

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة العربي التبسي - تبسة



كلية الآداب واللغات
قسم اللغة والأدب العربي

الخطاب الإشهاري الموجه إلى الطفل دراسة تحليلية لنماذج إشهارية معاصرة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر نظام (ل م د)

التخصص: نقد حديث ومعاصر

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة في البحث
نادية حديدان	أستاذ محاضر ب	جامعة العربي التبسي-تبسة	رئيسا
رزيقة رويقي	أستاذ محاضر أ	جامعة العربي التبسي-تبسة	مشرفا و مقررا
عبد الجبار رباعي	أستاذ محاضر أ	جامعة العربي التبسي-تبسة	عضوا مناقشا

إشراف الأستاذة :

رزيقة رويقي

إعداد الطالبتين:

• طوالبية روميسة

• سهايلية صبرينة

السنة الجامعية: 2021م/2022م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
بَدَأَ الْخَلْقَ وَيُعِيدُهُ
اللَّهُ الْغَنِيُّ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوْتَئِدَ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
جَعَلَ اللَّيْلَ سَجْداً
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
جَعَلَ اللَّيْلَ سَجْداً
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
جَعَلَ اللَّيْلَ سَجْداً

شكر وتقدير

بداية الشكر لله عزّ وجلّ الذي بتوفيق منه وبفضل منه تمكنا من إنجاز هذه المذكرة، فالحمد لله حمدا كثيرا..

نتقدّم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة "روقي رزيقة" على كل ما قدّمته من توجيهات ومعلومات قيمة أسهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة، كما نتقدّم بالشكر إلى أساتذتنا الكرام وكل من أسهم في تعليمنا ونخص بالذكر الدكتور: عز الدين ذويب على نصائحه وتوجيهاته التي قدّمها لنا..

كما نشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ولو بكلمة أو دعوة صالحة..

إهداء

إلى من مات بالدنيا ولم يمت بقلبي .. أبي "رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه"

إلى من لم تحرمني من شيء في الحياة .. أُمي "حفظها الله وألبسها ثوب الصحة

والعافية"

إلى كل عائلتي..

طوالبية روميسة

إهداء

أيام مضت من عمري بدأتها بخطوة، وها أنا الآن أقطف ثمار مسيرة أعوام كان هدفي فيها تحقيق ما أنا عليه اليوم، بفضل المولى عز وجل.

فأهدي ثمرة جهدي إلى:


سبب وجودي "أمي وأبي" اللذان احترقا كي ينيرا لي دربي _ أطال الله في عمريهما وأدامهما _

إلى من شاركوني الحياة بخلوها ومرها، إخوتي وأخواتي الأعزاء: سورية وفريدة ورمزي والحسين حفظهم الله لي.

وإن كنت سأحدث عن نعيم الحياة، فسأبدأ باسم رموز الإخلاص والوفاء، رفيقاتي: طوالبية روميسة، سلامة أميرة، خالدى تركية، شافعى لندة، سراج عبلة.

وإلى كل من ترك بصمة في حياتي، فلهم كل الود والتقدير والإحترام.

سهابلية صبرينة



مقدمة

مقدمة

يمثل الخطاب الإشهاري وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي بين الأفراد؛ حيث يستخدم كآلية لإقناع الفرد والتأثير عليه، وذلك عبر قنوات عديدة، أهمها وسائل الإعلام كالتلفاز والصحف، والمجلات... وغيرها. ويعدّ الطفل عينة مهمة من شرائح المجتمع المعنيّة بالإشهار. لذلك سخّرت القنوات المختلفة حملات إشهارية ضخمة لأجل هذا المتلقي الصغير الذي يسهل إغراؤه ودفعه لفعل الاقتناء والاستمتاع بالمنتوج سواء أكان المنتج ماديا أو معنويا (فكريا).

وقد شهد الخطاب الإشهاري الموجه إلى الطفل تطورا كبيرا في عصر العولمة والرقمنة فتطورت وسائله وقنواته وتنوّعت مادته الإغرائية من صورة وموسيقى وألوان وحركات أسهمت مجتمعة في جذب المتلقي الصغير والتأثير على أفكاره وميولاته.

من هذا المنطلق كان توجهنا إلى موضوع: الخطاب الإشهاري الموجه إلى الطفل دراسة تحليلية لنماذج إشهارية معاصرة كعنوان لبحث تخرجنا تحدينا في ذلك الرغبة في اكتشاف هذا النوع من الخطابات المرئية المهمة التي صارت لازمة من لوازم الإعلام في العالم أجمع.

كما أنّ من أهم دوافع اختيارنا لهذا الموضوع هو محاولة إثراء هذا النوع من الدراسات وترك بصمة جديدة قد تنير الطلاب الباحثين، سيما أنّ العديد منهم أحجموا عن مقاربة هذا الموضوع والبحث فيه. وقد خضنا غمار هذا الموضوع للإجابة عن جملة من الإشكالات المطروحة والتي مفادها، ما هي طبيعة الخطاب الإشهاري الموجه لشريحة الأطفال؟ وما هي أهم التقنيات الخطابية الموظفة في هذا النوع من الخطابات؟ وإلى أي مدى نجح الإشهار المعاصر بشقيه التجاري والتوعوي في تحقيق الأهداف وشراء الطفل مقابل بيع السلعة؟

ولطبيعة الموضوع وخاصية الدراسة اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي في متن بحثنا كما وظفنا بعضا من الآليات السيميائية في مقاربة النماذج الإشهارية المختارة وذلك لقدرة السيمياء على مقاربة الإشهار ومستوياته الخطابية.

أثناء عملية البحث صادفنا العديد من الدراسات والبحوث التي طرحت هذا الموضوع خاصة في شقه النظري وبعض المقاربات التحليلية للخطاب الإشهاري بصفة عامة منها: كتاب الصورة الإشهارية "آليات الإقناع والدلالة" لـ "سعيد بنكراد" و"الاتصال والإعلام التسويقي" لـ "فاطمة حسين عواد".

ورغم توفر هذه الدراسات إلا أننا وجدنا في بادئ رحلتنا العديد من الصعوبات أهمها صعوبة فهم هذه الدراسات وطريقة تحليل هذا النوع من الخطابات. بالإضافة إلى صعوبة التنقل من أجل الحصول على مصادر ومراجع معينة خاصة فترة انتشار الجائحة، فالتجأنا إلى الشبكة العنكبوتية وما توفرت عليه من معلومات. ونذكر أهم المراجع المعتمدة: كتاب "مدخل للتسويق" لـ "فريد كورتل" و"الإعلان" لـ "منى الحديدي" ومذكرة دكتوراه "الإشهار والطفل دراسة تحليلية لأنماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيره على السلوك الاستهلاكي للطفل" لـ "سطوطاح سميرة".

رغم كل هذا استطعنا تجاوز الصعاب وإنجاز هذا العمل البحثي الذي جاء في مقدمة ومدخل وفصلين وخاتمة، حوى المدخل إحاطة نظرية مفاهيمية للمصطلحات الرئيسية للموضوع كمصطلحي الإشهار والخطاب.

أمّا الفصل الأول والثاني فدراسة تطبيقية تحليلية لنماذج إشهارية، خصصنا الأول للخطاب الإشهاري التجاري _ الترفيهي، وفيه قاربنا نموذجين إشهاريين وهما لعبة "بيباتل بيرست توربو **Beybattle burst turbo**" و "لعبة مناجم السلاطين". وأفردنا الثاني للخطاب الإشهاري التوعوي وأبعاده التربوية منها: خطاب "مودا مودي الحجر الصحي" و"كيف نتخلص من الفيروسات".

لنختم بحثنا بجملة من النتائج المتوصل إليها أهمها:

_ أصبح الأطفال من أكثر الفئات العمرية استهدافا من طرف الإشهار كونه الأكثر مشاهدة لمختلف الوسائط ولعل أهمها التلفاز.

_ أصبح الطفل اليوم يجسد دورين في الخطاب الإشهاري دور المشهر ودور المستهلك، لهذا وجب الاعتناء التام بهاته الخطابات الموجهة إلى هذه الفئة الحساسة.

_ تنطوي الرسالة الإشهارية الموجهة للطفل تحت مراعاة أبعاد عدة: لسانية وأيقونية فحسن انتقاء المشهر للأفعال والأسماء والألوان والحركات والموسيقى ، بما يتناسب والقدرات الاستيعابية للطفل يسهم في عملية الإقناع لدى المتلقي الصغير.

وفي الأخير لا يسعنا إلا أن نقدّم الشكر لله سبحانه وتعالى أولاً على أنه منحنا القوة والتوفيق والسداد في إنجاز هذا البحث، كذلك نشكر الدكتورة المشرفة لما قدّمته في البحث ولها عظيم الأجر والثواب مع فائق التقدير والاحترام.

مدخل: الخطاب الإشهاري الموجه إلى الطفل: مفاهيم نظريّة.

أولا/ مفهوم الإشهار.

ثانيا/ أنماط الخطاب الإشهاري.

ثالثا/ الخطاب الإشهاري الموجه إلى الطفل.

رابعا/ مقاربات تحليل الخطاب الإشهاري.

الإشهار هو سلاح الإعلام ووسيلة من وسائل الدعاية عن منتج ما، أو تقديم خدمة معيّنة، يعرض بعدّة طرق وأساليب، متعدّد الأنواع، وموجّه لمختلف الفئات.

أولا / مفهوم الإشهار:

يعد الإشهار أحد وسائل الاتصال الذي يملك أهمية كبيرة داخل المجتمع، ويعتبر أيضا من أهم الوسائل التي تلجأ إليها أيّ مؤسسة من أجل التعرّف على منتجاتها للمشتري وترغيبه في الشراء وكذلك التأثير في ميولاته، حتّى يصل إلى هدفه ويحقّقه، فما المقصود بالإشهار؟ وماهي أبرز أنماطه؟

1- لغة :

ورد في لسان العرب لابن منظور، مادة (ش.ه.ر) أن: «الشهرة بالضمّ ظهور الشيء في شنة حتى يشهره الناس والشهرة وضوح الأمر، وقد يشهره شهرا وشهرة فاشتهر وشهرة تشهيرا واشتهره فاشتهر/.../ ويقول ابن الأعرابي والشهرة، الفضيحة ورجل شهّر ومشهور، معروف المكان/.../ قال ثعلب: ومنه قول عمر بن الخطاب رضي الله عنه وأرضاه: "إذا قدمتم علينا شهرا أحسنكم اسما، فإذا رأيناكم شهرا أحسنكم وجها، فإذا بلوناكم كان الاختيار"/.../ والشهر القمر ينتمي له لشهريته وظهوره، وقال ابن الأثير، الشهر الهلال ينتمي له لشهريته وظهوره... وشهر فلان سيفه إذا انتماه من غمده فيرفعه على الناس». (1)

وعليه يدل الإشهار لغة على الوضوح والإظهار والبيان سواء كان الشيء إيجابيا أو سلبيا كالتمثّل في إبراز العيوب وستر الفضيحة .

2- اصطلاحا: هناك عدّة تعريفات تناولت مصطلح الإشهار نذكر منها :

الإشهار هو: «هو عملية الاتصال غير الشخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معنيين يدفعون ثمنا معيّنا لإيصال معلومات معيّنة إلى فئات معيّنة من المستهلكين بحيث

(1) ابن منظور: لسان العرب، مج4، ط1، دار صادر، بيروت، لبنان، 1997م، ص_ص: 431_433، مادة (ش.ه.ر).

يفصح المعلن عن شخصيته»⁽¹⁾.

إنّ الإشهار هو خطاب تواصلّي بين طرفين المرسل وهو صاحب المنتج والمستهلك (المشتري) أو المرسل إليه، بشرط أن يدفع صاحب المنتج ثمنا معيناً للمؤسسة الإشهارية أو الوكالة الإعلانية نظير الخدمة التي يحصل عليها، إضافة إلى أنّ هناك أمر مهم وهو أن يكشف صاحب المنتج عن نفسه أو شخصيته حتّى يتعرّف عليه المستهلك.

من جهة يعرفه قاموس "لاروس" الصّادر عن دائرة المعارف الفرنسية على أنّه « مجموعة الوسائل المستخدمة للتعريف بمنشأة تجاريّة أو صناعيّة، وإقناعه باختيار منتجاتها والإيحاء إليه بطريقة ما بحاجة إليه »⁽²⁾.

الإشهار أيضاً عبارة عن « الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع »⁽³⁾.

إنّ الإشهار غير مختص بعرض السلع فقط، وإنما يشمل كذلك عرض وتقديم الأفكار وهو أيضاً نشاط مدفوع الأجر.

3- الخطاب:

يعرف الخطاب في اللّغة بأنّه «مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً وهما يتخاطبان والمخاطبة صيغة مبالغة تفيد الاشتراك والمشاركة في فعل ذي شأن، فصل الخطاب أن يفصل الحق والباطل ويميز بين الحكم وضده بمعنى الكلام»⁽⁴⁾.

ورد مصطلح الخطاب في القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابَ﴾⁽⁵⁾ وهو بمعنى الكلام.

(1) محمد جودة ناصر: الدّعاية والإعلان والعلاقات العامّة ، ط1، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 1998م، ص: 103.

(2) منى الحديدي: الإعلان، ط1، الدار المصريّة، القاهرة، مصر، 1999م، ص: 18.

(3) محمد فريد الصّحّان: الإعلان، (د.ط)، الدّار الجامعيّة، الإسكندريّة، مصر، 2000م، ص: 13.

(4) ابن منظور: لسان العرب، مج1، ط1، دار صادر، بيروت، لبنان، 1997م، ص: 361، مادة (خ ط ب).

(5) القرآن الكريم، سورة ص (الآية: 20).

وفي الاصطلاح يعرفه ميشال فوكو «مصطلحا لسانيا يتميز عن نص وكلام وكتابة وغيرها يشمله كل إنتاج ذهني سواء كان نثرا أو شعرا منطوقا أو مكتوبا، فرديا أو جماعيا، ذاتيا أو مؤسسيا/...../ وللخطاب منطق داخلي وارتباطات مؤسسية، فهو ليس بالضرورة ناتجا عن ذات فردية يعبر عنها، أو يحمل معناها، أو يحيل إليها بل قد يكون خطاب مؤسسة أو فترة زمنية، أو فرع معرفي»⁽¹⁾.

ويعرفه هاريس بأنه «وحدة لسانية متكونة من جمل متعاقبة»⁽²⁾.

من خلال التعريفين اللغوي والاصطلاحي للخطاب نصل إلى أن: الخطاب هو الكلام أو القول أو التحدث يلقي على فرد أو مجموعة من الأفراد أي يتطلب المشاركة بين متحدث ومستمع لإيصال رسالة أو فكرة أو الفصل في رسالة أو موضوع. وهو كل ما ينتجه الذهن ويتلفظ به اللسان من جمل متعاقبة، لها دلالات مختلفة، تساهم في التأثير والتأثر بين أفراد المجتمع.

(1) حليم نور الدين: أنماط الخطابات الإشهارية في الصحافة المكتوبة، إشراف: بوجمعة شتوان، كلية الآداب واللغات، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2017، ص: 11، (مذكرة ماجستير).

(2) باتريك شارودو ودومينيك منغنو: معجم تحليل الخطاب، تر: عبد القادر المهيري وحمادي صامود، (د.ط)، دار سينادرا تونس، 2008م، ص: 180.

ثانيا/ أنماط الخطاب الإشهارى:

للخطاب الإشهارى عدّة أنماط يمكن تصنيفها وفقا لـ: الجمهور المستهلك أو الوسيلة الإشهارية المستخدمة .

1- الخطاب الإشهارى باعتبار الجمهور المستهدف:

من المعروف أنّ الجمهور أو المستهلك (المتلقي) يعد المرتكز الأساسى الذى يقوم عليه الإشهار، وبهذا يمكن تصنيفه حسب الجمهور المستهدف كما يلي:

أ- الإشهار الاستهلاكي: ونعني به ذلك الإشهار الذى «يوجه الإشهار إلى المستهلك الأخير للسلعة أو الخدمة من أجل دفعه إلى الاقتناع لشراء سلع معن عنها من خلال الدوافع الظاهرية والباطنية التي تحرك سلوكه». (1) ويعني هذا النوع ذلك الإشهار الذى يعرض فيه منتج أو سلعته بهدف إقناع الزبائن إلى شرائها أو اقتنائها التي تم عرضها من طرف الوكالة الإشهارية من أجل استمالة الجمهور والتأثير في ميولاته.

ب- الإشهار الصناعى: وهو ما « يوجه إلى وحدات الإنتاج أو المستعملين الصناعيين حيث يعلن عن السلعة أو المنتجات التامة الصنع والخدمات والتجهيزات وما إلى ذلك والتي تتم بها عملية التصنيع بغية الخروج بمنتج جديد». (2) أي هو ذلك الإشهار الذى يتم توجيهه إلى وحدات ومراكز إنتاجية صناعية حتى تعلن عن المنتجات المصنوعة بجودة عالية والتي تتم فيها عمليات التصنيع بهدف استخلاص منتج آخر.

ج- الإشهار التجارى: يوجّه إلى «الوسطاء بغرض المساهمة في تصريف السلعة إلى المستهلك النهائى أو المشتري الصناعى». (3)

(1) فريد كورتل: مدخل للتسويق، ط1، كنوز المعرفة، عمان، الأردن، 2010م، ص: 151.

(2) المرجع نفسه: الصفحة نفسها.

(3) فاطمة حسين عواد: الاتصال والإعلام التسويقي، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2011م، ص: 110.

2_ الخطاب الإشهاري باعتبار الوسيلة الإشهارية المستخدمة:

لقد تطوّر الإشهار بسبب تطور التكنولوجيا حتى يكون مواكبا للوسيلة الإشهارية المستعملة فأصبح كالتالي: (1)

أ- **الإشهار المسموع:** وقد كان السمع أقدم وسيلة أو أداة استخدمها الإنسان في الإشهار والإعلان إذ ما يميز الخطاب المسموع طريقة الإلقاء، فالصوت يلعب دور مهم في التأثير على المستهلك عن طريق التنعيم والنبر اللذان يدخلان في باب الموسيقى التي بها توظف الراقد من الأعماق إضافة إلى الجهر والهمس .

ب- **الإشهار المكتوب:** هو ذلك الإشهار المكتوب في الصحف والمجلات والجرائد والكتب والملصقات الموجودة على جدران المدن... من أجل اتساعها حتى تستقطب أكبر عدد ممكن من المتلقين .

ج- **الإشهار السمعي البصري:** وهو ذلك الإشهار الذي يستخدم وسيلة أساسية وهي التلفزة ويتم بالصور واللون والحركة والموسيقى إضافة إلى المضمون المجسد في النص المكتوب .

3- الخطاب الإشهاري حسب الأثر وتأخذ نوعين هما: (2)

أ- **الخطاب الإشهاري ذو الأثر المباشر:** يقدم هذا النوع من أجل لفت انتباه المستهلك ودفعه إلى شراء السلعة بطريقة مباشرة وفي أسرع وقت ممكن .

ب- **الخطاب الإشهاري ذو الأثر غير المباشر:** يهدف هذا النوع إلى التأثير في المتلقي خلال مدة أو فترة طويلة ومن ذلك، إعلان الهواتف النقالة التي يتم عرضها وترويجها باستمرار في التلفزيون أو أي وسيلة أخرى حتى تكون موجودة دائما في ذهن المتلقين أو المشترين، ثم يشعر بالحماس والفضول نحو المنتج المعلن عنه فيسرع إلى اقتنائه.

(1) فاطمة حسين عواد: الإتصال والإعلام التسويقي، ص: 106.

(2) المرجع نفسه، ص: 113.

4- الخطاب الإشهاري باعتبار المجال أو نوع الرسالة الإشهارية المتضمنة:

يستخدم الخطاب الإشهاري في عدّة مجالات وكل خطاب له حقل معرفي ينسب إليه.

أ- **الخطاب الإشهاري التجاري:** يهدف هذا الخطاب بالدرجة الأولى إلى « بيع المنتج وكسب ربح اقتصادي ويحاول أن يقنعنا باقتناء المنتج أو الخدمة ليزيد من أرباحه»⁽¹⁾ بمعنى أنّ الهدف من هذا الإشهار هو توفير المال وكسب الربح المادي.

ب- **الخطاب الإشهاري السياسي:** وفيه التعبير عن « الآراء المختلفة ومحاولة التأثير في الرأي العام لتقديمه في شكل يبرز أهمية الرأي بأنّه هو الأحسن وهو الأفضل من بين كل الآراء الأخرى المتواجدة في الساحة كما هو الحال في الدعاية للحملات الانتخابية »⁽²⁾ أي إنّه يعبر عن الآراء وأيهما أفضل وقد قدم مثالا للحملات الانتخابية .

ج- **الخطاب الإشهاري الاجتماعي:** يعلن عنه مؤسسة اجتماعية ويهدف إلى «تقديم خدمة أو منفعة عامة للمجتمع، مثلا الإعلان عن مواعيد تلقيح الأطفال أو إبداء نصائح للفلاحين، أو الدعوة إلى الوقاية والحذر من أمراض معينة ولذلك نلاحظ هذا النوع يأتي تحت عنوان "حملة ذات منفعة عامة"»⁽³⁾ بمعنى أنه مختص بكل مجال اجتماعي له منفعة وفائدة معنوية على الفرد والمجتمع .

ومنه نخلص إلى أنّ الخطاب الإشهاري يأخذ أنماطا مختلفة حسب الجمهور المستهلك والوسيلة، الأثر والجمال.

(1) فاطمة حسين عواد: الإتصال والإعلام التسويقي، ص: 107 .

(2) المرجع نفسه، ص : 108.

(3) عزّام محمد الحويلي وآخرون: الإعلام الدولي، ط1، دار المعتز، عمان، الأردن، 2015م، ص: 182.

ثالثاً/ الخطاب الإشهاري الموجه إلى الطفل :

يعد الإشهار أداة العصر التي فرضت هيمنتها في جميع المجالات الاقتصادية، السياسية الاجتماعية، فلا تكاد تخلو مؤسسة أو منظمة من استخدام هذه الأداة لتسويق منتجاتها أو تقديم خدماتها لجميع الفئات العمرية، ولعلّ فئة الأطفال أصبحت أكثر الفئات المستهدفة في عصر الصورة والإشهار. وذلك « من خلال حضورها المكثف في هذا الفضاء، بعد أن ترسخت القناعة أنّ الطفل يمثل رقما مهما في حسابات الشركات الاقتصادية، إذ يعد حصة سوقية معتبرة في نظر المنظومة الاقتصادية من خلال تأثيره في قرارات الشراء داخل الأسرة والمجتمع ». (1)

ليس هذا وحسب بل « تمّ استدراجه إلى هذا الفضاء من أجل أن يمثل أدوارا مختلفة حسب الأهداف المرجوة من الإشهار... فقد أدرك المشتغلون في مجال الإشهار قدرة صورة الطفل على التأثير وإقناع المتلقي بمضمون الرسالة الإشهارية ». (2)

لقد أصبح الطفل في الخطابات الإشهارية يجسد دورين دور المستهلك الذي تروج له الخدمات أو السلع ودور المروج في حدّ ذاته من خلال تمثيله في الخطاب الإشهاري نفسه. «ولذلك فالإشهار الموجه للطفل يحيط في إستراتيجيته بالاعتبارات السيكلوجية والبيولوجية والاجتماعية لهذا الطفل فيعمل على صياغتها في قوالب وأساليب فنية وجمالية ولغوية تتناسب وقدراته العقلية ومستواه الإدراكي وخصائصه اللغوية كما أنّه يستوجب في منتجه أو المشتغلين في حقله، التوفر على مهارات فكرية ونفسية أهمها القدرة على فهم الأطفال فهما دقيقا من الناحية العاطفية والذهنية والجسدية ». (3)

(1) عكوباش هشام: <الفضاء الإشهاري التلفزيوني وتمثيل الطفل: رصد ونقد>، مجلة آفاق للعلوم، جوان 2017م، ع8، ج01، جامعة الجلفة، الجلفة، الجزائر، ص: 258.

(2) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(3) الزوهره الجهاد: الإشهار التلفزيوني والطفل، المغرب، في: (2021/12/1م)، (21:30)، الموقع الإلكتروني:

وهذا حتى يتحقق الهدف المرجو من هذا الخطاب الإشهاري، وفي هذا الصدد حدّدت "إلينا هيوستون" وزملاؤها مجموعة من الأسس الفنيّة الواجب توظيفها في الإشهارات الموجهة للطفل هي:

أن تحتوي الوصلة على ممثلين أطفال، بالإضافة إلى اعتماد الرسوم الكرتونية وإضفاء عنصر الخيال، كما يجب أن تعتمد على ميثولوجيا العائلة في بنائها.⁽¹⁾

ووضح "NICOLAS MONTIGNEAUX" أيضا طرق معالجة وفهم الطفل للرسالة الإشهارية نلخصها في ما يلي:⁽²⁾

1- مضمون الرسالة الإشهارية: يجب على صاحب الرسالة الإشهارية انتقاء ألفاظ بسيطة وواضحة مع اعتماد الأسلوب المباشر، خال من التعقيد، واستخدام الحجج بطريقة إثباتية يتم تقبلها بسهولة بما يتناسب مع الإطار الأسري فلا ينفّر منه ولا ينسأه، وبما يتناسب مع القدرات الاستيعابية للطفل من جمل بسيطة مفهومة، وتراكيب سهلة مع التركيز في الوصلة الإشهارية على توظيف شخصيات طفولية كرتونية، وهذا حتى يسهل على الأطفال فهمها ومن ثمة جذبهم والتأثير فيهم.

2- شكل الرسالة الإشهارية :

يفضل الأطفال دوما كل ما يتعلق بالنشاط والحركة والحيوية والمتعة وينجذب نحو الأشياء البارزة والألوان والأشكال الغريبة الغير مألوفة، وعليه حتّى تلبّي المؤسسة المنتجة للوصلة الإشهارية رغبة مستهلكيها، فإنّها تعمل على الإحاطة بثلاثة عناصر مهمة تركز عليها في بناء رسالتها الإشهارية بما يتناسب مع الطفل وهي:

أ- الشخصية: لكل طفل شخصيته وميولاته الخاصة وله القدرة أيضا على تحليل الرسالة الموجهة إليه.

(1) سطوح سميرة: الإشهار والطفل دراسة تحليلية لأنماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيره على السلوك الاستهلاكي للطفل، تخصص: الاتصال في التنظيمات، إشراف: بونيدر نصيرة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، السنة الجامعية 2010/2009م، (رسالة دكتوراه)، ص_ص: 322_ 324.

(2) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

ب- الملاءمة: حيث تسمح الملاءمة للرسالة الإشهاريّة من الإجابة بطريقة فعالة عن انتظاراته من خلال توجيه عرض مكثّف له، فملاءمة الرسالة الإشهاريّة تقاس أساساً من خلال المعنى الذي تعطيه للمنتجات أو الخدمات ضمن السياق الذي تقدم فيه.

ج- الاستمرارية: تترجم من خلال استمراريّة الرسائل الإشهاريّة في الوقت بمعنى أنّ هذه الاستمرارية يجب أن تحترم في نفس الوقت المحتوى والشكل بحيث أنها تطور شعور انتماء يشابه ذلك الذي يميّز العائلة.

للطفل أيضاً شخصيّة الخاصّة التي تجعله يحلل الرسائل الموجهة إليه ومن ثمة رفضها أو تقبلها والانجذاب نحوها، فكّلاً تم الاعتناء ببنية الخطاب الإشهاري الموجه للطفل وتقديمه بأفضل صورته وبما يتناسب مع عقله الصغير وقدراته الاستيعابية كان لذلك نتائج إيجابيّة من حيث زيادة نسبة إقبال المستهلكين (الأطفال) على المنتج أو الخدمة.

للإشهار أيضاً دور كبير في التأثير على الأطفال من ناحية سلوكياتهم وشخصياتهم والتي قد تستمر معهم مستقبلاً، لذلك وجب الحرص الشديد على الاعتناء التام بهذه الخطابات وتقديمها وفق معايير تتناسب مع الطفل.

رابعاً/ مقاربات تحليل الخطاب الإشهاري:

— توجد عدّة مقاربات للخطاب الإشهاري وهي:

أ- **المقاربة اللسانية:** أي دراسة الإشهار اللساني وهي البوابة التي ندخل من خلالها عالم الإشهار، إذ قلّمًا يوجد إشهار من دون لغة منطوقة أو مكتوبة بحسب ما تقتضيه الصورة الإشهارية في ثباتها وسكونها، أو في حركتها ونموّها وتغيّرها وتكتسب هذه المقاربة المنهجية الانطلاق من النظام أو النسق اللساني فيبحث في مستوياته الصوتية والصرفية والمعجمية والتركيبية والدلالات الناتجة عن هذه المستويات. (1)

بما أنّ الخطاب الإشهاري منتوج لغويّ يتوفر فيه المعطيات اللسانية المتاحة فإنه يمكن دراسته لسانيا بالبحث في مستوياته الصوتية والصرفية والمعجمية والتركيبية والدلالية وغير ذلك...

ب- **المقاربة النفسية:** تكتسب أهميتها القصوى في كون الخطاب الإشهاري يركز على إغواء المتلقي واستدراجه بأن يتسلّط على الحساسة المتأثرة لديه ويهيمن على أفق انتظاره فيجعله لا يرى شيئاً غيره فهو المناسب وهو الأفضل والأعلى والأبهى وهو الجديد الذي لم يصنع من قبل بل يصنع لأجل المتلقي دون غيره (2). إنّ المتلقي الذي يركّز عليه الخطاب الإشهاري من خلال استمالته ويعمل على ايقاظ رغباته وميولاته الذي يود المتلقي تحقيقها، فالإشهار وحده من يستطيع القيام بذلك عبر التأثير فيه من أجل شراء ذلك المنتوج المعروف.

ج- **المقاربة السيميائية:** وهي أهم المقاربات وأنسبها لتحليل الخطاب الإشهاري إلى جانب المقاربة التداولية لأنها تجمع بين الصورة والصوت الموسيقى والحركة والأداء واللون

(1) عمرانى المصطفى: <الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء>، مجلة فكر ونقد، ج34، ع34، 2000م، الدار البيضاء المغرب، ص: 27.

(2) بشير ابرير: دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، ط1، دار عالم الكتب الحديث، أربد، الأردن، 2010 م، ص: 103.

والأيقونة والرّمز واللّغة، والديكور ثمّ إنّنا نزعم أنّ المقاربة السيميائيّة تشمل كل المقاربات السابقة وخصوصا التداوليّة. (1)

د- **المقاربة التداوليّة:** يرتكز التحليل التداولي على الواقع والسياق فيؤكد على النفعيّة والبعد البراغماتي من خلال التحقق والتغيير الفعلي الذي يحدث به الخطاب ربح ومنفعة وفائدة ومن خلال خطاب يلبس أجمل حلة /.../ من أجل تحقيق المبتغى ويبرر ذلك في لغته المكثفة وجمله المختصرة وكلماته البرّاقة التي تتوجه نحو المستقبل... (2)

بمعنى في المقاربة التداوليّة ندرس اللّغة في سياقها أي العلاقة بين اللّغة ومستعملها ويقصد بالمستعمل المؤول أو المقام...

ه- **المقاربة الاجتماعية الثقافيّة:** تحمل رؤى المجتمع المختلفة وثقافته حيث يعد الخطاب الإشهاري إنتاج لغوي اجتماعي يوضح العلاقات الاجتماعية المختلفة، فهنا العلامات المميّزة للإشهار يحاول الإشهار تأكيدها أو الإقناع بها أو كشفها أمام الجمهور حيث يستطيع الإشهار معرفة بنية الوعي الاجتماعي بوصفه مرآة عاكسة لما يحصل في المجتمع من أحداث وتفاعلات سواء كانت سلبا أم إيجابا. (3)

(1) أمينة رقيق: <التقنيّات البلاغيّة في الصورة الإشهاريّة الثابتة>، مجلّة الباحث، ع12، أبريل 2013م، جامعة المسيلة الجزائر، ص: 260.

(2) بشير ابرير: دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، ص: 104.

(3) عمراني المصطفى: <الخطاب الإشهاري بين التقرير والايحاء>، ص: 27.

الفصل الأول: الخطاب الإشهاري التجاري-الترفيهي، دراسة تحليلية لنموذجي "لعبة بيباتل بيرست توربو Beybattle burst turbo" و"لعبة مناجم السلاطين".

أولاً/ الخطاب الإشهاري: "لعبة بيباتل بيرست توربو Beybattle burst turbo".

- 1 - محتوى الوصلة الإشهارية.
- 2- الرسالة اللسانية ومستوياتها.
- 3- الأنساق الأيقونية ودورها في الخطاب الإشهاري الترفيهي للرسالة.

ثانياً/ الخطاب الإشهاري : "لعبة مناجم السلاطين" .

- 1- محتوى الوصلة الإشهارية.
- 2- الرسالة اللسانية ومستوياتها.
- 3- الأنساق الأيقونية ودورها في الخطاب الإشهاري الترفيهي للرسالة.

لا يخفى على أحد أهمية الإشهار في العملية التسويقية للمنتجات وعرضها لتحقيق أكبر ربح، خاصة في الإشهارات التجارية لذلك يسعى المشهر دائماً إلى اتباع طرق ووسائل لعرض إعلانه في أحسن صورة للمتلقى وهذا ما سنراه في هذه الدراسة التحليلية لنموذجين عن أحد الخطابات الإشهارية التجارية الترفيهية.

أولاً/ الخطاب الإشهارى: لعبة "بيباتل بيرست توربو" "Beybattle burst turbo".

1- محتوى الوصلة الإشهارية :

وسنتبع في مقاربتنا لهذا الخطاب العناصر الآتية:

أ- **التعريف بالوصلة:** الوصلة هي عبارة عن إشهار للعبة "بيباتل بيرست توربو" تم عرضه في قناة تلفزيونية "سبيستون" مدتها (33 ثانية) وذلك من أجل إقناع الطفل والتأثير فيه حتى يفتنيها وذلك من خلال وسائل وأدوات مؤثرة وكلمات قوية مشحونة وصاخبة.

ب- عناصر الرسالة في الوصلة الإشهارية:

ب1- **المرسل:** "بيبي شوب Babyshop"، هو متجر بيع بالتجزئة للأطفال وأول شركة تابعة لمجموعة "لاندمارك". يركز المتجر على منتجات الأطفال من سن 1 إلى 16 عاماً، ويبيع العلامات التجارية الكبرى بما في ذلك باربي وديزني وفيليبس، مؤسسها "موكنيش جاغتياني" تأسست سنة 1973م في دبي.⁽¹⁾

ب2- **الوسيلة:** قناة سبيستون، هي قناة تلفزيونية عربية متخصصة في أفلام ومسلسلات الرسوم المتحركة والأنمي الياباني والفرقات الخاصة بالأطفال والمراهقين، وتعتبر قناة سبيستون ثالث قناة متخصصة في الرسوم المتحركة في الوطن، وتعرض القناة أهم المسلسلات الكرتونية العالمية. بدأت بالبث بأذار عام 2000م مقرها سوريا.⁽²⁾

(1) بيبي شوب، في: (2022/03/19م) (17:12)، الموقع الإلكتروني: www.wikipedia.com

(2) سبيستون، في: (2022/03/19م) (17:10)، الموقع الإلكتروني: www.wikipedia.com

ب3- الرسالة: فيلم إشهارى قصير مدته أقل من دقيقة(33ثانية)، يعرض لعبة "بيباتل بيرست تيربو " "Beybattle burst turbo".

ب4- محاور الرسالة: تتكوّن الرسالة من أربعة مقاطع جسّدها المخرج بطريقة فنيّة بصريّة غاية في الإبداع يركّز فيها على الصورة الأيقونيّة بنسبة كبيرة استخدم فيها خطابا لغويا وجملا مختصرة تتضمن موضوع الإعلان.

جسّد الإشهار مجموعة من الأشخاص يتفاعلون مع المقاطع الموجودة في شاشة كبيرة فالمقطع الأوّل كان مع ظهور اسم اللعبة "Beybattle burst turbo" مع وجود ثلاثة أنواع بلايل جديدة متنوعة ذات ثبات وصلابة (صورة1)، أمّا المقطع الثاني فبدأ بذكر أنواع البلايل ومميّزاتها من بينها: الشجاع البركاني وميزته أنه طبقة معدنيّة بنمط هجوم قوي يحطم كل منافسيه. إضافة إلى إمبراطور الأمواج الذي جاء في نمط دفاعي سريع، كذلك أخيل الأخير ذو طبقة معدنيّة بقوة تدميريّة فائقة وتحطيميّة.(الصورة 02)



(الصورة 01)(1)

(1) قناة سيبيستون الفضائيّة، تردد: 11785، عمودي، 3/4، النايل سات، سوريا، في: (2022/03/19)(18:00).

(الصورة 02)⁽¹⁾

أما المقطع الثاني فيعرض فيها مجموعة من الأبطال يتفاعلون مع هذه اللعبة وكل بطل يحمل نوعا من البلابل الخاصة به، فمثلا البطل الأوّل يحمل نشاب البأس ذو ميزة التحمّل (صورة 03)، أما البطل الثاني فيظهر نوعا آخر من البلابل وهو "الجارج المتجدّد" يتميز بلهب ناري دفاعي بالإضافة إلى البطل الثالث فيطلق نوعا اسمه "السيف الكاسر" الهجومية وفي المقطع الأخير يظهر المحل الذي أنتج فيه هذا المنتج وهو "Baby shop" (الصورة 04).

(الصورة 04)⁽³⁾

الصورة (03) (2)

(1) قناة سببستون الفضائية، تردد: 11785، عمودي، 3/4، النايل سات، سوريا، في: (2022/03/19م) (18:05).

(2) المرجع نفسه، في: (2022/03/19م) (18:30).

(3) كوبون محل الأطفال بيبي شوب، في: (2022/03/19م) (19:00)، الموقع الإلكتروني: www.coupondomi.com

2- الرسالة اللسانية ومستوياتها:

الخطاب اللغوي في الإشهار كان عبارة عن كلمات قويّة صاخبة أداها شخص مجهول لا يسمع إلاّ صوته يقول:

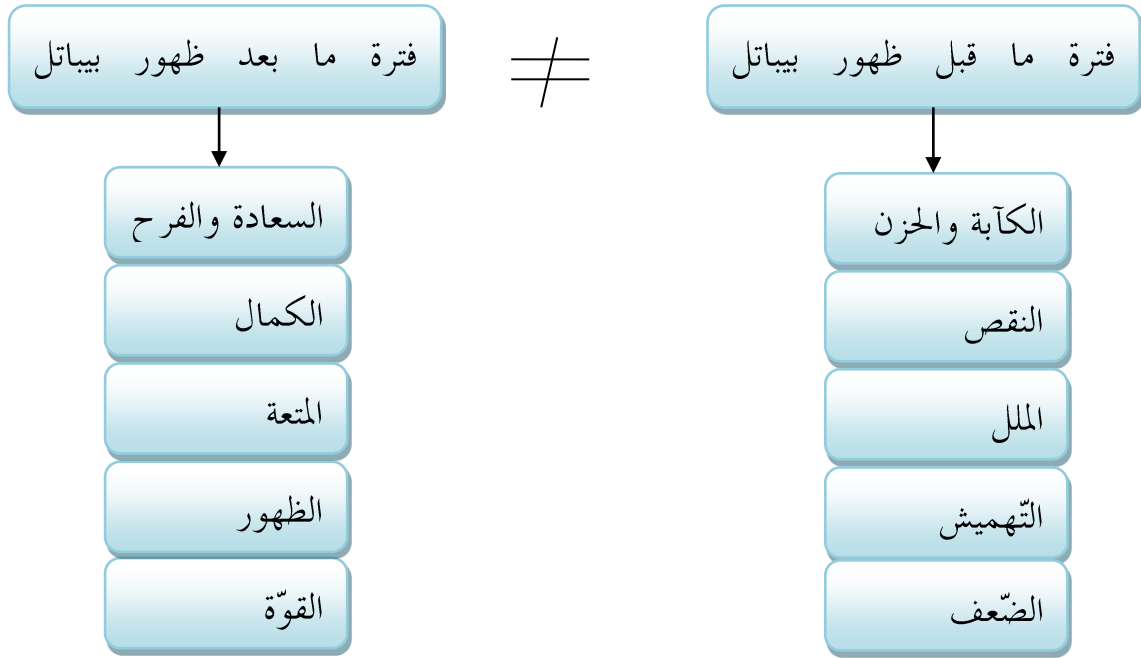
«البلابل الجديدة اكتسبت صلابة ما فأصبحت أثبت وأصلب وأقوى مع نظام طبقة التّوربو الشجاع البركاني طبقة معدنيّة، بنمط هجوم قوي، حطّم إمبراطور الأمواج طبقة معدنيّة بنمط الدفاع السريع، أخيل الأخير طبقة معدنيّة بقوة تدميريّة فائقة، حطّم، جديد بيباتل بيرست نشاب اليأس بنمط التحمّل الجارح المتجدّد بنمط الدفاع السيف الكاسر بنمط الهجوم» (1).

أ- المستوى المعجمي: وندرس فيه «الكلمات لمعرفة خصائصها الحسيّة والدلالية والجماليّة»⁽²⁾ حيث نلاحظ في هذا الإشهار استخدام الفعل المضارع الذي يدلّ على وقوع الفعل في زمن الحاضر والمستقبل وذلك لقطعه زمن الماضي من حياة كل إنسان الذي لا يوجد فيه هذا المنتج. كما أنّه يدلّ على الاستمراريّة والتّجدّد وعدم الملل في حياة الأطفال بعد استعمالهم للعبة "بيباتل بيرست تيربو". إضافة إلى أننا نلاحظ في الإشهار توظيف الجمل الفعلية التي غلبت عليها الأفعال المضارعة في زمن الماضي من ناحية نسقها وتركيبها العام مع التّركيز على الزمن الحاضر في حياة المتلقّي الصغير وذلك من أجل حثّه على استعمال هذه اللعبة خاصة الذكور وضرورة نسيان الماضي الذي يتجسّد في الحزن والندم على الحياة السعيدة والمليئة بالحيوية دون هذه اللعبة، إذ كان الزمن الماضي غير كامل وناقص ومملّ من غير هذه السلعة المعروضة..

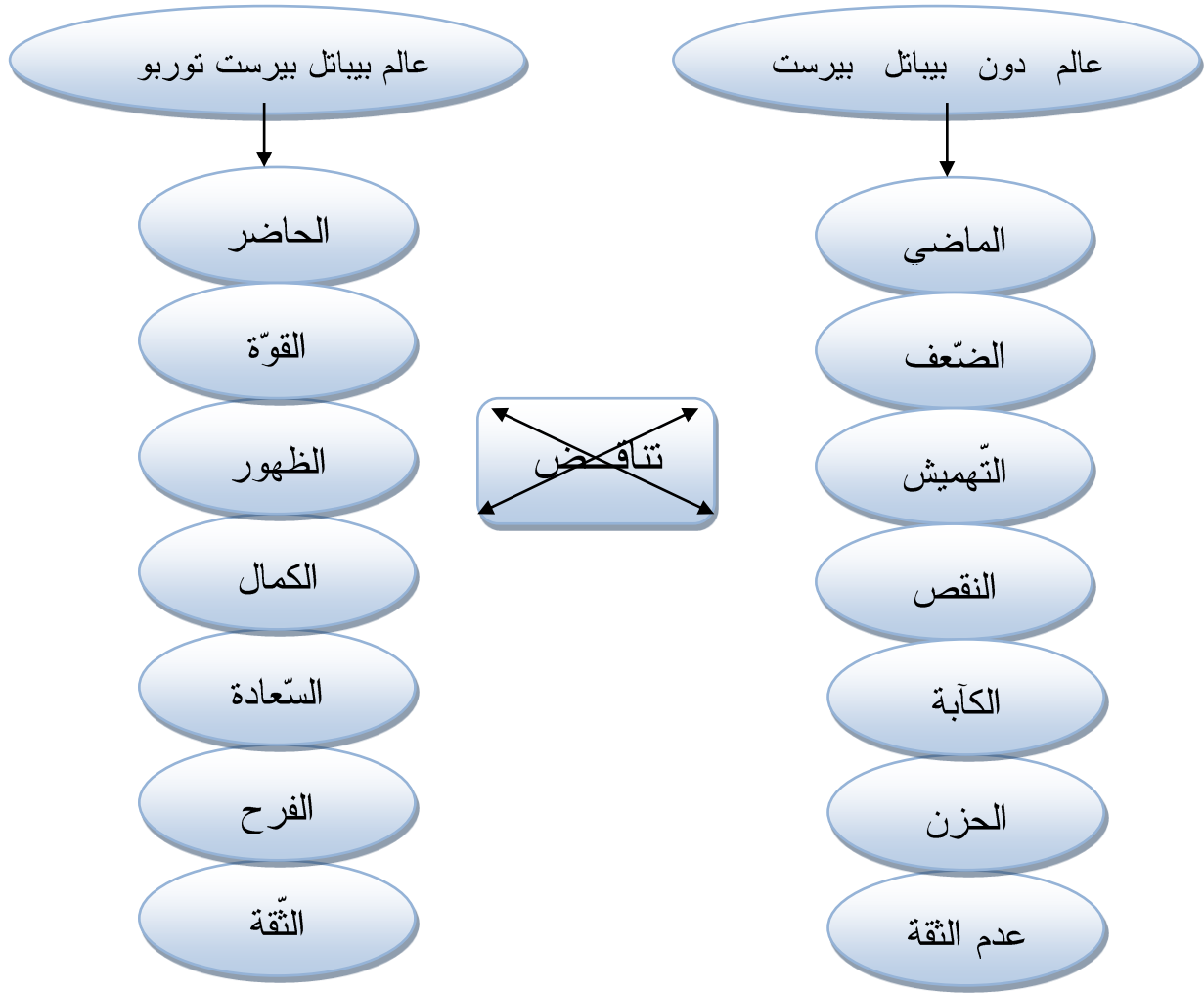
من خلال تقسيم الخطاب اللغوي نجد محورين:

(1) قناة سيستون الفضائيّة، تردد: 11785، عمودي، 3/4، النايل سات، سوريا، في: (20/03/2022م) (08:00).

(2) حدّاوي أسماء: البنى الأسلوبية في مولديات أبي حمو موسى الثاني، تخصص: الأدب الجزائري في ضوء النتائج النقدية الأدبية المعاصرة، إشراف: حسن بن مالك، قسم اللّغة العربيّة وآدابها، كليّة الآداب والفنون، جامعة أحمد بن بلة، وهران الجزائر، السنة الجامعيّة 2015/2016م، (مذكرة ماجستير)، ص: 36.



الثنائيات الضديّة الموجودة في الخطاب اللّغوي هي: (الماضي والحاضر)، (التهميش والظهور)، (النقص والكمال)، (الكآبة والسعادة)، (الفرح والحزن)، (عدم النّقة والنّقة).



من خلال تحليل هذه الثنائيات الضدية نستخلص أنّ الإشهار يرسل رسالة تعبيرية للمتلقى مفادها أنه لا يعرف السعادة إلاّ بهذا المنتج الذي يصفه الإشهار، كما نرى أيضا أنّ الأفعال الموظفة في الإشهار تحتوي على قوّة وشحنة إيجابية فعّالة من خلال صيغة "اكتسبت، حطّم أصبحت" جميعها أفعال ترمز للإيجابية والتغيير والثقة التي تمنحها لعبة بيباتل للأطفال.

ب- المستوى الصرفي: إذ يدرس فيه «الوردات الصرفية ووظيفتها في التكوين اللغوي والأدبي خاصة»⁽¹⁾ من بينها الأفعال وأزمنتها وعلى ماذا تدل في ذلك الخطاب. الأفعال: لقد ذكرنا سابقاً أنّ الإشهار لجأ إلى استخدام الأفعال المضارعة وذلك للتمعن والتركيز على الحاضر والمستقبل منذ لحظة شراء واستعمال المنتج المعروض ونسيان الماضي المنتشر فيه الحزن والتعاسة دون منتج ببياتل في حياة المتلقي الصغير، وكأنّه يخاطب بلغة تعبيرية خالية من الغموض يقول فيها أنّ زمن السعادة قد عاد مع هذه اللعبة. كما أنّ الأفعال المستخدمة في الخطاب الإشهاري تتخللها الحيوية والنشاط والعمل على تحقيق السعادة والطمأنينة والتغيير وهذا ما يحتاجه الطفل وتمثل هذه الأفعال في "اكتسبت، أصبحت، حطّم". كما توفرت الأفعال الماضية الناقصة في هذا الإشهار كما توظفت الأفعال الماضية في شكل سياق داخلي وهو الفعل الماضي المرتبط بالحزن دون لعبة "بياتل بيرست توربو" فلولا وجودها لما اكتملت سعادة الأطفال. وقد كان التركيز الأكثر على الزمن الحاضر والمستقبل للدلالة على التميز والجمال الذي سيكون مع هذا المنتج.

المتأمل في الخطاب الإشهاري يجد أنه يستخدم جملة اسمية تصف لنا لعبة "بياتل بيرست توربو" مع إعطاء أسماء هذه اللعبة إذ يحمل كل اسم ميزة خاصة به "السيف الكاسر الجارح الأخير، نشاب البأس، السيف الكاسر، إمبراطور الأمواج، أخيل الأخير، الشجاع البركاني..." وما يتخلل هذا الإشهار من أحاسيس ومشاعر حين اقتناء لعبة "بياتل" التي أكسبتهم قوة وصلابة وثقة بالنفس ولحظات مليئة بالسعادة والتميز بكل تفاصيلها. والجمل الاسمية متمثلة في:

_ البلابل الجديدة.

_ الشجاع البركاني، طبقة معدنية بنمط هجوم قوي...

كما استخدم حروف الجر مثل "مع والباء" فكل حرف يحمل دلالة معينة، مثلاً "الباء" تدل على المشاركة والالتصاق في جملة "أخيل الأخير طبقة معدنية بقوة تدميرية فائقة". إضافة إلى حروف العطف مثلاً "الواو" تستخدم لربط المتتاليين مثل "أصبحت أثبت وأصلب

(1) حدّاوي أسماء: البنى الأسلوبية في مولديات أبي حمو موسى الثاني، ص: 36.

وأقوى" وكل هذه تستخدم من أجل الاتساق والانسجام وعدم التكرار حتى لا يشعر المتلقي الصغير بالملل أثناء مشاهدة الإشهار مما يحدث شهرة لهذا المنتج وشرائه .

ج- المستوى الصوتي: « يعدّ التحليل الصوتي مستوى أساسيا من مستويات التحليل اللغوي إذ يهدف هذا المستوى إلى دراسة المادة الصوتية في السياق اللغوي وتلك المادة هي الأصوات المتغيرة وما يتألف منها وتعاقب الرنات المختلفة للحركات، والإيقاع وطول الأصوات والتكرار وتجانس الأصوات المتحركة والساكنة»⁽¹⁾ أي دراسة الحروف بنوعيتها الهمس والجره ودلالاتها حيث تميل اللغة الإقناعية التي يوظفها الإشهار إلى استخدام أدوات صوتية تساعد على توصيل وتبليغ رسالته فهي تلفت الإنتباه وتجعل النصّ الذي في شكل إشهار سهل الحفظ ويمكننا أن نتتبع هذه الملامح الصوتية في الإشهار على الوجه الآتي:

_ الأصوات المجهورة: نلاحظ وفرة أصوات الجهر " الألف، اللام، الباء، الجيم، الدال، النون العين، الياء، الميم، الضاد، الرّاء، القاف، الواو... " حيث تدل الحروف الألف والواو والياء على أنها حروف صائتة ويقال عنها حروف لينة أو هوائية أو جوفية⁽²⁾.

إذ يستخدم الإشهار الأصوات المجهورة لفهم مضمون الإشهار وقصده دون أيّ صعوبة أو غموض وتعقيد، حتى لا تنفر الأذن من الأصوات فتكون متناسبة مع الشفاه كما يوحى إلى القوة وجذب الاستماع ولفت الطفل.

يتضح من خلال هذا النموذج أنّ صوت الألف تكرر 36 مرّة وصوت اللّام 19 مرّة، الباء 24 مرّة، الجيم والرّاء 8 مرّات، الدّال والنون والواو 11 مرّة والعين 7 مرّات كذلك الياء 14 مرّة والميم 18 مرّة والقاف 8 مرّات وأخيرا الضاء مرّة واحدة.

_ الأصوات المهموسة: وهي قليلة "التاء، الناء، الحاء، الخاء، السين، الشين، الصاد، الطاء الفاء، الكاف، الهاء"، حيث يدلّ حرف التاء على أنّه صوت مهموس انفجاري شديد⁽³⁾ والتاء

(1) حدّاوي أسماء: البنى الأسلوبية في مولديات أبي حمو موسى الثاني، ص: 90.

(2) حسن عباس: خصائص الحروف العربية ومعانيها _دراسة_، (د.ط)، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، سوريا، 1998م، ص: 47.

(3) المرجع نفسه، ص: 55.

حرف رخو مهموس رقيق ولين⁽¹⁾ كما أنّ هذه الأصوات المهموسة تدل على الضعف أثناء النطق بها وأيضا ضعف الاعتماد عليها في مخرجها وهذا غير مناسب في الإشهار لأنه يحتاج إلى صوت قويّ يقنع به المتلقي الصغير لاقتناء هذا المنتج.

يتضح من خلال هذا الإشهار أنّ صوت التاء تكرر 22 مرّة والتاء مرّة واحدة والحاء والسين خمس مرّات والحاء والشين والهاء مرتين، والصاد والكاف 3 مرّات، الطاء 12 مرّة، الفاء 4 مرّات.

3/ الأنساق الأيقونية ودورها في الخطاب الإشهاري الترفيهي للرسالة:

يحتوي خطاب "بياتل بيرست تيربو" الأنساق الأيقونية الآتية:

أ- نسق الأشكال: إنّ توظيف المشهر للأشكال بأنواعها لا يكون عشوائيا، بل إنّ للأشكال دلالات متنوعة تختلف من شكل لآخر وعليه من الأشكال التي تمّ توظيفها في هاته الرسالة نجد:

- الدوائر: ترمز إلى الاستمرارية والحركة المطلقة لا تتغير وليس لها بداية أو نهاية، وهذا ما يجعلها رمزا للزمن، كما تشير أيضا إلى الحركة والنشاط⁽²⁾، حيث تظهر الدوائر في شكل البلابل وفي الحركات اللولبية لها وقد تمّ توظيفها في هاته الرسالة للدلالة على أنّ اللعبة عند ممارستها تحقق سعادة مطلقة، بالإضافة إلى أنّ تلك الحركات السريعة الدائرية التي تظهر مع استخدام البلابل تجعل الطفل يشعر بالحركة الحرّة والحيوية والنشاط وهذا ما يميل إليه الأطفال.

وبما أنّ الدائرة رمز للزمن فإنّ المرسل هنا يبعث برسالة ضمنية مفادها الإسراع نحو اقتناء هذا المنتج في أقرب وقت.

(1) المرجع نفسه، ص، ص: 59، 60.

(2) سعيد بنكراد: الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، ط1، الدار البيضاء، المغرب، 9002 م ص: 177.

- **المستطيل:** شكل هندسي مألوف يدل على الصلابة والتماسك والثبات.⁽¹⁾ كذلك هو الشكل الأكثر حضوراً في حياتنا في جميع الموجودات تقريباً، ويظهر في مكونات بعض التفاصيل الدقيقة للبلابل، وظفه المشهر للدلالة على صلابة البلابل وقوتها وثباتها، وهذا حتى يثبت جودة منتوجه ويجذب المتلقي الصغير لاقتنائه.

ب- **نسق الألوان:** يحتوي هذا الخطاب الإشهاري على ألوان متعددة ترمز للأمل والنشاط والحيوية ومن بين هذه الألوان اللون الأحمر الموجود في اللعبة فهو يعتبر من الألوان الحارة الجذابة والعدوانية إذ استخدمه المشهر للدلالة على النشاط والحيوية والشجاعة والقوة خاصة بعد اقتناء المتلقي الصغير هذا المنتج ومثال على ذلك خروج لهيب حارق من "بياتل بيرست تيربو" الذي يوحي بقوة البلابل عند الطفل.⁽²⁾ (الصورة 05).

كما استخدم المنتج اللون الأصفر الذي هو لون دافئ وبراق يسر العين³ وظفه المشهر حتى يثير مشاعر الفرح والسعادة في المتلقي الصغير وجذب انتباهه كذلك هو لون القلق والخوف وما يصحبه من شحوب وكآبة الذي يكون عندما نستغني عن لعبة "بياتل بيرست توربو" (الصورة 06).



(1) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(2) سارة جابري وعبد الغاني بوزيان: > دلالة الرسالة الأسنية في الخطاب الإشهاري التلفزيوني_دراسة في أبعاد تجليات صورة المرأة<، مجلة العلوم الإنسانية، مج6، ع2، ديسمبر 2019م، جامعة أم البواقي، الجزائر، ص: 260.

(3) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

(الصورة 05)⁽¹⁾(الصورة 06)⁽²⁾

المتأمل في هذا المشهد الإشهارى يلاحظ أنه ركز في عرضه للصور الإشهارية على اللون الأزرق الذي يوحي بالراحة والاسترخاء، قادر على خلق أجواء خيالية⁽³⁾ إذ ينقل الطفل أثناء مشاهدة هذا الإشهار من واقعه الحقيقي إلى عالم من الخيال وبهذا يسيطر على عقل الطفل الصغير الذي يميل بالفطرة إلى حب التجربة والإكتشاف ومن هنا يزرع في عقله فكرة تجريب لعبة "بيباتل" وبهذا يقتنيها. (الصورة 07)

(الصورة 07)⁽⁴⁾

والغاية من ذلك هو إيصال رسالة ضمنية ألا وهي أنّ الطفل عندما يشتري هذه اللعبة سيشعر بالثقة والطمأنينة وغير ذلك... هذا ما سعى إليه المشهر أثناء انتقائه لألوان تقنع الطفل وتجذبه إلى السلعة المعروضة.

ج- نسق الحركة والموسيقى:

إنّ الحركة لها دور كبير في الصورة الإشهارية، فلا يوجد خطاب إشهارى دون حركة أو إضاءة وموسيقى، فالإضاءة كانت واضحة بقوة حيث كانت أمام المشهد فانتشرت في كافة اتجاهات المكان مما أحدثت طلّة بهيّة للأبطال فالمشاهد الصغير يتابع حركاتهم

(1) قناة سبيستون الفضائية، تردد: 11785، عمودي، 3/4، النايل سات، سوريا، في: (2022/04/08) (10:30).

(2) المرجع نفسه.

(3) سارة جابري وعبد الغاني بوزيان: > دلالة الرسالة الألسنية في الخطاب الإشهارى التلفزيونى_ دراسة في أبعاد تجليات صورة المرأة>، ص: 260.

(4) قناة سبيستون الفضائية، تردد: 11785، عمودي، 3/4، النايل سات، سوريا، في: (2022/03/21) (14:56).

البهلوانية ببصره، فيرسخ في ذهنه أنّ كل من يشتري هذا المنتج يصبح لديه شجاعة وسرعة والثقة بالنفس. كذلك حركاتهم المتعدّدة في كافّة الاتجاهات ترمز إلى الحيويّة والنشاط والقوّة الجياشة التي تشعر بها داخلك بعد اقتنائهم للعبة "بيباتل بيرست توربو".

أمّا الموسيقى فقد كانت تتمثل في الكلمات المرتفعة والصاخبة لتمنح المجال للخطاب اللساني أن يوقع أثره في الطفل المنجذب لحركات المنتج.

ثانيا/ الخطاب الإشهاري "لعبة مناجم السلاطين":

1- محتوى الوصلة الإشهارية:

أ- التعريف بالوصلة: لعبة "مناجم السلاطين"، وصلة إشهارية تعرض على قناة الأطفال "سبيستون"، عبارة عن لعبة إلكترونية يمكن تحميلها على الهاتف، يتم فيها التنقل عبر البلاد وحفر المناجم للتنقيب عن الذهب، ثم جمع الثروة وفتح المزيد من المناجم لتصبح ثريا.

ب- عناصر الرسالة الإشهارية:

ب1- المرسل: شركة "جيم باور سفن" (GAME POWER7)، هي أول شركة عربية متخصصة في مجال نشر الألعاب الإلكترونية، تأسست عام 2007م، تمثل الألعاب الإلكترونية المتخصصة لأجهزة الحواسيب كبيرا من منتجات الشركة البالغ عددها 12 لعبة حيث تمكنت "جيم باور سفن" بنجاح من تطبيق كافة عمليات التعريب والملاءمة المحلية لتتناسب ثقافة المجتمع العربي، مقرها الرئيسي الإمارات العربية المتحدة، دبي. مؤسسها "قادي مجاهد"، تنتمي إلى الشركة الأم "سبيستون".⁽¹⁾(الصورة 01)

ب2- الوسيلة: قناة "سبيستون"، هي قناة تلفزيونية عربية مفتوحة متخصصة في أفلام ومسلسلات الرسوم المتحركة والأنمي الياباني والقصص الخاصة بالأطفال والمراهقين وتعتبر ثالث قناة متخصصة في الرسوم المتحركة في الوطن العربي، تأسست سنة 2000م.⁽²⁾(الصورة 02)

ب3- الرسالة: خطاب إشهاري قصير مدته ثمانية وأربعون ثانية ، يعرض أحد الألعاب الإلكترونية اسمها لعبة "مناجم السلاطين".

ب4- محاور الرسالة: تم عرض الرسالة في عشرة (10) لقطات، تتمثل في وصف سريع ودقيق لمضمون اللعبة وكيفية لعبها وتحميلها وذلك من خلال مجموعة من الصور الأيقونية

(1) جيم باور سفن، في: (2022/02/27م)(01:07)، الموقع الإلكتروني: www.wikipedia.com

(2) سبيستون، في: (2022/02/27م)(01:50)، الموقع الإلكتروني: www.wikipedia.com



(الصورة 02)(²)



(الصورة 01)(¹)

يتخلّلها خطاب لغوي عبارة عن جمل قصيرة معبّرة.

يبدأ المقطع الأوّل والثاني بظهور عربة مليئة بالذهب تصطدم بصخرة لينتشكّل شعار اللعبة وهو عربة مملوءة بالذهب، تعلو صخرة كبيرة ليحيط بها فأسان، ليتوسط الشعار الشاشة بأكملها حاملا اسم اللعبة وهي "مناجم السلاطين"(الصورة 03)،



(الصورة 03)(³)

ليبدأ المقطع الثالث بخطاب لغوي صوتي مع صورة لهاتف تظهر عليه هذه اللعبة، يليه المقطع الرابع والذي يعرض صورة لعربتين تسيران في اتجاهين متعاكسين ليصطدما ببعضهما البعض معلنتان عن بدأ الرحلة أي بدأ اللعبة. في المقطع الخامس يعود ظهور الهاتف من جديد يتوسط اللعبة التي هي عبارة عن أرض مليئة بالذهب وشخصيتين كرتونيتين يبحثان عن الذهب لجمعه، يتخلّل هذا الخطاب، خطاب لغوي صوتي يشرح

(¹) جيم باور سفن، في: (2022/04/08م)(09:00)، الموقع الإلكتروني: www.wikipedia.com

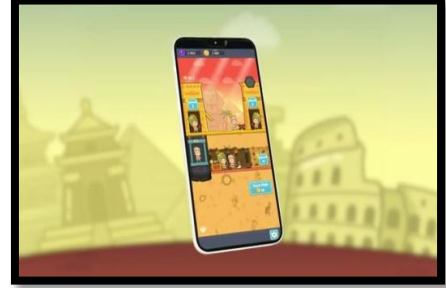
(²) سبيستون، في: (2022/04/08م)(09:15)، الموقع الإلكتروني: www.wikipedia.com

(³) لعبة مناجم السلاطين، في: (2022/04/09م)(10:30)، الموقع الإلكتروني: <https://www.youtube.com>

مراحل اللعبة. ثم يظهر الهاتف من جديد ليبيّن طريقة اللعب وكيفية التقدّم في المستوى،(الصورة04) مع استمرار المخرج بوصف اللعبة وذكر مميزاتها، أخيراً وفي المقطع العاشر تظهر صورة لهاتف عليه صورة اللعبة، أسفلها يظهر مكان تواجدها للحصول عليها، مع خطاب صوتي قصير.(الصورة05)



(الصورة05)(2)



(الصورة04)(1)

قام المشهر في هاته الوصلة بوصف دقيق للعبة "مناجم السلاطين" بأسلوب بسيط، موظفاً في ذلك خطابات لغوية صوتية قصيرة وصور كرتونية قريبة من الواقع وهذا حتى تتناسب والقدرات الاستيعابية للطفل، مبيّناً مراحل اللعبة وكيفية اللعب بدقة حتى لا يستصعبها المتلقي الصغير وينفر منها.

2- مستويات الرسالة اللسانية لخطاب "لعبة مناجم السلاطين":

الخطاب اللغوي للإشهار كان عبارة عن جمل قصيرة تصف اللعبة وكيفية لعبها، تمّ أدائه بصوت رجل باللغة العربية الفصحى:

« في أرض مليئة بالذهب، تبدأ الرحلة، اجمع أكبر قدر ممكن من الذهب لتنتقل من مرحلة إلى مرحلة، ومن بلاد إلى أخرى. اختر المعززات بعناية، لتتقدّم بشكل أسرع، مناجم السلاطين، أول لعبة جوال بسيطة من جيم باور سفن، مجانية، معربة بالكامل ومناسبة لجميع

(1) لعبة مناجم السلاطين، في: (2022/04/09م)(11:30)، الموقع الإلكتروني: <https://www.youtube.com>

(2) المرجع نفسه.

أفراد العائلة. سارع إلى تحميلها من خلال متجر (APP STORE و GOOGLE play) (1) «

نلاحظ أنّ الخطاب الإشهاري موجه لجميع الفئات العمرية، استخدم فيه المشهر اللغة العربية الفصحى، بحيث يمكن لأي فرد من أفراد الوطن العربي فهمه. ذكرا مميزات اللعبة وسهولة تحميلها وكيفية لعبها لجذب الزبون.

أ- **المستوى المعجمي:** وهو دراسة الكلمات والجمل التي تحدد بنية النص، عن طريق تحليل ما ترمي إليه معاني الكلمات، وتصنيفها واستخراج العلاقات الدلالية بينها.

نلاحظ غلبة الأسماء على الأفعال، وقد استخدمها المشهر بكثرة للتعريف باللعبة ومزاياها أمّا الأفعال فقد استخدم المشهر الأفعال في الزمن الحاضر مع غلبة أفعال الأمر مستغنيا تماما عن الأفعال الماضية. فاستعمال أفعال الأمر التي تدلّ في الأصل على طلب الفعل في المستقبل القريب أو البعيد، كان من أجل أمر الزبون بالتحميل السريع للعبة لما تحمله من سهولة لعب وبساطة بالإضافة إلى أنها مجانية.

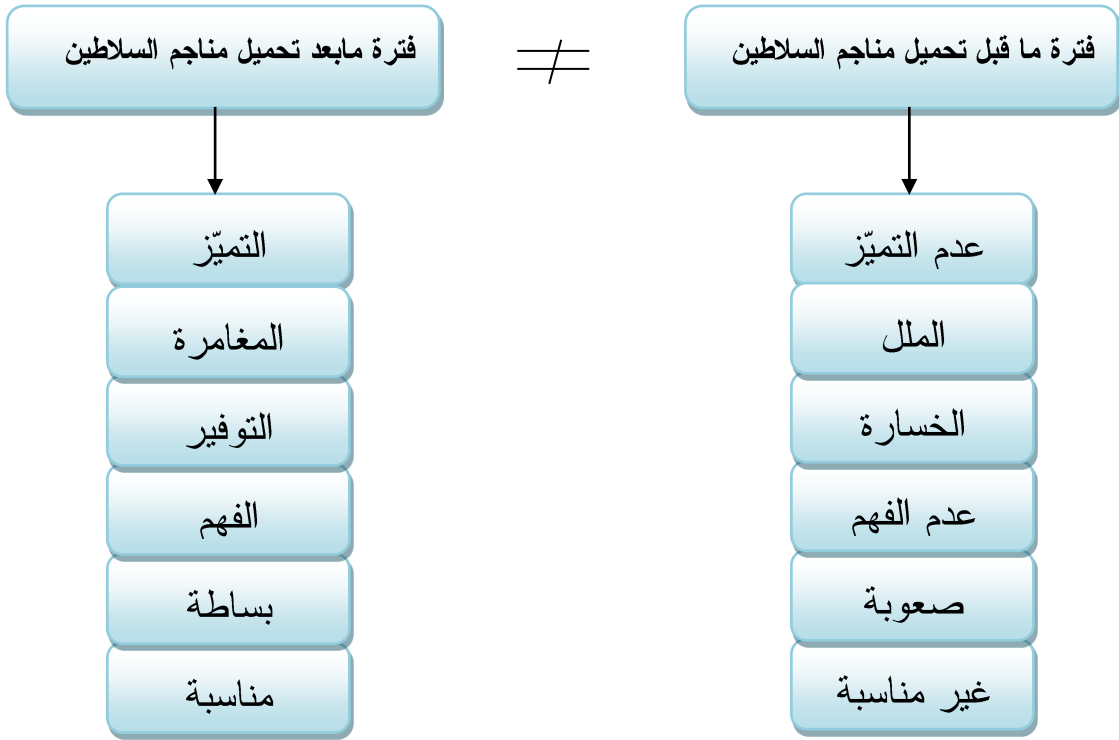
استعمال المشهر أيضا للجمل الاسمية، التي تدلّ في الأصل على التعريف بالموصول وإظهار صفاته، كان من أجل إظهار صفات لعبة "مناجم السلاطين" ومميزاتها، فهي مناسبة للأطفال على اختلاف أعمارهم، سهولة التحميل ومجانية.

من خلال تقسيم الخطاب اللغوي نجد محورين:

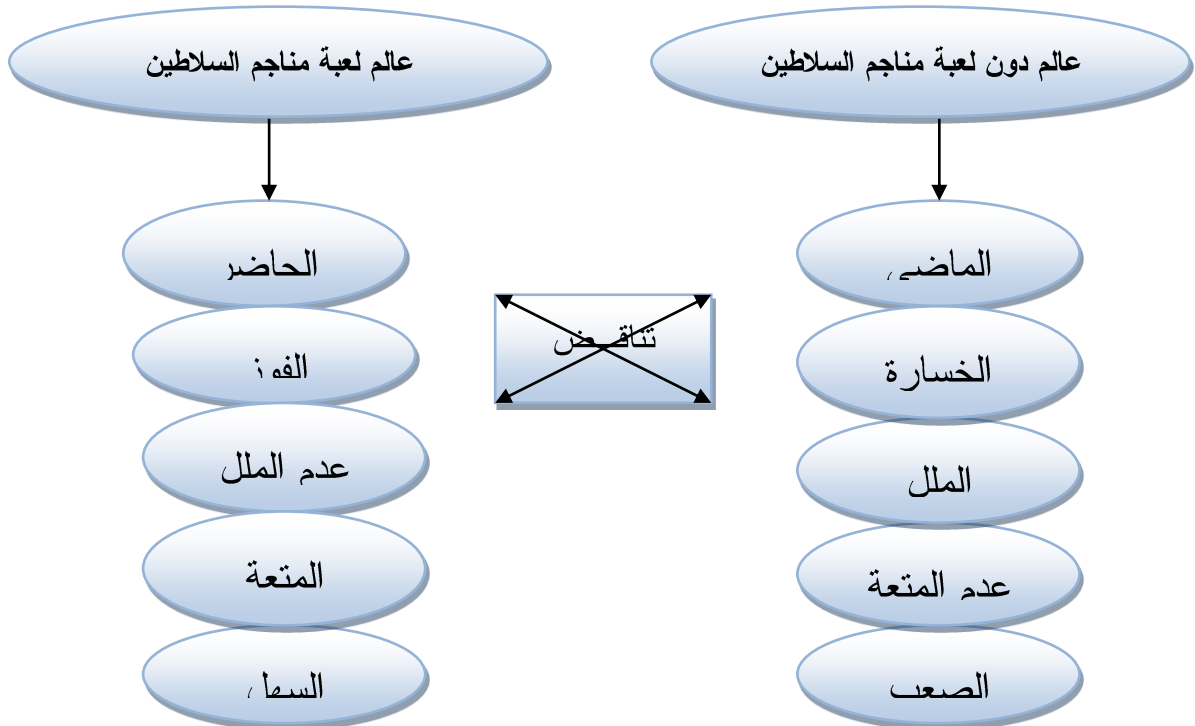
- **محور قبل تحميل لعبة مناجم السلاطين:** عدم التميّز، لا يوجد مغامرة، لا يوجد بساطة خسارة، صعوبة، غير مناسبة...

- **محور بعد تحميل لعبة مناجم السلاطين:** التميّز، المغامرة، البساطة، الفوز، التوفير سهولة، مناسبة...

(1) المرجع نفسه.



ومنه الثنائيات الضدية الموجودة في هذا الخطاب: (الماضي والحاضر)، (الخسارة والفوز)، (الملل، عدم الملل)، (المتعوقد عدم المتعة)، (السهل والصعب).



وعليه فالخطاب الإشهارى يبعث برسالة مفادها أنّ لعبة السلاطين من أحسن الألعاب وأفضلها، تبعد الملل، تتميز بسهولة اللعب والتحميل بالإضافة إلى سهولة الفهم كونها معربة فهي تناسب جميع الأطفال ومجانبة.

ب- المستوى الصرفى: فيه ندرس الكلمات ودلالاتها، للكلمة سحرها وتأثيرها على المتلقى من أسماء، أفعال وحروف التناسق والانسجام.

نلاحظ كثرة استخدام المشهر لأفعال الأمر وهو ما يدل على طلب المشهر من المتلقى القيام بفعل الاقتناء "اجمع-اختر-سارع"، إضافة إلى بعض الأفعال المضارعة "تبدأ-تنتقل-تتقدم" وهي تدل على زمن الحاضر والمستقبل وتحمل معنى الفعل وهذا يكون بعد شراء اللعبة. كما أنّ هذه الأفعال تحمل دلالة الحركة والحيوية والنشاط ونحن نعلم أنّ الأطفال يميلون إلى الحركة واللعب ممّا تعطي انطبعا حسنا لديهم ومن ثمّ المسارعة إلى تحميلها.

- الكلمات الدالة على الأسماء: أرض، رحلة، الذهب، السلاطين...

- الحروف: حروف العطف، الواو مثال "ومناسبة" ..

- حروف الجرّ: من، في، اللام، إلى...

- الضمائر: كانت مزيجا بين ضمير المخاطب للمفرد المذكر حتى يجسد المشهر للمتلقى طريقة اللعب وضمير الغائب للمفرد المؤنث حتى يصف اللعبة ومميزاتها وسهولة الحصول عليها.

- الجمل الإسمية: مناجم السلاطين، أول لعبة...

- الجمل الفعلية: تبدأ الرحلة...

- الجمل الطلبية: اجمع أكبر قدر، سارع إلى تحميلها...

سعى المشهر لهذه اللعبة إلى انتقاء واختيار جمل الخطاب الإشهارى وعرضها بطريقة تناسب وتجذب الطفل ثم تؤثر فيه حتى يقبل على تحميلها وتجربتها خاصة أنه في هاته

المرحلة العمرية هو في مرحلة الاكتشاف وحب التجربة، وعليه قام المرسل بتتويج أنماط الجمل.

ج- المستوى الصوتي:

لا يكاد يخلو أي خطاب إشهاري من اللغة المنطوقة، فهي التي تساعد المتلقي على فهم مضمون الخطاب وتؤثر فيه ومن ثم يستجيب له، وهي عبارة عن أصوات نجدها في هذا الخطاب الإشهاري كالتالي:

- الأصوات المجهورة: وقد بلغ عددها 98 صوتاً، حيث ورد صوت الباء 4 مرّات و الجيم والذال 5 مرّات والذال والياء والضاد مرّة واحدة والعين 8 مرّات و اللّام 26 مرّة. وتكرّر حرف الميم 19 مرّة والنون 9 مرّات ونجد صوت الواو 6 مرّات.

- الأصوات المهموسة: بلغ عددها 45 صوت، حيث تكرّر صوت الشين والطاء والهاء مرّة واحدة وتكرّرت الهمزة تسع مرّات والتاء عشرون مرّة ونجد الحاء 4 مرّات والسين 6 مرّات والكاف 4 مرّات.

من خلال هذا الإحصاء نلاحظ غلبة الأصوات المجهورة على الأصوات المهموسة والتي هي حروف قوية وجودها بكثرة ما هو إلا دلالة على قوة الخطاب، وتوظيف المشهر لها بهذه الوفرة كان من أجل جذب انتباه المتلقي الصغير، وتركيزه في مضمون الرسالة الإشهارية وعدم شعوره شعوره بالملل.

3/ الأنساق الأيقونية ودورها في الخطاب الترفيهي للوصلة:

تمثلت الأنساق الأيقونية للخطاب الإشهاري "لعبة مناجم السلاطين" في:

أ- نسق الأشكال: إنّ توظيف المشهر لأشكال مختلفة ومحدّدة في الوصلة الإشهارية يرمي إلى دلالة محدّدة وتأثير معيّن. حيث تظهر بكثرة المستطيلات والمربعات من شكل الهاتف وتقسيمات الشاشة التي تظهر عليها اللعبة وتقسيمات القلعة التي فيها مخازن الذهب، فهي أشكال هندسية مألوفة يرمز المربع إلى الأرض في تقابلها مع السماء أو الكون بصفة عامة

كما توحى زواياه وزوايا المستطيل بالثبات والتوقف والصلابة⁽¹⁾ وهو ما يسعى إلى إيصاله مشهرو هاته اللعبة من ضرورة الثبات والرسمية والعقلانية عند تجربة هاته اللعبة، خاصة وأن الأطفال لا يتصرفون بعقلانية.

كما وظّف المشهرو شكل المثلث في هاته الوصلة والذي يظهر في قلعة السلاطين وملابس أبطال اللعبة وغيرها من التفاصيل فهو شكل يحيل إلى المنطق والفكر والتركيز وكما أشرنا سابقا بأن زوايا الأشكال الهندسية تشير إلى الصلابة والثبات.⁽²⁾ وهو دعوة المتلقي الصغير إلى ضرورة التركيز في خطوات اللعبة ولعبها بمنطقية وفكر وذلك حتى يتم جمع المزيد من الذهب وبناء مناجم جديدة ومن ثمّ الثراء.

ب- نسق الألوان: للألوان أثر كبير على الإنسان نفسياً سواء بالسلب أو الإيجاب، لذلك يميل البعض إلى لون محدد وينبذون لون آخر، وعليه انتقاء المشهرو للألوان أمر مهم ومنه استخدم في هاته الوصلة اللون البنيّ بكثرة حيث يظهر في أرضية اللعبة ولون العربات والقلعة وذلك للدلالة على المغامرة والقوة في مواجهة الأعداء وجمع الذهب فهو لون التربة يوحى بالتجدد والأصل.

استخدم المشهرو أيضاً اللون الأصفر، والذي ظهر في المقطع بأكمله في لون الذهب والقلعة وشعار اللعبة أيضاً، فهو لون الثراء والنور والشمس والفرح والسرور والطاقة والحيوية والدفء، يبعث بالإيجابية في النفس.⁽³⁾ وهو الثراء الذي سيحققه الأطفال من خلال تجربة هاته اللعبة وما سيتلقونه من فرح وسرور وطاقة جرّاء المغامرات التي تحتويها، تخلّل هاته الألوان اللون الأخضر حيث كتب به اسم اللعبة وبعض جمل الخطاب اللغوي، اللون الأخضر لون الطبيعة وهو لون بارد ومنعش هادئ يضيئ السكينة على النفس ويوحى بالصبر أي ضرورة التأنى ولعب اللعبة بدقة وتركيز وأنّ الطفل إذا استمر في اللعبة إلى آخر مستوياتها فسيحصل على الكثير من الذهب، والأهم هو لون يدعو للثقة وهو الثقة في ما

(1) سعيد بنكراد: الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، ص: 176.

(2) سعيد بنكراد: الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، ص: 177.

(3) المرجع نفسه، ص: 163.

تقدّمه هاته اللعبة من مغامرات وتسلية،⁽¹⁾ وهذا ما يجذب الأطفال ويدفعهم إلى المسارعة في تحميل اللعبة وتجربتها.

ج- نسق الحركة والموسيقى:

الموسيقى كانت عبارة عن موسيقى حماسية هادئة بعض الشيء تشعر بالراحة والسكينة تخلّلها صوت جرّ العربات وصوت سقوط الذهب وأصوات الحفر وضربات السيوف، وهذا ما يجعل المشاهد يعيش أجواء اللعبة ويتحمّس للعب، ومن ثمّ تتولّد لديه رغبة تنزيلها وتجربتها.

أما الإضاءة فقد كانت خفيفة غير ساطعة تريح النفس، على عكس الحركة التي كانت كثيرة تتمثل في جرّ عربات الذهب وحركة شخصيات اللعبة الدائمة وحركة الهاتف، ممّا يجعل الأطفال يشعرون بالحماس والحيوية والنشاط الدائم. وعلية تعدّ الموسيقى من أهمّ الأنساق الأيقونية التي لها تأثير في نفسية المتلقي الصغير فلا يكاد يخلو أيّ خطاب إشهاري من استخدامها حتّى تجلبهم وتكسب ثقتهم به، من أجل الحصول على المنتج.

(1) رضوان بلخيري: < قراءة في الأبعاد السيميائية للخطاب السينمائي بين تجليات الظاهر وتحليل الضمني >، مجلة العلوم الإنسانية، ع8، ديسمبر 2017م، جامعة تبسة، الجزائر، ص: 90.

الفصل الثاني: الخطاب الإشهاري التوعوي وأبعاده
التربويّة دراسة تحليليّة لنموذجي "كيف نتخلص من
الفيروسات؟" و"مودا مودي الحجر الصحيّ".
أولاً/ الخطاب الإشهاري التوعوي "كيف نتخلص من الفيروسات؟"
وأبعاده التربويّة.

1- محتوى الوصلة الإشهارية.

2- مستويات الرسالة اللسانية لخطاب "كيف نتخلص من

الفيروسات؟".

3- الأنساق الأيقونيّة ودورها في الخطاب التوعوي للوصلة.

4- الأبعاد التربويّة للخطاب الإشهاري " كيف نتخلص من

الفيروسات".

ثانياً/ الخطاب الإشهاري : "مودا مودي الحجر الصحيّ" وأبعاده
التربويّة.

1- محتوى الوصلة الإشهارية.

2- مستويات الرسالة اللسانية لخطاب "مودا مودي الحجر

الصحيّ".

3- الأنساق الأيقونيّة ودورها في الخطاب التوعوي للوصلة.

4- الأبعاد التربويّة للخطاب الإشهاري "مودا مودي الحجر

الصحيّ".

تلعب الخطابات الإشهارية التوعوية دورا كبيرا في التأثير على المتلقين، حيث كثر هذا النوع من الخطابات في الآونة الأخيرة نظرا لانتشار الأوبئة (جائحة كورونا) وخاصة تلك الموجهة للأطفال. وعليه حتى يعرض المشهر خطابه وأبعاده التربوية في أحسن صورة تحقق مبتغاه يلجأ إلى عدة وسائل وطرق تأثيرية وهذا ما سنراه من خلال هذه الدراسة التحليلية.

أولاً/ الخطاب الإشهاري التوعوي "كيف نتخلص من الفيروسات؟":

1- محتوى الوصلة الإشهارية:

أ- التعريف بالوصلة: خطاب إشهاري توعوي موجّه للأطفال في فترة انتشار جائحة كورونا بصفة خاصة يوضّح كيفية الوقاية من الأمراض والتخلّص من الفيروسات وما يجب فعله وما يلزم تجنبه من أجل الحفاظ على صحتهم، يتمّ عرضه على قناة ماجد للأطفال منذ سنة 2021م.

ب- عناصر الرسالة في الوصلة الإشهارية:

ب1- المرسل: قناة "ماجد" للأطفال. (الصورة 01)



(الصورة 01)⁽¹⁾

ب2- الوسيلة: قناة "ماجد" للأطفال، هي قناة تلفزيونية عربية إماراتية متخصصة في برامج الأطفال، بدأ بثها الرسمي في 25 سبتمبر 2015م، مقرّها الرسمي أبو ظبي.

(1) قناة ماجد للأطفال، في: (18/03/2022م) (17:32)، الموقع الإلكتروني: www.wikipedia.com

ب3- الرسالة: خطاب إشعاري قصير مدته تسعة وأربعون ثانية (49s)، يعرض رسالة توعوية للأطفال عن كيفية المحافظة على صحتهم بالتخلص من الفيروسات فترة جائحة كورونا.

ب4- محاور الرسالة: تم عرض الرسالة في خمسة مشاهد، قام بأدائها الطفلان خالد وراية.

يبدأ المشهد الأول بشاشة زرقاء عليها شعار القناة "قناة ماجد"، يتخلله خطاب لغوي صوتي بصوت طفلة مع موسيقى هادئة، يأتي المشهد الثاني بظهور أب وأم وطفلهما مع أشكال طبية موزعة عبر الشاشة يتوسطها خطاب لغوي مكتوب ومسموع عن كيفية التخلص من الفيروسات، يأتي المشهد الثالث بظهور طفل وطفلة يغسلان أيديهم مع خطاب صوتي لغوي لطفلة توضح الطريقة الصحيحة لغسل اليدين مع تمثيل الطفلة للطريقة الخاطئة. (الصورة 02) ثم المشهد الرابع، بظهور الطفلين مرة أخرى لتوضيح الطرق المتبعة عند العطس، حتى لا يصاب الأطفال بالعدوى.



(الصورة 03) (2)



(الصورة 02) (1)

يليه المشهد الخامس والسادس ليوضح ضرورة عدم مشاركة أدوات الأكل مع الغير وتجنب لمس الأنف والعين في حالة عدم نظافة اليد (الصورة 03-04).

(1) كيف نتخلص من الفيروسات؟، في: (2022/03/21) (15:00)، الموقع الإلكتروني: <https://www.youtube.com>

(2) المرجع نفسه.



(الصورة 04)(1)

قام بتمثيل هذه المشاهد ككل مرّة الطفلة والطفل، حيث مثل خالد الطريقة الصحيحة وراية الطريقة الخاطئة، مع خطاب صوتي بصوت طفلة مجهولة تشرح ما يقوم به مع موسيقى هادئة وصوت تنبيهي ليتمّ ختام الوصلة بالمشهد السابع الذي يوضح شعار قناة ماجد من جديد، يتخلّلها خطاب صوتي بصوت طفلة تنبّه الأطفال على ضرورة المحافظة على صحتهم.

2- مستويات الرسالة اللسانية لخطاب "كيف نتخلص من الفيروسات؟":

الخطاب اللغوي للإشهار كان عبارة عن مجموعة من النصائح والتوصيات عن كيفية التخلص من الفيروسات، تمّ أداءه بصوت طفلة صغيرة.

«خلونا اليوم نتعرف على طرق الوقاية من الإصابة بالفيروسات، كلنا نعرف أنه غسل اليدين وايد مهم، عشان ما تنسون، بعلمكم طريقة سهلة ومسلية غنو أغنية،

happy birthday to you (وتمّ أدائها مع الطفل الذي يقوم بالتمثيل). مرتين تقريبا وإذا حسيتو إنكم تعطسون استخدمو باطن اليد، ولي بعد يساعد في الوقاية من الأمراض إنكم تتجنبون مشاركة أدوات الأكل مع أشخاص آخرين. ودائما تذكروا أنكم ما تمسكون عينكم، أنفكم أو وجهكم، إذا أيديكم غير نظيفة. أتمنى إنكم استفدتم من المعلومات ودائما انتبهوا على صحتكم». (2)

اللغة المستعملة الخطاب هي اللهجة السعودية يتخلّلها جملة بسيطة بالإنجليزية، معروفة يمكن لأيّ طفل فهمها. نلاحظ أنّ الخطاب موجه من مالك قناة "ماجد" إلى كل طفل عربي

(1) كيف نتخلص من الفيروسات؟، في: (2022/03/21م) (15:58)، الموقع الإلكتروني: <https://www.youtube.com>

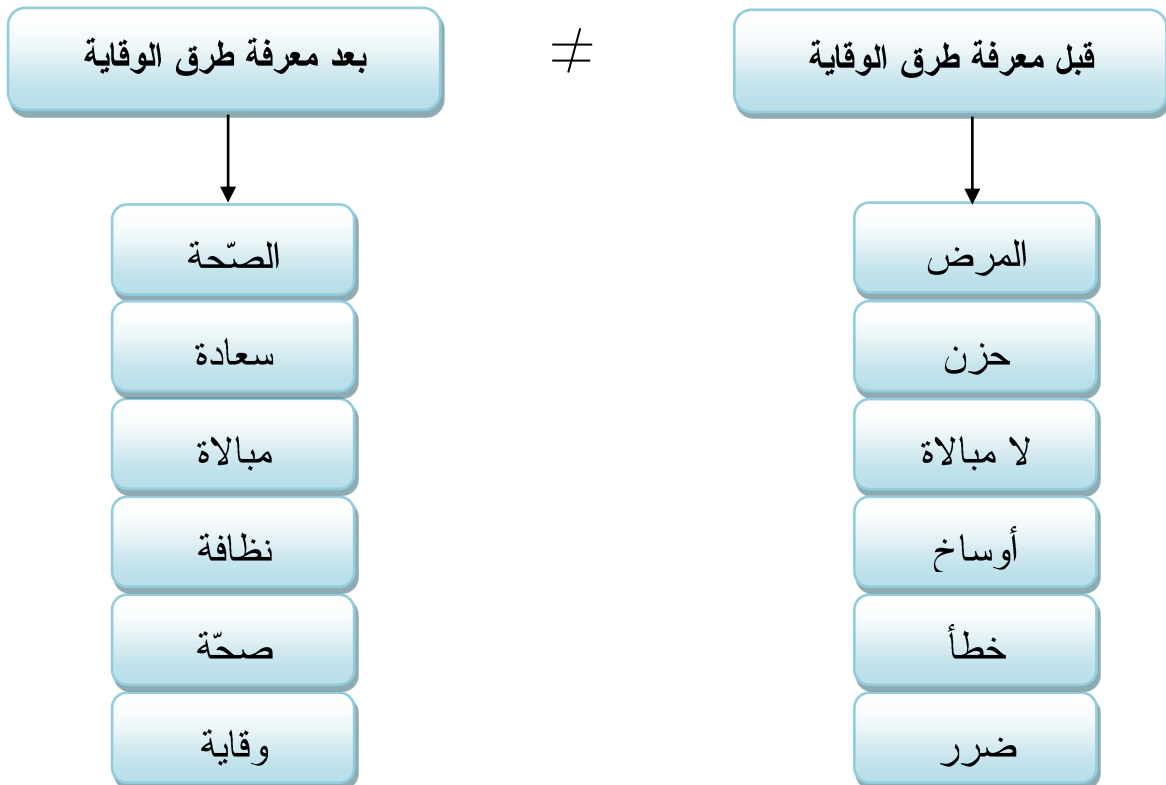
(2) المرجع نفسه.

بصفة خاصة، يبيّن ضرورة الوقاية من الفيروسات خاصة مع انتشار الوباء (جائحة كورونا) والفيروسات في الآونة الأخيرة.

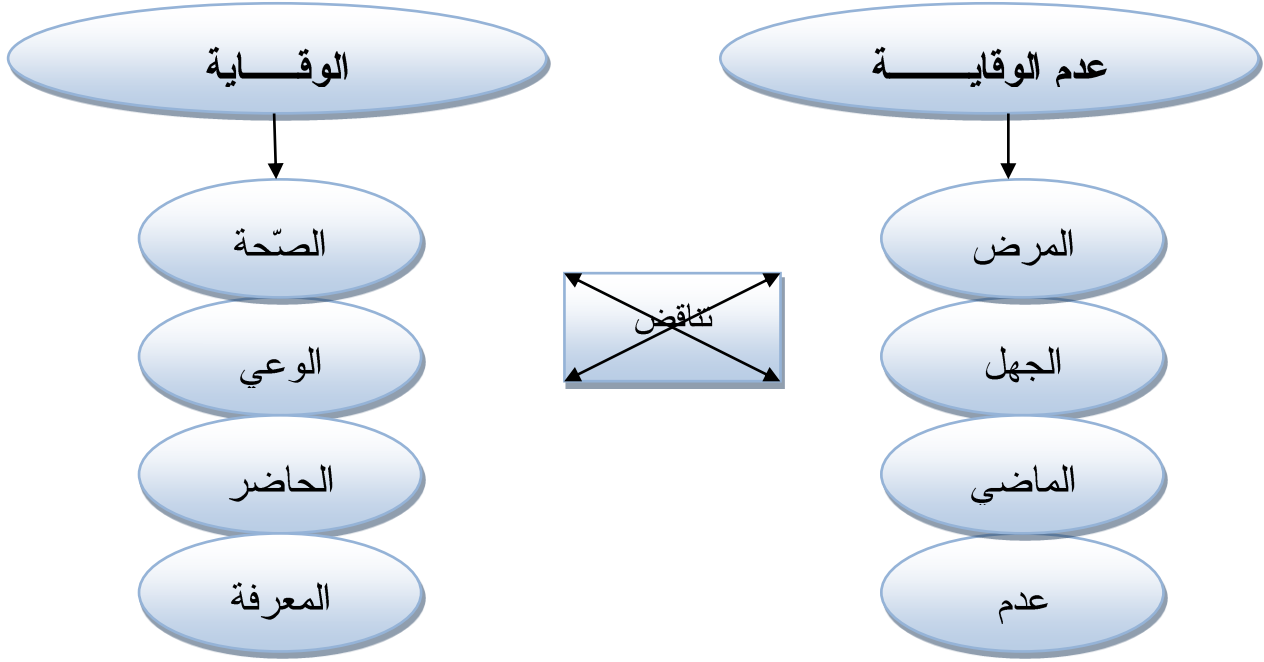
أ- **المستوى المعجمي:** بعد مراجعة ألفاظ الخطاب الإشهاري نجد غلبة الأسماء على الأفعال وقد استعملها المشهر بكثرة للتعريف بطرق الوقاية وكيفية التخلص من الفيروسات. أمّا الأفعال فقد كانت في الزمن الحاضر التي تتخلّلها بعض أفعال الأمر. فاستخدامه للأفعال المضارعة كان لأجل قطعه الصلة بالزمن الماضي أينما كان الأطفال لا يعرفون الطريقة الصحيحة للوقاية من الفيروسات، وأفعال الأمر التي تدلّ في الأصل على طلب الفعل في المستقبل القريب أو البعيد حتى يأمر الأطفال بضرورة تطبيق النصائح وتعلّم طرق الوقاية الصحيحة حتى لا يصابوا بالأمراض وعليه من خلال تقسيم الخطاب اللغوي نجد محورين:

- محور قبل معرفة طرق الوقاية الصحيحة: مرض، حزن، لا مبالة، أوساخ، جهل، عدم الوعي، ضرر، خطأ...

- محور بعد معرفة طرق الوقاية الصحيحة: صحّة، سعادة، مبالة، نظافة، وعي، وقاية صحّة...



وعليه تكون الثنائيات الضديّة في هذا الخطاب كالتالي: (الصحة والمرض)، (الجهل والوعي)، (المعرفة وعدم المعرفة)، (الماضي والحاضر).



من خلال ملاحظة هاته الثنائيات نستخلص أنّ المشهر يتوجه برسالة توعويّة للأطفال بصفة خاصة عن ضرورة تعلّم الطرق الوقائيّة الصحيحة للتخلّص من الفيروسات والوقاية من الأمراض في ظلّ انتشار الوباء.

ب- المستوى الصرفي: فيما يخصّ الكلمات، من أحرف وأسماء وأفعال فقد جاء الخطاب التوعوي بسيطا خال من الأفعال الماضيّة لأنّه زمن ذهب ولم يعد، والوقاية تكون من اللّحظة الآنية إلى المستقبل، فاستخدم المشهر الأفعال المضارعة للتعبير عن ذلك "تتجنبون تعطس... و أفعال الأمر" استخدموا، انتبهوا... " فهو يوجه خطابا للقيام بفعل ما.

- الكلمات الدالة على الزمان: اليوم

- الحروف: حروف العطف، الواو

- حروف الجرّ: من، في، على...

وقد استخدمها المشهر حتى تسهم في تناسق وانسجام ألفاظ الخطاب وعرضه بصورة حسنة.

- **الضمائر:** كانت مزيج بين ضمير الجمع المتكلم حتى يجسد المشهر أننا كلنا نعلم مدى ضرورة الوقاية وأهميّة معرفة الطرق الصحيحة للتخلّص من الفيروسات، وبين ضمير المخاطب للجمع، حتى يوجه بكلامه إلى فئة الأطفال. وحتى يعرض المشهر الخطاب بطريقة تجذب المتلقي الصغير وتؤثر فيه، استخدم عدّة أنماط من الجمل نجد:

- **الجملة الشرطيّة:** إذا حسيتوا انكم تعطسون استخدموا باطن اليد

- **جملة طلبية:** انتبهوا على صحتكم

- **جملة اسمية:** طرق الوقاية من الفيروسات

- **جملة فعلية:** نتعرّف على ...

ج- **المستوى الصوتي:** لا يكاد يخلو أيّ خطاب إشهاري من الأصوات المسموعة التي لها فعالية كبيرة في التأثير على المتلقي وإسهامها في تبليغ الرسالة في أحسن صورة ونجدها في هذا الخطاب كالتالي:

- **الأصوات المجهورة:** التي بلغ عددها 93 صوت، حيث تكرر حرف الراء 6 مرّات والجيم والغين مرتين والدال والعين 5 مرّات، حرف الراء والضاء مرّة واحدة وتكرر حرف اللام 16 مرّة والميم 13 مرّة والنون والواو 17 مرّة .

- **الأصوات المهموسة:** 84 صوتا، تكرر حرف الألف 19 مرّة والتاء 27 مرّة، الهاء والحاء مرتين وحرف السين 11 مرّة وحرف الشين مرّة واحدة، الخاء والفاء، الكاف 9 مرّات.

نلاحظ تقارب عدد الصوتين، فقد استخدمهم المشهر بعدد متقارب كون أنّ الأصوات المجهورة تدلّ على القوّة وتجذب المتلقي بسرعة وتجعل الطفل يركز في مضمون الرسالة

والأصوات المهموسة التي تدل على الهدوء والراحة حتى لا ينفّر الأطفال وينجذبون للرسالة دون خوف.

3/ الأنساق الأيقونية ودورها في الخطاب التوعوي للوصلة:

أ- نسق الأشكال: كما لكل شيء دلالة وأثر كذلك للأشكال تأثيرها ودلالاتها، وعليه توظيف المشهر لأشكال مختلفة ومحددة في الإشهار يرمي إلى دلالة وتأثير محدد.

استخدم المشهر الشكل الهندسي الدائرة عدّة مرّات في هذه الوصلة ويظهر ذلك في شكل الوعاء الذي يتم فيه تنظيف اليدين، وفي قميص الطفل وفي علامة الخطأ أيضا. تشير الدائرة إلى الزمن وهي رمز النشاط والحيوية والحركة المطلقة والأبدية المطلقة والأبدية¹، أي أبدية الغسل والتنظيف المستمر الذي لا يقترن بفترة زمنية محددة كما تمنح الدائرة الإحساس بالعاطفة والحب والراحة والدفء وهو ما يحصل بعد التخلص من الفيروسات والإحساس بوقاية الجسم من الأمراض والصحة الجيدة. كما أنها تجذب الانتباه وتعطي التأكيد لذلك تم استخدامها على قميص الطفل للتركيز على سلوكه الصحيح، كونه قام بتمثيل العملية الصحيحة لتنظيف اليدين وعلى علامة الخطأ أيضا حتى تجذب الانتباه للسلوك الخطأ ومن ثمة تجنبه، كما تشير أيضا إلى الإحاطة بالأشياء وهو فصل الفيروسات عن اليدين في الوعاء.

- المستطيل: وقد ظهر في شكل صحن الأكل، ويوحي بالثبات والصلابة⁽²⁾ وزواياه تشير إلى الترتيب والعقلانية وهو العقلانية والترتيب في الأكل وذلك بعدم مشاركة أدوات الأكل بين الأطفال للحفاظ على صحتهم.

ب- نسق الألوان: لا يخفى على الجميع أنّ للألوان دلالتها وتأثيراتها على نفسيّة الفرد لذلك نجد أنّ كلّ واحد منا يميل إلى بعض الألوان ويحبها وينبذ البعض الآخر. وعليه فإنّ حسن انتقاء المشهر لألوان الخطاب دور كبير في التأثير على المتلقي حيث استخدم:

(1) سعيد بنكراد: الصورة الإشعاريّة آليات الإقناع والدلالة، ص: 177.

(2) المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

- اللون الأزرق الفاتح بكثرة كون أنّ اللون الأزرق يوحي بالراحة والاسترخاء يعبر عن الفسحة، وهو رمز الوفاء والعدالة يوحي بالسلام والجدية، لذلك تمّ استخدامه في قميص الطفل الذي يقوم بتمثيل الطريقة الصحيحة لطرق الوقاية من الفيروسات واستخدمه كخلفية لشعار القناة وهذا حتّ يشعر الطفل بالأمان.

- اللون الأحمر: يوحي بالنشاط والحيوية والانفعال والقوّة والخطر، وقد استخدمه المشهر في علامة الخطأ التي تظهر على السلوك غير السويّ الذي تقوم به الطفلة راية، ليرمز إلى خطورة الأمر والتنبيه على عدم فعله، بالإضافة إلى اللون الوردى الذي هو لون ثانوي مزيج بين الأحمر والأبيض يدل على الأنوثة ويوحي بالراحة والجمال يسر العين وقد ظهر في قميص الطفلة راية.

- اللون الأخضر: لون هادئ، منعش يضفي السكينة على النفس يدعو إلى الثقة. وهنا استخدمه المشهر في علامة صحيح على سلوك الطفل الصحيح حتى يؤثر بالإيجاب على الأطفال ويتقون به.⁽¹⁾

ج- نسق الحركة والموسيقى:

أبرز الحركات المجسدة في هذا الخطاب حركة الطفل والطفلة اللذان يمثلان الطرق الصحيحة للوقاية والخاطئة، حيث كانت حركة الطفل هادئة ومتأنية كونه يمثل الجانب الصحيح من الوقاية، على عكس الطفلة التي كانت مسرعة عند الغسل وغير مبالية لتصرفاتها فترسخ في ذهن الطفل المتلقي بأن يتأنّى في حركته ويغسل ببطء وتركيز حتى يتخلّص من الفيروسات.

أمّا فيما يخص الموسيقى فقد كانت هادئة ومريحة لها دور فعال في نجاح الخطاب الإشعاري لما لها من تأثيرات نفسية على المتلقي-الطفل- فتجذب انتباهه وتنشط عقله من أجل التركيز في مضمون الرسالة التوعوية، تتخلّل هذه الموسيقى الهادئة صوت تنبيه في كل مرة يحدّد السلوك الجيد من الخاطئ وهذا حتّى ترسخ في ذهن المتلقي.

(1) رضوان بلخيري: «قراءة في الأبعاد السيميائية للخطاب السينمائي بين تجليات الظاهر وتحليل الضمني»، ص: 90.

4_ الأبعاد التربوية للخطاب الإشعاري "كيف نتخلص من الفيروسات"؟

تضمن هذا الخطاب " كيف نتخلص من الفيروسات" الموجه للمتلقى الصغير عديد الأبعاد التربوية الرامية إلى إكساب الطفل ثقافة صحيّة هامة، ويمكن لنا إيجاز هذه الأبعاد في الآتي:

- تربيّة الطفل على العناية بنظافته اليوميّة وتجنب الأوساخ حفاظا على صحته وحياته.
- إضفاء عنصر المرح والتسلية أثناء تربيّة الأطفال يسهم في تقبلهم للنصائح والتعليمات بسرعة دون ملل أو تدمير.
- تربيّة الطفل على الحفاظ على خصوصيته، بعدم مشاركة أشياءه الخاصّة مع الغير كأدوات الأكل وغيرها.
- تربيّة الطفل على الحفاظ على غيره مثل الحفاظ على نفسه، وذلك من خلال استخدام كل أساليب الوقاية من العدوى كاستخدام باطن اليد عند العطس.
- تربيّة الطفل على عدم لمس وجهه أو الأكل دون التأكد من نظافة اليد لأنّ معظم الجراثيم تنتقل عن طريق الاتصال اليدوي.
- _ تقديم الحلول للأطفال أثناء جائحة كورونا.

ثانيا/ الإشهار التوعوي: "مودا مودي الحجر الصحي" وأبعاده التربوية:

1- محتوى الوصلة الإشهارية:

أ- التعريف بالوصلة: الوصلة عبارة عن إشهار تم عرضه في قناة تلفزيونية وذلك من أجل إقناع الطّف بعمل الحجر الصحيّ والوقاية من وباء كورونا وكيف يستغل الوقت في البيت حتى لا يشعر بالملل من خلال وسائل وأدوات مؤثرة وكلمات قوية وصاخبة.

ب- عناصر الرسالة في الوصلة الإشهارية:

ب1- المرسل: شركة "سبيستون" وهي شركة تمتلك ثلاث قنوات لم تعد موجودة الآن في العالم العربي إلى جانب قناة سبيستون الرئيسية التي لا تزال موجودة، مالكا "سبيستون انترناشيونال" مقرها دبي الغمارات العربية المتحدة، انطلقت في مارس 2000م.

ب2- الوسيطة: قناة سبيستون، ثالث قناة متخصصة في الرسوم المتحركة في الوطن العربي وتعرض أهم المسلسلات الكرتونية العالمية، بدأت بالبث بأذار عام 2000م، مقرها سوريا.⁽¹⁾

ب3- الرسالة: فيلم إشهاري مدته دقيقتين وثلاثون ثانية يتحدث عن الحجر الصحي وكيف نحمي أنفسنا من هذا الوباء الخطير المميت.

ب4- محاور الرسالة: تتكوّن الرسالة من سبع مقاطع جسّدها خمسة ممثلين وهما من أشهر الشخصيات الكرتونية في عالم الإشهار التوعوي بقناة سبيستون، تبدأ اللقطة الأولى بوجود الوباء أمام الباب بمجرد خروجهم يصابون بذلك المرض الخطير لذلك وضعت لافتة في الباب "خليك في البيت" (الصورة 01).

بعدها يظهر الممثلين من بينهم مودا ومودي وأخوهم الصغير جالسين على الأريكة (الصورة 02) يشكون من المكوث في البيت ورغبتهم في الخروج وباحثين على الحلول للتخلص من هذا الملل.

(1) سبيستون، في: (2022/03/19م) (17:10)، الموقع الإلكتروني: www.wikipedia.com



(الصورة 02) (2)



(الصورة 01) (1)

بعدها المشهد الثالث، ظهور الأب يحثهم على البقاء في البيت (الصورة 03)، لأنّ الشرائط في الهواتف تخبرهم بذلك والأم أيضا ملّت من نفس العمل من طبخ وتنظيف وسماعها لنفس الصراخ. بعدها المشهد الرابع يتمثل في تقديمهم للحلول وهي القراءة واللّعب يوميًا (الصورة 04) وقولهم للأب أطفئ التلفاز حتّى يقرأ لهم القصص ويعطيهم الألغاز.



(الصورة 04) (4)



(الصورة 03) (3)

أمّا المشهد الخامس ففيه بدأت عمليّة التعبير عن الوضع فالأم حاملة المكنسة من أجل تنظيف البيت والتي تقول: هكذا نتغلّب على الصّعوبات يا أحباب (الصورة 05).

(1) مودا مودي الحجر الصحي؟، في: (2022/03/21م) (18:00)، الموقع الإلكتروني: <https://www.youtube.com>

(2) المرجع نفسه.

(3) المرجع نفسه.

(4) المرجع نفسه.

بعدها المشهد السادس يتمثل في مساعدة الأولاد للأُم في تنظيفها للبيت أمّا المشهد السابع والأخير يتجسّد في الأب الذي يقول هذا هو الحل يا الأحباب وخروج الولد الصّغير يتأكد من ذهاب الكورونا من أمام الباب أم لا.



(الصورة 05)(1)

2/ مستويات الرّسالة اللّسانية للخطاب التوعوي "مودا مودي الحجر الصّحي":

الخطاب اللّغوي في الإشهار عبارة عن كلمات وجمل أداها أشخاص بطريقة سريعة وبلغة بسيطة ممزوجة باللّفة العربيّة الفصحى تحمل دلالة الثقة ودفع المتلقي للحجر الصّحي وهذا الإشهار هو:

« مللت، ضجرت، سئمت، من البيت أريد الخروج من العزل اكتفيت، ما الحل يا ترى وكانت على جزيرة مهجورة شرائط تكرر نفس الشيء والكل تشدّد على البقاء في البيت صراخ صراخ عصبي بيننا، فطبخ ونفخ معظم نشاطنا ما الحل يا ترى، وكأننا على جزيرة مهجورة.. أففف.. يا مودو عليك بالقراءة بعض الوقت وأعدك أن نلعب يوميا حتى السّبت، يا بابا أرجوك أطفئ هذا التلفاز اشتقنا لنكتك وقصصك والألغاز... هذا هو الحل يا الأحباب، هكذا نتغلّب على الصعاب، يا ماما ارتاحي سنتقاسم الأتعاب، دعينا نتشارك نحتاج للإنشغال، هذا هو الحل يا أحباب، هكذا نتغلّب على الصّعاب». (2)

أ- المستوى المعجمي: نلاحظ في هذا الإشهار استخدام الفعل المضارع الذي يدلّ على وقوع الفعل في زمن الحاضر والمستقبل وذلك لقطعه زمن الماضي الذي لم يوجد فيه هذا

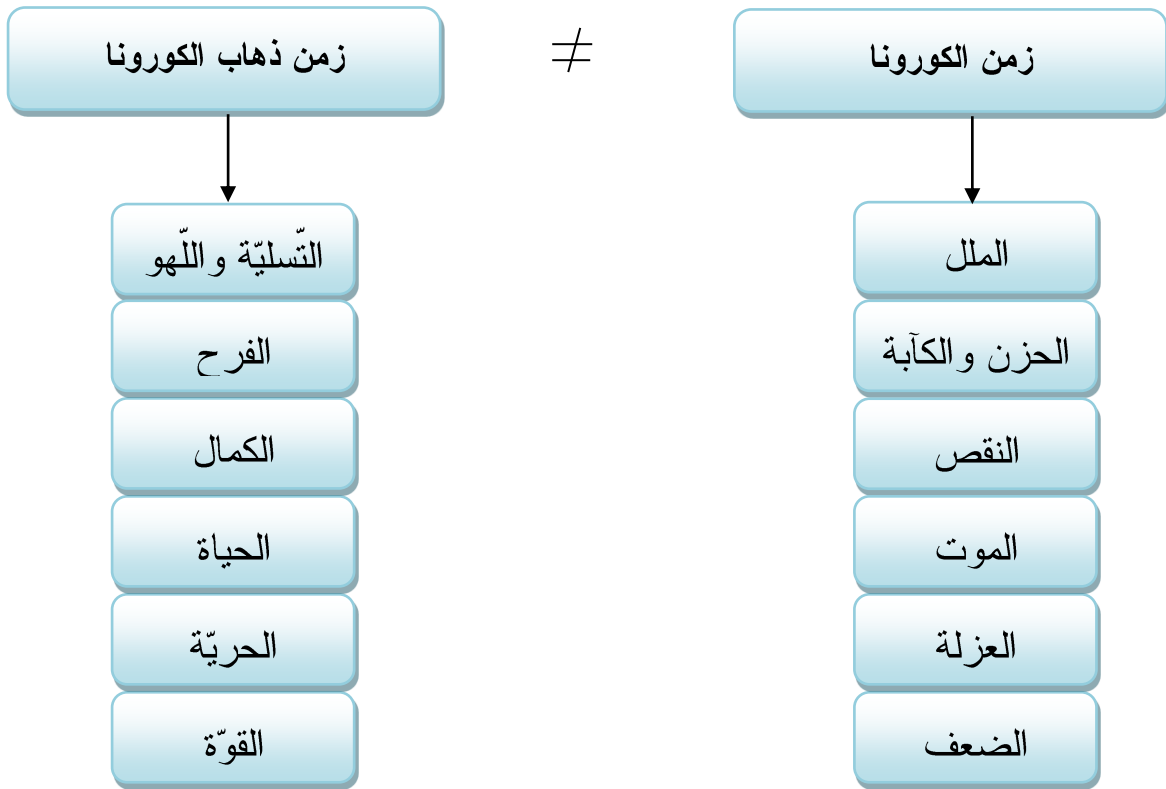
(1) مودا مودي، الحجر الصّحيّ في: (2022/03/21م) (16:00)، الموقع الإلكتروني: <https://www.youtube.com>

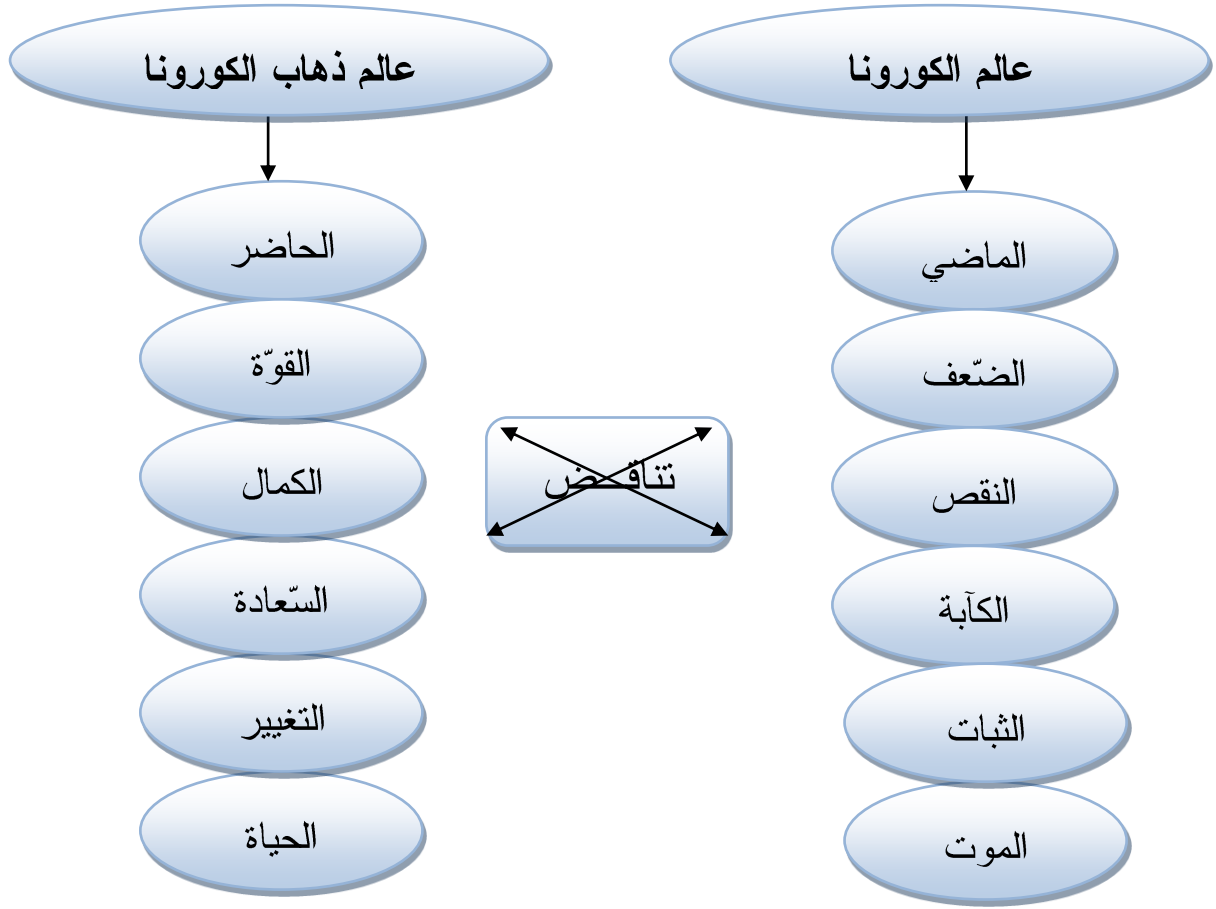
(2) المرجع نفسه.

الوباء في حياة كل إنسان الذي يبحث عن السعادة من خلال القضاء والتخلص من هذا المرض عن طريق الحجر الصحي. كما أنه يدل على الاستمرارية في الملل والضجر الذي ينتجه المكوث في البيت في حياة كل الناس.

نلاحظ في الإشهار توظيف الجملة الفعلية غلبت عليها الأفعال المضارعة في الزمن الحاضر من ناحية نسقها وتركيبها العام مع التركيز عليه في حياة المتلقي الصغير بالتخلص من الفيروس المبيد ونسيان هذا الزمن الذي يسيطر عليه المرض وهو زمن الحجر الصحي الممل باستخدام المطالعة والقراءة والاستماع للنكت والقصص المشوقة وطرح الألغاز والتفكير في الإجابة عنها هكذا يمرّ الوقت دون الشعور بذلك الملل والضجر بمعنى الاستمتاع بالوقت عن طريق أشياء مفيدة تنمي العقل. فالحياة ناقصة ومملة أثناء الحجر الصحي إلا عندما تشغل الوقت بوسائل ثمينة وقيمة، فالوقت كالسيف إذا لم تقطعه قطعك.

من خلال تقسيم الخطاب اللغوي نجد محورين:





ومن خلال تحليل هذه الثنائيات الضدية نستنتج أنّ الإشعار يبعث برسالة تعبيرية للمتلقّي مفادها أنّه لا يعرف السعادة إلا بالتخلص من هذا الوباء أو الاستمتاع بأدوات مفيدة وقيمة أثناء الحجر الصحيّ كما أنّه يقدّم نصيحة ركّز عليها وهي البقاء في البيت وتقديم الحلول التي تساعدنا على توفير جو ملائم بنا ونحن في الحجر الصحيّ المعزول. كما نرى أيضاً أنّ الأفعال المتوظفة فيها قوّة وشحنة إيجابية فعالة تدخل في نفسيّة المتلقّي الصغير، الثقة والتغيّر والسعادة التي تمنحها القراءة حتّى ولو كانوا في زمن الضجر.

ب-المستوى الصرّفي: إنّ هذا الإشعار لجأ إلى استخدام الأفعال المضارعة وذلك للتمعن والتركيز على الحاضر والمستقبل منذ لحظة زهاب كورونا ونسيان زمنه المنتشر فيه الحزن والملل دون المطالعة في حياة المتلقّي الصغير. ولأنّ زمن الحاضر الممتد للمستقبل يحتوي على فعل وحدث تهميش هذا الوباء وكأنّه يخاطب أنّ زمن السعادة سيأتي يوماً ما.

كما أنّ الأفعال المستخدمة في الخطاب الإشعاري تتخلّلها الحيوية والنشاط والعمل على صنع السعادة والتغيير مثل "أعدك، ارتاحي، نحتاج، شارك، نتغلب" هذه الأفعال تحمل الثقة وتدفع الطفل إلى التغيير على الرغم من أنّ هناك أفعال تدفعه إلى الحجر الصّحي.

وقد كان التركيز على الزمن الحاضر والمستقبل للدلالة على الزمن العادي والغير المتميّز والناقص الذي سيذهب يوماً ما ويكون فيه السعادة والاستمتاع وغيره. والمتأمل في الخطاب الإشعاري يجد أنّه يستخدم جمل اسمية تتحدّث عن شدة البقاء في البيت.

- كأننا على جزيرة مهجورة: هذه الجملة تعبّر عن مدى إصابة الناس بالملل والوقت الفارغ والمهجور، بمعنى أنّهم في عزلة قاسية جدّاً لا مصافحة ولا زيارة أقارب فقط حجر بين أربعة جدران.

- شرائط تتكرّر وتردّد نفس الشيء والكل تشدّد على البقاء في البيت: جملة تتحدّث عن ضرورة البقاء في البيت والقيام بالحجر الصّحي.

كما أنّ هناك ضمائر المخاطب المفرد مثل: "مللت، اكتفيت، ضجرت..." وذلك من أجل التنسيق والانسجام وعدم التكرار حتّى لا يشعر المتلقّي الصغير بالملل أثناء مشاهدة الإشعار إضافة إلى ضمائر المتكلم للمثنى والجمع مثل، "اشتقنا، دعينا" أمّا ضمائر الغائب والمتمثل في "هو"، مع قدرتهم على تحديد قراره بكل وضوح والمتمثل في أنّه يجب الالتزام بالحجر الصّحي حتّى نتخلّص من الفيروسات ونقل نسبة الوفيات وهذا يحتاج إلى ثقة وقوة الشخصية في قول هذا الكلام وقدرته الإبداعية في الإقناع.

ج- المستوى الصوتي: تميل اللغة الإقناعية التي يوظفها الإشعار إلى استخدام أدوات صوتية وتساعد على توصيل وتبليغ رسالة فهي تلفت الانتباه وتجعل الخطاب الذي في شكل إشعار سهل الحفظ ويمكننا أن نتبع هذه الملامح الصوتية كالاتي:

- الأصوات المجهورة: نلاحظ وفرة أصوات الجهر "الألف، الباء، اللام، الجيم، الدال، النون العين، الياء، الميم، الظاء، الضاد، الراء، الزاي، الواو، الغين" وذلك لفهم مضمون الإشعار وقصده دون أيّ صعوبة أو غموض أو تعقيد، حتّى لا تنفر الأذن من الأصوات ممّا سيكون

متناسبا مع الشّفاء كما يوحي بالقوّة ويجذب المستمع ويلفت الانتباه. يتضح من خلال هذا النموذج أنّ صوت الألف تكرر 60 مرّة واللّام 29 مرّة والباء 21 مرّة والجيم والدّال 8 مرّات النّون 25 مرّة، العين 10 مرّات، الياء 20 مرّة، الميم 14 مرّة، والطّاء مرّة واحدة، كذلك الضّاد مرّتين، الرّاء 15 مرّة، الزّاي والغين ثلاث مرّات، والواو 12 مرّة.

- الأصوات المهموسة: وهي قليلة "ء، ت، ث، ح، خ، س، ش، ص، ط، ف، ك، ه" وهذه الأصوات تدلّ على الضّعف أثناء النّطق وأيضا ضعف الاعتماد عليه في مخرجه وهذا غير مناسب في الإشهار لأنّه يحتاج إلى صوت قويّ يقنع به المتلقّي، يتّضح من خلال هذا الإشهار أنّ صوت الهمزة والسّين والضّاد والكاف ثلاث مرّات، الفاء والشّين والهاء مرّتين، التّاء مرّة واحدة، التّاء 22 مرّة الطّاء 12 مرّة، الفاء 4 مرّات.

- السّجع: لا يكاد يخلو أيّ نصّ إشهاري من توظيف السّجع وهذا راجع لكونه خفيف على السّمع، يحدث جرسا موسيقيا تطرب له الأذن وتتفاعل معه حواس المتلقّي كما يعينه على حفظ النصّ الإشهاري بسهولة ويسر وهذا ما وظّفه الإشهار: "مللت، ضجرت، سئمت من البيت" "اشتقنا لنكتك وقصصك".

3/ الأنساق الأيقونيّة للخطاب الإشهاري "مودا مودي الحجر الصحي" وأبعاده التّربويّة:

إنّ الخطاب الإشهاري يعتمد في توصيل رسالته على مجموعة من الوسائل والعلامات ومن أهمّها العلامات الأيقونيّة والتي تمثّل محورا أساسيا وهامّا من مكونات الصّور الإشهاريّة لا باعتبارها الوسيلة الوحيدة المساعدة على استتساخ الواقع وتقديمه فقط، بل لما تضمّره كذلك من أبعاد إيحائيّة عديدة ومتشعبة وما تحمله من أبعاد تعبيرية محدّدة في سياق سوسيو ثقافي للموضوعات المصوّرة من جهة وأشكال وطرق عرضها على المشاهد من جهة أخرى. (1) بعبارة أوضح « أنّ مصدر تسنين صورة إشهاريّة يعود دائما للتّصوّرات اللّواعية لأناس مجتمع ما أي طريقة نظراتهم للعالم، وبالتالي أيديولوجيتهم» (2)

(1) عبد العالي بو طيّب: <آليات الخطاب الإشهاري>، مجلّة علامات، ع18، 2002م، كلية الآداب، جامعة مكناس، المغرب ص: 122.

(2) المرجع نفسه، ص: 123.

أ- نسق الأشكال: للأشكال أنواع كثيرة وقيم جمالية وتعبيرية تحمل الكثير من الدلالات ومن أهم الأشكال الموجودة في الإشهار:

المستطيل والمربع: شكلان هندسيان مألوفان يدلان على الثبات والصلابة ويعتبران من الأشكال الأكثر حضوراً في حياتنا يرتبطان بالسكون حيث أن زواياهما تدل على التوقف والثبات وهما الأكثر حضوراً في حياتنا.⁽¹⁾ وقد استخدمهما المشهر بكثرة في الوصلة فيظهر في شكل الباب والكتب والأريكة، الألعاب... بمعنى الثبات في تطبيق الحجر الصحي والصلابة في مواجهة الوباء وحتى يجذب المتلقي الصغير إلى مشاهدة هذا الإشهار ومن ثمة اقناعه بالتزام الحجر الصحي حتى نستطيع التخلّص من هذا الوباء ونعود إلى حياتنا السابقة المليئة بالسعادة والتسلية...

المثلث: هو «شكل هندسي يشير إلى العلاقات المنطقية ويحيل على الفكر والتركيز. ويكفي أن نشير من جهة ثانية إلى أن الأشكال التي تتكون من زوايا تشير دائماً إلى الصلابة والحسم».⁽²⁾ وقد وظّف هذا الشكل ليقنع المتلقي الصغير بمدى خطورة هذا المرض الفتاك إن لم يلتزموا بالحجر الصحي ووقاية أنفسهم جيّداً حتى تقلّ نسبة الوفيات التي كان سببها وباء كورونا.

ب- نسق الألوان: من المعروف عند الجميع أنّ للألوان دلالات وتأثيرات على نفسيّة الفرد لذلك نجد أنّ كل شخص لديه بعض الألوان يميل إليها وعلى هذا فإنّ حسن انتقاء المشهر للألوان دور كبير في التأثير على المتلقي حيث استخدم:

- اللون الوردية: سميّ بالوردي «نسبة للورود، ومنها أشتق اسمه، فهو لون المرح والطفولة والعذوبة والأنوثة والوداعة في نفس الوقت (...). كما يعرف الوردية بالزهري وهو

(1) سعيد بنكراد: الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، ص، ص: 176، 177.

(2) المرجع نفسه، ص: 177.

لونمثير للإنتباه ومحفز قويّ للمشاعر»⁽¹⁾ لذلك نجده في الإشهار موجود بكثرة على جدران البيت من الخارج وفي الأريكة حتى يشعر المتلقي أنه ليس وحيدا على الرغم من عزلته داخل البيت إلا أنه مع عائلته التي تقدّم له الهدوء والبهجة والأمن الذي لا يوجد خارج البيت نتيجة هذا الوباء إضافة إلى أنه يدفعه إلى تقبل هذا الحجر الصحيّ مهما كانت حالته والالتزام به.

- **اللون الأخضر:** حيث نجده بكثرة في الإشهار وهو لون الطبيعة من أشجار وغيرها يرتبط بالأمل والحياة والشباب والانطلاق فهو مصدر الحياة وهو لون بارد وهادئ ومنعش، رطب يضفي السكينة على النفس ويوحي بالصبر يدعو للثقة ويرمز للخصوبة والأمل والراحة، صبرهم على مكوثهم في البيت وما يشعرون به من ملل وضجر كذلك تثقهم بأنّ هذا المرض سيأتي يوما ويزول عن طريق الحجر الصحيّ إضافة إلى الأمل والتفاؤل بعد ذهاب الوباء وعودة الحياة إلى مجاريها.⁽²⁾

- **اللون البرتقالي:** هذا اللون مزيج بين الأحمر والأصفر وسميت بهذا الاسم نسبة إلى فاكهة البرتقال، حيث أنّ «جزء من دلالاته مستعاد منها، ففي ارتباطه بالأحمر يشير إلى المجد والحيوية، أمّا في ارتباطه بالأزرق فهو دال على نوع من التوازن بين الاندفاع الغريزي وبين الرزانة العقلية»⁽³⁾ وهذا ما نجده في الإشهار فقد استخدمه المشهر بكثرة حيث يظهر على طلاء أرضية الغرفة وعلى شعر مودي أيضا ويظهر في بعض التفاصيل الصغيرة الأخرى وهذا حتى يقوم باستمالة وإقناع الطفل برسالته التعبيرية لذلك يرى المخرج أنّ توظيف اللون يجعل المتلقي الصغير يتذكر شعور الأيام الدافئة والمشمسة نظرا إلى أنّ لون غروب الشمس برتقالي الذي يشع بالخير والسلام في واقع الأطفال خاصة بعد انعدام هذا المرض الفتاك.

(1) صديقة معمر: شعريّة الألوان في النص الشعري، تخصص: أدب جزائري حديث ومعاصر، إشراف: يحي الشيخ صالح قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، السنة الجامعية 2010/2009م، (مذكرة ماجستير)، ص: 113.

(2) رضوان بلخيري: قراءة في الأبعاد السيميائية للخطاب السينمائي بين تجليات الظاهر وتحليل الضمني، ص: 90.

(3) سعيد بنكراد: الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، ص: 163 .

ج- نسق الحركة والإضاءة والموسيقى: إن الحركة لها دور كبير في الصورة الإشعارية فلا يوجد خطاب إشعاري دون حركة أو إضاءة أو موسيقى.

الإضاءة كانت واضحة بقوة حيث كانت أمام حركات الشخصيات، فانتشرت في كافة اتجاهات المكان أي المنزل مما أحدثت طلة بهية للأشخاص الممثلين من مودا و مودي و مودو والأب والأم. فالمشاهد يتابع حركاتهم السريعة والتمثلة في أجسادهم المتقلبة من غرفة الضيوف إلى المطبخ وغيرها. فيرسخ في ذهنه أن كل من يلتزم بالحجر الصحي يستغله بوسائل قيمة كالقراءة والاستماع للقصص والنكت والألغاز، ليصبح لديه ثقة وسرعة وشجاعة ونمو عقلي إلى غير ذلك.

كذلك حركاتهم المتعددة في كافة الاتجاهات ترمز إلى الحيوية والنشاط والقوة الجياشة التي يشعر بها داخله خاصة بعد تخلص العالم من هذا الوباء.

أما الموسيقى فكانت تتمثل في الكلمات المرتفعة والصاخبة والكلمات المسجوعة لتمنح المجال للخطاب اللساني أن يوقع أثره في المتلقي المنجذب لحركات الممثلين.

4_ الأبعاد التربوية للخطاب الإشعاري "مودا مودي الحجر الصحي"؟

كما احتوى الخطاب الإشعاري "مودا مودي الحجر الصحي" العديد من الأبعاد التربوية الرامية إلى الحجر الصحي، ويمكن إيجاز هذه الأبعاد في:

- تحسين صورة الحجر الصحي للأطفال، فالطفل في هذه المرحلة يحتاج إلى التشجيع على أعمال عقله وذلك باستغلال كل ثانية فراغ في عمل أشياء مفيدة والنظر دائما إلى الجانب الإيجابي في أي ظرف، فمثلا في فترة فرض الحجر الصحي وجب إلفات نظر الأطفال إلى الصورة الحسنة والجانب الإيجابي لهاته الفترة وذلك باستغلال الوقت في القراءة وتعلم أشياء جديدة.
- تربية الطفل على مشاركة عائلته في كل تفاصيل يومه مع ضرورة مساعدة الأم في أعمال المنزل لأن هاته السلوكيات ستستمر معهم مستقبلا.
- تشجيع الطفل على القراءة، لما لها من فوائد في تنمية العقل وتحفيزه على النشاط.

- إدخال عنصر المرح والتسلية في تربية الأطفال يسهم في تقبلهم للنصائح بسرعة دون تدمير.
- تربية الطفل على العزلة والحفاظ على مسافة تباعد بينه وبين جميع الأطفال في ظل انتشار الوباء، من أجل حماية نفسه وغيره.
- تربية الطفل على الابتعاد عن التكنولوجيا وتحبيبه في الكتابة وسماع الأغاز والنكت والقصص وغيرها.

خاتمة

خاتمة

الحمد لله الذي بعزته وجلاله تتمّ الصالحات، الحمد لله الذي أعاننا فأكملنا هذه الدراسة المتواضعة، والصلاة والسلام على نبيّنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد، لقد توصلنا من خلال هذا البحث إلى جملة من النتائج والتي أهمها:

- يعدّ الخطاب الإشهاري وسيلة اتصاليّة مهمة بين المشهر والمستهلك؛ حيث يقوم المرسل بعرض منتجاته وخدماته وذلك باتباع طرق وأساليب محدّدة يستهوي بها المتلقي ويؤثر فيه حتّى يجذب نحو المنتج المعروض أو نحو خدمة ما.
- يأخذ الخطاب الإشهاري أنماطا مختلفة، حسب الجمهور المستهلك، الوسيلة، الأثر والجمال.
- أصبح الأطفال من أكثر الفئات العمريّة استهدافا من طرف الإشهار كونه الأكثر مشاهدة لمختلف الوسائط والتي من أهمّها التلفاز.
- أصبح الطفل اليوم يجسّد دورين في الخطاب الإشهاري دور المشهر من خلال تمثيله في الخطابات الإشهارية الموجهة للأطفال، ودور المستهلك من خلال اقتنائه لتلك المنتجات.
- تنطوي الرسالة الإشهارية الموجهة للطفل تحت مراعاة عدّة أبعاد، أهمها:
 - اللسانية: المستوى الصوتي، المستوى الصرفي، المستوى المعجمي.
 - الأيقونية: الألوان، الحركة والموسيقى والأشكال... وهذا لاستمالة الطفل والتأثير فيه

حيث:

- ❖ استخدم المشهر الأفعال المضارعة بكثرة لقطع الصلة بالماضي في وصلته الإشهارية يستميل فكر المتلقي الصغير، ويجعله يفكر في الحاضر والمستقبل الذي سيتحصل فيه على المنتج، وهذا ما لحظناه في الخطاب الإشهاري الترفيهي-التجاري لـ "لعبة مناجم السلاطين" و"بياتل بيرست تيربو".
- ❖ حسن توظيف المشهر لأدوات الربط بأنواعها يسهم في انسجام الخطاب وتناسقه وبالتالي يؤدي إلى تبليغ رسالته بصورة حسنة تجذب المتلقي الصغير.

❖ توظيف المرسل للجمل الإسمية والفعلية واستخدامه لجمل قصيرة بسيطة، يزيل اللبس والغموض على الطفل الصغير ويقدم له المنتج في أبسط صورة تناسب عقله وميولاته، حتى يجذب نحو فعل الاقتناء.

❖ انتقاء المشهر للألوان ونوع الموسيقى المستخدمة واختيار الحركات بعناية وبما يتناسب مع ميولات الأطفال، من الوسائل الناجحة لتحقيق عملية الإقناع لدى المتلقي الصغير.

- الخطابات التوعوية من الوسائل الناجعة في التأثير على المتلقين وخاصة الأطفال.
 - لا ينحصر هدف الخطابات الإشهارية الموجهة للأطفال على التجارة والترفيه فقط بل لها أبعاد تربوية تسهم في التأثير على سلوكياتهم. وهذا ما لحظناه في إشهار "مودا مودي الحجر الصحي"، و"كيف نتخلص من الفيروسات؟" حيث إدخال المشهر لعنصر التسلية والمرح وتوظيفه للرسوم المتحركة في توجيه الأطفال للقراءة والعمل ومساعدة العائلة والاعتناء بالنظافة الشخصية يسهم بصورة كبيرة في تقبل الأطفال للنصائح والعمل بها دون نفور.
 - تعتبر الطفولة مرحلة مهمة وحساسة جدا وجب الاعتناء بها بصورة كبيرة ومراقبة ما يتلقونه من مختلف الوسائط الإشهارية؛ لأنها تسهم بشكل كبير في التأثير على سلوكياتهم والتي قد تستمر معهم مستقبلا.
- وفي الختام، نتمنى أن يكون بحثنا بمثابة نقطة بداية لكل شخص يرغب في التعمق أكثر في هذا الموضوع.



قائمة المصادر

والمراجع

_ القرآن الكريم (رواية ورش عن نافع).

_ المراجع.

أولاً_ الكتب العربية:

- 1- ابن منظور: لسان العرب، مج1، ط1، دار صادر، بيروت، لبنان، 1997 م.
 - 2- ابن منظور: لسان العرب، مج4، ط1، دار صادر، بيروت، لبنان، 1997 م.
 - 3- بشير ابرير، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، ط1، دار عالم الكتب الحديث، أربد الأردن، 2010 م.
 - 4- حسن عباس: خصائص الحروف العربيّة ومعانيها _دراسة_، (د.ط)، اتحاد الكتاب العرب دمشق، سوريا، 1998م.
 - 5- سعيد بنكراد: الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، ط1، الدار البيضاء، المغرب، 9002 م.
 - 6- عزّام محمد الحويلي وآخرون: الإعلام الدولي، ط1، دار المعتز، عمان، الأردن، 2015م.
 - 7- فاطمة حسين عواد: الاتصال والإعلام التسويقي، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن 2011م.
 - 8- فريد كورتل: مدخل للتسويق، ط1، كنوز المعرفة، عمان، الأردن، 2010م.
 - 9- محمد جودة ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ط1، دار مجدلاوي، عمان الأردن، 1998م.
 - 10- محمد فريد الصّحّح : الإعلان ،(د.ط)، الدّار الجامعيّة، الإسكندريّة، مصر، 2000م.
 - 11- منى الحديدي : الإعلان ،ط1، الدار المصريّة ، القاهرة ، مصر، 1999م.
- ثانياً_ الكتب المترجمة:
- 12- باتريك شارودو ودومينيك منغنو: معجم تحليل الخطاب، تر: عبد القادر المهيري وحمادي صامود، (د.ط)، دار سينادرا، تونس، 2008م.

ثالثا_ المجلات والدوريات:

13- أمينة رقيق: <التقنيّات البلاغيّة في الصورة الإشهارية الثابتة>، مجلّة الباحث، ع12، أبريل 2013م، جامعة المسيلة، الجزائر.

14- رضوان بلخيري: <قراءة في الأبعاد السيميائيّة للخطاب السينمائي_بين تجلّيات الظاهر وتحليل الضمني_>، مجلّة العلوم الإنسانيّة، ع8 ديسمبر 2017م، جامعة تبسة، الجزائر.

15- سارة جابري وعبد الغاني بوزيان: < دلالة الرسالة الألسنيّة في الخطاب الإشهاري التلفزيوني_دراسة في أبعاد تجلّيات صورة المرأة>، مجلّة العلوم الإنسانيّة ، مج6، ع2، ديسمبر 2019م، جامعة أم البواقي، الجزائر.

16- عبد العالي بو طيّب: <آليات الخطاب الإشهاري>، مجلّة علامات، ع18، 2002م، جامعة مكناس، المغرب.

17- عكوباش هشام: <الفضاء الإشهاري التلفزيوني وتمثيل الطفل: رصد ونقد>، مجلة آفاق للعلوم، ع8، ج1، جوان 2017م ، ج01، جامعة الجلفة، الجزائر.

18- عمراني المصطفى : <الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء>، مجلة فكر ونقد، ج34 ع34، 2000م، الدار البيضاء، المغرب.

رابعا_ الرسائل الجامعيّة:

19- حدّاوي أسماء: البنى الأسلوبية في مولديات أبي حمو موسى الثاني، تخصص: الأدب الجزائري في ضوء النتائج النقدية الأدبية المعاصرة، إشراف: حسن بن مالك، قسم اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب والفنون، جامعة أحمد بن بلة، وهران، الجزائر، السنة الجامعية 2015/2016م، (مذكرة ماجستير).

20- حليم نور الدين: أنماط الخطابات الإشهارية في الصحافة المكتوبة، إشراف: بوجمعة شتوان، كلية الآداب واللغات، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2017، (مذكرة ماجستير).

21- سطوطاح سميرة: الإشهار والطفل دراسة تحليلية لأنماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيره على السلوك الاستهلاكي للطفل، تخصص: الاتصال في

التنظيمات، إشراف: بونيدر نصيرة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة الجزائر، السنة الجامعية 2010/2009م، (رسالة دكتوراه).

22- صديقة معمر: شعريّة الألوان في النص الشعري، تخصص: أدب جزائري حديث ومعاصر، إشراف: يحي الشيخ صالح، قسم اللغة العربيّة وآدابها، جامعة منتوري، قسنطينة الجزائر، السنة الجامعية 2010/2009م، (مذكرة ماجستير).

خامسا_ المواقع الإلكترونيّة:

23- بيبي شوب، الموقع: www.wikipedia.com

24- جيم باور سفن، الموقع: www.wikipedia.com

25- الزوهرة الجهاد: الإشهار التلفزيوني والطفل، الموقع: www.eljihadzohra.com

26- سبيستون، الموقع: www.wikipedia.com

27- قناة ماجد للأطفال، الموقع: www.wikipedia.com

28- كوبون محل الأطفال بيبي شوب، الموقع: www.coupondomi.com

29- كيف نتخلص من الفيروسات؟، الموقع: <https://www.youtube.com>

30- لعبة مناجم السلاطين، الموقع: <https://www.youtube.com>

31- مودا مودي الحجر الصحي، الموقع: <https://www.youtube.com>

سادسا_ القنوات التلفزيونيّة:

32- قناة سبيستون الفضائيّة، تردد: 11785، عمودي، 3/4، النايل سات، سوريا.

الفهرس

الموضوع

الصفحة

شكر و عرفان.....

الإهداء.....

مقدمة..... (9_7)

مدخل: الخطاب الإشهاري الموجه إلى الطفل: مفاهيم نظرية..... (21_10)

أولا / مفهوم الإشهار..... 11

ثانيا/ أنماط الخطاب الإشهاري..... 14

1- الخطاب الإشهاري باعتبار الجمهور المستهدف..... 14

2_ الخطاب الإشهاري باعتبار الوسيلة الإشهارية المستخدمة..... 15

3- الخطاب الإشهاري حسب الأثر..... 15

4- الخطاب الإشهاري باعتبار المجال أو نوع الرسالة الإشهارية المتضمنة..... 16

ثالثا/ الخطاب الإشهاري الموجه إلى الطفل..... 17

1- مضمون الرسالة الإشهارية..... 18

2- شكل الرسالة الإشهارية..... 18

رابعا/ مقاربات تحليل الخطاب الإشهاري..... 20

أ- المقاربة اللسانية..... 20

ب- المقاربة النفسية..... 20

- ج- المقاربة السيميائية.....20
- د- المقاربة التداولية.....21
- ه- المقاربة الاجتماعية الثقافية.....21
- الفصل الأول: الخطاب الإشهاري التجاري- الترفيهي، دراسة تحليلية لنموذجي "لعبة بيباتل بيرست توربو Beybattle burst turbo" و"لعبة مناجم السلاطين"..... (22_43)
- أولاً/ الخطاب الإشهاري: لعبة "بيباتل بيرست توربو" "Beybattle burst turbo".
- 23.....
- 1- محتوى الوصلة الإشهارية.....23
- 2- الرسالة اللسانية ومستوياتها.....26
- 3/ الأنساق الأيقونية ودورها في الخطاب الإشهاري الترفيهي للرسالة.....31
- ثانياً/ الخطاب الإشهاري "لعبة مناجم السلاطين".....35
- 1- محتوى الوصلة الإشهارية.....35
- أ- التعريف بالوصلة.....35
- ب- عناصر الرسالة الإشهارية.....35
- 2- مستويات الرسالة اللسانية لخطاب "لعبة مناجم السلاطين".....37
- أ- المستوى المعجمي.....38
- ب- المستوى الصرفي.....40
- ج- المستوى الصوتي.....41
- 3/ الأنساق الأيقونية ودورها في الخطاب الترفيهي للوصلة.....41

- أ- نسق الأشكال. 41
- ب- نسق الألوان. 42
- ج- نسق الحركة والموسيقى. 43
- الفصل الثاني: الخطاب الإشهاري التوعوي وأبعاده التربويّة دراسة تحليليّة لنموذجي "كيف نتخلص من الفيروسات؟" و"مودا مودي الحجر الصحي".** 44
- أولا/ الخطاب الإشهاري التوعوي "كيف نتخلص من الفيروسات؟". (63_45)
- 1- محتوى الوصلة الإشهارية.** 45
- أ- التعريف بالوصلة. 45
- ب- عناصر الرسالة في الوصلة الإشهارية.** 45
- ب1- المرسل. 45
- ب2- الوسيلة. 45
- ب3- الرسالة. 46
- ب4- محاور الرسالة. 46
- 2- مستويات الرسالة اللسانية لخطاب "كيف نتخلص من الفيروسات؟".** 47
- أ- المستوى المعجمي. 48
- ب- المستوى الصرفي. 49
- ج- المستوى الصوتي. 50
- 3/ الأنساق الأيقونية ودورها في الخطاب التوعوي للوصلة.** 51
- أ- نسق الأشكال. 51

- ب- نسق الألوان.....51
- ج- نسق الحركة والموسيقى.....52
- 4_ الأبعاد التربويّة للخطاب الإشهاري "كيف نتخلص من الفيروسات"؟53
- ثانيا/ الإشهار التوعوي: "مودا مودي الحجر الصّحي" وأبعاده التربويّة.....54
- 1- محتوى الوصلة الإشهاريّة.....54
- أ- التّعريف بالوصلة.....54
- ب- عناصر الرّسالة في الوصلة الإشهاريّة.....54
- 2/ مستويات الرّسالة اللّسانيّة للخطاب التوعوي "مودا مودي الحجر الصّحي".56
- أ- المستوى المعجمي.....56
- ب-المستوى الصّرفي.....58
- ج- المستوى الصّوتي.....59
- 3/ الأنساق الأيقونيّة للخطاب الإشهاري "مودا مودي الحجر الصّحي" وأبعاده التّربويّة.....60
- أ- نسق الأشكال:61
- ب- نسق الألوان:.....61
- ج- نسق الحركة والإضاءة والموسيقى:.....63
- 4_ الأبعاد التربويّة للخطاب الإشهاري "مودا مودي الحجر الصّحي"؟63
- خاتمة..... (67_65)
- قائمة المصادر والمراجع.....(71_69)

(76_64) الفهرس