



الخطاب الإذاعي الإشهادي بين الفصحى والعامية "إذاعة عين تموشنت"

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر

تخصص لسانيات الخطاب

تحت إشراف الأستاذ(ة):

من إعداد:

د / بوخاتم مولاي علي

مجاجي فاطمة

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
أ.بداد عبد العلي	أستاذ محاضر	جامعة عين تموشنت	رئيسا
أ. بوخاتم مولاي علي	أستاذ التعليم العالي	جامعة عين تموشنت	مشرفا، مقررا
أ.هامل الشيخ	أستاذ التعليم العالي	جامعة عين تموشنت	ممتحنا



الله

شكر و عرفان

نشكر الله عز وجل على توفيقه لانجاز هذا البحث والعمل
المتواضع.

ونتقدم بجزيل الشكر للاستاذ المشرف بوخاتم مولاي الذي كان له
الفضل في انجاز هذا العمل من خلال نصائحه وتوجيهاته وملاحظاته
القيمة.

لك مني خالص الاحترام والتقدير.

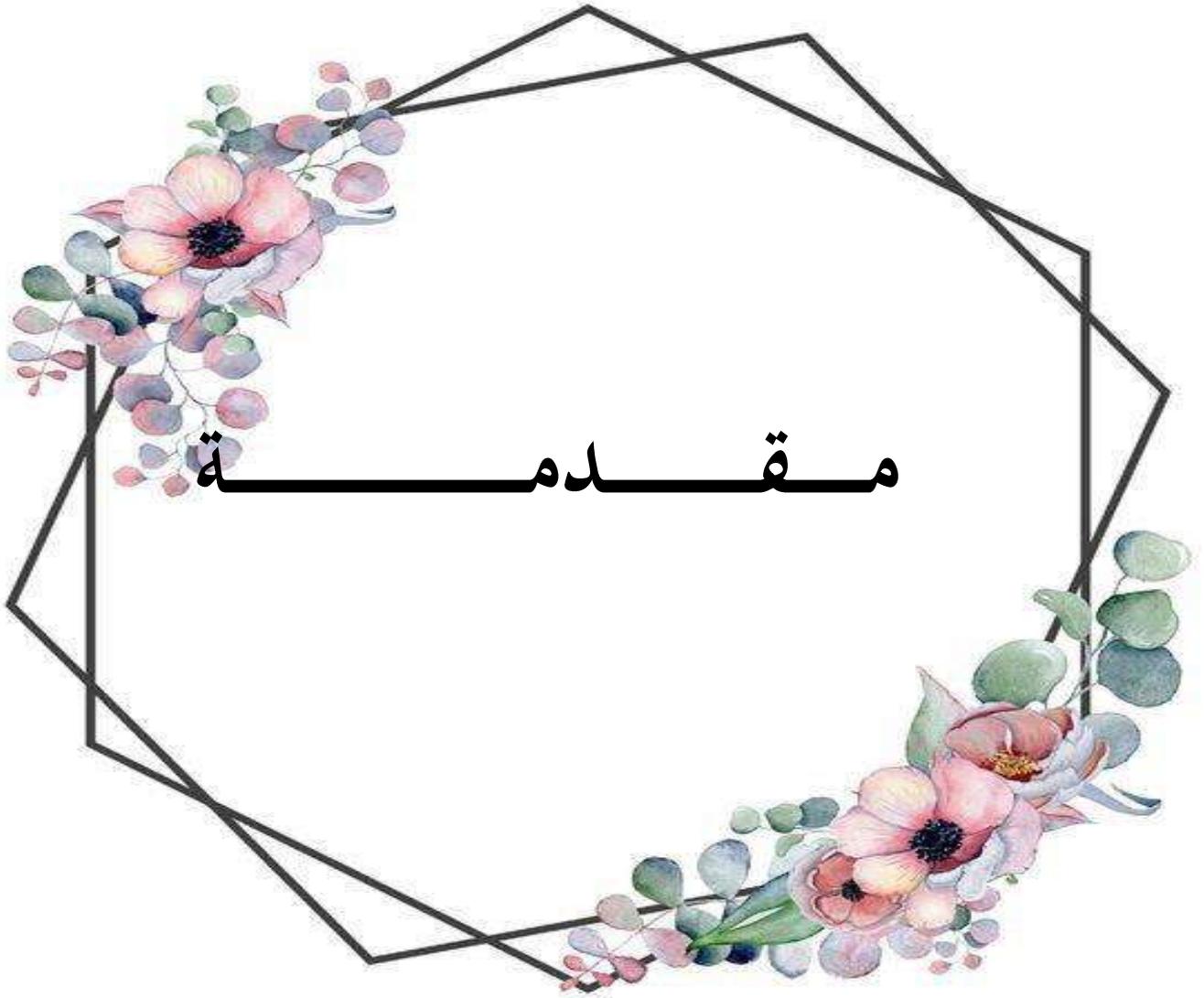
الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى أمي وأخواتي أمين وعبد النور

وإلى الاستاذ المشرف الدكتور بوخاتم مولاي.

إلى كل من ساعد في هذا العمل المتواضع.



المقدمة:

بسم الله الرحمن الرحيم الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اله وصحبه
اجمعين، اللهم اني اسالك علما نافعا وعملا متقبلا خالصا لوجهك الكريم ورضاك وبعد
الخطاب الاشهاري فن تواصلني استخدمه الانسان منذ القديم، مع تطور المجتمع وتقدمه
اصبح حلقة هامه في سلسله التطور في جميع المحالات اقتصاديه سياسيه ثقافيه ،حيث انه
يتأثر بالمجتمع ويؤثر فيه باعتباره من الفنون الجاذبيه كل شرائح المجتمع وعلى اختلاف
نوعيتها وهو رساله اشهاريه تخاطب الزبون المستهدف قصد لفت انتباهه وجلب اهتمامه
وايقاظ رغبته في اقناع المنتج، كما تقوم العملية الإشهارية على استعمال اللغة باعتبارها
واسطه لنقل شهاده اشهاريه للجمهور او السامع، واللغة هي نظام من العلامات والرموز
وهي أداة الاتصال الرئيسة في المجتمع لا تنسى لأنها وسيلة أكثر فعالية في تمكين الفرد
من الدخول في علاقات وتفاعلات إجتماعية مختلفة، ومن هنا يمكننا أن نطرح الاشكال
التالي:

ما علاقة الخطاب باللغة العامية والفصيحة؟ وكيف يمكن الاطلاع والمعرفة بان
اللغة اداه حياتية وحضرية؟

موضوع البحث :

الخطاب الإشهاري إذاعي بين الفصاحة والعلمية ،إذاعة عين تموشنت نموذج
يدرس في ثلاثة فصول الأول مفهوم الخطاب الاذاعي وثانيا أنواع الخطاب الإشهاري،

وثالثا أنواع اللغات واللهجات وترتكز على كلمات مفتاحية هي علم اللغة والخطاب وخصايات أسباب إختيار البحث أسباب ذاتية، قرب هذا الموضوع من التخصص الذي أدرسه رغبة ذاتية في معالجة الموضوع والتعمق فيه أكثر الرغبة في معرفه الانعكاسات التي أحدثها خطابا إشهاريا إذاعي الاسباب الموضوعية قلة الدراسات التي تناولت الخطاب الاذاعي إليه الموضوع لحدثه والتي يحاول من خلالها دراسة التحضيرات في هذا المجال، حيث ما زال الجدل يدور حول نسبة اللغات في خطر في خطابات الاذاعة والتأثر بها أهمية الدراسة تكملو أهمية هذه الدراسة بكونها ظاهرو قائمة بذاتها على مستوى البحوث والدراسات العلمية، لقد وأدى تطور الخطاب السمعي خاصة الناحية الصوت وكونه يعتبر ضرورة قصوى في صناعة الاشارة المسموعة أهداف الدراسة .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ما يلي:

أثر الخطاب الاذاعي على أداء المهنية في مؤسسة الاذاعية المسموعة دورها التي تساهم الخطاب الاذاعي في تطور داخل الاذاعات الاطلاع على واقع الاذاعة الكشف على نوعيه لغة المنتدبة في خطاب الاذاعي ،محاولة معرفة تغيير الحقيقي أن كان يتحدث خطأ إذا وأخيرا الخاتمة والتي تضمنت أهم النتائج المتوسط إليها من خلال البحث ولكي تكون الخطة ناتجة كان من الضروري إختيار المنهج المناسب لها فيها تبحت المنهج اختيارنا تحليل ، ولقد اعتمدنا في العرض موضوع على جملة من المصادر والمراجع:

ابن منظور، ميشال فكو، الزمخشري، بطرس سيساني.

الفصل الأول. الخطاب الإذاعي

تمهيد

خطاب إعلامي إذاعي .

ضرب وانواع الخطاب السمعي.

عناصر وخصائص الخطاب السمعي.

خلاصة.

تمهيد

أصبح من أهم الأسس التي تعتمد عليها الدولة الحديثة ، في التأثير على المجتمعات تتنوع الوسائط بين المقروءة والمسموعة والمرئية ، بسبب تأثير الأقوياء ماعدا الأعلام ، أخذت مؤسساتها تتزايد بإستمرار ونتيجة لذلك ظهر ما يعرف بالخطاب الإعلامي ، حيث يتمحور حول كونه نمطاً طبعياً للحياه اليومية والاحداث التي يعيشها الناس ، حيث ينتقل ممرساتهم وأحداثهم اليومية ليتم بثها عبر وسائل الإعلام المختلفة للوصول إلى الجماهير في كل مكان.

حيث يتم بنقل أحداث وأخبار يومياتهم ، تثبت عبر الوسائل الإعلامية المختلفة قادر على تحريك الرأي ، بأخذ أساليب عديدة ومداخل متنوعة تأخذ شكل مبالغة في تفخيم الحقيقة المتعلقة بالمنتوج ، حيث له منهجات تحليل تتناسب مع مرجعياته وماقتضيه.

المفهوم الخطاب الاعلامي:

للخطاب إعلامي تأثير قوي في تحريك الرأي ، ولعل الخطاب الإعلامي من أبرز الأنماط المستخدمة في الإعلام، الذي يضم أنواعاً عديدة تؤثر بشكل كبير على المتلقي ، يبيث الأخصائي الإعلامي الخبر بكتابة خطاب كامل يحتوي على أفكار التي يريد التحدث عنها ، ولا يكرر هذي الأفكار المكتوبة إطلاقاً ، إذ لا يستخدم أي أفكار خارج إطار النص المكتوب وهناك وقت محدد لخطابة.

الخطاب في أي مجتمع هو ممارسة إجتماعية ، وهو مجمل القول والفعل ، ويقوم الخطاب إعلامي بنقل هذي الممارسة إجتماعية إلى الجمهور عن طريق وسائل الإعلام ، مما لاشك فيه أن معظم الخطاب الإعلامي له تحيزاته سواء كانت معلنة اوغير معلنة، لذلك فمن أفضل تحليل عمليات الاتصال وإعلام من حيث التكوين والملكية ونظم العمل ، وطبيعة الجمهور ، والنظام السياسي وما تنتجه من خطابات للتعرف على مدى قدرتها ودقتها في نقل الواقع¹.

وهو ممارسة يُعلن من خلاله الأخبار المتنوعة في مجال وإطار بنية إجتماعية ثقافية محددة، ويُعد شكل من أشكال التواصل الفعالة والمؤثرة في المجتمع ، يهدف إلى التأثير على المجتمع وتوعيته والمساهمة في رسم أهدافه وجذوره معتقداته عن طرق الوسائل التقنية والمرتكزات المعرفية الاي يستعملها بحيث يجمع المعرفة والمحتوى ، ويقوم بتبليغها عبر الزمان والمكات ، بواسطة الوسائل التقنية والأنشطة الإعلامية ، مثل التقارير الإخبارية وإفتتاحيات والبرامج التلفزيونية والمواد الإذاعة ، وغيرها من الوسائل اخرى.²

¹ إلهام سرحان مقالة مفهوم الخطاب الاعلامي. تاريخ 17 يوليو 2016، بتوقيت 56:19، mawdoo3.com.

² إبرير بشير. الصورة الخطاب الإعلامي صفحة 4_5. كتابة بواسطة رشا الصوالحة، توقيت 20: 19، سنة 6 فبراير 2021.

اشكال الخطاب الاعلامي

تنقسم أشكال الخطاب الإعلامي إلى ثلاثة أقسام كأتي

النص المكتوب : تُعد من أنجح أشكال الخطاب ، إذ يُعالج المتحدث القضايا والمشاكل للمتحدث بسرد وعرض نص مكتوب ، يحتوي على الأفكار الرئيسية مُنظمة ومُرتبة بإختيار الكلمات الدقيقة والواضحة مسبقاً.

إرتجال بمفكرة :يضم المتحدث مفكرة أمامة تحتوي على نقاط وعناوين ومحاور ملخّصة يود التحدث عنها دون إستخدام نص مكتوب كاملة.

الإرتجال : يرتجل المتحدث ما يود التحدث به دون إستخدام مفكرة أو نص مكتوب.¹

قواعد واسس الخطاب إعلامي.

الوضوح: على الخطاب أن يكون واضحاً لفظاً ومعنى ، وذلك من حيث سهولة الكلمات والجمل والعبارات يسهل فهمها لدى المتلقي ،ويتحقق ذلك بالتركيز على الافكار والحقائق والمعلومات المهمة والاساسية التي يعرفها المتحدث.

الحيوية : هي إختيار الكلمات المشوقة الجاذبة البعيدة عن الجمود ، لجذب المتلقين للخطاب.

التنوع : وهوى تنوع الجمل وال فقرات والعبارات بحيث تتضمن كل فقرة فكرة جديدة ومعلومات جديدة.

¹ عادل عامر، المرق بين الخطاب الإعلامي والخطاب السياسي ، اطلع عليه سنة 2 فيفري 2023. نفس مقالة .

الإختصار : هوى إختصار عبر المجل بالخطاب ، ويجعل المتلقي متابعاً ومنجذباً للخطاب من افكار ومعلومات ومعان بسهولة ويسر، وكما قيل في الأثر : خير الكلام ما قل دل.¹

شروط الخطاب إعلامي.

تحديد الهدف من الخطاب إعلامي.

تحديد الجمهور او فئة المستهدفة

تحديد لغة وأسلوب الخطاب المناسب حسب مستوى ثقافة الجمهور والمخاطب.

أن أسلوب الخطاب جذاباً ومشوقاً.

تحديد الوقت الذي ينبغي أن يستغرقه الخطاب.

مرعات الاداب والاخلاق والذوق العام في لغة الخطاب والبعد عن المهاترات والسب والشتم.²

عناصر الخطاب إعلامي

الاهمية: تتناول القضايا التي تهتم بال جماهير ، وتمس إحتياجاتهم ورغباتهم ومتطلباتهم عن قرب وإستجابة آمالهم وتطلعاتهم.

معلومات جديدة : من الضروري أن يضع المتحدث في إعتباره بأن الجمهور يتوقع منه معلومات جديدة ، او تصحيح المعلومات قديمة لديه، ويجب ان يكون مبنية على أدلة وبراهين لإقناع الجمهور .

تناول القضايا المثارة والساخنة في الساحة : يكون الخطاب إعلامي أكثر جاذبية وقبولاً إن ركز على القضايا الساخنة في المجتمع والمثارة في الساحة بكل شفافية ووضوح.³

الفاعلية :

إعادة إنتاج وصياغة الخطابات الرسمية ، المتعددة والموجودة مسبقاً المنبثقة عن الخطاب الإعلامي.

¹ إلهام سرحان ، مفهوم الخطاب الاعلامي، توقيت 07:19 ، سنة 17 يوليو 2017.

² المرجع السابق

³ نفس المرجع وسنة

التأكيد في توزيع الخطابات بموافقة ملكية السلطة لهذا الخطاب والتي تتحكم وتمتلك ادواته وتكنولوجيا إتصالاته.

تمثيل الفاعل الخطاب الرئيسية هي إعادة إنتاج الخطاب والتعليق عليه وتكرار ما قيل فيه.

الفضائية: هوى الحيز الصغير الذي يجول إشارات و علامات العالم الطبيعي الى إشارات سياسية بحيث ينتج فاعل الخطاب علاقات جديدة عن طريق إدراك عناصر الخطاب وإمكانات التواصل المباشرة ، بحيث ينتمي هذي الحيز او الفضاء الى الخطاب ، ولكن يعكس فاعل الخطاب أسلوبه وكلماته علة اخرين¹.

الخطاب السمعي

سمعي بصري هوى الجميع الوسائل التي تستخدم قذفها الصوت والصورة ، او الاثنين معاً وتمكن أهميتها حسب طريقة مجالات إستعمالها ، وتنوعها وأهميتها الحقيقة في مضامينها التي تحملها والتي تبرزها في أشكال فنية وجمالية تعبيرية مخالفة².

إن كلمة المسموعة في إذاعة والمحاضرات والندوات والخطاب... إلخ ، وتعد كلمة المسموعة اقدم وسيلة إستعمله الانسان في الاشهار وأهم ما يميزها هوى طريقة أداءها ، إذ يلعب الصوت دوراً بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبرة ، والجهر والهمس ، وتصعب الكلمة المسموعة أحياناً الموسيقى فتزيدها الطاقة ، كبيرة الاحياء الوهم والتخيل ، وعمل على أستشارة الحلم وإيقاظ الراقد في الاعماق³.

عناصر الخطاب المسموع.

يقوم الخطاب المسموع على عدة عناصر تذكر مايلي :

الصوت والكلمات الدقيقة المناسبة والموسيقى والمؤثرات الصوتية⁴.

القدرة على الأثارة والخيال وإفرزات تصورات فردية لكل مستمع على حدى ، وقد نظم المرسوم التنفيذي رقم 19/ 103 المؤرخ في 20 ابريل 1991 ، الذي يتضمن منح إمتياز عن

¹ ا ب ت رجاء يونس أبو مزيد ، تحليل الخطاب إعلامي صفحة 13.15.

² Barman.charles r " slid _tape presentations on a classroom budget " university of california .press.jsior .4447864.

³ عصام الدين الاعلان وتأثير في اللغة العربية . مجلة الفكر العربي العدد 1998 ، صفحة 24 . من مذكرة الاعلام واتصال الحديثة من اعداد طالبة اسماء مريش وسميحة شيرة . سنة 2016 .2017.

⁴ السيد هنسي، إبتكار الافكار الاعلانية على الکتب، القاهرة ، شنة 2007، صفحة 283. من المذكرة مستار علوم إعلان واتصال . من طالبة اسماء مريش وسميحة شيرة ، ص 82. سنة 2016.2017.

الإملاك الوطنية العقارية والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبحث الخطاب السمعي ، إلى المؤسسة العمومية للخطاب المسموع بعض الجوانب الهامة ، للأشارات التي تتم عبر إذاعة يمكن حملها كما يلي :

إجازة البرامج الذي برعاية المعلن ، إجازات نص المادة 44 من المرسوم السالف الذكر للإذاعة ان توكل رعاية حصة من حصصها أي المعلن، فيتحمل المعلن تكاليف إنتاج الحصة في مختلف مراحلها.¹

أما فيما تتعلق بالإشهار المباشر ، فقد وضع له المرسوم جملة من الضوابط التي تحدده. يجب ان يكون محتوى الإشهار او الخطاب مطابق لمستلزمات الصدق والسياسة وإحترام الأشخاص .

يجب ان يكون خالياً من أشكال التمييز العنصري ، أو الجنسي ومن مشاهدة العنف ، أو أي عناصر من شأنها أن تثير الرعب أو التحريض أو التهور أو التهاون.

يجب ان لا يتضمن ما من شأنه خدش القناعات الدينية أو الفلسفية والسياسية لدى المستمعين.

يجب ألا يستغل قلة التجربة الأطفال والمراهقين ، كما ينبغي أن لا يكون هؤلاء ممثلياً رئيسياً في الرسالة الخ

خصائص الخطاب الإشهاري.

يشمل الخطاب أو الإشهار المقدم من طرف الإذاعة على عدة خصائص ومميزات ، تجعل المعلن يقدم على إستخدامه دون باقي الوسائل الإشهارية الأخرى خطابة ومن أهمها :

الإذاعة عموماً وسيلة للإلتقاط والإستخدام و التعامل معها من قبل المستمع ، لا يحتاج إلى جهد او مهارات أو خبرات.²

إذ ان إذاعة توفر للمعلن ، ميزات لاتوفرها باقي وسائل الإشهارية الأخرى، فالمعروف على الإذاعة تصل إلى أعداد كبيرة من المستمعين ، خاصة مع إذاعات المحلية .

¹ بشير عباس العلاق علي محمد رابعة ترويج ، والإعلان والتجاري ، مرجع سابق 278. من النفس المذكورة .

² مكي الحديدى الإعلان ، ط2، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، سنة 2002 ، صفحة 76 . من المذكورة مستار اعلام واتصال.صفحة 83 .

ينفرد الراديو بين من بين الوسائل الإتصالية الإتصال ، الجمعي بالقدرة على التجسيد في الشكل شخص ، وهذا الشخص يقوم بتتقيق وترفيه صاحب الراديو ، فهو يمدّه بالمعلومات بوصفه وسيلة إعلامية.¹

إذاعة توفر للمعلن مزايا لا توفرها باقي وسائل الإشهارية او الخطاب الأخرى ، على إختلاف أجناسهم ، ومنهم كما انها سهلة الاستخدام من الناحية التقنية الاشهارية، لان تأليف وتنفيذ وإخراج النص لأشهاري الإذاعي أبسط بكثير من النص الاشهاري التلفزيوني ، أو السينمائي ، من حيث الخطوات والمراحل الإنتاجية ، كما أنه أقل تكلفة.

توفر الإذاعة عنصر السرعة الضروري ، للنشاط الاقتصادي ، عكس النشريات التي تلتزم المعلن بإنتظار مواعيد الطبع مثلا، زيادة على تحقيق الاهداف الرجوة من الخطاب نتيجة إمتداد المحطات الإذاعية ، داخل الدولة وتنوعها وتخصصها في كثير من الأحيان.²

¹ نعيمة واكيد، مقدمة في علم الاعلام ، مرجع سابق 81، من النفس المذكورة صفحة 83 .

² بشير عباس العلاق وعلي محمد رباعية ، الترويج والأعلان التجاري مرجع السابق صفحة 277.من المذكرة مستارفي العلوم اعلام واتصال من طالبة اسماء مريش وسميحة شيرة . سنة 2016 . 2017 .

أنواع الخطاب السمعي .

الخطاب إعلان مسموع ، هذا الخطاب يتم من خلال البث الإذاعي وإلغاء التسجيلات والندوات ، وهذا النوع يتبع القدرة على التخيل ، مما يجعل المتحدث يتفاعل مع المحادثة ويغير نبرة صوتية ، حسب الموضوع التي تحدث فيه .

اما الخطاب الدعاية المرئية والمسموع .

هذا النوع من اكثر انواع الخطاب شيوعاً ، يتم تقديم المعلومات من خلال مقاطع الفيديو التي تحتوي ، عل الصوت والصورة والحركة ، التي يتم عرضها في التلفزيون والاجهزة الذكية وأجهزة الكمبيوتر المحمول .

_ الخطاب التجاري : يشمل كل مايتعلق بالاستثمار والاقتصاد والربح، ويعتمد على الوجود المنافسة بين المؤسسات التجارية .

_ الخطاب الاجتماعي : يهدف الى تقديم الخدمات متنوعة للمجتمع ونشر الوعي والقضايا المجتمعية القائمة ، تم تقديم المشورة بشأن أزمات .

_ الخطاب السياسي : يقوم على عملية إقناع الطرف الموجه إليه الخطاب ، بالإضافة الي تلقي القبول والافتتاح بمصادقية من خلال العديد من الوسائل والأساليب المدعمة بالحجج، الادلة .¹

¹ من المذكرة اشهار طبيعية وعلاقة بتواصب دراسة تحليلية ،من اعداد طالبتين ، نبيلة عكوش وجويدة بن حداد ، استاذ حسين عبد الكريم ،

خلاصة :

الخطاب اذاعي أو الخطاب السمعي عبارة عن وسيلة ، لنقل الرسائل الأقناع المستمعين ولتواصل مع أكثر فئة ممكن لإصال معلومات بالترتيب ، وعرضها بوضوح التام ، ولهم تأثير القوي على تحريك الرأي العام ، نشر اخبار وإعطاء معلومات جديدة ورفع المستوى العلمي ، والثقافي ، ولنقل المعلومات وبث أخبار بين المرسل والمرسل إليه . حيث أنه لا يستخدم اي أخبار خارج إطار رسالة او النص .

الفصل الثاني

الخطاب الاشهاري الإذاعي بين الفصحى والعامية

تمهيد

_انواع الخطاب اشهاري اذاعي

_الخصائص الخطاب اشهاري اذاعي

_اهمية الخطاب الاشهاري اذاعي

_الخطاب الاشهاري واللغة الفصحى.

_الخطاب الاشهاري واللغة العامية .

خلاصة.

تمهيد :

لقد إزدهر العالم بفضل التقدم والتطور التكنولوجيا الحديثة ، حيث اصبح قرية بفضل الخطاب إشهاري إذاعي ، الذي يعد همزة الوصل بين المنتج والمستهلك ، وهوى اليوم يوضف لغات وثقافات وإمكانيات عملية ومادية هائلة ، لتوزيع السلع المعروضة من أجل الوصول إلى إقناع المستهلك بإقتناع المنتج.

فالخطاب إشهاري هوى أحد أنواع الخطاب الذي يستخدم في مختلف المجالات ، ويستخدم للتأثير على أفراد من خلال إيصال الرسائل ، التي يقصد بيها نقلها للناس عبر الوسائل الإعلامية ، وهوى نوع من الدعاية على سبيل المثال ، يتم إستخدام في مجال التجاري من خلال وصف السلعة ، التي تتم بيعها بين الناس ، والعمل على نشرها بين أكبر عذظ ممكن من المستهلكين ، ويتم أيضاً وضع الخطاب إشهاري على جدران وسائل الإعلام المختلفة.

تعريف الخطاب الاشهاري :

يعد الخطاب الإشهاري صناعة ثقافية وإعلامية في عصرنا هذا بأثم المعنى الكلمة، لذلك فهوى يخطى بإهتمام كبير ، في مختلف المجتمعات وخصوصاً المتطور منها ، لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي وتشكل الوعي في التأثير على الثقافة ، وتوجيهها في أبعادها المختلفة الأخلاقية الفلسفية¹

فالخطاب الإشهاري هوى القابلية على صياغة الكلام بأسلوب ، يمكن الخطيب من التأثير على النفس المخاطب ، وقد عرف أ سطو الخطاب على أنه قوة تتكلف الإقناع الممكن ، وهناك تعاريف كثيرة ومتنوعة لبعض الباحثين والمؤلفين لهذا الموضوع ، فكل دراس ينظر الى من جهة نظر معين²

ومهما كان هذا الخطاب الإشهاري ، فهوى الركيزة الاساسية في العملية التواصلية، ويعد عنصراً من العناصر التواصل التجاري فهوى وسيلة وأداة مهمة في تأثير على افراد وإقناعهم ، بالمنتوج معين سواء مادياً أو معنوياً ، بحيث يهدف المعلن الى التعريف بمنتوج من اجل إكتساب الجمهور على قيام بفعل الأقتناء، فتحقيق هذي الوظيفة الذي يفرض على إالشهار البحث في مايرغبه المشتري لإقناعه للقيام بهذا الفعل ، ويؤدي البحث في هذي الطرف أي بنية الخطاب الاشهاري إعتقاداً على مجموعة من أليات وأساليب إقناع³

¹ الفين وهابدي توفير، أشكال الصراعات المقلبة حضارة المعلوماتية وما قبلها، تعريف صلاح عبد الله ، دارآزمبنة الحديثة ، بيروت ، ط1، جانفي 1998#

² زهر احدادن ، تاريخ إذاعة والتلفزة ، الديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ص84-19

³ زهير إحدادن ، مدخل لعلوم الاعلان واتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 1 سنة 2002.

تعريف الخطاب:

الخطاب لغة .

ورد في لسان العرب لأبن منظور الخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام ، وقد خاطبه بالكلام ، مخاطبة وخطاباً وهما يتخبطان .¹

وعند الجوهري وخطبتُ على المنبر خطبة بالضم، وخطبة بالكلام مخاطبة ، وخطاباً.²

وأما الزمخشري فيقول خطب خاطبه أحسن الخطاب ، وهوى المواجهة بالكلام ، وخطب الخطيب خطبة حسنة، وخطب خاطب خطبة جميلة.³

بينما في المعجم الوسيط دلت كالتالي : خطب الناس وفيهم ، وعليهم خطابة ، وخطبة والقى عليهم الخطبة ، ويقال وُدّه فهوى خاطب ، خط خاطبه مخاطبة ، وخطاباً كاملاً حادثه ورجع إليه الكلام ، ويقال خاطبه في أمر حدثه بشأنه .⁴

حيث ورد أيضاً في المعجم المحيط المحيط، خطب المرأة يخطبها خطاباً وخطبة ، وخطبي دعاها إلى التزوج .⁵

الخطاب اصطلاحاً.

نجد عند الكفوي الذي يجيد الخطاب لفظاً ودلالة بقوله حوهوى اللفظ المتواضع عليه المقصود بيه إفهام من هوى متهى لفهمه، إحترز بالفظاً عن حركات وإشارات المفهمة بالمواضعة وبالتواضع

¹ ابن منظور ابو الفضل جمال الدين بن مكرم لسان العرب (مادة الخطب)، دار صادر، بيروت ، ط1، 1997. صفحة 275. من المذكرة مستار، مستويات اللساني لخطاب إشهاري لحليمة بوشة ، ص 8.

² الجوهري الصحاح اصيل بديع يعقوب (مادة الخطاب)، دار الكتب العلمية ،لبنان ، ط1، 1996. صفحة 150. نفس المذكرة

³ الزمخشري اساس البلاغة تج د مزيد نعيم شوقي بخري، (مادة الخطب)، مكتبة ناشرت ، ط2، 1998، صفحة 253.

⁴ مجمع اللغة العربية المعجم الوسيط مكتبة الشروق ، الدولة بيروت ط4 ، 2004، صفحة 243.

⁵ بطرس السبستاني ، محيط المحيط ، دار النشر في مطلع تيبوس ، بيروت لبنان، ط2، 1987، صفحة 240 . من المذكرة مستويات اللساني لخطاب

أشهاري لحليمة بوشة . ص 8.

عليه على الالفاظ المهملة و بالمقصود به ، الافهام عن الكلام ولم يقصد بيه إفهام المستمع فإنه لايسمى خطاباً ، ويقول لمن هوى منهى لفهمه عن الكلام لمن لا يفهم كالنائم¹.

ويعرف فوكو بأنه احياناً يعني الميدان العام لمجموعة المنطوقات enonces و احياناً هوى مجموعة متميزة من المنطوقات و أحياناً الثالثة ، ممارسة لها قواعد تدل دلالة وصف على عدد معين من النطوقات ، وتشير إليها².

الخطاب عند روبرت لويس، هوى إنتاج المادة للغة ، بصفة نصوص إتصالية مرتبطة بشكل منطقي تستوقف المتلقي، وتجعله يتجاوز معها بالقبول أو الرفض بعد أن يصله المعنى بدلالات الفهم والفعالية والانسجام³.

والخطاب هوى ملفوظ طويل او هوى متتالية من الجمل ، وتكون مجموعة متعلقة يمكن من خلالها معانية بنية سلسلة من العناصر بواسطة المنهجية التوزيعية ، وبشكل يجعلنا نظل في مجال لسان محيط⁴.

فالخطاب مظهر نحزي ، مركب من وحدات لغوية ملفوظة او مكتوبة ، يخضع لقواعد في تشكله وتكوينه الداخلي، بما يجعله خاضعاً لشروط الجنس الادبي الذي ينتمي إليه سرداً إكان أم شعرياً ، ونجد فيه صدى واضحاً لاثر الزمان والتي الثقافية⁵.

¹ الكفوي الكليات تد، عدنان درويش محمد المصري منشورات ، وزارة الثقافة ، دمشق (دط) 1982، ج 2 ، ص 286.

² ميشال فكو ، حضريات المعرفة ، سالم يفوت المراكز الثقافة العربي ، الدار البيضاء المغرب ، (دط) ، 1986، ص 78

³ روبرن لويس ، خصوصيات الخطاب في الخدمات الاتصال ، ترماري يعقوب، المركز الثقافة الفرنسي بيروت لبنان ، (ط د) ، 1990، ص 13.

⁴ نور الدين شد الاسلوبية وتحليل الخطاب ، دارهومة الجزائر (ط د) ، 1997، ج2، ص 27.

⁵ عبد الله إبراهيم ، الثقافة العربية الحديث والمرجعيات المستعارة ، المركز الثقافي العربي ، دار البيضاء بيروت ، ط 1 ، 1990، ص 119 . من المذكرة

مستويات للساني الخطاب اشهاري لحليمة بوشة ، ص 9.12.

مفهوم الاشهار

لغة : إشهار مأخوذ من جذر (ش . ه . ر) وقد ورد في مختار الصحاح
والشُهْرَةُ، وضوح الامر ، تقول منه شَهَرْتُ الأمرَ أَشْهَرُهُ شَهْرًا ، وَشُهْرَةً أي وضح ،
وكذلك شَهْرْتُهُ تَشْهِيرًا ، ولفلان فضيلةً إِشْتَهَرَهَا الناسُ، وشَهَرَ سَلْفَهُ يَشْهَرُهُ شَهْرًا، أي
سَلَّةٌ¹.

وجاء في المعجم الوسيط

شهرًا وشهرة اعلنه وأذاعة ، واشهر الشيء أتى عليه شهر.²

وجاء ايضاً في لسان العرب في مادة الشهرة :

الشهرة طور الشيء في شنه حتى يشهرها الناس.³

وجاء في المصباح المنير :وشهرت الحديث شهراً، او شهرة افشيه فاشتهر.⁴

وشهر بيه تشهيراً ، بمعنى اظهر مساولة وبين سلبياته ومضاره.⁵

¹ محمد ابن اي بكر بن عبد القدر الزاري مختار الصحاح ، دار الحديث، القاهرة ، ط1 ، 2003 ص 197.

² مجمع اللغة العربية المعجم الوسيط مكتبة الشروق الدولية ، بيروت ، ط4، 2004، م1، ص14.24.

³ ابن منظور ابو الفضل جمال الدين بن مكرم، لسان العرب (مادة الشهرة) ، دارصدره بيروت : ط 1، 1990، ص432.

⁴ أحمد بن عمر بن علي المقرئ الفيومي، المصباح المنبر، دارالكتب العلمية، بيروت ، ط1، دت صفحة 326.

⁵ محمد شكري سلام ، ثورة الاتصال والاعلام من إيدلوجيا الى الميديولوجيا د ط لبنان ، ع 1، م32 ، 2003، ص 109 . من المذكرة مستار مستويات

الساني الخطاب اشهاري لحليمة بوشة ، ص 10 .

الاشهار اصطلاحاً

يعرف المعجم المصطلحات الاعلامية بأنه ، النشر الوسائل المختلفة نظر الجمهور إلى السلعة معينة او إلى عمل من الاعمال ، ويمر بمراحل مختلفة وهي جذب إنتباه إثارة الاهتمام وخلق الرغبة ، وإقناع الفرد وحثه على العمل¹.

ويعرفه أيضاً عبد السلام ، بأنه شكل من اتصال غير الشخصي المدفوع القيمة لإرسال فكرة او معلومة ، ترتبط بسلعة او خدمة وذلك بواسطة شخص محدد او منظمة محددة.²

اما فضيل دليو فيعرفه بأنه ، مجموعة وسائل موجهة إلى إعلام الجمهور وأقناعه بشراء ، أو إقبال على سلعة أو خدمة ، وهوى يقوم أساساً على إقناع وإثارة الرغبة³.

بينما هناك طرف اخر يقول بأنه عملية إتصالية تستهدف اثر محدد يتمثل في إقناع الجمهور المستهدف من قبل المعلن، ودفعه إلى سلوك يقدم فيه على شراء، او التعامل مع خدمة المعلن عنها.⁴

ويرى حامد عبد السلام ان إشهار هوى نشر المعلومات والسياسات عن الافكار او السلع أو الخدمات ، والتعريف بها في وسائل الاعلام المختلفة ومقابلة أجر مدفوع ، بقصد خلف حلة من القبول والرضا النفسي لدى الجماهير ، إتجاهها والاشهار غير الشخصي وغير مباشر ، حيث ان المعلن محدد ومعروف ويدفع ثمن النشر فإنه يتحكم في رسالة إشهارية في طريقة نشرها و المكان الذي تشغله والوقت الذي تظهر فيه.⁵

¹ احمد زكي معجم مصطلحات الاعلام ، دار الكتاب للنشر والتوزيع القاهرة ، ط1، د. ت، ص 12

² عبد السلام او قحف ، هندسة الاعلان ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية . (د.ط) 2002,2003, ص20 .

³ فضيل دليو، إتصال المؤسسة ، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة ، ط1، 2001, ص21

⁴ مصطفى عبد القادر ، دور الاعلان في التسويق السياحي ، دراسة مقارنة ، المؤسسة الجامعية الجديدة للدراسات والتوزيع ، بيروت لبنان ، ط1،

2003, ص17.

⁵ حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي ، علم الكتب للنشر القاهرة مصر، د. ط. 1984, ص396. من المذكرة مستار مستويات الساني

الخطاب اشهاري لحليمة بوشة ، ص11, 12.

أنواع الخطاب الاشهاري:

أنواع الإشهار:

يختلف نوع الاشهار باختلاف الزاوية التي ينظر منها ، او باختلاف معيار التقسيم و عموماً يمكن أن نختار من بنية معايير التقسيم المهائير الشائعة الآتية : .

أنواع الإشهار حسب موضوعه .

إشهار الخدمة : ويتعلق هذا الاشهار بالتعريف بالخدمة وخصائصها ، وإعادة بعث وتحسين صورتها اتجاه العملاء الحاليين والمرتبين لاثارتهم وتشجيعهم على شرائها .

إشهار المؤسسة : غالباً مايرتبط هذا النوع من الإشهار بوظيفة العلاقات العامة ، في المؤسسة لأنه يهدف الى تكوين إنطباع حسن، وبناء صورة جيدة للمؤسسة وسمعه طبيعة لها أمام مختلف عملائها.¹

أنواع الإشهار حسب المنطقة الجغرافية .وتتميز فيه.

إشهار محلي او تقليمي : والذي يهتم على مستوى محافظة او مقاطعة أو مدينة معينة، ومثالة شركة نقل محلي ، لاتعدى خدماتها إقليم معين .

إشهار وطني : وهوى الذي يوجه إلى جمهور المقيم داخل حدود الدولة الواحدة ، ويصدر عن منشأة ويغطي نشاطها ، كل إقليم الدلة كالبنوك .

إشهار دولي أو عالمي: وهوى الذي يتجاوز إقليم الدولة ، كإشهار شركات الطيران العالمية والشركات متعددة الجنسيات.²

أنواع الإشهار حسب أهداف إشهارية .

إشهار تعليمي : يتعلق بتسويق سلعة جديدة وهدف إعلام الجمهور ، يتواجد السلعة في السوق .

¹ فؤاد بوحناة تقسيم واقع إتصال التسويق في المؤسسة الاقتصادية الخدمية ، تذكر مستار غير منشورة جامعة ورقلة ، 2009 ، ص77.

² إنطوان الناشف | إعلانات والعلامات التجارية بين القانون واجتهاد منشورات ، الحلبي الحقوقية ، دار بيروت ، ط، بلا ، 1999 ، ص30.

إشهار إرشادي : يستهدف إخبار الجمهور بالمعلومات التي تسير له الحصول على الشيء ،
المعلن عن بأقل جهد وفي أقصر وقت ممكن وبأقل النفقات .¹

إشهار إعلامي : يعمل على تقوية الصناعة ، أو نوع معين من السلع أو الخدمات أو إحدى
المشآت ، وذلك بتقديم للجمهور يؤدي نشرها ، أو إذاعتها بين أفراد إلى اقوية الصلة بينهم ، وبين
المنتج مما يعث الثقة ويقويها .

إشهار التذكيري : يتعلق بسلع او خدمات معروضة بطبيعتها ، وخصائصها للجمهور بغية
تذكيره بها والتغلب على عادة النسيان لديه .

إشهار التنافسي: ويشترط أن يكون على السلع أو خدمات أخرى متنافسة بمعنى ، أن تكون
متكافئة من النوع ومساوية مع بعضها البعض ، ويعتمد نجاح هذا النوع من الاشهار على ما ينفقه
المعلن من أموال ، مما يهيأ لهم النجاح في التغلب على المنافسين ، ألى جانب الأفكار الجديدة
المبتكرة في الرسائل الإشهارية المنشورة أو المذاعة والتي تلتقي قبول أكثر من الجمهور.²

إشهار إقناعي : هذا النوع من الإشهار مفيد جداً في مرحلة التنافسية للخدمة ويهدف إلى إقناع
المستهلكين، وحدثهم على إشرء الخدمة التي تشوقها المؤسسة.³

¹ معجم إبراهيم عبيدات ، مبادئ التسويق ، دار المستقبل للنشر والتوزيع ، عمان ، ط ، بلا ، 1989، ص253.

² فريد كوريل ناجي حسين ، التسويق المبادئ والسياسات ، منشورات جامعية متنوعة ، قسنطينة ، 2001، ص81.

³ بشير عباس العلاق، علي محمد رباعية ، الترويج والاعلان التجاري ، اسس نظرية تطبيقات مدخل متكامل ، دار البازوري للعالمية للنشر والتوزيع ،

عمان ، ط :لا ، 2007، ص151، 150 . من المذكرة مستار مستويات اللساني خطاب إشهاري لحليمة بوشة ، ص 12، 13، 14.

تقسيم الإشهار حسب الأثر المطلوب .

إشهار ذو أثر مباشر : يهدف هذا النوع إلى إثارة المستهلك ، نحو شراء السلعة في أسرع وقت ممكن ، ويخص هذا النوع السلع ذات الإستهلاك الموسمي .

إشهار ذو أثر غير مباشر : يهدف إلى التأثير على المستهلك ، على مدى فترة طويلة نسبياً ، ومن الأمثلة على ذلك.

الإعلانات التي تروج للسلع بصفة مستمرة حتى تظل عالقة بأذهان المستهلكين ، وتلك التي تبين مزايا سلعة معينة، حتى إذ شعر المستهلك بحاجة إلى شراء هذا النوع من المنتجات ، فإنه يشعر بتفضيل نحو السلعة المعلن عنها، كإشهار خدمات الإتصالات والهواتف النقالة.¹

تقسيم الإشهار حسب نوع الرسالة الإشهارية .

تندرج تحت إطار نوعية الإشهار ، التي لها صدى في الجمهور المجتمع المتلقي، وأبعاد تؤدي أدواراً عديدة في توجيه الرأي العام ضمن فعل الإستهلاك التصنيفات أتية:

إشهار سياسي : يتعلق هذا الإشهار بحزب سياسي ما، أو بمرشح معين ، يسعى إلى توصيل برنامجه و أفكاره للجمهور المستهدفه، ويرتبط بالتعبير عن الآراء المختلفة بصورة تبرز أهمية الرأي ، على انه أحسن .

الآراء الموجودة في الساحة أو فضلها ، قصد التأثير في الرأي العام²، مثلها نشهد في الحملات الانتخابية .

¹ عبد المجيد نومي الخطاب إشهاري بالمغرب استراتيجيات التواصل ، منشورات كلية الادب والعلوم الانسانية الجديدة ، الدار البيضاء ، ط1،

2009، ص15 . من المذكرة دور البنية اللغوية في الخطاب إشهاري تلفزيون سياحية . تخصص للسانيات والسياحة ، اعداد طالبة شروق خليل ، سنة 2014، ص22

² بشير إبرير، تعليمية النصوص بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق ، ص 197، 198. من مذكرة الخطاب إشهاري ، دراسة لسانية تداولية ، لفرید معلم ، سنة 2012، 2022، ص26.

إشهار إجتماعي : يقدم هذا الإشهار خدمات وحملات ذات منفعة عامة، لا يسعى من خلالها إلى تحقيق أرباح تجارية إقتصادية ، بالتأثير في سلوك الجمهور المتلقي، وإنما يسعى للوقوف على المشكلات الإجتماعية من نحو : مشكلات البيئة والصحة والسكان والأدمان¹، ويكون في شكل نصائح مثل النصائح التي تقدم للفلاحين أو لمرض السكري.

إشهار السياحي : يندج هذا الأشهار ضمن النشاطات الإقتصادية والممارسات الثقافية ، التي تسعى إلى الترويج لمواقع سياحية أو لمناطق عريقة من خلال تشكيل صورة إيجابية عنها، والهدف منه ، توجيه السائح إلى سلوك سياحي معين مؤطر ثقافياً وإجتماعياً و نفسياً، بمنطلقات حضارية عامة لصاحب السياحة أو الساهر على تنظيمها من خلال الخدمات الإنتفاعية المبرمجة في رحلة معينة.²

إشهاري تجاري: يربط هذا الإشهار بالنشاطات الإقتصادية المختلفة من نحو: التسويق والترويج للسلع والخدمات ، وأفكار الجديدة ويعمل على تنشيط المبيعات محاولات لإستجواز على رضا أكبر عدد ممكن من المستهلكين في ظل المنافسة بين الشركات التجارية ، أصبح ضروري لتحقيق التقدم³، ولا سيما في إطار إتصال إجتماعي وإقتصادي الراهن ، إذ يعد سمة أساسية من سمات العصر الحالي، ولونا من ألوان المعرفة الإنسانية كيف لا، وقد أصبح يحاصرنا حيثما سرنا وأتجهنا⁴، يحكم إنتشار أساليب الثقافة الإستهلاكية وطباع الإستهلاك التي لها علاقة مباشرة بالحياة الإجتماعية ، كما تشبع حاجات المستهلكين المتعلقة وتغرقهم في التواصل الحيوي بفعل الشراء ، إذ يهدف الإشهار التجاري بالدرجة الأولى إلى إثارة رغبة شراء المنتج لدى المتلقي.⁵

¹ شدونان علي شبية إعلان، المدخل والنظرية ، دار المعرفة الجامعية ، ألاسكندرية ، جمهورية مصر العربية ، د ط، 2016م، ص31.

² محمد الداوي ، أليات الخطاب لإشهاري ورهاناته، سلسلة تداولية ومناظرات ، رقم 23، دار التوحيدي الرباط، ط1، 2011م، ص 46.

³ خليل صابات أعلان تاريخية اسسه وقواعده وفنونهو أخلاقية ، مكتبة ألانجلو مصرية ، القاهرة ، ط 3، 1997، ص 36.

⁴ علي فلاح الزغبي وإدريس عبد الجواد الحيوي، إدارة الترويج والإعلان التجاري ، مدخل المعاصرا ، دار الشيرة ، عمان، ط1، 1436هـ، 2015م ، ص25.

⁵ أسعد عبد الحميد، إعلان الفعال ووسائل تنشيط المبيعات الاتحاد الدولي لإعلانات ، ط 2 ، 1438 هـ ، 2017م، ص9.

الإشهار حسب وسائل الإتصال والإعلام.

يعد معيار الوسيلة من أشهر المعايير في تصنيف الخطاب الإشهاري ، ولا سيما فيما يخص منظور الدراسات اللغوية السنتية التي تبحث في خبايا الإشهار الثابت ، والإشهار المتحرك وتستتطقها كما تتعلق بقراءة أبعاد الإشهار¹، بين السمعي والبصري المكتوب والسمعي البصري ، تندج ضمن مايلي :

الإشهار المكتوب (المقروء البصري) : يتخذ من الوسائل المقروءة أداة لذ بوعه وانتشاره، مثل الصحف والمجلات ، الكتيبات والملصقات بصفة عامة ، وأعلانات المعنية في الملاعب والشوارع والنشرات وغيرها .

الإشهار المسموع (السمي): تعد الكلمة المسموعة أقدم ماعرفه الإنسان في الأداء الإشهاري من طريق المؤثرات الصوتية، التي ترتكز على نغمة الصوت ونبرته في طاقتها الإيحائية والتأثيرية ، ويتخذ هذا النوع من الإشهارات الأذاعات والمحاضرات والخطب ، العربات التي تستخدم مكبرات الصوت وسائل له .

الإشهار المكتوب والمسموع (السمعي البصري): يتخلى الإشهار السمعي البصري في شكل ميكرو فيلم الصورة واللون ، الحركة والموسيقى وطريقة الأداء ، والموضوع في لوحة تنبض بالحياة من إنجاز فريق عمل متخصص في الإنتاج والإخراج ، من أهم وسائله التلفزيون والسينما وإشهارات الأنترنت.²

¹ ملحوظ عامة ، تنبه تلى ان صاحب كتابة الإعلام وسلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق تستعمل مصطلح إعلان كثيرا ما نجده بين صفحات كتب أخرى إستعن بها في بحثنا في حين أننا نستعمل مصطلح إشهار.

² حسام فتحي أبو طعيمة ، الإعلان وسلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق ، دار الفاروق، عمان ، الأردن ، ط1، 1428هـ، 2008م، ص 30. من مذكرة الخطاب إشهاري دراسة لسانية تداولية من اعداد فريد معلم ، 2 مارس 2022م ، ص25،26.

يراعي الإشهار نوعية المتلقي بكل خصائص النفسية والاجتماعية والثقافية وغيرها ، في إطار تحقيق بعده التواصل ، وترى الباحثة كلو كوزبت . ، أن التعدد الحاصل في الإشهار لا يتجاوز ثلاثة انواع:

إشهار ميكانيكي **publicité mecanique** : يهتم هذا النوع من الإشهار بتطوير العادات لدى المستهلك وتميئتها ، كون الإقناع ناتجاً فعلياً للتكرار إذ يكفي تكرار إشهار لمنتج معين حتى يرتسم في ذهن المستهلك .

إشهار إقتراحي **publicité Suggeviste** : وهو الإشهار الذي يخاطب المشاعر والأحاسيس ، طالما أن إنسان يسعى بحسب دوافعه الغريزية اللاوعية، أما بالنسبة للمشهر فإنه المنتج يجد طريقة إلى البيع من خلال تأكيد القيمة المعنوية أكثر من البعد إستعمالي .

إشهار إقناعي إخباري **le publicité persuasive et infornative** : يهتم هذا النوع من الإشهار بالفئة المترددة ، يعمل على خلق تملل نفسي لدى المستهلك ، فيؤثر في توازنه اليسيكولوجي من خلال أتبانه دوماً بالجديد ، مما يجعل رد فعله تتراوح بين الاخذ والتبني أو عدم الإستجابة والبحث عن البديل¹.

¹ خلال خشان ، توظيف المورث الشعبي في الخطاب الإشهاري المرئي المغربي ، الجزائر، تونس ، المغرب ، مقارنة سميائية ، أطروحة دكتوراه جامعة بابي مختار عنابة ، 2009م، 2010م، ص221. من مذكرة خطاب اشهاري دراسة تداولية ، فريد معلم ، 2021, 2022, ص28.

أنواع الإشهار حسب الوسيلة :

مسموع : مثل الإذاعة.

مكتوب : مثل المجلات والصحف.

سمعي بصري : مثل التلفزيون .

أنواع الرسائل الإشهارية " إذاعي " .

تشير الدراسات الإعلامية إلى مكانية التميز بين أنواع عدة للفعل الإشهاري الإذاعي، في ضوء تعدد أعراضه وموضوعاته ، من ذلك .

إشهار إرشادي : يهدف عذا النوع إلى تزويد الجمهور بمعلومات تفعيلية عن مكان إقناع السلعة وكيفية إستخدامها،و الإنتفاع بمزاياها وربما أتجه هذا النوع وجهه تعليمية تقوم على تلقين الفائدة العلمية للسلعة .

إشهار إعلامي : إن الهدف الحقيقي لهذا النوع يتمثل في إقامة علاقة بين المنتج، والمستهلك من خلال تصحيح خطأ شائع عن سلعة معينة يتم تداولها في السوق .

إشهار الأعمال : يخص فئة معينة من الجمهورهم الوسطاء ، التجاريون وأرباب العمل المنتفعون بالسلعة بشكل رئيسي .

إشهار بريدي : يعتمد مرجوا السلع في كثير من الأحيان الرسالة البريدية لإيصال معلومات مهمة عن سلعهم إلى الزبائن ، فيكون هؤلاء على تماس مباشرة مع الهدف الموضوع الإشهاري ، من مثل ماتقوم بيه الكثير من مجلات البيع والمطاعم الفخمة ، وبنوك التعمير والسف.

إشهار تجزئة : يسعى هذا النوع إلى إستمالة الزبون لإقتناء العلامة من نقطة بيع معينة بالرغم من وجودها في نقاط أخرى، قد تخضع لنفس الرقابة الإدارية ، ولكن

التنافس بين الفروع التجارية يستدعي لإفادة من هذا الأسلوب إغواء المشتري، مثل المزرعة في سوق تبدأ مما يعني لدى الزبون ، (إشتر العلامة من عندنا)، بعلامة خاصة من المزرع.¹

إشهار دفاعي : يظهر هذا النوع حين يتواعي إشهاران على الوسط الإعلامي، نفسه ، وفي فترة زمنية متقاربة جدا ، يعمل فيها الإشهار الثاني على تحجيم الأثر الإشهاري للسلعة الأولى ، وليس هدف هذا النوع زيادة المبيعات بقدر حماية وجودها وتداولها في السوق.

إشهار دولي : غاية الترويج للسلعة والعلامات خارج المواطن الأصلي لها ، ويتحدث هذا للضرب وسائط عديدة أكثر إنسجاماً مع طبيعة الجمهور والتقافية والنفسية والدينية والإيديولوجية ، والقائمون على تصميم نصوص الإشهار الدولي يتوافرون على معرفة موسوعة تتعلق بأفق إنتظار مخالف تماماً ، لأفق إنتظار أبناء موطن العلامة.

إشهار سياحي : هدف الإشهار السياحي توجيه السائح إلى سلوك سياحي معين مؤطر ثقافياً ، وإجتماعياً و نفسياً بمنطلقات حضارية عامة لصاحب السياحة او الساهر على تنظيمها، من خلال الخدمات الإنتقاعية المبرمجة في رحلة معينة.²

¹ حافظ إسماعيل علوي، الحجاج مفهومه ومجالات دراسة نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة ، ص 285,286. من مذكرة مستار ، في ادب عربي تخصص لسانيات والسياحة ، دور البنية اللغوية في الخطاب لإشهاري ، طالبة شرف خليل ، 2014م ، ص28, 29.

² مرجع السابق ، ص286. نفس المذكرة

خصائص الخطاب الاشهاري الإذاعي .

الإشهار الإذاعي .ظاهرة حضارية مرتبطة بإنسان ككائن إقتصادي، يحتاج إلى البحث عن أساليب التي تمكنه من تسويق منتجاته ومتبعاته متطلباته من السلع والخدمات في السوق المطبوعات، الوفير والإتساق الناتج عن هذي الوفرة ، نتيجة للظروف الإقتصادية التي تزدهر فيها التجارة وتجعل التاجر أو المنتج بحاجة للبحث عن الوسائل والطرق التي تمكنه من بيع بضاعته أو خدماته للآخرين ، أي أنها عملية بيع من شخص أو مجموعة إلى مشتر قد يكون أيضاً فرداً أو مجموعة ، ولكن نطلق العملية يقتصر على نقل الخبر وخلف مناخ الأستقبال وقبول المنتج التي تتم الأعلان عنها .

يصف كأسلوب من أساليب التوضيحية المستخدمة في التعريف بالأشخاص ، وغلسلع والخدمات وغيرها من الاشياء الأخرى التي تفيد الناس،

يعتبر وسيلة من الوسائل المستخدمة في الحديث عن شئ ما عن طرق توضيح كافة التفاصيل والمكونات الخاصة به .

يشمل كافة الوسائل الإعلامية المستخدمة من الإعلانات التجارية المرئية والمسموعة.

يعتمد على الإستخدام الأدوات التي تعزز من نص الخطاب الإشهاري كالصورة والأصوات .

يعد طريقة من الطرق المستخدمة في الإتصال مع الجمهور أو الأفراد من أجل إرسال فكرة، أو توضيح معلومة معينة¹.

¹ مقالة اللغة العربية الأولى بكالوريا ، رياضيات دروس النصوص الأولى " الخطاب إشهاري مدخل المفاهمي " .

المعنى : لا يضيف الخطاب الإشهاري الإذاعي ألى تصنيف الطعاية ، أو التسويق وبعد الفارق في المعنى الذي لا يتضمن فقط إستجابة الجماهير، ولكنه ينطوي تحت فكرة العرض الإيحالي وإيضاح الفكرة والمعنى.

غير المدفوع : لا يتم الدفع في الخطاب الإشهاري الإذاعي مباشرة إلى الراديو أو الوسائل الدعاية المختلفة ، ولكن يتم الدفع بأساليب غير مباشرة تتمثل في الرغبة في دعوة شخصيات إعلامية أو عالمية بارزة والتكاليف الأخرى المتعلقة بإنشاء مكان مناسب للخطاب الإشهاري الإذاعي ودعوة الصحافة و الإعلام .

وسائل الإعلام : يمكن عرض الخطاب الإشهاري الإذاعي ، أو نشر عبر الصحف أو المجلات أو الراديو ، أو التلفزيون وأيضاً مواقع التواصل الإجتماعي التي بالطبع ستنتشر الحديث بصورة أكبر ليصل إلى أكبر عدد مم المهتمين .

الأهداف : لابد من تحديد هدفاً من عند الرغبة في إنشاء خطاب إشهاري إذاعي ، يشمل ذلك الترويج لمنتج قديم بشكل جديد ، أو تسويق منتج جديد ، أو حتى فكرة هامة لابد من إلقاء الضوء عليها مثل مكافحة التلوث.

المصدقية : يشترط إن يكون الخطابي الإشهاري الإذاعي، موثوق بها من وسائل الإعلام يهدف إلى هدف واضح ومن ثم ينشأ قاعدة جماهيرية مشتركة .

التكاليف والتأثير : عادة ما يتم الخطاب الإشهاري الإذاعي ، بتكليف أقل بكثير من الإعلانات، حيث يمكنك إنفاق مبلغ معين على الحدث ، ومن ثم تترك تأثيره ينشر في المجتمع وهنا يظهر الطرف الثالث الذي يهدف إلى الدعاية الغير مباشرة.¹

¹ مقالة شيما احمد . 11 أكتوبر 2020, 05:54 . What is publiciky .

يجب أن يراعي الخطاب الموافق والمقام : أي الوسط النظري كما يجب أن يجب يراعي خصائص معينة كي يكون خطاباً ناجحاً، فسيتقطب الإستماع ويشتمل النفوس ويؤثر فيها ويوصل الفكرة المبنغات بأبهى حلة .

الوضوح الافكار والمعاني ، والبعد عن التعقيد .

إختيار الموضوع المناسب مرعات للموقف والمقام .

التراكيب القوية المتناسكة المحققة للمعنى، وألأفاظ المأنوسة المعبرة .

الإكثار من الجمل الإنشائية التي تقنع المتلقي .

إغناء الخطاب بالشواهد المناسبة .

مرعاة مستوى المتلقي الثقافي .

قوة الأداء والثقة بالنفس . الإبتعاد عن الإبتدال .

المهارة اللغوية .

التأثير في المتلقي.

التلوين الصوتي وإلماءات المناسبة .

إلاتصال بالجمهور وخلق جوف التبادل .

ألبتعاد عن اللحن والتكرار والغرابية والتعقيد .

تجنب الاستراد في عرض الافكار .

الوسطية بين الإليجاز والإطناب .

إستخدام طبقة صوتية مناسبة وإنفعال مناسب.¹

إمكانية الوصول إلى أعداد كبيرة من المستعملين على إختلاف أجناسهم .

الوصول إلى المستمع في أي بقعة كان، لأن الراديو جهاز متحرك اي نقال أكثر

كن التلفزيون .

يتميز بالتكليف الوطنية نسبياً.

تكرار ملكف للرسالة مزات عديدة في اليوم .

تحقيق عملية إتصال بحيث تصل الرسالة الإعلامية إلى المستمع . وهوى مسرح

ومرتاح.²

أهمية الاشهار :

للإشهار أهمية بالغة ، حيث يعترف موضوعاً للدراسات والبحوث في مختلف التخصصات أو من حيث الممارسة بكونه نشاطاً تواصلياً بين المنتج والمستهلك ، إذ يضحى العنصر الاساسي لتحريك الاقتصاد وتشير شؤون السوق والعنصر لترقية السوق وإزدهار

وهذا يعني أن إشهار منحصر في المجال لإقتصاد فحسب ، وإنما مسى كل المجالات والميادين ، حيث يرى العالم lipovtsy Gilles في الإشهار إنعكاس للمجتمع المعاصر والتوافق ، كما يرى فيه الوسيلة واداة لإديولوجية الجلية الواضحة.³

¹ حسين علي الهنداوي ، موسوعة الخطاب العربي من الالف إلى الباء ، صفحة 97. كتابة بواسطة إبراهيم الدروي ، 27جانفي 202, 15:05.

² مذكرة مستار، إشهار وعلاقة بالتواصل ، دراسة تحليل المياه المعدنية ، نبيلة عكوس ، جريدة بن حداد ، تخصص علوم السان ، 2015،

2016، ص32.

³ كوسة ليلي، واقع واهمية إعلان في المؤسسة لإقتصادية ، دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر للهاتف النقال مؤسس، من مذكرة اشهار علاقة

التواصل ، قسم اللغة واداب العربي، شهادة مستار، تخصص عل م لسان 2015, 2016، ص13.

أهمية الإشهار للمنتج :

يمثل الإشهار بالنسبة للمؤسسة المنتجة أحد العناصر الضرورية لتوزيع خدماتها ، فهو يقوم بالترويج لها ويعمل على جذب إنتباه المستهلكين وجلب إهتمامهم لإقناعهم بشرائها،وتستطيع المؤسسة بواسطة الإشهار خلق صورة حسنة وسمعة جيدة وبناء علاقة متينة مع المستهلك ، هذا بلاشك يكسب المؤسسة زيادة في مبيعاتها ورفع أعمالها والحصول على الشهرة والقدرة على خوض المنافسات مع الشركات الأخرى.

أهمية الإشهار للمستهلك :

يعد الإشهار الملجأ الوحيد للمستهلك والطريقة الفعالة والمنبع الذي يروي عطشه، إطلاع على الخدمات وأجود السلع حيث يساعده للحصول على كل مايرغب فيه من السوق التجاري، ولولا إشهار إذاعي لما عرف المستهلك الخدمات والمنتجات المتوفرة في السوق أو حتى في مكان بيعها وطرق إستخدامها.¹

عندما يكون الخطاب الإشهاري الإذاعي متكامل الأاطراف ، ويكون الخطيب على دراسة وثقافة عالية ، يكون للخطاب أهمية كبيرة، عدا من وجود سبب أهم وهوى أن الجمهور لا يشاهد التلفاز أو يستمع إلى الراديو بلى يتلقى الدروس أو الخطب مباشر من الخطيب، وتمكن أهمية الخطاب الإشهاري إذاعي فيمايلي :

يشير الحماس على كل عمل يعود بالمنفعة لهم .

يقنع كل مستمع بالمسائل المهمة .

تتغير الأشخاص من كل عمل شئى .

يكون فرص للإتصال مع الناس .

¹ مذكرة مستار، إشهار وعلاقة بتواصل ، دراسة تحليلية " لمياه المعدنية" ، قنعة . من إعداد ، نبيلة عكوش و جويدة بن حداد ، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، قسم اللغة وأداب عربي ، تخصص علوم اللسان، 2015م، 2016م، ص13.

تعلم خبرة جديدة يحتاج لها الشخص من أغلب الأعمال تعليم الفرص المؤدية للنجاح¹.

لغة الخطاب الإشهاري .

اللغة الإشهار تتوفي الإقتصاد في الكلمات وجعلها مختصر ومقتضية ، مع البحث المستمر عن إمكانيات التأثير في المتلقي على حساب القوانين الصارمة، إن اللغة الإشهارية تفرض على محرر الواجهة أو الشاعر أو الإعلان الحد من الثرثرة وأن لا يبقى إلا العناصر المهمة ، كما أنها تفرض إسم العلامة وإختيار كلمات نادرة ومثيرة²، أي أن اللغة الإشهارية تملئ شكل الجملة معطية إياها شكلها البراق الذي يميزها غالباً الإشهار العصري.

إن هدف اللغة الإشهار وقوانينها التعبيرية هي تكوين جملة غير منتظمة أي جملة إخبارية حيث لا يوجد تركيبية محدد للجملة ولكن مجرد كلمات متتالية ، بل إن هذي الجمل الأخبارية ذاتها لا تماس فعل الأخبار التام، فاللغة الإشهارية لا تعطيك المكونات المضبوطة للمنتوج ولا أصله ولا مد صلاحيته أما المعلن لا يعطي معلومة إلا في الحدود ، التي يعتقد أنها يمكن أن ترفع في المبيعات ومردودتها³.

أما الإشهار بإضافة إلى إعتدال على تقنيات فنية ، الألوان والصورة والمزايا ، فيعتمد على الصورة البلاغية ، من أجل حبك لغته الإشهارية مادامت البلاغة هي فن التخاطب فإن الإشهار يعتمد على توظيف الجناس والطباق والمبالغة الاستجلاء صورة الأفكار⁴، وعليه يجمع بين الأساليب التقنية والفنية والبلاغة تقريب الصورة ماتمكن لذهن المتلقي .

¹ ا ب ت ث خطاب ، www.wikiwond.com . أطلع عليه 26 ديسمبر 2019 . من إعداد سناء كمال ، 09:58، 9 جانفي 2020.

² يعلى حفناوي ، الترجمة الثقافية المقارنة ، ص 254,255.

³ مرجع السابق ، ص 255.

⁴ مذكرة شهادة مستار الخطاب الإشهاري في قناة الشروق مقارنة تداولية ، إعداد طالبة منى مخالفة ومريم يسعد، سنة 2019م، 2020م ، ص 88

لقد عد الفلاسفة القدماء البلاغة ، أداة اللغة التي تتم من خلالها التأثير في سلوك الأفراد وأرائهم والتي تتم بانتقاد والألفاظ المناسبة التي تؤثر في المتلقي ، خاصة إذ كانت دقيقة وبلغية فتبلغ صميم المطلوب وتسرع في إحداث الأثر لدى الجمهور المستهدف¹ ، وتتميز لغة الإشهار باللغة البسيطة الموجزة كذا المكثفة الدلالة ، تبني على فكرة محددة لأهداف واللغة الإشهارية مزيج بين الفصحى والعامية واللغة الأجنبية، حيث المتلقي الموجهة إليه ،ويمكننا الإشهار من معرفة بني الوعي الاجتماعي إلى جانب شرح العناصر المكونة له وتحليل الروابط المتبادلة ، ودراسة قوانين تطوره فهوى يحمل الرؤى الثقافية للمجتمع إذ يعد إنتاجاً لغوياً اجتماعياً يبرز العلاقات الاجتماعية المتنوعة ، وتعتبر حل العلاقات التي يتميز بها الإشهار مرآة عاكسة لما يحدث في المجتمع ، ويعتمد اللغة الإشهار على استعمال أدوات الفهم والتأثير والخروج على المؤلفه وإستخدام الأفكار المتسلسلة التي تؤثر في ذهن القارئ أو المستمع أو المشاهدة ، والخطاب الإشهاري في مقارنة التداولية يهدف إلى تحقيق منفعة أو فائدة ولا يحرص فقط على التبليغ بل يتعداه للتأثير ، حيث يتفنن في إنتقاد اللغة المكثفة والجمل المختصرة والكلمات البراقة².

¹ محمود شحال ، حسن الصورة وإلقتناع دراسة تحليلية لأثر خطاب الصورة ، دار الافاق العربية ، ط 1 ، السيماء، 2006م،ص 56
² بشير إبريرا ، بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الإشهاري ، محاضرة المتلقي الوطني الثاني السكياء والنص أدب ، 16،16، منشورات الجامعية محمد خضير بسكرة ، ص 68.

الخطاب الإشهاري واللغة الفصحى .

إن اللغة العربية الفصحى غائبة عن إستخدامها في صياغة إعلانات التي توجهنا، على عكس هيمنة اللغة العامية وتوظيفها حتى في التعبير عن أمور الحياة اليومية.

فاللغة الفصحى هي لغة بليغة على النموذج اللغوي الذي تستخدمه في توظيفه في المزارات الثقافية والرسمية والعامية ، هي النموذج الذي تكسبه في البيئة التي تعيش فيها ويتحدث الناس في أسواقهم ومنازلهم وشؤونهم الضادة الحياة في المحادثات البيع والشراء.

حدد إبراهيم أنس صفات اللغة المشتركة الفصيحة ، إنها مستوى لغوي أرقى من لهجات الخطاب في غالب الأحوال، أي أنها ثابتة الأركان والدعائم ، قد إستقر أمرها على قواعد و نظم لا تسمح لها بالتغيير او التطور إلا في القليل من الأحيان، وبعد أجيال من الإستعمال ، ولذلك يتخذها الناس مقياساً لحسن القول وإجاد الكلام.

هي اللغة التي لا تستطيع السامع أن يحكم على المنطقة المحلية التي يتمنى إليها المتكلم بيها، أي أن اللغة المشتركة ، وإن تأسست في بدء نشأتها على لهجة منطقة معينة قد فقدت مع الزمن أن نسب الناس في إثناء إستعمالها كل المنابع التي إستحدثت منها عناصرها و أصبح لها كيان مستقل، فلا تذكرنا في إثناء التكلم بيها او سماعها بمنطقة خاضة ، او بطبقة خاصة بل يشعر كل سامع والمتكلم أنها ملك الجميع وأم الجميع لا بدعيها لأنفسهم قوم بأعينهم ، ولا تنسب الى بيئة معينة، وهي لذلك تكتسب الاحترام من الناس جميعاً.¹

¹ إبراهيم أنس، مستقبل اللغة العربية المشتركة ، معهد الدراسات العربية العالمية ، جامعة الدول العربي .إكتساب العامية اللغة الخطاب الأشهاري المكتوب صديقنا الخير والشروق اليومي ، من استاذ عاشور جميلة ، جامعة خميس مليانة ، ص.5.

وفي الجزائر تعد اللغة الفصحى لغة رسمية للبلاد إلا ان الواقع يكشف عدم إستعمالها في النواصل اليومس بين افراد المجتمع و يبقى إستعمالها مقصورا على عدد ضئيل من المثقفين والمناسبات. تحتل اللغة امكانة هامة في الإرسالية الإشهارية ، كونها أهم مكون لها وذلك بإعتبار اللغة القناة الضرورية التي عبرها ، كل العلامات الأخرى ولأن الفرد يستعمل اللغة للتعبير عن مشاعره وعواطفه وإحساساته وما ينشأ في ذهنه من أفكار ، ويستعمل في ذلك الالفاظ الدالة على المعاني التي تساعده لأتصال رسالته ويمكن القول ، بأنها القدرة الخاصة بالنوع البشري على الاتصال بواسطة النظام من الدلائل الصوتية بإستخدام الطريقة الجديدة المعقدة القائمة على فرضية وجود وظيفة رمزية ، ويتم الاشهار بناء اللغة بأسلوب فصيح أو دارج ،قصد إيصال رسالة ما والهدف منها التأثير، ويعود تفضيل اللغة الدارجة على الفصيحة منها الى تقريب المعنى المقصود إلى المتلقى ، من هذا المنطلق نشير إلى وجود تقابل صريح بين لغة الام ، الدارجة ، هي سبيل الاولى لطفل نحو العالم الحياة وبين لغة فصيحة لا يستطيع الناشئ فلا تلامسها في مراحل تدرسه ، الاولى وبناء عليه ليس هناك من مدخل لخلق حالات إنسجام بين هذا الطفل ، وعالمية سوء اللغة الدارجة المدعوة إلى التحول من مجرد تسميات أولية خاصة بمحيط مباشر الى أداة لتدريس وتلقى المعرفة بل يجب إعتماها في التعلم والكتابة والقراءة .¹

يمكن القول إن اللغة الإشهار بصفة عامة الى الإقتناع وتبليغ رسالتها ألى المتلقي بالطريقة الأحسن والأكثر تأثيراً فيه، والجدير بالملاحظة إنتباه الكثير من الباحثين إلى ظاهرة توظيف أو اللغة الدارجة في الإشهار وإنقسمو في ملاحظاتهم إلى إتجاهين ، إتجاه جيد إستخدامها لأنها لغة التواصل ومقام الأشهار هوى مقام تواصل عام وغير رسمي ومن ثم لا يستدعى تعقيدات اللغة الفصحى ، وإتجاه آخر يرى بان اللغة ظاهرة إستخدام

¹ سعيد بنكراند ، دستور المغربي الجديد في سميائيات ، الخطاب السياسي ، ع 56، جميع المحفوظات الزمن ، اكتوبر 2014، ص114، 115، من مذكرة أليات إشتغال اللغة والخطاب إشهاري .2016،ص23.

اللغة العامية ظاهرة تشير إلى استخدام شديد ويجب تفهمها لفهم معاني منه اللغة العربية مكر لغوي تنفذه جهات نافذة الاقتصاد والسياسية.¹

¹ عبد القادر القاسي الفهرس، السياسة اللغوية في البلاد العربية ، بحث عن بيئة طبيعة عادلة ديمقراطية ، دارالكتاب الجديد المتحدة ، سبتمبر 2013، ص145. من مذكرة اليات اشتغال اللغة والخطاب إشهاري من إعداد خلقات نعمة وافنخ تبريري ، تخصص تحليل الخطاب ، سنة 2015, 2016.

الخطاب الإشهاري واللغة العامية

إن المنهج لواقع لغة الإشهار بلا حظ بوضوح تام تنامي ظاهرة إستعمال العامية ولغات دخيلة في كتابة الخطاب الإشهار ، إذ نلاحظ ذلك في مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة ولا يخفي على أحد مالهذه الظاهرة من إنعكسات وتأثيرات سلبية على مختلف المتلقين من فئات المجتمع بإعتبار أن الإشهار لا يروج للبضاعة فقط ، بل يشهر للغة أيضاً فهو يكره المتلقي على إستهلاك اللغة المستعملين حتى وإن لم يستهلك البضاعة موضوع الإشهار ، يقول أحد الباحثين واضحاً خطر العامية ؛ فإذا كانت اللغة تدل على الفكر فإن العامية في لغة الكتابة ، فإنها تدل أحياناً على إنهيار في ذلك الفكر أو هبوط في المستوى الخلفي.¹

فاللغة هي وسيلة التي يمتطبها المشهر من أجل الوصول إلى غايته المتمثلة في جذب المستهلك وحثه على القيام بفعل الشراء ، إن أهم ما في الإشهار هوى ذلك الخطاب الموجه الملامس لعقول وقلوب الملايين ، فهوى خطاب تائيري مفتوح هدفه الإقتناع من هنا يندرج الخطاب الإشهاري ضمن الممارسات الإبداعية الثقافية فيصبح مجالاً إبداعياً بإمتياز²، ونجاحاً للإشهار يتوقف إلى حد كبير على فاعلية الأدوات والأساليب المستخدمة في صياغته³، فألشهاري يتخذ اللغة وسيلة لتبليغ خطابة وتحقيق هدفه منه بغض النظر عن المستوى اللغوي المستعمل ، أو الوسيلة التي أختارها لعرض إشهار سواء كانت مسموعة أو مرئية أو هما معاً.

فاللغة العامية تحتل مكانة أدنى من حيث المستوى وشيوعاً أكثر مز حيث إستعمالها ، فهي لغة البكاري والخدم فوضوية ولا قواعد لها ، وتتلف العامية من لهجات محلية عديدة ، مثل :ماهوى الحال

¹ سعاد امينة بوعناني، لغة الاشهار بين إقناع وإبداع ، مجلة اللغة واتصال ، مجلة عملية محكمة يصدرها مختبر اللغة العربية والاتصال ، جامعة ، وهران الجزائر ، ع12، ماي 2012 م ، ص116.

² عبد الصاحب مهد يعلى ، موسوعة مصطلحات الترجمة كلية دراسات وبحوث التدرج جامعة الشارقة 2007، ص16. من مقالة إكتساب العامية للغة والخطاب .

³ مبارك ماون ، نحو وعي لغوي ، مؤسسة الرسالة ، بيروت لبنان 1985، ص41،44.

في الجزائر حيث تختص المناطق الشرقية بلهجة خاصة وكذلك للهجة هو حال بالنسبة للمناطق أخرى ، ولا تخضع لقوانين لغوي تحكم عباتها فهي بعيدة عن الضوابط الصوتية والصرفية والنحوية والمعجمية ، فهي ضرب في التحرر من قيود الاعراب والميل بأسلوب الكلام والحديث في كل إتجاه حيث لاموازين ولا أفيسه ولا حواجز يتم الوقوف عندها والتقيد بها .¹

¹ أحمد عزوز ، التواصل بالعامية بين أثر في التفكير والعجز عن التعبير ، مقال ضمن كتابة الفصحى وعاميتها لغة التخاطب بين التقريب والتهذيب أعمال الندوة الدولية التي نظمت التعاون مع وزارة الثقافة ضمن فعالية الجزائر ، 5 يونيو 2007م، منشورات مجلة 2008 ص289.

خلاصة :

الخطاب الإشهاري نوع من أنواع إعلانات المستخدمة في تأثير على المتلقي ،حيث له لغتين فصحى والعاكية ويجمع بين الأساليب الفنية والبلاغة ويستعمل أدوات الفهم والتاثير الذهني للقارئ أو السامع . لتحقيق هدف ورفع المنتج وإيصال الفكرة .

الفصل الثالث:

نموذج تطبيقي للخطاب الإذاعي الإشعاري

تمهيد

أنواع باللغة الفصحى.

الخصائص .

نوع اللغة .

أسلوب والنصوصيات أخطاء .

أنواع باللغة العامية .

الخصائص.

نوع اللهجة.

مدى نجاح اللهجة في الخطاب .

خلاصة .

تمهيد:

تعد لغة الخطاب صلة وصل رابط الحقيقي بين أي مجموعة من الناس وأخرى تضمنان مرسل ومتلقي ، وأن اللغة الخطاب هي وسيلة مسيطرة على الجماهير باختلاف اللهجات في الكلام والقرأة، وتعتبر صفة لغوية تنتمي إلى بنية خاصة ويشترك جميع أفراد هذي البيئة وتختلف اللهجة أخرى بهتلاف الصوتي في نطق الكلمات.

أنواع باللغة الفصحى

اللغة العربية الفصحى هي أكثر إنتشاراً في مجموعة اللغات السامية ، إنها واحدة من أكثر اللغات إنتشاراً في العالم ويتحدث بيها أكثر من 467 مليون شخص، يتم بتوزيع المحدثين بها في العالم العربي بإضافة إلى العديد من المناطق المجاورة الأخرى مثل تركيا وتشاد ومالي و إثيوبيا وجنوب السودان وإيران ...، هي لغة القرآن ولغة الصلاة، وهي ضرورة في تنغيز العديد من الشعائر الإسلامية ، ولغة الطقوس رئيسة في العديد من الكنائس المسيحية في العالم العربي.

اللغة العربية الفصحى الحديثة أو اللغة المعيارية الحديثة أو اللغة العربية القياسية أو الفصحى العصر ، هي اللغة المستخدمة في عالم الأعلام والمحتوى العربي اليوم ، هي تمثل تطوراً لغوياً طبيعياً غن فصحى التراث التي استخدمت في الجاهلية وعصر صدر الإسلام ، وتعكس الفروقات اللغوية بين الفصحى والتراث والفصحى العصر إستجابة اللغة العربية لمتطلبات العصر الحديث في التواصل والإعلام ، وعلى الرغم من أهمية هذي الفروقات وتأثيرها على جوانب اللغة جميعاً، بما يشمل النحو والمصطلحات والصوتيات خصوصاً في مجال الحركات والتشكيل وعلامات الترقيم ، إلى جانب الفروقات الأساسية في أسلوب الكتابة الرسمية والأديب ، وظهور فنون كتابية جديدة لم تكن معروفة خلال فترة فصحى التراث¹.

¹ ا ب ت ح خ ، العربية المعيارية الحديثة ، نسخة محفوظة ، 17 أغسطس 2016، موقع واي بالتمشين .

تمتد أشكال اللغة العربية الفصحى إلى اللغة القرآن ، وما يعرف باللغة الفصحى الكلاسيكية ، واللغة العربية الحديثة ، إنها اللغة الرسمية واللهجة المحلية أو اللغة العامية ، اللغة القرآن أو الشكل القرآني للغة العربية هي لغة القرآن الكتابة المقدس للمسلمين ، الذي يتم فيه أداء الشعائر النبوية، حيث توجد أشكال عديدة للغة العربية أي لغة القرآن وأما يعرف باللغة الفصحى وهي اللغة الرسمية واللهجة المكتومة أو اللغة العامية لغة القرآن أو الشكل القرآني للغة العربية هي لغة القرآن وكتاب المسلمين المقدس؛ واللغة التي تؤدي بيها الشعائر الدينية فهذه اللغة القديمة جداً لأنها يعود تاريخها إلى ما يقرب من 600م يساخدم الناس هذي اللغة في حياتهم العادثة ، أو في محادثاتهم اليومية ، أو في كتاباتهم الرسمية وغير الرسمية .

اللغة العربية الفصحى هي اللغة رسمية في العديد من الدول العربي وتستخدم في مراسلات الدوائر الحكومية والتعليم والمدارس وكتابة الاعمال الأدبية ، إنها لغة الإعلام المرئي والمسموع كالإذاعة والتلفزيون ولغة الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية ، حتى الطلاب الأجانب يتلقون دروساً باستخدام وسائل الإعلام المختلفة مثل الموقع الإلكتروني¹.

¹ ا ب ت ح ج خ ، العربية الحديثة نسخة محفوظة ، 17 أغسطس 2016 ، على موقع وأي باك مشين .

الخصائص :

اللغة العربية الفصحى هي إحدى اللغات الشامية وهي أيضاً واحدة من أكثر اللغات استخداماً وتحدثاً بين الناس إنها واحدة من أقدم اللغات الحية، على وجه الأرض ، تحتوي اللغة العربية الفصحى ايضاً على ثمانية وعشرين حرفاً فقط، لاخرى في العالم كما تمنع اللغة العربية العديدة من المزايا التي تميزها عن اللغات الاخرى ، المرادف والتضاد وهما وجهان اللغة العربية والمراد بالمرادف الحالة التي تستخدم فيها عدة كلمات لنفس المعنى مثل السعل .

الأصوات : حيث أن اللغة العربية وصلت إلى الكمال والإعجاز وخاصة في الصوت.

دقة التعبير: لأن اللغة العربية إتسمت بالفصاحة والشدة والرخاوة والأمان والتكوين.

التعريب : وخوى عملية تنقية الكلمة التي تخرج وفق الاوزان العربية.

الاشتقاق : فاللغة العربية لها خاصية لاشتقاق التي تميزها عن غيرها مما اللغات.

حيث ان اللغة الفصحى بالعديد من السمات والمزايا التي تتفرد بها غيرها من باقي لغات العالم ومن ابرز.

الفصاحة: والمقصود بالفصاحة (لغة) هوى خلو الشيء من العيوب وقد خلت اللغة العربية من التنافر بين الكلمات ضعف التأليف اللفزي التعقيد اللفظي ، التعقيد المعنوي .

الترادف : وهوى وجود العديد من الكلمات التي تعطي دلالة واحدة دون إعطاء تمام في

المعنى وإنما عمومية في المعنى مما يكسب المفردة الواحدة تميزاً في الاستخدام عن مجموعتها مما ينعكس على مدى بلاغة اللغة العربية.

دلالة الأصوات على المعاني : تتميز الكلمة العربية بأنه لمجر سماعها بفهم معانها ودلالاتها.

الكم : الواسع من المفردات ولو أمعنا النظر في المعاجم وقواميس اللغات فلن نجد معجماً

متسعاً بالمفردات كالمعجم العربي وكل ذلك بشهادة المستشرقين فلا يمكن لأحد أن يعطي إحصاء عديداً لمفردات اللغة العربية.

علم العروض : العروض هوى العلم المختص بالشعر وأوزانه.

التحقيق: فمن ناحية البنية للكلمة نجد أن للكلمة العربية أصولاً ، ثلاثة ابتداءً من الثلاثة التي يقل وجودها في اللغات الأخرى والرابعة والخامسة.

الإيجاز : وهي إحدى مزايا اللغة العربية عن باقي اللغات العالم.

الإعراب : حيث تبلغ أهمية أعراب في إعطاء الدلالة عن المعاني¹

وهي أكثر لغة إنتشاراً وتعد مين بين أشهر ست لغات في العالم حسب نضيف الامم

المتحدة ، كما إشتهر اللغة العربية الفصحى كتابة و محادثة على نطاق واسع ، وقد تم

المحافظة على اللغة من عدة أماكن ، منها جامعة الدولة العربية من خلال حوسية مادة

اللغة العربية الفصيحة إلى جانب مشر برامج عربية مواكبة للعصر الحديث ، من حيث

إستيعاب مهارات اللغة التي تشمل الكتابة والقرأة والمحادثة وإلستماع².

تتميز اللغة الفصحى بالعديد من السمات والمزايا التي تتفرد بها عن غيرها من باقي لغات

العالم ، من ابرزها تلك الخصائص نذكر مايلي :

الفصاحة : والمقصود بالفصاحة لغة هوى خلو الشئ من العيوب ، وقد خلت اللغة

العربية الفصحى من التنافرين الكلمات ضعف التأليف اللفظي ، التعقيد اللفظي ، التعقيد

المعنوي .

الترادف : وهوى وجود العديد من الكلمات التي تعطي دلالة واحدة دون إعطاء تمام في

المعنى وإنما عمومية في المعنى لهما يكسب المفردة الواحدة تميز في الإستخدام عن

مجموعتها مما يعكس على مدى بلاغة اللغة الفصحى .

دلالة الاصوات عن المعاني : تتميز الفصحى بأنه لمجرد سماعها يفهم معانها ودلالاتها .

الكم العاسع من المفردات : لو امعنا النظر في المعاجم وقواميس اللغات فلن نجد معجماً

متسعاً بالمفردات كالمعجم العربي ، وكل ذلك بشهادة المستشرقين ، فلا يمكن لأحد أن

يعطي إحصاءاً عددياً لمفردات اللغة العربية الفصحى .

علم العروض: هوى العلم المختص بالشعر واورانه .

¹ محمد عبد السافي القومي ، عبقرية اللغة العربية ، منشورات المنظمة الإسلامية ، للرسية والعلوم والثقافية إيسيسكوصفة 7: 60 . مصدر
مقالة تمت بكتابة براضة سميحة ناصر خليف ، اخر تحديث 15: 02, 3 ديسمبر 2020.

² عبد المجيد عمر ، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصر ، ط2, 1437هـ، ص79.

التخفيف: فمن ناحية اليئة للكلمة نجد أن للكلمة الفصحى اصولاً جذور ثلاثة إبتداءً من الثلاثية التي يقل وجودها في اللغات الأخرى والرباعية والحماسية .
الإيجاز : وهي من احد مزايا اللغة العربية عن باقي لغات العالم.
الإعراب : حيث تبيلع أهمية إعراب في إعطاء دلالات على المعاني ¹.

¹ محمد عبد الشافي الفوضي ، عبقرية اللغة العربية ، منشورات منظمة إسلامية لتربية العلوم والثقافية ، إيسيسكو، 2016، ص 60، 70.

مميزات :

تمتاز اللغة العربية الفصحى بمزايا جعلتها من اللغات الفريدة في العالم وضمنت عبر القرون المتتالية ومن هذه المزايا مما يأتي:¹

لغة الفخيمة: حيث تتصف ببعض حروفها بالتفخيم ، والتفخيم هو صفة للحروف ويسمى الاستعلاء ، كذلك وهوى إرتفاع اللسان إلى الحنك الأعلى عند النطق بالحرف واحرفه مجموعة ، إن كلا من الخاء والصاد و الضاد والعين والطاء والقاف والضاء، حروف فخيمة وفي اللغة العربية الفصحى ، مثل العين والهزة والحاء.²

لغة الموجزة :

قواعد الإعراب والنحو العربي فألإعراب هو أهم خصائص وهوى تشكيل نهاية الكلمات وفق موقعها في الكلام على الوجه الصحيح وسواء كانت العلامات الإعرابية حركات أم حروفاً ، فإن العلامات إعرابية تغنى عن تغير ترتيب الجملة ، ولعا دور في توضيح المعنى، فعلى السبيل المثال في قوله ،أوصلنا سعداً ، فإن بناء الفعل الماضي اوصل على السكون ونصب المفعول بيه سعيداً بتتوين الفتح ، وهوى الذي دلّ على موقع ، وبالمقارنة مع الجملة أخبرنا سعيداً فإن رفع سعيد بتتوين الضم ، يدل على أنه فاعل.

الاشتقاق : اشتقاقها إذ تشق الكلمات من الحروف نفسها وتغير من وزن آخر دون ، الحاجة إلى الكلمة مساعدة مثال، كاتب مكتوب ، مكتب و مكتبة.

غني افعالها: فالفعل العربي بحافظ على حروفه مهما تغير زمنية ، ولمن حدث المعنى لفظ خاص بيه، يدل عيه بإيجاز ومثال، ذلك من يستيقظ مرضاً ، اصبحت مريضاً، أي أستيقضت صباحاً، فالعقل الواحد قد يؤدي معاني مختلفة حسب الجملة .

غني حروفها : فحروف اللغة كثيرة ومتعددة المعاني ، ولكل حرف في اللغة العربية معنى مقصود يفيد ويوجزه ومن الحروف ما يعمل عدة معانٍ مثال، أعطى من

¹ ا ب ت محمد فوصي، عبقرية اللغة العربية المملكة المغربية ، أسيسكو ، 2016، ص 63, 78.

² ا ب الشيخ إسماعيل الشوافوي ، 25 ديسمبر 2012، في مخارج الحروف وصفاتها ، alukoh أطلع عليه بتاريخ 21 افريل 2018.

مالم ، فحرف الجر من يفيد التبويض أي اعطيني بعضاً من للمال ، فقد اوجد المتحدث المعنى المراد ، أما إذا قيل خرجنا من الخامسة فحرف الجر من يفيد إبتداء العاية الزمانية للخروج .

بعض أساليب اللغوية : مثال تقدير الفاعل من خلال الضمير المستتر والتقديم ، الحذف كتقديم المفعول بيه على الفاعل از التقديم الخبر على المبتدأ بغرض التفاخر ، كان بتفاخر احدهم بنسبة أو أصله أو قبيلته أو بلده فيقول عربي أنا .

أشعار العرب : وحديثهم وامثالهم الشائعة التي تدل على المعنى بأقل لغة وذلك لانهم لا يحبون التطول بلا العرض ¹.

لغة الشاعر : اي من تتركه في النفس من الشعور مؤثر ويظهر هذا جلباً واضحاً من خلال الصورة الشعرية التي تتضح من خلال التشبه والاستعارة والمجاز والكناية والأرشاد وكثرة مترادفاتهما وفخامة الفاظها ورقنتها ووضوحها وتناسب مخارج حروفها واصواتها مع معنى ، كما يتسع السامع عند لفظه لكلمة حق مثلاً ، ففي القاف تفخيم ويشعر السامع بها بتأثير قوة للصوت و الفخامة .

تناسق الأوزان : فاوزان في اغلبها متشابهة فقد تاتي على وزن معين مثل ؛ فرج يُفرج ؛ لعبٌ يلعبُ؛ العبُّ، او على وزن اتي حرجٌ يخرجُ ودخلٌ تدخُل ادخُل ².

¹ أب أد عبد المجيد عمر ، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة دراسة تقابلية ، ط2 المملكة العربية السعودية ، مركز البحث العلمي و احياء التراث الاسلامية ، 1473هـ ، ص177,188.

² أب ت ، صادق الهادي ، أهمية اللغة العربية الفصحى ومميزتها ، إطلع عليه بتاريخ 21 افريل 2018 ، مقالة تمت بواسطة سميحة تامر خليف ، 15:02 ، 3 ديسمبر 2020.

نوع اللغة الفصحى :

نوع اللغة الفصحى هي اللغة التي كسبت بها معظم النصوص العربية، وتقابلها العاكية الدارجة المحكمة بلهجات المحلية ، ترد العربية الفصحى للقراءة لتأثير النص القرآني كنص مقدس في وضع قواعدها ولمرجع للقياس ويطلق أيضاً على اللغة التي تستخدم في حدود صدر الإسلام من ضمنها النص ابقرائني ، بالعربية الفصحى وتقابلها العربية الفصحى الحديثة او المعيارية وهي اللغة المستخدمة ايوم بشكل واسع في الخطاب إشهاري او إذاعة وهي سبيل مباشر للعربية التراثية .¹

كام يعتقد ان اللهجات العربية العامية تتحدر من العربية الفصحى، إلا ان الدراسات التاريخية واللغوية منذ القرن التاسع العشر أثبتت أنها لغة شقيقة لهم ، وكلاهما تتحدر من اللغة العربية البدائية .

ظلت اساليب والتراكيب الموجودة غدفي العربية ابفصحى، التراثية حاضرة في العربية الفصحى الحديثة ، وادخل عليها الادب العربي اساليب وتركيبات جديدة بالإضافة إلى تأثير اللهجات العربية المتعددة واللغات الأخرى، وأستقدمت لكثير من الكلمات والمصطلحات المستجدة في الشئى العلوم ، إستعبر كثير منها من اللغات اوروبية وعلى راسها الانجليزية والفرنسية .

في العصر الحديث شاع إستخدام الفصحى الحديثة بين المتحدثين بالعربية بدلاً من لهجاتهم للمحلية، وذلك بعد يعد إنتشاراً وسائل الإعلام الحديثة مئا إذاعة .²

للهجة اللغة العربية الفصحى وتسمى كذلك العامية او الدارجة تشير إلى لهجات اللغة العربية عبر المعيارية بخلاف العربية الفصحى، حيث يوجد عادة ازدواجية لغوية بين الناطقين بها، فتمثل الفصحى اللهجة العليا ذات المكانة العامية وتمثل اللهجة المحلية

¹ عروس للثقافة العربية ، إكليل تاريخ ، البشر بتنقضاته في جزيرة عرس للثقافات ، تاريخ 25 فيفري 2019. عل موقع واي باك مشين .

اطلع عليه يوم 25 سبتمبر 2020.مقالة لغة القران والشعر الجاهلي Al jallad ahmd a manual of the historical grammar of arabic academia edu

ذات اللهجة السفلي ، يوجد تنوع كبير في اللهجات العربية ، يدرجان متفاوتة من الوضوح المتبادل وتوجد فروق كبيرة من المفردات والصوتيات والقواعد تصغدف اللهجات

العربية في عدة اسر لهجات حسب المنطقة وهي لهجة نسبة جزيرة العربية والشامية والمغاربة والعراقية ، ومع ذلك فتختلف اللهجات في نفس المنطقة حسب الموقع واسلوب الحياة ، حيث نشأة اغلب اللهجات العربية بعد فتوحات إسلامية نتيجة إختلاف لهجات المسلمين العرب بالسكان المحليين الناطقين للغات اخرى، وتكون لهجات مولدة متأثرة باللغات المحلية، وإستمرت اللهجة العربية الفصحى في التطور عبر القرون حتى صارت اللهجات المعاصرة.¹

النصوصيات اخطاء في إذاعة .

يقع الفرد المقدم او المتلقي الإعلامي في الكثير من الأخطاء التي ينبغي عليه كمقدم إعلامي ناجح ان يعتمد على تجنبها عند تقديمه للبرامج الإعلامية كإذاعة غين تموشنت ، حتى لا يصل إلى الجمهور المتلقي بالصورة الخاطئة والغير صحيحة بتالي سوف يفهمها الجمهور بشكل بيعهم تماماً عن البرامج الإعلام او عن الخوضوع الذي يقوم النتلقى بألقاته عليهم.

ان فن الاقلء والتنظم الإعلامي بإحصاء السلبيات التي تقع عن عملية ألقاء ومظاهر الاستعمال والأستخدام الخاطئي المعين للرسالة والوسائط ذات الطابع الصوتي الغير اللفظي .

حيث ان السكوت والصمت في الوقت الخطأ في المكان للخطأ يعمل غلى إفساد المعنى المراد من الموضوع الذي يقوم الملقى بإلقائه على السامعين بل حتى ويجعله في بعض من الاحيان بتناقص للمعنى والنهجوم المقصود منه .

أن الجملة أثناء قرأتها لكل جملة نوع خاص بيها سواء كانت جملة لداستفهامية او إحتتمالية اة توكيدية أو جملة تقريبية، فإن التنظيم الخاطئي لها سوف يؤدي إلى فهمها

¹ ا ب 16 ، woiddich Manfred Behnstedt Peter Arabic Dialectology, 2013, لهجات العربية غير المعيارية وبخلاف الفصحى .

بالشكل الخاطيء، والغير الصحيح ، كما ان هذه الجمل تتضمن غدعلى نغمات الخاصة ،
بيها والمعبرة عن المعنى ولا شك بأن عملية مراعاة التلوين الصوتي بما يقتضيه ويتطلبه
المعنى والهدف تحصل لكل جملة طبقاً لنوعها تلك النغمة المغابرة ، والمختلفة والمنفردة
من غيرها من المعاني والكلمات والجمل أخرى يدخل الإعلامي اصوات حوية أثناء
النطق ، حيث أن هذا الامر يتمثل بتكرار المنبع للحرف اول الجملة اكثر من مرة وهذا
لله قد وقع في الخطأ، لثناء قراتها بشكل صحيح ، حنا استبدل حرف او الكلمة بحرف
الاخرى وهذا نتيجة لسبب البصري او ما يعرف بالسيف الذهني وهذا الامر يؤدي إلى
العمل على نشوية وتخريب ما يعرف بفن الاقاء الاعلامي كأن يقول الإعلامي أن
الحزب أدت بدلاً عن أن الحرب ادت وغيرها ذلك من أخطأ¹

أسلوب وتقرير الإذاعة .

إن الخطاب الإذاعي يعتمد فيه أساليب انشائية واعجب وإستفهام وأكثرهم أسلوب
أخباري تقريرى الذي يحمل اخبار جديدة مثال اسمعوهذا أمر .

حيث يقدم مجموعة من المعلومات ويبسطها كحقائق بهدف إقناع السامع، وذلك
وفق خطوات منهجية ، طرح اشكالية ، التحليل ، تقديم الحجج والبراهين تم إستنتاج من
خلال الموضوعية والبعد عن الذاتية لأن هدفه في النهاية هوى إقناع.

ويعتمد على عدة أساليب :

أسلوب إنشائي : هو أسلوب حجاجي تفسيري . كالامر والنهي والاستفهام والنداء
والتمني .

أسلوب خبري : هو إبتدائي وطلبي و إنكاري .

أسلوب تفسيري : عن طرق التعرف السرد، للوصف، التمثيل، التشابه ، الروابط
علامات الترقيم ذكر الاسباب النتائج .

¹ سامي نسير سليمان، دليل للصحفي والاعلام المحترف ، تاريخ 2020، فن الإقاء . مقالة دانة العتوم ، 13 ديسمبر 2022.

أسلوب الحجاجي : يتخلى في بناء خطة حجاجية واضحة مبنية على مقدمة واستدلال ثم نتيجة وعلى الحجج العقلية والنقلية والواقعية.¹

كذلك يهتم المذيع بأصوات اللغة ويحلل اصوات كلامية ويدرس اصوات اللغوية ويعتمد على مستوى الصرفي حيث يبحث فيه تغيرات التي تلحق نشبة الكلمة لغرض المعنوي لفظي ويراد بنية الكلمة هيئتها من حيث حركاتها أو سكونها أو عدد حروفها.

الصيغ البسيط (فعل) والمصيغ الزائدة المركبة.²

أفعال	نوعية	دالاتها
نقرأ-قرأ	معتدل	يدل على الحدث
يرمي-رمى	معتدل	يدل على الحدث
تسأل-سأل	معتدل	يدل على الحدث
تبدأ-بدأ	معتدل	يدل على الحدث
قل-قال	معتدل	يدل على الحدث
ألقى-ألقى	معتدل رباعي	يدل على الحدث ³

بنية اسماء .

المذيع عندما يلقي الخطاب يعتمد في رسائله على اصوات ذات نعمة موسيقية كلمات التي تعتمد على المقطع واحد او مقطيعين ا ثبائثة مقاطع .مثال اسم فاعل

داعاً فاعل __ وقوع احدث.

رافعاً فاعل __ وقوع الحدث .

¹ موقع ذ موصطفى أبوسعد . مقالة اسلوب تقريرى ، 12 ابريل 2018.

² بوقرة محاضرة في للمدارس اللساني المعاصر منشورات جامعية بابي مختار ، عنابة ص29 .

³ راجع بحوش البنية اللغوية لبريد العصر . من مذكرة البنية اللغوية فس الخطاب إشهارى ، طالبة شروق خليل ، 2016, 2015، ص42.

لاحقون لاحق اسم فاعل صيغ مبالغة من غير ثلاثي _ وقوع الحدث .

المستوى النحوي : لقد عدة النحاة القدامى الاساسي واصل فهوى شبكة من العلاقات و القواعدية الاي تحكم بناء الوحدات اللغوية وفيها تقوم كل علاقة بمهمة وظيفة تساعد وهوى بيان دلالات من خلال القرآئن النحو مثل إعراب وهوى قرينة سياقية تتعاون جاهدة مع غيرها في الرسم شبكة البيانات دلالية.¹

وهوى علم الذي يختص بقواعد اللغة التركيبية .²

كما يعتمد على جمل النحوية وعلى تقدم وتأخير في كلمات وأفعال والحروف مثال : يقدم الخبر على المبتدأ ، مستعجل يغادر ، ويقدم الفعل على اسم .

وعلى الجمل إسمية وفعلية وأمرية وخبرية لكي تقوية المعنى ويكون هناك انسجام .مثال: جملة فعلية يرفعون تحدياً الحياة.

كما يعتمد على الفاظ ملائمة لموضوعه الذي يعالج فيه .

الترادف : هوى وجود كلمتين او اكثر في اللغة الواحدة متماثلة في المعنى .³

حيث يعتمد على محسنات الفظية والغوية .

محسنات لفظية: الجناس، الاقتباس، الشجع.

اللغوية: التورية ، الطباق، المقابلة.⁴

يعتمد مستوى الخطاب الاشهاري إذاعي على اللغة او الكلام الوجيهي موجود داخل الرسالة او الخطاب الأشهاري الذي يعد جوهره العلمية الاشهارية كما تكون الرسالة ذات فعالية وجاذبية تثير انتباه المتلقي.⁵

¹ عبد القادر خليل ، علم السانيات الحديثة ، دارالصفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1, 2002 م ، ص546.

² محمود عكاشة ، التحليل اللغوي في ضوء علم الدلالات ، دراسة الصوتية والصرفية والنحوية والمعجمية ، دار النشر الجمعات مصر ، ط1, 2002, ص144.

³ محمد محمد داود العربية وعلم اللغة الحديثة ، دار غرب لطباعة ونشر والتوزيع القاهرة، د، ط، دت ، ص107.

⁴ سميح ابو معطي وعبد الحافظ سلامة ، اللغة العربية دراسات تطبيقية ، ص115.

⁵ عبد المجيد تونسي الخطاب الاشهاري مكونه واليات إستعماله بمجلة الفكر العربي، المركز بناء القومي ، من مذكرة بنية اللغوي في الخطاب إشهاري ، ص84.

أنواع اللغة العامية :

درس عدد الباحثين عبر التاريخ موضوع ظهور وتمايز اللهجات في اللغة العربية، هذا تصير السن واللغات من جيل إلى جيل وتعلمها العجم والاطفال وهذا هو معنى ماثقوله العامة أن اللغة للعرب بالطبع بالملكة الأولى التي إتخذت عنهم ولم يأخذها من غيرها قم فسدت هذي الملكة لمصر بمخالطتهم الاعاجم وسبب فسادها ان الناشئ من الجيل صار يسمع في العبارة عن المقاصد كصفات أخرى غير الكصفات التي كانت للعرب، فيعبر بيها عن مقصود لكثير المخاطين للعرب ، من غيرهم ويسمع كصفات العرب ايضاً ، فاختلف عليه الامر واخذ من هذي ، فاستحدث ملكة وكانت ناقصة عن الأولى وهذا) معنى فساد اللسان العرب.¹

وقد سميت في كتب التراب بعديد التسميات مثل : الكشلة ، الصنعة الفحفة ، التثلة ، التضجع ، العجعة.²

الفرق أكبر بين اللهجات العربية يكون بين لهجات البدو ولهجات أهل القرى والمدن ، وثم بين لهجات أهل الحضر في المشرق ولهجات أهل الحضر في المغرب ، تختلف لهجات العربية العامية كثيراً لأن في المفردات وفي الأصوات والنحو والصرف فمثلاً في لهجات الشام العامية يبدأ الفعل المضارع بالسابقة "ب" والنفي يكون بإستعمال "ما" (أنا ما بعرف ، أنت ما بتعرف إلخ...) أما دول الشكال إفريقي فتظهر اللاحقة "ش" وتكون اللهجتين المصرية الأردنية وسط بين الطرفين إذ تستخدم السابقة "ب" وتنفي إستخدام اللاحقة "ش" (بعرفش ، مرحتش، معملتش3) من مظاهر العامية تشابه لغات العرب البدوي المشرق والمغرب بعيداً عن لهجات الحضر في كلتا المنطقتين ، ويدخل في ذلك ايضاً تشابه أعراض اللغة وفنونها ويبرز ذلك في الشعر الشعبي عن الجذور في كلتا المنطقتين، وتشابه ثرائهم البدي العام وتختلف اللهجات في النطق القاف كثيراً فينطق "ق" أو "ك" عند البدو في ليبيا والخليج ، أو الهمزة "ه" في مصر و سوريا أو "ك" في

¹ ابن خلدون المقدمة ، صفحة 1046، دار الكتاب اللبناني ، بيروت .

² إسلام ويب تصفح نسخة محفوظة ، 27 ابريل 2016، خوقع واي باك مشين .

³ Bassiouney.20009.p29 لهجات عربية

أرياف فلسطين خاصة بمنطقة أرياف الضفة الغربية بإضافة إلى إختلاف طفيفة في لفظ الضاد. تعتبر اللغة المالطية إحدى اللهجات العامية إذ إن أغلبها مشتق من العربية ، وتحديدًا لهجات بشمال أفريقيا ولكل متحدثيها يعتبرونها القبصرية العربية إحدى اللغات أو اللهجات شبه منقرضة ، متحدثوها 130 شخصاً فقط ، وتعتبر أشد اللهجات العربية تباعد عند اللغة الام بدخول كثير من المصطلحات اليونانية فيها¹

لهجات مشرقية:

1. لهجات مصرية:

- لهجه صعيديه
- لهجه اسكندريه

2. لهجات نيئة:

- سودانية
- تشادية
- بقارة

3. لهجات مشارقية: (لهجات الشامية)

- لبنانية
- سورية
- فلسطينيه
- اردنيه

4. لهجات عراقية:

- لهجه بغداديه
- لهجه صحراوييه
- لهجه لانباريه
- لهجه مصلاويه

¹ Hols , 1995 , p,294

5. لهجات جزيره العرب:

- لهجة خليجيه
- اللهجه الاماراتيه
- اللهجه البحرينيّه
- اللهجه القطريه
- اللهجه الكويتيه

6. لهجات سعوديّه

- لهجه نجديه
- لهجه حجازيه
- لهجة شهامية
- لهجة حساوية

7. لهجات مغاربيه رئيسيه:

- لهجه مغربيه
- لهجه جزائريه
- اللهجه الليبيّه
- اللهجه التونسيّه
- اللهجه الحسانيّه
- لهجه الاندلسيه

8. قبل الهلاليّة:

- لهجه حيايه
- لهجه جيجليه
- لهجه صقليه عربيّه
- لهجه مالطيه

9. لهجات بدويه رئيسية:

- لهجه لبييه

- لهجه حسنيه
- لهجه خليجيه
- لهجه نجدية
- لهجه صحراوية¹

¹ Abu haidar 1991

خاصيات اللغة العامية

يرى دعاة العامية العديد من الحجج التي تجعلها رائدة ومنتشرة في المجتمع ، وأرادو للعامية أن تصبح لغة المؤلفات والتعليم ورجولها غير أن هذي المحاولة لم تلق الكثير من المؤيدين والدعاة الي العامية ، ذكرو لها عدة خاصيات : العامية فيها حياة تتطور مع التطور الاجتماعي، وتوظيف الكلمات المناسبة التي تعبر عن الحالة بعض النزر عن أصلها .العامية تُجدد نفسها فتهمل كل ما ليس له ضرورة وتقتبس من غير لغات ماتقرضه الحياة وزروراتها .العامية لفة التعبير عن الحياة، كونها تستطيع أن تعبر عن كل تفاصيل الحياة بحلاوتها و قسوتها ، وهذا التعبير يكون مقيد في الفصحى ، فالفصحى تقيد التعبير الحر بسبب القواعد ، وبهذا لا يستطيع كل العرب التعبير عن مشاعرهم بطلاقة ويكون ذلك على المثقفين والمتعلمين¹

خصائص العامية

إنها متطورة وحية لأنها تتصف بإسقاط الإعراب . تعتمد على الإقتصاد اللغوي وهوى جوهر من جواهر البلاغة . تتميز لأختباس و التجديد في المعنى ، فالعامية في رأيهم نامية مساير لطبيعة الحياة . تعتبر عن الحياة بحلاوتها وقسوتها بطلاقة على عكس مانجده في الفصحى²

¹ عبد رحمان ، أزهار عبد الغني ، 10 يوليو 2020، لهجات العربية أطلع عليه بتاريخ 11 ماي 2020، من موقع sotor.Com.

² مذكرة مستار ، قسم اللغات والاداب العرب ، تداخل اللغوي بين الفصحى والعامية في إعلام المسموع ، فاطمة للزهراء الطالبي ، مشرف محمد رضا عباس ، جامعة قاصدي مرياح ورقلة ، سنة 2018، 2017.

نوع اللهجات :

اللهجة العامية . إن ظاهرة وجود العامية إلى جانب العربية الفصحى، ظاهرة لغوية في جميع دول العالم ، ولكل منها محاولات وإستعمالاته وتعرف اللهجة العامية بأنها طريقة الحديث التي يستخدمها السواد الأعظم من الناس، وتجري بها كافة تعاملاتهم الكلامية ، وهي إعادة لغوية في بيئة خاصة تكون هذه العادة صوتية في غالب الأحيان¹

أسباب حدوثها :

يرجع الباحثون أسباب تشكيل العامية بلهجاتها المختلفة إلى مجموعة من العوامل : العامل الجغرافي : فقد تتسع الرقعة الجغرافية للمتكلمين باللغة ، وتفصل بينهم الجبال والأنهار ويقل بينهم فتأخذ اللغة بالتعبير شيئاً فشيئاً ، ويسلك المتكلمون باللغة مسلكاً مختلفاً عن غيرهم مما يؤدي إلى حدوث لهجة جديدة . العامل السياسي : قد يساعد انفصال قبيلة أو دولة ، وإعتناق المذاهب السياسية أو الدخول إلى الديانات الجديدة على دخول ألفاظ والمصطلحات جديدة في اللغة ، تساهم كلها في تحلق لغة جديدة بظروف جديدة تابعة من سياقات سياسية في الأصل . صراع لغوي : ربما يكون هذا أهم العوامل التي تؤدي إلى تعدد اللهجات وإنتصار واحدة على أخرى، طبقاً لقوانين لغوية فالأقوى حضارة ومادة يكتب له الإنتصار)²

مميزات اللهجات العامية :

يضم دعاة العامية مميزات إستخدام العامية ويزعمون لها عدة مميزات وعلى رأسه هؤلاء أنيس فريحة الذي يرى أن العامية تمتاز بمايلي : اللهجة العمية حية متطورة وتغير نحو الأفضل لأنها تتصف بإسقاط الإعراب ، وبشكلها العدي المشترك المألوف وإعتمادها الفصحى معنا لها . الإقتصاد في اللغة وهوى جوهر من جواهر البلاغة . الإهمال والإقتباس والتجديد في المعنى ، فالعامية برأيه نامية مسايرة لطبيعة الحياة تحرص على

¹ مرجع نفسه ، ص123. من مجلة ثقافة فصيلة ، اعداد عواد الد ، اعداظ الشهرية ، العدد 78، 2012.

² علي عبد الواحد وافي ، فقه اللغة ، ط1، القاهرة ، دار النشر النهضة ، مصر لطلاعة النشر 1972، ص 153 ، 154

إمانة وإهمال ما يجب أن يهمل وإقتباس ما تقتضيه الضرورة من أالفاظ . العنصر
الإنساني يضفي عليها مسحة الحياة ، فالصحي لدى أنيس فريحة ليس لغة الكلام ، لأن لا
تعبّر عن الحياة بحلاوتها وقسوتها كما تفعل العامية ، ودليلة على ذلك أننا لا نستطيع
التعبير بواسطة الصحي ، لنفس الطلاقة التي تعبّر فيها بواسطة العامية عما نريد¹ .

¹ إبراهيم أنس ، في اللهجة العربية ، ط4, القاهرة المكتبة الانجلو مصر ، 1973, ص125, 126

مدى نجاح اللهجة عند الخطابة :

من أهم اللغات الحية في العالم ، ويكفي أنها إستطاعت عبر تاريخها الطويل أن تحتفظ بمكانتها على الرغم من كل التحديات التي شهدتها عبر السنين وبقدرها مثلت وسائل اتصال الحديثة ، بما لها من إنتشار ونفوذ معنوي هائل على الملايين . عن أبو الريش يتحدث عن اللهجة في إعلام وخاصة في الخطاب إذاعي . فإننا نفخر بتنوع الثقافات واللغات واللهجات في بلد ، فتح الافاق ، لكل عرق ودين من دون تمييز لغتنا هي الدورة الدموية في الجسد هي الحلم والأبد هي جرأة اللسان واللحن المنتد ، هي حكاية من أولها وآخرها والامد ، وهي الاساس الهوية ولن ينجح إعلام ولا يتقدم رسالته على صورتها المثلي إلا إذ حشد قوة العقلية ، حفاظاً على هوية ولكن هذي الهوية تبقى مجروحة في حال تقاعس اللغة وتراجها ، عن قيام بدورها كأداة ووعاء بقدم المعطي الحضاري ، والتركيز للهجة في إعلام هوى دعوة مجددة الاي أكثر " سكايكس " بيكو" لأنه في غياب اللغة يغيب القاسم المشترك بين الناطقين بحرف الضاد ، بمعنى مزيد من التغريب والترسيب والتشتيب ، ما يجعل اللغة العربية عابرة سبيل مصلوباً تحت سياط شمس صحراوي لا هبة ولا جدوى من بقائه حياً¹

¹ مقالة عن اللهجة العامية تكرد الفصحى في وسائل إعلام ، 10:36 ، 19 يونيو 2013.

خلاصة :

في الأخير نسنطيع القول أصبحت اللغة و اللهجة في الخطاب الغذاعي الإشهاري تطورا واضحا في تقريب المسافات ، و اصبح من أنجح الوسائل التواصلية في عصرنا الحالي بغرض تأثير على المتلقي و إقناعه و له مكانة هامة و حضور في حياتنا اليومية ، حيث يطرق أبوابنا ليلا و نهارا و يخاطب بكل حواس و يوظف كل لغات و يستعمل كل الأدوات .

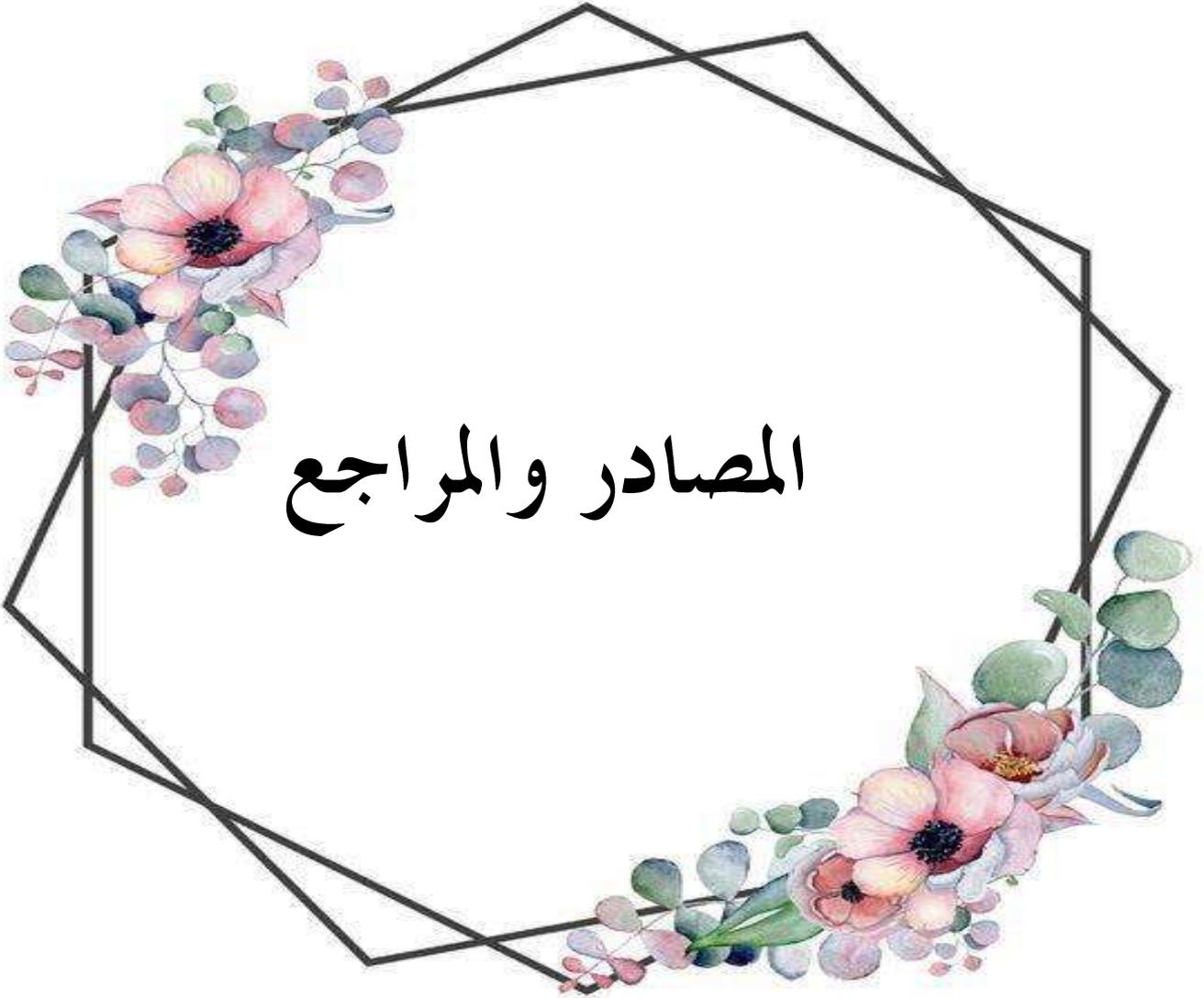
خاتمة

خاتمة:

يمكن القول أن اشكالية الموضوع المدروس حول الخطاب الازاعي بين الفصحى والعامية نستنتج ما يلي:

- يمثل خطاب إذاعي إرثا فنيا قديما منذ ظهور الانسان تطور وازدهر بتطور المجتمعات .
- يعد سلسله من وحدات تتجاوز الجملة وتخضع لنظام خاص في الصياغة .
- يعتبر من الفنون الاعلامية ومن أهم الوسائل الاتصال الفعالة .
- يبني الخطاب الازاعي على جملة من العناصر .
- "المرسل، المرسل إليه، الرسالة الاشهارية، المقام، وسيلة الاتصال" .
- يتميز الخطاب الازاعي بكثرة الأصوات مما يجعل من القوة والفعالية .
- تحتوي على الجمل الاسمية أكثر من الجمل الفعلية لان الجمل الاسمية ذات طابع خبري .
- ويكثر صيغ المبالغة والمرادفات .
- يركز على اللغة بشكل عام .
- تعتبر الازاعة عنصر في حياة كل مواطن ينتمي الى رقعته جغرافيه وتعتبر اداه للتواصل وهي عمليه تستند على التخطيط وتدبير المسبق ودراسه ميدانيه للحفاظ على اللغة الوطنييه ولها صدى قوي وتأثير فعال في تحسين الاداء اللغوي .
- استخدم المذيعين الفاظ مصطلحات مختلفه .
- تختلف نسبه التدخلات الغويه في الازاعة باختلاف مواضيع المعالجه ونكون قد وفقنا في انجاز هذا البحث المتواضع.

المصادر والمراجع



قائمة المصادر و المراجع:

- ينظر ،بشيور برير ،تعليمية النصوص بين نظرية وللتطبيق ،مذكرة الخطاب الاشهاري ،دراسة مداولية ،فريد معلم،2021.2022،ص26
- أ ب ت محمد القومي، عبقرية اللغة ، المملكة المغربية، 2016، ص 72-73
- أب أد ، عبد المجيد عمر، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة، دراسة تقابلية، ط 2، المملكة العربية السعودية، مركز البحث العلمي والايحاء التراث الإسلامي،، 1437 ص 177-188
- اب تزت خطابة ،أطلع على تاريخ 26 2019 www.witiwand.com
- ابراهيم انيس في اللهجه العربيه طاء اربعه القاهره المكتبه لانجلو مصريه 1973 صفحه 125 126
- ابن خلدون المقدمة 1956، ص1046، دار الكتاب ،البناني بيروت.
- ابن منظور وأبو الفضل جمال الدين بن مكرم ،لسان العرب (مادة خطاب)دار صادر ،بيروت،ط1، 1997،ص275
- أحمد بن عمر بن علي المقرب الفيومي،المصباح المنير ،دار الكتب العلمية ،بيروت،ط1، د.ت،ص326
- أحمد زكي، معجم المصطلحات الاعلامي ،دار الكتاب للنشر والتوزيع القاهرة ،ط1، د.ت ص #.12
- أحمد شاكر العسكري ،التسويق،مدخل استراتيجي ،دار الشروق ،للتوزيع ،عمان ،الاردن ،د.ط،200، ص#203.
- اسلام ويب :تصفح نسخة محفوظة 27 أبريل 2016 على موقع واي مشينا
- انطوان الناشف ،الاعلانات والعلامات التجارية بين القانون وانهاء منشورات الحلبي الحقوقية ،بيروت ،د.ط،1999،ص#30
- انيس فريحه نحو العربيه مسيره بيروت دار الثقافه 1973 صفحه 122 123
- بشير عباس العلق على محمد ربايعية ،الترويج والاعلان التجاري ،أسس نظرية تطبيقات ،مدخل متكامل ،دار اليازوزي ،العالمية للنشر والتوزيع ،عمان ،ط8 ، 2007
- عبد الرحمن الاوتياني والتدقيق بواسطه ازهار عبد الغني اخر تحديد 19 12 10 يونيو 2020

- جلال خشاب ،توظيف الموروث ،الشعبي في الخطايا الاشهاري المرجعي المغاربي ،الجزائر تونس ،المغرب مقارنة سيميائية ،أطروحة دكتورا ،جامعة مختار عنابة 2009 ،2010،ص221
- الجوهري،الصحاح الاصيل ،بديع يعقوب (مادة خطاب)،دار الكتب العلمية ،لبنان ،ط7، 1996،ص160
- حامد عبد السلام زهران،علم النفس الإجتماعي ،عالم الكتب للنشر ،القاهرة،مصر (د.ط)1984،ص396
- رايح بحوش البنية اللغوية لبرد الصري،صح
- روبرت لويس ،خصوصيات الخطاب في خدمات الاتصال ،ترماوي يعقوب ،المركز الثقافي الفرنسي ،بيروت لبنان ،(د.ط)1990،ص13
- الزمخشري أساس البلاغة ،مزيد نعيم ،د.شوقي بخير(مادة خطاب)مكتبة ناشر ،ط2، 1998،ص253
- زهر احداث ،تاريخ إذاعة والتلفزة ،الديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،ط84،ص19#.
- السيد هنسي ، إبتكار هنسي ،إبتكار الافكار الاعلانية ،علم الكتب ،القاهرة ،2007،ص283
- عبد السلام ،أو قدف ،هندسة الاعلان ،ظار الجامعة الجديدة للنشر ،الاسكندرية ،ذ.(د.ط)2002،2003،ص20
- عبد الله إبراهيم الثقافة العامية والحديث والمرجعيات التجارية ،المركز الثقافي العربي ،الدار البيضاء،بيروت ط1، 1990،ص09
- عبد المجيد عمر ، 1437، منزلة اللغة العربية من بين اللغات المعاصرة، ط 2 ، ص 79
- عصام الدين الاعلان وتأثيره في اللغة العربية ،مجلة الفكر العربي ،العدد 1998،ص25
- علي عبد الواحد وافي فقه اللغة طاء سبعة القاهرة دار النشر النهضه مصر للطباعة والنشر 19 72 صفحه 153 154
- علي فلاح الزغبي وإدريس عبد الجواد الحبوبي ،إدارة الترويج واعلان التجارب ،دار النسبة عمان،ط2015،1،ص25
- فربد لموريل ،ناجي حسين التسويق المبادئ والسياسات ،منشورات جامعة منتوري ،قسنطينة ،2001،ص81#.
- فؤاد بوحنانة تقسم واقع الاتصال التسويق في المؤسسة الاقتصادية الخدمية ،تذكرة ماجستر غير منشورة ،جامعة ورقلة ،2009،ص47#.
- فيصل دليو ،اتصال المؤسسة ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة ،ط1، 2001،ص21

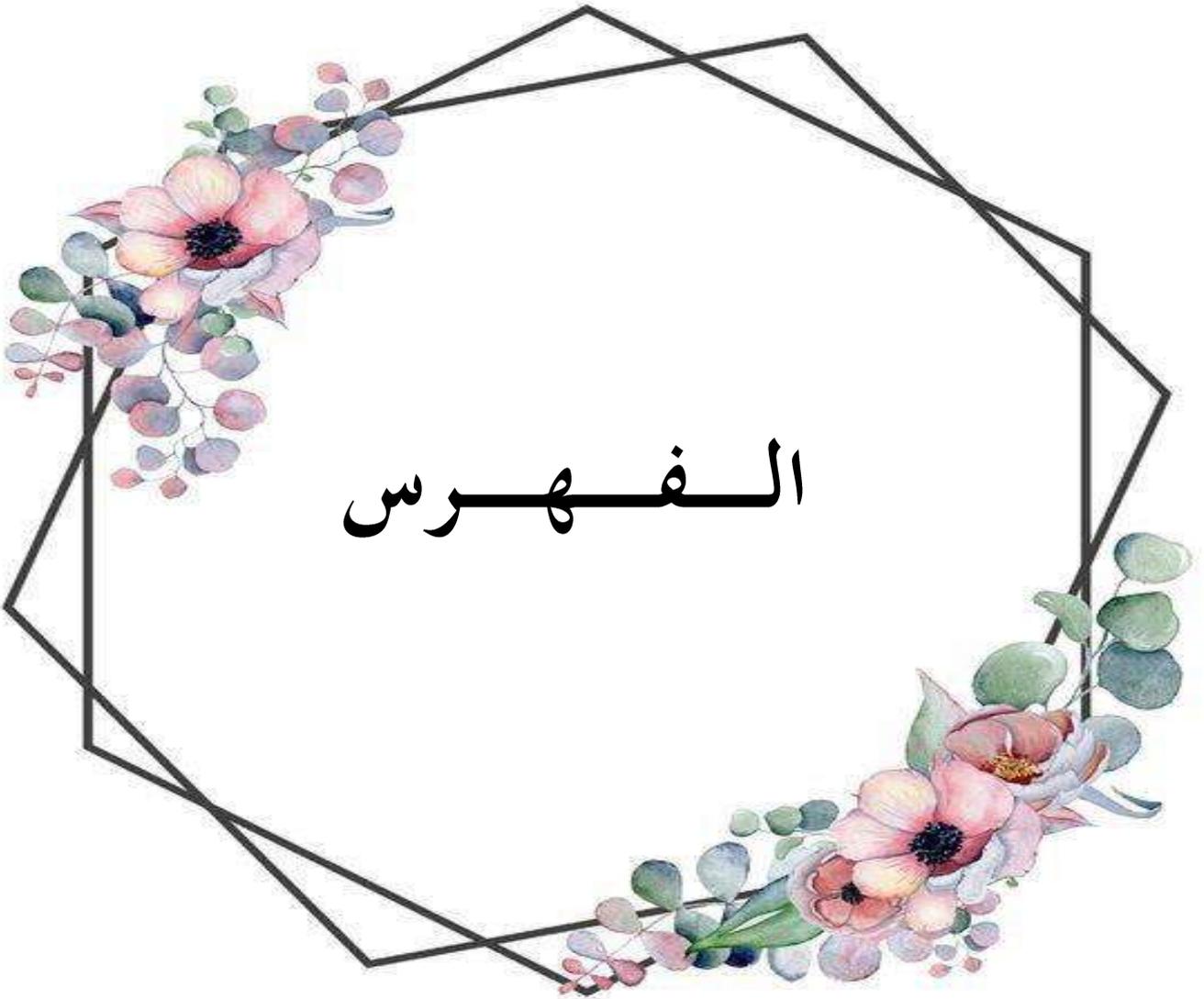
- الفين وهايدي توفر ، أشكال الصراعات المقيمة حضارة المعلوماتية وما قبلها ، تعريف صلاح عبد الله ، دار آزمئة الحديثة ، بيروت ، ط1، جانفي 1998#
- الكغوي الكليات:عدنان درويش محمد المصري ، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق(د.ط)1982،ص286
- كوسة ليلى الواقع والاهمية الاغلال في المؤسسة الاتصالات الجزائرية في الهاتف ،النقل المؤسس في مذكرة اشهار العلاقة ،ص13
- مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط ،مكتبة الشروق الدولية ،بيروت،ط4، سنة 2004، ص243.#
- محمد ابن أي بكر بن عبد القادر الزاري مختار الصحاح ،دار الحديث ،القاهرة ،ط1، 2003،ص197
- محمد الداوي ،آليات الخطاب الإشهاري ورهانته ،ج02 ،رقم 23،دار التوحيدي ،ط1،2091،ص46#
- محمود أحمد عبد الشافي القومي، عبقرية اللغة ، منشورات المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة،2016، ص 60-70
- مذكرة اشهار وعلاقة التواصل ،دراسة تحليلية ،مياه معدنية ،اعداد،نبيلة عكوس وجويده تخصص علوم اللسان ،شهادة الماستر السنة الجامعية 2016 2015
- مذكرة الاشهار وعلاقة التواصل ،دراسة تحليل للمياه لمعدنية ن من اعداد نبيلة عكوس وجويده بن حداد، جامعة عبد الرحمان ميرة ،بجاية قسم اللغة والادب العربي شهادة الماستر تخصص علوم اللسان،2015_2016
- مذكره التداخل اللغوي بين الفصحى والعامية في الكلام المسموع اعداد طالبه فاطمه الزهراء مشرف محمد رضا عباد جامعه قاصدي مرياح ورقله قسم اللغات والاداب العربي سنه 2017 2018
- مذكره الخطاب الاشهاري دراسه لسانيه من اعداد فريده معلم تاريخ اثنان مارس 2022 السنه الجامعيه 2022/2021 صفحه 25 26
- مذكرة الادب و اللغة العربية ،تخصص لسانيات والسياحة،دور النية اللغوية في الخطاب الاشهاري ،اشهارات التلفزيون السياحية من اعداد الطالبة اشراق و خليل ،سنة 2014الى 2015
- مصطفى عبد القادر ،دور الاعلان في التسويق السياحي (دراسة مقارنة)المؤسسة الجامعية الجديدة للدراسات والتوزيع ،بيروت لبنان ،ط1، 17،2003.#

- محمد إبراهيم عبيدات ،مبادئ التسويق ،دار المستقبل للنشر والتوزيع ،عمان ،د.ط، 1999
- مقالة اللغة العربية ،بكالوريا علوم رياضيات ،دور النصوصو الأولى ،الخطاب الاشهاري ،مدخل مفاهيمي
- ملحوظه عامه نتيجته التي ان صاحب الكتاب الاعلى من سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق يستعمل مصطلح اعلان الذي كثره ما نجده بين الصفحات الكتب الاخرى استعنا بها في بحثنا في حيث اننا نستعمل مصطلح الاشهار
- منى الحديدى الإعلان ،ط،2،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،2002 ،ص 76
- ميشال فوكو ،حفريات المعرفة ،.سالم يفوت ،المراكز الثقافيةالعربي ،الدار البيضاء المغرب (د.ط)1986،ص78
- ينظر ،شدوان على شبيه الاعلان ،(المدخل ،النظرية)دار المعرفة الجامعية ،الاسكندرية جمهورية مصر ،د.ط،2016،ص31
- نور الدين شد الاسلوبية وتحليل الخطاب دار هومة الجزائر (د.ط)1997ح.2،ص27
- وفاء نجار العربي بين العاميه و الفصحى مجله عود العدد 78 ،2012 ،ص 74
- تمت الكتابة بواسطة إبراهيم الدروبي ،آخر تحديث،15:0527جانفي2020 لأب حسين علي الهنداوي الموسوعة الخطاب العرب
- ينظر ،خليل صابات ،الاعلان تاريخيا،آيته وقواعده وفنونه وأخلاقه،مكتبة الانجلو مصرية ،القاهرة ،ط3، 1997،ص36
- ينظر،طلعت أسعد عبد الحميد ،الاعلان الفعال ووسائل تنشيط المبيعات ،الاتحاد الدولي للاعلانات.
- أ ب ت ، صادق الهادي، 19-11-2011 ، أهمية اللغة العربية الفصحى وميزاتها، اطع عليه بتاريخ 21-04-2018 بتصرف مصدر مقالة تمت بواسطة سميحة ناصر خليف انتاج 15:02، 03-12-2020
- ا ب الشيخ إسماعيل الشقراوي،(25-12-2012) فن مخارج الحروف وصفاتها اطع عليه بتاريخ 21/04/2018
- مقالة تمت بواسطة المجد لخضر آخر تحديث 22،95:12يونيو 2016
- لهجات عربييه www .witi wand.com .اطلع عليه بتاريخ 11 5 2020 أخذت من موقع sotor.com
- بطرس السائحي ،المحيط،دار النشر في مطابع تيبوس ،بيروت ،لبنان،ط2، 1987،ص240
- مقالة كتابة شيما ،اخر تحديث سنة 11 اكتوبر2020،ب 5:54

- مقالة تمت بكتابة واسطة ،د ابراهيم الدروبي ،آخر تحديث 15:05، 26جانفي
- إلهام سرحان ،مقالة مفهوم الخطاب الاعلامي ،تاريخ :07:19، 15 يوليو 2017 موقع www.mawdou3.com

- Abu haidar 1991
- Barman charle Slid Tape , présentation on a classroom Budget,université of California ,presse.## Lsabelle giann ttaio ,Mazeaud de liaudiou suel aussi,multi médias département de la plono thé éqque et de audio visuel www.mawdou3.com
- Bassioney 2009, p 29
- Holes, 1995, p 294

الفهرس



الفهرس:

أ	شكر و عرفان
ب	الإهداء
أ	مقدمة:
	الفصل الأول. الخطاب الإذاعي
1	تمهيد
2	المفهوم الخطاب الاعلامي:
3	اشكال الخطاب الاعلامي
3	قواعد و اسس الخطاب إعلامي
4	شروط الخطاب إعلامي
4	عناصر الخطاب إعلامي
5	الخطاب السمعي
5	عناصر الخطاب المسموع
6	خصائص الخطاب الإشهاري
8	أنواع الخطاب السمعي
9	الخلاصة
10	الفصل الثاني
10	. الخطاب الاشهاري الإذاعي بين الفصحى والعامية
11	تمهيد :
12	تعريف الخطاب الاشهاري:
13	تعريف الخطاب:
15	المفهوم الاشهار
17	أنواع الخطاب الاشهاري:
19	تقسيم الاشهار حسب أثر المطلوب
23	أنواع إشهار حسب الوسيلة :
25	خصائص الخطاب الاشهاري الإذاعي
28	أهمية الاشهار
30	لغة الخطاب الإشهاري
32	الخطاب الإشهاري واللغة الفصحى
35	الخطاب الاشهاري واللغة العامية
37	خلاصة:
38	الفصل الثالث:
38	نموذج تطبيقي للخطاب الإذاعي الاشهاري
39	تمهيد:
40	أنواع اللغة باللغة الفصحى

42.....	الخصيات :
45.....	مميزات :
56.....	خصيات اللغة العامية.....
56.....	خصائص العامية.....
57.....	نوع اللهجات :
57.....	أسباب حدوثها :
57.....	مميزات اللهجات العامية :
59.....	مدى نجاح اللهجة عند الخطابة :
62	خاتمة:
64	قائمة المصادر و المراجع:
69	الفهرس
72	ملخص

ملخص

تهدف هذه الدراسة الى محاولة البحث عن جمل من العناصر التي تجعل من الخطاب الاشهاري في قيمه بالنظر لصور الثابته والمتحركه كما يحمل من قوه على التبليغ والتواصل فيها ناصر جماليه وفيه علي في التا وهو اداه اتصاليه فعاله تضمنت كل عناصر الاتصال

الكلمات المفتاحية: الاشهار، الخطاب، الاتصال، اللهجة، اللغات، التبليغ