



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت
معهد الآداب واللغات



قسم اللغة العربية

الموضوع:

الخطاب الاشهاري الجزائري

بين امتاع الصورة وإقناع اللغة

"موبيليس، كوندور، براوند، عمر بن عمر" انموذجا

مذكرة لنيل الشهادة الماستر في لسانيات الخطاب

تحت اشراف:

*ا.بلواني حليلة

من اعداد الطالبتين:

❖ بلغماري خديجة

❖ عيساوي نادية

أعضاء لجنة المناقشة:

❖ الدكتور هامل شيخ.....رئيسا

❖ الدكتورة حليلة بلواني.....مشرفا ومقررا

❖ الدكتور خثير عيسى.....مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2019



قال الله عز وجل في كتابه العزيز:

﴿يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير﴾

الآية 11 من سورة المجادلة.

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي اثار لنا درب العلم والمعرفة واعاننا
على أداء هذا الواجب، ووقفنا في انجاز هذا
العمل والصلاة على سيد الاولين والآخرين حبيبنا
ونبينا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام

وبعد

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان الى كل من ساعدنا
من قريب ومن بعيد على انجاز هذا العمل، وفي
تذليل ما وجهناه من صعوبات ونخص بالذكر
الأستاذة المشرفة د. بلوافي حليلة التي لم تبخل
علينا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة والتي كانت
عوناً في إتمام هذا البحث

راجين من المولى عز وجل ان يتقبل منا هذا العمل
الخالص لوجه الله الكريم، والله ولي التوفيق

الطالبتان: بلغماري خديجة

عيساوي نادية

اهداء

بسم الله والحمد والشكر لله رب العالمين الذي

بنعمته تتم الصالحات

اهدي هذا العمل الى:

جنة الله فوق الأرض والتي لا أجد كلمات تعبر عنها

او توفيقها حقها الى "امي الغالية" اطال الله بعمرها

وكتب لها دوام الصحة والعافية، والى من تربيته

على يديه وعلمي المبادئ والأخلاق ومصدر الدعم

والعطاء "ابي الغالي" حفظه الله وادامه تاج على

رأسي

الى اخوتي: سفيان، عفاف، امين، امينة

والى من زرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا الينا

المساعدات والأفكار والمعلومات " أساتذة قسم

اللغة العربية"

والى أروع صديقات دفعة "لسانيات الخطاب" ومن

بينهما نادية وحليمة.

اهداء

الحمد لله الذي اعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا
بالتقوى واجملنا بالعافية أتقدم بإهداء هذا الى:
من كلله الله بالهيبة والوقار...الى من علمني عطاء
دون انتظار الى من احمل اسمه بكل افتخار ابي
العزير امده الله بالصحة والعافية، والى من زودتني
بالحب والحنان واشعرتني بالسعادة والحنان والتي
حقها الله بالجنة تحت اقدام امي الغالية ادامها الله لنا
الى الدر النادر والذخر العامر اخوتي: صبرين، محمد
الى كل من علمني حرف أصبح سنداً يضيء طريق
امامي واخص بالذكر أساتذة معهد آداب واللغات
الى من تتسابق الكلمات عند ذكرها لتخرج معبرة
عن مكنون ذاتها صديقتي خديجة
والى صديقتي حليلة.



لقد عرف الخطاب منذ بداية ظهوره وحتى الآن العديد من التحولات الطارئة عليه والتي صاغت إنجازات نتيجة للتغيرات الثقافية المختلفة وكذلك طبيعة التعااطي مع منجز الى آخر وهذا راجع الى المقتضيات واستجابات لدوافع جديدة تستدعيه وبتطلبه ليكون مفهوما يحل محل استعمالات متعددة ويستوعب غيره من المفاهيم ليكسبها دلالات جديدة، فكان الخطاب الاشهاري من اهم القضايا التي بدأت تجلب اهتمام الدارسين والباحثين على حد سواء، باعتباره يعد من الخطابات التي تدرج ضمن الممارسات الثقافية اليومية كالخطاب الادبي والسينمائي الى جانب بعده الاقتصادي والاجتماعي المرتبط بالدعاية التجارية وبهذا يكون مجاله واسع توزعه مجموعة من الحقول والوسائط المعرفية المختلفة.

الى جانب هذا اصبح الاشهار وسيلة اتصال هامة خصوصا م تطور الأنشطة التي أصبحت تعتمد عليه اكتسبت من خلالها الشهرة واقبال في التوظيف كنوع من أنواع الخطاب التواصلية الفعال من خلال استراتيجية الاقناع التي يعتمد عليها في جذب المتلقي والسيطرة والتأثير عليه ذهنيا ووجدانيا وحركيا لدفعه للاقتناء السلعة او المنتج معتمدا في ذلك مجموعة من الوسائل والمكونات المتداخلة والمتشابكة فيما بينها لتشكل في النهاية المطاف نسيج لغوي متميز، بحيث يستثمر الاشهار الصورة واللغة في ذلك فالصورة الاشهارية تتميز بقدرة رهيبية في إيصال الأفكار الأيديولوجية المعلنة منها والضمنية بمخاطبتها شرائح المجتمع المختلفة بكل مستوياتها، الى جانب اللغة التي تعد وسيلة ذات أهمية في التعريف بالمنتج وذكر خصائصه فاللغة تلعب دور في تحديد المعنى الايقوني وبهذا حصر الكثافة الایحائية للصورة الاشهارية وضمنان الفهم الصحيح لها والحد من التأويل الخاطئ وبهذا نجاح رسالة الاشهارية.

ونظرا للأهمية والمكانة المرموقة التي وصل اليها الخطاب الاشهاري جاء اختيارنا لهذا الموسوم ب: "الخطاب الاشهاري الجزائري بين امتاع الصورة وإقناع اللغة" ولم يقع اختيارنا لهذا العنوان بشكل عشوائي وانما تلبية لعدة أسباب موضوعية منها وأخرى ذاتية:

الأسباب الموضوعية:

- ❖ أهمية الموضوع والمكانة التي أصبح يحوزها
- ❖ الخطاب الاشهاري يعتبر بنية خصبة للدراسات المختلفة لما يمتاز به من كفاءات متنوعة في توظيف المكونات اللسانية والايقونية.

الأسباب الذاتية:

- ❖ ميولنا الشخصي لهذا الموضوع ومحاولة منا لمعرفة اغوار الاشهار الذي أصبح يرافقنا في كل لحظة وحين وتأثيره المباشر على رغباتنا وشخصياتنا في الاعجاب بالمنتجات المروج لها.
- وقبل الغوص في خبايا البحث تبلورت لدينا عدة تساؤلات واشكاليات سابقة أهمها: ما مدى نجاعة وسائل الخطاب الاشهاري في نجاح العملية الاشهارية؟ وتندرج تحت هذه الإشكالية الرئيسة جملة من التساؤلات الفرعية المتمثلة فيما يلي:
- ما هي اهم المفاهيم المتعلقة بمصطلح الخطاب الاشهاري؟ وفيما تكمن مكوناته؟
- كما فرضت علينا طبيعة الدراسة الاعتماد على خطة بحث تشمل مدخل وفصلين، أما المدخل فتناولنا فيه كل ما يتعلق بالخطاب من نشأة وتحديد المفاهيم الخاصة بالخطاب عند الغرب والعرب الى جانب ذكر أهم انواعه والفرق بين النص والخطاب، أما الفصل الأول فكان نظري بحث عالجا فيه مجموعة من العناصر الأساسية الخاصة بالإشهار وقسمناه الى عناصر وابتدأناه بالنشأة الخطاب الاشهاري ثم تليه تعريف الخطاب الاشهاري ثم انتقلنا الى عرض مفاهيم الاشهار والتي عرضنا فيها كل من الفرق بين الخطاب والاعلان، أنواع الخطاب الاشهاري، مكوناته، وسائل الطاب الاشهاري، ثم وظائفه، ثم القيمة

الحجاجية في الخطاب الاشهاري، ثم لغة الخطاب الاشهاري و لغته واختتمناه بأهمية الخطاب الاشهاري.

أما الفصل الثاني فكان تطبيقي اجرائي ركزنا فيه على تحليل مجموعة من النماذج الاشهارية في الاشهار الجزائري وتناولنا في الدراسة الصورة الاشهارية الموظفة بالإضافة الى اللغة وتطرقنا الى الألوان الموظفة إضافة الى الشخصيات.

وقد أنهيينا الدراسة بخاتمة ملمة تتضمن بعض الملاحظات والنتائج التي توصلنا اليها من خلال رحلة البحث نظريا وتطبيقيا.

واقضت ضرورة البحث الى الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الأمثل يمثل لهذه المواضيع وضرورة البحث تتطلب ذلك

ومن بين أبرز واهم المراجع التي ساعدتنا على انشاء هذا البحث نذكر:

مريم الشنقيطي كتاب الخطاب الاشهاري في النص الادبي إضافة الى مذكرة لبناصر لامية وبركاني حليلة المعنونة بأساليب الاقناع في الخطاب الاشهاري

وككل رحلة بحث لن تكون مفروشة بالورود فقد اعترضتنا بعض العراقيل أهمها: قلة المصادر الخاصة بالموضوع إضافة الى تشابك وتداخل موضوع الخطاب الاشهاري على مجالات عديدة مما جعل بعض الصعوبة في تحديد بعض المفاهيم ولا ننسى الوضع الراهن وحديث الساعة في ظل انتشار جائحة الكورونا والتي ادخلتنا في دوامة من الحيرة فشكل عائقا كبيرا في التواصل وبالرغم من هذه الصعوبات الا اننا حاولنا قدر الإمكان التخلص منها ومواجهتها في سبيل إتمام بحثنا واخراجه في صورته النهائية ويرجع الفضل بالدرجة الأولى الى الأستاذة الفاضلة التي ساعدتنا في تذليل بعض الصعوبات .



المدخل

ماهية الخطاب والتطور

❖ الخطاب المأهية والتطور

* الخطاب عند الغرب

* الخطاب في التراث العربي

* الخطاب في النقد العربي الحديث

❖ الفرق بين الخطاب والنص

❖ أنواع الخطاب:

1/الخطاب الأدبي

2/الخطاب غير الأدبي

*الخطاب السياسي

*الخطاب الإعلامي

الخطاب الاشهاري

1- مفهوم الخطاب وتطور المصطلح:

مفهوم في التراث العربي القديم:

لا يتحدد مفهوم الخطاب في الثقافة والتراث العربي القديم دون الرجوع الى حقل علم الأصول حيث تستنج بما تركه فيه الحقل من أثر في توجيهه ففي مفهومه هذا وتجدر الإشارة الى ان اغلب المعاجم العربية والقواميس قد اجمعوا على ان مفهومه ينتهي الى معنى واحد وهو الكلام.

وقد وردت كلمة الخطاب في لسان العرب من الفعل الثلاثي خطب «الخطبُ: الشأن او الامر صغر او عظم وقيل هو سبب الامر يقال: ما خطبك؟ أي ما أمرك؟ ونقول: هذا خطب جليل وخطب يسير أي الحدث وقال الليث: والخطبة مصدر الخطيب، وخطب الخاطب على المنبر واختطب يخطب خطابة واسم الكلام: الخطبة»¹ كل هذه التعاريف تصب الى ما معناه الكلام والحديث.

أمّا الزمخشري في كتابه أساس البلاغة فقد تناول مادة خطب يقول: «خطب: خاطبه أحسن الخطاب وهو الواجبة بالكلام وكان يقوم الرجل في النادي في الجاهلية فيقول: خِطْبُ واخْتِطَب القوم فلانا: دعوه الى ان يخطب الدهم وتقول انت الاخطب الينا خطبة فتحيل اليه انه ذو البيان في خطبته»² بمعنى أن كلامه واضح لا لبس فيه.

مفهوم في النقد الحديث:

يعدّ مصطلح الخطاب من المصطلحات الحديثة التي ولجت عالم الدراسات النقدية العربية والذي وجد الباحثون صعوبة في تحديد مفهومه ولعل كثرة المؤلفات في الساحة

¹ جمال الدين محمد بن مكرم ابن المنصور الافريقي المصري، لسان العرب، ج1، دار اصدار، بيروت، لبنان، دط، د.ت، ص 360.

² ابي قاسم جار الله محمود بن عمر بن احمد الزمخشري، أساس البلاغة، تح: باسل سود العيون، ج1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان،

النقدية خير دليل على اهتمام المشتغلين بهذا الحقل ومن الأسماء اللامعة التي برزت في هذا المجال نذكر على سبيل المثال : محمد مفتاح صلاح فضل عبد السلام المسدي حامد سعيد عبد المالك مرتاض يمني العيد في معرض حديثه يؤكد بأن الخطاب من المصطلحات اللسانية الحديثة التي استعملته في دلالاتها الجديدة عن طريق الترجمة على الرغم من وجود هذا اللفظ في اللغة العربية معرفاً إياه « بالنسيج من الألفاظ والنسيج مظهر من النظام الكلامي الذي يتخذ له خصائص لسانية يميزه عن سواه»¹ والظاهر أن هذا الأخير أول اسقاط ما توصلت إليه اللسانيات الغربية ول الخطاب والبسه حلة العربية.

أمّا يمني العيد فترى أن الخطاب نوعان «يندرج النوع الأول تحت نظام اللغة وقوانينها وهو النص الأدبي ويخرج الثاني من اللغة ليندرج تحت السياق العلاقات الاجتماعية يصطلح بمهمة توصيل الرسالة الجديدة وهو الخطاب»² وكان يمني عيد بهذا التعريف تميز بين نوعان من الخطاب النوع الأول خاص موجه إلى خاصة المجتمع من متقاضين والباحثين وفي حين الثاني فهو يمثل بقية العامة ويكون متداولاً للجميع بدون استثناء.

وفي ختامنا لعرض مفاهيم الخطاب وتتبع خطوات تشكله في النقد العربي القديم والحديث نستنتج بأن الأساس لمفهوم الخطاب في النقد العربي القديم وهو أساس اصولي، أمّا النقاد العرب المحدثون فقد كان تأثير الدراسات الغربية واضحاً في بناء مفاهيم للمصطلح.

مفهوم الخطاب عند الغرب:

إنّ الغرب بمصطلح الخطاب قديم قدم الفلسفة اليونانية ففي الأصل الأجنبي « كلمة discours واصلها اللاتيني هو discursus وفعالها discrare وتعني الجريان هنا

¹ ينظر: احمد بناني، مصطلح الخطاب وتأصيله عند عبد مالك مرتاض، مجلة الإشكالات، ع 1، المركز الجامعية تمارست، الجزائر، ديسمبر 2012، ص 281.

² امنة نوري، بنية الخطاب في شعر ابي حمو موسي الزباني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة حاج الأخضر، باتنة، الجزائر،

وهناك وتعبّر عن الجدل dialectique والعقل أو النظام logos¹ «كما تألف عند افلاطون الذي يعزى إليه تحديد مفهوم الخطاب والذي استند إلى معايير عقلية منطقية.

ثمّ جاءت محاضرات فرديناند دي سوسير والمعنونة ب(محاضرات في اللسانيات عامة) إلا أنه لم يتمكن بالإحاطة الكلية بالمفهوم حيث اختصر في العموم على تعاريف جزئية حيث ربطه بثنائية الشهيرة اللغة والكلام، بهذا نجد أنّ بول ريكور جاء خلافاً لذلك واستخدم مفهوم الخطاب عوضاً من الكلام ويرى بأنّ الأولى وضع كلمة خطاب discours بدلاً من كلام paroles²

أمّا ميشال فوكو فقد عرج في تعريفه للخطاب على أنّه «الميدان العام لمجموعة المنطوقات (énonces) وأحياناً أخرى مجموعة متميزة من المنطوقات وأحياناً ثلاثة ممارسة لها قواعدها تدل دلالة وصف على عدد معين من المنطوقات وتشير إليها»³ ومن خلال التعريف السابق نلاحظ بأن فوكو ربط الخطاب بالمنطق

في حين عبر بنفينيست عن الخطاب قائلاً: «انه كل تلفظ يفترض متكلماً ومستمعاً وعند الأول هدف التأثير على الثاني بطريقة ما»⁴. وعلى حد قوله فالخطاب عنده يفترض وجود طرفين الطرف الأول متكلم أو الباث أما الثاني فهو السامع (المتلقي) بشرط عامل التأثير.

وعليه واستناداً مما سبق نستنتج بأنّ الأساس الغربي لمفهوم الخطاب في التراث هو أساس فلسفي وعليه تشكل في النقد الغربي الحديث ومن خلال التعاريف المدرجة نلاحظ

¹ حياة لصفح ، الخطاب بين رولان بارت وها برماس ، ع 6، جامعة تلمسان ، الجزائر ، ص 150.

² ينظر: بول ريكور ، نظرية التأويل الخطاب وفائض المعنى، تر: سعيد الغانمي ، مركز الثقافي العربي ، دار البيضاء ، المغرب ، ط2 ، 2006 ، ص10.

³ مهى محمود إبراهيم العتوم ، تحليل الخطاب في النقد العربي الحديث ، دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، جامعة الأردنية ، الأردن ، اوت 2004 ، ص13.

⁴ امينة نوري ، بنية الخطاب في شعر ابي حمو موسى الزباني ، ص29.

بأن الخطاب ارتبط بمجالات عديدة كالمنطق والفلسفة والاجتماع...الى غير ذلك وهذا ما يفسره اختلاف المفاهيم من ناقد الى آخر وتعددتها وعدم الاتفاق على تعريف ثابت.

الفرق بين الخطاب والنص:

تعدُّ إشكالية النص والخطاب من بين الإشكاليات التي حظيت باهتمام كبير، سواء في الدراسات القديمة وحتى المعاصرة وعلى الرغم من المحاولات العديدة والجادة التي خاضها بعض الباحثين في إيجاد تخرج علمي لهذه القضية، الا أنَّ ذلك لم يحل الاشكال بصفة نهائية.¹

فالتمييز بين الخطاب والنص يطرح اشكالا كبيرا نظرا لتعدد الآراء واختلافها فمنهم من يرى أن الخطاب والنص مفهومان مترادفان ومنهم من يرى عكس ذلك.

الموقف الأول:

ويمثلانه كل من (غريماس) و(كورتاس) وقد ذهبوا الى التمييز والتفريق بين الخطاب والنص ❖ فالخطاب يفترض وجود سامع يتلقاه بينما النص يتوجه الى متلقي غائب يتلقاه عن طريق الكتابة، فالأول يعتمد على اللغة الشفوية والثاني على اللغة المكتوبة²

❖ النص ديمومة كتابة فهو يقرأ في كل زمان ومكان بينما الخطاب لا يتجاوز سامعه الى غيره.³

كذلك من بين العلماء الذين يميزون بين النص والخطاب نجد (ميشال آدم) بحيث يرى أن الخطاب وحدة لغوية اشتمل من النص ويلخص نظرية فيما يلي:

الخطاب = النص + ظروف الإنتاج

¹ ينظر: بو لخطوط محمد، إشكالية النص والخطاب بين الأصل والفرع، www.asjp.cerist.dz.com 2020/1/2، 15:17 سا.

² ينظر: تحليل الخطاب، الفرق بين الخطاب والنص، موقع فيس بوك، www.face.com 2013/1/31 15:46.

³ ينظر: المرجع السابق.

النص = الخطاب - ظروف الإنتاج.

كان هذا بالنسبة للآراء الموقف الأول الذين يميزون بين الخطاب والنص ويرو أن هناك فروقات جوهرية بينهما.

الموقف الثاني:

أمّا الموقف الثاني فيمثله كل من (جيرار جينيت) و(تودوروف) وهذا التصور يقوم على عدم التمييز والتفرقة بين الخطاب والنص ويرو أنهما مصطلحان مترادفان

❖ لكل من النص والخطاب غاية واحدة تتمثل في نقل المعلومات ورسالة معينة وإبلاغها الى المتلقي سواء كانت عن طريق الكتابة أو القراءة.¹

❖ كل من النص والخطاب يرتكزان على اللغة «أي أنهما يتشكلان من اللغة المتواضع عليها بين الباث والمتلقي»² سواء كانت منطوقة أو مكتوبة.

كذلك نجد (ريفاتير) الذي يرى أن النص ليس الا سلسلة من وحدات إخبارية متعاقبة، ويشترك النص والخطاب معا في الإخبارية والقصدية³

وبهذه الآراء استدلو أصحاب هذا الموقف ودعموا بها وجهة نظريتهم.

أنواع الخطاب:

الخطاب من الفنون النثرية الأدبية وهو أنواع يتعدد حسب السياقات المحيطة به وكذلك حسب المتلقي فلكل «معرفة خطابها الخاص الذي يقوم بشرح ووصف أهدافها ومحتوياتها، ولذلك فإن الحاجة القائمة لاكتشاف هذه الخطابات ومعرفة كيفية توظيفها واستثمارها في

¹ ينظر: نصيرة لكحل، النص والخطاب بين المفهوم والاستعمال ، موقع جامعة الجلفة ، www.rev.ues.univ.ourglers.dz ، ماي 2013 ، 20:43 سا

² المرجع السابق.

³ ينظر: المرجع نفسه.

واقع استعمال بحسب الرغبات وحاجات الناس متنوعة بتنوع اغراضها ومقاصدها التخاطبية»¹ ولعل هذا ما جعل الخطاب ينقسم الى صنفين:

✓ الخطاب الأدبي

✓ الخطاب غير الأدبي

الخطاب الأدبي:

هو ذلك الخطاب الذي يعتمد فيه على مجموعة من العناصر البلاغية والابداعية وطاقته الجمالية « فهو نظاما يتشكل من مجموعة من وحدات الخطابية تربطها ببعضها علاقات تحقق للخطاب انسجامه ويتميز بخصائص لغوية يتحول بها سياقه الاخباري الى وظيفته التأثيرية والجمالية»² فالغاية منه التأثير المباشر واستمالة مشاعر القارئ.

ويوجد خطاب غير ادبي وهو يختلف عن الادبي ولعل « هذا الاختلاف موجود في طبيعة موضوعه ونوع لغته اللغة الأدبية الشعرية»³ فالخطاب غير الادبي عادة ما تتميز لغته بالوضوح والمباشرة وقلة البديع.

الخطاب غير الادبي:

• **الخطاب القرآني:** يعتبر الخطاب القرآني من اهم الخطابات واقدمها ويتمثل في القرآن الكريم وذلك الخطاب «المنزل من الله تعالى الى نبيه محمد ﷺ ويد من اعظم الخطابات على وجه الأرض من حيث الاعجاز اللغوي والمفردات والمعاني كما أنه معصوم من الأخطاء والتحريف وغير قابل للترجمة

¹ شريفي نعيمة، شتواني ليندة، استراتيجية التواصل في الخطاب السياسي بين التصريح والتلميح "الخطاب رئيس الجمهورية أمودجا"، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2013/2012، ص41

² شريفي نعيمة، شتواني ليندة، استراتيجية التواصل في الخطاب السياسي بين التصريح والتلميح، ص44.

³ المرجع السابق، ص 42.

حرفيا وانما تترجم معانيه وتشرح مفرداته وتراكيبه»¹ فمن لاحظ بلاغة هذا خطاب وتنوعه واسلوبه ادرك انه وجه من اوجه الاعجاز.

شمل هذا الخطاب أصناف من المخاطبين على تنوع دياناتهم والستتهم واجناسهم لقد وجه الله عز وجل للناس في بعض الآيات بصيغة العموم كما وجهه للأنبياء والرسل عليهم الصلاة والسلام وأشار كذلك الى المؤمنين والكفار والمشركين².

نحو: الخطاب موجه لعامة النا ﴿قل يا أيها الناس ان كنتم في شك من ديني فلا اعبد الذين تعبدون من دون الله﴾³

الخطاب الوجه للأنبياء والرسل: ﴿يا زكريا ان نبشرك بغلام اسمه يحيى لم نجعل له من قبل سميا﴾⁴

الخطاب موجه للمؤمنين: ﴿يا أيها الذين آمنوا كتب ليكم الصيام كما كتب على الذين من قبلكم﴾⁵

الخطاب موجه للمشركين: ﴿قل يا أيها الكافرون﴾⁶

كانت هذه بعض الخطابات من القرآن الكريم الموجهة للناس والخطاب القرآني من أعظم الخطابات الموجودة من حيث البلاغة والفصاحة... الخ لأنه كلام الله المنزل على نبينا محمد

ﷺ.

¹ محمد بوهند ، جماليات الخطاب القرآني واجازه البياني ، أطروحة لنيل الدكتوراه ، جامعة ابي بكر بلقفايد ، تلمسان ، الجزائر ، 2017/2016 ، ص34.

³ ينظر: عاطف عبد المعز الفيومي ، الخطاب القرآني وتنوعه ، موقع الالوكة ، www.alukah.net ، ، 24/3/2010 ، 16:52س، ا.

³ سورة يونس ، الآية104.

⁴ سورة مريم، لآية 7.

⁵ سورة البقرة ، الآية 183

⁶ سورة الكافرون، الآية1.

● **الخطاب السياسي:** هو ذلك الخطاب الذي يعنى بمعالجة القضايا السياسية وتكون تلك المعالجة بطرح مواضيع السياسية وقضايا المجتمع والدولة ومحاولة مناقشتها وإيجاد حلول لها.¹

ومن بين الخصائص التي تميز الخطاب السياسي عن بقية الخطابات نذكر منها:

« هيمنة الحقل الدلالي السياسي على النص

عرض قضية خلافية وإبراز موقف الكاتب منها

ارتباط قضية بالمجتمع والدولة وإبراز حقوق المواطنين ووجباتهم

الدفاع عن الموقف سياسي وإبطال نقيضه»²

فالخطاب السياسي هو شكل من اشكال التي تستعمل من قبل الافراد للوصول الى غاية معينة وهدف محدد .

الخطاب الإعلامي:

يعد الاعلام من اهم الركائز التي يركز ليا أي مجتمع من المجتمعات سواء كان مقروءا او مسموعا او مرئيا فهو « انتاج لكل الاخبار الثقافية والرياضية والاجتماعية وغيرها وانه نوع من أنواع التواصل الذي يفيد المجتمع ويثقفه »³ فيمكننا من نقل المعلومات والاخبار وهذا يعني انه يمتاز بالوظيفة الإخبارية، وهذه الأخيرة هي التي تحقق التواصل بين المجتمعات ويتحقق هذا التواصل بفضل اللغة التي يكون لها دور فعال في تأذية رسالة معينة.⁴

¹ ينظر: محمد عابد الجابري، الخطاب العربي المعاصر (دراسة تحليلية نقدية) ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، لبنان ، ط5، 1994 ، ص56

² عبد الرحمان ارزوت، أنواع الخطاب، موقع قناة الدعم في مادة اللغة العربية، www.arabia.com 2019/3/22 . 18:02 سا.

³ شريفي نعيمة ، شتواني ليندة ، استراتيجية التواصل في الخطاب السياسي بين التصريح والتلميح ، ص46

⁴ ينظر: الشريفي نعيمة، شتواني ليندة، استراتيجية التواصل في الخطاب السياسي، . ص 46

شروط الخطاب الإعلامي:

- ✓ تحديد الفئة المستهدفة من الخطاب واستعمال اللغة والأسلوب مناسب بحيث يكون حسب مستوى الثقافة الفئة المخاطبة
- ✓ تحديد الغاية المرجوة من الخطاب
- ✓ تحديد الوقت واحترامه بعدم تجاوزه
- ✓ الاختصار والوضوح: حيث يجب أن يكون مختصرا مفيدا وواضحا¹

أهمية الخطاب الإعلامي:

- ✓ يعد الخطاب الإعلامي صناعة من صناعات الثقافة و« يظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي يتدفق عبر هذا الخطاب وسرعتها وطرائق توزيعها وكيفيات تلقيها الامر»² وهذا ما جعله محورا أساسيا في كل المجتمعات.
- ✓ يعد هذا النوع من الخطابات نسق تفاعلي بين العلامات اللغوية وغير اللغوية كالصور واستعمال الألوان وهذه الميزة يشترك فيها مع الخطابات الأخرى كالخطاب الاشهاري.³
- ✓ كما أنه يعتبر الخطاب الإعلامي « صناعة تجمع ما بين اللغة والمعلومة ومحتواها الثقافي والآليات والتقنيات لتبليغا عبر الزمان والمكان»⁴ وبهذا اصبح العالم مثل القرية الصغيرة تحول فيها الانسان الى كائن اعلامي.

¹ ينظر: الهام سرحان، مفهوم الخطاب الإعلامي، موقع موضوع www.mawdoo3.com 17 يوليو 2017، 11:19 سا.

² ابرير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سيميائية في تفاعل الانساق اللسانية والايقونية، جامعة عنابة، الجزائر، دس، ص3

² ينظر: المرجع السابق. ص3

⁴ بشير ابرير، الصورة في الخطاب الإعلامي، ص3

الخطاب الاشهاري:

يعتبر الخطاب الاشهاري من بين ارقى أنواع الخطابات وهذا النوع من الخطابات «يعد في عصرنا هذا صناعة إعلامية ثقافية بأتم المعنى الكلمة لذلك فهو يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات خصوصا المتطورة منها لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي وتشكيل الوعي في التأثير على الثقافة وتوجيهها في ابعادها المختلفة الأخلاقية الفلسفية»¹ بحيث يعتبر وسيلة من الوسائل المستخدمة في الحديث عن شيء ما عن طريق توضيح كافة التفاصيل.

فالخطاب الاشهاري نوع من الخطابات التي يستخدمها الناس في كافة الخطابات، سواء كانت تعليمية أو تجارية ... كما يساعد الخطاب الاشهاري على تحقيق فوائد مختلفة من خلال عرضه للمنتوجات.

ويوجد للخطاب الاشهاري اشكال مختلفة، فمنه المسموع ومنه المقروء فهو يعتبر في عصرنا هذا صناعة إعلامية ولهذا اخترناه كموضوع لبحثنا، فما المقصود بالخطاب الاشهاري؟ وماهي مرتكزاته؟ وفيما تكمن أهميته؟ .

¹ شرفي نعيمة ، شتواني ليندة ، استراتيجية التواصل في الخطاب السياسي بين التصريح والتلميح ، ص 20.



الفصل الأول

الخطاب الإشعاري

الماهية والتطور والتأسيس

عناصر الفصل:

- ❖ نشأة الخطاب الاشهاري
- ❖ الخطاب الاشهاري بين المفهوم والتطور
- ❖ لغة*
- ❖ اصطلاحا*
- ❖ الفرق بين الاشهار والاعلان
- ❖ أنواع الخطاب الاشهاري
- ❖ عناصر الخطاب الاشهاري
- ❖ وسائط الخطاب الاشهاري
- ❖ مكونات الخطاب الاشهاري
- ❖ البنية الحجاجية في الخطاب الاشهاري
- ❖ لغة الخطاب الاشهاري
- ❖ الصورة الاشهارية

نشأة الخطاب الاشهاري:

لقد ظهر الاشهار منذ زمن طويل فمنذ أن تعلم الانسان مبادلة السلع كان لزاماً عليه أن يقوم بالإعلان عليها، و يكون ذلك بعرضها و ترتيبها و الكلام عن مزاياها ولعل « أول من عرف الاشهار بمضمونه الصحيح لكن بشكل شفوي هم الاغريق و من ثم الرومان الذي طوره الى تحريري (كالسجل الرسمي للإشهار) الذي كان يستخدم للإشهار عن الألعاب و الفروسيات طبعا بالإضافة الى وجود بعض اللافتات التجار...وتلاها ظهور سجل المشروع الروماني الذي هو عبارة عن جريدة تنقل الى جمهور كل قرارات السلطة و كافة إعلانات البيع و التأجير»¹ وبالتالي نستنتج أنّ مرحلة المناداة هي أول مرحلة عرفها الاشهار.

تعود بوادر ظهور الاشهار عند العرب الى لافتة قديمة تمّ العثور عليها في شمال العراق مكتوب عليها (لا أبيعها الا للعشاق) وهي لافتة مكتوب عليها بالغة البابلية ترجع الى امرأة كانت تبي الورود، واستعملت هذه اللافتة كإشهار على باب محلها، أما في أوروبا فقد تطور الاشهار أكثر بعد الثورة الفرنسية عام 1789 فقد قامت الجريدة الفرنسية la gazette de france بوضع التعريف الأول للإشهار.²

أما الاشهار في الجزائر فهو ليس وليد اللحظة كما هو معروف، بل مرّ بمراحل عديدة و أول بداياته كانت بعد الاستقلال مباشرة حيث «عرفت الجزائر في المرحلة الممتدة من نهاية الثمانينات و بداية التسعينات تغييرات بنيوية شاملة مست هذه التغييرات كافة الأصعدة و القطاعات ، حيث يعتبر القطاع الإعلامي أكثر القطاعات استفادة من هذه التغييرات ، فقد تم الانتقال من نموذج اعلامي يتسم بالأحادية الى نموذج جديد قائم على

¹ أحلام عليوي ، سميحة بحري ، الاشهار في الصحافة المكتوبة (دراسة عن اراء الجمهور حول الاشهار شركات الهاتف النقال في الصحف)، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، الجزائر ، ماي 2017 ، ص 15.

² ينظر: عماد ، مدخل عام للإشهار ، موقع الخيمة الجزائرية ، www.alkhiamadz.com

التعددية»¹ وأضحى الاشهار نشاطاً لا بد من ممارسته نظراً لتأثيره على كافة الأصعدة في المجتمع الجزائري.

وللإشهار تأثير واسع و حضور قوي في المجتمع الجزائري و لا سيما بعد التطورات التكنولوجية و الإعلامية التي عرفتها الجزائر في الآونة الأخيرة ، حيث اصبح الأشهار ضرورة حتمية و ذلك لعدة أسباب نذكر منها :

- ✓ اعتباره وسيلة فعالة لإقناع المستهلك
- ✓ اكتسابه طابع اجتماعي و جمالي بارز من خلال مكونات ثقافية متنوعة التي يكتسبها
- ✓ اعتباره عنصراً أساسياً في النظام الاتصال التسويقي
- ✓ أهمية دوره التفعيلي في نظام الدعاية و الترويج.²

ومن الاشهارات التي تعرف رواجاً كبيراً في الجزائر هي تلك الاشهارات التي تربط بين الصوت و الصورة، اذ تمتلك الألوان دوراً أساسياً في عملية جذب المستهلك إضافة الى اللغة و التي تتنوع بين الفصيح و العامية و الأجنبية.

الخطاب الاشهاري بين المفهوم والتطور:

يعتبر الخطاب الاشاري من الخطابات التي نالت حظها في عصرنا الحالي في الدراسة و البحث نظراً للطابع الثقافي الذي يكتسبه من خلال مكوناته اللغوية و الأيقونية، حتى اضحى جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية و قبل الغوص في اغوار هذا الرافد لا بد لنا من الوقوف على جوانبه و مفاهيمه اللغوية و الاصطلاحية

¹ خميسة عادل ، المضامين الاشهارية في الصحافة الجزائرية الخاصة (دراسة تحليلية على عينة من صحيفة شروق يومي) ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر، 2014-2015 ، ص5.

² ينظر : مامة بن ويس ، سيد احمد اوراغي ، الرسم الاشهاري في الجزائر بين النشأة و التطور ، الموقع الالكتروني www.asjp.cerist.dz ، 2020/2/12 18:15 سا.

لقد وردت مادة شهر في معجم لسان العرب لابن منظور على أنّها « الشهرة ظهور الشيء في شئنه حتى شهره للناس، و في الحديث : من لبس ثوب شهرة البسه الله ثوب المذلة ، الجوهري : الشهرة وضوح الامر و قد شهره يشهره شهرا فاشتهر و شهره تشهيرا فاشتهر»¹ فالإشهار يرمز الى الظهور و الوضوح و الشهرة.

أما الزبيدي في معجمه تاج العروس فقد وردت مادة شهر « الشهرة بالضم : ظهور الشيء في شئنه حتى يشهره الناس و هكذا في المحكم الأساس و الشهرة : وضوح الامر و الشهير و المشهور : المعروف»² ومن خلال التعريفات اللغوية نستطيع القول بأنّ الاشهار يحمل معاني : الإفصاح و الوضوح و الظهور للعلن.

اصطلاحا

الخطاب الاشهاري عند العرب

توالت و تعددت التعاريف التي صيغت حول المصطلح الخطاب الاشهاري من طرف الباحثين و الدارسين كل حسب منطلقاته و توجهاته و مجاله ، هذا ما جعل من الصعب تحديد سياق تعريفي معين و محدد لهذا المصطلح سواء تعلق الامر بالغرب او عند العرب و من جملة مفاهيم نذكر ما جاء به داستو و يذهب في تعريفه للإشهار على أنّه «العلامة او مجموعة من العلامات ذات البنية الايجابية التي تحمل قيما معرفية حول حاجة او فكرة ما»³ فالإشهار انطلاقا من هذا المعنى يعتبر مجموعة من العلامات اللغوية و غير اللغوية و التي تحمل دلالات و معاني تأثيرية لإعلام الجمهور بمنتج معين .

¹ ابن منظور ، لسان العرب ، ص 431.

² محمد بن محمد بن عبد الرزاق المرتضي الزبيدي، تاج العروس ، ج 2، 1، طبعة الكويت ، الكويت ، ط 2 ، 2008 ، ص 262

¹ مريم بنت محمد الشنقيطي ، الخطاب الاشهاري في النص الادبي دراسة تداولية ، دار الفيصل الثقافية ، الرياض دط ، ص 14.

أما هاس فيقترح تعريفا للإشهار بقوله « أنه تقنية في التواصل غايتها تسهيل انتشار بعض الأفكار او العلاقات ذات الطبيعة الاقتصادية بين اشخاص يمتلكون سلعة او خدمات يقترحونها على اخرين مضطرين لاستعمالها»¹ و على حدّ قول هاس فالإشهار يؤدي غايات و اهداف اقتصادية من خلال تعريف و الترويج لمنتجات و سلع معينة.

أما ارماند دابيان فقد عرج لموضوع الاشهار فقد عرج لموضوع الاشهار على أنه « تواصل مدفوع الثمن يعتمد خطاطه تواصلية وحيدة الاتجاه غير مشخصة ، من خلال وسائل الاعلام او مختلف الوسائط»² و الملاحظ أنّ دايان أضاف في مفهومه عنصرين و هما الخطاطة التواصل باعتبار أن الاشهار فل اتصالي تواصل مع الجماهير، أما النصر الثاني فهو الوسائط و التي من خلالها تنقل الرسالة الاشهارية .

الخطاب الاشهاري عند العرب

أضحى الاشهار صناعة اتصالية إعلامية بارزة في وقتنا الحالي نظرا لتأثيره المباشر على المتلقي ، و عليه بدأت تعرف الدراسات اللسانية و الأدبية في مختلف البلدان العربية انفتاح و اهتمام منقطع النظير بهذا النوع من الخطابات خاصة مع بروز الباحثين والدارسين في هذا المجال في المشرق و المغرب العربي على حد سواء.

وفي هذا صدد يرى عبد الرحمان المودن « أنّ الخطاب الاشهاري هو خطاب يحاصرنا في كلّ حين و لحظة، يطرق أبوابنا ليل نهار في الحلم و اليقظة نستعمله بوعي أحيانا و دون وعي أحيانا أخرى ، خطاب يتوصل بكل الأدوات يخاطب كل الحواس ويوظف كل اللغات و الاشكال و الأنظمة ، و يوظف التكنولوجيا في ميدان المعلومات

² هامل شيخ ، في مفهوم الاشهار ، مجلة الرؤى الفكرية ، مركز الدراسات اللغوية و الأدبية ، ع 1 ، المركز الجامعي بلحاج بوشعيب ، عين تموشنت الجزائر ، فيفري 2015 ، ص 26.

³ محمد كاديك ، الطاب الإشهاري مناورات الابداع و جماليات التسويق قراءة ندية في لغة الاشهار الجزائري ، مجلة الخطاب و التواصل ، الجزائر، مارس، 2019 ع 6 ، ص 23.

طرائق الاتصال و التوصل»¹ و لعل أبرز ما يميز تعريفه هذا أنه جاء شامل لكل الخصائص الخطاب الاشهاري فالخطاب الاشهاري يعتبر نظام جمعي الأنظمة و العلامات سواء كانت لغوية او غير لغوية و مستعملا في الان نفسه كل الوسائل الاغرائية التأثيرية لذهن المتلقي لغاية الاقناع .

و من جهة أخرى عرج محمد العليان لهذا الموضوع معتبرا إياه « عملية الاتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معنيين يدفعون ثمن معين لإيصال معلومات معينة الى فئات معينة من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصيته»² و هنا تجدر الإشارة الى أن الاشهار يعتبر عملية اتصالية تفترض وجود طرفين اساسين كما ذكر العليان و هما المرسل و المتلقي مقابل ثمن معين

أمّا محمد الصافي فقد اعتبر الاشهار « عملية تواصلية تتحرك ضمن محيط انساني انه يشير بدوره الى استراتيجية إبلاغيه قائمة على اقناع و تستعمل لذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة و صورة و رمز في افق التأثير على المتلقي و الدفع به الى اقتناء منتج ما و التسليم بأهميته و تفضيله على باقي المنتجات »³ و من خلال ما تقدم نلاحظ بأن الصافي جعل الاشهار من أهم الوسائل الاقناعية من خلال توظيفه لمختلف الأساليب التأثيرية و التقنيات المتاحة و التي لها قدرة استمالة المتلقي.

و في الأخير و بعد عرضنا لمجموعة من المفاهيم يمكن القول بأنه من المستحيل العثور على تعريف موحد للخطاب الإشهاري نظرا للتزاحم العظيم من المفاهيم التي لها

¹ عبد النور بوصابة ، بلاغة الطاب الشاري التلفزيوني و قدرته على التأثير ، مجلة الخطاب ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزوو الجزائر، ع19 ، ص 248

² شروق خليل دور البنية اللغوية في الخطاب الاشهاري اشهارات تلفزيونية سياحية -انمودجا- مذكرة لنيل شهادة الماستر في الادب و اللغة العربية جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر 2014-2015 ص16

³ بلقاسم دفة ، استراتيجية الخطاب الحجاجي ، دراسة تداولية في الارسالية الاشهارية العربية ، مجلة المخبر في الأبحاث في اللغة و الادب الجزائري ، ع 10 ، بسكرة ، الجزائر ، ص 506

منطلقاتها و غاياتها وذلك لانفتاحه على العديد من الاشكال و المجالات و عليه يمكن القول بان الخطاب الاشهاري يقوم في تركيبه وفق اليات تتفاعل فيما بينها من أجل إعطائه بنية متكاملة تعمل على تحقيق رسالة إعلانية ذات صورة فعالة يحكمها الترتيب و التسلسل المنطقي

الفرق بين الاشهار والاعلان

من خلال البحث عن مصطلح الاشهار و نلاحظ بأن هناك عدة مصطلحات تتقاطع معه و تستخدم للتعبير عنه لاسيما مصطلح الإعلان و في هذا العدد تشير منى الحديد « أنه على مستوى اللغة العربية هناك تعبيران يستخدمان في مجال الحدي عن الإعلان على المستوى الممارسة وعلى مستوى الاكاديمي التعليمي البحثي حيث يستخدم اعلان في دول المشرق في حين تستخدم كلمة الاشهار للتعبير عن نفس المعنى في دول المغرب العربي (تونس ، الجزائر ، المغرب)، و يقابل ذلك في اللغة الفرنسية la publicité و في اللغة الإنجليزية advertisement او publicity¹ و على حد التعبير منى الحديد فلا يوجد فرق بين مصطلحين لأنهما لا يؤذيان نفس المعنى.

هذا ويوافقها الرأي " فضيل دليو" قائلاً أن الاستعمال الشائع في مختلف وسائل الاعلام سواء مكتوبة أو مسموعة أو بصرية في المشرق العربي تستخدم تعبير الإعلان في حين نجد دول المغرب العربي تستخدم تعبير الاشهار بدلا منه مرجعا الأمر الى وجود إشكالية في توظيف المصطلح نتيجة اختلاف البيئة.²

و من جهة أخرى يؤكد نور الدين هميسي على انه وجب التفرقة بين مصطلح الإعلان و الاشهار وفق الوظيفة المقصدية « فالاشهار هو خطاب استهوائي

¹ منى الحديد، الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ط1، 1999، ص 15

²نظر: الاشهار الالكتروني و دوره في التنمية الخدمات السياحية ، دراسة ميدانية لفندق الرويال بوهران ، مذكرة لنيل شهادة الماستر،

جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ، الجزائر، 2013-2014، ص 19

وحجاجي . و يحدد الاشهاري فيه نفسه اقناع المتلقي بناء من الحجج التي تتراس وفقا لاستراتيجية محددة في حين ينحر القصد في الإعلان على التبليغ ارسالية معينة للمتلقي من دون ابتغاء تأشير و اقناع معين»¹ وتعتبر الوظيفة المقصدية العلامة الفارقة كون الخطاب الاشهاري يمل في طياته رسالة ضمنية قصدها التأثير في المتلقي ومن تم تحقيق الغاية من الاشهار الا وهي جلب المستهلك

أنواع الخطاب الاشهاري

تعدد و تختلف أنواع الاشهار بحسب معايير التصنيف و لعل هذا ما رده الى ارتباطه و تشاركه مع العديد من الميادين و المجالات وهو على القول سعيد بن كراد « عالم الهوية هوية لفظية طباعية (المكتوب) او الهوية صوتية (المسموع) او الهوية بصرية (المرئي).....»² و بناء على هذا القول يمكن التفسير بين ثلاث أنواع من الاشهارات

❖ الاشهار المسموع : تعد الكلمة المسموعة من أقدم الوسائل التي استعملها

الانسان للإشهار نظرا لمميزاتها في الأداء و التعبير إضافة لذلك يلعب الصوت دورا بارزا في التأثير على المتلقي لما يحمله من خصوصية في التنغيم و النبر و الجهر و الهمس و الموسيقى الخارجية و ما تحدثه من تأثير و اشتماله المشاعر المتلقي و يشمل الاشهار المسموع كل ما يصلنا سماعا من محاضرات و الإذاعات و الندوات و الخطب³

² محمد كاديبك ، الخطاب الاشهاري مناورات الابداع و جماليات التسوق ، ص 24

³ فتيحة العقاب، فنية وفاعلية العلامات في الخطاب الاشهاري دراسة سيميائية لتفكيك الطاب الاشهاري، مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية، الجزائر، سبتمبر 2011، ع 3، ص 103.

¹ ينظر: بشير ابرير، بلاغة الصورة وفاعلية تأثير في الخطاب الاشهاري (نظرة سيميائية تداولية)، موقع الانطولوجيا. السرد العرب، 15:30 2020 فبراير Wwww. alantologia. Com.

❖ **الاشهار المكتوب:** يشمل هذا النوع أساليب واليات مختلفة كالصحف والمجلات والملصقات على جدران المدن او الشارع حيث يكثر الناس لأن الهدف منه الوصول الى أكبر عدد من المتلقين¹

❖ **الاشهار المسموع والمكتوب (السمعي البصري):** الى جانب النوعين السابقين نجد الاشهار السمعي البصري والتي تعتبر التلفزة وسيلة أساسية ورئيسية في نقل الرسالة الاشهارية تتداخل فيه العناصر حركية من صورة ولون وموسيقى وطريقة الأداء الى جانب الحركة والموضوع وتعتبر الوسائل السمعية البصرية من العوامل المؤثرة والفعالة في نقل المحتوى الاشهاري² وعلى الرغم من تعدد أنواع الاشهار وزواياه الى أنه تجمع بينهم هدف واحد مشترك وهو التعريف بالمنتج واقناع الجمهور لاقتنائه.

عناصر الخطاب الاشهاري

أرسى الخطاب الاشهاري قواعده على مجموعة من العناصر المرتبطة فيما بعضها تشكل نسيجاً لغوياً وغير لغوي لإيصال المحتوى وتمثل هذه العناصر فيما يلي:

- **المرسل:** وهو العنصر الأول باعتباره من يحدث الخطاب ويعمل على شحنه بما يحتاجه من مادة اشهارية لازمة بالنظر الى الموضوع الذي يدور حوله الاشهار ومن تم ارسالها الى المتلقي فقد افهامه والتأثير عليه ويسعى من خلالها المرسل على تحقيق الوظيفة التعبيرية فيضمن بذلك ما يقنع ويجلب المتلقي الى المنتج³

² ينظر: المرجع السابق.

³ ينظر: المرجع نفسه.

¹ ينظر: بشير ابرير، بلاغة الصورة وفاعلية تأثير في الخطاب الاشهاري (نظرة سيميائية تداولية).

- **المرسل اليه (المتلقي):** وهو المقصود بالإشهار ويعتبر العنصر الثاني الرئيسي في الملية الاشهارية ومن خلاله تتحقق الوظيفة الافهامية او الطبيعية والذي يمل المرسل الى افهامه بمختلف الطرق والوسائل المتاحة له.¹
- **الخطاب (الرسالة الاشهارية):** و في هذا الجانب يفترض وجود مرسل و هو المسؤول على احداث الرسالة و متلقي الذي بدوره يتلقاها و يستقبلها و هو المعني بالأمر و من تم يعمل على فهم اصنافها الدلالية المختلفة و تحليلها و تأويلها و بهذا تتحقق الوظيفة الشعرية و التي تعتبر الوظيفة الأساسية في الخطاب عامة و في الاشهار خاصة.²
- **المقام :** إنَّ العلاقة بين المرسل و المرسل اليه لا تتم الا بشكل اعتباطي عشوائي و انما بحسب ما تفضيه المقاصد و الظروف الخطاب المختلفة و المسؤولة على انتاجه و ما يتطلبه ذلك من خصائص لغوية و غير لغوية فلكل طاب مقاصد يميزه عن الاخر و تؤثر في الموضوع و في اختيار الكلمات و طول التراكيب اللغوية او قصرها³
- **الوضع المشترك بين المتخاطبين :** و يقصد به العلاقة التي تربط بين طرفي الخطاب و التي يجب ان تراعي في تحليل الخطاب الاشهاري و تتخذ كسمات و علامات تجمع بين مرسل الخطاب و متلقيه و هي وحدة اللغة : و هي فعل اشهاري ان يستخدم الكلمات و الجمل التي تعتبر من أغراض مجتمعه.
- وحدة الثقافة : و يقصد بها التراث و العقائد الفكرية التي تربط بمجتمع معين⁴

² ينظر: بن ناصر لامية، بركاني حليلة، أساليب اقناع في الخطاب الاشهاري، (اشهارات موبيليس -نمو دجا -) مقارنة سيميائية، مذكرة لنيل الماستر في اللغة العربية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2016-2017، ص 23.

³ ينظر: بن ناصر لامية، بركاني حليلة، أساليب اقناع في الخطاب الاشهاري، ص 24

⁴ ينظر: حاج سليمان سهام، إشكالية التكرار في الترجمة الاشهارية، مذكرة لنيل الماستر، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2018-2019، ص 1

¹ ينظر: كاظم جاسم، الإعلان التجاري والكفاءة الحجاجية (قل للمليحة -نمو دجا-)، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، العراق، 2018، ع1، 124.

● **قناة التبليغ** : و يقصد بها الوسيلة المستخدمة في إيصال الرسالة الاشهارية بمختلف أنواعها سواء مكتوبة او مسموعة او بصرية و بهذه تتحقق الوظيفة الانتباهية بإثارة انتباه المتلقي نحو موضوع الاشهار¹

وظائف الاشهار :

(1) **الوظيفة الاقناعية** : يتحقق الاقناع في الخطاب الاشهاري باستخدام أساليب اللغوية و غير اللغوية ، فأما اللغوية فتتمثل في استخدام لغة الوصف للمنتجات، وأما الأساليب غير اللغوية فتتمثل في الصورة و الصوت و الألوان و الحركات و كل هذه العلامات السيميائية له دور مهم في اقناع المتلقي.

(2) **الوظيفة الاتصالية** : يؤدي اشهار وظيفة الاتصال من خلال نقله للرسالة معينة فهو « عملية اتصال غير الشخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معينين يدفعون ثمن لإيصال معلومات معينة الى فئات معينة من المستهلكين»² و تقوم هذه العملية بين طرفين و هما المرسل و المرسل اليه.

(3) **الوظيفة الجمالية** : و تقوم هذه الوظيفة على « اثاره الذوق و الدعوة الى التأمل في ادق عناصرها تجذب انتباه المشاهد و تحفزه على الشراء البضاعة»³ فلكي يكون الخطاب الاشهاري ناجحا لا بد ان تتوفر فيه العناصر الجمالية للفت انتباه المتلقي.

(4) **الوظيفة الدلالية** : و هي تلك الوظيفة التي تجمع كل الوظائف الاشهار بحيث تكون نتيجة تفاعل الوظائف السابقة اذ « تتضافر كل تلك الوظائف السابقة لتلخص الى هذه الوظيفة، اذ ان الاشهاري يؤسس الصورة و يقننها لتأدية معنى و يحاول

² ينظر: المرجع السابق، ص 124.

³ فوزية كريبط، لغة الخطاب الاشهاري التلفزيوني، موقع (س.د)، 2020/2/27، 16:26 سا

⁴ فيصل الأحمر، معجم السيميائيات، دار العربية للعلوم الناشر، بيروت، لبنان، ط 1، 2010، ص 14.

جاهدا ابلاغ ما يريده بمختلف الوسائل و اللغة ابرزها لأنها تسير الصورة الى المعنى المقصود»¹ فهي التي تسمح بحدوث عملية الفهم.

كان هذا بالنسبة لأهم الوظائف التي تمتاز بها العملية الاشهارية ، و هناك وظائف فرعية أخرى كالتهيئة النفسية للمستهلكين و تكون ذلك يجعلهم في حالة من الرضا والقبول ، كذلك المساعدة في توزيع المنتجات²

الوسائط الاشهارية:

من أقدم الوسائل الاشهارية التي استخدمت في نقل الرسائل الإعلامية:

الملصقات:

اذ يعد الملصق poster من بين ابرز الاستخدامات أكثر شيوعا في مجال الإعلان و يعرف على أنه « صحيفة مطبوعة من الورق او الورق المقوى تعرض في مكان عام وتنقل معظم الملصقات رسالة بسيطة تجمع بين الكلمات و الرسوم و الصور الهدف منها ان يستنبط القارئ المعلومات عن محتوى الملصق بشكل سريع»³ و يتم وضعها في أماكن مختلفة نحو: أماكن التسوق، الشوارع محطات، النقل ، المستشفيات

ومن الشروط التي يستوفيهها الملصق الاشهاري ما يلي:

- أن يكون الرسم بسيطا مناسبا لفكرة الموضوع وفي متناول الجميع
- عبارات واضحة وموجزة
- يجب أن تكون ألوان مختلفة ومتباينة للفت انتباه المتلقي

¹ فيصل الأحمر، معجم السيميائيات، ص 115

² ينظر: طالي فاطمة، الاشهار الالكتروني ودوره في التنمية الخدمات السياحية، مذكرة لنيل الماستر في العلوم والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2013-2014، ص 44

³ بن ناصر لامية، بركاني حليلة، أساليب اقناع في الخطاب الاشهاري اشهارات موبيليس نموذجاً، ص 36

- إضافة الى نوع الخط يجب أن يكون واضحا و ملائم لفكرة الموضوع¹

أنواعها:

من حيث الوظيفة:

- ✓ **الملصقات التعليمية**: وهي تلك الملصقات التي تستعمل للتذكير بالقواعد والتعليمات التي يجب الالتزام بها.
- ✓ **الملصقات الصحية**: وهي تلك الملصقات التي نجدها في المستشفيات والصيدليات وأحيانا في الأماكن العامة وتستعمل للتعريف بالأمراض او الادوية وطرق الوقاية.
- ✓ **الملصقات مواجهة الحوادث**: وهي تلك الملصقات التي تصدر غالبا من قبل الشرطة ونجد فيها احترام قوانين المرور والسلامة العامة.
- ✓ **الملصقات السياسية**: وهي تلك الملصقات التي تستخدم في الحملات السياسية والانتخابية كالتسويق لمرشح معين .
- ✓ **الملصقات الاكاديمية**: و هي تلك الملصقات التي نجدها في الجامعات والمكتبات و تصدر غالبا من قبل الباحثين و الأساتذة.
- ✓ **الملصقات التجارية**: يحظى الاشهار بأهمية بالغة في التجارة ذلك لأنه يقوم عملية جد مهمة وهي الترويج للبضاعة.
- ✓ **الملصقات المحافظة على البيئة**: وهي تلك الملصقات التي نجدها في الأماكن العامة والغابات وهدفها التوعية من مخاطر التلوث والحث على المحافظة على النظافة.

¹ ينظر: بن ناصر لامية، بركاني حليلة، أساليب اقناع في الخطاب الاشهاري اشهارات موبيليس نموذجاً ،ص 36

من حيث الشكل:

- ✓ **الملصقات الورقية:** ويعتبر هذا النوع من الملصقات من أقدم وسائل الإعلان وتكون عادة مكتوبة باليد وتستعمل فيها عدة ألوان كما قد يكتفي بلون واحد ونجدها متداولة بكثرة ولعل السبب في ذلك يرجع الى بساطتها وسهولة استعمالها¹
- ✓ **الملصقات الورقية كبيرة الحجم:** وي تلك الملصقات التي نجدها على اللوات الخشبية كبيرة الحجم²
- ✓ **الملصقات البلاستيكية:** وهي عبارة ن الملصقات نجدها في زجاج المحلات التجارية او في المحطات ...

التلفزيون:

يعرف الاشهار التلفزيوني على أنه الوسيلة «تلتقي فيه الصورة و الصوت و مختلف التقنيات الحديثة للتلفزيون بهدف التأثير على المتلقي و اشتماله الى المنتج او السلعة المعلن عليها»³ معنى ذلك أن الاشهار التلفزيوني من الوسائل الاشارية المهمة و لعل السبب في ذلك جمعه بين العناصر اللغوية وغير اللغوية .

خصائصه والغاية منه:

- ✓ اعتماده على حاستي السمع والبصر معا
- ✓ تمتعه بالسهولة والبساطة و تكمن هذه الخاصية في توصل المشاهدين بالصورة و الصوت ما دون عياء

¹ ينظر: أسماء ناب، فيروز الوافي، الأساليب الاتقناعية في الملصقات الاعلانية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر. 2015-2016، ص59

² ينظر: المرجع السابق، ص58

¹ نبيلة عكوش، جويده بن حداد، الاشهار وعلاقته بالتواصل، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر،

2015-2016، ص 34

✓ السرعة؛ حيث يمكن من خلال التلفزيون تبليغ رسالة للجميع في وفي الوت نفسه.

أما غايته، فلعل الهدف الأساسي من الاشهار التلفزيوني « إيصال غير الشخصي للمعلومات خاصة بالسلع فهو رسالة اتصالية غير مباشرة بمعنى اكتساب المعلومات من المرسل الى الجمهور واقباله على استعمال السلعة لان الهدف المعلن لا ينصر في مجرد اخبار الجمهور عن السلعة فقط بل الوصول على المنتج أيضا¹ « فالتلفاز يعتبر من اهم الوسائل الاتصال الحديثة وله دور بارز في عديد من المجالات و خاصة المجال الإشهاري.

مكونات الخطاب الاشهاري:

يتركب الخطاب الاشهاري من مكونين اساسين وهما:

أولاً: المكون اللساني:

يعدُّ المكون اللساني من بين المكونات الأساسية التي يتكون منها الخطاب الاشهاري ويظهر هذا الأخير في البنية اللغوية للخطاب وينقسم المكون اللساني الى ثلاثة اقسام:

«العلامة: **la marque** : التي قد تحمل اسم الشركة او المنتج.

الشعار: **le slogan** : وهو عبارة عن جملة منتقاة بدقة متناهية تتخذها شركة

شعاراً لها فتوردها مصاحبة للصورة في جميع إشهاراها...

² بن ناصر لامية، بركاني حليلة، أساليب اقناع في الخطاب الاشهاري، ص 43

اللغو: **le logo** : وهو دال اشهاري يجمع بين اللغة والرمز او الصورة والكلمة من اجل تعريف بالشركة او المنتج¹ هذه اهم العناصر التي يتكون منها المكون اللساني واطافة الى هذه المكونات هناك مستويات يتكون منها وأهمها المستوى الصوتي والصرفي والتركيبي وهذه المستويات تمثل اللغة الاشهارية واما الدلالي فوظيفته يسعى على اطلاع المتلقي على مضمون الرسالة.

يعتمد المكون اللساني على مجموعة من الخصائص نذكر منها:

- ✓ يصاغ باللغة الواضحة والسهلة وغالبا ما تكون اللغة العامية
- ✓ توظيف صيغ التفضيل لان المبالغة في لغة الخطاب الاشهاري امر في غاية الأهمية ولعل السبب في ذلك هو اقناع المتلقي بجودة المنتج
- ✓ استعمال السجع
- ✓ توظيف المحسنات البديعية
- ✓ استعمال الكلمات الجذابة والمحفزة.²

كان هذا بالنسبة لأول مكون من مكونات الخطاب الاشهاري

ثانيا: المكون الايقوني:

ثاني مكون من مكونات الخطاب الاشهاري هو الايقوني ويشمل «العناصر البصرية التي تدخل في تكوين الخطاب الاشهاري وتتكون في الصورة والشكل واللون وطريقة

¹ حلیم نورالدين، أنماط الخطابات الاشهارية في الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل الماجستير، جامعة معمرى، تيزي وزوو، الجزائر، 2017-2018، ص 24.

¹ ينظر: فوزية كريبط لغة الخطاب الاشهاري التلفزيوني، (س.ذ)

الأداء والحركة المشهدية¹ فهو عبارة عن مجموعة من الوسائل تستخدم للفت انتباه المتلقي كما انها تعبر عن مضمون الرسالة الاشهارية الذي يريد المرسل ابلاغها.

البنية الحجاجية في الخطاب الاشهاري:

الحجاج يشير الخطاب الصريح و الضمني الذي يستهدف الاقناع، و يعد البعد الحجاجي في اللغة بعدا جوهريا فكل خطاب يسعى الى اقناع من يتوجه اليه و يعتمد الخطاب الاشهاري على مجموعة من اليات في اشتغاله لتحقيق وظيفته و تتنوع بين اليات الاقناع المنطقي و الاسلوبي إضافة الى العلامات التي يستخدمها كالموز و الألوان و بذلك يمثل الاقناع فعلا أساسيا في الاشهار يؤدي الى انجاز فعل الشراء.²

ومن بين اهم الخصائص والأدوات الاقناع الحجاج الموظفة في الخطاب

الاشهاري:

- ✓ انتقاء المفردات الموحية والتراكيب البسيطة الواضحة لإثارة المشاعر وزيادة الانفعالات.
- ✓ اعتماد أسلوب التكرار والذي يؤدي بدوره الى زيادة حضور الموضوع في الذهن وتأكيده.
- ✓ اللجوء الى التضمين و الإيحاء و التلميح كاستخدام الشخصيات التراثية والوقائع التاريخية أو الشخصيات الرياضية و المشهورة التي تكون لها وقع و اثر في نفوس المتلقين.³

² ينظر: كاظم جاسم، الإعلان التجاري والكفاءة الحجاجية (قل للمليحة) أنمو دجا، ص 138 اقناع في الخطاب الاشهاري (س.ذ)

³ بن ناصر، لامية بركاني، حليلة أساليب اقناع في الخطاب الاشهاري (س.ذ)، ص 30

¹ ينظر: بلاسم دفة، استراتيجية الخطاب الحجاجي. دراسة تداولية في ارسالية اشارية العربية، مجلة مخبر الأبحاث في اللغة والادب، جامعة

بسكرة، الجزائر، 2014-2015، ع 10، ص 50

لغة الخطاب الاشهاري الجزائري:

تعتبر اللغة وسيلة التي نعبر بها عن حاجاتنا وهمزة وصل بين الشعوب فهي تلك الأداة التي تمل الأفكار وتنقل المفاهيم وبها يتم التقارب والتواصل بين الافراد

يشكل الخطاب الاشهاري نمط من أنماط التواصل غير المباشر ويكون ذلك الاتصال بالتسويق لمنتجات ولعل هذا ما أشار اليه عبد السلام أبو قحف من خلال تعريفه للإشهار على انه شكل من اشكال الاتصال غير الشخصي حيث يقوم هذا الخطاب بإيصال رسالة معينة للمتلقي.

يحوي الخطاب الاشهاري في طياته على مجموعة من وسائل و طرق لإقناع المتلقي حتى تكون العملية الاشهارية هادفة لكن الاشكال الذي يبقى مطروح:

فيما تتمثل هذه الوسائل؟ وماهي الأساليب اللغوية المستعملة في العملية الاشهارية لإقناع المتلقي؟

تستخدم في الخطابات الاشهارية الجزائرية مزيجا بين اللغات الأجنبية و أحيانا أخرى تضاف اللغة الامازيغية ولعل الغاية من هذا التنوع هو التأكد من وصول الرسالة الى كافة الناس ، ذلك لأن في كل مجتمع من مجتمعات نجد هناك احتكاك لغوي.

➤ **اللغة الفصحى:** وهي لغة القران الكريم و تعتبر لغة مشتركة بين العديد من المجتمعات و غالبا ما نجدا في المعاملات والمقابلات الرسمية لكن هذه اللغة لم تعد متداولة كثيرا ذلك لان اللغة العامية غلبت عليها

ولعل هذا ما دفع بإيجاد لغة ثانية تجمع بين الفصحى والعامية ويطلق عليها اللغة العربية الفصحى المعاصرة او ما تعرف باللغة الوظيفية، وأما جاك برك وعبد الرحيم البوسي فأطلقوا عليها مصطلح العربية الوسطى.¹

➤ **اللغة العامية:** فهي تلك اللغة المستخدمة بكثرة في الاشهارات الجزائرية وذلك راجع الى عدة أسباب نذكر منها:

- استخدام اللغة العامية يجعل المستخدم متأكد بأن الاشهار او الغاية منه ستصل الى أكبر عدد ممكن من المشاهدين
- إضافة الى ان اللغة العامية هي تلك اللغة التي تستخدم في حياتنا اليومية وقد احتلت هذه الأخيرة قسطا كبيرا في المجتمعات العربية بصفة عامة والمجتمع الجزائري بصفة خاصة.²

تختلف الآراء وتتعدد حول اللغة العامية فمن الباحثين من يراها أنها لغة رديئة وتمتاز باللحن ولعل السبب في ذلك يرجع الى أنها لا تخضع الى قواعد النحوية والصرفية... وبالتالي يرو أن العامية لهجة وليست لغة والبعض الآخر يخالف هذا الاتجاه ويرو أن العامية لغة قائمة بذاتها لكن لا يمكن استعمالها كلغة رسمية ذلك لأنها تخضع الى تغيرات مستمرة سواء من ناحية الصوتية أو الدلالية.³

¹ ينظر: اونيت سمية، عماني سامية، بلاغة الاشهار بين الكلمة والصورة، مذكرة لنيل ماستر في اللغة العربية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2016-، 2017 ص 71

² ينظر: اونيت سمية، عثمانى سامية ، بلاغة الاشهار بين الكلمة و الصورة ص72

¹ ينظر: اونيت سمية، عثمانى سامية ، بلاغة الاشهار بين الكلمة و الصورة ، ص 73

اللغات الأجنبية في الاشهار الجزائري:

تعرف اللغة الأجنبية على انها تلك اللغة التي تكون غريبة بالنسبة لمستخدميها ولا يملك القدرة في استخدامها في كل الحوال و تسمى كذلك بالغة الثانية¹

اما صالح بلعيد فيعرف اللغة الأجنبية على انها لغة تأتي من الخارج بفعل احتلال او التبعية و بالتالي فهي لغة غير رسمية و اما اللغات الأجنبية التي تعرفها الجزائر و تستعمل بكثرة نذكر اللغة الفرنسية و لعل السبب في ذلك هو الاحتلال الفرنسي التي عرفته الجزائر و الذي دام حوالي 132 سنة» فقد عامل جاهدا منذ دخوله على نحو اللغة العربية ونشر لغته عن طريق التدريس و هدم المساجد والزوايا وبعد الاستقلال عملت الجزائر على رد اعتبار للغتها باتخاذها سياسة التعريب التي تدعو الى ترسيم اللغة العربية في المجال التربوي»²محاولين التخلص من آثار الاستعمار لكن الاشكال الذي بقي مطروحا هو:

هل نجح الخطاب الجزائري برد اعتبار للغة العربية والتخلص من اللغة الفرنسية؟

بالرغم من الجهود التي قامت بها الدولة الجزائرية بردها للاعتبار للغة العربية الا انها لم تنجح بتخلص من اللغة الفرنسية بصفة نهائية ويظهر هذا التأثير من خلال ملاحظتنا للخطابات الاشهارية حيث أصبحت اللغة الفرنسية تأخذ حيزا كبيرا فيه.

الصورة الاشهارية:

تحتل الصورة الاشهارية مكانة هامة في مجال السيميوطيقا الى جانب الصورة السينمائية، والمسرحية، والصورة الفوتوغرافية والشكلية، نظرا لقدرتها في جلب المتلقي ذهنيا

² ينظر: عبد الرحمان طيب ، قضايا المعاصرة في تدريس اللغات الأجنبية و العربية في الجامعات الهندية ، مجلة الداعي الشهرية ، دار العلوم

، الهند، فبراير 2015 ، ع 4 ، ص 12

³ ونيت سمية ، عثمان سامية، بلاغة الاشهار بين الكلمة و الصورة ، ص 82

وحركيا ووجدانيا والتأثير عليه، اذ أضحت في وقتنا الراهن من أكبر المرتكزات الاتصال البصري.

ترتكز على المرسل ومتلقي، وبينهما رسالة يتوجب على الصورة ايصالها وهي عبارة عن مجموعة مركبة من عناصر تعبيرية للغة السينمائية¹ وتتكون من عنصرين متكاملين:

- **شريط الصورة:** ويتمثل سلم اللقطات، زوايا التصوير، حركات الكاميرا.
- **شريط الصوت:** يتكون هو الآخر من الصوت المنطوق، الموسيقى....²

كذلك نعني بالصورة الاشهارية تلك الصورة الإعلامية والاعلامية التي تستعمل لإثارة المتلقي ذهنيا ووجدانيا والتأثير عليه لدفعه لاقتناء المنتج تجاري ما، واقتربت الصورة الاشهارية بمقتضيات الصحافة من جرائد ومجلات ومطويات إخبارية الى جانب ارتباطه بالإعلام الاستهلاكي بما فيه الوسائل السمعية والبصرية من راديو والتلفزة وسينما ومسرح بالإضافة الى وسائل أخرى: كالبريد، واللافتات الاعلانية، والملصقات، واللوحات الرقمية والالكترونية.³

¹ ينظر: بالأعرج سارة، ثقافة الصورة الاشهارية في الفن المعاصر (دراسة لمؤسسة اوريدو)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2017/2016، ص06.

² ينظر: بالأعرج سارة، ثقافة الصورة الاشهارية في الفن المعاصر، ص6

³ ينظر: جميل حمداوي، سيميائية الصورة الاشهارية، صحيفة المثقف، www.almothaqaf.com، 2010/11/8،

مكونات الصورة الاشهارية:

مما هو متعارف عليه تعتبر الصورة الاشهارية خطاب استهوائي وإيحائي واقناعي يتألف من ثلاثة خطابات أساسية:

الخطاب اللغوي اللساني، والخطاب البصري الأبقوني، والخطاب الموسيقي ويتضمن أيضا ثنائية الدال والمدلول وزيادة على ذلك تتضمن الرسالة الاشهارية ثنائية التعسيف والتضمين او ثنائية التقرير والايحاء بمعنى تحتوي الرسالة الاشهارية على رسالتين متداخلتين متقاطعتين: رسالة تضمينية ايجابية وتكون مقصديه مبطنة ورسالة تقريرية حرفية إخبارية وهي رسالة مدركة سطحيا.¹

وناهيك على ذلك تستعين الصورة الاشهارية بسمات وصيغ اسلوبية عديدة ومتنوعة كالتشبيه والاستعارة والتشخيص والايقون والمجاز والكناية والرمز والاسطورة والتورية والجناس والطباق والتكرار والمقابلة الى جانب استعانة الصورة الاشهارية بمجموعة من الآليات البلاغية والبصرية، وذلك قصد التأثير والافناع والامتناع² وبهذا تظهر الصورة الاشهارية متخطية لكل الحدود الفاصلة بين اللغات لما بها من قدرة في إيصال الأفكار الأيديولوجية المعلنة والضمنية ولا يكتفي المشهور من خلالها بالترويج للمنتوجات فقط بل يتجاوز ذلك الى نشر وترويج الأفكار والعقائد.

وفي نهاية الفصل ونظرا لجميع النقط التي تعرضنا اليها بدءا من النشأة والتعريف الى آخر نقطة والتي كانت الصورة الاشهارية استخلصنا أن الخطاب الاشهاري أهمية بالغة يمكن تلخيصها في النقط التالية:

¹ ينظر: سمير الزغيبي، سيميولوجيا الصورة الاشهارية، موقع الحوار المتمدن، www.ahewar.org ، 2012/1/14 ، 21:50 سا.

² ينظر: المرجع السابق.

- ❖ يعتبر الاشهار من اهم وسائل الاتصال، إضافة الى أنه صناعة ثقافية والإعلامية في عصرنا هذا بحيث يقول روبر كيران " ان الهواء الذي نستنشقه مكون من الاوكسجين والنيتروجين والاشهار "
- ❖ يكتسب الخطاب الاشهاري عدة وظائف جمالية وتوجيهية وإيحائية تلفت نظر المتلقي وجميع هذه الوظائف تتشكل لتشكل بعدا دلاليا.
- ❖ يعد الخطاب الاشهاري ميدان خصب بدأت تعرفه الدراسات لسانية وادبية في العالم العربي.¹
- ❖ اصبح العالم مثل القرية الصغيرة « وبات لزاما على المؤسسات الصناعية والشركات المنتجة أن تواكب هذه التغيرات سعيا للتعريف بمنتجاتها والترويج لها في الأسواق في ظل المنافسة واسعة»² حيث سهل الاتصال بين الافراد والمجتمعات.
- ❖ يعد الخطاب الاشهاري همزة وصل بين الناس وخاصة بين المستهلك والمتلقي حيث يوظف لغات وثقافات مختلفة.³

¹ ينظر: تحليل الخطاب، فنية وفاعلية العلامات في الخطاب الاشهاري، www.face.com، 19 يناير 2016،

21:18 سا

² فوزية كريبط، لغة الخطاب الاشهاري التلفزيوني.

³ ينظر: فوزية كريبط، لغة الخطاب الاشهاري التلفزيوني.

الفصل الثاني

نماذج تطبيقية مختارة

عناصر الفصل:

❖ النموذج الأول: موبيليس

*التعريف بالمؤسسة

*دراسة الألوان

*دراسة اللغة

*الملابس المستعملة

❖ النموذج الثاني: كوندور

*التعريف بالمؤسسة

*دراسة الألوان

*دراسة اللغة

*دراسة الشخصيات والملابس المستعملة

❖ النموذج الثالث: مكيف الهوائي براوند

*التعريف بالمؤسسة

*اللغة الموظفة في الاشهار

*دراسة الألوان

*الشخصيات الموظفة

❖ النموذج الرابع: كسكس عمر بن عمر

*نبذة حول المجمع

*دراسة اللغة

*دراسة الألوان

النموذج الاول: موبيليس/ mobilis

تعد موبيليس فرع من فروع «اتصالات الجزائر وأول متعامل للهاتف النقال بالجزائر، موبيليس أخذت استقلاليتها كمتعامل مند أوت 2003»¹ وتسعى هذه الشركة منذ نشأتها تقديم العديد من المزايا لمستخدميها و تحقيق العديد من الأهداف نذكر منها :

«تقديم أحسن الخدمات

التكفل الجيد بالمشتركين لضمان وفائهم

الابداع

تقديم الجديد بما يتماشى والتطورات التكنولوجية وهذا ما مكنها من تحقيق ارقام اعمال مهمة وتوصلها في وقت قصير الى ضم 20 مليون مشترك»²

كما أنّها تقدم ضمان جي أس ام GSM، جي بي ارس GPRS الانترنت اللاسلكي إضافة الى خدمات الجيل الثالث وخدمة التجوال الدولي، كما أنّها تمتلك أكثر من 110 وكالة تجارية وشبكته تغطي 47 من مساحة الجزائر³

وأخذنا هذه اللوحة الاشهارية كنموذج لتحليلها من عدة نواحي أهمها: الألوان، اللغة، وكذا الملابس والشخصيات المستعملة

1- موقع موبيليس www.mobilis.dz 17.25 2020/03/21

2- المرجع السابق

3 ينظر: نبذة عن شركة موبيليس الجزائرية، مؤلف مجهول، مدونة اتصلوا

Formules sur mesure

عندنا المشتري يدير رايو
كي السلطان في دارو!

- 50 رسالة قصيرة أو 100 رسالة قصيرة
- حتى 4 أرقام مفضلة غير محدودة 24/24
- 500Mo/1Go 2Go/ 5Go أنترنت
- 2Sa/4Sa أو 8Sa مكالمات نحو كل الشبكات

x2 خلال شهر رمضان المعظم موبيليس يضاعف مدة المكالمات و حجم الأنترنت على كل عروضها.

HUAWEI Y221 4100 دج

mobilis

دراسة الألوان:

اللون الأخضر:

وهو اللون الغالب المعتمد لدى مؤسسة موبيليس لعل السبب في ذلك هو «الدليل على انتمائها الوطني والاعتزاز به من جهة والتأكيد على الرغبة في التجديد والتعبير والبحث الدائم عن أفضل من جهة أخرى»¹ يحمل كما أنه الدلالات أخرى فهو لون الطبيعة والراحة والهدوء.

استعمل هذا اللون منذ القديم «لمساحات الألعاب والسجاجيد... كما أنه لون الطبيعة بارد و ندي يجعلنا نشعر أن الوقت يمر بسرعة، ضروري للاتزان على المستوى العصبي لون متوازن جداً، رمز الربيع، يحمل الى الراحة و الهدوء انه لون الطبيعة و الحياة»² و لعل هذا ما جعل موبيليس تستعمله كلون أساسي تعتمد عليه

1 زينب مشري، منى مرزاق الأساليب الاقناعية في اشهارات موبيليس التلفزيونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر، 2014 2015، ص 86 .

2 ابن الجوليبي الأخضر ميدني، الفيض الفني في سيميائية الألوان عند نزار القباني، (دراسة سيميائية لغوية في قصائد من الاعمال الشعرية الكاملة)، مج 2، مجلة جامعة دمشق، دمشق، سوريا، 2005، ع (4+3)، ص 115

استخدم اللون الأخضر في هذه اللوحة الاشهارية بصفة غالبية حيث استعمل في خلفية اللوحة وكذا في الملابس الشخصيات الممثلة سؤاء في البدلة الرسمية وحتى في الزي التقليدي

اللون البنفسجي

ثاني لون من الألوان المستخدمة في هذه اللوحة الاشهارية هو البنفسجي واستعمل ثلاث (03) مرات بدرجاته المختلفة فهو «لون من الوان الطيف يرمز في دلالاتها الى الالام و الحكمة»¹ و يقال انّ هذا اللون يساعد على تغذية مراكز الفهم ، حيث اطلق الفرنسيون على اخذ أنواع الورود زهرة البنفسج و التي تعني باللغة الفرنسية التفكير²

استخدم هذا اللون في اللوحة الاشهارية من خلال لافتات ، فاستعمل مرة بدرجات الفاتحة و أخرى داكنة .

اللون الأحمر

يعتبر اللون الأحمر من الألوان القوية و الأساسية اذ يستعمل هذا اللون غالبا للفت انتباه، و لعل هذا ما دفع بصاحب الاشهار كتابة العرض داخل لافتة حمراء اذ « يمتلك ميزة الظهور و التمييز ليكون اقرب مما عليه و بالتالي يتمكن من الاستيلاء على انتباهنا أولاً، لذلك يستخدم في إشارات المرور في انحاء العالم»³ فهو لون مميز ومن الألوان المفضلة لدى اغلب الناس.

¹صديقة معمر ، شعرية الألوان في النص الشعري الجزائري المعاصر فترة (1988-2007)، مذكرة لنيل الماستر في الادب الجزائري ، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009-2010، ص 109

²ينظر: صابرين السعو ، ماذا يعني اللون البنفسجي، موقع موضوع ، 2018، 5:40

³الاء أبو علو ، الدلالات النفسية للألوان و بماذا يوحي ، موقع أكاديمية نيروننت . www .neronet-.academy.com 2016 19 :42

كذلك من الأمور التي نجد يدل عليها هي القوة والطاقة والتحفيز و لفت الانتباه و لعل هذا ما يفسر لنا سبب استخدامه خلال الاشهارات و في هذه اللوحة استخدم للكتابة عليه عرض قدمته الشركة لمستخدميها خلال شهر رمضان، و يرى البعض أنه من الألوان التي تدفع بالمتلقي الى التفكير¹

اللون الأبيض

يعتبر اللون الأبيض مصدر لكل الألوان حيث يرمز الى النقاء و البراءة و الكفاءة و الوضوح و لعل اهم ميزة يمتاز بها هذا اللون و التي تفرقه عن بقية الألوان هي قدرته على التقليل و التخفيض من حدة أي لون اخر بجانبه ، و في هذه اللوحة لم يستعمل كثيرا حيث استعمل مرة في كتابة الأرقام و الكلمات و استعمل في خلفية اللوحة الاشهارية.

اللون الأصفر

يعدُّ اللون الأصفر من الألوان التي ترمز الى الاشعاع و الإضاءة و لعل أول شيء نتذكره عند ذكرنا اللون الأصفر هو الشمس و الذهب ، و بالتالي نستطيع القول ان هذا اللون هو لون الفرح و السرور و البهجة كما انه له دور فعال في تأثير على تفكير الانسان و لفت انتباهه².

يعتبر اللون الأصفر بجميع درجاته المختلفة من الألوان التي تعزز الثقة بالنفس الإنسانية وترفع الروح المعنوية، وفي هذا الاشهار لم يستعمل الا من خلال لافتة واحدة كتب ليا عرض من عروض.

¹ ينظر: كلود عبيد، الألوان (دروس تصنيفها مصادرها رمزياتها و دلالتها)، تح: محمد محمود، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع ، بيروت، لبنان، ط1، 1434- 2013، ص80.

² ينظر: حمقاني فائزة ، دلالة اللون الأصفر في القرآن الكريم ، مجلة الأثر ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، الجزائر ، ديسمبر 2015 ، ع 23 ، ص87.

دراسة اللغة

كما ذكرنا سابقا ان لغة الخطاب الاشهاري الجزائري معروفة بالمزج بين ثلاث مستويات (اللغة الفصحى، العامية ، الأجنبية) و لعل الغاية من هذا المزج هو تأكد المرسل من وصول الرسالة الى المرسل اليه» فالقيمة الاقناعية للصورة في الخطاب الاشهاري لا تتحقق نجاحها الى في ضوء النسق اللغوي¹ فمهما تنوعت الألوان و الألبسة لا تكتمل الدلالة الا بالغة.

و الملاحظ لهذه اللوحة الاشهارية يجد ان اللغة تنوعت ما بين الفصحى نحو (خلال شهر رمضان المعظم موبيليس يضاعف مدة المكالمات و حجم الانترنت على كل عروضها) كذلك (مكالمات نحو كل شبكات. ارقام مفضلة . رسالة قصيرة) كان هذا بالنسبة للعبارات التي وردت بالغة الفصحى او ما تعرف بالغة الوظيفية .

اما بالنسبة للغة العامية فنجد عبارة فنجد عبارة (عندنا المشتري يدير رايو كي السلطان في دارو) مرفوقة بعلامة التعجب حيث استعملت هذه العبارة بالعامية و هي لغة سهلة و بسيطة تستعمل لكي يكون اشهار ناجحا و هادفا موجهها الى كافة الناس ، و لعل الغاية من ذلك هو تأثير على المستهلك إضافة الى استعماله كلمة السلطان و التي ترمز الى السلطة و القوة و النفود.

و أما اللغة الأجنبية المستعملة في هذه اللوحة الاشهارية فنجد مثلا عبارة **formules sur mesure** و التي تعني بها صيغ مصممة خصيصا ، كذلك نجد اسم شركة مكتوبة بالغة الأجنبية **mobilis** و إضافة الى نوع الهاتف **Huawei** .

و بهذا نجد أنّ صاحب الاشهار حاول المزج بين ثلاث لغات الفصحى و العامية إضافة للغة الأجنبية، و هذا راجع الى اعتماد المجتمع الجزائري على المزيج بين اللغات في حياته اليومية ، لهذا

1 فوزية كريبط ، لغة الخطاب الاشهاري التلفزيوني (دراسة وصفية تحليلية) ، موقع اليف www.aleph-alger2.edinum.org

نستطيع القول أنّ المرسل أو المنتج نجح في استعماله اللغة ذلك لأنّه مزج بين ثلاث مستويات من اللغة و هكذا يستطيع التأكد من وصول رسالته اشهارية الى أكبر عدد ممكن من المشاهدين .

الملابس المستعملة

___ استعمل في هذه اللوحة الاشهارية نوعين من الملابس

أولهما: التقليديّة حيث يعتبر « اللباس التقليدي الأصيل من المقومات الثقافية المبسطة لانتماء الحضارة لأعرافها التراثية التي تبرز صمودها و ارتفاعها في التمسك بالهوية الذات و التعرف بتقاليد المنطقة »¹ و اللباس المستعمل في هذا الاشهار هو لباس تقليدي لسلاطين و الملوك ، و هنا تظهر العلاقة بين هذا الزي و هو لباس السلطان بالعبارة التي استعملت بالغة العامية (**عدنا المشتري** **يدير رايوكي السلطان في دار**) ، فجاءت بينهما علاقة تكاملية .

ثانيا : اللباس الرسمي و هي تلك البدلة التي تدل على « الجدية و الصرامة في تقويم الرسالة الاشهارية »² و يث جاءت لون ربطة العنق بالون الأخضر الذي ذكرنا دلالاته سابقا كما جاءت هذه البدلة لتدل على المعاصرة و الحداثة ، و بالتالي الملابس التي استعملت في هذه اللوحة الاشهاري ربطت بين الأصالة و المعاصرة.

وفي الأخير نستطيع القول أنّ صاحب الاشهار وفق في هذه اللوحة الاشهارية، حيث استطاع المزج بين العناصر اللغوية و غير اللغوية و بين الأصالة و المعاصرة.

¹ يانيس حساس ، اللباس التقليدي الجزائري اصالة ثقافية لمعالم حضارة صامدة ، موقع المحور اليومي www.almihwar.com 07 افريل 2018 ، 14:17 سا.

² زينب مشري، منى مرزاق، الأساليب الاقناعية في إشهارات موبيليس التلفزيونية، (دراسة تحليلية لعينة من اشهارات موبيليس التلفزيونية)، ص 126.

النموذج الثاني: كوندور *condor*

هي احدى الشركات الجزائرية التي تتقدم الى عالم الصناعة الهواتف الذكية و تدعى باسم كوندور و لها العديد من الصناعات الالكترونية و تقع في برج بوعريريج ،وهي احدى المدن الشرقية بالجزائر وحصلت هذه الشركة على العديد من الجوائز العالمية ومن بينها المنظمة الدولية للمعايير ISO وقامت الشركة بإنتاج حوالي 30 هاتف ذكي حتى الآن.¹

من بين السمات التي تتسم بها هذه الشركة نذكر منها:

1. أغلبية منتجاتها تتضمن التكنولوجيا العالية
 2. تحقيق منتجاتها النجاح على مستوى السوق الجزائرية.
 3. يرتكز نجاح هذه الشركة على العامل البشري بشكل أساسي سواء كانت رجالا او نساء فهي تعتبر من العناصر الرئيسية لهذه الشركة² ولعل هذا ما نلاحظه من خلال اشهارات كوندور والتي سوف نتطرق لدراسة احدى هذه الاشهارات.
- وبحديثنا عن هذه الشركة حاولنا الوقوف على احدى اشهاراتها وهو اشهار لهاتف كوندور griffe t8 وهو اشهار مثله المنتخب الوطني، إضافة الى ممثلين آخرين حيث تنوعت فيه اللغات والألوان والخلفيات واختلفت

دراسة الألوان:

اللون الأبيض: من الألوان المحببة والمفضلة لدى اغلب الناس هو اللون الأبيض، فهو من الألوان التي ترمز الى «الروح الإيجابية كما يرمز الى الإسلام والى الطهارة والصفاء والنقاء

¹ ينظر: شركة كوندور العربية وعالم صناعة الهواتف الذكية، موقع موبى هال، www.mobihall.com، 5/15، 20120 16:07 سا.

² ينظر: بخصوص كوندور، كاتب مجهول، موقع كوندور www.condor.dz 2 يناير 2015 ، 16:57 سا.

والاشراق والنور والتفاؤل والبراءة»¹ فهو مصدر لجميع الألوان و الملاحظ في هذا ان اللون الأبيض تكرر بكثرة واستعمل في ملابس الممثلين ولباس منتخب الوطني اضافة الى البائعة وحتى الخلفيات كانت باللون الأبيض ولعل السبب في ذلك يرجع الى الميزات التي يحملها هذا اللون

تستعمل معظم الاشهارات الحديثة اللون الأبيض سواء في القنوات او حتى الملصقات بصورة واضحة وهو « اللون اكثر اشتراكا في الاشهارات بتنوعاتها واشكالها ومصادرها الاجتماعية رغم الاختلافات المرجعية لكل مصدر للإشهار كونه يحمل الدلالات الإنسانية المشتركة كالحرية والفرح والامل وهو مبتغى كل مضطهد و مظلوم واسير بأمل في التحرر والعيش افضل»² ولعل هذه الأسباب جعلته يتصدر كل الألوان ويستعمل في اغلب الاشهارات

اللون الأخضر: وهو الراية الجزائرية ولعل هذا ما جعل صاحب الاشهار يوظفه في ذه اللوحات الاشهارية فهو ذليل على انتماء الوطني، إضافة الى دلالات أخرى يدل عليها هذا الأخير ومن أبرزها الطبيعة اذ «يرتبط بشكل مباشر برموز الحياة وعندما يميل نحو الأصفر يكسب الحيوية والنشاط ويتسم بالفر والحيوية»³ فهو لون السلام والراحة ولون النشاط والشباب

استعمل اللون الأخضر في هذا الاشهار عدة مرات، حيث نجده في الطبيعة التي

تواجدوا فيها كذلك في الملعب اضافة الى كتابة عبارتين (الذراير) و (الخضرا) وهي القاب تلقب بها الجزائر ولعل هذا ما يدل على الوطنية والاعتزاز بها

1 كلثوم مدقن ، لغة الاشهار وظائفها انماطها وخصائصها، مجلة الأثر، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، الجزائر ديسمبر 2017، ع 29، ص 157

2 كلثوم مدقن ، لغة الاشهار وظائفها انماطها وخصائصها، ص 151.

3 سمية قايد، سامية منصور، صورة المرأة في الاشهارات بجريدة الشروق اليومي الجزائري (دراسة سيميولوجية)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2016-، 2017، ص 21.



اللون الأحمر: وهو من الألوان العلم الجزائري، حيث يعتبر من « الألوان التي تلفت الأنظار وتؤثر في الاستجابات العاطفية لمشاهدي الاشهار»¹ فهو يملك الطاقة التحفيزية و القيادية، يستعمل هذا الأخير كثيرا خاصة في الاشهارات الجزائرية ولعلل السبب في ذلك هو قوة التأثير التي يمتلكها هذا اللون.

واستعمل هذا اللون الأحمر في هذا الاشهار من خلال كتابة العبارات التالية:

الدزائر في قلبنا

والخضرا في ذمنا

وإذا تأملنا في هذه العبارات نجد أن اللون الدم والقلب احمر إضافة الى لون العلم الجزائري وبهذا يمكننا القول أن اللون احمر له دور هام في العلامات الاشهارية.

اللون الأزرق: يعتبر اللون الأزرق من الألوان الباردة التي ترمز الى الراحة والهدوء

والصفاء فهو لون السماء

1 كلثوم مدقن، لغة الاشهار وظائفها انماطها وخصائصها، ص151.

ومن أبرز الدلالات التي يشير اليها اللون الأزرق هو التكنولوجيا، لكن الاشكال الذي يبقى مطروح هو: ما هو سبب استخدام هذا اللون في اغلب المؤسسات الاشهارية وبصفة متكررة؟

يعدُّ اللون الأزرق لون أكثر استعمالاً في العالم الاشهاري، وفي القطاع تكنولوجيا تستخدم كل من شركتان (مايكروسفت) و(جوجل) اللون الأزرق لأنه يعبر عن الامن والهدوء والراحة واهم شيء هو التكنولوجيا

استعمل هذا اللون بصفة متكررة في هذا الاشهار حيث استخدم في الملابس والخلفيات وحتى كتابة العلامة الاشهارية (condo)

اللون البرتقالي: وهو مزيج بين لونين الأحمر والاصفر وتعود سبب تسميته الى فاكهة البرتقال ويعتبر هذا الأخير «لون المرح وبما انه مزيجاً بين الأحمر والاصفر فانه يعمل على تحفيز ردود الفعل الجسدية والعاطفية»¹ فهو من الوان الطاقة والتي تعبر عن السعادة والهدوء.

استخدم اللون البرتقالي في هذا الاشهار مرتين:

الأولى كانت من خلال المعدات الرياضية التي كانت في الملعب خلف اللاعب ، اما المرة الثانية فنلاحظها في لباس اللاعب حيث انها توجد الوان أخرى للباس المنتخب الوطني لكنه اختار اللون البرتقالي ولعل السبب في ذلك هو انه لون يدل على النشاط والامن ومن الأوان الرياضية فكثير من الفرق الرياضية تتخذه كلون أساسي.

¹ الاء أبو علو، الدلالات النفسية للألوان وبماذا توحى؟، 2:53 سا.

دراسة اللغة:

كما ذكرنا سابقا لغة الخطاب الاشهاري الجزائري مزيجا بين ثلاث لغات اللغة الفصحى والعامية إضافة الى اللغات الأجنبية وغالبا ما تكون فرنسية وفي هذا النموذج استعمل هذا المزيج لكن اللغة الغالبة والتي كانت مهيمنة هي اللغة العامية.

مما لا شك فيه أن الهدف والغاية من استعمال اللغة العامية هو الاقناع والتأكد من وصول الرسالة الى كافة الناس لأنها لغة الجميع فهي لغة تفهم من قبل جميع الاعمار والمستويات فالجميع يتواصل بها ومن بين العبارات التي وردت باللغة العامية نذكر منها: كوندور تشكيلة الخضرا، كي شغل محرز راح يتبري كورفرون، حطة وتتكلم عليه، باتري تاغو كيما عطل انت تعيا وهي ماتعياش، صحيح ويجيب حقو، تيليفون تاغ محرز.... كان هذا بالنسبة للعبارات التي وردت بالعامية فهي عبارات بسيطة وواضحة تفهم من قبل جميع.

Condor
Prenez votre envol !

**الجزاير في قلبنا
و الخضرا في دمنا**

الراعي الرسمي للإتحاد الجزائري لكرة القدم و الفريق الوطني



أما اللغة الفصحى أو ما تعرف باللغة الوظيفية فوردت بنسبة قليلة وذلك في آخر الاشهار ونذكر منها: الراعي الرسمي للاتحاد الجزائري لكرة القدم والفريق الوطني فوردت هذه العبارة فقط ذلك لكي يكون الاشهار مفهوم من قبل الجميع.

أما اللغة الفرنسية فهي كذلك سيطرت على هذا الاشهار، حيث استعملت كثيرا ولعل السبب في ذلك راجع الى طبيعة المجتمع الجزائري فكما هو معروف غالبا ما نجد في كل دولة ازدواجية اللغة والجزائر تعرف في كلامها بالمزج لغتين العربية والفرنسية ومن بين المفردات التي وردت باللغة الفرنسية نذكر منها: **batterie, précision** ، **design, puissance** ، **sécurité, écran large**

وأما في آخر الاشهار فوردت اسم ماركة باللغة الأجنبية إضافة الى عبارة أخرى

وهي: **Condor prenez votre envol!**



ومن خلال تحليلنا للغة هذا الاشهار يمكننا القول إن اللغة الغالبة والتي هيمنت على الاشهار هي اللغة العامية، ولعل السبب في ذلك هو كما ذكرناه سابقا هو التأكد من وصول الرسالة الى كافة الناس ذلك لأن الجميع يتواصل بها.

ثم تليها بعد ذلك اللغة الفرنسية ذلك لأن المعروف عند المجتمع الجزائري التواصل بها كلغة ثانية، فالجميع يستعملها كلغة ثانية ومعظمهم يجيدها ولعل السبب في ذلك هو تاريخي يرجع الى استعمار فرنسا، وأما اللغة الفصحى فاستعملت بنسبة قليلة جدا بل كادت تنعدم في هذا الاشهار ولعل في السبب في ذلك هو ابعاد اللبس والابهام والتأكد من وضوح ووصول الغاية المرجوة من الاشهار.

الشخصيات والملابس المستعملة:

استعمل في هذا الاشهار المنتخب الوطني كعنصر أساسي ولعل الغاية المرجوة من هذا هو تأثير على فئة الشباب بدرجة الأولى ثم تليها البقية، فمن منا لا يحب المنتخب الوطني؟

تستخدم العديد من الشركات الحديثة رياضة كوسيلة لجذب الناس فمع « ظهور أسماء تلك الشركات على ملابس الرياضيين وفي الملاعب وفي نشرات الاخبار وعلى الألبسة والدعاية في أسواق عموما ... يمكن الجزم بأن الشركة المعنية ستكون الفائزة بتحقيق اغراضها»¹ ذلك لأنها ستكون متأكدة من العنصر التي استعملته للترويج لسلعتها والدليل على ذلك هو استعمال اسامي منتخب الوطني وتشبيهم الهاتف ومكوناته لهم.

¹ نعمان عبد الغني، الاشهار الرياضي، صحيفة المثقف، موقع المثقف - أفلام الحرة www.almothaqaf.com ع

و في آخر الاشهار نستطيع القول أن الاشهار وفق نوعا ما في دمج بين جميع العناصر ومكونات الاشهار من الوان وملابس وشخصيات وذلك لضمان وصول الرسالة الى المتلقي بصفة ناجحة ومشوقة .

النموذج الثالث: براوند Brandt

نبذة عن المؤسسة: هي عبارة عن مؤسسة متعددة الجنسيات تضم مجموعة من الشركات تتوفر على مصانع لصناعة الأجهزة الكهرومنزلية والالكترونية ومنتجات الاتصالات السلكية واللاسلكية تأسست سنة 1924 عن طريق ايدغار برانت وتم فتح فرع في الجزائر وبالتحديد في مدينة سطيف لصناعة¹ مختلف الاجهزة²



تمثل الصورة لمنتوج كهر ومنزلي داخل غرفة منزل أين رافقت المنتج صورة امرأة وابنتها بالإضافة الى ديكور وهو عبارة عن اريكة حيث مثلت قاعدة صورة

¹ سمية فايد، سامية منصور، صورة المرأة في الاشهارات

² موقع ويكيبيديا، www.wikipedia.org

اللغة الموظفة في الاشهار:

يتوقف نجاح العملية التجارية على حسن اختيار الوسائل والآليات التعبيرية والتي تكون أكثر فاعلية للتوصيل الرسالة واللغة في هذا السياق السبيل الأول لتحقيق الهدف بحيث جاءت التركيبة اللغوية في الصورة والمتمثلة في (عيشوا أوقات منعشة مع كل عائلة) باللغة العربية القريبة الى العامية المستخدمة في المجتمع الجزائري للدلالة على أن المنتج متوفر في الجزائر¹

ومن جهة أخرى اكتسبت عبارة دلالة واضحة المعالم ومفهومة من طرق مختلف الشرائح والفئات العمرية أين اول المروج استخدام اللفظ البديهي والبعيد ن اللبس والغموض لضمان تحقق الرسالة الاشهارية وبالتالي جلب الزبائن وكسب ثقة الجمهور² بالإضافة التناسق بين الجانب اللساني والايقوني في الصورة والمتمثل في ردة فعل الام وسعادتها والطاقة العاطفية الناجمة عنها من خلال ضمها لابنتها في الصورة ما يعكس جودة المنتج وقدرته على تلطيف الأجواء.

وأسفل النص الاشهاري مباشرة توجد نص آخر والمتمثل في خدمة ما بعد البيع وهذا ما يزيد الاشهار بعده الدلالي لتشجيع المتلقي نحو استهلاك السلعة بالإضافة شهادة ضمان والمقدرة بخمس سنوات ما يساهم بشكل لافت في اقناع المشتري واحساسه بالراحة في أسفل الصورة فجاءت علامة المنتج بلغتها الاصلية للدلالة على أن المنتج من اصل اجنبي ليتبعها في اسفل مباشرة شعار دائما وفي أي وقت باعتبار أن المنتج يرافق المستهلك في كل الأحيان والاوقات من اجل إضفاء الجودة والضمان والذي بدوره يساهم في خلق جو الاطمئنان والراحة ومن جهة أخرى للتذكير بأن الخدمة متوفرة وبقوة.

¹ ينظر: سمية فايد، سامية منصور ، صورة المرأة في الاشهارات ، جامعة محمد بوضياف، المسيلة ، الجزائر، 2016-، 2017 ص31.

² ينظر: رضا عامر، إشكالية توظيف اللغة العربية في الافئات محلات تجارية، المركز الجامعي مسيلة، الجزائر 2015 ص13

دراسة الألوان:

يحمل اللون في طياته معاني جمّة وعميقة مما يكسبها البعد الدلالي يتجسد في شكل ادراكي عاطفي للتعبير هذا ويلجأ مصممو الاشهار عادة الى استخدام وانتقاء الألوان الملفتة للنظر بغرض التأثير على المتلقي ومن خلال الصورة الاشهارية التالية نلاحظ بأنه تضمن نوعين اساسيين من الألوان وهما الأحمر والأزرق الى جانب ثلاثة ألوان ثانوية وهي الرمادي والأبيض والأزرق¹

يتجلى استخدام اللون الأحمر في الاشهار في عدة مواضع منها السعر الذي كتب بالأحمر ورمز العلامة التجارية المعروفة brand وكذلك في الخلفية الضمان وهو لون في غالب يحيل على القوة والوضوح والجاذبية باعتباره من الألوان الساخنة الملفتة للنظر.

أما اللون الأزرق فتجلى في الاريكة والتي تمثل القاعدة أين يرمز الى الهدوء والراحة النفسية والمعنوية ما يعكس تناسق مع صورة الأم وحالتها النفسية والراحة والاطمئنان التي تشعر به أما اللون الأبيض فجاء في الخلفية ليدل على النقاء والصفاء والاطمئنان الذي يخلفه المنتج في البيت والدفيء العائلي

أما المنتج والمتمثل في المكيف الهوائي فقد خصص له اللون الرمادي والذي يعتبر من الألوان الحيادية

واستخدم كذلك اللون الأسود في عدة مواضع اغلبها الكتابة مثل شعار عيشوا أوقات منعشة مع كل العائلة وكذلك ارقام الهاتف والمعلومات الخاصة بالجهاز الى جانب الشعار في أسفل الصورة دائماً وفي أي وقت وخدمة ما بعد البيع هذا وتم توزيع هذا اللون على طول وعرض الصورة ولم يتموقع دفعة واحدة واحدة لكي لا يآثر وتبث النظر وهو ما يجعله يؤذي دلالة واضحة وقوة وصلابة .

¹ ينظر: كلثوم مدقن، لغة الاشهار ووظائفها انماطها وخصائصها، ص151

وعليه اذى المزج بين هذه الألوان وتدرجها على ظهور الاشهار بشكل واضح ومما يسهل فهمه وادراكه بشكل ملفت.

الشخصيات: يوظف الاشهار بمختلف وسائله المرئية والمسموعة والمقروءة صوراً للمرأة وذلك لما لها من قدرة على الاقناع والتأثير ومن ثمة تحقيق الهدف المرجو من الاشهار وهو جلب المتلقي ومن اهم الصور التي تتناول المرأة في الاشهار صورة المرأة ربة المنزل أو البيت¹ وهذا ما يتضح جلياً في الصورة وهو توظيف عنصرين أساسيين اوها المرأة والطفلة حيث برزت الام وهي مستلقية على الأريكة وهي محتضنة لابنتها في حالة تطابق الاجساد ما يعكس دور المرأة كأم حنون في جو عام يحيل الى احساسها الرهيف وشعورها بالراحة والأمان بعد استخدامها للمنتوج.

بالإضافة الى الملامح المرسومة على وجه المرأة من خلال ابرازها للابتسامة التي تعكس الشعور بالسعادة الذي يوفره المنتوج بعد استخدامه والذي ينعش البيت ويلطف الجو وبالتالي يحدث حالة إيجابية تتولد لدى المرأة²

النموذج الرابع: عمر بن عمر



3

نبذة حول مجمع عمر بن عمر: هو عبارة عن شركة عائلية تأسست سنة 1984 من طرف الاب عمر بن عمر بمدينة قالمة ليتولى الأبناء مهمة تسيير الشركة بعد الوفاة والدهم حيث أصبح

¹تابتي عائشة، صورة المرأة في الاشهار التلفزيوني وتأثيرها على الجمهور المتلقي، تحليلي سيميولوجي لوصفة اشهارية تلفزيونية، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة مولاي القادر، سعيدة، الجزائر، 2014/2013، ص 56

² ينظر: سمية الفايد، سامية منصور، صورة المرأة في الاشهار ص32

³ سامية منصور، سمية فايد، صورة المرأة في الاشهارات

اليوم مجمعا يضم 03 شركات وهي شركة المبرات cab وشركة مطاحن عمر بن عمر mab التي تتولى تحويل وإنتاج القمح الصلب بالإضافة الى شركة العجائن بمختلف أنواعها مثل الكسكس¹ وهو موضوع الصورة الاشهارية التي سنقوم بدراستها.

دراسة اللغة:

تعد اللغة العربية أداة تواصل فكري واجتماعي واقتصادي بين افراد المجتمعات لهذا يلجأ الاشهار في غالب الأحيان الى استخدام اللغة الواضحة القادرة على أداء المعاني² تتضمن الصورة الاشهارية في جزئها العلوي من الجهة اليمنى وبخط متموج اسم المؤسسة المصنعة (عجائن عمر بن عمر) ومن اليسار شعار مؤسسة جاءت اللغة سهلة بسيطة وواضحة ومن الأسفل وبالتحديد في الوسط نجد الكتابة باللغتين العربية والأجنبية وبالتحديد الإنجليزية وذلك لأن الاشهار يروج له في بلد عربي الامارات (أبو ظبي) وتعد هذه اللغة المستخدمة في ثقافتهم.

الكسكس الجزائري ذوق المغرب العربي

THE Couscous algerain au arabian Maghreb

أما ذوق المغرب العربي فهذه العبارة تحيل الى اصالة المنتج وتمثيله التراث والعادات المشتركة في المغرب الري ومن ثمة خروجه من النطاق المحلي للعالمية والملاحظ ان العبارة تمركزت في الجانب العلوي من اجل الظهور والبروز ولفت انتباه حيث كتبت بخط سميك ما عدا الذوق المغرب العربي

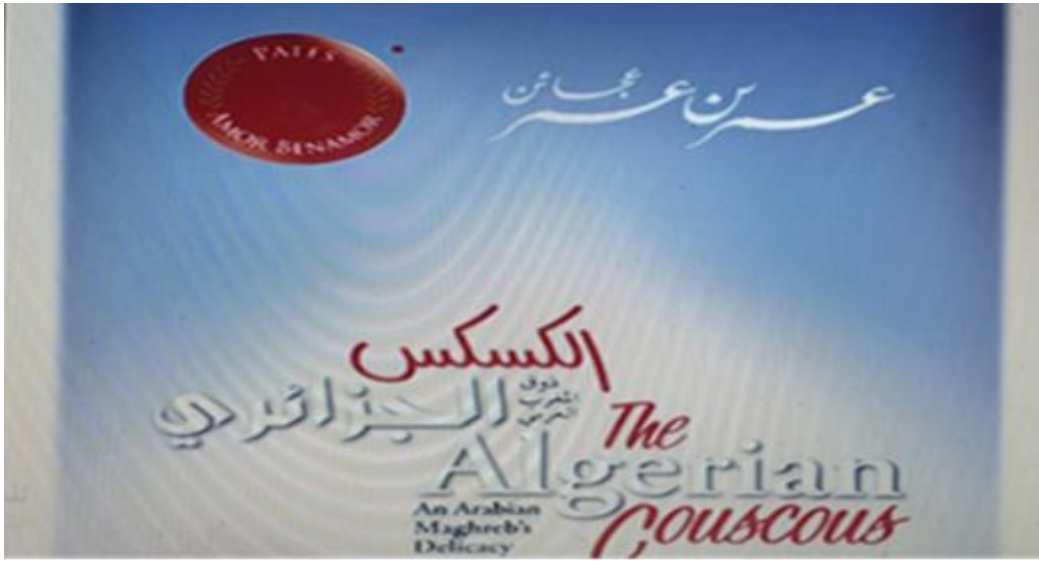
أما بالنسبة لعلبة المنتج فنجدها اسفل الكتابة ومكتوب عليها اسم شركة (عمر بن عمر) وأيضا نوعية المنتج بلغتين مختلفين العربية (كسكس متوسط) وبالفرنسية (COUSCOUS)

¹ ينظر: ويكيبيديا، www.wikipida.cm

² ينظر: كلثوم مدقن، لغة اشهار، ص151 (سذ)

(moyen) وهي اللغة المستعملة في الجزائر للدلالة على انتقال المنتج من المحلية الى العالمية

الى جانب تضمن الصورة لمجموعة من البيانات التعريفية في الأسفل على اليسار والمتعلقة بالوكالة التجارية وموقعها (رقم الهاتف بكل من لغتين العربية و الإنجليزية باعتبارها اللغة الثانية للبلد المروج له.



دراسة الألوان المستعملة:

يشكل اللون فن من الفنون التعبيرية الإيحائية فله معاني جمّة وعميقة تترك بصمتها في نفس المتلقي وبالتالي فالألوان من أكثر المكونات الصورة الشهيرة كونها تتيح فرصة التعبير عن فكرة الشهارة بأسلوب جذاب نطري توظيف الألوان التي من شأنها جذب الانتباه.¹

تنوعت الألوان الموظفة في الصورة أين يظهر اللون الأبيض في الأعلى بالضبط في خط عجائن عمر بن عمر والصحن التي يقدم فيه المنتج ودرجة أقل في الخلفية الصورة وغالبا ما يكون هذا اللون محببا الى قلوب لأنه يبعث على الأمل والتفاؤل والصفاء وغالبا ما يحمل الدلالة الإيجابية.

¹ ينظر: امينة رقيق، بلاغة الخطاب المكتوب دراسة التقنيات الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية، رسالة مقدمة لنيل دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013/201 ص235

إضافة الى توظيف اللون الأزرق الفاتح وهو لون مرتبط بالماء والسماء ويحمل دلالة الهدوء الى جانب عكسه للثقة والبراءة.¹

إضافة الى اللون الأصفر والذي تمثل في لون الكسكس في اللبة وبالضبط في خط كسكس ولون السنابل في العلامة وهو لون يرمز في الغالب الى الشمس كما يرمز الى الذهب أي الشيء النفيس² والذي يتمثل في الكسكس والسنابل التي ترمز الى العطاء والرزق وبالتالي الحياة .

أما بالنسبة للون الأحمر فاستخدم في كيس الكسكس بالإضافة انه تم استعماله في الكتابة مثال: الكسكس. the couscous. وكذلك لون العلامة وهو يعد من اقوى الألوان وهو ذو طبيعة وحيوية وهذا ما يجعله يرمز الى الرغبة الجارحة والطموح مما يساهم في إضفاء لمسة الظهور والبروز

كذلك تم استخدام اللون الأسود في خط الكتابة مثال : الذوق المغرب العربي an arabian an Maghreb delicacy وكذلك في نفق العلبه والمعلومات الخاصة بالمنتوج ومكان الترويج يحمل هذا اللون العديد من دلالات أما كلون موظف في العلبه وفي الصورة فهو يرمز الى القوة والوضوح³ مما يشكل نسقا متناسبا مع بقية الألوان الموظفة مما يضفي صبغة البروز والوضوح.

وفي الختام الفصل التطبيقي وبعد ما تعرضنا الى مجموعة من النماذج المختارة من الخطابات الاشهارية الجزائرية استخلصنا بعض النقاط والملاحظات وهي كالتالي:

¹ ينظر: مرفية اباد، رسول بلاوي، دلالات الألوان ف*ي شعر يحيى السماوي، مجلة اضاءات نقدية ايران، 2012. ع8 . ص28

² ينظر: حنان بومالي، سيميولوجيا الألوان وحساسية التعبير الشعري عند صلاح عبيد الصبور، مجلة الأثر . معهد الآداب واللغات، مركز الجامعي ميله، الجزائر، 2015. ص145

³ ينظر: المرجع السابق، ص 142

- ✓ بالنسبة لأول نموذج والذي كان متمثل في "موبيليس" نستطيع القول انها لوحة جيدة فقد ربطت بين العناصر اللغوية وغير اللغوية وكذلك بين الاصاله والمعاصرة كما انها استعملت العناصر والعلامات الملفة للنظر من لباس والوان وحتى العروض التي قدمتها الشركة
- ✓ أما بالنسبة لنموذج "كوندور" استعمل المنتخب الوطني كعنصر أساسي للترويج عن المنتج والذي كان عبارة عن هاتف وهذه الفكرة تعتبر ممتازة للترويج عن سلعة ما، لكن الملاحظ لهذه اللوحة الاشهارية يلاحظ استعمال مصطلحات باللغة فرنسية وبكثرة وهذا هو الاشكال المطروح، ما هو سبب عدم التخلص من التبعية ومن قيود اللغة الفرنسية؟
- ✓ استخدم في نموذج "براوند" مجموعة من العناصر اللغوية وغير اللغوية واستعملت المرأة والطفلة كعنصرين اساسين في الاشهار لكن السؤال الذي يبقى مطروح لماذا تستعمل المرأة كعنصر أساسي في اغلب الاشهارات الجزائرية للترويج عن المنتجات؟ ففي نموذج استعملت المرأة كعنصر أساسي للوحة ولعل السبب في ذلك هو افتقار اللوحة لبعض العناصر خاصة اللغوية منها.
- ✓ أما نموذج الأخير والذي كان ل "عمر بن عمر" استعملت في هذه اللوحة اللغة الإنجليزية وهو شيء جميل نظرا للمكانة التي اخذتها هذه اللغة، لكن الملاحظ لهذه اللوحة يلاحظ أنها تفتقر لعدة من اساسيات الاشهار وخاصة اللغوية ومنها اللغة العربية، فرمما استعملت اللغة الإنجليزية للخروج من نطاق المحلي الى العالمي لكن لماذا لا تكون هذه العملية باللغة العربية وخاصة العامية المستعملة في التواصل بين افراد المجتمع الجزائري.



وفي الأخير ورغم هذا أصبح الخطاب الاشهاري الجزائري يتطور مع مرور الوقت وتوفر الإمكانيات وخاصة في جانب المزج والربط بين العناصر اللغوية وغير اللغوية وبين الاصاله والمعاصرة.

وفي الختام نضع قطراتنا الأخيرة وبعد المشوار الذي خضناه بين التفكير والتعقل في "الخطاب الاشهاري الجزائري بين امتاع الصورة وإقناع اللغة" والى هنا نكون قد وصلنا الى نهاية بحثنا هذا مستخلصين منه ما يلي:

- ❖ يعد الخطاب من الفنون النثرية الأدبية وهو أنواع يتعدد حسب السياقات المحيطة به وحسب المتلقي فمنه الخطاب الأدبي والخطاب غير الأدبي وهو بدوره ينقسم الى أنواع ومنه القرآني والسياسي والإعلامي وأخيرا الاشهاري.
- ❖ ظهر الخطاب الاشهاري منذ أزل فمنذ أن تعلم الانسان مبادلة السلع كان لزاما عليه مبادلة السلعة ولعل أول ظهور له كان في العالم العربي وبتحديد في شمال العراق.
- ❖ يكمن الفرق بين الاشهار والاعلان حسب عدد من الباحثين ومن بينهم معنى عيد في الموقع الجغرافي فقط فالشرق العربي يستخدمون لفظه "الإعلان" وأما المغرب العربي يستعملون لفظه "الاشهار".
- ❖ تتعدد وتختلف أنواع الاشهار بحسب معايير التصنيف من مجالات وميادين ويمكن القول بأن الاشهار ثلاثة أنواع وهو: الاشهار المسموع والاشهار المكتوب وأخيرا الاشهار السمعي البصري.
- ❖ للخطاب الاشهاري وظائف عديدة منها الوظيفة الاقناعية وتعتبر من اهم الوظائف التي يركز عليها الخطاب الاشهاري ثم تليها الوظيفة الاتصالية والجمالية وأخيرا الدلالية.
- ❖ تعتبر كل من الملصقات بأنواعها واشكالها مختلفة والتلفزيون من بين أقدم الوسائل التي استعملت في نقل الرسائل الاشهارية.
- ❖ تشكل اللغة عنصرا أساسيا في الخطاب الاشهاري الجزائري وتمتاز بالمزج بين اللغة الوظيفية والعامية إضافة الى اللغات الأجنبية وذلك لتسهيل والتأكد من وصول الرسالة للمتلقي.

❖ تحتل الصورة مكانة هامة في المجال الاشهاري خاصة في التأثير على المتلقي وجذبه فكريا ووجدانيا وذهنيا، اذ اوضحت في وقتنا الراهن من اكبر المرتكزات الاتصال البصري وتجمع هذه الأخيرة بين عنصرين مهمين وهما: الخطاب اللغوي اللساني والخطاب البصري الايقوني.

❖ من بين النماذج التي تطرقنا اليها في الفصل التطبيقي كانت كما يلي: موبيليس وكوندور وبراوند وأخيرا منتوج لعمر بن عمر.

❖ تركز شركة موبيليس على اللون الأخضر كعنصر أساسي ولعل السبب في ذلك تعبيرها على انتماءها الوطني

❖ تم الربط في النموذج الاشهاري لموبيليس بين العناصر اللغوية والعناصر غير اللغوية وبين الاصالّة والمعاصرة.

❖ تم توظيف عنصر جد مهم في اشهار برواند الا وهو المرأة، اذ تشكل دورا هاما في الخطاب الاشهاري العصري لما لها من قدرة على الاقناع والتأثير وجذب المتلقي.

وختاما نرجو من الله أن نكون قد وفقنا في هذا العمل المتواضع فقد قدمنا كل ما وسعنا لينال هذا العمل على رضا واستحسان قارئه ونحن لا ندعي الكمال لأنه لله عز وجل فأنا وفقنا فيه فمن الله عز وجل وان أخفقنا فمن أنفسنا، هذا والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين.



قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

أولاً: المصادر

1. ابي قاسم جار الله محمد بن عمر بن احمد الزمخشري، أساس البلاغة، تح: باسل سود العيون، ج1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 1998
2. جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، ج1، دار الصادر بيروت، لبنان، د.ط، د.ت
3. محمد بن محمد بن عبد الرزاق المرتضى الزبيدي، تاج العروس، ج12، طبعة الكويت، الكويت، ط2، 2008

ثانياً: المراجع

1. بول ريكور، نظرية التأويل الخطاب، تر: سعيد الغانمي، المركز الثقافي العربي، دار البيضاء، المغرب، ط2، 2006.
2. فيصل الأحمر، معجم السيمائيات، دار العربية للعلوم الناشر، بيروت، لبنان، ط1، 2010.
3. محمد عابد الجابري، الخطاب العربي المعاصر، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط5، 1994.
4. مريم بنت محمد الشنقيطي، الخطاب الاشهاري في النص الادبي، دار الفيصل الثقافية، الرياض، د.ط
5. منى الحديد، الإعلان، دار المصرية اللبنانية، مصر، القاهرة، ط1، 1999.

ثالثاً: المجالات

1. اباد ورسول البلاوي، دلالات الألوان في شعر يحيى السماوي، مجلة الاضاءات النقدية، ع8، إيران، كانون الأول 2012

2. ابن جويلي الأخضر ميدني، الفيض الفني في سيمائية الألوان عند نزار القباني، مجلة جامعة دمشق، مج 21، ع(3+4)، دمشق، سوريا، 2005
3. بلقاسم دفة، استراتيجية الخطاب الحجاجي، مجلة المخبر في الأبحاث في اللغة والادب الجزائري، ع6، بسكرة، الجزائر
4. بلقاسم دفة، استراتيجية الخطاب الحجاجي، مجلة مخبر الأبحاث في اللغة والادب، ع10، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014-2015
5. حنان بومالي، سيميولوجيا الألوان وحساسية التعبير الشعري عند صلاح عبد الصبور، مجلة الأثر، ع23، معهد الآداب واللغات، مركز الجامعي مسيلة، الجزائر، ديسمبر 2015
6. حياة لصحف، الخطاب بين رولاند بارت وها برماس، مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية، ع17، جامعة يحيى فارس، مديّة، الجزائر، مارس 2016
7. عبد الرحمان طيب، القضايا المعاصرة في تدريس اللغات الأجنبية والعربية في الجامعات الهندية، ع4، دار العلوم الهند، فبراير 2015
8. عبد النور بوصابة، بلاغة الخطاب الاشهاري التلفزيوني وقرته على التأثير، مجلة الخطاب، ع16، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر
9. فتيحة العقاب، فنية وفاعلية العلامات في الخطاب الاشهاري، مجلة الجيل الدراسات الأدبية والفكرية، ع3، الجزائر، سبتمبر 2001
10. كاظم الجاسم، الإعلان التجاري والكفاءة الحجاجية، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، ع1، العراق 2018
11. كلثوم مذقن، لغة الاشهار، ووظائفها وانماطها وخصائصها، مجلة الأثر، ع29، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ديسمبر 2017
12. محمد كاديك، الخطاب الاشهاري في مناورات الابداع وجمالية التسويق، مجلة الخطاب والتواصل، ع6، مارس 2019

13. نعمان عبد الغني، الاشهار الرياضي، مجلة صحيفة المثقف،
ع1028
14. هامل الشيخ، في مفهوم الاشهار، مجلة الرؤى الفكرية، مركز
الدراسات اللغوية والأدبية، مركز الجامعي بلحاج بوشعيب، عين
تموشنت، الجزائر، فيفري 2015

رابعاً: المذكرات

1. أحلام علوي وسميحة البحري، الاشهار في الصحافة المكتوبة،
مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام، جامعة محمد بوضياف،
مسيلة، الجزائر، 2018/2017
2. أسماء فيروز الوافي، الأساليب الاقناعية في الملصقات الإعلامية،
مذكرة لنيل الماستر، جامعة العربي بن مهدي، ام البواقي،
الجزائر، 2016/2015
3. آمنة نوري، بنية الخطاب في شعر ابي حمو موسى الرياني، مذكرة
انيل الماجستير، جامعة حاج لخضر، باتنة، الجزائر،
2010/2009.
4. امينة رقيق، بلاغة الخطاب المكتوب لتقنيات الحرف واللون
والصورة في الخطاب الدعاية التجارية، رسالة مقدمة لنيل دكتوراه،
جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2014/2013
5. اونيت سمية، عثمانى سامية، بلاغة الاشهار بين الصورة والكلمة،
مذكرة لنيل الماستر، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر،
2017/2016
6. بالأعرج سارة، ثقافة الصورة الاشهارية في الفن المعاصر، مذكرة
لنيل شهادة الماستر، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر،
2017/2016.

7. بن ناصر لامية وبركاني حليلة، أساليب الاقناع في الخطاب الاشهاري، مذكرة لنيل الماستر في اللغة العربية، جامعة عبد الرمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2017/2016
8. تابتي عائشة، صورة المرأة في الاشهار التلفزيوني وتأثيرها على الجمهور المتلقي، مذكرة لنيل الماستر، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، الجزائر، 201/201
9. حاج سليمان سهام، إشكالية التكرار في الترجمة الاشهارية، مذكرة لنيل الماستر، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2019/2018
10. حلیم نور الدين، أنماط الخطابات الاشهارية في الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل الماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2018/2017
11. خميسة عادل، المضامين الاشهارية في الصحافة الجزائرية الخاصة، مذكرة لنيل الماستر في علوم الاعلام، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر، 2015/204
12. زينب مشري ومنى مرزاق، الأساليب الاقناعية في اشهارات موبيليس تلفزيونية، مذكرة لنيل الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر، 2015/2014
13. سمية فايد، سامية منصور، صورة المرأة في الاشهارات لجريدة الشروق اليومية، مذكرة لنيل الماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2017/2016
14. شروق خليل، دور البنية اللغوية في الخطاب الاشهاري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015/2014
15. شريفى نعيمة، شتواني ليندة، استراتيجية التواصل في الخطاب السياسي بين التصريح والتلميح، مذكرة لنيل شهادة الماستر، عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2013/2012

16. صديقة معمر، شعرية الألوان في النص الشعري الجزائري المعاصر (1988-2007)، مذكرة لنيل الماستر، جامعة المنتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009
17. طالي فاطمة، الاشهار الالكتروني ودوره في التنمية الخدمات السياحية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2014/2013
18. محمد بو هند، جمالية الخطاب القرآني واعجازه البياني، أطروحة لنيل الدكتوراه، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2017/2016
19. مهى محمود إبراهيم، تحليل الخطاب في النقد العربي الحديث، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، الجامعة الأردنية، الأردن، 2005/2004
20. نبيلة عكوش، جريدة بن حداد، الاشهار وعلاقته بالتواصل، مذكرة لنيل الماستر، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2016/2015
21. يعقوب نسيمة، الخطاب الاشهاري المكتوب في الجزائر، عجائن "عمر بن عمر" انمو دجا، مذكرة لنيل الماستر، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 2015/201

خامسا: المواقع الالكترونية

1. الاء أبو علو، الدلالات النفسية للألوان، موقع www.neronet-academy.com
2. بالخطوط محمد، www.asjp.cerist.dz.com
3. بخصوص كوندور، موقع كوندور، www.condor.dz
4. بشير ابرير، الصورة في الخطاب الإعلامي، www.univ-annaba.dz

5. بشير ابرير، بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الاشهاري،
www.alantologia.com
6. تحليل الخطاب، الفرق بين الخطاب والنص، موقع فيسبوك،
www.facebook.com
7. جميل حمداوي، سيميائية الصورة الاشهارية، صحيفة
المثقف، www.almothaqf.com
8. رضا عامر، إشكالية توظيف في اللغة العربية، موقع جامعة
مسيلة، www.univ-msila.dz
9. سمير الزغي، سيميولوجيا الصورة الاشهارية، الحوار المتمدن،
www.ahewar.com
10. شركة كوندور العربية وعالم صناعة الهواتف الذكية، موقع
www.mobihall.com
11. عاطف عبدو والمعز الفيومي، الخطاب القرآني وتميزه،
www.alukah.com
12. عبد الرحمان ارزوت، أنواع الخطاب، موقع قناة الدعم في اللغة
العربية، www.arabia.com
13. عماد، مدخل عام للإشهار، موقع الخيمة الجزائرية،
www.alkhaima.dz.com
14. فوزية كريبط، لغة الخطاب الاشهار التلفزيوني،
www.aleph.com
15. ماما بن ويس وسيد احمد اوراق، الرسم الاشهاري في الجزائر،
www.asjp.cerist.dz
16. موقع موبيليس، www.mobilis.dz
17. نبذة عن شركة موبيليس الجزائرية، مدونة اتصلوا،
www.itasilo.blogspot.com
18. نصيرة لكحل، النص والخطاب بين المفهوم والاستعمال،
www.rev.ues.univ.ourgler.dz

19. الهام سرحان، مفهوم الخطاب الإعلامي، موقع الموضوع،

www.mawdoo3.com

20. ويكيبيديا، www.wikipedia.org

21. يانس حساس، اللباس الجزائري التقليدي، موقع المحور

www.elmihwar.com، اليومي،



4	الشكر والتقدير
5	اهداء
7	مقدمة
4	المدخل
4	ماهية الخطاب والتطور
6	مفهوم الخطاب وتطور المصطلح:
6	مفهوم في التراث العربي القديم:
6	مفهوم في النقد الحديث:
7	مفهوم الخطاب عند الغرب:
9	الفرق بين الخطاب والنص:
9	الموقف الأول:
10	الموقف الثاني:
10	أنواع الخطاب:
11	الخطاب الأدبي:
11	الخطاب غير الادبي:
13	الخطاب الإعلامي:
14	شروط الخطاب الإعلامي:
14	أهمية الخطاب الإعلامي:
15	الخطاب الاشهاري:
16	الفصل الأول
16	الخطاب الإشهاري
16	الماهية والتطور والتأسيس
18	نشأة الخطاب الاشهاري:
19	الخطاب الاشهاري بين المفهوم والتطور:

20	لغة.....
20	اصطلاحا.....
20	الخطاب الاشهاري عند الغرب.....
21	الخطاب الاشهاري عند العرب.....
23	الفرق بين الاشهار والاعلان.....
24	أنواع الخطاب الاشهاري.....
25	عناصر الخطاب الاشهاري.....
27	وظائف الاشهار :.....
28	الوسائط الاشهارية:.....
28	الملصقات:.....
29	أنواعها:.....
29	من حيث الوظيفة:.....
30	من حيث الشكل:.....
30	التلفزيون:.....
30	خصائصه والغاية منه:.....
31	مكونات الخطاب الاشهاري:.....
31	أولا: المكون اللساني:.....
32	ثانيا: المكون الايقوني:.....
33	البنية الحجاجية في الخطاب الاشهاري:.....
34	لغة الخطاب الاشهاري الجزائري:.....
36	اللغات الأجنبية في الاشهار الجزائري:.....
36	الصورة الاشهارية:.....
38	مكونات الصورة الاشهارية:.....
40	الفصل الثاني.....
40	نماذج تطبيقية مختارة.....

42mobilis/ موبيليس: النموذج الاول:
43دراسة الألوان:
43اللون الأخضر:
44اللون البنفسجي
44اللون الأحمر
45اللون الأبيض
45اللون الأصفر
46دراسة اللغة
47الملابس المستعملة
48condor كوندور: النموذج الثاني:
48دراسة الألوان:
52دراسة اللغة:
54الشخصيات والملابس المستعملة:
55Brandt براوند: النموذج الثالث:
56اللغة الموظفة في الاشهار:
57دراسة الألوان:
58النموذج الرابع: عمر بن عمر
58نبذة حول مجمع عمر بن عمر
59دراسة اللغة:
59الكسكس الجزائري ذوق المغرب العربي
60دراسة الألوان المستعملة:
61الخاتمة
61قائمة المصادر
61والمراجع
61الفهرس

الملخص:

اضحى الخطاب الاشهاري في الوقت الراهن قوة فاعلة في استقطاب الجماهير بفعل تطور وسائله ووسائطه الإعلامية سواء المرئية او المكتوبة او السمعية البصرية الى جانب ادواته التقنية والجمالية واليات التعبيرية التي يعتبرها وسيط فعال يخدم عملية التواصل في تمرير الرسالة الاشهارية ومن ثم ضمان نجاحها.

بالإضافة الى الخصوصية التي يتميز بها من خلال الجمع بين مجموعة من العلامات اللسانية والايقونية التي نقصد بها الصورة واللغة وما لهما من قدرة خاصة على بلورة الراي وصنع الثقافة الى جانب قوة التأثير واستمالة المتلقي وبهذا يتحقق الهدف المرجو بإقناعه وجذبه الى المنتج.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الاشهاري، الصورة الاشهارية، اللغة، التأثير.