية الإعلان التلفزيوني . حيث درجة إخراجة منخفض مهوس-مجهورا-عاليا .

و هو << تلك التلغظات التي يخرجها صاحب الرسالة في شكل جمل أو حوار >>² قد يكون فكا هي درامي، وثائقي، أو في هدم موسيقيا و قد يكون إلغاء عاديا مصحوب بحركة اليد أو فيلم قصير يمثلها أشخاص .

❖ مراحل تصميم الإشهار التلفزيوني:

-ابتكار الفكرة وهي كتابة النص الإعلاني أو السيناريو المناسب للشيء المراد إشهاره.

-الإطار الزمني (الليل – الصباح – المساء) فصل الشتاء-فصل الصيف.

-الإطار المكاني (الحديقة-الغرفة – الشارع).

-تعيين الأشخاص وفق (الفئة العمرية، الجنس، الشكل الخارجي، المستوى المعرفي).

1-طارق هابة مرجع سابق ص4

2-رانيا ممدوح صادق-الإعلان التلفزيوني. التصميم والإنتاج. دار النشر بالأردن. عمان

-الإضاءة: فالضوء يزيد من وضوح الصورة.

- تقنية التصوير: الاحترافية في التصوير واختيار وضعيات مناسبة.

- الإخراج: دور المخرج هو إعطاء الإشارة للبدء في التمثيل وبعض الملاحظات. والحركات التي يقوم بها الممثل.

إذا الإشهار السمعي البصري هو إعلان جديد مختلفا عن بقية الإشهارات الأخرى والأكثر استعمالا نظرا لميول الناس إلى ما هو تكنولوجيا و منظور فهو الأقرب إلى المشاهد بصفة مباشرة .

3/- أبعاد الإشهار :

يلعب الإشهار دورا فعالا في التأثير على الجمهور و خلق الصلة بين المستهلك و المنتج على غرار ما يقدمه من معلومات و تعريفات و إرشادات في مختلف الميادين لهذا سوف نطرح أهم الأبعاد التي يغوص فيها الإشهار .

أ/- البعد الاقتصادي التسويقي:

الإشهار هو المحرك الأساسي للاقتصاد في حين يعد الرسالة التي تهدف إلى تشهير سلعة أو خدمة موضوع.

أصبحت الإعلانات التجارية ساكنة مواقع التواصل الاجتماعي وبرامج التلفزيون والمجلات إضافة إلى ما هو معلق ولاصق على الجدران واللافتات.

فتحقيق لأرباح والرفع من المستوى المعيشي وترويجا للمنتجات وإشهارها تتعامل أغلب الشركات المنتجة مع القنوات التلفزيونية والجزائر لتشجيع المستهلك على شراء سلعة أو استهلاك طعام، تفاوتت أحجام النشاطات التجارية وتوسعت على الصعيد العالمي وحققت نجاحات في مجال التسويق والتصنيع وهذا بفضل الخدمة التي يقدمها الإشهار. في الميدان الاقتصادي عامة والتجاري والصناعي خاصة.

الإشهار هو أهم الأنشطة في سياسة الاتصال التسويقي² نظرا لمدى ترويجه للسلع.

1- رانيا ممدوح صادق-الإعلان التلفزيوني. التصميم والإنتاج ص15

2-سلطاني فضيلة. المحاضرات التسويق والإشهار. منصة جامعة حسيبة بن بوعلي شلف.

ب/- البعد الإتصالي والإعلامي:

الإعلام هو نشر الأخبار التي تهتم الجمهور سواء كانت ثقافية أو سياسية أو رياضية فالإشهار يندمج مع الإعلام اندماجا حقيقيا لالتقائهما في نفس المحطة ألا وهي الاتصال والإبلاغ.

- فعند قيام الإشهار بمهامه يستند إلى أعلى وسائل الاتصال الجريدة، المجلة، المذيع، التلفزيون فمن خلال ذلك يستطيع المشهر أداء وظيفته الإبلاغية و الإقناعية خاصة في الحقبة الزمنية الأخيرة و مع ظهور الأقمار الصناعية بنظامها التحكيمي في القنوات الفضائية فنقوم تلك القنوات بتخصيص وقت لبث فيها الإشهار بانطباع جديد صوتا و صورة، و غرارا عن ذلك الأنترنيت التي جعلت من العالم قرية صغيرة و ساهمت في تطوره فهي أيضا اتصلت بالإشهار اتصالا متينا حيث حول السوق الواقعي إلى سوق افتراضي يدور فيه البيع و الشراء بطريقة سهلة ويسيرة و ذلك بالإشهار عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك-انستغرام). وما أصبح يسمى بالتجارة الإلكترونية .

ج/- البعد الثقافي الاجتماعي:

أصبح الإشهار يحمل هوية ثقافية تعكف على تنشئة المجتمع، ونشر الوعي.

-تعتبر ظاهرة الإشهار من الظواهر الاقتصادية وتبحث في كل الثقافات² بهدف صناعة إشهار بقوة ثقافية مجهز بأفكار و لغة بليغة تؤثر في المتلقي، و ساهم في تبادل الثقافات بين الشعوب مثال على ذلك إشهار عن كتاب في فعالية تقام يحضرها كل من البلدان تشهيرا لذلك الكتاب أو إشهار عن ديوان شعري، أما من الشق الاجتماعي يساعد على تقديم معلومات قد تكون إرشادية توجيهية كالتلقيح عن فيروس الكورونا أو الحذر من التدخين و ما نلاحظه في هاته الفترة الإعلانات عن الاختناقات و الحذر من تسرب الغازات و قد يكون الإعلان في شكل تمثيل قصير يأخذ المستقبل إلى لوحة إرشادية .

أو إعلان السيرك هذا ما يزود الناس بأهم الابداعات والهوايات أو عن مسرحية تاريخية يجلب الناس إلى مشاهدة تلك المسرحية لاكتشاف تاريخ معين وذلك عن طريق ملصقات أو لافتات.

1-ينظر. عيسى نور الدين. عكوباش هشام. صناعة الإشهار والمتطلبات ط1 سنة 2020 ص 22-23

2-مبروك قادة. محاضرة الإشهار والرحمة وفعل النفاق. جامعة وهران، أحمد بن بلة. 2023.

د/- البعد اللغوي للإشهار:

تعتبر اللغة جسر يربط الفرد بالمجتمع باعتبارها نسق متكون من رموز إيحائية. فتوظيفها هي الاتصال و ذلك من خلال إثبات دورها في عملية الإلقاء و التلقي .

و يؤكد ديسوسير أن اللغة لا تكتمل في أي فرد وحده و لكنها توجد لدى الجماعة بدرجة الكمال¹ و استمرت اللغة في إثبات نفسه في مختلف الاتجاهات و هذا ما يتجلى لنا في الخطاب الإشهار ،حيث ينطلق النشاط الإشهار من عمق اللغة التواصلية سواء كانت منطوقة أو مكتوبة او مقروءة حسب الوسيلة المستعملة في الإشهار ،في الإعلان الإذاعي تستخدم لغة منطوقة حيث يتلفظ المشهر أو المذيع بالكلام الخاص بالإشهار أما عن الجرائد و المجلات لغة مكتوبة من خلال كتابة النص الإعلاني و العنوان و الإشهار التلفزيوني تكون لغة مزدوجة بين ما هو مكتوب و منطوق أما عن اللغة المقروءة

نجدها في اللافتات أو الاشهارات التي تعرض فيها الصور فقط أو موسيقى بدون لغة وهكذا يقوم المشاهد بقراءة الصورة لما تعطيه من الإيماءات حسب منظوره وفهمه.

فالمشهر يوظف لغة تناسب المجتمع وأحيانا نجد التعدد اللغوي من خلال استعمال أكثر من لغة مثال ذلك المزج بين اللغة العربية والفرنسية أو دمج العامية باللهجائية أو لغة أخرى وهذا يؤدي إلى طريق التطور الثقافي والفكر اللغوي ومن هذا يمكننا القول أن لأشهار دون لغة كونه يميل إلى النسق اللساني ميولا كبيرا بغض النظر عن النسق البصري أو الصوري فيجد نفسه محصور بين العلامة اللغوية و البصرية.

فاللغة الإشهارية هي التي تعكس صورة الإعلان وتساعد المتلقي على استقبال الفكرة ببساطة. فكلما كانت اللغة مبهمة فإنها تستدعي استخدام العقل والبحث عن الحقيقة.

4/-العلامة اللسانية:**أ- ديسوسير:**

من المفيد التذكير أن الدرس اللغوي الحديث استهل بمنهج تاريخي مقارنة مع فيردينايد ديسوسير ثم انتقل إلى ما هو جديد من مناهج ودراسات. وذلك مع صدور محاضرات ديسوسير وقد طرح في محاضراته كل ما يتعلق بعلم اللسانيات واعتبر اللغة هي موضوعها وجزء منها.

أكد أن العلامة اللسانية مبنية على نظام الثنائية الدال والمدلول، اللغة والكلام، الأنية والتزامنية لا شك فيه أن اللغة هي نظام من العلامات والعلامة هي عنصر من عناصر الجهاز اللغوي وهي مكونة من عنصرين يتصلان اتصالا كاملا فهما كوجهي الورقة أحدهما الدال وهو الصورة السمعية والثانية المدلول وهي المتصور الذهني².

1-كلثوم مدقن . لغة الإشهار من حيث المفاهيم و الأنماط. مجلة الأثر. العدد 29 ديسمبر ص145.

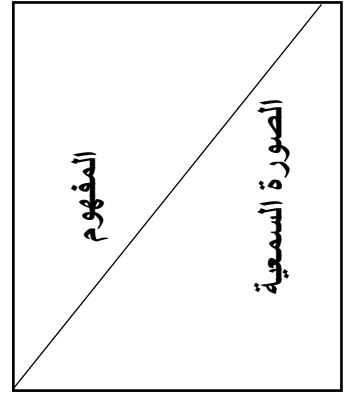
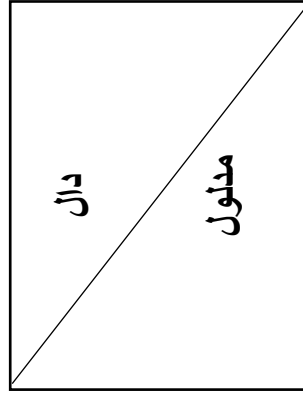
2-ينظر شوفة السعيد. مدخل المدارس اللسانية. القاهرة. المكتبة الأزهرية لتراث. 2007. ص4847 .

يعني أن لا يمكن أن يكون الدال بدون مدلول فإذا حضر التطور الذهني حضرت الصورة السمعية فالأصوات التي تتألف من اللغة ليست مجردة أصوات منطوقة بل هي رموز و علامات¹ و بمجرد نطق كلمة تثير النشاط الذهني و نرسم له تطورا فاللغة باستطاعتها أن توصل العلامة لكن حسب مفهوم الإنسان مثال ذلك إذا نطقنا كلمة شجرة فقد يتصورها الشخص (أ) على أنها شجرة تفاح و يتصورها شخص (ب) على أنها شجرة صنوبر لكن في آخر المطاف قد تكون شجرة من نوع آخر و هذا ما نسميه بالمرجع.

مكونات العلامة اللغوية



شجرة



1-فيرديناد ديسوسير. محاضرات اللسانيات العامة. ترجمة يوسف غازي. مجيد الدهر. المؤسسة الجزائرية للطباعة الجزائر 1966ص17.

ب/-رومان جاكبسون:

رومان جاكبسون من أهم الشكلانيين الروس في القرن العشرين ومن أعظم المفكرين اللسانيين¹، حيث صرح أن هناك عوامل يتحقق من خلالها التواصل اللغوي تتمثل في :

(1) -مرسل: مصدر الخطاب المقدم إلى المرسل إليه في شكل رسالة.

(2) -المستقبل: هو المتلقي

هناك متلقي مباشر مثل الندوات والمحاضرات وهناك مستقبل غير مباشر مثل المشاهدة في التلفزيون.

(3) -الرسالة: هي الجانب الملموس في العملية التواصلية قد تكون مقروءة وقد تكون مسموعة مكتوبة.

(4)-القناة: هي الممر الفينولوجي بين المرسل والمرسل إليه

(5) -الشفرة:تحاول فك المفهوم بحثا عن القيمة الإخبارية قد تكون دلالة صوتية.

(6)- المرجع: هو المحيط الذي ولدت فيه الرسالة.

حيث حدد جاكبسون في العملية التواصلية ستة وظائف:

الوظيفة التعبيرية: تصدر من المرسل من خلال تعبيره عن الإنفعالات الوجدانية و ما يحيل إلى الإشهار عادة ما يؤديه المشهر من تلفظ تأثيرا في المتلقي.

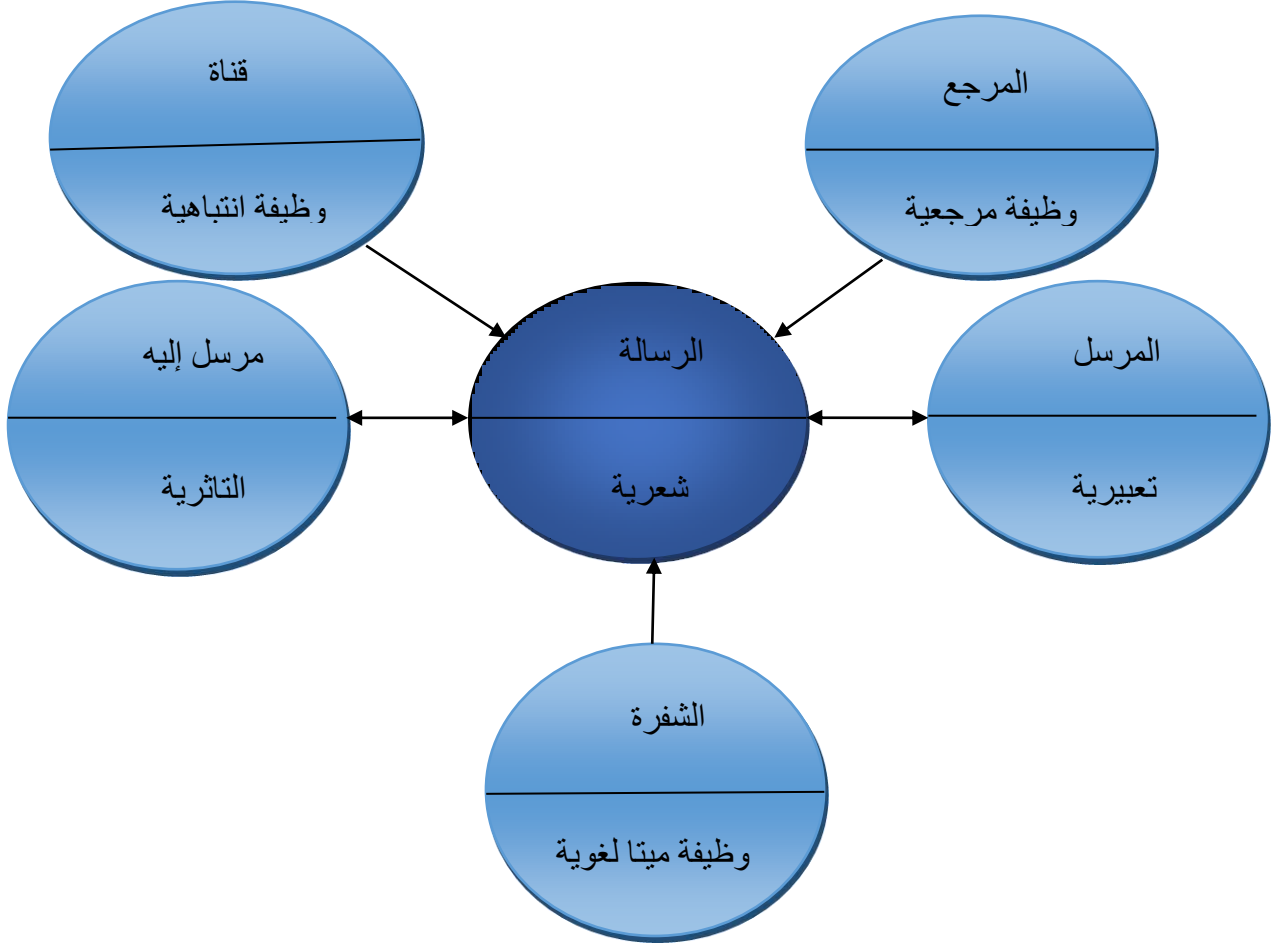
الوظيفة المرجعية : وتحيل إلى المرجع أو السياق بعيد البعد عن ماهو لساني حيث تعد من أهم المرتكزات في الإشهار .

الوظيفة الإنتباهية: و نحصل عليها من خلال القناة وذلك في شكل تعابير لفظية أو إشهارية.

الوظيفة الميتالغوية: تقوم على عنصر الشفرة لوصف المصطلحات و المفاهيم.

الوظيفة الشعرية: تركز على الرسالة للبحث عن جمالياتها من تنوع في الأصوات .

الوظائف اللغوية عند جاكسون



العلامة البصرية

ج-/تشارلز بيرس:

يقول ديسوسير أن العلامة أكبر من اللغة لأن هناك علامات غير لغوية .

فتشارلز عرف العلامة أنها شيء ما يوجه لشخص ما لينوب عن شيء ما من وجهة ما. أي أن العلامة توجه إلى شخص لتوحي إلى دلالة قد اصطلح عليها أو اتفق على إعطائها دلالة وتسمية.

حيث قسم العلامة من دال ومدلول وحقل منها علاقة وقسمها إلى فروع.

(1) -العلامة الأيقونية: الدال يشبه المدلول يعني الصورة الفوتوغرافية بمجرد رؤيتها تتعرف على الأيقونة الموجودة فيها.¹

مثل: الصورة الفوتوغرافية ← الدال

التعرف على صاحب الصورة ← المدلول

أي أن هناك علاقة تطابق بينهما.

(2) -العلامة الإشارية: الدال يشير إلى المدلول فالعلاقة بينهما هي سببية فيزيقية مثل وجود الدخان دلالة على هناك نار وقد تكون مكانية مثل الأسهم أو لافتات الموجودة في الطرق.²

(3) -الرمزية: الدال يرمز إلى المدلول ولا يشير إليه.³

وبينهما علاقة اصطلاحية تعاقدية أي أنه تم التعاقد عليها مثل علامة النصر التي نشكلها بالأصابع فهاته تم العرف عليها أن تكون رمز للحرية من الشعوب والتي تشبه حرف V باللغة الفرنسية، وأخذت من كلمة

.⁴vctore

1- ينظر. إبراهيم حجاج. وظائف اللغة عند رومان جاكسون

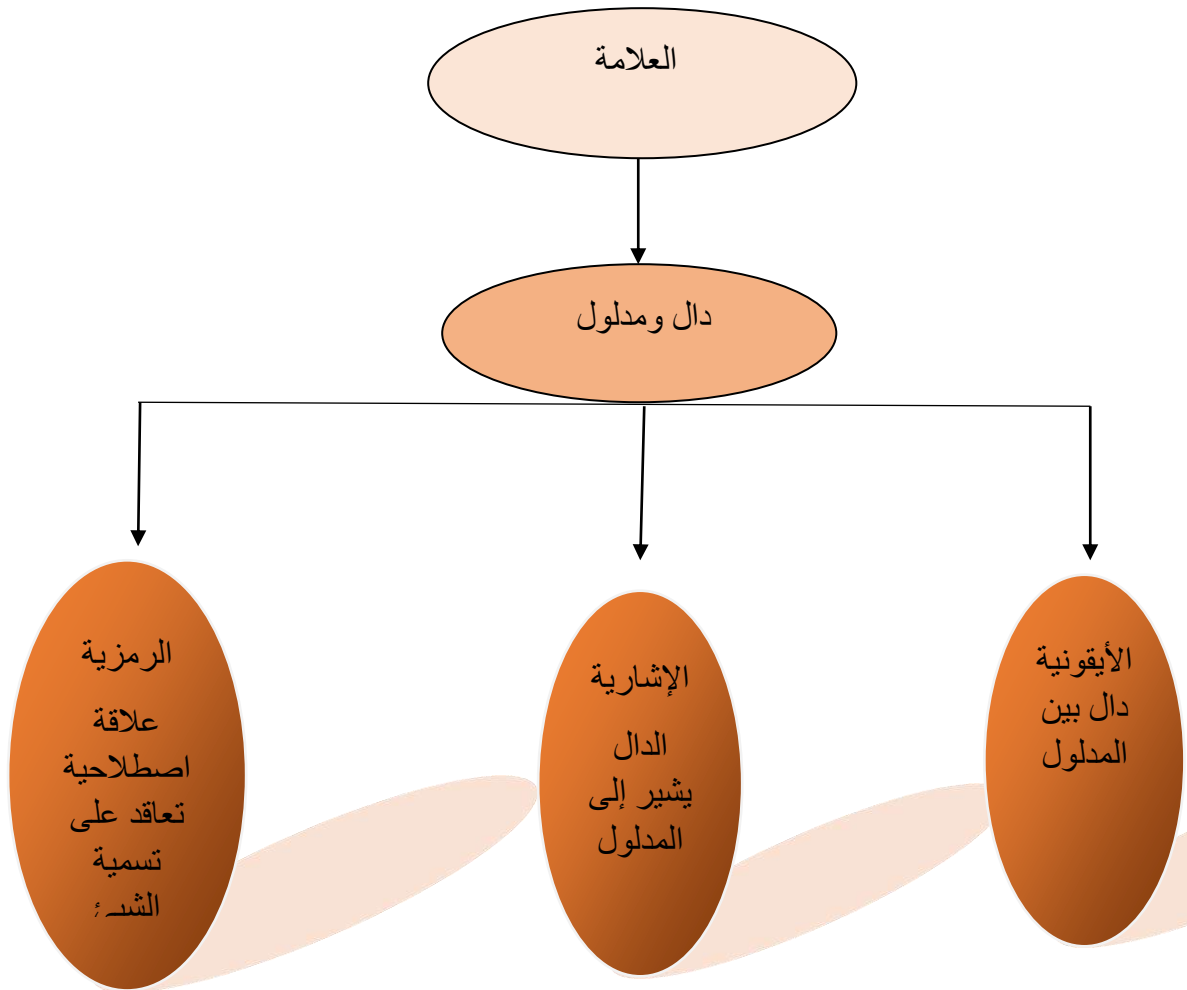
2021/11/14 .14:30 .2023/02/15. <https://youtube/1pcLmDEPZ8>

2- ينظر. إبراهيم حجاج. العلامة عند تشارلز بيرس. <https://youtub/ev15>. 2023/03/28 45:2021/05/04.14

3-ينظر. المرجع نفسه.

4-ينظر. المرجع السابق.

العلامة السيميولوجية عند تشارلز بيرس



د/-مقاربة مارتن جولي في تحليل الصورة سيميائيا:

يستدعي الحديث عن الصورة حضور آراء ثابتة من باحثين سيميائيين لذلك سنتطرق إلى عرض أهم المفاهيم التي جاءت بها مارتن جولي حول سيميائية الصورة.

حيث تبحث هاته المقارنة عن المعاني الأساسية والخاصة للصورة والكشف عن السلسلة التي تشكلها المستويات والركائز التي تحويها هاته العلامة البصرية.

1- الوصف: في هاته المرحلة نقوم بوصف الصورة وصفا بسيطا وذكر أهم العناصر التي تلمها من اسم الصورة والجملة اللسانية المرفقة بها.

2- التعييني: يقوم هذا المستوى على وصف كل ما وقفت عليه العين في جملة إحصائية ورصد كل الرموز التي تشكل الصورة مع غياب عنصر الشرح والتأويل وينقسم إلى ثلاث رسائل:

*رسالة تشكيلة: تقوم بوصف حامل الصورة ومكانها ان كان يمين الصفحة أو يسارها، قياس الإطار وشكله التأطير وهو تركيز الصورة عنصر معين سواء كان لغويا أو رمزيا يعني أعطت الاهتمام للعنوان أو العبارة اللسانية أو ركزت على وجه أو شكل ما وهو ما يلت انتباه المبصر،¹زوايا التقاط الصورة تكون حسب مستوى النظر قد تكون أفقية أو فوقية أو تحتية. التركيب والإخراج على الورق : ما هو مركز الثقل و ما يليه بالترتيب حسب وجهة النظر، من نقطة إلى أخرى الأشكال هل هناك دوائر، مربعات، خطوط، اللون والإضاءة، الألوان ان كان هناك فاتحة، غامقة، إضاءة.

*رسالة أيقونية: ان كانت الصورة لشخص معروف أو حيوان أو رسمة شكلية أو كاريكاتير. يعني الدال يشبه المدلول في لحظة رؤية الشكل يمكن التعرف عليه عندما تراه تدل على معناها الحقيقي.

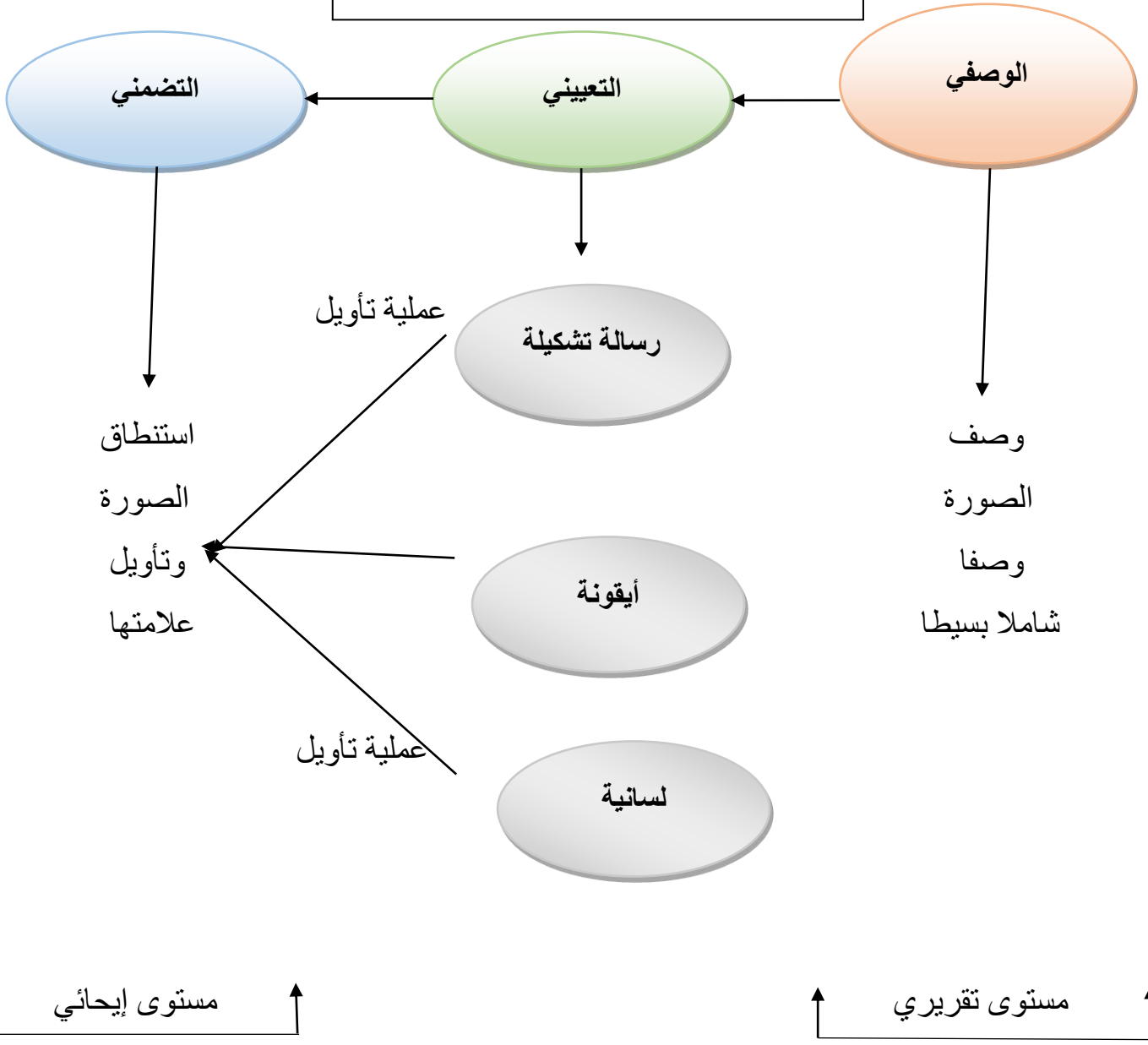
*رسالة لسانية: الرسالة اللغوية المصحوبة للصورة يعني الجملة المكتوبة واللون والخط الذي كتبت بها و خلفيتها.

3- المستوى التضميني: وهي عبارة عن تأويل وتغيير دلالات الرسالة¹ الشكلية و الأيقونية و اللسانية من ألوان و دلالة الخطوط و الأشكال دلالة الجملة اللغوية ومعناها.

إذن مقارنة مارتن جولي وسعت مجال السيميولوجيا من خلال السعي وراء حقيقة تشكيل الصورة و الكشف عن ما وراءها من دلالات ومعان فيعتبر نموذجا مثالي رابط بين البعد الحسي والبعد التصوري.

1-ينظر. إبراهيم حجاج. مقارنة مارتن جولي. <https://youtu.be/LogEyE/>. 21:00.2023/03/28.

مقاربة مارتن جولي



لأن العلامة غير اللغوية تشكل أنساق دلالية بدون تدخل اللغة أي أن اللغة هي الوحيدة التي تجعل العلامة غير اللفظية لها دلالة.

فقد حدد موريس العلاقة الموجودة بين السيميولوجيا واللسانيات من خلال دور العلامة التي تتخذ مفهوما مزدوجا داخل اللغة نفسها من الفرد إلى الجماعة ومن الجماعة إلى الفرد².

فالتواصل اللساني في عمقه تبادل العلامات والرموز، استنادا للآراء التي طرحت حول الرابط بين العلامة واللغة فقد اتضح أن اللسانيات والسيميائية ينهجان نفس المسار من خلال أن السيميولوجيا تدرس في أنظمة الأنساق العلاماتية اللسانية وغير اللسانية. وكلاهما يبحثان في العملية التواصلية وما يحيطها من دلالات. وبذلك أن التوجه اللغوي والتوجه السيميائي مرتبطان ارتباطا وثيقا.

1- إبراهيم حجاج. محاضرة العلامة عند رولان بارت مقياس السمياء. <https://youtu.be/ev151>. 10:30.2023/04/04

2- كريدات حورية. الإشتغال الدلالي للعلامة في الدرس السيميولوجيا. قسم اللغات العربية وآدابها المركز الجامعي أحمد زبانة ص3.

هـ- السيميولوجيا واللسانيات:

السيمياء مصطلح قديم من حيث الاستعمال. من زمن أباطرة الفلسفة أفلاطون وأرسطو لأنها ولدت من المنطق والظاهرية وارتبطت بالوجود. ويعني المعرفة السيميائية على العلامة أو >> العلم الذي يدرس طبيعة العلامات التي يستعملها العقل لفهم الأشياء وتوصل المعنى لأخرين<<¹.

لقد تفرعت السيمياء من علم عام إلى سيمياء الدلالة وسيمياء الصورة، سيمياء النقد، سيمياء التواصل وغيرها ولم تتصل بالفلسفة فقط بل اتصلت بالأدب والنقد واللسانيات.

-عرفت السيميائية في مطلع القرن تزواج مع اللسانيات من خلال المجهودات التي بدلتها ديسويسر² باعتبار السيميائية جزء من اللغة وقد أكد أن العلاقة بينهما علاقة احتواء³ أي أن اللسان محتوي في السيميولوجيا. وما جاء به هوبيس في مباحثه أن السيميولوجيا متعلقة بالفينولوجيا التي هي جزء من اللغة فالإنسان عندما يريد التعبير عن موضوعاته وافكاره الذهنية التي تحمل دلالات ومقاصد فإنه يستعمل اللغة وفي اللحظة نفسها باستطاعته ان يحيلها إلى علامات أو إيماءات.

إضافة إلى ذلك فإن السيمياء تتكى على البنيوية⁴ لأن المنهج السيميائي يدرس الإطار الخارجي للنص ومن أنساق وإشارات والبنيوية تدرس عمق النص.

فاللغة في حد ذاتها متكونة من رموز وعلامات فقد تكون اللغة هي نفسها العلامة ومثال ذلك ما تراه في الإشهار أو صفحات المجلات اسم العلامة التجارية وهي لغة أو جملة لسانية وفي نفس اللحظة تؤدي دور الإشارة.

-يعتبر اللسان من أهم الأنساق التي تستعين بها السيميائية لأنه يعد مؤولها اللفظي. فاللسان وحده يستطيع أن يكون أداة للتواصل ويستعمل كنسق يوضح نفسه بنفسه وهو أيضا الأداة الوحيدة لفهم وتأويل الانساق الأخرى⁵ فقد اكتشف أن السيميولوجيا لا تستطيع أن تقرض نفسها إلا مع اللغة لأنها تطبق نظرياتها في اللسانيات. ومنه اللسانيات سوى موضوعا للسيميولوجيا.

لكن جاء رأي مخالف ينفي مقولة ديسوسيرو رولان بارث حيث قال أن الألسنة أكبر من السيميولوجيا.

1-رسول محمد رسول. فلسفة العلامة ص11.

2-مرجع سابق ص6.

3-رابح بومعزة. كيفية تحليل بنية العميقة للنص ص83.

4-بن كراد سعيد. السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها. دار الحوار العربي سوريا ص16

5-رسول محمد رسول. فلسفة العلامة ص6

الفصل الثاني

1/- الإشهار المكتوب:

❖ المكون اللساني :

كما سبق وذكرنا أن الإشهار هو ترويج لسلعة ما. فقد اخترنا نموذجا من مجلة الشروق العربي ولما بإشهار ثقافي.

كان الميول نحو ركن الديكور فأحطنا برسالة إشهارية عن أواني من التراث القديم بلمسة عصرية وذوق جديد. سندرس الرسالة الإشهارية من جانبها اللساني والسميائي في الجداول التالية.






أدوات المطبخ بلمسة جزائرية.. طبخ وتراث

لا يفارقنا التصميم الحديث للمطبخ مع اللمسة الجزائرية التقليدية، بل تصفي هذه الروح على فمطبخ هوية وشخصية، ولا يحتاج الأمر إلى تغيير شامل لديكور المطبخ، إنما فقط بعض التفاصيل والأدوات، يستلزم تقليدي، صناعي، عصري، أو قديم، أو مختلج... كل بحسب ذوقه، الشروق العربي... كتابها، تنقي لك بعض الأدوات التي ستغلب مطبخك إلى حياة زمان.

من أكثر الفصينات التي ستغلب مطبخك رأسا على عقب، اللامعات المزخرفة بالزليج الجزائري الأصيل، التي يمكن العثور عليها في الأسواق الفاضلة بين جزائر المطبخ اللساني، ومنها: بقرق بالحديد والحديد، كما يمكن تزيين المطبخ ببساط طويل، مزين بصرفات الزليج، نفس الفكرة، يمكن تطبيقها على الطاولة، وهذا، يوحى باللمسات العصرية عليها الزخرفة الجزائرية التقليدية تحفة لا تضاهي، فهي موجودة في أواني السيراميك، التي قد تزين بها الرفوف، وأيضا في لوحة التصميم أو التصميمات مستوحاة من الموروث، يمكن الأدوات المستعملة في المطبخ نجح بموديلات جزائرية، أي بالحرف الصنية كالفرفشة والقورة والظاوس، مثل أدوات الخوص كالطال، وفخاخة الخبز وغيرها، المصنوعة الجزائري بوجوه، الخشبي، والحدي، وأيضا صفراس الخيطي، سيصنع بالحديد إلى زمن الحداث، مما يضيف بل زينة به زخام المطبخ، أو الزجاجي، أو الفخاري عروس، المستعمل كمناديل، مثل، مئذنة للقيام بكل الأمور المتعلقة بالمطبخ، ستطبخ، الستائر التقليدية التي تخدمون به، مثل الضارون والباروق، فائدة إن كانت لتركه، فمعد يهدت إجابة في مطبخك، الأضكار كثيرة، أنت وحياتك... اختاري ما يلائم لون مطبخك، ولا تخزي، لأن كثرة الحرف، قد تؤدي، الفين والذوق.

الديكور

الشروق 56



46 / 79

المزج بين اللغات	اللغة الفرنسية: ديكور اللغة الإنجليزية: ستايل-موزايك-سيراميك. العامية: الزفيطي-الزليج-المهراس.
التكرار	-مطبخا، الزخرفة، لأواني، التزين كلمات مكررة للتركيز على مضمون الإشهار -الضمير المخاطب (ك)، (أين) الكاتب يوجه الرسالة إلى المرأة الجزائرية المهتمة بالذوق والفن.
الجمل الإسمية	الأفكار كثيرة، تزيين المطبخ، من أكثر اللمسات... للفت الانتباه.
الأسلوب الإنشائي	النفي، لا تكثري، لا تتعارض الأمر، اختاري، ريني أفعال الأمر بصدد الاستعطاف والاستدراج.
أدوات الربط	و-ثم-أو-للمربط بين الأفكار التي يقدمها المشهر ولخلق التسلسل في عرض المعلومات.
حرف الإستقبال	سيقلب، سيشعرك، سيعطيك الدالة عن الزمن القريب بقي إذا اقتنيت. هاته الأدوات ستغير مطبخك هنا يقدم مزايا بطريقة استعطافية.
الجمع والكثرة	الفناجين، الأواني، الأدوات، الملحقات، الأباريق الزيادة الدلالية العجيبة. دلالة على وجود كمية كثير من الأدوات المعروضة
العبارات البلاغية	ستقلب مطبخك إلى خيامة زمان الزخرفة تؤذي العين والذوق لنكشف الرسالة الإشهارية بالجمال وايصالها للمخاطب بطريقة مؤثرة وموجزة.
العلامات الوقف	-الفاصلة: استخدامها تعويضا لحرف العطف (الواو) مثال: الجلاسيكي، الهاي غلوس النقطة: تدل على نهاية الجملة مثل: الزخرفة الجزائرية تحفة لا تضاهي. ثلاث النقاط مثال: أدوات الحلوى كالحلال وقاطعة العجين وغيرها... تدل على الحذف بقي ذكر البعض من الأدوات.
العبارات البلاغية	تضفي هذه الروح على المطبخ هوية وشخصية استخدام البيان لإضفاء الذوق اللفظي للرسالة والقصد بالهوية الجزائرية تشهيرا للتقافة الجزائرية.
أسلوب التفسير	بعض أدوات المطبخ تباع بموديلات جزائرية أي بالزخارف العتيق الكاتب يفسر بأن أدوات المطبخ الجزائري يتمتع بزخرفة خاصة.
أسلوب الشرط	إن كانت لديك نوافذ زجاجية في مطبخك. الأفكار كثيرة: استعمال الشرط بهدف الإقناع أن الزخرفة أو الفسيفساء الذي تتمتع به هاته الأواني يلائم الزجاج الشفاف لتعطي انطبعا جديدا.
استخدام الأمثلة	استعمل الأمثلة للشرح والإقناع والتركيب -مثل أدوات الحلوى -مثل الفناجين والأباريق

إن دلالة الرسالة الإشهارية مزدوجة فإنه يخاطب المرأة الجزائرية ويبقى لإغرائها وفي الوقت نفسه هو تشهير للتراث الجزائري الأصيل، ونشره عبر كل الدول العربية.

حيث اعتمد على أسلوب عادي في الكتابة وطرح أفكار وإرشادات تسهيل طريقة اختيار الأواني المناسبة، وشرح المفصل لهاته الأواني والمادة المصنوعة منها خشب, نحاس, سيراميك لكنه لم يذكر الألوان المتوفرة كما أن الفسيفساء هو مجموعة من الأشكال والزخرفات لكنه لا يتمتع بتنوع في الألوان يمكننا إيجاد لونين فقط في زخرفة واحدة.

الوظيفة للخطاب المباشر يسهل القراءة والفهم للقارئ. كما ابتعد عن الغموض والتعقيد حتى يلائم النص الإشهار كل فرد من طبقات المجتمع.

إن طريقة صياغة الرسالة هي المهمة في التواصل الإشهاري وليس الرسالة في حد ذاتها ولهذا نوع في استخدامه للأساليب والمفاهيم والعبارات.

1-ك. طارق. أدوات المطبخ بلمسة جزائرية. الشروق العربي. العدد 1108 مارس 2023. ص 56.

❖ المكون السيميائي:

تتميز الصورة الإشهارية في بعض الأحيان بغموض وخفايا لهذا سنكتشفها من خلال المثال التطبيقي الذي يعكس لنا الكيفية التي تتفاعل فيها العلامات لنتنتج دلالة تخدم المنتج، كون الخطاب اللساني يختلف عن الخطاب السيميائي فيتعلق الأمر بعلامات لها سبل خاصة يتسلط الضوء على خصوصية الرسالة السيميائية في تحليل الصورة الإشهارية لأدوات المطبخ انطلاقا من نموذج مارتن جولي .

الوصفي	<p>تتخذ البطاقة الإشهارية خمس صور مرئية في شكل مستطيلات تنصدرها أواني منزلية، على الجانب الأيسر من الصورة كتب عنوان الإشهار وينطوي تحته المقدمة كتبت بلون وردي، ثم النص الإشهاري المفصل.</p>
التعيين	<p>الرسالة التشكيلية: جاءت الصورة في ركن الديكور من مجلة الشروق العربي صفحة ستة وخمسون، العدد 1108 الصادرة في مارس ألفين وثلاثة وعشرون</p> <p>ركن المصمم في البطاقة على صورة الأواني المزخرفة لأنها أجد مساحة أكثر من النص المكتوب، انتباه العين يقع على الفسيفساء الملون بألوان مختلفة ثم يقع على النص المكتوب باللون الودي. من حيث الأشكال هناك تنوع في ذلك من دوائر ومربعات ...، ثم رصد عدد من الألوان الأسود والأبيض سواء في الرسالة السينمائية أو الرسالة السيميائية اللون الأزرق والأحمر موجود بكثرة في الزخرفات.</p> <p>الرسالة الأيقونية:</p> <p>هناك صورة اصطناعية لمجموعة من أدوات المطبخ، وصورة شخصية مرسومة</p> <p>هناك صورة اصطناعية لمجموعة من أدوات المطبخ، وصورة شخصية مرسومة.</p> <p>الرسالة اللسانية:</p> <p>وردت الرسالة اللسانية على نص في الجانب الأيمن من البطاقة حيث كتب العنوان في شكل جملة وقد نوع المصمم في حجم الخط حيث أعطى العنوان بحجم أكثر من باقي العبارات.</p>

عملية تأولية :

<p>جاءت البطاقة الإشهارية مقسمة إلى جزئين الجزء الأكبر خصص للصور ودلالة ذلك لجلب المشاهد لأن أول نظرة عين تحط على الألوان والصور والجزء الآخر خصص للكتابة ودلالة استخدام الألوان في النص الاشهار لخلق التناسق بين الصورة والرموز الكتابية.</p> <p>فاللون الوردي يرمز الى الابداع والتميز والسعادة وللخروج عن اللون الأسود المعتاد عليها في الطباعة.</p> <p>-فقط زين الفسيفساء الاواني بأشكال مختلفة دلالة عن التراث الجزائر الذي توارثته الأجيال عن العرب و الأمم السابقة ودلالة عن اختلاط الثقافات , و مدى التلازم الموجود بين الصناعة و الفن فالصانع يستطيع ان يكون فنان و مبدعا في آن واحد .</p> <p>يريد المصمم ان يوصل فكرة ان يسافر بالمشاهد الى الزمن القديم بتفاصيل دقيقة تحملها الأواني,منها ما هو مستوحى من طبعة كتوظيفه ازهار القرنفل و الياسمين</p> <p>نلاحظ أيضا اشكال بسيطة مثل المثلثات والمربعات دلالة على الأسماء الإسلامي لان الطابع مأخود من الفن الإسلامي القديم والأكثر شهرة في بلاد الاندلس.</p> <p>-إضافة الى ذلك استخدم الاواني الخشبية مثل المهراز استخدام الخشب هو أيضا مشتق من الطبعة ودلالة على البساطة والقدرة على استخدام الديكور. و الاواني الخشبية تكريما لتقاليد الجزائرية مدعومة بالبساطة والحدائثة.</p> <p>-استخدم المصمم كلمة المحروسة يتوسطها رجل يلبس لباسا تقليديا عاصمي يعتبر من المقومات الثقافية للجزائر متميزة بالتنوع والفخامة في التراث ما يسمى بالجدادولي او الجبادور شهد في زمن الدايات والبايات دلالة على ان الجزائر كانت تتمتع بروح الشجاعة والمعارك</p> <p>وللتعرف بان حكامها قديما كانوا زعماء شجعان ذو هيبه وهمم.</p> <p>وضعتالصور في موضع خارج الصورة النمطية بالإضافة الى كسر الألوان من خلال توظيف اللون الأسود في خلفية الصور بين مع وضع الازهار وأوراق خضراء مع المهراز الخشبي للبقاء في سياق الطبعة.</p> <p>-فكتابة العنوان في شكل عبارة منتهية بعلامة الحذف تواجد الكلام المضمهر أما عن الكتابة بشكل عريض لنميز العنوان من المقدمة والعرض -دلالة التراوح بين اللغات على مدى تأثير اللغة الأجنبية بصفة عامة.</p>	<p>المستوى التضميني</p>
---	-------------------------

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن الإشهار المكتوب يحمل في طياته صورة تشكيلة وطبيعته لغوية ومرئية غير لفظية مرتبطة بصفة مباشرة بالمرجع، فأنتجت لنا رموز تشكيلة وايقونية ولغوية. أما من الناحية اللسانية فاستخدامه لبعض الألفاظ العامية الأصلية لتوضيح فكرة ترويج الأواني التقليدية. أما من الأسلوب اللغوي كان بسيطا واضحا. ويظهر لنا هنالك إبداع في الهندسة والزخرفة.

إذن التداخل اللغوي السيميولوجيا يبدو جليا في هذا الإشهار الثقافي. من خلال البنية اللغوية المطروحة والصورة السيميائية المصممة.

2/-الإشهار التلفزيوني: فوازير نال مع منال نموذج تطبيقي

-جاء هذا البرنامج التلفزيوني بصدد تشهير الأكلات والملابس التقليدية إضافة إلى الموسيقى الشعبية الجزائرية في شكل فوازير ،والفزورة هي عبارة عن أحجية بكلام مفهوم بالدارجة.
اختياري كان حلقة من الحلقات البرنامج التي كانت تتكلم عن حلوة تقليدية جزائرية "البقلاوة" وعن حكايتها وطريقة تحضيرها. بهدف ترويحها وتعريفها عبر كل الدول العربية.

❖ المكون اللساني:

في هذا الإشهار استخدمنا اللغة العامية بكثرة مثل: رايح-جاي- نحكيو-ينقال بمعنى القول.المكمشة-المخيرة بمعنى الأحسن -اللغة العربية الفصحى -فيها مزايا -حلوى -فيها جدال -الطبقات- الزبدة-الحشو.	اللغة (العامية والفصحى)
قصر،الباي،شهيندر،حلوى،السر،زربية،طبقات،الزبدة،الحشو، اللوز، راح، طاح، دلالة تكرارها هو للتوضيح الحلوى التي تتكلم عليها الفزورة -الضمير هو الذي يعود على السلطات والتاجر،صانع الحلوى -الضمير: هي،الحلوى، والبقلاوة	التكرار
-من قصر الباي، اليوم نحكيو. عددالطبقات، كيما الخيوط	الجمل الإسمية
-يكشف في الأسرار، كانت زربية الباي فخامة، كان له حلواجي، مشى معاه في نفس الخطة، شربتهاالفرينة، قسم العجينة	الجمل الفعلية
و-أفاده تسلسل	أدوات الربط
من-على-في-حتى، من قصر الباي،مشى معاه في نفس الخطة	وحروف الجر
اثني عشر-خمسة-سبعة-ربعة-ثاني-اثني عشر طبقة،	العدد والمعدود
طبقات،التجار،مسائلأ، لأسرارك، يلاتم، قروطاتك،ويراتلد،لآلةعلى أن هاته الحلوى لها قيمة عظيمة	الجمع والكثرة
-حلوى فيها مسائل فيها جدال، شبه الحلوى بقضية تتوحى غموض بهدف توسيع أفق انتظار المشاهد وتشويق لمعرفة حل اللغز -بصنع حلوى لنحاكيه -عدد الطبقات كما الخيوطة شبه الحلوى بالزربية، بهدف إخفاء التي مراد إشهاره.	العبارات البلاغية
-ما دهنش الطبقة، ما تفيد النفي جاءت بدلالة لم بلا-تعني دون.	الأساليب الإنشائية
كان، قسمها، شربها، خرجت دلالة على أن أصل الحلوى قديم	الأفعال الماضية

جاءت الرسالة الإشهارية في شكل حكاية مشوقة بلغة ملفوظة ومرئية منسوجة بكلمات بالدارجة الجزائرية.تحمل ألغاز و غموض وفي الآن نفسه تفتح لنا باب السهولة من خلال طرح الوصفة و

طريقة صنع الحلوى , بأسلوب قديم حكواتي مصحوب بموسيقى شعبية التي تساعد على تقوية البنية اللسانية .

❖ المكون السيميائي:

من المهم أن نعرف أنساق العلامة السيميائية في الإشهار التلفزيوني وأغلب الأنساق الدلالية هي بصرية تتمثل المنظر والإضاءة، الأزياء، المكياج، الإكسسوار كل هاته تلعب دور في إنتاج المعنى، سواء كان بعيد أو قريب، لهذا سنغوص في نموذجنا تنقيبا عن أهم العلامة السيميائية التي تحيط بالفيديو المقدم في سبيل الإشهار والتعريف بأطباقنا الجزائرية، ونريد تأكيد أن الإشهار جاء في شكل فوازير ماضية معروضة على قناة سميرة تبقى المعروفة بالطبخ.

<p>عرض الفيديو الإشهاري على شاشة تلفزيونية في خمسة مشاهد. تحتوي على فوازير في شكل أغنية من أداء فنانة مع عرض بالرقص التقليدي، والرسالة اللسانية منطوقة ومكتوبة في أسفل الشاشة باللون الأبيض. وفي الطرف الأعلى توجد العلامة الرمزية للقناة التلفزيونية التي عرضت الحزورة.</p>	<p>الظهي</p>
<p>-الرسالة التشكيلية: جاء الفيديو في قناة سميرة تقي في مجال الطبخ عرض الفيديو في قناة سميرة تقي في مجال الطبخ والمأكولات التقليدية في شهر رمضان في صيغة أمثلة والغاز كانت تعرض على الساعة الحادية عشر ليلا، -كان تركيز المخرج على الحلوى التقليدية البقلاوة واللباس التقليدي الكاراكو، القفطان، لحصر الإعلان في المجال الثقافي فقط حيث تميل الأنظار إلى المكان الذي تم التصوير فيه وما يحيط به من ديكور وزخرفات وإضاءة، كان تواجد اللون والأسود بكثرة إضافة إلى اللون النحاسي والذهبي. -الرسالة الأيقونية : هنالك صورة بشرية للمغنية التي أدت الأغنية مع العارضات والباي، الطباخ، الخياط، الرسالة اللسانية: جاءت الرسالة اللغوية منطوقة مسموعة ومكتوبة في شكل جميل متتالية مع إيقاع موسيقي تقليدي بالدارجة الجزائرية، حيث كتبت بخط رقيق في الأسفل.</p>	<p>التعني</p>
<p>العملية التأولية جاءت المشاهد على تلقي الإشهار بصفة مباشرة على التلفاز لكن الرسالة الإشهارية التي اعتمدنا عليها في البحث عن العلامة اللغوية والسيميولوجيا كانت غير مباشرة. جاءت بصفة مسابقة رمضان يعرض الفيديو المصور عن طبق من الأطباق وأصل ظهورها ثم مع طرح أهم المزايا وبعض التلميحات لمعرفة الجواب.</p>	<p>التضميني</p>

حيث قسم العرض إلى خمسة مقاطع

المشهد الأول:



يبدأ بمقدمة عن الحصة بجملة تشويقية عن الحلوى حيث ورد أن البقلاوة ظهرت منذ عهد البايات مع رئيس التجار وما يسمى بشهيندر التجار. مع ايقاعحماسي، صور المقطع في استديو جهزت فيها كل الوازم وكل اللوازم وكل الديكور لإنشاء خلفية القصر مع الزخرفة المعروفة في كل القصور الجزائرية والفسيفساء الملون على الجدران كان تركيز المصور على الكاراكو الذي كانت ترتديه العارضات، بالإضافة إلى الحركات التي تقمن بها. لاكتمال العرض بجودة عالية.

المشهد الثاني:



استهل بقعدة جزائرية في القصر، جمعت فيها النساء وكأنهم يحاكون بعضهم عن هاته الحلوى وقصته بلباسهن التقليدي القفطان، القسنطينية.

-الحكاواتية كانت تقص عليهن وفي الأنية نفسها صور مشهد الحكاية عن التي بدأت مع خياط الذي نسج الزربية للباي وأعجب بها حيث كافأه بحصان وهذا الخياط كان له صاحب يصنع الحلوى وتمنى يكافئ مثله، مع الإضاءة التي ساعدت على بروز الألبسة التقليدية، وإعجاب العين بها، خاصة

المزج بين اللون البرتقالي واللون البنفسجي الذي أعطى انطبعا سيميائيا رائع والتركيز على زربية الباي.

المشهد الثالث:



سلطت الكاميرا على اللباس التقليدي الجزائري بالبرنوس و الطربوش المطروز بلون الأحمر الغامق وهي جالسة تكمل الأحجية وبجانبيها النساء و هن يطرزن على أقمشة البيض في جلسة ملكية في ساحة القصر المتميزة بالنافورة والطبعة الملونة ،في كلامها تقول أن الحلواجي راح يقلد صاحبه الخياط في صنع حلوة تشبه الزربية باثني عشر خير بانتظام.

الضوء كان مسلط على النساء فقط أما الخلفية تميزت بالظلام وكأنهم في سهرة ليلية تزينها الشموع.

المشهد الرابع:



في هذا المقطع قدمت الوصفة بالتفصيل والتدقيق, في المطبخ النساء يساعدن الطباخ الذي يرتدي لباس تقليدي مع قبعة التي تسمى بالطربوش، أما عن الأواني فيه، نحاسية الصينية ومرش الماء الزهر والإناء وبعض الأدوات الخشبية حامل للشموع، والمعلق وهي تقدم الوصفة في شكل أغنية هادئة للفهم وسهولة الاستعاب عند سماع، التصوير كان حول طريقة التحضير مكونات، وجمعهم حتى تصبح عجينة صالحة للتوريق، حيث قدمت تلميحا أن هاته الحلوى أساسها هو توريق العجينة وصنع طبقات، والحشو يكون باللوز أو الجوز وهنا يستطيع المشاهد أن يكتشف اللغز، لأن في آخر المشهد عرضت صورة البقلاوة بعد طبخها و إخراجها من الفرن.

المشهد الخامس:



في المكان نفسه الذي صور فيه المشهد الأول واللباس نفسه صور المشهد الخامس، الإختلاف في وضع حامل الشمول وطريقة لفة الحجاب.

-الإيقاع الموسيقي كان مشوقا جدا وكان هناك مغزى وراء هاته الحلوى وأكدت أنها تقسم في شكل معينات. حتى تعطي قالب وردة

-أساسها العسل وطريقة وضعها في الصينية، هذا ما جعل السلطان يعجب بالبقلاوة وكرم الطاهي، يعني أن، البقلاوة نالت إعجاب الباي أكثر من الزربية. ومن هنا أصبحت منتشرة عبر ربوع الوطن وظلت حلوى معروفة في الطاولة الجزائرية في كل المناسبات خاصة الأعياد.

من خلال ما ذكرناه سيميولوجية التواصل حاضرة في الإشهار السمعي البصري حيث كتبت الرسالة بلغة مفهومة بهدف الإملاك والتأثير، متضمنة تواصل إبلاغي لساني لفظي وتواصل لساني غير لفظي الذي يتمثل في الإيحاءات والرموز. متجاوزا الدلالة إلى القصيدة الإنتباهية، بالإضافة إلى حضور سيميائية الثقافة، داخل ظاهرة ثقافية مندرجة تحت وظيفة إغرائية، نلاحظ أن اللهجة الجزائرية زينت الرسالة الإعلانية.

نموذج للإشهار التجاري للمعرض الكبير بولاية عين تموشنت

- غرفة الصناعة والتجارة سوفات تدعوكم إلى زيارة المعرض التجاري الكبير والمتنوع.
- بجانب مكتبة مالك بن نبي وسط مدينة عين تموشنت.
- المعرض في الخيمة الكبيرة. تلقاو فيه كل ما تحتاجو.
- ألبسة للنساء والأطفال، أثاث وأواني منزلية مواد التجميل ومختلف السلع الاستهلاكية وبالطبع ألعاب التسلية لأطفالكم.
- تخفيضات معتبرة وأسعار تنافسية.
- كل هذا لإرضائكم.
- مرحبا بكم في معرض الخيمة الكبيرة بعين تموشنت.

3-الإشهار الإذاعي: نموذج للمعرض التجاري

الإشهار المسموع هو الإشهار الذي يعتمد على السمع فقط من هذا اخترت نموذجا من إذاعة عين تموشنت للمهرجان التجاري المقيم في الولاية المسمى بمعرض الخيمة الكبيرة الذي نظمته الغرفة التجارية سوفات

المكون اللساني	
اللغة العامية	-تلقاؤ فيه كل ما تحتاجو. -مرحبا بيكم في الخيمة.
اللغة العربية	-غرفة الصناعة تدعوكم إلى زيارة المعرض
الأفعال المضارعة	تدعوكم-تحتاجو
حروف الجر	بجانب-إلى زيارة
الترتيب والتعقيب	ألبسة للنساء والأطفال، أثاث وأواني
أسلوب الوصف والإغراء	الكبير والمتنوع-تخفيضات معتبرة وأسعار تنافسية
جمل إسمية	ألعاب التسلية لأطفالكم
التكرار	معرض الخيمة الكبيرة، التجاري-مرحبا بيكم-عين تموشنت.
طرف المكان	غرفة الصناعة-الخيمة الكبيرة، عين تموشنت مكتبة مالك بن نبي
الصوت	-الإلقاء بصوت رجل -حضور التقطعات بين كل جملة لسهولة الاستيعاب، والتدرج في طرح المزايا.

-يشمل الإشهار المقدم من طرف الإذاعة على عدة خصائص نجعل المعلن يقدم على استخدامه دون باقي الوسائل الأخرى .لأن تأليف النص الإشهاري وتنفيذه وإخراجه أبسط ففي هذا النموذج نستنتج أن الإشهار الإذاعي و مدته محددة كان في ظرف دقيقة، تمر كل يوم من حيث كتابة النص يكون على يد المذيع و الإلقاء كان بصوت رجل يلفظ النص المكتوب بطريقة إغرائية مع تناسق في الأفكار كان هنالك مزج بين العامية و اللغة العربية البسيطة لتكون مناسبة لكل الفئات العمرية، كون المذيع وسيلة نجدها في كل مكان عائلي (البيت ،السيارة) ، اعتمد المذيع على أسلوب الاقتناع لاستدعاء الناس لاقتناء السلعة و الاقبال على هذا المعرض .

أما عن التقطعات كانت عبارة عن فاصلة بين الجمل في توقيت لا يتجاوز ثانيتين لأن لشروط الالتقاء في الإذاعة هي التقطع وأخذ النفس والتنقل من نقطة الى أخرى.

الخاتمة

انطلق هذا البحث من مسألة إستدعت إعادة النظر في الجهاز المفاهيمي للخطاب الإشهاري حيث توزعت إهتماماته إلى شطرين شطر لساني لغوي و شطر سيميولوجي كون الخطاب بصفة عامة يشتغل على منصة العلامة اللسانية. فباستطاعته ان يحتك بما هو سيميائي لإكتمال الوظيفة الإبلاغية، حيث هاته الدراسة إلى نتائج تمثلت في :

- 1- الخطاب الإشهاري هو نوع من الاتصال الجماهيري
 - 2- الاشهار هو عملية تسويقية تهدف إلى التعريف بالمنتجات ورصد أهم مزاياها.
 - 3- بنية الخطاب الإشهاري قائمة على اللغة الإبلاغية والعلامة السيميولوجية
 - 4- يتمتع الإشهار بأبعاد مختلفة (ثقافية، اتصالية، اقتصادية، لغوية)
 - 5- الإشهار التلفزيوني قائم على تقنيات الإقناع و فن جذب انتباه الجمهور.
- ومن خصائصه الإبداع والتفاعل بين النظر والصوت والصورة، عرف الإشهار التلفزيوني تطور مواكبا لعصر التكنولوجيا.
- 6- الإشهار المسموع هو إشهار منطلق من الإبداعات مبني على الإنصات فقط.
 - 7- الإشهار المكتوب واقف على الرموز اللغوية والصورة الإشهارية.
 - 8- العنصر اللغوي هو المادة الخام للخطاب الإشهاري من خلاله يتمكن المتكلم إيصال الرسالة بشكل مبسط للمتلقي.
 - 9- العلامة اللسانية عند ديسوسير متكونة من دال ومدلول وما نسميه بالصورة السمعية والمفهوم.
 - 10- العلامة اللسانية عند رومان جاكبسون متوقفة بعناصر التواصل اللغوي (مرسل-مستقبل-رسالة-قناة-شفرة-مرجع)
 - 11- العلامة السيميائية هي الرموز البصرية الإيحائية أما عند مارثن جولي هي معتمدة على شروط تحليلية دقيقة، من وصف و تشكيل وتضمين.
 - 12- العلامة الأيقونية هي جزء من العلامة السيميائية.
 - 13- تشارلز بيرس يلح ان السيميولوجيا متعلقة بالمنطق.
 - 14- العلامة الأيقونية هي جزء من العلامة السيميائية.
 - 15- يجمع تشارلز بين اللسان والأيقونية.
 - 16- السيميولوجيا جزء من اللغة.
 - 17- العلاقة بين السيميولوجيا و اللسانيات هي علاقة احتواء.
- ومن خلال التطبيقات التي مارسناها على أنواع الإشهارات نستنتج ان:

- 1- الإشهار لا يأتي بالطريقة المباشرة في الإلقاء فقد نجده أحيانا بصفة غير مباشرة مثال ذلك في متن الفيلم أو في حصة ما.
- 2- الإشهار الثقافي من أكثر الإشهارات المعروفة لأنه يهدف إلى تعزيز تقاليد وعادات بلد ما أو منطقة ما.
- 3- يعد نموذج مارتن جولي الأدق والأمثل في التحليل السيميائي.
- 4- المرحلة التأولية هي العنصر الجامع لكل خطوات التحليل.
- 5- الصورة المتحركة تعطي انطباعا بصري أكثر من الصورة الثابتة.
- 6- اللغة تكون مفهومة عندما تكتب برموز أما اللغة المسموعة أو الملفوظة قد يلبسها الغموض حسب نوعية السمع والإدراك.
- 7- العين هي العضو الأساسي في اكتشاف المقومات السيميائية، و التقاط الزوايا الأساسية للصور.
- 8- الإشهار التلفزيوني الذي يقدم باللغة العامية يكون مناسب لكل الفئات العمرية.
- 9- الإيقاع الموسيقي يزين الإعلان ويجعله أكثر جاذبية.
- 10- الإشهار الإذاعي يختلف عن باقي أنواع الإشهارات من خلال الومضة التي يحط فيها .
- 11- الإشهار الإذاعي مباشر ومؤثر إن كان بسيط.
- 12- الإذاعة من الوسائل الإعلامية التي تكتفي بالمنطوق فقط.
- 13- الصوت والإلقاء يلعبان دورا في الإشهار الإذاعي ولا يحتاج إلى جهود فنية كبيرة ولا يتمكن من إظهار المعلن عنه للمستمع وإنما تقتصر على الوصف اللفظي.

قائمة المصادر و المراجع

-القرعان الكريم.

المعاجم:

- ابن منظور .لسان العرب.دار المعارف.
- أبو قاسم محمد بن عمر أحمد الزمخشري.أساس البلاغة ج1.ت محمد عادل عيون السور ببيروت.دار الكتاب العلمية.
- باتريك شارودو. دومينيك منعنو. معجم تحليل الخطاب . ت عبد القادر المهيري حمادي محمود . دار سباترا تونس 2008. سلسلة اللسان.
- محمد مرتضى الحني الزبيدي .تاج العروس من جواهر القاموس.ج2.ت علي هلاي . ط2 سنة 1987.

المصادر والمراجع

- فيرديناد ديسوسير. محاضرات اللسانيات العامة، ترجمة يوسف غازي. مجيد الذهر. المؤسسة الجزائرية للطباعة .الجزائر 1966.
 - بن كراد سعيد .السيمياثيات مفاهيمها وتطبيقاتها .دار الحوار العربي سوريا.
 - راجح بومعزة .كيفية تحليل بنية العميقة للنص .
 - رانيا ممدوح صادق-الإعلان التلفزيوني. التصميم والإنتاج. دار النشر بالأردن. عمان
 - رسول محمد رسول . فلسفة العلامات . ط1 سلسلة الفلسفات الطباعة الالكترونية وسماء محمد رسول .العراق
 - سعيد يقطب تحليل الخطاب الروائي ط2 المركز الثقافي العربي للطباعة و النشر و 1993.ط42322التوزيع.
 - شوفة السعيد. مدخل المدارس اللسانية. القاهرة، المكتبة الأزهرية لتراث. 2007 .
 - عبد العزيز مصطفى أبو تبة .علي فلاح الزعبي .هندسة الإعلان الفعال (مدخل صناعة الإعلان).دار الكتاب الجامعي .العين إمارات العربية سنة 2014 .
 - مريم بنت محمد الشنقبطي. الخطاب الإشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية دار الفيصل. الرياض السعودية.
- ط 1.2212.
- عيسى نور الدين، عكوباش هشام. صناعة الإشهار والمتطلبات ط1 سنة 2020 .

المجلات:

- كلثوم مدقن لغة الإشهار من حيث المفاهيم و الأنماط. مجلة الأثر العدد 29 ديسمبر.
- مجلة إلكترونية الدراسات اللغوية. المجلد 23. العدد.

المحاضرات:

- سلطاني فضيلة. المحاضرات التسويق والإشهار. منصة جامعة حسيبة بن بوعلي شلف.
- طارق هابة. المحاضرات في مقياس الإشهار الإذاعي و تلفزيوني. منصة جامعة الواد
- كريدات حورية. الإشتغال الدلالي للعلامة في الدرس السيميولوجيا. قسم اللغات العربية وآدابها المركز الجامعي أحمد زبانة.
- مبروك قادة. محاضرة الإشهار والرحمة وفعل النفاق. جامعة وهران. أحمد بن بلة. 2023.

المواقع الإلكترونية:

- إبراهيم حجاج. مقارنة مارتن جولي/LogEyE. <https://youtu.be/LogEyE>.
- إبراهيم حجاج. وظائف اللغة عند جاكبسون. <https://youtu.be/1pcLmDEPZ8>.
- إبراهيم حجاج. العلامة عند تشارلز بيرس <https://youtu.be/ev15>
- قناة سميرة <https://youtube.com/t9poeGasDEA> TV

الفهرس

	البسمة
	الإهداء
أب-ج	مقدمة
1	مدخل
الفصل الأول	
6	1/- الخطاب الإشهارى
7	2/- أنواعه
9	3/- أبعاده
11	4/- العلامة اللسانية
11	أ-ديسوسير
11	ب-رومان جاكسون
13	العلامة البصرية
15	ج- تشارلز بيرس
17	د- مارتن جولي
20	هـ- السيميائيات والسيميولوجيا
الفصل الثاني	
22	دراسة تطبيقية لنماذج إشهارية
23	1/- إشهار مكتوب
27	2/- إشهار سمعي بصري
32	3/- إشهار مسموع
36	الخاتمة
39	قائمة المصادر والمراجع

