



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية الآداب واللغات

قسم اللغة والأدب العربي

مذكرة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

تخصص : لسانيات النص

من إعداد الطالبة : بوشول مريم

بعنوان :



بنية الخطاب الإشهاري الإذاعي

" الإشهار التجاري بإذاعة ورقلة الجهوية أنموذجا "

نوقشت و أجزيت بتاريخ 2017/05/18

رئيسا
مناقشا
مشرفا

جامعة ورقلة
جامعة ورقلة
جامعة ورقلة

• أ. إيدير إبراهيم
• أ. رحمون حكيم
• د. مدقن كلثوم

السنة الجامعية : 2017/2016

الإهداء

إلى نور العيون ورمش الجفون والسر المكنون والحب المجنون في القلب
المفتون والعقل الموزون والصدر الحنون ، إلى البلسم الشافي والقلب
الداقي ، والحنان الكافي ، إلى التي أحاطتني بسياج حبها إلى أروع أم في
الوجود أي الحبيبة

إلى الذي تاهت الكلمات في وصفه وعجز اللسان في ذكر مآثره إلى سندي
وعوني وقديوتي إلى النور الوضاء مصدر فخري وذخري إلى ذلك الينبوع
الذي إغترفت منه الجنان إلى الذي يعجز القلم واللسان على خطه في
كلمات إلى من جعل نفسه شمعة تحترق من أجل أن ينير كربي وإلى من
تعب وشقى من أجل راحتي وسعادتي إليك يا أي الغالي.

إلى النجوم والكواكب إلى الورود البهية الذي قاسموني حنان الوالدين
أخوتي وأخواتي إلى زهور البراءة والصفاء : مدلي تقي الدين ، وعصفورتي
فاطمة الزهراء ، شهرة زاد ، سلاف ، جمعة ، إستبرق ، كمال ، عبد
المالِك .

إلى الذين جعلوا من الضعف قوة أساتذتي الكرام

إلى ظلالي التي لاتفارقني ، أصدقائي الأعتزاء وكل العاملات معي

وإلى كل من ساهم من بعيد أو قريب في إنجاح هذا الجهد المتواضع وفقهم
الله في مشوارهم وسدد خطاهم

مريم بوشول

التشكرات

الحمد لله الذي أنار لي طريق العلم ووقفني لإتمام
عملي المتواضع هذا رغم كل الصعاب
أشكر كل من ساعدني في إنجاز هذا البحث من
قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة
أو ابتسامة صادقة.

أتوجه بجزيل الشكر إلى الأستاذة المشرفة كلثوم
مدقن

كما أتقدم بخالص الشكر إلى الأساتذة الذين
دراسوني في كافة المستويات والمشوار
الدراسي (الابتدائي. المتوسط. الثانوي. الجامعي)
وإلى كل من ساعدني من إطارات المؤسسة وعمالها
وأخص بالذكر الأستاذ أحمد بجاج وعلي الجريدوكل
عمال الأذاعة المحلية بورقلة .
وأتمنى لهم التوفيق في عملهم .

مقدمة

مقدمة :

يعد الإشهار في عصرنا هذا صناعة إعلامية وثقافية بأتم معنى للكلمة ،ولذلك فهو يحظى بإهتمام كبير في مختلف المجتمعات وخصوصا المتطورة منها ، لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي وتشكيل الوعي وفي التأثير على الثقافة وتوجيهها في أبعادها المختلفة الأخلاقية والفلسفية ،وترتكز العملية الإشهارية على توظيف اللغة باعتبارها وسيلة لنقل المضمون الإشهاري إلى الجمهور ، و باعتبار أن اللغة مجموعة من القواعد و الأحكام التي تخضع لها الألفاظ والعبارات ،ولهذا أخترت أن أدرس الخطاب الإشهاري الإذاعي ، فهذا الأخير يوظف اللغة للتأثير في الفرد قصد لفت إنتباهه إلى الرسالة الإشهارية ، وبهذا جاء موضوعي موسوما ب : دور البنية اللغوية في الخطاب الإشهاري الإذاعي "الإشهار التجاري بإذاعة ورقلة الجهوية أنموذجا " ومن هنا تكون لغة الإشهار التجاري ذات مضمون مقنع ،ويطرح هذا الموضوع الإشكالية الآتية : هل الخطاب الإشهاري التجاري له خصائص تميزه عن باقي الخطابات الإشهارية؟

وتتفرع منها جملة من الإشكالات :

- كيف يبني الخطاب الإشهاري الإذاعي ؟
 - هل يمكن أن يتجاوز الإشهار التجاري اللغة بنظامها دون توظيف اللغة ؟
 - إلى أي مدى يمكن للخطاب الإشهاري الإلتزام بالنظام اللغوي ؟
- وترجع أسباب إختياري لموضوع دور البنية اللغوية في الخطاب الإشهاري الإذاعي التجاري بأذاعة ورقلة إلى أسباب ذاتية و أخرى موضوعية وهي :
- حبي الشديد للمجال الإعلامي والرغبة في البحث في خصائص خطابه مع محاولت الربط بين تخصص الإعلام وتخصص الأدب
 - حب المعرفة والإطلاع على البناء اللغوي للخطاب الإشهاري
 - و أهداف من خلال هذه الدراسة إلى لحل هذه الإشكالات و ذلك لما يتميز به الخطاب الإشهاري من خصائص ومميزات عن باقي الخطابات الأخرى ولتحقيق هدفنا هذا إعتمدت الخطة الآتية :

فبعد المقدمة و التوطئة قسم البحث إلى قسمين :



الفصل الاول وتمثل في الشق النظري من البحث إذ تناولنا فيه الخطاب الإشهاري، وقسم إلى ثلاث مباحث ، المبحث الأول : تناولنا فيه ماهية الخطاب وقسم إلى ثلاث عناصر تعلق الأول بمفهوم الخطاب لغة ، والثاني : مفهوم الخطاب إصطلاحا ، و الثالث : أنماط الخطاب ، وخصص المبحث الثاني: للإشهار وتم تقسيمه إلى ثلاث عناصر ، الأول : مفهوم الإشهار لغة ، أما الثاني : مفهوم الإشهار إصطلاحا ، أما الثالث : الإشهار تطوره وأنماطه ، أما المبحث الثالث : الإشهار الإذاعي (التجاري) وقسم إلى عنصرين أولا : مفهوم الإشهار الإذاعي ، ثانيا : مفهوم الإشهار التجاري ، والفصل الثاني خصصناه للدراسة التطبيقية وقمنا بتقسيمه إلى ثلاث مباحث ، المبحث الأول بعنوان : الخطاب الإشهاري في إذاعة ورقلة الجهوية ، و اندرجت تحته عناصر: الأول : تعريف الخطاب الإشهاري ، الثاني : نماذج حول الخطاب الإشهاري ، المبحث الثاني : عناصر الخطاب الإشهاري ، وقسم الى عناصر ، الأول : تعريف عناصر الخطاب الإشهاري ، الثاني : إستخراج عناصر الخطاب من النماذج ، المبحث الثالث : بعنوان مستويات البتية اللغوية في الخطاب الإشهاري وقسم إلى أربع عناصر : الأول : المستوى الصوتي (تعريفه وتحليل نماذج)، الثاني : المستوى الصرفي (تعريفه وتحليل نماذج) الثالث : (تعريفه وتحليل نماذج) ، الرابع : (تعريفه وتحليل نماذج) ، وختم بحثنا هذا بخاتمة تضمنت أهم النتائج المتوصل لها .

وقد استعنا في هذه الدراسة بالمنهج التاريخي و الإحصائي كما إستفدت من المنهج السميائي في تحليل الخطاب الإشهاري وفق الإتجاه الدلالي لبارث بإعتبارهما المنهجان الملائمان للدراسة فهما يقومان على جمع المعلومات والبيانات التي تساعد على الكشف عن كل الجوانب الخاصة بالظاهرة محل الدراسة ، وذلك بالإستعانة بأداتي الوصف والتحليل في جميع مراحل البحث.

وقد إعتمدت في هذا العرض على مجموعة من المصادر والمراجع نذكر منها اللغة والخطاب لأوكان عمر ، و الخلفية الإجتماعية للإشهار الجزائري موبيليس أنموذجا ، و الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية رولان كايرون ، و الإتصال الفعال لهالة منصور ، و الإعلان تاريخه ،أسسه وقواعده، خليل صابات ، سلمى بركات اللغة العربية مستوياتها و أدؤها .



إلا أنه واجهتنا مجموعة من الصعوبات أثناء البحث تمثلت في صعوبة التعامل مع الخطاب الإشعاري، وفي الأخير أتقدم بالشكر إلى أستاذتي الفاضلة "كلثوم مدقن " التي كانت بمثابة المصباح المنير في عملي هذا .

الفصل الأول

الفصل الأول

الخطاب الإشهاري : المفهوم والتطور

◀ المبحث الأول : تعريف الخطاب

1-1. الخطاب لغة

1-2. الخطاب اصطلاحاً

1-3. أنماط الخطاب

ماهية الخطاب :

يعتبر الخطاب من بين المصطلحات التي شاعت في ميدان الدراسات اللغوية ، و كما أنه حضي بإقبال العديد من الدارسين والباحثين ، وبهذا فالخطاب يعتبر من المصطلحات القديمة ، ومن هنا سنحاول إبراز مفهومه اللغوي وكذا الإصطلاحي .

1- تعريف الخطاب :

لقد تعددت التعريفات اللغوية في المعاجم والقواميس العربية لمفهوم الخطاب وبهذا سنقف عند أبرز هذه التعريفات اللغوية

1-1 . لغة :

ففي معجم لسان العرب لأبن منظور جاء تعريف الخطاب على النحو التالي :

"خطب : الخطب الشأن أو الامر ،صغر أو عظم ،وقيل : هو سبب الأمر ،يقال ما خطبك ؟ أي ما أمرك ؟ وتقول خطيب جليل ، وخطب يسير والخطب : الأمر الذي تقع فيه المخاطبة ، والشأن ، والحال ، ومنه قولهم : جل الخطب : أي عظم الأمر والشأن " .¹

وكما أنه جاء أيضا في حديث عمر بمعنى : "وقد أظفروا في يوم عظيم كم رمضان ، فقال الخطب يسير ، وفي التنزيل العزيز : "قال فما خطبكم أيها المرسلون " وجمعة خطوب و خطب المرأة يخطبها خطبا وخطبة ،بالكسر ، الأول عن اللحياني ، وخطيبى ،وقال الليث : الخطيبى إسم ،قال عدي بن زيد ، يذكر قصد جذيمة الأبرش لخطبة الرباء :

لخطيبى التي غدرت وخانت ،وهن ذوات عائلة لحينا " .²

- وكما ورد تعريفه أيضا في معجم المحيط للفيروز أبادي :

"الخطب:الشأن، و الأمر صغر أو عظم
ورجل خطيب، حسن الخطبة بالضم"³

¹- ابن منظور الأنصاري ، لسان العرب ، دارالكتب العلمية ، بيروت ، لبنان ، 1997، مجلد 2، مادة : (خطب)، ص5

² -المرجع نفسه.

³- الفيروز أبادي ، المحيط ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان ، 1971 ، مادة : (خطب) ، ص 108.

- وعرف أيضا في معجم الوسيط:

"خطاب : خ. ط. ب. ، مصدر خاطب ، ألقى خطابا أمام جمهور غفير ، حديث أمام الناس ، سيلقي الملك خطاب العرش ، حديث مطول سيتعرض فيه الملك للمنجزات والقضايا السياسية الهامة التي عرفتها البلاد".¹

- ونجد الخليل الفراهيدي في كتابه العين يعرفه كما يلي :

"خطب ، الخطب : سبب الأمر. وفلان خطب امرأة و يخطبها خطبة ، والخطاب مراجعة الكلام".²

- وكما ورد تعريفه في المنجد في اللغة :

"خطب ، خطبة وخطبا : وعظ قرأ الخطبة على الحاضرين".³

نرى من خلال تعريف ابن منظور في معجم لسان العرب و كذلك تعريف الفيروز أبادي في معجم المحيط وبالإضافة إلى التعريف الذي جاء في معجم الوسيط وكذا معجم العين والمنجد في اللغة ، على الرغم من تعدد التعريفات التي وردت في المعاجم والقواميس حول مصطلح الخطاب ، إلا أنها كانت تتمحور في نفس المفهوم الجوهرى للخطاب ، و عليه فالخطاب هو ذلك القول الموجه للجمهور ما و يهدف إلى قصد ما .

1-2. اصطلاحا :

لقد ارتبط الخطاب ارتباطا وثيقا حسب الباحثين و الدارسين والعلماء بالفيلسوف الفرنسي "ميشال فوكو" *الذي استعمله من أجل وصف الطريقة التي تعمل بها الأنسقة في الثقافة الإيديولوجية والفكرية واللغة وكذلك المجتمع.⁴

ولقد وردت تعريفات متنوعة ومختلفة للخطاب في ميادين منها الميدان السياسي والميدان التاريخي والميدان الاجتماعي وإلى ما ذلك " بوصفه فعلا يجمع بين القول و العمل ، فهذا من سماته الأصلية ، وليس في هذا تشتت بقدر ما فيه من غنى في التصنيف"⁵.

1- مجمع اللغة العربية ، دار الدعوة ، إستانبول ، تركيا ، الطبعة الخامسة ، دت ، مادة : (خطب)، ص 234.

2- كتاب العين ، الخليل احمد الفراهيدي ، دار الكتب العلمية ، بيروت . لبنان ، 2003 ، مجلد الأول ، ص 419/418.

3- المنجد في اللغة والإعلام ، دار المشرق ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الاربعون ، 2003، مادة : (خطى - خطر) ، ص 186.

4- ينظر ، ابن خلدون عبد الرحمن محمد ، مقدمة ابن خلدون ، تحقيق درويش الجويدي، المكتبة العصرية للطباعة والنشر ، 2، بيروت ، لبنان ، 1416هـ-1996م ، ص23.

5- عبد الهادي بن ظافر الشهري ، إستراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية ، دار الكتاب الجديد المتحدة ، ط1، يغازي ، ليبيا ، 2004 ، ص34.

*ميشال فوكو ، فيلسوف فرنسي 1926-1984

وقد ورد كذلك مصطلح الخطاب في القرآن الكريم في الآيات التالية :

قال تعالى : " وإذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما " سورة الفرقان ، الآية 63¹.

قال تعالى : " وشددنا ملكه وأتيناها الحكمة وفصل الخطاب " سورة ص ، الآية 20².

قال تعالى : " فقال أكفلنيها وعزني في الخطاب " سورة ص ، الآية 23³.

قال تعالى : " و لا تخاطبني في الذين ظلموا " سورة هود ، الآية 37⁴.

قال تعالى : " ولا تخاطبني في الذين ظلموا إنهم مغرِقون " سورة المؤمنون ، الآية 37⁵.

لقد جاء شرح هذه الآيات في كتاب الكشاف للزمخشري في تفسيره للكلمة خطاب :

- " ولا تخاطبني في الذين ظلموا " جاءت بمعنى : لا تدعني في شأن قومك ...⁶.

- " لا يملكون منه خطابا " وذلك بمعنى : أي لا يملكون أن يخاطبوه بشيء من نقص في العقاب أو زيادة في الثواب .

- " وأتيناها الحكمة وفصل الخطاب " وفصل الخطاب هنا غما البين من الكلام الملخص الذي يتبينه من يخاطب به ولا ليس عليه ، أو الخطاب : القصد الذي ليس فيه إحصار مخل ولا إشباع ممل⁷.

والخطاب يأتي مقابلا للحديث بمعنى الاستخدام الفعلي للغة أي " اللغة في طور العمل أو اللسان الذي تنجزه ذات معينة كما أنه يتكون من متتالية تشكل مراسلة لها بداية ونهاية " ⁸.

وكذلك يعرف الخطاب على أنه : " الوسيط اللساني في نقل مجموعة من الأحداث الواقعية والتخيلية " ⁹.

¹ - سورة الفرقان ، الآية 63.

² - سورة ص ، الآية 20.

³ - سورة ص 23 .

⁴ - سورة هود ، الآية 37.

⁵ - سورة المؤمنون ، الآية 37 .

⁶ - الزمخشري ، الكشاف ، دار الفكر ، بيروت ، لبنان ، د.ط ، د.ت ط ، المجلد الثاني ، ص 286.

⁷ - المرجع نفسه ، المجلد الثالث ، ص 356.

⁸ - سعيد يقطين ، تحليل الخطاب الروائي ، المركز الثقافي العربي ، ط3 ، بيروت ، 1997 ، ص 21.

⁹ - جيرا جينيت ، خطاب الحكاية ، ترجمة ، محمد معتصم وآخرين ، منشورات الإختلاف ، ط3 ، 2003 ، ص 38-39.

والخطاب حسب رأي بنيفست " هو كل تلفظ يقترض متحدثا ومستمعا ، تكون للطرف الأول نية التأثير في الطرف الثاني بشكل من الأشكال"¹.

-فهم من خلال هذه التعريفات التي طرحت سابقا أن مفهوم الخطاب الاصطلاحي يتجلى ويتبلور عن طريق قوة الخطاب وكذا المقام الذي يرد فيه و الظروف التي ساهمت في تكونه

3-1 . أنماط الخطاب :

بما أن الخطاب هو ذلك الكلام الموجه لجمهور ما ويحمل في مضمونه مجموعة من المعلومات قصد إيصالها للمتلقي بغية هدف ما ، وللخطاب العديد من الأنماط يمكن أن نلخصها فيما يلي :

3-1 . الخطاب القرآني :

القرآن الكريم هو كلام الذي وجهه الله سبحانه وتعالى لعباده ، ويمثل القرآن الكريم من أهم الخطابات التي ظهرت في القديم ، والذي يتفرد بكلماته وقوة جملة البلاغية ، التي تحمل طياتها جملة من الأحكام والقوانين التشريعية وأهم ما يميز الخطاب القرآني هو مرجعيته ، فالمولى عز وجل هو مرسله.

3-2 . الخطاب الإيصالي :

الخطاب الإيصالي النفعي " يقوم على لغة نفعية استهلاكية مباشرة وهذا طبيعي مادام الإيصال هو غايتها ومدام الخبر و الإفهام عبر الرسالة المنقولة هو هدفها ، لذا فإن المرسل يقول فيها لغته المكتسبة طبيعيا"²

ولهذا نلاحظ بأن بعض الدراسات الحديثة قد نحت إلى الاتفاق الحاصل مع المرسل تحت اسم النفعية أو التداولية .

3-3 . الخطاب الإشهاري :

إن الخطاب الإشهاري نوع من أنواع الخطاب التي تتصل بشكل مباشر بالحياة والمجتمع ، فهو يؤسس للقيمة الاجتماعية بغض النظر عن قيمته التجارية و

¹- محمد الباردي ، إنشائية الخطاب في الرواية العربية الحديثة ، ص 1 .

²- أوكان عمر ، اللغة والخطاب ، ترجمة إبراهيم خور رشيد و آخرين ، دار المعارف الإسلامية ، مطبعة الشعب ، القاهرة ، ط ، ص4.

الاقتصادية فهو مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالدعاية والترويج من المنظور العام، إلا أنه يكمن في الممارسة اللغوية الأيقونة.¹

3-4. الخطاب الإعلامي:

يعتبر الخطاب الإعلامي عبارة عن مجموعة من المعلومات المتجددة دوماً، تضمن اتصال مستمر وحركية، وهذا ما يدفعنا إلى التفريق والتمييز بين قولين هما: المعلومات الجديدة التي يدركها الصحفي ويجعلها المتلقي والمعلومات التي يعلمها المتلقي ويجعلها الصحفي وهذا لأنها تتبلور في السياق الموحد، أو لأنها مشار إليها ضمن محتوى النص الخبري، والمقولتان تتجددان بالطبائع اللغوية.²

3-5. الخطاب الإبداعي:

إن الخطاب الإبداعي هو الذي يبني على أصول وأسس أدبية وعلمية، بناءاً على قواعد لغوية مدروسة، ومن خلال كلمات ذات إيقاع جميل على الأذان، ولكنها تحمل نفس الغرض والهدف الأ وهو إيصال فكرة الشاعر الأديب إلى الجمهور، كما يقوم الخطاب الشعري الإبداعي على ستة عناصر حددها

جاكيسون*:

المرسل، المرسل إليه، الرسالة، القناة، السياق، الشفرة³

¹ - حافظ إسماعيل علوي، الحجاج مفهومه، مجالاته دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة، الجزء 4 الحجاج المرسل، عالم الكتب الحديث، إربد، عمان، 2010م، ص 286.

² - ينظر، فايزة يخلف، مناهج التحليل السميائي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 1433هـ-2012م، ص 118.

³ - ينظر، أوكان عمر ن اللغة والخطاب، ترجمة إبراهيم خور رشيد وآخرين، دار المعارف الإسلامية، مطبعة الشعب، القاهرة، ص 5.
* رومان أوسيبوفيتش جاكيسون، هو عالم لغوي، ناقد أدبي روسي من رواد المدرسة الشكلية الروسية، وقد كان أحد أهم علماء اللغة في القرن العشرين وذلك لجهوده الرائدة في تطوير التحليل التركيبي للغة والشعر والفن.

الفصل الأول

الخطاب الإشهاري؛ المفهوم والتطور

المبحث الثاني : تعريف الإشهار

1-2. لغة

2-2. إصطلاحا

2-3. الإشهار تطوره وتاريخه

مفهوم الإشهار:

يعتبر الإشهار من بين أهم الأنشطة الإتصالية والترويجية الفعالة ، التي تهدف إلى تسويق سلعة أو خدمة أو منتج أو حتى فكرة ما ، والإشهار في يومنا هذا أصبح منتشر في مختلف أشكال و أنواع وسائل الإعلام والإتصال ، فلا يكاد يخلو منه الشارع أو المحلات التجارية وكذا الأماكن العامة ، أو المؤسسات الإقتصادية وذلك لما له من تأثير كبير على حياة الأشخاص ، فهو يساهم في بلورة الرأي العام والعادات والتقاليد والثقافات في البلاد ، وكما إختلفت الآراء وتنوعت في تحديد مفهوم شامل له ، وبهذا سنحاول تقديم أهم التعريفات اللغوية والإصطلاحية له .

2- تعريف الإشهار :

2-1. لغة :

ورد في لسان العرب" مادة (شهر) بمعنى الشهرة ، ظهور الشئ في شئ في شئ حتى يشهره الناس {...}عن الجوهري : ظهور الشئ والشهور العلماء ، والواحد شهر يقال لفلان فضيلة أشهرها الناس " ¹.

وجاء في المصباح المنير :

"وشهرت الحديث شهرا أو شهرة ، أفشيه فأشتهر" ²

أما القاموس المنجد في اللغة والإعلام والإعلان :

"أن الإشهار تقابله بالفرنسية BUBLICITÉ وهي مشتقة من كلمة شهر ، شهر الشئ ، حتى ذكره وعرفه به" ³

وكما يعرف كذلك : من شهر شهرا بكذا ذكره وعرفه به .

أشهر الأمر ن أظهره وصيره ، وإشتهر الأمر ، صار شهيرا ⁴.

¹- ابن منظور الانصاري، لسان العرب، دارالمكتبة العلمية، بيروت، لبنان، 1997، مجلد 3، مادة (شهر) ، ص 145.

²- أحمد بن عمر بن علي المقرئ الفيومي ، المصباح المنير ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان ، ط1، دبت، ص326.

³- المنجد في اللغة والإعلام والإعلان ، دار المشرق، بيروت، لبنان ، ط9، ، ص 406.

⁴- المرجع نفسه ، ص 407.

ونجده في قاموس لاروس **LAROUSSE** الفرنسي "الإشهار هو عبارة عن مجموعة الوسائل المستعملة لتعريف الجمهور بمنظمة تجارية أو صناعية"¹

2-2. إصطلاحا :

تعددت تعريفاته وتضمنت إختلافات بسيطة منصبة في معنى واحد أجمل ظاهر الإظهار والإعلام والتواصل ، وأول هذه التعريفات تعريف جيرون الذي يعرفه بأنه : " برقية شفوية أو مكتوبة أو أية وسيلة تقصد توزيع معلومات بشأن التنمية المباشرة أو غير المباشرة ، لبيع إنتاج أو مصلحة تجارية منتظمة " .² وتعرفه دائرة المعارف الفرنسية الكبرى بأنه :

" مجموع الوسائل المستخدمة للتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية بإمتياز منتجاتها و الإيعاز بطريقة ما بحاجته إليها " ³

فمجموعة المعارف الفرنسية هنا ركزت على الوسائل التي إستخدمت وضرورة التأكيد على أن الإشهار يعتمد لغة وصورة ومعلومات تصاغ كلها لتكون تعريفا مجملا ملما على منتج تجاري معين .

ويعرفه لويك من جهته على أنه :

"أن الإشهار هو مجموعة من الوسائل المخصصة لإعلام الجمهور وتأديته لشراء إنتاج أو مصلحة"⁴

نجد أن كل من لويك وجيرون يتفقان على أن للإشهار مكونين أساسيين يتمثلان في المضمون الإعلامي للبرقية المرسلة والسبب في وجود هاته البرقية ، فهما تعدان الركيزة في بنائه .

¹ - grand dictionnaire .encyclopédique.la rousse.tome 12 imprimerie jean didier-paris-France-1984-p

85-62.

² - رولان كايبرول ، الصحافة المكتوبة والسمعية والبصرية ، ترجمة مرسلي ، محمد ، مطابع ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، سنة 1984 ، ص 9.

³ - خليل صابات ، الإعلان : تاريخه ، أسسه ، وقواعده ، فنونه وأخلاقياته ، دار التضامن للطباعة ، القاهرة ، مصر ، سنة 1987 ، ص9.

⁴ - رولان كايبرول ، الصحافة المكتوبة والسمعية والبصرية ، ترجمة ، محمد مرسلي ، مطابع ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، سنة 1984 ، ص177.

وكذلك يعرفه علي السلمي في كتابه الإعلان بأنه:

" هو تلك العملية التي تهدف إلى التأثير في المشتري"¹.

ويتبين من خلال هذا أن التركيز على الإشهار باعتباره عملية تواصلية بين البائع والمشتري لا يتوقف عند توصيل المعلومة من طرف واحد بل تتعداها إلى إقناع المشتري وكذلك التعريف بالمشهر نفسه .

والإشهار من وجهة نظر فايزة يخلف هو ذلك الجزء الهام من نظام الإنتاج والتوزيع الجماهيري الذي يترجم في شكل إعلام... وهو وسيلة لتقديم الأفكار والمنتجات². بالإضافة إلى أن الإشهار يعتبر شكل من أشكال التقديم للسلع أو المنتج بطريقة غير شخصية وذلك عن طريق مؤسسة معينة³.

وكما وضعت جمعية التسويق الحديثة تعريفا حديثا للإشهار "الإعلان هو مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات".

ويعرفه عبد القادر قندوز ومحمد الطيب الزواي الإشهار : "إن الإشهار عملية من عمليات الإتصال بالجمهور إذ هو بدوره يقوم بعملية لشراء لبعض المعلومات الخاصة بين عدد كبير من الناس"⁴

يمكن القول بأن كل التعريفات السابقة دارت حول الإظهار والنشر والإعلام بالإضافة إلى الوسائل المستخدمة في الإشهار وخاصة تلك الوسائل الخاصة المتكونة من الصورة والصوت واللغة والتي تعتمد في حد ذاتها على اللغة أو الكتابة المركزة على جماليات النص.

¹ - علي السلمي ، الإعلان ، طبع بدار المعارف ، مصر ، سنة 1971 ، ط 2 ، ص 12.

² - فايزة يخلف ، مبادئ في سيميولوجيا الإشهار طاكسيج كوم ، ط 1 ، 2010 ، ص 07 .

³ - أحمد زكي ، معجم المصطلحات الإعلامية ، دار الكتاب المصرية ، القاهرة ، مصر ، ص 12.

⁴ - المدخل الى علوم الاعلام والاتصال ، عبد القادر قندوز و محمد الطيب الزواي ، المطبعة العربية 11نهج طالبي أحمد غرداية ، الجزائر ، ص 30.

2-3. الإشهار تطوره و أنماطه:

1-3. الإشهار النشأة والتطور:

يعتبر الإعلان أو الإشهار قديماً قدم الإنسانية ، ورد ذكره في القرآن الكريم لقوله تعالى : { ثم إني أعلنت و أسررت لهم إسراراً }¹ ، ولقد ظهر الإشهار منذ زمن طويل ومن بعض الأشكال التاريخية للإعلان نجد مبادلة السلع التي كان لازماً عليه أن يقوم بالإعلان عنها المناداة (التبراج) في الأسواق هي أولى وسائل الإعلان التي إستخدمها الإنسان في العصور والحضارات القديمة ، وقد كانت المناداة من أرقى أشكال الإعلان ، ولكن وبظهور الصحافة المكتوبة بدأ الإعلان في التطور شكلاً وموضوعاً ، والفضل يعود للمصريين في ظهور الإعلان المكتوب على مستوى العالم ، بالإضافة إلى جهود كل من اللبنانيين و أهل الشام عند هجرتهم لمصر أثر كبير في تطوير الصحافة .²

- بما أن الإشهار أو الإعلان من بين الوسائل الإعلامية التي ظهرت في القديم، وكان ظهور أول إعلان ذلك الذي نشر في "الصحف عن كتاب بلندن في أول فبراير عام 1965 حيث كان يطلق على الإعلانات في ذلك الوقت اسم نصائح " ³.

وكما شهد القرن التاسع عشر ظهور للإشهار بصورة قوية ، وخاصة في الإعلانات الجرائد وذلك " نتيجة الثورة الصناعية التي زادت من الإنتاج زيادة كبيرة.....وقد أسهم في هذه الحركة عاملان:

الأول : انتشار المجلات والصحف اليومية زهيدة الثمن والثاني : انتشار التعليم وارتفاع مستواه ⁴

¹- القرآن الكريم ، سورة نوح ، الآية ، 09.

²- عبد السلام ، أبو قحف ، هندسة الإعلان ، الدار الجامعية الجديدة ، الإسكندرية ، مصر ، 2005، ص 14.

³- الإعلان النظرية والتطبيق ، خلود بدر غيث ، دار الإعصار العلمي ، للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2011، ص 16.

⁴- ينظر نفي المرجع ، ص 16

فهذه إذن هذه أهم الوسائل التي ساعدت على تطور الإشهار ، الذي نجده قد غزى كل وسائل الاتصال ، واستعمل الإشهار في المذياع (الراديو) وظهر نوع جديد من " الإشهار المسموع " ¹.

وبعد المذياع ظهر التلفاز وخاصة مع تطور فن التصوير الذي استغل في تقديم الصورة الكاملة للإنتاج المشهر به إلى المشاهد.

2-4. أنماط الإشهار:

يمكن تصنيف الإشهار إلى عدة أنواع سواء من حيث الهدف الذي يسعى المعلن إلى تحقيقه أو من حيث الجمهور المستهدف أو على أساس نوع الوسيلة الإشهارية المستخدمة ، ومنه طبقا لهاته الأسس المدرجة يمكن تقسيم الإشهار كما يلي :

أولا : الإشهار على أساس الهدف :

وهذا الإشهار يقوم ويرتكز وفق للهدف المرجو أو المقصود من ذلك الإشهار ، ويمكن تصنيفه إلى :

1- الإشهار الإرشادي:

ويتعلق الأمر فيهذا الإشهار بالمنتج وكذلك الخصائص والمزايا التي لا يعلمها الناس حول هذا المنتج ، والهدف من الإشهار الإرشادي هو توجيه المستهلكين عن طريقة الاستعمال الأمثل للمنتج أو الخدمة المعلن عنها ² ،

2- الإشهار التذكيري :

يعنى هذا النوع من الإشهار بتذكير المستهلك بالخدمة أو المنتج الذي تم الإعلان عنه مسبقا ، وذلك قبل أن يتم نسيان مزاياها وخصائصه ³.

¹ فضيل دليو وآخرون ، مقدمة في الإتصال الجماهيرية ، ديوان المطبوعات الجزائرية ، بن عكنون ، الجزائر ، 1998 ، ص 41 .

² ينظر ، عاطف عدلي العبد ، الإثتال والرأي العام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، مصر ، د. ط ، 1993 ، ص 28-29.

³ -المرجع نفسه ، ص 30

3- الإشهار التعليمي:

ويتمثل هذا النوع من الإشهار في التسويق للسلع الجديدة لم تكن متوفرة من قبل ، أو سلع قديمة تمت إضافة بعض التغيرات عليها ، ويهدف الإشهار التعليمي غرضه تقديم جملة من التعليمات حوله ¹.

4-الإشهار التنافسي:

يختص هذا النوع من الإشهار بعرض مختلف المزايا و الخدمات التي تقدمها المؤسسات فيما يتعلق الأمر بالمنتج الذي تسوقه ، ويفيدنا هذا الأمر في حالة بروز منتجات و سلع جديدة تكون منافسة لها ².

5- الإشهار الإعلامي :

ويرمي المعلن من وراء هذا الإشهار إلى تقديم بيانات للجمهور حول منتج أو خدمة بغرض نشرها بين أفرادها ، وهذا من أجل تقوية الصلة بين المعلن والجمهور ، وهذا من أجل تكوين عقيدة جيدة أو تصحيح فكرة خاطئة تكونت من قبل المؤسسة بغرض المحافظة على العملاء الحاليين ، وكذا بغية الحصول على عملاء جدد ³.

ثانيا : الإشهار من وجهة نظر الجمهور المستهدف وكذا نوع الرسالة**الإشهارية فهو كمايلي :****1 - الإشهار العام:**

وهو ذلك الإشهار الذي يتم عرضه عن طريق مختلف وسائل الإعلام المختلفة للمستهلكين الذين يقطنون في نفس البلد ⁴.

2-الإشهار المحلي:

ويرتبط هذا النوع بالمنتجات المعروضة في منطقة جغرافية محددة .

3- الإشهار الصناعي:

¹- ينظر ، عاطف عدلي العبد ، الإثتال والرأي العام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، مصر ، د. ط ، 1993 ، ص341 .

²- المرجع نفسه ، ص 32

³- ينظر ، أحمد عادل راشد ، الإعلان ، بيروت ، لبنان ، دار النهضة العربية ، د. ط ، 1981 ، ص 46-47.

⁴- المرجع نفسه ، ص 49

هذا الإشهار يوجه بصفة محددة إلى وحدات الانتاج أو المستخدمين الصناعيين ، حيث يتم الاعلان عن السلع والمنتجات التي تم تصنيعها¹.

4-الإشهار التجاري :

ويتعلق هذا الإشهار بالمنتوج والخدمات التي تباع إلى المتعاملين بهدف تسويقها بواسطتهم مرة أخرى ، " ويحتاجون إلى أن توفر لهم الرسالة الإعلانية ما يهمهم من معلومات بإعتبارهم تجار يسعون إلى تحقيق الربح"

5-الإشهار المهني :

ويكون هذا النوع من الإشهار عن طريق تقديم أصحاب مهنة معينة بيانات تتعلق بسلع يستخدمونها بأنفسهم، ويوصون بشرائها² ، " والوسائل المناسبة لنشر هذا النوع من الإعلان هي تلك التي تنشر بين المهنيين المختصين كالمجلات الفنية والعلمية"³.

¹- الإعلان النظرية والتطبيق ، خلود بدر غيث ، دار الإعصار العلمي ، للنضرة والتوزيع ، ط 1 ، 2011 ، ص 45.
²- خليل صابات ، الإعلان تاريخه ، أسسه وقواعده ، دار التضامن للطباعة ، القاهرة ، مصر ، 1987 ، ص 156-157.
³- المرجع السابق ، ص 158

الفصل الأول

الخطاب الإشهاري؛ المفهوم والتطور

المبحث الثالث: 3- الإشهار الإذاعي (التجاري)

3-1. مفهوم الإشهار الإذاعي

3-2. مفهوم الإشهار التجاري

الإشهار الإذاعي (التجاري) :

1-3. مفهوم الإشهار الإذاعي_ :

يمثل الإشهار الإذاعي من بين اهم الوسائل القوية والفعالة في الساحة الاعلامية ، لان هذا الاشهار يكون متواجد في حياتنا اليومية بمعنى أنه يكون في منازلنا من خلال وجود المذياع وكذا في سيارتنا فهو يعيش معا ونحن لانحتاج الى قراءة إعلان او حتى مشاهدته ، وبالإضافة الى قلة الابحاث والدراسات التي تناولت الاشهار الإذاعي كانت قليلة وضئيلة وانحصرت فقط على دارسين هذا المجال من الاعلان ، وهذا ما صعب في ضبط مفهوم موحد وشامل حوله .

فيعرف الإشهار الإذاعي على أنه " استخدام الكلمة المسموعة من خلال استخدام بعض الإذاعات التي تبث إعلانات بين الفقرات والبرامج الإذاعية " ¹ ، كما أن الموسيقى والصوت المستخدم وكذلك اللحن والمؤثرات الصوتية لها وقع كبير في التأثير في المستمع .

- ويعرف كذلك على اعتبار أن الإذاعة " وسيلة إعلانية جذابة وفاعلة للمعلن تساعد على الوصول إلى تحقيق أهدافه بسرعة وعلى نطاق جماهيري واسع " ².
 - وكما يعرف ايضا على أنه " مجموعة من الأصوات المصممة لتحفيز الأشخاص لاتخاذ إجراء ما ...وهو طريقة مثيرة ومؤثرة لنشر المعلومات " ³.
- ويمكن استخلاص تعريف موحد من هاته التعريفات على أنه :

الإشهار الإذاعي هو ذلك الإشهار الذي يبيث عن طريق الراديو ، وذلك باستخدام رسائل صوتية لتعريف الجمهور بخدمة أو منتج أو سلعة معينة .

¹- هالة منصور ،الإتصال الفعال ، المكتبة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، سنة 2000، ص 25.

²- منى الحديدي ، الإعلان ، الدار المصرية ، القاهرة ، مصر ، ط1، سنة 1999، ص 75.

³- حسن عماد مكاوي ، إنتاج البرامج للراديو ، النظرية والتطبيق ، دار النشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر ، سنة 1983، ص 380.

2-3. مفهوم الإشهار التجاري:

إن الإشهار التجاري من بين أهم الأنشطة الاتصالية التي تعتمد عليها أي مؤسسة أو شركة وذلك من أجل التعريف بسلعها وخدماتها التي تساهم بعرضها في السوق¹، ولعل أهم عنصر في الإعلان التجاري هو توليد أو خلق الحاجة أو الطلب على الشيء ما ، فالإشهار التسويقي التجاري يخلق الرغبة في نفس المستهلك لاقتناء السلع ، ومنه وبمجرد أن يصبح لديه رغبة نحو هذا المنتج أو السلعة ، يكون الإعلان التسويقي متواجدا لتلبية رغبته².

وكما يعرف الإعلان التجاري على أنه " عمل إداري فني يقوم به متخصصون في فن وإدارة الدعاية والإعلان"³.

¹- محمد أبو سمرة، إدارة الإعلان التجاري ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، عمان ، ط1 ، 2008 ، ص 20.

²- علي السلمي ، الإعلان ، طبع بدار المعارف ، مصر ، سنة 1971 ، ط2 ، ص 48.

³- محمد أبو سمرة ، إدارة الإعلان التجاري ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، عمان ، ط1 ، 2008 ، ص 23.

خلاصة الفصل الأول:

يعد الخطاب الإشهاري في عصرنا هذا عبارة عن صناعة إعلامية بآتم معنى للكلمة ،ولذلك فهو يحظى باهتمام كبير من مختلف المجتمعات و خصوصا المتطورة منها ، ومما سبق ذكره يمكن القول أن الإشهار ينبنى أساسا على خطاب وهذا الأخير هو : ذلك القول الموجه للجمهور تهدف إلى قصد ما .

- وللخطاب عدة أنماط منها :

✓ الخطاب القرآني

✓ الخطاب الإيصالي (النفعي)

✓ الخطاب الإعلامي

✓ الخطاب الإبداعي

- والإشهار هو : الإظهار والنشر والإعلام ، ومر الإشهار بعدة مراحل وتطور حتى وصل إلى ما هو عليه الآن ، و للإشهار عدة أنماط نذكرها :

• على أساس الهدف

✓ الإشهار_الإرشادي

✓ الإشهار التذكيري

✓ الإشهار التعليمي

✓ الإشهار التنافسي

✓ الإشهار الإعلامي

• من وجهة نظر الجمهور ونوع الرسالة

✓ الإشهار العام

✓ الإشهار المحلي

✓ الإشهار الصناعي

✓ الإشهار التجاري .

الفصل الثاني

الفصل الثاني

الفصل الثاني

الخطاب الإشهاري ؛ مستويات البنية اللغوية

◀ المبحث الأول : الخطاب الإشهاري

1-1. مفهوم الخطاب الإشهاري

1-2. نماذج حول الخطاب الإشهاري

موضوع المدونة :

من خلال دراستنا لموضوع البنية اللغوية في الخطاب الإشهاري ، ركزنا على جملة من الإشهارات الإذاعية ، حيق تطرقنا إلى الجانب التجاري الإقتصادي للإشهار ، لأن الإشهار يمثل الشريان الرئيس للإقتصاد أي بلد ، فالإشهار في وقتنا هذا يعد من أهم الوسائل الترويجية لمختلف المنتجات سواء كانت عبارة عن فكرة أو سلعة أو منتج أو مشروع إلى ما ذلك ، فالإشهار ببساطة يعد جزء من حياة الكثير من المجتمعات في الوقت الحالي .

ولقد إختارنا لهذه الدراسة بعض الإشهارات التجارية نذكرها بإختصار كما هو مبين :

الإشهار الأول : مدرسة ستاب سكول

الإشهار الثاني : مؤسسة وافكس للمعارض

الإشهار الثالث : الجزيرة للديكور والمعارض

الإشهار الرابع : جمعية المنار للتراث الشعبي

الإشهار الخامس : مديرية الكهرباء والغاز بورقلة

الخطاب الإشهاري :

1-1. مفهوم الخطاب الإشهاري :

يبحث الإنسان دائماً عن وسائل وطرق تساعده على ترويج منتجاته وخدماته التي يقدمها للمجتمع ، وهذا عادة يتم من خلال تشهير هذه السلعة أو الإعلان عنها ، أي أن الخطاب الإشهاري يعرف على أنه وسيلة لترويج المنتجات ، بهدف تحقيق ربح أو فائدة معينة ويكون الإشهار عادة على شكل إعلان مطبوعة الجرائد أو المجالات أو على شكل ملصق في الأماكن العامة ، إضافة إلى الراديو والتلفاز ، ولقد كان هنالك تباين وإختلاف في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية في تحديد المصطلح فهناك من يرى أن الإشهار مطابق للمصطلح الإعلان¹.

ولقد كان الخطاب الإشهار ذا إرتباط وثيق بالدعاية بالمفهوم العام ، إلا أن الخطاب الإشهاري في مضمونه يرتكز على الممارسة اللغوية وكذا الممارسة الأيقونية في بعده الإقناعي ، وهذا مرتكز على مبدأ التسويق والترويج للسلعة أو المنتج ، عن طريق عرض مزاياها وخصائصها ، وذلك من أجل دفع المستهلك إلى الإقتناء ، وبهذا تتسجد العملية الإشهارية كفعل تجاري إقتصادي².

2-1. نماذج للإشهار التجاري :

1-2. الإشهار الأول : مدرسة ستاب سكول

"مدرسة ستاب سكول بحي الشرفة تعلن عن فتح أقسام خاصة بالإمتحانات النهائية شهادة التعليم الإبتدائي شهادة التعليم المتوسط والكالوريا ، بالإضافة إلى دورس الدعم لكافة الأطوار دورس الحساب الذهني الموسيقي للكبار والصغار رياضة الكارتي وكذا تنظيم دورات تكوينية في الصيدلة والخياطة والتنجيم ، فعلى الراغبين في التسجيل الإتصال بالرقم التالي :

¹ - ينظر ، بلقاسم سلاطينة وعبيدة سبطي وفؤاد شعبان ، سيميولوجيا الصورة الإشهارية ، مخبر التفسير الإجتماعي والعلاقات العامة ، الجزائر ، دط ، 2013 ، ص 82.

² - ينظر ، حافظ إسماعيل علوي ، الحجاج (مفهومه ومجالاته دراسة نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة) ، الجزء الرابع (الحجاج والمراس) ، عالم الكتب الحديث ، إربد ، الأردن ، ط1 ، 2010 ، ص 286.

أو التقرب من المدرسة الكائن مقرها بحي الشرفة ورقلة (ستاب سكول خطوة بخطوة نحو النجاح).

2-2 . الإشهار الثاني : مؤسسة وافكس للمعارض

مؤسسة وافكس للمعارض، تنظم مؤسسة وافكس للمعارض أكبر تظاهرة تجارية و إقتصادية بورقلة بالخيمة العملاقة بحضيرة حديقة التسلية طريق غرداية ورقلة، تجدون في هذا المعرض ألبسة أفرشة و أغطية و أواني منزلية و ألبسة نسائية ورجالية، بمشاركة مؤسسات وطنية و أجنبية، تجدون أيضا بالمعرض ألعاب للتسلية الأطفال وحلويات جزائرية وشرقية، المعرض مفتوح من 9:00 صياحا إلى 7:00 مساء ومن 1 مارس إلى 15 مارس 2017، مرحيا بكم فيب أكبر معرض وتظاهرة تجارية و إقتصادية بورقلة بالخيمة العملاقة.

3-2 . الإشهار الثالث : الجزيرة للديكور والأثاث

الجزيرة للديكور والمطابخ وغرف نوم الأطفال و بأنمل جزائرية تضع أمامكم تصاميم راقية ترونها مناسبة لمنازلكم ديكور منوع غرف نوم للإطفال و بألوان زاهية تفرح أبناكم، مطباخ متنوعة بأشكال و ألوان ومقاسات مختلفة، النقل فوري والتركيب في عين المكان و بتقنيات عليية، الجزيرة للديكور والمطابخ وغرف نوم الأطفال جودة و إتقان، زوروا الجزيرة للديكور والمطابخ وغرف نوم الأطفال عند مفترق الطرق الجزيرة الرويسات أو إتصلوا على الأرقام التالية : 0666.00.37.70

4-2. الإشعار الرابع : جمعية المنار لتراث الشعبي

تنتهي جمعية المنار للتراث الشعبي بورقلة الى كافة المواطنين ، عن تنظيم يوم الشعر الشعبي والاغنية البدوية ، يشارك في هذا اليوم كوكبة من الشعراء المحليين ذوي الكلمة الراقية وفنانين ذوي اداء متميز في الاغنية البدوية ، وذلك بدار الثقافة مفدي زكرياء ورقلة يوم 18 مارس 2017 ، وهذا يوم كامل من 9:00 صباحا والدعوة عامة ، جمعية المنار للتراث الشعبي اصالة وتراث وسياحة .

5-2. الإشعار الخامس : مديرية الكهرباء والغاز

رغبة منها في استمرار التواصل بينها وبين زبائنها ، وفي اطار تحسين وتطوير خدماتها تنتهي مديرية الكهرباء والغاز ورقلة الى علم زبائنها الكرام ، انه بإمكانهم تسديد فواتيرهم على مستوى مكاتل البريد عبر كامل تراب الولاية ، وخاصة بالمناطق النائية ، بهدف تسهيل عبئ التنقل الى الوكالات التجارية ، مديرية توزيع الكهرباء والغاز ورقلة دائما في خدمتكم .

الفصل الثاني

الخطاب الإشهاري ؛ مستويات البنية اللغوية

المبحث الثاني : 2- عناصر الخطاب الإشهاري

2-1. تعريف العناصر

2-2. إستخراج العناصر الاشهارية من

النماذج

1-2 عناصر الخطاب الإشهاري :

يتأسس الخطاب الإشهاري على جملة من العناصر المترابطة ببعضها البعض بإعتباره نسيجاً لغوياً وغير لغوي تتشابك فيه مجموعة من الوسائل والعلامات وفق قواعد تركيبية ودلالية¹ ، وتتمثل عناصر الخطاب الإشهاري فيما يلي :

أ - المرسل :

وهو الشخص الذي يقوم بإنتاج الخطاب الذي ينتج في الواقع أو الخيال الواقعي أفكاراً و معلومات يوجهها للمتلقي² .

ب - المرسل إليه :

وهو المستهدف الرئيسي من عملية الاعلان وتختلف خصائصه وحجمه وغالياً ما يتم دراسته بغرض تحديده في مرحلة سابقة لإعداد الرسالة الاعلانية بما يتناسب معها³

ج - الرسالة الإشهارية :

الرسالة الاشهارية تتمثل في المضمون الجوهري أي "النتائج الحقيقي لما يمكن ترجمته من أفكار ومعلومات خاصة بمصدر معين في شكل لغة يمكن تفهيمها"⁴ ، وتعتبر هاته الرسالة هي الهدف من الخطاب الاشهاري .

د - المقام :

إن العلاقة بين المرسل والمرسل إليه لا تتم بشكل إعتباطي وإنما تتم بحسب ما يقتضيه المقام و أحوال الخطاب وظروفه ، وما يتطلب ذلك من الخصائص اللغوية وغير لغوية ويمكن أن نطلق عليها "قرائن الخطاب او الحديث"⁵

¹ - قدور عبد الله ثاني ، سيميائية الصورة (مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم) ، دار الغرب للنشر والتوزيع ، الجزائر ، ط1 ، 2005، ص 112.

² - الكتابة الإعلامية ، المبادئ والاصول ، نسيم الخوري ، دار المنهل اللبناني ، ط 2 / بيروت .لبنان ، ص 27 .

³ - الاعلان بين النظرية والتطبيق ، خلود بدر غيث ، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2011 ، عمان ، الاردن ، ص 27.

⁴ - الاتصال والتسويق بين النظرية والتطبيق ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان الاردن ، 2010 ، ص 17 .

⁵ - عصام نور الدين ، الاعلان وتأثيره في اللغة العربية ، مجلة الفكر العربي ، العدد 92، سنة 1998، ص 02.

وكما يرى الدكتور عصام نور الدين أن : "الإطار أو الموضوع الذي يقع تحته الحديث ... لكل إطار سمات تميزه عن بقية الأطر وتؤثر لغويا في الموضوع"⁶ و وسيلة الاتصال :

وتتمثل في قناة التبليغ الموظفة في إيصال فحوى الخطاب " وترتبط الرسالة الاشهارية مع الوسيلة المستخدمة في نقلها " ⁷ ، وتعتبر الوسيلة هي الاداة التي يتم من خلالها نقل الرسالة الاشهارية، في الجدول التالي سنوضح أهم عناصر الخطاب الإشهاري في الإشهارات التجارية :

رقم الإشهار	المرسل	المرسل إليه	الرسالة الإشهارية	وسيلة الإتصال	المقام
الأول	مدرسة ستاب سكول	الطالب	مضمون الرسالة	سمعية عن طريق الراديو	بداية الموسم الدراسي
الثاني	مؤسسة وافكس للمعارض	سكان مدينة ورقلة	مضمون الرسالة	سمعية عن طريق الراديو	وقت العطلة الربيعية
الثالث	الجزيرة للديكور والمطابخ	أرباب الأسرى	مضمون الرسالة	سمعية عن طريق الراديو	طول أيام السنة
الرابع	جمعية المنار للتراث الشعبي	المهتمين بالتراث من أهل ورقلة	مضمون الرسالة	سمعية عن طريق الراديو	يوم الشعر الشعبي والاغنية البدوية
الخامس	مديرية الكهرياء	زبائن هذه المديرية	مضمون الرسالة	سمعية عن طريق	تسهيل عبء التنقل الى

⁶ - المرجع نفسه ، صفحة 24.

⁷ - المرجع نفسه ، صفحة 25.

الوكالات التجارية	الراديو			والغاز	
----------------------	---------	--	--	--------	--

الفصل الثاني

الخطاب الإشهاري ؛ مستويات البنية اللغوية

◀ المبحث الثالث :3- مستويات البنية اللغوية في الخطاب

الإشهاري

- 1-3 . المستوى الصوتي (تعريفه وتحليل النماذج)
- 2-3 . المستوى الصرفي (تعريفه وتحليل النماذج)
- 2-3 . المستوى النحوي (تعريفه وتحليل النماذج)
- 3-3 . المستوى الدلالي (تعريفه وتحليل النماذج)

مستويات البنية اللغوية في الخطاب الاشهاري

• مستويات البنية اللغوية :

إن اللغة تمثل نظاما متكاملًا ، فالدراسات اللغوية سواء كانت قديمة أو كانت حديثة فهي تركز على اللغة ، وهذه الأخيرة لها عدة مستويات تختلف في قوانينها و أساسياتها إلا أنها تتمازج فيما بينها لتكون بنية لغوية ذات خصائص وميزات تقوم عليها ، ومن هنا سنحاول التعرف على مل منها .

3-1. المستوى الصوتي :

يختص المستوى الصوتي بدراسة أصوات اللغة من عدة جوانب متعددة ، فهذا المستوى يقوم على تحليل الأصوات الكلامية ، فدارسو اللغة يطلقون عليه علم " الأصوات العام " و إذ يختص " بدراسة المعنى الوظيفي للغة فيطلقون عليه الصوتيات الوظيفية phonology فهو يركز على المعنى الوظيفي للنمط الصوتي ضمن نظام اللغة الشامل " ¹ ، وكما تنقسم البنية الصوتية إلى قسمين هما :

1-1. مستوى الأصوات :

وفي هذا المستوى يختص الباحث فيه فقط بالأوزان مثل (البحر وأعاريضه وكذا الأضرب والزحافات) .

1-2. الأصوات المكررة وعلاقتها بالمعنى :

ويعنى فيه الباحث بمجمل الأصوات المكررة سواء كانت مجتمعة أو على حدا ، والعلاقة التي تربطها بالمعنى ، بمعنى ماعو المعنى منها و ما الهدف من تكرارها عدة مرات .

¹ - اللسانيات النشأة والتطور ، أحمد مؤمن ، ط 3 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر ، ص 137 .

صفات الأصوات :

لقد إهتمت الأسلوبية بدراسة الأصوات المجهورة و الأصوات المهموسة وكذا مدى شدتها و رخاوتها من النصوص الأدبية ، و حاولت إستنباط و إستخلاص دلالتها ، وكذا جمالياتها ضمن هاته النصوص¹ ، و فيمايلي سنوضح صفات الأصوات في الإشهارات التجارية في الجدول التالي :

فالأصوات المهموسة :

الأصوات المهموسة هي تلك الأصوات التي عندما ننطقها يحرق فيها جريان للنفس وذلك لضعف الإعتماد على المخرج ، ومن خلاله يحدث إنفراج ما بين الوترين الصوتيين حيث لا يتلامسان . وكما يرى سيبويه : أن الجهر يتجلى مظهره الصوت ، وأن الهمس يتجلى مظهره النفس² .

والأصوات المهموسة هي : التاء ، الحاء ، الخاء ، السين ، الشين ، الصاد ، الطاء ، الفاء ، القاف ، الكاف ، الهاء³ . وسنبين في الجدول التالي تواتر الأصوات المهموسة في الإشهارات التجارية .

الأصوات المهموسة	الإشهار الأول	الإشهار الثاني	الإشهار الثالث	الإشهار الرابع	الإشهار الخامس
التاء	36	37	24	22	26
الحاء	06	08	/	02	01
الهاء	04	05	05	/	03
السين	13	14	03	02	05
الشين	04	03	01	06	/
الصاد	03	04	02	02	02
الطاء	05	04	09	01	03

¹ ينظر ، مصطفى بوغاني ، في الصوتيات العربية والغربية ، عالم الكتب ، عكان ، الأردن ، د.ط ، 2010 ، ص 87 .

² ينظر ، سامية راجح ، تجليات الحدائث الشعرية في ديوان "البرزخ والسكين" للشاعر عبد الله حمادي ، ص 230 ، نقلا عن تمام حسان ، اللغة العربية في معناها ومبناها .

³ ينظر ، محمد عبد الكريم الزويني ، فصول في علم اللغة المعاصرة ، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 2002 ، ص 181.

05	06	13	09	08	الفاء
04	04	07	10	04	القاف
07	07	10	06	09	الكاف
12	03	02	03	05	الهاء
65%	51%	72%	98%	94 %	النسبة المئوية

مجموع الأصوات المهموسة هو : 380

من خلال هذا الجدول في الأعلى نلاحظ بأن النسبة المئوية للأصوات المهموسة كانت متفاوتة حيث نلاحظ أن الأصوات المهموسة في الإشهار الثاني كانت مرتفعة عن الإشهارات الأخرى .

الأصوات المجهورة :

أصوات الجوهرية هي أصوات يتم الإعتماد فيه على مخرج الحروف حيث يحصل أنحباس جريان النفس عند النطق ، وفيها يتم تقارب الوتران الصوتيان ، والحروف المجهورة هي : الباء ، الجيم ، الدال ، الذال ، الراء ، الميم ، الزاي ، الضاد ، الطاء ، العين ، الغين ، النون ، اللام ، الواو ، الياء¹، وسنوضح في الجدول التالي تواتر الأصوات المجهورة في الإشهارات التجارية التالية :

الإشهار الخامس	الإشهار الرابع	الإشهار الثالث	الإشهار الثاني	الإشهار الأول	الأصوات المجهورة
15	09	10	15	13	الباء
01	02	06	05	02	الجيم
07	04	05	05	08	الدال
/	04	/	/	02	الذال
16	12	19	30	19	الراء
16	21	22	21	13	الميم

¹- ينظر ، محمد عبد الكريم الزويني ، فصول في علم اللغة المعاصر ، ص 182.

04	01	07	02	/	الزاي
/	/	01	07	02	الضاد
/	01	/	03	01	الطاء
04	11	04	09	06	العين
03	02	04	02	01	الغين
12	14	17	09	13	النون
25	28	13	21	39	اللام
13	16	21	19	15	الواو
19	28	15	21	18	الياء
93%	96%	91%	95%	153%	النسبة المئوية

مجموع الأصوات المجهورة هو : 528

إن مايمكن ملاحظته من خلال الجدول السابق أن نسبة الأصوات المجهورة كانت مرتفعة في كل الإشهارات التجارية ، حيث كانت أعلى نسبة مئوية في الإشهار الأول بنسبة 153%.

من خلال النسب المئوية للأصوات المهموسة والمجهورة نلاحظ أن نسبة الأصوات المجهورة أعلى من نسبة الأصوات المهموسة كما هو مبين من خلال الجدوال ، وهذا راجع إلى قوة النص الإشهاري وكذا مدى فعاليته .

ويمكن أن نستنتج من ذلك ، أن للصوت دلالة قوية وتأثير في تشكيل النص أو الخطاب الإشهاري .

3-2. البنية الصرفية في الخطاب الإشهاري :

1- المستوى الصرفي :

وفي هذا المستوى يعنى الباحث فيه بدراسة الواحدات الصرفية والصنع اللغوية ، أي بمعنى آخر أنه يبحث في بناء الكلمة في ذاتها ومما تتكون ، والشئ المقصود من بنية الكلمة هو " هيئتها أو صورتها الملحوظة من حيث حركتها وسكونها وعدد حروفها " ¹.

وتقوم البنية الصرفية على قسمين :

ا/ بنية الأفعال :

يختص فيه بالصيغ البسيطة وكذلك الصيغ المركبة ، وبالاعتماد على السياق الذي ترد فيه يمكن الكشف عن خصائصها الدلالية وكذا التركيبية ².
وكما أننا سنوظف بعض الأمثلة عن الأفعال المعتلة والأفعال الصحيحة الموجودة في الإشهارات التجارية بإذاعة ورقلة .

- الفعل المعتل هو ماكانت أحد حروفه الأصلية حرف علة مثل : (تقرأ).

وسنوضح في الجدول التالي :

رقم الإشهار	الفعل	نوعه	دلالاته
الإشهار الأول	- /	/	/
الإشهار الثاني	- تجدون (وجد)	معتل	يدل على الحدث
الإشهار الثالث	- تضع (وضع) - ترونها (رأى) - زورو (زار)	معتل	يدل على الحدث
الإشهار الرابع	- تنهي (نهى) - يشارك (شرك)	معتل	يدل على الحدث
الإشهار الخامس	- تنهي (نهى)	معتل	يدل على الحدث

1- بوقرة النوعمان، محاضرات في المدارس اللسانية المعاصرة ، منشورات جامعية ، 2000، جامعة باجي مختار عنابة ، الجزائر ، ¹ ص 29 .

²- رايح بوحوش ، البنية اللغوية لبردة البصري ،

والفعل الصحيح : هو الفعل الذي كانت جذوره كلها أصلية مثل : أخذ ، كتب ، ذهب ، وسنوضح في الجدول التالي الأفعال الصحيحة :

رقم الإشهار	الفعل	نوعه	دلالاته
الإشهار الأول	- تعلن	صحيح	من الإعلان أي الإشهار عن الشي
الإشهار الثاني	- تنظم - تجدون	صحيح	منم التنظيم والترتيب
الإشهار الثالث	- تفرح - ترونها	صحيح	من الفرح والسعادة من الارؤية والمشاهدة
الإشهار الرابع	- تنظم	صحيح	من التنظيم والترتيب

ومن هنا نلاحظ أن الأفعال الصحيحة وكذا الأفعال المعتلة تكون دائما متغيرة و لا تكون ثابتة لأنها تتغير من جملة إلى جملة أخرى ومن دلالة إلى دلالة أخرى وذلك حسب وقوعها في الجملة .

ب/ بنية الأسماء :

أما بالنسبة للبنية الأسماء ، فيعنى الباحث فيها بالوظائف الأسماء فقط وذلك من دون الإعتقاد على علم الأصوات ، ويدل إسم الفاعل من الأسماء التي يتم صياغته للتدل على الشخص الذي يقوم بالفعل¹.

¹- ينظر : سميح أبو مغلي وعبد الله الحافظ سلامة ، اللغة العربية دراسات تطبيقية ، دار البداية ناشرون وموزعون ، ط1 ، 2011، عمان ، الأردن ، ص 27 .

رقم الإشهار	إسم الفاعل	وزنه	دلالاته
الأول	- الراغبين - الكائن	- راغب - كون	يدل على وقوع الحدث
الثاني	/	/	يدل على وقوع الحدث
الثالث	- راقية مناسبة متنوعة مختلفة زاهية عالية	- راقى - مناسب متنوع مختلف - زاهي - عالي	يدل على وقوع الحدث
الرابع	- مواطنين الشعراء فنانيين راقية - مفدي كامل	- مواطن ، شاعر ، فنان ، راقى ، مفدي ، كامل	يدل على وقوع الحدث
الخامس	- النائبة	النأي	يدل على وقوع الحدث

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن إسم الفاعل وظفت لدلالة على الحال والإستقبال ، وذلك يعود إلى وجه الحدث ، والتجدد الذي يتميز به إسم الفاعل ، لانه صيغة من المشتقات الصرفية .

1- أسماء المكان والزمان :

إسم المكان : هو إسم مشتق للدلالة على مكان وقوع الفعل¹ ، أما بالنسبة لإسم الزمان : فهو إسم مأخوذ من حروف الفعل ، ليدل على زمن حدوثه .

ونلاحظ هذا فيمايلي :

رقم الإشهار	إسم المكان	دلالته	إسم الزمان	دلالته
الإشهار الأول	- حي الشرفة - ورقلة	وقوع مكان الفعل	/	وقوع زمن الفعل
الإشهار الثاني	- ورقلة - الخيمة العملاقة - حضيرة حديقة التسليية - طريق غرداية - حي النصر	وقوع مكان الفعل	من 9:00 صباحا إلى 7:00 مساء من 01 مارس إلى 15 مارس	وقوع زمن الفعل
الإشهار الثالث	- مفترق الطرق الجزيرة الرويسات	وقوع مكان الفعل	/	وقوع زمن الفعل
الإشهار	- جمعية المنار	وقوع مكان الفعل		وقوع زمن

¹ - الموسوعة العربية العالمية .

الفاعل			ورقلة - دار الثقافة مفدي زكرياء	الرابع
وقوع زمن الفاعل	/	وقوع مكان الفاعل	- مديرية الكهرباء والغاز ورقلة - مكاتب بريد الولاية	الإشهار الخامس

2- صيغة المبالغة :

صيغ المبالغة هي عبارة عن " إسم مشتق ومحول عن إسم الفاعل ليبدل على كثرة القيام بالفعل أو الانصاف يشئ بكثرة ومبالغة " ¹.
وفي هذا الجدول سنوضح ذلك :

دلالاتها	وزنها	صيغ المبالغة
تدل على تأكيد المعنى وتقويته	فعليل	الكرام مفردھا (كريم)

إن دلالات صيغة المبالغة حسب الجدول تدل على إسم الفاعل ، بالإضافة إلى المبالغة في الحدث .

¹ - معجم النحو والإعراب ،

a. البنية النحوية في الخطاب الإشهاري :

1- المستوى النحوي :

ويعنى في هذا المستوى بدراسة التراكيب وكل ما له علاقة بها من خواص ، وبمعنى آخر فإن بناء الكلمة يعنى بالوسائل تكوين تلك الكلمات من الواحدات الصوتية المختلفة ، فمثلا الإعراب يساعد على كشف القرائن اللغوية¹ ، والإعراب هو العلم الذي يختص بقواعد اللغة التركيبية².

أ / دلالة التقديم و التأخير :

من المعلوم أنه لايمكننا النطق بأجزاء الكلام دفعة واحدة ، بل لابد من تقديم بعض الأجزاء وتأخير البعض وذلك لإغراض بلاغية ، وقد يكون هذا التقديم والتأخير أبلغ مثلا : كتقديم المفعول به على الفاعل وكذا تقديم الخبر على المبتدأ وتقديم الظرف على الحال³ . وسنوضح ذلك في الجدول التالي :

رقم الإشهار	الجملة	نوع التقديم والتأخير
الإشهار الأول	- مدرسة ستاب سكول بحي الشرفة (تعلن) عن فتح أقسام خاصة بالإمتحانات النهائية	- تأخير الفعل (تعلن) وتقديم الفاعل فأصبح مبتدأ
الإشهار الثاني	- تجدون في هذا المعرض ألبسة وأفرشة	- تقديم شبه الجملة (في هذا المعرض على المفعول به
الإشهار الثالث	- تضع أمامكم	- تقديم الظرف

¹- ينظر ، عبد القادر جليل ، علم اللسانيات الحديثة ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2002 ، ص 546.

²- ينظر ، محمود عكاشة ، التحليل اللغوي في ضوء علم الدلالة دراسة في الدلالة الصوتية والنحوية والمعجمية ، دار النشر للجامعات ، مصر ، ط1 ، 2005 ، ص 114 .

³- ينظر ، المرجع نفسه ، ص 145.

(أمامكم) على المفعول به (تصاميم)	تصاميم راقية	
- تقديم (ذوي أداء متميز) على (في الأغنية البدوية)	- ذوي أداء متميز	الإشهار الرابع
- مقدمة على الفعل تتهي وجملته	- رغبة	الإشهار الخامس

والشي الملاحظ في هذا الجدول أن كلا من التقديم وكذا التأخير عرضه هو الإثبات والتأكيد على المعنى في الخطاب الإشهاري .
وتنقسم الجملة العربية في البنية النحوية إلى قسمين هما :

*الجملة الإسمية

*الجملة الفعلية

أ / الجملة الإسمية : هي الجملة التي يتقدم فيها الإسم وتتكون من مبتدأ وخبر أو المسند والمسند إليه .

ب / الجملة الفعلية : أو مضارع أو أمر ، وفي الغالب تتكون من فعل وفاعل ومفعول به ، سواء كان تاما أو ناقصا أو مبني للمجهول أو مبني للمعلوم ¹ ،
وسنوضح ذلك في الجدول التالي :

رقم الإشهار	الجملة الإسمية	الجملة الفعلية
الإشهار الأول	- مدرسة ستاب سكول بحي الشرفة - بالإضافة الى دوروس الدعم لكافة الأطوار - دوروس الحساب الذهني الموسيقى	- تعلن عن فتح أقسام خاصة بالأقسام النهائية

¹- بنظر إبراهيم قلتي ، قصة الإعراب ، ص 575 / 582.

	<p>للـكـبـار والصغار ورياضة الكارتي - وكذا تنظيم دورات تكوينية في الخيطة والتجيم</p>	
<p>- تنظم مؤسسة وافكس للمعارض أكبر معرض وتظاهرة تجارية واقصادية بورقلة - تجدون في هذا المعرض البسة افرشة اغطية و اواني منزلية - تجدون ايضا بالمعرض اللعاب للتسلية الاطفال</p>	<p>- مؤسسة وافكس للمعارض - بمشاركة مؤسسات وطنية و أخرى أجنبية - مرحبا بكم في أكبر معرض تظاهرة تجارية واقتصادية بورقلة بالخيمة العملاقة</p>	الإشهار الثاني
<p>- تضع امامكم تصاميم راقية - زوروا الجزيرة للديكور والمطابخ</p>	<p>- الجزيرة للديكور والمطابخ وغرف نوم الأطفال - النقل فوري والتركيب في عين المكان - الجزيرة للديكور والمطابخ وغرف نوم الاطفال جودة وانتقان</p>	الإشهار الثالث
<p>- تنهني جمعية المنار للتراث الشعبي بورقلة الى علم كافة المواطنين عن تنظيم يوم الشعر</p>	<p>- وذلك يوم 18 مارس 2017 - جمعية المنار</p>	الإشهار الرابع

الشعبي والاغنية البدوية	للتراث الشعبي اصالة وتراث	
- تنهيمديرية الكهرباء والغاز ورقلة	- رغبة منها في استمرار التواصل بيننا وبين زبائننا	الاشهار الخامس

نلاحظ من خلال هذا الجدول ، وكذا تحليلنا للجميع الإشهارات ، أنا الجمل الأسمية بكثرة من الجمل الفعلية التي تكون محدودة ويمكن حتى عدها في الاشهارات بعكس الجمل الاسمية التي توظف بشكل كبير في الاشهارات وكذا الخطابات الاشهارية والصحفية .

3-3. البنية الدلالية في الخطاب الإشهاري :

1- المستوى الدلالي :

يهتم البحث اللغوي في المستوى الدلالي بدراسة المعنى من مختلف جوانبه ، بمعنى يدرس المعنى الصوتي والمعنى الصرفي والمعنى النحوي والمعنى المعجمي والمعنى الساقى ، وهذا يدل على أن المعنى اللغوي هو نتاج كل تلك المستويات في دراستها للمعنى وجوانبه ¹.

• الترادف :

الترادف هو وجود عدة كلمات في اللغة لها نفس الدلالة والمعنى ² ، والترادف هو المطابقة والمشابحة بين الكلمات مثل : لاقيت - إنقبت . و الدلالة من الترادف هو وسيلة لتأكيد وتقوية المعنى ، وما نلاحظه هو أنه لا يوجد بكثرة في الخطابات الإشهارية التجارية . وبخلاف الترادف نجد التضاد الذي يعد من بين أهم العلاقات الدلالية التي تساهم في ربط المعنى بين الكلمات التي ترد في نفس السياق ، مثل : الصباح والمساء ، طويل وقصير ، وهو ما يسميه علماء البلاغة بالطباق الموجب أو السالب ³ .

ومن خلال الجدول التالي سنستخرج كل الأضداد في الإشهارات التجارية :

الكلمة	ضدها
صباحا	مساء
الكبار	الصغار

إن التضاد يحمل العديد من الدلالة و الإيحاءات ، وهو في الواقع دلالة على تقوية المعنى وتأكيده التي تجعل من النص الخطابي متفاعلا

¹- ينظر ، محمد محمد دواد ، العربية وعلم اللغة الحديث ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر ، د.ط ، دت ، ص 107 .

²- ينظر ، خليفة بوجادي ، محاضرات في علم الدلالة ، بيت الحكمة ، سطيف ، الجزائر ، ط1 ، 2009 ، ص 130 .

³- ينظر ، طالب محمد إسماعيل ، مقدمة لدراسة علم الدلالة ، كنوز المعرفة ، عمان ، الأردن ، ط1 ، 2011 ، ص 247 .

ومتناسقا في أجزائه ، كما يؤثر في السامع وكذا المتلقي ، فهو يخلق
موسيقى متناغمة في مختلف الخطابات .

خلاصة الفصل الثاني :

في هذا الفصل التطبيقي حاولنا التركيز على جملة من الخطابات الإشهارية الإذاعية التي تحمل الطابع التجاري الإقتصادي ، وقمنا بعرض نماذج منها وكذلك تحليلها ، بالإضافة إلى إستخلاصالعناصر الأساسية التي يقوم عليها الخطاب الإشهاري وهي : (المرسل ، المرسل إليه ، الرسالة ، المقام ، وسيلة الإتصال).

وقمنا أيضا بإستخراج المستويات اللغوية من النماذج الإشهارية وهي كالآتي :

- ◀ المستوى الصوتي (تعريفه وتحليل النماذج)
- ◀ المستوى الصرفي (تعريفه وتحليل النماذج)
- ◀ المستوى النحوي (تعريفه وتحليل النماذج)
- ◀ المستوى الدلالي (تعريفه وتحليل النماذج)

الختامة

الخاتمة :

لقد تمحورت إشكالية الموضوع المدروس حول دور البنية اللغوية في الخطاب الإشهاري ، فنستنتج مما سبق ذكره مايلي :

- 1- يمثل الخطاب الإشهاري إرثا فنيا قديم منذ ظهور الإنسان تطور و إزدهر بتطور المجتمعات
- 2- يعد الخطاب سلسلة من الوحدات تتجاوز الجملة، وتخضع لنظام خاص في الصياغة والترتيب
- 3- يعتبر الإشهار من الفنون الإعلامية ، و من أهم الوسائل الاتصالية الفعالة
- 4- ينبنى الخطاب الإشهاري الإذاعي على جملة من العناصر المهمة :
(المرسل - المرسل إليه - الرسالة الإشهارية - المقام - وسيلة الاتصال)
- 5- يتميز الخطاب الإشهاري الإذاعي في المستوى الصوتي بكثرة الأصوات المجهورة وذلك لما يحمله النص الإشهاري من قوة وفعالية
- 6- تحتوي الخطابات الإشهارية الإذاعية على الجمل الإسمية بكثرة من الجمل الفعلية لأن الجمل الأسمية ذات طابع خبري
- 7- يمتاز الخطاب الإشهاري الإذاعي التجاري بكثرة صيغ المبالغة والمرادفات
- 8- يلتزم الخطاب الإشهاري الإذاعي بالنظام اللغوي وذلك يختلف من إشهار الى آخر
- 9-يرتكز الخطاب الإشهاري الإذاعي على اللغة بشكل كبير بهدف إيصال مضمونه الإعلامي

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

- القرآن الكريم
- 1- إبراهيم قلّاتي ، قصة الإعراب ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، ط1 ، عين مليلة الجزائر .
- 2- ابن خلدون عبد الرحمان محمد ، مقدمة ابن خلدون ، تحقيق الجويدي ، المكتبة العصرية للطباعة والنشر ، ط2 ، صيدا ، بيروت ، 1996.
- 3- ابن منظور الأنصاري ، لسان العرب ، حققه وعلى عليه ووضع حواشيه ، عامر أحمد حيدر ، راجعه عبد المنعم خليل ابراهيم ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان مجلد الثاني ، 1997.
- 4- الاتصال والتسويق بين النظرية والتطبيق ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، الاردن ، 2010.
- 5- احمد بن عمر بن علي المفري الفيومي ، المصباح المنير ، بيروت ، لبنان.
- 6- أحمد رزقة ، أصول اللغة العربية أسرار الحروف ، دار الحصاد للنشر والتوزيع ، دمشق ، سوريا ، ط1 ، 1993.
- 7- أحمد مؤمن ، اللسانيات النشأة والتطور ، ط3 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر .
- 8- اسماعيل السيد ، الإعلان ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، مصر ، دط ، 2002.
- 9- أوكان عمر ، اللغة والخطاب ، ترجمة خور رشيد وآخرون ، دار المعارف الإسلامية ، مطبعة الشعب ، القاهرة ، مصر .
- 10- جيرا جينيت ، خطاب الحكاية ، ترجمة محمد معتصم و آخرون ، منشورات الإختلاف ، ط3 ، 2003. البارودي ، إنشائية الخطاب في الرواية العربية الحديثة . محمد
- 11- حافظ إسماعيل علوي ، الحجاج مفهومه -مجالاته ،دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة ، الجزء 4 ، عالم الكتب الحديث ، إربد ، عمان ، 2010.
- 12- خلود بدر غيث ، الاعلان النظرية والتطبيق ، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2011.
- 13- خليفة بوجادي ، محاضرات في علم الدلالة ، بيت الحكمة ، سطيف ، الجزائر ، ط1 ، 2009.
- 14- الخليل أحمد الفراهيدي ، كتاب العين ، ترتيب وتحقيق عبد الحميد هندواي ، المجلد الاول ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان ، 2003.
- 15- خليل صابات ،
- 16- رولان كايروول ، الصحافة المكتوبة والسمعية والبصرية ، ترجمة محمد مرسلي ، مطابع دي
- 17- سامية راجح ، تجليات الحداثة الشعرية في ديوان البرزخ والمسكين للشاعر عبد الله حمادي ، نقلا عن تمام حسان ، اللغة العربية في معناها ومبناها .

- 18- سعيد يقطين ، تحليل الخطاب الروائي ، المركز الثقافي العربي ، ط3 ، بيروت ، لبنان ، 1997.
- 19- سلمى بركات ، اللغة العربية مستوياتها و أدائها الوظيفي وقضاياها ، دار البداية ، ناشرون وموزعون ، عمان ، الاردن ، ط1 ، 2009.
- 20- سميح ابو مغلي وعبد الله الحافظ سلامة ،
- 21- طاسيخ كوم ، مبادئ في سيميولوجيا الاشهار ، للدراسة والنشر والتوزيع ، خرابيسية ، الجزائر دط ، دت .
- 22- طالب محمد اسماعيل ، مقدمة لدراسة علم الدلالة ، كنزو المعرفة ، عمان الاردن ، ط1 ، 2012.
- 23- طبعة جديدة ومنقحة، المنجد في اللغة والإعلام ، دار الشرق ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الأربعون ، 2003 .
- 24- عاطف عدلي ،الاتصال والرأي العام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، مصر ، 1993.
- 25- عبد السلام ابو قحف ، هندسة الاعلان ، الدار الجامعية الجديدة اسكندرية ، مصر ، 2005.
- 26- عبد القادر جليل ، علم اللسانيات الحديثة ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ط1 ، 2002.
- 27- علي السلمي ، الاعلان ، طبع بدار المعارف ، مصر ، ط2 ، 1971.
- 28- فايزة يخلف ، مناهج التحليل السيميائي ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2012.
- 29- فضيل دليو واخرون ، مقدمة في الاتصال الجماهيري ، ديوان المطبوعات الجزائرية ، بن عكنون ، الجزائر ، 1998.
- 30- الفيروز آبادي ، القاموس المحيط ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان ، 2008 ، الطبعة الثانية .
- 31- قدور عبد الله ثاني ، سميائية الصورة ، دار الغرب للنشر والتوزيع ، الجزائر ، ط1 ، 2005.
- 32- مجمع اللغة العربية ، المعجم الوسيط ، دار الدعوة ، بيروت ، لبنان ، إستتابول ، تركيا ، الجزء الأول .
- 33- محمد عبد الكريم الزويني ، فصول في علم اللغة المعاصرة ، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 2002 .
- 34- محمد محمد دواد ، العربية وعلم اللغة الحديث ، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر .
- 35- محمود عكاشة ، التحليل اللغوي في ضوء علم الدلالة دراسة في الدلالة الصوتية والنحوية والمعجمية ، دار النشر للجامعات ، مصر ، ط1 ، 2005.

- 36- مصطفى بوعناني ، في الصوتيات العربية والغربية ، عالم الكتب ، الاردن ، 2010 .
- 37- معجم المصطلحات الإعلامية ، أحمد زكي ، دار الكتب المصرية ، القاهرة ، مصر .
- 38- معجم النحو والإعراب .
- 39- المنجد في اللغة والإعلام والإعلان ، دار المشرق ، بيروت ، لبنان ، الطبعة التاسعة .
- 40- الموسوعة العربية العالمية .
- 41- نسيم خوري ، الكتابة الاعلامية المبادئ والاصول ، دار المنهل اللبناني للطباعة ، بيروت ، لبنان .

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
مقدمة.....	(أ.ب.ت)
الفصل الأول : الخطاب الإشهارى؛النشأة والتطور	
1- تعريف الخطاب.	
أ. لغة.....	02
ب. إصطلاحا.....	03
2- أنماط الخطاب.....	7-6-5
المبحث الثاني :مفهوم الإشهار	
1- تعريف الإشهار	
أ. لغة.....	09
ب. إصطلاحا.....	11-10
2- الإشهار تطوره وتاريخه.....	12
3- أنماط الإشهار.....	15-14-13
المبحث الثالث : الإشهار الإذاعي التجارى.	
1- مفهوم الإشهار الإذاعي.....	17
2- مفهوم الإشهار التجارى.....	18
3- خلاصة الفصل الأول.....	19

الفصل الثاني :البنية اللغوية في الخطاب الإشهاري

المبحث الأول : الخطاب الإشهاري؛ مستويات البنية اللغوية

1- تعريفه.....21

2- نماذج على الخطاب الإشهاري.....22-23-24

المبحث الثاني : عناصر الخطاب الاشهاري

1- تعريف عناصر الخطاب الإشهاري.....26

2- أستخراج عناصر الخطاب الاشهاري من النماذج.....27

المبحث الثالث : مستويات البنية اللغوي

1-المستوى الصوتي.....28-29-30

تحليل النماذج.....31-32

2- المسوي الصرفي.....33-34-35

تحليل النماذج.....36-37-

3-المستوى النحوي.....38-39

تحليل النماذج.....40-41

4- المستوى الدلالي.....42

تحليل النماذج.....43

44..... خلاصة الفصل الثاني

45-46.....الخاتمة

47-49.....قائمة المصادر والمراجع

50-51.....فهرس الموضوعات

إذاعة ورقلة الجهوية :

تعرف إذاعة ورقلة بإذاعة الواحات وذلك نسبة إلى منطقة الواحات للجنوب الشرقي ثم تحولت إلى إذاعة محلية بورقلة ، إلى أن إنتقلت إلى إذاعة ورقلة الجهوية في 2007 وذلك بمقرر من الإدارة المركزية ، تعود نشأة الإذاعة المحلية بورقلة الجهوية إلى سنة 1987 م حين أنشأت الإذاعة والتلفزيون أنا ذاك مكتبا جهويا بورقلة من أجل تغطية أنشطة مناطق الجنوب الشرقي يدار الثقافة وفي سنة 1991 م تم إنشاء إذاعة ورقلة الجهوية فكانت الإنطلاقة جيدة و جد فعالة من خلال إستعمالها للنظام الرقمي في البث عن طريق الأف أم التوازن التنظيمي والتركيب ضمن البرامج مع إضافة الشبكة العنكبوتية وتوسيع شبكة الإنتاج لتشمل مناطق عدة خارج محيط الولاية .

ملخص المذكرة :

يعتبر الخطاب الإشهاري من أهم الوسائل الترويجية والتسويقية التي تستخدمها أي مؤسسة أو شركة لغرض التعريف بخدماتها ومنتجاتها وكما يعد الإشهار من بين الفنون القديمة التي كان يستخدمها الإنسان في حياته اليومية وتمثل اللغة عماد و أساس الإشهارات التجارية الإقتصادية في التواصل بين الناس عبر مختلف الأزمنة ، فتناولنا في بحثنا هذا في الجانب النظري تطرقنا إلى تعريف الخطاب و الإشهار من الناحية اللغوية و الإصطلاحية بالإضافة إلى ذكر أنماط كل منهما وفي الجانب التطبيقي للبحث ركزنا على جملة من الإشهارات الإذاعية التي تحمل الطابع التجاري وكما عرفنا أهم العناصر التي تتركز عليها العملية الإشهارية و أستخرجنا المستويات اللغوية من الإشهارات عن طريق تحليلها ، وفي الوقت الذي تمثل اللغة الشريان النابض للتواصل في المجتمعات وخاصة المتطورة منها ، فالإشهار يعتمد على اللغة بشكل كبير من أجل إيصال فكرة أو منتج أو مشروع ما أو رأي ما .

الكلمات المفتاحية : الخطاب،الإشهار، الإشهارالإذاعي،الإشهارالتجاري، مستويات البنية اللغوية

Résumé:

Le discours publicitaire est considéré parmi les moyens commerciaux et publicitaires utilisés par les entreprises et sociétés dans l'objectif de faire connaître son produit et ses services.

La publicité est un art ancien , utilisé par l'humain depuis des lustres dans sa vie quotidienne , ou la langue constitue un élément crucial dans les publicités commerciales et économiques .

Dans cette étude, on a évoqué dans le volet théorique , la définition du discours et la publicité et ses différents types, et dans la partie pratique on a abordé la publicité a travers les radios a caractère commercial, et les différents éléments du processus publicitaire. Comme on a évoqué les différents niveau linguistique des publicités , ou la langue constitue un aspect primordial dans la communication et la publicité dans les sociétés , surtout les plus développées. La publicité est bâties sur la langue afin de transmettre une idée, un produit ou un projet ou une opinion.

ملخص المذكرة :

يعتبر الخطاب الإشهارى من أهم الوسائل الترويجية والتسويقية التي تستخدمها أي مؤسسة أو شركة لغرض التعريف بخدماتها ومنتجاتها وكما يعد الإشهار من بين الفنون القديمة التي كان يستخدمها الإنسان في حياته اليومية وتمثل اللغة عماد و أساس الإشهارات التجارية الإقتصادية في التواصل بين الناس عبر مختلف الأزمنة ، فتناولنا في بحثنا هذا في الجانب النظري تطرقنا إلى تعريف الخطاب و الإشهار من الناحية اللغوية و الإصطلاحية بالإضافة إلى ذكر أنماط كل منهما وفي الجانب التطبيقي للبحث ركزنا على جملة من الإشهارات الإذاعية التي تحمل الطابع التجاري وكما عرفنا أهم العناصر التي تركز عليها العملية الإشهارية و أستخرجنا المستويات اللغوية من الإشهارات عن طريق تحليلها ، وفي الوقت الذي يمثل اللغة الشريان النابض للتواصل في المجتمعات وخاصة المتطورة منها ، فالإشهار يعتمد على اللغة بشكل كبير من أجل إيصال فكرة أو منتج أو مشروع ما أو رأي ما .

الكلمات المفتاحية : الخطاب، الإشهار، الإشهار الإذاعي، الإشهار التجاري، مستويات البنية اللغوية

Résumé:

Le discours publicitaire est considéré parmi les moyens commerciaux et publicitaires utilisés par les entreprises et sociétés dans l'objectif de faire connaître son produit et ses services.

La publicité est un art ancien , utilisé par l'humain depuis des lustres dans sa vie quotidienne , ou la langue constitue un élément crucial dans les publicités commerciales et économiques .

Dans cette étude, on a évoqué dans le volet théorique , la définition du discours et la publicité et ses différents types, et dans la partie pratique on a abordé la publicité a travers les radios a caractère commercial, et les différents éléments du processus publicitaire. Comme on a évoqué les différents niveau linguistique des publicités , ou la langue constitue un aspect primordial dans la communication et la publicité dans les sociétés , surtout les plus développées. La publicité est bâties sur la langue afin de transmettre une idée, un produit ou un projet ou une opinion.

Les mots –clés : discours , publicité , publicité radio , publicité commerciale , niveau de structure linguistique

Abstractk :

The commercialdiscours is deemed to be most reliable means used by companies to promote their goods, adds have been long used by human beings to express their daily life needs , the language of the commercial is the bone of the adds and deemed to be the pillar of the communication , the present topic tackles the definition of discourse and the adds linguistically and terminologically as well as the types of the adds . in the practical part , the study focused on a sample of commercial adds diffused in the radio , we also defined the main element in which the commercial processes rely upon and then , the their linguistic levels are extracted to be later on analyzed . we put into account the language since it is the vein of the adds and on which this latter relies a lot to clarify the idea , the product or the project .

Keywords : discourse . adds .radio commercials. Commercial adds .linguistic structure levels .