



الرقم:

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة

الماستر

تخصص: لسانيات تطبيقية

سيمائية الإشهار السياحي في كتب اللغة العربية الطور الابتدائي انموذجا

مقدمة من قبل:

الطالبة: ياسمين بن عباس

الطالبة: بن وارث فاطمة الزهراء

تاريخ المناقشة: 2020 / 09 / 28

أمام اللجنة المشكلة من:

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
طاهر نعيجة	دكتور	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	رئيسا
عميار العياشي	دكتور	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفا ومقررا
أسماء حمايدية	دكتورة	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2020/2019

شكر و عرفان

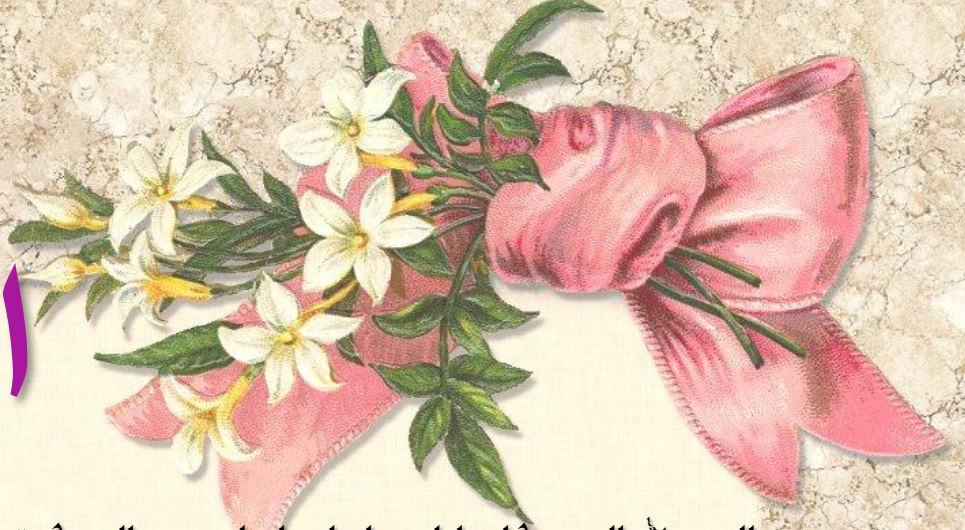


بعد باسم الله الرحمن الرحيم، نشكر المولى عز وجل الذي أهدانا القوة والصبر ولتوفيقه لنا لإتمام هذا البحث ونسأله المزيد اللهم لك الحمد والشكر كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك.

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير وبكل امتنان وعرفان للأستاذ المشرف "العياشي عميار"، الذي لم يبخل علينا بنصائحه وارشاداته وتوجيهاته القيمة.

كما نشكر كل من ساهم في تقديم يد العون والمساعدة سواء من قريب أو بعيد، مع أعظم التقدير والامتنان لهم.

الإهداء



الحمد لله الذي كان لنا عوناً على اتمام هذه المذكرة، ووافر الشكر إلى كل من علمني حرفاً فصرت له مديناً إلى يوم القيامة إلى أغلى هبات الرحمن إلى أنموذج التضحية والوفاء - أمي الغالية -

لصاحب القلب الكبير الذي شملني بعطفه وحنانه، وتحمل مشاق الحياة من أجل أن يوفر الراحة والسعادة والأمل - أبي الحبيب -

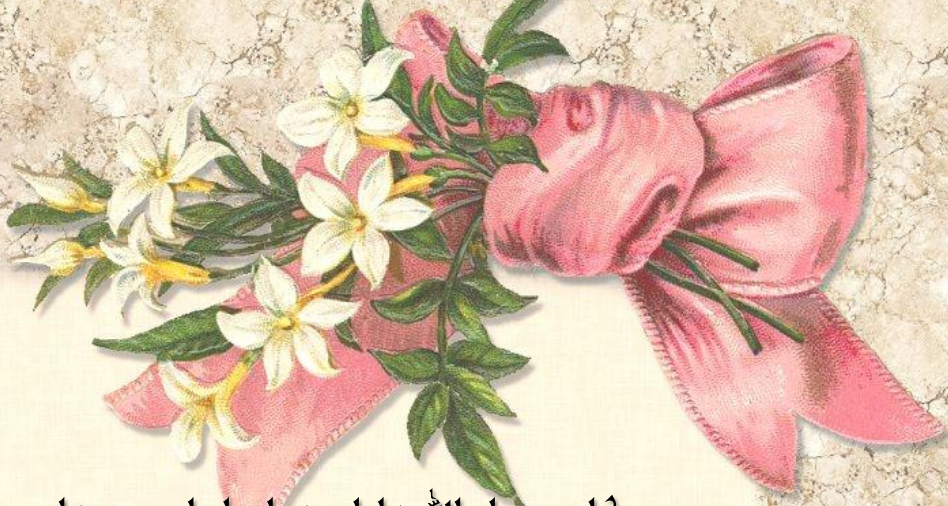
إليكما والدي الكريمين - حفظكما الله - أهدي ثمرة جهدي إلى شراييني فؤادي وشموعي دريبي: وليد وراضية ورنيم

إلى الأستاذ المشرف "العياشي عميار" وجميع أساتذة قسم اللغة والأدب العربي. إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء صديقاتي زهرة ونسرين، وكل من ساندني في إنجاز هذا البحث المتواضع.

نسأل الله أن يغمر الجميع بوافر الجزاء وعظيم الامتنان

ياسمين

الإهداء



وكان فضل الله عليك عظيماً، الحمد لله على فواصل النعماء وأشكره على

تتابع الآلاء، وصلى الله على محمد خير الخلق

الحمد لله الذي كان لنا عوناً على اتمام هذه المذكرة إلى كل من

علمني حرفاً صرت له عبداً.

إلى من هي في الحياة إليك ينحني العرفه حبا وامتنان، إليك أمي يا من

تحت قدميك الجنان وبرضاك كل شيء منير.

إليك يا أروغ رجل يا رمز الأمان الذي صارح الدنيا لنعيش في اطمئنان

"أبي".

إلى الأستاذ المشرف "العايشي عميار"

إلى كل الأهل والأقارب، إلى صديقاتي رفيفات دربي "ياسمين،

نسرين، منال"

إلى البراعم: إباد، شهاب، محمد، رزان، يوسف، ميار

إلى كل من أحبني و دعم لي يوماً بالنجاح، حفظكم الله.

فاطمة

هتدفة

مقدمة

يلعب القطاع السياحي دورًا مهمًا في وقتنا الراهن، خاصة في مجال التنمية الاقتصادية، ويعتبر التسويق أو كما يقال "فن الترويج" أهم عامل في نجاح هذا الأخير.

ففن الترويج بالاشهار عن طريق وسائل مختلفة أكانت الانترنت أو المجلات أو الصحف أو حتى ودخلت حتى في المجال التعليمي كما نلاحظ في الكتاب المدرسي، فهذه الأخيرة تروج للإشهار السياحي دون تصريح مباشر وبأسلوب جذاب ومشوق إما عن طريق النسق الأيقوني (الصور والرموز) أو النسق اللساني وباعتبار الصورة جوهر التواصل غير اللساني والتوتر الحساس في عملية الاشهار السياحي، نجدها أقحمت كذلك في الكتاب المدرسي وأوضحت "الصورة التعليمية" المحور الأساس الذي تحاول المناهج التربوية التركيز عليه خاصة في ظل تغيير المناهج والاعتماد على المقاربة بالكفاءات، وبقدرتها على اختصار الوقت والجهد حتى، فبدلاً من أن نقول "صحراء" وننقل الصورة السمعية للمتعلم ويعمل على حل شفراتها وبذلك يترجم الصورة الذهنية لها، نقدم له الصورة "الصحراء مباشرة" فهو أسهل وأوفر للوقت والجهد.

وبناءً على ذلك فقد حاولنا إبراز دور الاشهار السياحي عن الكتاب المدرسي خاصة لما له من وقع خاصة في هذا العمر الحساس للمتعلم ولأن الدراسة السيميائية من أهم المناهج المساعدة على تفكيك الصور والشيفرات، وذلك لاتساعها في البحث عن الدلالة مهما كان نوعها، يدرس كل العلامات والأنساق ويقوم بتأويلها لذلك اخترنا هذا المنهج باعتباره واحد من المناهج التي استطاعت أن تفرض نفسها في الساحة النقدية الحديثة لسنوات طويلة أولاً، وباعتباره منهجاً يساعد على فهم النصوص والأنساق العلامية وتأويلها والقائم على الوصف والتحليل ولأن السيميائية منهج مساعد في دراسة كل العلامات والأنساق ويؤولها.

فقد اعتمدنا في دراستنا الموسومة "بسيمائية الإشهار السياحي في كتب اللغة العربية الطور الابتدائي انموذجاً" لتكون بذلك نظرة سيميائية للإشهار السياحي ومدى تأثيره على المتعلم، وكيف يمكن الوصول بالمتعلم إلى فك شفرات الصورة والابحار بخياله داخل ألوانها وأشكالها؟ وكيف يمكن

السيطرة على ذهن المتعلم ولفت انتباهه إلى المعنى الخفي أو الضمني للإشهار السياحي الذي وضعت له الصورة أو النص؟ وتدرج تحت هذه الاشكالية الرئيسية عدة تساؤلات فرعية مكملة في ما مفهوم الاشهار السياحي؟ ما هي السيميائية؟

أما عن اختيارنا للكتاب المدرسي لم نحدد أي سنة فهو نتيجة عدة ظروف تتعلق أهمها الملاحظ أن جل المستويات تحتوي على نصوص اشهارية بامتياز، فاختيارنا لسنة بعينها هو اجحاف بحق النصوص الأخرى اعتمادنا على الطور الابتدائي لما يطول هذا الأخير من تغيرات مستمرة تحت مسمى الجيل الجديد، ومعنى ذلك مواكبة نصوصه وثورته لروح العصرنة بالإضافة إلى أن هذا الجيل الجديد كما يطلق عليه، يكون فيه المتعلم في مرحلة عصرية جد حساسة من سن السابعة إلى التاسعة تقريبا، في هذه المرحلة يقوم المتعلم بالتعامل مع الصور بوعي مختلف عن متعلم في مرحلة المتوسط.

وعلى هذا قدمنا بحثنا هذا حسب منهجية البحوث العلمية وذلك بتقسيمه إلى مقدمة ومدخل وفصلين وخاتمة.

تطرقنا في المدخل إلى المقاربة السيميائية للخطاب الاشهاري والتعريف بالسيميائية ثم مفهوم السياحة والاشهار والخطاب والعلاقة التي تجمع بينهما، وأنواع النصوص الاشهارية في الفصل الأول خصصناه للدراسة النظرية التي جاء تحتها تعريف بالأغراض اللغوية ووظائفها قسم إلى مبحثين، كل مبحث قسم إلى عناصر حسب سير الخطة.

بينما تناول الفصل الثاني عنوان الطفل والصورة في عملية التعليم والتعلم والكتاب المدرسي والصورة وأهم شروط اختيارها والألوان وتأثيرها على المتعلم.

أما الخاتمة فهي نتاج إلى ما توصلنا إليه في بحثنا، وقد اعتمدنا في بحثنا على دراسات سابقة التي تأثرت بموضوع الدراسة من أهمها:

جهود عادل بوديار في الخطاب الاشهاري من الترويج إلى صناعة الثقافة، بالإضافة إلى المقالات المنشورة من طرف وحدة تحليل الخطاب التابعة لمجلة علامات العاملة للباحث المغربي

سعيد بنكراد، بالإضافة إلى مقالات عبد الحق بلعابد في سيميائية الصورة بيم آليات القراءة وفتوحات التأويل.

ولم يخل بحثنا هذا من الصعوبات التي واجهتنا لا سيما في ظل غياب المراجع المتعلقة بموضوع بحثنا، وقلة البحوث خاصة المهمة بالإشهار السياحي في الكتاب المدرسي فقد كان عائقا لنا لمعرفة طرق تناولها وكيفية دراستها، بالإضافة إلى غلق المكتبات نتيجة الوضع الصحي الذي يشهده العالم.

إلا أننا نأمل أن تكون محاولتنا هذه محفزا لمزيد من الجهود في هذا المجال البشري وبهذا أتمننا بحول الله هذا آملين أن تكون رصدنا فيه ما يكفي ليكون المنطلق لدراسات أخرى.

مدخل:

مفاهيم افتتاحية

(السياسات، السياحة، والأشجار)

والخطاب)

مدخل: مفاهيم مفتاحية (السيمياء، السياحة، الاشهار، الخطاب)

1. السيمياء

أ- لغة

ب- اصطلاحا

2. السياحة

أ- لغة

ب- اصطلاحا

ت- أنواع السياحة

3. الإشهار

أ- لغة

ب- اصطلاحا

ت- أنواع النص الاشهاري

4. الخطاب

أ- لغة

ب- اصطلاحا

5. العلاقة بين الاشهار والسياحة والخطاب

المقاربة السيميائية للخطاب الاشهاري

1. السيمياء

تعريفها:

أ. لغة: تعددت تسمية "مصطلح" السيمياء في المعاجم، إذ نجد: سيمياء سيميولوجيا، سيميوطيقا ويرجع هذا التعدد لتعريف المصطلح من أصوله المعرفية، مما أدى إلى تعدد وجهات النظر

فجاء في لسان العرب في مادة "س.و.م": "السُّومة، السِّيمة، والسيمياء العلامة. وسوم الفرس: جعل عليه السيمة.¹

جاء في الفيروز أبادي: " السومة بالضم، والسيمة والسيمياء واليسيمياء بكسرها تعنى العلامة، وسوم الفرس تسويما جعل عليها سمة.²

ب. اصطلاحا:

عرف " فرديناند دي سوسير " السيمياء على أنها نسق من العلامات التي تعبر عن الأفكار، وهي بهذا تتقارب مع الكتابة الأبجدية للضم والبكم ومع الشعائر الرمزية، ومنه يمكننا تصور علما يدرس حياة العلامات في قلب الحياة الاجتماعية، وهو العلاماتية³.

وبهذا فإن علم السيمياء هو مولود غربي أجنبي دخل إلى المنظومة اللغوية العربية عن طريق الترجمة والتعريب لهذا نلمس فيه ذلك التعدد المصطلحي.

1 ابن منظور: لسان العرب، دار احياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، بيروت، لبنان، ط3، ج6، مادة "سوم"، 1419هـ - 199م، ص 440.

2 الفيروز أبادي: القاموس المحيط، ط 5، 1996 ص 1452.

3 فيصل الأحمر: معجم السيميائيات، منشورات الاختلاف، الدار العربية للعلوم ناشرون، ط 1، 1431 هـ - 2010 م ص 11.

2. السياحة

- ❖ وردت السياحة في المعاجم العربية، فجاءت في لسان العرب من الفعل "سيح" والسيح: الماء الظاهر الجاري على وجه الأرض، والسياحة: الذهاب في الأرض للعبادة والترهب، وساح في الأرض يسيح سياحة وسيوحا، وسيحانا أي ذهب¹ بمعنى التنقل في الأرض والتجول بغرض اكتشاف ما هو جديد، وجاءت في الاصطلاح لفظة السياحة، حيث عرفت في الكثير من المواضع، ولكن أول تعريف لها كان للباحث "جونبيير فريديار" حيث عرفها على أنها ظاهرة من ظواهر عصرنا تتبثق من الناحية المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نمو الاتصالات التي كانت ثمرة لا تساع نطاق التجارة والصناعة...²
- ❖ حققت السياحة خلال العقود القليلة الماضية نموا كبيرا على المستوى العالمي، والأدلة تشير إلى أن المستقبل يبشر أيضا بأفاق واسعة لمزيد من النمو السياحي.³
- ❖ فالسياحة بالرغم من تعدد الجهات الدارسة لها، إلا أنها تعتبر ظاهرة ضخمة تمس جميع المجالات سواء على المستوى الاجتماعي أو الثقافي أو الاقتصادي، كونها أساس لتنمية العلاقات الإنسانية لأنها مصدر الراحة النفسية وغذاء الروح، والتمتع بالحياة والاحساس بمتعة التجول والاكتشاف، والتعرف على تقاليد المجتمعات في شتى بقاع العالم.

1 ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، لبنان، ط 1، 1997، ج 3، مادة (سيح).

2 محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، دار الفجر، القاهرة، مصر، ط 1، 2002 ص 21.

3 محيا زيتون: السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر، دار الشروق، القاهرة، مصر، ط 1، 2002

❖ أنواع السياحة:

يمكن تصنيف أنواع السياحة وفق معايير وأسس وعملوا الباحثين جاهدين لإطلاق أسماء لأنواع السياحة ويختلف شكل ونمط السياحة وفق الرحلة السياحية وكذلك المقاصد، فنجد ما يلي:

1. السياحة الترفيهية:

نجد هذا النوع من السياحة في البلدان التي تتميز بالمساحات الشاسعة والمنتزهات والمناظر، حيث أنها تستقطب أكبر عدد من أبناء المجتمع المحلي لقضاء يوم كونها تنتمي إلى نمط سياحة اليوم الواحد.¹

2. السياحة الإيكولوجية:

تعرف السياحة الإيكولوجية بأنها السفر إلى المناطق الطبيعية البكر بغرض مراقبة، ودراسة الطيور، والحيوانات في بيئتها الطبيعية و التمتع بالجمال ومنه، فإن السياحة البيئية تعني السفر إلى مناطق طبيعية للاستمتاع بالموارد الطبيعية المختلفة [بحار، صحراء، بحيرات... إلخ].²

3. السياحة الثقافية:

تعد السياحة الثقافية من أهم أنواع السياحة التي يسعى الإنسان للكشف عنها فيها كونها تضم عادات وتقاليد وثقافة منطقة ما كما يندرج تحت السياحة الثقافية السياحة التاريخية التي تتمثل في وجود مناطق ذات طابع تاريخي كالمناطق الاثرية الرومانية... إلخ.

¹ ينظر وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006 ص99.
² يسرى عبس: صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى الرسمي للإبداع والتنمية، مصر، 2003، ص 247.

4. السياحة الدينية:

تعد أيضا السياحة الدينية مصدرا هاما من مصادر السياحة، ويقصد بها زيارة بعض الأماكن المقدسة للتبرك أو الحج، أو للتعرف على التراث الديني لدولة ما¹، وبالتالي معرفة الطقوس الدينية التي تقام في المناسبات أو الأعياد وما يصاحبها من لباس خاص ومأكولات وعادات.

5. السياحة العلاجية:

تعني السياحة العلاجية اكتشاف الموارد والأماكن التي تساهم في علاج المرضى مثلا مرضى الربو حيث الأماكن الشاسعة والأماكن التي تتوفر فيها المياه المعدنية ذات التركيبة الصحية وغيرها ملجأهم للشفاء والوقاية حيث أن السياحة العلاجية مصدرا مهما من مصادر الدخل السياحي خاصة إذا توفرت مقومات السياحة العلاجية كالمصحات والتجمعات الصحية، أماكن للعلاج الطبي الطبيعي.

6. السياحة الرياضية:

وتعني إشباع السياحيين في ممارسة مختلف أنواع الرياضة في أماكن مخصصة مثل: التزلج على الثلج، أو التجديف، أو الفروسية... إلخ، وتمتد إلى مشاهدة المهرجانات أو الرياضات العالمية: كالألعاب الأولمبية.

7. سياحة التسويق:

ويقصد بها الفترة التي تنظم فيها المنشآت التجارية والصناعية بهدف تنشيط حركة البيع والدعاية لمنتجاتها بإعلان فترة زمنية معينة تسمح فيها بعمل تخفيضات وتسهيلات غير مسبوقة في حركة البيع، وكذا القيام بمهرجانات ومعارف للتسويق وذلك بالتنسيق مع وزارة السياحة هذا النوع من السياحة يجذب السائح الدولي والمحلي².

¹ نفس المرجع السابق، ص 177.

² وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث مصر، ص 151.

وتتمثل في دعايات الإشهار والتسويق لمنتوج أو سلعة ما قصد لفت انتباه المشتريين إذا كان هذا في السوق أو في المنشآت التجارية أو تعريف للمنتوج أو البضاعة عن طريق وضع لافتات في الشوارع سواء على شكل ملصقات أو لافتات الكترونية.

8. سياحة الاهتمامات الخاصة

تتمثل في انتقال مجموعة من الأفراد من مكان إلى آخر سعياً وراء إهتمام خاص لا يمكن تحقيقه إلا في منطقة معينة أو في مكان محدد وقد تكون هذه الاهتمامات علمية، ثقافية، اجتماعية، أو دينية.¹

فهذا النوع من السياحة يندرج تحت كل أنواع السياحة السالف ذكرهم لأنها تختلف من كل شخص وحسب رغبته في السياحة أي حسب متطلباته وحسب الهدف المرجو الوصول إليه وتحقيقه.

9. سياحة المؤتمرات ورجال الأعمال:

وتتمثل تلك السياحة في انتقال رجال الأعمال أو من يمثلهم لحضور المؤتمرات أو المعارض الدولية وما سيتبع ذلك من استخدام وسائل النقل المختلفة وإقامة عدد من الليالي السياحية سواء بالفنادق أو القرى السياحية، يتطلب هذا النوع من السياحة وجود تسهيلات وخدمات سياحية لقاعات المؤتمرات إضافة إلى توفير مستوى مرتفع من الخبراء ومتقفي المؤتمرات، وإلى أساليب الترجمة اللغوية والسكرتارية المدربة، توفير أماكن الإيواء من الطراز العالي.²

10. سياحة الحوافز:

¹ محمد الصغيري، التخطيط السياحي، دور الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص 48.

² مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات، لبنان، 2003، ص 56، 58.

يتمثل هذا النوع من السياحة في محاولة جادة من بعض الشركات الكبرى والمؤسسات الحكومية و غير حكومية بتنظيم العديد من الرحلات للعاملين بها كنظام لرفع مستوى التدريب و الأداء و كمكافأة من تلك الأجهزة و الهيئات للعاملين بقصد التحفيز و الترويج¹. وذلك بقصد رفع نسبة الإنتاج مثلا أو التصدير وكذلك خلق روح التنافس بين الشركات لجذب أكبر عدد من الناس والمستثمرين في ذلك المجال مثلا: مجال المالية، مجال الاقتصاد... الخ.

3. مفهوم الإشهار

تعددت التعريفات التي صيغت حول الإشهار من قبل الباحثين في مختلف العلوم الاقتصادية منها والاجتماعية والفنية، بحيث تكاد تتطابق إلى حد كبير فيما بينها من جهة وتختلف إختلافا تاما من جهة أخرى.

أ. لغة:

من مادة (ش-ه-ر) ورد في مختار الصحاح "الشهرة وضوح الأمر يقول (شهرته) الأمر من باب قطع و (شهرة) أيضا (فاشتهر) و(اشتهرته) أيضا (تشهيرا) وشهر سيفه من باب قطع أي سله"²

من خلال المادة المعجمية (شهر) يتبين أنها حملت عددا من الدلالات وهي من الوضوح والإبانة وهي أيضا الإعلان والرفع والنشر والظهور.

ب. اصطلاحا:

يعرف بطرس البستاني الإشهار بأنه: "الإظهار والإبانة".

يعرف نصر الدين العياضي الإشهار "هو نقل الشيء سلعة أو خدمة من إطارها الخاص إلى العام، أي دفعها لتكون معروفة ومنتشرة في أوساط الناس"³.

¹وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ص 147.

²الرازي: مختار الصحاح، دار الحديث، القاهرة، مصر، (د.ط) 2003، ص 197.

³ نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام والمجتمع (ظلال وأضواء)، دار الكتاب الجامعي، ط1، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2004، ص 167.

كما يرى بيرنارد كاتولا "على أن الإشهار لا يبيع منتجات فحسب، وليس واجهة للتواصل محايد، وهو أيضا ليس مجرد واسطة بين البائع والزيون، إنه ظاهرة اجتماعية في المقام الأول، فإنه يقوم بوظائف ثقافية متنوعة وتتعدد في القيمة والاشتغال، في سعيه إلى البيع الدائم يخلق نسقا قيما قادرا على استيعاب الجديد في المنتجات والخدمات".¹

"كما يمثل الإشهار عملية اتصال غير مباشرة بهدف إثارة الطلب على المنتج وإخبار المستهلكين بالمنتج بأساليب غير شخصية ومن خلال وسائل معلومة مجانا".²

فالإشهار إذا من حيث هو عملية نقل وإعلان لرسالة معينة، يسعى من خلالها المرسل إلى تبليغ وإقناع المستهلك من خلال إثارة ذلك المنتج.

وعليه فالإشهار هو عملية اتصال وتواصل بين مجموعة من الأطراف الأساسية من منتج ومرسل ومتلقي سواء كان مستهلك أو مشتري الهدف منها التسويق إلى الخدمات أو السلع في وسائل الإعلام المختلفة بخلق حالة من الرضا النفسي في الجمهور مع الإعلان عن هوية المعلن حتى يتعرف عليه المتلقي.

ج. أنواع النص الإشهاري

بما أن الإشهار عملية إعلان ونقل لرسالة معينة عبر مختلف الوسائل الإعلامية منها (المسموعة، المكتوبة، البصرية).

وقد تطرق العلماء اللغويين الغربيين إلى تحديد أنواع الخطاب الإشهاري والمتمثلة في:

❖ الإشهار المسموع

يلعب الصوت دورا بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي بما يحمل من خصوصيات التقويم والنبز والجهر والهمس، كما قد تصحبه موسيقى فتزيده طاقة كبرى من الإيحاء

¹ بيرنارد كاتولا: الإشهار والمجتمع، ترجمة سعيد بن كراد، دار الجوار للنشر والتوزيع، ط1، سوريا، 2012، ص 15، 18.

² محمود جاسم الصميدعي، استراتيجية التسويق (مدخل كمي وتحليلي)، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، (د.ط)، 2000م، ص 263.

والتحليل وعلى هذا اعتبر "هامس": الموسيقى من أبرز العوامل المؤثرة والمحركة بشكل إرادي لمشاعر المتلقي"

لذا يسعى مؤسس الإشهار إلى اقتراح أنماط موسيقية تؤثر في الحديث الإشهاري ويعمل الملحن على إخراجها.¹

❖ الإشهار المكتوب

تعتبر التلفزة الأساسية لهذا النوع من الإشهار، فهي جامعة لكل من (الصور واللون والموسيقى وطريقة الأداء، الحركة، الموضوع) فهي إذ صحت التعبير عبارة عن "ميكروفيلم" يتعاون على إنجازه وإنتاجه فريق عمل متخصص في: الإخراج والديكور ووضع الأثاث والحلاقة والتجميل والتسجيل وضبط الصورة والتركيب والتمثيل... الخ.²

كما تستعمل بالإضافة إلى ذلك وسائل أخرى تتمثل في المجلات والكتب والملصقات... فقد أشار "محمد خان" إلى أهمية الكتابة والكلام في مقالاته: "بأنهما النيتان الأكثر بلاغا وإعلاماً"³

❖ الإشهار السمعي البصري

يعتبر هذا الأخير الرسائل السمعية البصرية مدخلا للإشهار وترويج للمنتجات من خلالها فهو ثالث أنواع الإشهار المسموع وكذا المكتوب، فهي وليدة عصر التكنولوجيا، وتستعمل كوسائط لتحقيق غاية التواصل مع الجمهور⁴ فهو يجسد لنا الواقع في هيئة صورة إشهارية والتي تكون أكثر إبلاغا في الخطاب اللساني اللغوي ونجده يتجلى في:

¹ محمد خان، العلامة الأيقونية والتواصل الإشهاري العربي، محاضرات الملتقى الخامس 2008 ص 278.
* هو فلم مصغر لأنه يحتوي على كل عناصر الفيلم السينمائي لكن مدته قصيرة جدا لا تتجاوز دقيقة واحدة.

² جشاب جلال: تحليلات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي، محاضرات الملتقى الخامس، السيمياء والنص الأدبي، 16-18 نوفمبر 2008، ص 278.

³ ستير ابرير: بلاغة الصورة وفعالية التأثير في الخطاب (نظرية سيميائية تداولية) الملتقى الوطني الثاني السيمياء والنص الأدبي من 15-16 أبريل 2002 بسكرة ص 64.

⁴ سعيد بن كراد: سيميائيات الصورة الإشهارية (الإشهار والتمثيلات الثقافية)، إفريقيا، الشرق، 2006، ص 13.

❖ الإشهار السياسي

يتمثل في مختلف الآراء من خلال محاولة التأثير على الرأي العام وذلك بتقديم الإشهار في شكل يجعله هو الأحسن والأرقى بين كل الآراء.

❖ الإشهار الاجتماعي: يسعى هذا النوع إلى تقديم خدمة أو جملة ذات منفعة عامة للمجتمع.

4. الخطاب:

خطب: الخطب والشأن والأمر، صغر أو عظم، وهو الأمر الشديد بكثرة فيه التخاطب، وغلبة استعمال الأمر العظيم المكروه، جمع خطوب، الخطبة مصدر خطب "ما يخطب به من الكلام"¹.

فالخطاب بمثابة انجاز وبالتالي يقتضي شروطا ليحدث الكلام سواء كان مكروها أو عظيما أو محببا، وكذلك هو الشأن ويتم بواسطة وجود متكلم ومتلقي. أما اصطلاحا: فنجدده عند علماء الاجتماع: بأنه نسق محدد من المعرفة يحافظ على الممارسات التي تتحدد عنده بواسطة فرد مشترك.

ويتخذ الخطاب موضوعه الأساسي من اللسانيات إذ يرتبط في عمومها بمفاهيمها ومناهجها، ويقوم أسلوبه على موضوعيتها في معالجة اللغة البشرية وابتعادها عن الأحكام الذاتية والمسبقة.²

من خلال هذا التعريف نتوصل إلى أن الخطاب عنصر أساسي في اللسانيات كونها تهتم بالغة التواصلية البشرية الموضوعية والتي تضمن تشكل الخطاب وفق أصل معينة ومحددة تكون مرتبطة بمناهج ومفاهيم اللسانيات ومثال ذلك دور المتكلم والمتلقي في تشكل عملية الخطاب لتحقيق الهدف المرجو ألا وهو التواصل مع الغير ويكون ذلك بوجود عناصر لتكتمل هذه العملية والمتمثلة في المخاطب والمخاطب إليه والوسيلة والذنبات والرسالة... الخ.

¹ ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط1، 1997، مجلد 2، (مادة خطب) ص 5.

² هبة خيارى: خصائص الخطاب اللساني، دار الوسام العربي للنشر والتوزيع، ط 1، 1432، 2011، ص 39.

5. العلاقة بين الإشهار والسياحة والخطاب

يعد الخطاب الإشهاري خطاباً متعددًا تتكثف فيه الملامح السوسيوثقافية للمجتمع الذي ينتجه؛ فهو خطاب ثري ومتنوع يمتلك من المقومات اللغوية والسميائية والتداولية ما يغري الباحث بمساءلة مكوناته اللسانية والأيقونية.

وعليه "إن الخطاب الإشهاري بصيغته المعاصرة خطاب أفرزته التحولات الواقعية المتمثلة في الرؤية الرأس مالية التي تؤدي صياغة مفهوم جديد للإنسان، فهو كائن مستهلك تتحقق كينونته بمدى إشباع رغباته، لذلك يعد الخطاب الإشهاري وسيلة تتعلق مقاصدها بتحقيق العائد المادي - في أغلب الأحيان - كما أنه جزء لا يتجزأ من الثقافة فهو يركز على مختلف الجوانب منها الفنية الجمالية والتقنية".¹

أي أن الخطاب الإشهاري هو من الخطابات التي تتدرج ضمن الممارسات اليومية والتي تحاصرنا كل يوم وحتى كل لحظة وكل حين نستعمله أحياناً بوعي وأحياناً من دون وعي فهو يقوم على مخاطبة كل الحواس بمختلف الأشكال والأنظمة.

أما الخطاب السياحي ينقسم إلى مكتوب ومنطوق، يعتمد على تقنيات تواصلية خاصة ويعتمد على وسائل ومرجعيات لغوية ونصية وعلى قاموس لغوي خاص به بغية التأثير في الملتقى بالاعتماد على جملة من الصور والرموز والعناصر السيميولوجية في علاقته بالمحيط الخارجي لذلك نجده يشتغل على المستوى الوجداني والحركي والذهني والتأثيري.

فهو يهدف إلى التوعية والتعريف بالمناطق السياحية مثلاً لتكوين صورة مجسدة ذهنياً لدى الملتقى مع إبراز عنصر التشويق لدفعه إلى زيارة ذلك المكان ويكون من خلال تقديم الخدمات المبرمجة والساهرة على تلك الرحلة لتحقيق التنمية والتقدم لذلك البلد.

¹ عبد الحميد سيف أحمد الحسامي ويحيى صالح أحمد المذبحي: الأبعاد الجمالية والثقافية للغة الإشهار في المحلات

السكنية بأنها دراسة سيميائية، المملكة العربية السعودية.

ويمكن القول أن الخطاب الإشهاري السياحي له لغة خاصة هدفها التأثير في الملتقى لتحقيق غايات مختلفة حسب طبيعة ذلك الخطاب وإذا تحققت هذه الغاية يصل إلى المستوى المنشود ألا وهو الإقناع مما يؤدي إلى تحسين وتنظيم العلاقات الاجتماعية والثقافية وحتى الدينية.

• المقاربة السيميائية للخطاب الإشهاري

تتأسس النظرية السيميائية عند "بيرس" على التطورية الواقعية والبرغماتية، يؤسس هذا الأخير فلسفته الظاهرية التي تعني بدراسة ما يظهر، وهو بهذا يوسع مع نطاق العلامة لتشمل اللغة وغيرها من الأنظمة التبليغية غير اللغوية، فعل ما في الكون بالنسبة له علاقة قابلة للدراسة، خاصة إذا علمنا أن الصورة الإشهارية تهدف إلى إيصال رسالة معينة، فهي إذن اتصالية بالدرجة الأولى، أي أن الخطاب الإشهاري خطاب يسعى إلى الترويج للمنتج ويمرر رسائل تجد لها متلقى يتلقفها دون وعي أو إدراك ويلون بها حياته الثقافية والاجتماعية، وبهذا يكون هذا الخطاب قد تجاوز الوظيفة التجارية إلى صناعة ثقافية.¹

وبهذا تكون المقاربة السيميائية أهم وأنسب لتحليل الخطاب الإشهاري لأنها تجمع بين كل مكوناتها من صوت وصورة وديكور وموسيقى، ألوان... إلخ.

وبالتالي فإذا كانت رسالة الإشهار الأولى صريحة، فإن رسالته الثانية إيحائية، ومن ثم تتعدد سماتها ومكوناتها منها ما هو نفعي والتأرجح بين التصريح والإيحاء، المجانية، الدعاية، الإعلان، بغية تحقيق لذة المتعة وبناء عوالم تمكنه على الاقتناء والاستهلاك وهكذا تكون الصورة الإشهارية ذات صيغ أسلوبية متنوعة.

¹ عادل بوديار، "الخطاب الإشهاري من الترويج إلى صناعة الثقافة"، كلية الآداب للغات، جامعة تبسة شبكة ضياء،

الفصل الأول:

أغراض اللغة ووظائفها

الفصل الأول: أغراض اللغة ووظائفها

المبحث الأول: اللغة لأغراض خاصة ووظائفها.

- اللغة لأغراض خاصة ووظائفها
- وظائف اللغة عند رومان جاكبسون وآخرون

المبحث الثاني: اللغة والاشهار السياحي

- مستويات اللغة الاشهارية

أغراض اللغة ووظائفها

مما لا شك فيه أن الوظيفة الأساسية للغة هي التعبير والتبليغ عن الأفكار والأحاسيس، والتواصل والتفاهم بين المخاطب والمخاطب، فهي الأداة الفعالة التي تحقق التعايش مع الغير من خلال مجموعة الرموز والإشارات التي يستخدمها الإنسان، وبذلك فهي أداة مهمة سواء كانت أداة للتعبير عن الأفكار أم أداة للتواصل مع الغير، لهذا نجد وظائفها تنوعت وبين ما هو اجتماعي وفكري ونفسي... نظراً لاختلاف طبيعتها عن باقي الأدوات التواصلية الأخرى من إشارات وأصواء،... ولذلك فهي تعد نظاماً لغوياً مفتوحاً.

المبحث الأول: اللغة لأغراض خاصة ووظائفها

يرمي هذا العلم من وراء دراسته للظواهر اللغوية السابقة بيانها إلى أغراض وصفية تحليلية يرجع أهمها إلى الأمور الآتية:

الوقوف على حقيقة الظواهر اللغوية، والعناصر التي تتألف منها والأسس القائمة عليها
2- الوقوف على الوظائف التي تؤديها في مختلف مظاهرها وفي شتى المجالات الإنسانية
كشف القوانين التي تخضع لها في جميع نواحيها والتي تسير عليها في مختلف مظاهرها
الوقوف على العلاقات التي تربطها ببعضها البعض والعلاقات التي تربطها بما عداها من
الظواهر كالظواهر الاجتماعية والنفسية والتاريخية والجغرافية والطبيعية والفيزيولوجية
والإنترولوجية،... وهام جدا".¹

وبذلك فإن غرض علم اللغة هو الكشف عن القوانين الخاضعة لها والتي تسير عليها
في نشأتها وطريقة أدائها لوظائفها وعلاقاتها المتبادلة.

• اللغة لأغراض خاصة

كما هو معروف فإن تعليم اللغة وخاصة العربية المبتدئين يكون من خلال وضع
إستراتيجيات وخطط لتوظيف المقاربة التواصلية بين المعلم والتلميذ مع محاولة تنمية مهارة
اللغة خاصة في الدول العربية لأنها هي أساس التواصل في شتى المجالات كاعتبارها اللغة
الأم وبالتالي فالإنشغال بها لا تحظى به أية لغة أخرى، فيكون ذلك باستثمار القدرات العقلية
لاستيعاب الكلمات والمفردات مهما كان مستواها، باعتبار ان الدارس بإمكانه أن يتعلم
كلمات مفردة أو مركبة ويستطيع كتابتها ككلمة "صباح الخير وكيف الحال؟ إضافة إلى
تعليم القراءة من اليمين إلى اليسار، فإنها تمثل عملية تواصلية يكتسب من خلالها القدرة
على تمييز بين معاني الكلمات ليستخدمها في مواقف معينة لتحقيق غرض ألا وهو تضمين
مفردات وأساليب المستخدمة في اللغة ومواقفها ضمن مجال الدارس المبتدئ لا كمطلب
ضروري للحياة بل لأغراض خاصة مما يساعد على اكتساب مهاراتها وإتقانها وكذلك تعليمها

¹ علي عبد الواحد وافي: علم اللغة، نهضة مصر للنشر والتوزيع، ط 9، أبريل 2004، ص 16.

ضمن مجالات تخصص المتعلمين لتحديد حاجياتهم الضرورية والتي يبقى هدفها الأول والأخير تحقيق العملية التواصلية على اكمل وجه مثلا في الجانب السياحي توجد كلمات تخص ذلك المجال فقط فبالتالي لا يمكن توظيفها في مجال آخر.¹

• وظائف اللغة

تعد اللغة ركنا أساسيا في حياة الانسان وبها يفهم ما حوله، فهي وسيلة تواصل بين الأفراد فمن خلالها يعبر عن آراءه وحاجاته وأحاسيسه المختلفة، وعليه "إذا أردنا أن ندرس الفكر والنتاج الفكري، فالواجب أن ندرس اللغة، وإذا أردنا أن ندرس اللغة فعلينا أن ندرس عملها في المجتمع"² بمعنى أنه لا قيمة حقيقية لها بعيداً عن سياقها الاستعمالي فهو الذي يتحدد من خلال وظائفها فوظائف اللغة متعددة ومختلفة لعل أسماها هي التعبير والتبليغ - والتواصل غير أن الكثير من علماء اللغة وعلى رأسهم هاليداي أن لها وظائف تتمثل في:

- **الوظيفة الفكرية:** فاللغة هي الوسيلة أو الاداة التي يعتمد عليها الانسان في ابراز وإيصال ما يجوب بفره للغير، بل وحتى في تفكيره الداخلي، فلا قيمة للفكر دون كلمات فهي المترجم عما يدور في خاطره.
- **الوظيفة النفسية:** تتمثل هذه الوظيفة في ترجمة مختلف الأحاسيس والمشاعر من سعادة وفرح أو حزن أو غضب،...
- **الوظيفة النفعية:** فاللغة تساعد الانسان في التعبير عن حاجاته للغير وعما يريده فهي تسمح له أن يعبر عن رغباته وعما يريد الحصول عليه ويطلق عليها اسم وظيفة "أنا أريد".

¹ ينظر: د. نايف اللحان، أسس مقترحة لبناء برنامج لتعليم اللغة العربية لأغراض أكاديمية للدارسين المبتدئين، جامعة

الأقصى، فلسطين ص 8.

² عاطف مذكور: علم اللغة بين التراث والمعاصرة، القاهرة، دار الثقافة، 1987، ص 13.

- **الوظيفة التفاعلية:** تستخدم اللغة للتفاعل مع الآخرين وهي وظيفة "أنا وأنت" تبرز أهمية هذه الوظيفة باعتبار الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، فهو يستخدم اللغة للتبادل في مختلف المناسبات والمواقف.¹
 - **الوظيفة الشخصية:** يستطيع الفرد من خلال اللغة أن يعبر عن ذاته وأن يثبت نفسه وهويته وكيانه الشخصي ويقدم أفكاره للآخرين، فاللغة هي التي يستطيع أي فرد أن يعبر بها عن رؤاه الفريدة واتجاهاته.
 - **الوظيفة الاستكشافية:** إن الإنسان كائن فضولي بطبعه يحتاج لمعرفة ما يدور من حوله في بيئته ومحيطه، فستخدم اللغة كأداة للتساؤل والاستكشاف.
 - **الوظيفة التخيلية:** تسمح اللغة للفرد بالهروب من الواقع عن طريق وسيلة من صنعه هو، وتتمثل فيما ينتجه من أسعار في قوالب لغوية، تعكس انفعالاته وتجاريه وأحاسيسه، كما يستخدمها الإنسان للترويج أو يستخدمها لشحن الهمة والتغلب على صعوبة العمل وإضفاء روح الجماعة.
 - **الوظيفة الإخبارية:** من خلالها يستطيع الفرد أن ينقل معلومات جديدة ومتنوعة ويمكن أن تمتد هذه الوظيفة لتصبح وظيفة اقناعية وهذا ما يقوم عليه الجانب الاعلامي الشهاري بحث المستهلك على الاقبال على نوع من السلع، مستخدماً بذلك ألفاظ انفعالية وجدانية بغية التأثير وبذلك تحقيق فعل الشراء مثلاً.²
- وعليه فإن لعلم اللغة أغراض متعددة لعل من أبرزها: أنه يصف ما وصل إلينا من اللغات البشرية ويؤرخ لها ويقسمها إلى فصائل ويعيد صياغة اللغات الأمات، لكل هذه الفصائل على قدر الامكان، يحدد المجالات التي يدرسها ويضع لنفسه تعريف مناسباً.

¹ الموقع الالكتروني: فيلادلفي www.arknowledge.net ينظر باسل سهيل ابراهيم مقال بعنوان "وظائف اللغة".

² المرجع نفسه.

يهدف إلى اكتشاف النظم والقواعد التي تشتمل عليها اللغة، ويقف على أسباب وجودها والوظائف التي تؤديها والعلاقة بينهما والعلاقة التي تربط بينها وبين الظواهر الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والتاريخية.

كما يلبي حاجات العلوم الأخرى وبفي بما تنتظره من ميدان اللغة وبكفي أن نعرف أن ميدان العقل الإلكتروني وما أتاحه من إنجاز علمي له قيمته.

البحث عن القوى المؤثرة في حياة اللغات في كل مكان، واكتشاف القوانين العامة التي تفسر الظواهر اللغوية الخاصة بكل لغة.

وعليه فإن الوظيفة اللغوية ذلك الدور الذي تؤديه عنصر لغوي ما داخل ما مثل الفونيم الصوت والكرافيم الوحدة الخطية والمورفيم المقطع الصرفي والصورة البلاغية أو ذلك الدور الذي يؤديه العنصر السيميائي من رمز وإشارة وأيقون وصورة ومخطط داخل سياق تواصلية ما... وهكذا فالفاعل النحوي له داخل الجملة دور معين، ووظيفة نحوية، والفعل له وظيفة محددة والمفعول به كذلك والحروف والظروف كذلك" بمعنى أن لكل عنصر لغوي وظيفة خاصة داخل وضعية معينة وقد تهيمن داخل جملة أو نص أو ملفوظ وعليه ارتبط الاهتمام بالوظيفة في إطار المدرسة اللسانية عن الوظيفتين أمثال جاكبسون.¹

• وظائف اللغة عند رومان جاكبسون

1. الوظيفة التعبيرية أو الانفعالية: إذا كان تركيز الرسالة منصبا على المرسل فالوظيفة التي تنتج هي التعبيرية وتتمثل هذه الرسالة فيما يحمله من عواطف وأحاسيس إزاء حدث معين، ويكثر في هذه الوظيفة استعمال ضمائر المتكلم التي تساعد على التعبير عن ذاته وتحقيق الوظيفة اللغوية المطلوبة.

2. الوظيفة الشعرية: هي العلاقة بين الرسالة وذاتها² والمقصود هنا هو الرسالة باعتبارها حاملة للمعنى، ففي نظره كل رسالة لفظية تحتوي على هذه الوظيفة ولا تكاد

¹ جميل حمداوي، نظريات وظائف اللغة، صحيفة المثقف (مقال).

² نقلا عن كتاب السيمياء، بيار غبروت: ترجمة أنطوان أبوزيد، منشورات عويدات، ص 12.

تغيب عن أية رسالة، لكنها تكون بدرجات متفاوتة وهي تهيمن على فن الشعر: يقول: "لكنها ليست هي الوظيفة الوحيدة في مجال فن القول، وإنما هي الوظيفة الغالبة"¹ أي أن هذه الأخيرة ترتبط بعنصر الرسالة: فهي تقتضي عدم عزلها عن المشاكل العامة للغة.

3. **الوظيفة الإنتباهية:** تتمحور حول ما يصطاح عليه بقناة الاتصال وتهدف هذه الوظيفة إلى تأكيد الاتصال وتثبيته أو إيقافه مستعملة لهذا الغرض تعابير وأساليب متداولة في الحياة اليومية ومشاركة بين أفراد المجتمع²، فقناة الاتصال إذا هي المسؤولة عن الوظيفة الانتباهية من خلال الحفاظ على الاتصال بإيقافه أو إيقافه حسب ما يقتضيه الموقف.

4. **الوظيفة الإفهامية:** ترتبط بالمرسل إليه ويغلب عليه استخدام ضمير (أنت) وتعتبر القصائد والكتابات التي تعالج موضوعات كالثورة - خير نموذج لهذه الوظيفة، لأن هذا النوع من الأدب يخاطب الآخر ويحاول التأثير فيه لذلك نجد أنه يكثر فيها أساليب الأمر والنداء لأن الغاية من الاتصال الحصول على فعل من هذا المتلقي وتتمثل هذه الوظيفة في الإعلام لأن هدفه التأثير في الآخر.

5. **الوظيفة المرجعية:** هي قاعدة لكل اتصال لأنها تحدد العلائق القائمة بين الرسالة وبين موضوع ترجع إليه³ إذن فهي وظيفة ترتبط بالمرجع وقد سماها جاكسون بالمرجعية الوظيفية وغاية هذه الوظيفة تكمن في صياغة معلومة صحيحة عن المرجع وتكون موضوعية، ويمكن ملاحظتها والتأكد من صحتها ويكثر في هذه الوظيفة ضمير "هو" و"هي".

¹ منور: مفهوم الخطاب بالشعري عند رومان جاكسون، ص 88.

² مقالة بعنوان: نظرية التواصل في ضوء اللسانيات الحديثة، محند الركيك، كلية الآداب، تازة.

³ السيمياء: أنطوان أبو زيد ص 1.

6. وظيفة ما وراء اللغة: وتسمى أيضا اللغة الواصفة ترتبط بالسنن وبهذا تختلف عن باقي الوظائف الأخرى فهي تمتلك كفاية تفسيرية قادرة على وصف اللغة نفسها أي أنها لغة مفسرة وواصفة للغة ذاتها إذا فهي وظيفة ميتا لسانية، أي وظيفة شرح ومن التعابير التي تدل على هذه الوظيفة: إنني لا أفهمك، ما الذي تريد؟ ... ما تقول؟ ... أتفهم ما أريد قوله؟¹

من خلال ما سبق نجد أن نظرية وظائف اللغة الست هي أهم ما جاء به جاكبسون من خلال تتبعه لأبحاث الرياضيات ومهندسي التواصل، لا سيما ما قام به شانون وويفر وما استفاد منه أيضا من نظرية التواصل عند "سويسر" و "بوهلر"

¹ مقالة بعنوان: نظرية التواصل في ضوء اللسانيات الحديثة.

• وظائف اللغة عند كارل بوهلر وكارل بوبر وآخرون

كان الاهتمام بوظائف اللغة في الثقافة الغربية منذ سنة 1918 وذلك مع الباحث النفسي الألماني كارل بوهلر، ثم تبعه كارل بوبر الذي أضاف سنة 1953 الوظيفة الرابعة هي الوظيفة الحجاجية، وقد انطلق كارل بوهلر من التصور النفسي الذي رصد وظائف اللغة التي ترتبط بالشخص المتكلم في علاقته بمجتمعه وثقافته أما مالمينوفسكي قد قدم تصورا أنتربولوجيا في دراسة النص الثقافي في علاقته بسياقه التكويني، ومن ثم البنية المحيطة به، وقد حاول مالمينوفسكي التأقلم مع حياة أهالي ننتروبريان، فتعلم لغتهم وطريقة عيشهم وتوصل من خلال معاشته لهم ابراز وظائف أخرى للغة التواصلية من بينها الوظيفية البراجماتية، الوظيفة السحرية ووظائف أخرى متعلقة بالسرد والحدث وعليه فإن الوظيفة اللغوية تختلف من منطقة إلى أخرى حسب كل بيئة وما تفرضه.

أما بريتون فقد ربط وظائف اللغة بالتصور التربوي المتعلق بمجال التعليم وحدد ثلاثة أنواع من الوظائف وهي الوظيفة التبادلية والتعبيرية والشعرية الهدف من هذه الوظائف هو تثبيت القدرات الكفائية لدى التلاميذ في الانشاء الكتابي.

ونجد موريس صنف وظائف اللغة على أساس مختلف الاحاسيس والمشاعر والكلام الاستثماري الذي ينتج عنه ما هو جمالي وما هو تواصلية وقد تأثر رومان جاكبسون كذلك بهذا النموذج في الستينات ق 20 خاصة فيما يتعلق بالقناة، (جميل حمداوي: نظريات وظائف اللغة، صحيفة المثقف).

المبحث الثاني: اللغة والإشهار السياحي

الإشهار السياحي هو تلك الجهود الغير الشخصية التي تعمل على التأثير في وجدان وعواطف ومدركات السياح وتوجيه سلوكهم السياحي نحو التعاقد على برنامج سياحي أو خدمات سياحية لشركة معينة.¹

الإشهار السياحي يعتمد على قاموس لغوي خاص به ومجموعة من الوسائل والوسائط كالإشهار السمعي البصري التلفاز الكمبيوتر والصورة واللغة من أجل الإقناع بفحوى الرسالة وأهميتها لخدمة غرضه الخاص ولأجل خصوصياته وأهدافه وفق استراتيجية تسويقية دعائية خاصة.²

فغاية الإشهار السياحي هي جذب السياح ولفت انتباههم وإثارتهم سواء عن طريق الراديو أو التلفزيون أو الصور... إلخ، وذلك لتوصيل الرسالة الإعلامية للمشاهدين أو المستمعين مما يبعث في أنفسهم حالة من التقبل والرضا لما يشاهدونه من صور وألوان لأماكن سياحية المراد الترويج لها وجذب السياح إليها، إضافة إلى معرفة مميزات وخصائص مكان ما أو بضاعة قصد التهافت إليها وبالتالي تصبح معروفة لدى الناس ويكون ذلك بالترويج لها وذكر محاسنها وإيجابياتها حتى تحظى بإقبال واسع ويعود ذلك إلى لغة الإشهار السياحي والتي تلعب دورا مهما ونسبة عالية في تحقيق الهدف ألا وهو كسب واستقطاب أكبر عدد من السياح كما تتنوع مستويات اللغة الإشهارية حسب طبيعة ونوع الإشهار وكذلك بين المستويات فنجد لغة إيحائية تعتمد على التلميح كطريقة للفت الانتباه وجذب الأنظار كما نجد اللغة العربية المحايدة واللغة الهجين من العربية والإنجليزية واللغة الأجنبية المحضة وهذا ما سنتطرق إليه الآن:

1. اللغة الإيحائية: تتجاوز اللغة الإيحائية اللغة التواصلية نحو ما يعرف بالإشهار الجمالي الذي لا يصف بل يكتفي بالتلميح فقط وهذا ما نجده في المحلات السكنية

¹ محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، ط 1، 2001، ص 94.

² عدني الهواري، يامنة الجراي، لغة الإشهار السياحي، مجلة عود الند، تونس، العدد 78، 2012.

وبالأخص في اللافتات واللوحات حيث تمثل نوع من الإشهار السياحي والتي تحمل أسماء دلالية وتوحي على شيء ما مثل "شفا أبها" توحي إلى الشفاء من كل الأسقام فهي إحياء خاص لتلك المنطقة "أبها" فقط وغيرها من التسميات الأخرى التي تخفي وراءها دلالات عميقة و خفيفة "كقصر السحاب" تدل على القصور العالية التي تكاد تلامس السماء وهذا التعبير أكثر جمالية لأنه بمثابة صورة بيانية والتي من مميزاتا أنها ايحائية تزيد المعنى جمالا ورونقا ليظهر في ثوب جديد، وبالتالي فالإشهار السياحي يصبح هنا إشهارا جماليا إذ تكون الغاية من الوصلة الإشهارية هي بلورة طريقة ذكية لجذب السائح وتعريفه بالمحلات والمناطق ليكتشف ما فيها أكثر وبطريقة تجعله يفك شفرات الأسماء الإيحائية ليصل إلى معناها الحقيقي¹.

2. **اللغة المحايدة:** فاللغة المحايدة مغايرة للغة الإيحائية التي تستخدم البعد الجمالي في التسمية على عكس اللغة المحايدة التي لا تعتمد على الإغراء أو الإحياء بل هي توصيلية مباشرة وهدفها التوصيف المحايد ومن أمثلة ذلك: "محمد عبد الله آل زياد للشقق المفروشة"، و"عبد الله سعيد جواد للوحدات السكنية" فهذه التسميات بعيدة كل البعد عن الجانب الجمالي إذ تحمل سوى الدلالة على المسكن وصاحبه فقط لا تتجاوز تسمياتها ذلك ولا توظف أسلوب إغرائي وغامض، فالإشهار السياحي هنا لا يخرج عن نطاق التعريف بمكان أو بمحل ما.

3. **اللغة المختلطة بين العربية وغير العربية:** تؤثر اللغة في كل ما يحمله الإشهار من رسائل سواء بالسلب أو الإيجاب على المستوى النفسي أو الاجتماعي والثقافي فنجد كلمة كلمة باللغة العربية أو الفرنسية أو بالإنجليزية وذلك لاستقطاب الزوار أو الزبائن وكثرة الرواج سواء للعربي أو لغيره: مثلا "قصر الروايل" التي تعني الملكي، فمن الناحية التركيبية تتقدم المفردة العربية على الأجنبية وأحيانا العكس مثل: "كورنس

¹ ينظر: عبد الحميد سيف أحمد الحسامي ، يحي صالح أحمد المنجحي ، الأبعاد الجمالية والثقافية بلغة الإشهار في المحلات السكنية بأبها، دراسة سيميائية، المملكة العربية السعودية ص 98. 99.

الأموية"، فاللغة المختلطة بين العربية والأجنبية هدفها الأساسي هو لفت وجذب الكثير من الزوار لتحقيق أعلى نسبة من الترويج لمحل أو مكان من طرف الأجانب وغير الأجانب.

4. اللغة الأجنبية: الإنسان بطبعه يتأثر بمجتمعه ويزيد تأثره ببيئة غير بيئته كل ما زاد انفتاحه على العالم وحب معرفته للمجتمعات وطبيعة حياتهم، وبالتالي يسعى للتأثير فيهم والتأثر بهم والتكلم بلغتهم، فنجده يحاول جذب أكبر عدد من الناس عن طريق تسميات ذات صبغة عربية/أجنبية مثل: "دريم هاوس" تحاول أن تستمد سلطتها بحجة العلمية وكذلك بحجة انتماءها للثقافة الغربية وبالتالي تستهوي وتغري كل من يقرأها.

ومن هنا نخلص إلى أن لغة الإشهار مهما اختلف مستواها إلا أن هدفها الأساسي هو الوصول والتأثير في المتلقي وبالتالي تحقيق أعلى نسب من الترويج والاستقطاب.¹

كما تشكل اللغة عملية تواصلية بين الناس والمجتمعات في كل أنحاء العالم، فمن خلالها يتبادل الرموز المتفاهم عليها حتى يحدث التفاعل الاجتماعي حيث تعرف على أنها كنز "كنز مودّعا عن طريق ممارسة اللفظ لدى جماعة من الأشخاص المنتمين إلى مجموعة واحدة، وهو نظام نحوي يوجد بالقوة في كل دماغ أو أدمغة مجموعة من الأفراد .

إذ هي عبارة عن تراكيب وابتداع استعمالها حسب نوع الاشهار سواء تلفزيوني أو سياحي أو غيره "وهذه التراكيب هي نظام بنيوي خاص يفهم من خلال عملية التلقي التي يتعود الأفراد عليها منذ نشأتهم، فيستعملونها بشكل مستمر إلى أن يصير ذلك ملكة وصفة راسخة فالهدف من اللغة في الجانب الاشهاري هو جلب الجمهور والتأثير فيه، بغية الاقتناء هذا إذا كان الاشهار تلفزيونيا خاص بسلعة ما أو بضاعة وإذا كان سياحيا فإنه يدعو إلى زيارة مكان واستكشافه والتعرف على مكوناته ومميزاته ويكون ذلك عن طريق اللغة التي تؤثر في المتلقي وتقنعه وتخلق في نفسه دافع لزيارة تلك المنطقة مثلا "الصحراء"، فيستخدم المؤثر

¹ ينظر، عبد الحميد سيف أحمد الحسامي، يحي صالح أحمد، المرجع السابق، الابعاد الجمالية والثقافية بلغة الإشهار في المحلات السكنية بأبها، ص 99، 100.

لغة ايحائية جمالية توصف الكثبان الرملية والنخيل، وذلك بتوظيف الألوان والرموز وهذا ما يثير في نفس المتلقي حب التطلع ومعرفة كل ما في الصحراء وهذا هو الدور الذي تؤديه اللغة ألا وهو الاقناع وتحقيق التواصل.

فلغة الاشهار السياحي تكون عن طريق انتقاء الألفاظ المناسبة التي تستهوي المتلقي، وبالتالي تحدث أثر سريع فيه، كونها لغة بسيطة موجزة غير مكلفة موجهة لجميع الفئات في بعض الأحيان وذلك للوصول إلى الهدف المرجو، ولكن في حالات أخرى تكون مزيج بين الفصحى والأجنبية وذلك للرقى بالوعي الاجتماعي والتطور ويوظف العلامات التي تعتبر مرآة عاكسة لما يحمله من رموز ودلالات خفية تعمل على التأثير ويكون ذلك باختيار الكلمات المختصرة والبراقة ونجد ذلك في العنوان فعادة ما يكون لها تأثير سريع كون أول ما يسترق النظر في أي كتاب أو لافتة هو العنوان فمن خلاله يفهم المتلقي الرسالة التي يحملها النص الاشهاري، ويأخذ لمحة عنه، لتليها الصيغ التي يستعملها الكاتب مثلا الصيغة الاغرائية مثل اقناع المتلقي بأن هذه السلعة تناسبه وكذلك الصيغة التهويلية والتي تستعمل عادة إذا كان يشعل أن استعماله للصيغ الأخرى فاشلا، فيكون أسلوبه غير مقنع، فيلجأ إلى هذا النوع من الصيغ وذلك بخلق قصة لتبقى في ذهن المتلقي فيقتنع واطافة إلى هذا الصيغة الوصفية والتي يكون فيها وصف محاسن المنتج مثلا أدوات التنظيف فيحاول المرسل إظهار ميزاتها الايجابية وذلك للتأثير في المتلقي وبالتالي يأخذ المنتج وهو راض عنه، وكشكل آخر من أشكال اللغة الاشهارية توظيف الرسوم والصور، فهما يعبران عن الأفكار بدقة عالية، حيث أنهما يجسدان ما هو مكتوب ويقريان المعنى للمتلقي وبالتالي جذب وإثارة اهتمامه أولا قبل الخوض في فك الرموز والمضامين التي تحملها، فهي تخلق لغة جديدة تستحوذ على طاقة البصر، فالصورة اخترقت الحدود وكشفت الحقائق، وبالتالي فهم النص وما يحمله من دلالات قبل الولوج إلى عالمه وهذا هو الدور الرئيسي الذي يؤديه الصورة أو الرسومات كوسيلة للغة الاشهارية السياحية، حيث تثير الصور الجميلة والمعبرة عن منطقة معينة نظر المتلقي فينبهر بالألوان والأشكال وهو ما يجعله يسرح بخياله إلى ذلك

المكان وتحقيق الذهاب الفعلي والمباشر والاستكشاف بنفسه وهنا يتحقق تأثير الألوان في جذب انتباه المتلقي، وتجسيد السياحة الحقيقية، كونها تحمل معان جمة وعميقة يعمل العقل البشري، وتعطيها بعدا دلاليا قد يتجسد في معنى ملموس أو في شكل إدراكي عاطفي للتعبير وانتقاء الألوان له قصدية تأخذ أبعادًا من أعراف المجتمع وعاداته وتقاليده كونها رمزا من رموز الثقافة ولها أهمية في التواصل الاجتماعي فنجد مثلا اللون الأبيض في اللباس التقليدي للأمازيغي يحمل دلالة الحرية والاعتزاز بأرض الوطن وصعوبة الاستغناء عنه، وكذلك أنه يحمل نفس الدلالات الانسانية المشتركة ويعالج قضايا المجتمعات رغم اختلافها كالفرح، والامل، والعيش الأفضل،... الخ¹

فإذا كان للصورة واللون دور فهذا لا يعني أنه يجب اهمال جانب الصوت والموسيقى في الاشهار السياحي والترويج للمنتوجات أولاً ماكن ما، ومن الأشكال البدائية التي مازالت متواجدة في عصرنا وهذا النوع يكون في الاسواق الأسبوعية ويكون المنتج عبارة عن سلعة يبيعه بالصوت المهاجر أو دعوة لرحلة سياحية لمنطقة قريبة منهم، وهنا يكون الصوت من أكثر الأنظمة التواصلية السمعية أكثر فاعلية كونها تستميل عواطف ووجدان المتلقي، فيظهر المتلقي أنه مترن يحسن لغة الخطابة فيتحدث باللهجة العامية لجذب أكبر عدد من الزبائن وذلك باستخدام أساليب اقناعية كاستشهاده ببعض الأقوال الشعبية أو الفصيحة وأحاديث الرسول "ص" هذا في المجتمع العربي وخاصة بفئة معينة تتأثر بهذه اللغة.

وكوجهة نظر أخرى هناك فئة أخرى تستهويها اللغة الأجنبية على العربية، فمثلا "الاشهار السياحي الجزائري" يخضع في بناءه وتسويقه إلى قناعات القائمين على اعداده، ودليل ذلك أن معظم الوصلات الاشهارية الجزائرية تقترح برنامجا سياحيا ثريا ولكن بلغة فرنسية أو انجليزية وفي أحيان قليلة بالعامية الجزائرية، وكأن اللغة الفصحى عاجزة على تبليغ المقاصد والظفر بإقناع السياح، والمشكلة هنا متعلقة ببرهان التنمية اللغوية في قطاع الاشهار السياحي وكذلك طبيعة المجتمع المستهدف.

¹ كلثوم مدقن، لغة الاشهار ووظائفها، أنماطها، خصائصها، المرجع السابق، ص 150-151-152.

إذ يدخل العرف الاجتماعي في تشكيل اللغة الاشهارية لتحقيق أعلى قدر ممكن من الجذب، إلا أنه لا بد من انفتاح اللغة العربية الفصحى في فضاءات الاستعمال اليومي خاصة أن اللغة جزء من المنظومة الثقافية الكبرى لأي مجتمع وأن أي نهضة ثقافية يستشرفها أي شعب لا محالة مرهونة بنهضة لغوية تعتبر عن حاجات ذلك الشعب وتسوق ثقافته ومعتقداته.

وغالبا ما يكون هناك مصطلح من المصطلحات يعبر عن مفهوم مقصود ويصف نوعا من السياحة بلغة فصيحة شائعة الاستعمال، تقوى على رسم الحدود الدلالية، وعليه فالمصطلح السياحي العربي لا يقل من حيث الدقة والمرونة عن المصطلحات الأجنبية التي تشكل لغة يحتفي بها الاشهار السياحي الجزائر، وحتى تتمكن اللغة العربية الفصيحة من تحقيق استعمالها في الاشهار السياحي الجزائري لا بد من تضمينها بطريقة مشوقة يعكس سحرها وقدرتها على التعبير والتنوع وتصبح مصدرة لدول العالم وفرض زياداتها، في وقت هوت فيه الحدود وصارت اللغات كما الثقافات تنتقل دون تأشيرة إلى كل أنحاء العالم.

وبالتالي هنا حتى يتمكن السائح الأجنبي من استهلاك المنتج السياحي باللغة المحلية، لأن السياحة من أهم عوامل الاحتكاك اللغوي بين الشعوب كما هو حال التجارة والهجرة، فلغة الاشهار السياحي باللغة العربية يكون فيه سحر وجمال أسلوب وقوة تأثير وحسن استصغاء وقوة تشبيه، وخلق بعد نظر قوي يحمل عدة دلالات في سياقات متنوعة تحفز السياح وتدعوهم إلى التقرب والزيادة وهذه هي ما تهدف إليه لغة الاشهار السياحي في تحقيق التواصل بين الناس ومعرفة كل من جديد من ناحية عادات وتقاليد الشعوب أو من ناحية طبيعة العيش أو الأماكن والمجتمعات لأنهم مصدر جذب سياحي.¹

¹ ينظر: وفاء صبحي، لغة الاشهار السياحي الجزائري (دراسة في الحاج)، مجلة التواصل في اللغات والآداب، العدد 52، المجلد: 25، ديسمبر 2017، ص 114-117.

الفصل الثاني:

الصورة ولونها في

كتاب اللغة العربية

الفصل الثاني: الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

المبحث الأول: الطفل والصورة في عملية التعليم والتعلم

أ- صورة الغلاف

ب- الكتاب المدرسي

ت- الصورة وشروط اختيارها

ث- أنواع الصور

المبحث الثاني: الألوان وتأثيرها على المتعلم

أ- الألوان والبنية

ب- الصورة في كتب اللغة العربية

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

ينقسم التواصل إلى لفظي وغير لفظي، فيما يعتمد الأول على اللسان والثاني على الإشارات بمختلف أنواعها (صور، رسومات، ايماءات...) وتعتبر الصورة أحد أساسات التواصل في عملية التعليم والتعلم ولفك شفراتها والوصول إلى الغاية منها يجب معرفة كيفية الوصول إلى الإيحاءات الكامنة فيها فهي مركبة من أجزاء ولا تخلو هذه الأخير من الألوان التي تعطي لها مظهرا منسجما فالعلاقة إذن بين الصورة وشكلها ولونها كالعلاقة بين الفونيمات والمونيمات المكونة للكلمة بفضلها يصل القارئ إلى الدلالة الكامنة وراءها.

المبحث الأول: الطفل والصورة في عملية التعليم والتعلم

تعد الرسومات والصور في الكتاب المدرسي من أبرز الروافد لتعلم الطفل وجلب انتباهه، هذا الاهتمام الخاص يدفع به إلى التعليق على هذه الصورة ومن ثم يتعلم القراءة والكتابة.

أما فيما يخص تصميم الصور والرسوم في صفحة الكتاب: يقصد بها كيفية توزيع الرسوم وعلاقة ذلك بالنص المكتوب.¹ أي أن يكون محتوى النص اللغوي منسجماً مع الصورة في نفس الصفحة، ولا يكون تعارض بين ما في الصورة وما يقوله النص اللغوي.

أ- صورة الغلاف:

تعطي انطباعاً عن محتوى القصة، لذلك يحرص الفنانون والكتاب على أن تكون صورة الغلاف مشوقة ومثيرة، بحيث يجذب الطفل إليها، بمعنى أن كل هذا الحرص على أن تؤدي الصورة الوظيفة التي وضعت لأجلها كتأثير في القارئ وجذب انتباهه أو تغيير وجهة نظره.

ويؤكد "فيرث" من جهته أن الصورة تقدم الحقائق العلمية في صورة معلومات بصرية سمعية، تقدم للمتعلم فرص التأمل والمقارنة، وتمده بسبل التفكير الاستنتاجي فضلاً عن كونها أساساً معرفياً لغير القادرين على الاستنتاج انطلاقاً من القراءة المباشرة فقط، إنها عنصر تشويق، تحمل مضامين الخطاب وتوضح أفكاره وتيسر فهمه، وتبسط المعلومات للأطفال.²

من خلال وجهة نظر "فيرث" للصورة نجد أنها وسيلة تعليمية تعليمية هامة بالنسبة للمتعلم تدفعه لكسب المعرفة واستنباطه بطريقة سهلة وبسيطة لا معقدة.

¹ طلعت فهمي خفاجي: أدب الطفل في مواجهة الغزو الثقافي، دار وكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2004.

² شفيقة العلوي: تكنولوجيا الصورة واستخدامه في التعليم، أبحاث للترجمة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2004.

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

انطلاقاً من هذا قمنا بتحليل الصور الإشهارية السياحية في الكتاب المدرسي للطور الابتدائي.

وقع اختيارنا في هذه الدراسة على كتابي اللغة العربية للسنة الثانية والرابعة والخامسة ابتدائي.

لم يكن اختيارنا لهذه السنوات اعتباطياً عشوائياً وإنما كان بعد دراسة معمقة في هذه النصوص وفي الفضاءات التصويرية التي تعج به نجد في هذا الكتاب صور جمالية تؤدي وظائف سيميائية، صور إشهارية ولم تخرج عن كونها صور نفعية بالدرجة الأولى.

ب- الكتاب المدرسي والصورة

1. **الكتاب المدرسي:** الكتاب الذي تعرض فيه بطريقة منظمة المادة المختارة في موضوع معين، وقد وضعت نصوص مكتوبة بحيث ترضي موقفاً بعينه في عمليات التعليم والتعلم.¹

وبهذا يعد الكتاب المدرسي وسيلة تعليمية تعتبر الركيزة الأساس لطرفي العملية التعليمية وهما التلميذ والمعلم.

ت- الصورة في الكتاب المدرسي وشروط اختيارها

تعد الصورة في الكتاب المدرسي وسيلة تعليمية وتعلمية، يسعى من خلالها إلى تحقيق غايات وأهداف أو الوصول بالمتعلم إلى الغاية من وضعها لذلك نجدها مقننة بالعديد من الشروط التي تضمن لها الوصول إلى الهدف المرجو منها من بين هذه الشروط على سبيل المثال نذكر:

- أن تكون الصورة واضحة المعالم من حيث مكوناتها وألوانها.
- أن تكون بعيدة عن الاكتظاظ بمعنى صورة لا تميل إلى التعدد الموضوعاتي الذي يشتت ذهن القارئ ويبعده عن الهدف المقصود.

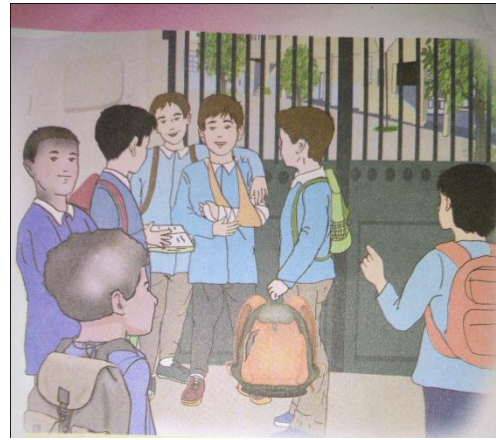
¹ ربحي مصطفى عليان ومحمد عبد الديس، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، عمان، ط 2، 2003 ص

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

- أن تكون قريبة من الواقع أي كلما زاد التأثير على حواس المتعلم زاد نجاح الوسيلة التعليمية في تحقيق الأهداف المرجوة من الدرس.

ث- أنواع الصور في كتاب اللغة العربية للسنة الخامسة ابتدائي

احتوى كتاب السنة الخامسة ابتدائي على حوالي ثمانون بالمئة صورة تعليمية موجهة للمتعلم متماشية وعمره والهدف التعليمي من وزارة التربية والتعليم، اختلفت هذه الصور بين ما هو طبيعي وما هو كاريكاتوري وترفيهي وفوتوغرافي.¹



الشكل رقم: 01

أ. الصورة الفوتوغرافية:

من الصور التي تواجدت بكثرة في كتاب السنة الخامسة ابتدائي الصور الفوتوغرافية بنسبة ستين بالمئة من مجمل صور الكتاب، فالصورة الفوتوغرافية هي التي يتم انتاجها بطريقة آلية باستخدام آلات التصوير وتعتمد في مدى هذه الصور عن الوقائع المراد نقلها على قدرات المصورين وإمكانات آلات التصوير والتطهير ومستلزمات الإنتاج المستخدمة² وبهذا فالصور

¹ بن الصيد بورني سراب وآخرون: كتاب اللغة العربية للسنة الخامسة ابتدائي ص 139/9.

² بيرق حسين جمعة الربيعي: الأساليب الإخراجية للصورة الصحفية في الجرائد اليومية العراقية، دراسة وصفية تحليلية للجرائد اليومية الصباح والزمان والبيان أنموذجا، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 2، 19 مارس 2014، جامعة بغداد كلية الإعلام قسم صحافة 2015 ص 214.

الفصل الثاني ————— **الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها**
 لفوتوغرافية من أهم وأكثر الوسائل المستخدمة في عملية التعليم ودورها في تثبيت المعلومة
 للمتعلم من خلال دقتها.



الشكل - 2 -

في الشكل الثاني: نجد من الصور الفوتوغرافية تحتوي على نماذج مختلفة فالصورة رقم 01 تمثل وقت جني المحصول بالتعاون مع عدد من العمال والصورة 02 و03 من كتاب السنة الخامسة للجبل الأول تمثل عادات وتقاليد منطقة التوارق وتاغيث في مناسبات مختلفة

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

كإحياء عيد فصل الربيع وهي ما تدفع بمتعلمي ربوع الجزائر زيارة مناطق الصحراء والتعرف على طابعهم الخاص وبذلك فهي صورة فوتوغرافية اشهارية سياحية بامتياز لصحراء بلادنا. في الصورة 04 و 05 مهن قديمة كادت أن تندثر فيهما صورتان للأعمال التقليدية كغزل الصوف وصناعة الأواني النحاسية هذا النوع من الحرف معظم متعلمي الجيل الجديد لا يعرفونها لبعدها الثقافي التقليدي عن بيئتهم فهي صور إشهارية لتقاليد بلادنا العريقة والأصيلة التي تدفع بالمتعلمين إلى زيارة الأماكن الاجتماعية التي لا تزال تحافظ على هذه العادات.

ب. الصورة التشكيلية:

يزخر كتاب السنة الخامسة ابتدائي الجيل الجديد بالصور التشكيلية على اختلاف ألوانها وأشكالها المتراوحة بين أشخاص وحيوانات ... فهي تقوم على الخطوط والأشكال والألوان والعلاقات وهو ما يمنحها بعدا تعليميا مميزا.





الشكل 3¹

يحمل الشكل 03 مجموعة من الصور التشكيلية المختلفة شكلا ولونا وهي صور تعليمية إخبارية بحتة وضعت لتعريف متعلمي هذه المرحلة على الغوص في جمال بلادهم والتعرف على أبطال تاريخ الجزائر هذه الصورة كمثيرات غير لسانية مرفوقة بنصوص لسانية معبرة عنها بغية استدراج المتعلم لذلك المكان وهذا هو الهدف التعليمي المتكامل. تجسد الصورة التشكيلية الأولى مغامرات "تاكفاريناس" تفتى الرسام في تجسيد بطولات ذلك البطل المغوار.

فيما كانت الصورة رقم 02 لمشهد طبيعي لجدة مع حفيدها في مشهد جد رائع في أرض غالية خضراء وهي صورة أقرب ما تكون واقعية من الصورة الفوتوغرافية، فهي ممثلة لمختلف صور الحياة الاجتماعية المحيطة بالمتعلم وهذه هي الغاية التعليمية منها.

أما الصورة رقم 03 تناولت صورة لسوق أهل البادية وسكان الضواحي ذلك السوق مكانه "عين الصفراء" جسدت الصورة طريقة البيع والشراء والألبسة التقليدية والألوان المنسجمة مع الصورة فقد تناولت الحياة الاجتماعية لهذه الفئة، هذه الصورة إذن والألوان

¹ بن الصيد بورني سراب وآخرون: كتاب اللغة العربية للسنة الخامسة ابتدائي ص 129/52/44.

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها المنسجمة تدفع بالمتعلم إلى الغوص في كيانها والإبحار فيها رغبة في زيارتها بغية إشباع حاجاته وتخيالاته.

ج. الصورة الكاريكاتورية:

الصورة الكاريكاتورية هي الأخرى لها دورها في عملية التعليم والتعلم وهي صور مرسومة الهدف منها السخرية أو الانتقاد أو الهجاء كما تستخدم أيضا لغرض تعليمي لترسيخ معلومة بشكل أفضل فنحن أمام متعلم ميال إلى هذا النوع من الصور بطريقة كبيرة.



الشكل 104¹

¹ بن الصيد بورني سراب وآخرون: كتاب اللغة العربية للسنة الخامسة ابتدائي ص 108/126.

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

نجد هذا النوع من الصور قليل بالنسبة لأنواع الأخرى، هذا لا يعني أنها ليست صور تعليمية بل هي كذلك ومن الدرجة الأولى فهي توصل المعلومة وترفه عن نفس المتعلم في آن واحد.

احتوت الصورة 01 على رسم كاريكاتوري "لطفل خشبي" ذي أنف طويل يدعى "بينوكيو".

والصورة 02 احتوت على رسم كاريكاتوري لصابون ومساحيق الغسيل ودورها في عملية التنظيف وإزالة الأجسام الغريبة هذا النوع من الرسوم يعزز الذاكرة وقت استرجاع المعلومة باستحضار الصورة وما تحتوي عليه.
م2: الألوان وتأثيرها على المتعلم:

لا تخلو صورة من اللون، ولو اقتصرت حتى على الألوان المحايدة لأن غياب اللون يعني موت الصورة فهي كاللفظ في عملية التواصل.

فللون دور أساسي في التفسير الدلالي والنفسي للمتعلم فهو يعمل على جذب الانتباه وتقوية تركيزه، فمن المعروف أن " للألوان تأثيرات سيكولوجية تبحث في مدى تأثير اللون في نفسية الإنسان، كما لها تأثيرات فيزيولوجية تبحث عن مدى تأثير اللون في جسم الإنسان، ولكل لون من الألوان تأثير نفسي (لا إرادي) في النفس البشرية حتى أصبحت الألوان تستخدم في علاج بعض الأمراض ولاسيما النفسية منها"¹

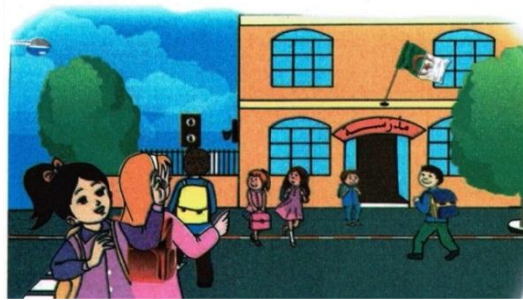
وقد تختلف الألوان في الكتاب المدرسي حسب الصور المرافقة للمواضيع، وحسب مكونات النص إذ تراعي فيها حاجات المتعلمين وقدراتهم وميولهم نلاحظ مثلا طغيان اللون الأزرق في أغلب الصور التي قاربت نسبة الثلاث والتسعين بالمئة 93% وهو اللون الأساس المناسب لهذه المرحلة العمرية من السنة الثانية ابتدائي وهو لون يوحي للسكينة والهدوء والاستقرار والصفاء، كما نجده يمتزج مع مجموعة من الألوان الممزوجة والمتدرجة

¹ عايد حمدان: أثر اختلاف استراتيجيات التلوين في برمجة تعليمية في التحصيل لتلاميذ الصف الثالث أساسي في مادة العلوم الطبيعية، مجلة جامعة دمشق، مجلد 25، العدد 3-4، 2009 ص 477.

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها
 الأخرى لاكتمال المظهر، وهذا متناسب مع الاختلاف اللوني في الحياة الاجتماعية لقوله عز
 وجل "واختلاف ألسنتكم وألوانكم" فكل لون له درجة من التركيز والقوة التي يؤثر بها في
 القارئ.



اليوم نعود إلى المدرسة



الشكل رقم: 05

المبحث الثاني: الألوان وتأثيرها على المتعلم

الألوان والبيئة:

نجد داخل البيئة كل الألوان، فاللون مهما كان نوعه فهو من البيئة واليها، لذلك يساق القارئ أو المتلقي لكل ما هو مألوف في بيئته فالإنسان ابن بيئته، إن تفسير مناطق الجنوب أو صحراينا الكبير لون البحر بلون من داخل بيئته لون السماء الصافية كما هو في نص واحة ساحرة وصيف رمال الصحراء الذهبية بالشمس مع اقتراب غروبها كل هذه الإيحاءات والتشبيهات تقرب للمتعلم الصورة الفعلية وتساعد على التعرف على ما هو غير مألوف بما هو مألوف لديه مما ينمي لديه حب الاضطلاع واكتشاف تلك المناظر التي صورها في ذهنه من خلال ذلك الوصف.

وبهذا يكون اختيار الألوان حسب تأثيرها على البصر فالرسالة البصرية أقوى وأعمق من الرسالة السمعية التي تفقد كنهها بمجرد الانتهاء من قراءة النص أو مغادرة الحجرة وبهذا فإن "ثقافة العين أقوى من ثقافة الأذن لذا تقترن العين بالتفكير"¹

تسعى إلى جذب انتباه المتعلم من خلال انفتاحه على عوالم الخيال والألوان والتصوير مما يذهب به إلى تجسيد صورة ذهنية تدفعه إلى زيارة مكان أو تعرف على عادات وتقاليده أو إحساء عادة عائلية بمعنى أن المتعلم هنا وهو تلميذ صغير بطبيعة الحال سوف ينجر وراء تلك الصورة ويتخيل نفسه مكان صاحب النص من خلال التفكيك اللساني للنص لمعرفة المغزى منها -صورة- نحاول تطبيقه على الكتاب المدرسي للسنة الثانية ابتدائي للجيل الثاني نص بعنوان "واحة ساحرة" لا يخفى الأمر علينا أننا نجد وراء العنوان أولاً نجده وكأنه تلميح صريح لجذبك لقراءة النص وبالطبع ستكون القراءة هي الرابط بين النص والصورة لإدراك المعنى المراد تقدم صورة الكتاب "هشام وسمير" في واحة جميلة جدا مصطفة بالنخيل وكتبان من الرمال.

¹ سعيدية عايد محسن الفضلي: ثقافة الثورة ودورها في إثراء التذوق الفني لدى المتلقي، ص 51.



الشكل رقم: 06

إن المطلع على هذه الصورة في مجملها يلمس ذلك الوجود الفعلي لشخصية سمير الذي انبهر بجمال مدينة "جانت" هذا الانطباع سيترك الأثر لا محال في نفسية المتعلم فهو إشهار سياحي بامتياز لصحرائنا الجميلة، فالرسومات والألوان التي توضع في هذه الرسائل الإشهارية le message publicitaire وتذر الرماد في عيون التلميذ وهنا يشحن التلميذ بقيم جديدة وهي ضرورة الاتصال والانفتاح على ثقافات أخرى وعموما فإن صورة هذه الشخصيات "سمير وهشام" تشع بالبراءة وتمجد الصورة الساحرة لمجتمعنا.

في مثال آخر من الكتاب المدرسي للسنة الخامسة ابتدائي للجيل الثاني، صورة بعنوان "أشاهد وأتحدث" فيها نوع من إبراز لقدرات المتعلم ومن خلال ربط المعارف المكتسبة والصورة المجسدة أمامه.



الشكل رقم: 07

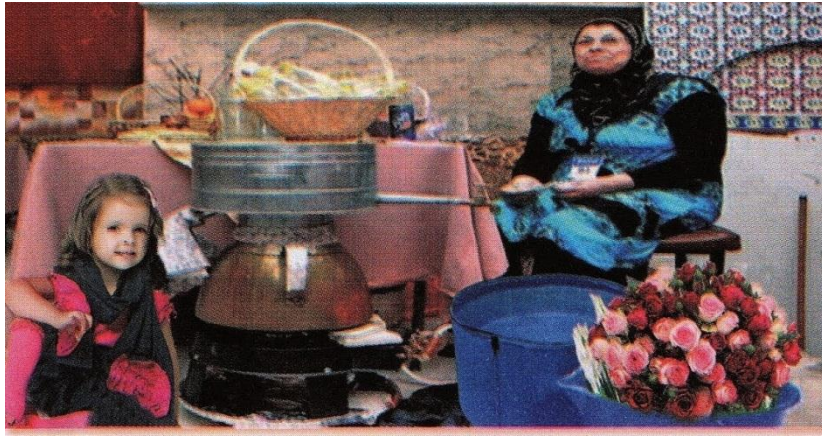
بالموازاة مع تلك الصورة نجد صورة أخرى تروي نفس موضوع المشهد الأول من خلال عنوان "رحلة إلى عين الصفراء" مرفوقة بنص سردي يقوم المعلم بتكليف المتعلم قراءة النص قراءة صامتة ومشاهدة الصورة من الأسئلة المطروحة على سبيل المثال "ماذا ترى في الصورة؟" من هنا يقوم المعلم بالتدرج بالأسئلة حسب إجابات المتعلمين مثلا يقول المتعلم أرى "أشخاص في السوق" يقوم المعلم تلقائيا باستدراجهم للسؤال الموالي "ماذا يخص هذا السوق؟"، هنا تكون إجابة أدق فقد عرف مسبقا من خلال القراءة الصامتة ومكونات الصورة أي الأسواق هذا، بعد معرفتهم أنه سوق مخصص لبيع الأواني الفخارية والمنسوجات والبرانيس والعباءات العربية ينتقل المعلم إلى السؤال الموالي "أي يقع هذا السوق؟"، كل هذه الأسئلة مقتبسة من الصورة والنص معا.

نجد في الصورة رجل يرتدي برنوس وآخر عباة عربية أصيلة من تراثنا العربي وبائع يبيع قفف الحلفاء وزرابي معروضة بألوانها تأخذ هذه الألوان في الصورة من الواقع الطبيعي والاجتماعي فقد أخذت العمامات والعباءات العربية اللون الأبيض والزرابي اللون الأصفر والبرتقالي والبرانيس اللون البني كل هذه الألوان موجودة في الواقع وبهذا تنتزع الدلالة بين النص والصورة والألوان بتناسق وتكامل وبهذا ترسخ الصورة في ذهن المتعلم وبهذا تؤدي الصورة دورا تحفيزيا لدفعه للتعرف على هذا السوق من خلال زيارة ذلك المكان الذي امتلئ النص بعرض مشوق له من خلال مفردات وظفها الكاتب أعطت لذلك السوق صورة حية كوصفه له يوم البهجة بيوت جميلة محاطة ببساتين خضراء، يتخللها واد، بلاد عجيبة مواقد الجمر، صينيّات الشاي، جمال جاثمة، أحصنة، بغال...

وبهذا فإن النص يزخر بالهوية الثقافية والنظرة السيميائية لهذه الصور صور أسواق، عباات، قفف حلفاء، برانيس... وهي ثقافتنا ثقافة الجزائر العربية الأصيلة التي تزرع في نفس المتعلم حب اضطلاع والتعرف على بلاده وما تحمله من عادات كل منطقة من أكل ولباس وعادات... وبهذا يكون خلفيات ثقافية مهمة تساعده على التواصل مع الآخرين.

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

وتعد الصناعات التقليدية من أبرز ما تزخر به بلادنا توارثتها الأجيال فهي حفظ لتاريخنا وماضي أجدادنا، والمتعلم هنا كونه صغير في السن لا يفقه هذه الصور إلا من خلال تعريفها له عبر الصورة أو النص الموالي لها وهذا ما نجده في الصورة المرفوقة بعنوان "أنامل معطرة" نجد في الصورة جدة وحفيدة بجانبها كبة ورد رائحته تعبق المكان، قطار نحاسي تحيي هذه الجدة عادة لا ظلما توارثها الأجيال وهي تقطير الورد لاستخراج منه أزكى الروائح.



الشكل رقم: 08

ولأن هذه العادة ليست موجودة في كل البيوت الجزائرية خاصة مع عصرنا هذا وجب تعريفه بثقافتنا القديمة.

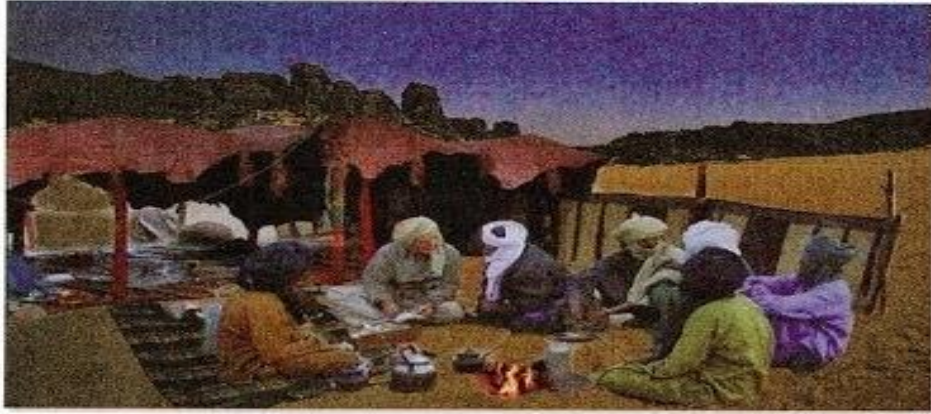
مثلا هنا أخذنا الصورة من الكتاب المدرسي والتي أرفقت بنص "لباسنا الجميل" صورة في غاية الجمال تجسد جمال لباسنا والذي هو أحد أساسات هويتنا نجد في الصورة "الملحفة الشاوية" والجبين الذي يوضع فوق الجبهة وإكسوارات في المعصم والرقبة والتي تترين بهم المرأة الشاوية خاصة وتكون من فضة تبعث هذه الصور المتعلم الخوض في جمال عادات وتقاليد بلاده وإن لم يكن إشهار بصريح العبارة لكن المتعلم وصغر سنه تبقى تلك الكلمات والشيمات والصور تبعث في قلبه حب المعرفة.



الشكل رقم: 09

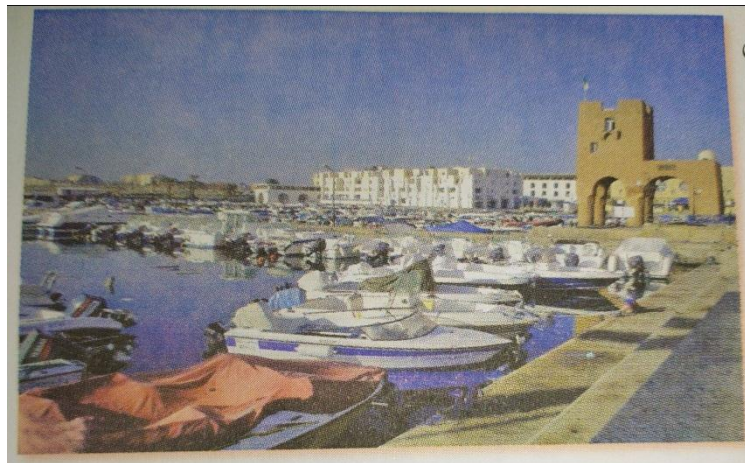
❖ ما نلاحظه في نص القص الطارقي للسنة الرابعة ابتدائي هو أنه مرفوق بالصور والتي في بعض الأحيان لا يكتمل النص إلا بها ليوضح دلالة ألفاظه وما تحمله الصورة من ألوان وإيحاءات رغبة في كشف ما تخفيه من معان فنص القاص الطارقي ينتمي إلى نوع السياحة الثقافية التي تروج لثقافة وعادات وتقاليد منطقة الصحراء، مع وجود مؤشرات تميز تلك المنطقة وهذا ما نجده في النص، فمن ناحية الكلمات وظف الكاتب الكثير من الدلالات التي تشير إلى طبيعة المنطقة الصحراوية ومكوناتها التي تتمثل في "أمغار" وكذلك "الطوارق" "نيران السمر" "الشاي" "سكون الليل" "غزالة بين الرمال" "قوة الجمل" فكل هذه الكلمات تدرج في حقل الطبيعة الصحراوية، مع توظيف الكاتب لسيميائية الرؤى والصور البيانية وهذا دليل على سعة خياله وخبرته، إذ اختار المعاني المنتقاة لخدمة الألوان والصور المصادفة، فكانت المفردات منسجمة مع الصور وهذا ما يلفت نظر المتعلم لتبقى راسخة في ذهنه وطامعا وملحا لزيارتها.

القاص الطارقي



الشكل رقم: 10

فالصورة هي انعكاس للنص الذي يروج للسياحة وبالأخص منطقة الصحراء، حيث تنصب الخيم والزرابي المفروشة على الرمال الذهبية تتوسطها نار دافئة، إضافة إلى اللباس التقليدي والذي هو أحد أساسيات الهوية والثقافة الصحراوية كما هو واضح في الصورة والمتمثل في: العمامة والبرنوس والشاي الذي هو من أبرز مميزات منطقة الصحراء، ومن هنا نخلص إلى أن دور الصورة في تعليم المتعلم لها أهمية كبيرة لكشف معاني النص، حيث تترسخ في ذهنه طبيعة الصحراء وألوانها وثقافتها وهذا ما يثير في نفسه حب زيارتها وكشف خفاياها الجميلة مع الترويج لزيارتها.

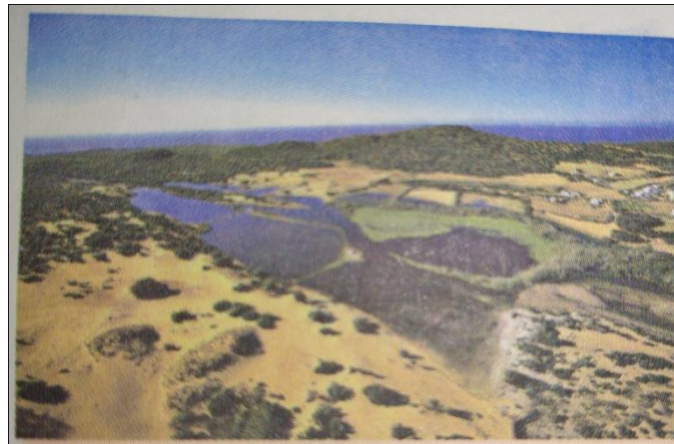
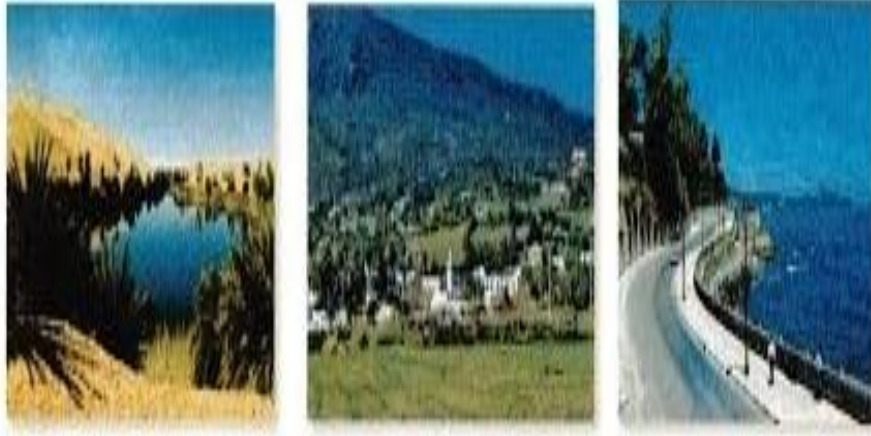


الشكل رقم: 11

- نص جولة في بلادي للسنة الرابعة ابتدائي الجيل الثاني الصفحة 129.

حب الإنسان منذ بداية الكون إلى التوق للكشف عن الطبيعة وما تحمله من أسرار وهذا ما يدفعه إلى الاكتشاف، فالمتأمل في هذا النص الذي يحمل عنوان "جولة في بلادي" يلاحظ أنه يروج للسياحة الترفيهية والتي هي تعنى بالسفر إلى المناطق الطبيعية بغرض التمتع بجمال الطبيعة والاستجمام في الشواطئ والفنادق والمحلات وهذا ما ذكر في بداية النص حيث قضى الجد وأحفاده يومهم في مدينة سيدي فرج واكتشفوا مسرحها الروماني والمحلات التجارية على أمل زيارة مدينة "معسكر"، ومن هنا فالتعلم عند قراءته للفقرة الأولى يكتشف مدينة سيدي فرج و مركبها السياحي الذي يجذب آلاف السياح. -ينتقل المتعلم في الفقرة الثانية إلى كشف مناطق أخرى زاخرة بثروات وثقافة متنوعة، فيتعرف على مطار هواري بومدين وموقعه الذي هو في "الجزائر العاصمة" وهذا ما يحرك خياله بعيدا ويخلق في نفسه دافع استكشاف وزيارة مطار هواري بومدين لامتطاء الطائرة.

وبالتالي زيارة مدينة معسكر مرورا بوهران وهذا ما يمكنه من التعرف على ولايات وطنه. -فالكاتب في هذا النص وظف كلمات ايحائية تنتمي إلى حقل السياحة: كالمركب السياحي، شاطئه الجميل، الطائرة، المطار... الخ، وهذا ما يجعل المتعلم على علم بمكونات السياحة، ويصبح املا في ركوب الطائرة ورؤية السهول والجبال والادوية من الأعلى وكأنها بساط اخضر وهذا ما توضحه الصورة الثانية، اذ يشعر بالطمأنينة والرغبة في السفر وحب الحياة والاكتشاف.



الشكل رقم: 12

فالمتعلم إذن يصبح ملما بمقومات بلده "الجزائر" سواء الحضارية أو الطبيعية لمتميزة بفضل موقعها الاستراتيجي ومساحتها الشاسعة ومناظرها المتنوعة من هضاب وسهول كسهول الشلف وغليزان ومستغانم، والجبال كجبال عمور بالأطلس الصحراوي، وبالتالي يصبح على دراية بفسيفساء بلده والتي تجعل منها موردا سياحيا هاما وأكثر قابلية للنشاط السياحي.

نص "أرض غالية" السنة الخامسة ابتدائي الجيل الثاني الصفحة 52.

أول ما يثير ويجذبنا عند تصفح هذا النص هو العنوان وكذلك الصورة وما تحمله في طياتها من رسائل ودلالات للمتعلم أو القارئ، ففي نص "أرض غالية" أو ما جاء في مطلعها هي جملة "في جبال بابور الشاهدة على مقاومة أسطورية لجنود التحرير فهذا تصريح مباشر

الفصل الثاني ————— **الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها**
على الجمرة التي أحرقت أهل الجزائر، وهذا ما يجعل المتعلم يسافر بخياله فتجعله يروح
ويجيئ بين جنبات تلك الأحداث، حتى وإن مضى وقت طويل عليها فإنه يتخيلها
ويستحضرها كأنها تحدث.

إن المتعلم عند قراءته لعبارات النص ولكلماته أول ما يتبادر إلى ذهنه هو الكلمات
التي تبعث على الأمل ومعانقة الحرية بأبسط تفاصيلها سواء من خلال المناظر التي تثير
في النفس الراحة من جبال وأشجار وسماء وأرض ومروج وقطعان الغنم والأبقار وهذا ما
تجسده الصورة التي تمثل الدار التي تحتضن الانسان كما تحتضن الام رضيعها الا وهو
الوطن الذي يأوبنا ويحمينا والذي روية أراضيه بدماء زكية طاهرة لنحيا في سلام وأمان.



الشكل رقم: 13

- فهذه الصورة تحمل معان كثيرة، فالمتأمل فيها تجذبه الألوان المعبرة فهي تحمل رسالة
لا بد من توارثها للأجيال ألا وهي الحرص أن يكون دائما غد أفضل ومشرق في
أحضان الوطن.
- الكتاب المدرسي للسنة الرابعة ابتدائي [الجيل الثاني]: "أشاهد وأعبر" (البرنس):
الصفحة: 98
- أولا ما نلاحظه في الصورة هو طفل مع حرفي كبير يحيك برنسا، والذي هو معطف
طويل من الصوف يضم غطاء رأس مذبذب، فهو جزء من اللباس التقليدي الجزائري

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

الذي يروج لثقافة وطابع يتوارثه الأجيال حيث أن المتعلم المتأمل لهذه الصورة أول ما يلفت نظره هو لباس العم بلقاسم الذي يرتدي عمامة وهي رمز من رموز لباس الأجداد وقطعة من تراثنا فنترسخ في ذهن المتعلم كذلك البرنس الذي يحيكه وهذا ما توضحه الصورة التالية: اذ يتعرف على تراث بلده وثقافته التي لا بد من حمايتها من الاندثار والمحافظة عليها.



الشكل رقم: 14

أما ف "أنتج شفاهيا" في مثال آخر من الكتاب المدرسي للسنة الرابعة ابتدائي في نفس الصفحة [98] يحاول فيها المتعلم معرفة أصناف الألبسة المتمثلة في الصور والتي تختلف من منطقة لأخرى، إضافة إلى المناسبات التي تلبس فيها، وبالتالي هنا ابراز قدرات المتعلم في التعرف على طابع بلاده المتنوع من خلال ربط معارفه المكتسبة بالصورة، فيمكنه من التعريف بتراث بلاده والترويج للباس المتعدد لزملائه وأصدقائه من بلدان أخرى، وهذا ما توضحه الصورة.

فالإكسسوارات التي توضع في الرقبة والمعصم وحتى في الشعر تتزين بهم المرأة الشاوية والقبائلية نجدهم يتميزون بكثرة الألوان الأحمر والأزرق، وهذا ما يزيد جمالها في الصورة

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

التي على اليمين بنت بالزي القبائلي الذي فيه مزيج من الألوان الأحمر والأخضر والأبيض مع رموز تدل على الطابع الامازيغي (القبائلي).

وفي الصورة الثانية امرأة بزي تقليدي لمنطقة تلمسان والتي تعرف بالشدة مع أسورة توضع على الجبين وفوقها خمار يغطي شعرها، أما بالنسبة للصورة التي تليها فهي خاصة بمنطقة الصحراء وتكون عادة باللون الأسود وإكسسوارات فضية خالصة تزيدها جمالا وبهاء والصورة الرابعة لباس "الطوارق" وهو خاص بالرجال يكون أسود اللون مع عمامة ولثام يوضع حول الفم مع سيوف للمبارزة والرقص ونجدها عادة في المناسبات كالأعراس والافراح الخاصة بمنطقة الصحراء.

أما الصورة الخامسة فهو لباس تقليدي لمنطقة الشرق الجزائري وبالأخص قسنطينة حيث تسمى: بالقندورة القسنطينية أو القטיפفة القسنطينية وتكون مطروزة بخيط بلون ذهبي يزيد من رونقها، مع إكسسوارات كالحزام الذهبي الذي يوضع في خصر المرأة مع الحلي عادة ما يكون ذهبيا وهذا ما يجعله متميزا عن الحلي الفضي الخاص بمنطقة القبائل أو الشاوية.

ومن هنا فإن المتعلم والدارس لهذه التصنيفات المختلفة يصبح قادرا على التمييز بين مختلف لباس بلاده وبالتالي يروج لأصدقائه تراث بلده المختلف الذي لا بد من الحفاظ عليه جيلا بعد جيل لأن جمالنا في اختلافنا.





الشكل رقم: 15

نص: "بين المدينة والريف" للسنة الثانية ابتدائي، الصفحة 53.

تمس السياحة جميع الجوانب والجهات بالرغم من اختلاف أنواعها إلا أنها تعني بجميع المستويات خاصة الثقافي لأنها أساس تنمية العلاقات بين الناس كونها مصدر غذاء الروح والإحساس بالحياة، فالنص الذي أمامنا "بين المدينة والريف" يهدف إلى التعريف بطبيعة الحياة فيهما وجذب واستقطاب محبي الريف والمدينة، فالمتعلم عند قراءته ورؤيته للصور يخلق في نفسه حب الذهاب إلى تلك الأماكن فالصورة الأولى التي توضح الحياة في الريف في أحضان الطبيعة حيث الهواء النقي والبعد عن ضجيج الناس والسيارات وكذلك الجو الخالي من دخان المصانع والتلوث وشساعة المساحة ومناظر الخرفان في المرعى وثغائها كأنها ترحب بكل زائر، فالمتعلم هنا تجذبه الصورة والألوان التي تبعث الراحة والسكينة في النفس فيشتاق لزيارة الريف وقضاء وقت ممتع فيه ليشعر بالشعور الذي انتاب سهام وهذا ما توضحه الصورة فرحها بالذهاب إلى الريف.



الشكل رقم: 16

أما المدينة هي أيضا من الأماكن المحببة لكثير من الناس لتوفر المرافق المتعددة كالمسرح والحدائق العمومية والمحلات التجارية، حيث تتوفر متطلبات الحياة فالحوار الذي دار بين سهام وثرثيا هو تأثير في المتعلم حتى يقبل على زيارة الريف والمدينة واستكشاف الحياة فيهما.

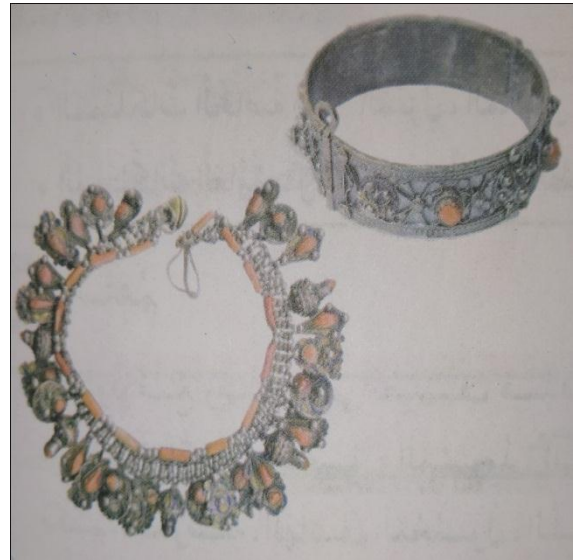
الكتاب المدرسي للسنة الثانية ابتدائي "الجيل الثاني" فهم المنطوق "الموروث الحضاري" الصفحة 162.

يتنوع التراث بتنوع الأماكن والألبسة والحضارات والثقافات فكل منطقة لها مميزات وخصائصها التي تروج لعاداتها وتقاليدها إضافة إلى وجود مناطق ذات طابع تاريخي للمناطق الأثرية، وهذا ما نلاحظه في الصورة:



الشكل رقم: 17

فالمأمل لهذه الصورة وصورة الأساور التقليدية واللباس التقليدي المتمثل في العمامة والسيف... إلخ يكتشف التراث المتنوع لبلاد الجزائر وعادات وتقاليد كل منطقة مع التعريف بها تحت ما يعرف بالسياحة الثقافية وهذا ما ستراه في نص "الاحتفال بالعام الأمازيغي".



الشكل رقم: 18

الفصل الثاني ————— الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها

نص "الاحتفال بالعام الأمازيغي" للسنة الثانية ابتدائي (الجيل الثاني) الصفحة 164.

الاحتفال بالعام الأمازيغي أو يناير الذي هو اليوم الأول من العام الجديد يصادف 12 جانفي، يقوم الأمازيغ بالاحتفال به بتقديم أطباق تقليدية متنوع، حيث يجتمع الكبار والصغار حول المائدة المملوءة بألذ الأطباق وأشهى الحلويات، فالصورة توضح أجواء الاحتفال بهذا اليوم الذي يرجون فيه عاما فيه خير كثير.



الشكل رقم: 19

تقوم سعاد بالتحضير لهذه المناسبة السعيد بشراء الحلويات والمكسرات وتقوم الأم بإعداد أطباق تقليدية متنوعة وغيرها يتبادلونها مع الجيران، حيث يلبسون اللباس التقليدي الأمازيغي ويضعون الحلويات في أحضان الأطفال الصغار، على أمل أن يكون عاما فيه خيرا وبركة، فهذا النص فيه دعوة صريحة ومباشرة لزيارة منطقة القبائل والاحتفال معهم، فالمتعلم هنا يتشوق لعيش مثل هذه الأجواء، فيصبح عارفا لتقاليد بلاده المتنوعة بتنوع المنطقة مع ضرورة الترسخ في ذهنه أنه يجب حماية التراث وما ورثناه من أجدادنا وإحياءه من جديد.

خاتمة

- مع انتهاء بحثنا الموسوم بـ "الاشهار السياحي في الكتاب المدرسي -الطور الابتدائي- دراسة سيميائية": توصلنا إلى مجموعة من الآراء والنتائج نذكر منها:
- الاشهار السياحي بالرغم من اختلاف وسائله إلا أن هدفه وغايته الأساسية جذب واستقطاب السياح.
 - السيمياء منهج مساعد في دراسة كل العلامات والأنساق كونه مرتبط بالاشهار السياحي إذ تأثيره قوي على المتعلم حيث يصبح له دافع لزيارة مكان ما مثلا الصحراء.
 - عند تحليل وقراءة الصور سيميائيا لابد لها من قواعد كما هو الحال بالنسبة للنص، إذ من الضروري وجود وتوفر ألوان مناسبة ورسومات هادفة ومحفزة والتي تكون قد خضعت لضوابط أكثر دقة وتكون موضوعة من قبل خبراء في ذلك المجال.
 - ضرورة الاهتمام بالجانب السياحي من خلال ربطه بالجانب التعليمي وذلك من أجل نشر ثقافة السياحة عند المتعلمين وترسيخها لخلق السلوك السياحي الإيجابي والرغبة في السفر للاستكشاف.
 - التعريف بالمناطق والثقافات السياحية المتنوعة التي تزخر بها بلادنا: كالفنادق، المعالم الأثرية التاريخية، الجبال، اللباس، الأطباق، ... الخ.
 - قيمة الكتاب المدرسي تكمن في ما يحمله من رسائل ايجابية كونه وسيلة تعليمية فبالتالي وجوب اختيار من هم أحق باختيار وتوزيع محتواه لأنتهي متناول أطفال (الطور الابتدائي).

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

1. المصادر

- 1- ابن منظور: لسان العرب، دار احياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، بيروت، لبنان، الطبعة الثالثة، الجزء السادس، مادة (سوم)، 1419 هـ-1999.
- 2- ابن الصيد بورني سراب وآخرون: كتاب اللغة العربية للسنة الرابعة والخامسة ابتدائي، الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية، السنة الدراسية: 2018/2017 - 2020/2019.
- 3- الرازي: مختار الصحاح، دار الحديث، القاهرة، مصر 2003.
- 4- طيب نايت سليمان وآخرون: كتاب اللغة العربية للسنة الثانية ابتدائي، الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية، السنة الدراسية 2018-2019.
- 5- الفيروز أبادي: القاموس المحيط، الطبعة الثانية، 1996.
- 6- فيصل الأحمر: معجم السيميائيات، مشورات الاختلاف، دار العربية للعلوم، ناشرون، الطبعة الأولى، 1431-2010.

2. المراجع

أ- المراجع العربية

1. ربحي مصطفى عليان ومحمد عبد الديس، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، عمان، الطبعة الثانية، 2003.
2. سعيد بن كراد: سيميائيات الصورة الإشهارية (الإشهار والتمثيلات الثقافية)، إفريقيا، الشرق، 2006.
3. شفيقة العلوي: تكنولوجيا الصورة واستخدامه في التعليم، أبحاث للترجمة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2004.
4. طلعت فهمي خفاجي: أدب الطفل في مواجهة الغزو الثقافي، دار وكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2004.
5. محمد الصغيري، التخطيط السياحي، دور الفكر الجامعي، مصر، 2007.
6. محمود جاسم الصميدعي، استراتيجية التسويق (مدخل كمي وتحليلي)، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، (د.ط)، 2000م.
7. محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، دار الفجر، القاهرة، مصر، ط 1، 2002.

8. محاسب محي الدين: اللغة والفكر والعالم، مصر، الشركة المصرية العالمية للنشر 1997.
9. محيا زيتون: السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر، دار الشروق، القاهرة، مصر، ط 1، 2002.
10. نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام والمجتمع (ظلال وأضواء)، دار الكتاب الجامعي، ط 1، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2004.
11. هبة خياري: خصائص الخطاب اللساني، دار الوسام العربي للنشر والتوزيع، ط 1، 1432، 2011.
12. وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث مصر، 2006.
13. وفاء صبحي، لغة الاشهار السياحي الجزائري (دراسة في الحجاج)، مجلة التواصل في اللغات والآداب، العدد 52، المجلد: 25، ديسمبر 2017.

ب-المراجع المترجمة

1. بيار غبروت: نقلا عن كتاب السيمياء، ترجمة أنطوان أبوزيد، منشورات عويدات.
2. بيرنار كاتولا: الاشهار والمجتمع، ترجمة سعيد بنكراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، (د، ط)، 2012.
3. رومان جاكسون، مفهوم الخطاب الشعري، ترجمة منور.

3. المقالات والمجلات

1. بشير ابرير: بلاغة الصورة وفعالية التأثير في الخطاب، نظرة سيمائية تداولية، الملتقى الوطني للسيمياء والنص الأدبي، 2002.
2. بيريح حسين جمعة الربيعي: الأساليب الاخراجية للصورة الصحفية في الجرائد اليومية، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 2، 19 مارس 2014، بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، 2015.
3. جلال جشاب: العلامة الأيقونية والتواصل الاشهاري العربي، محاضرات الملتقى الخامس، 2008. (ملتقى)
4. جميل حمداوي: نظريات وظائف اللغة، صحيفة المتقف.
5. عادل بوديار: الخطاب الاشهاري من الترويج إلى صناعة الثقافة، كلية الآداب للغات، جامعة تبسة 2017. (مقال)

6. عايد حمدان: أثر اختلاف استراتيجيات التلويح في برمجة تعليمية التحصيل مجلة جامعة دمشق، مجلد 25، العدد 3-4، 2009.
7. عدلي الهواري ويامنة الجراي: لغة الاشهار السياحي، مجلة عود الند، تونس، العدد 78، 2012.
8. محمد خان: العلامة الأيقونية والتواصل الاشهاري العربي ، محاضرات الملتقى الخامس 2008. (ملتقى).
9. محمد الركيك: نظرية التواصل في ضوء اللسانيات الحديثة، كلية الآداب، تازة. (مقال)
- 4. الرسائل الجامعية**
1. حليم نور الدين: أنماط الخطابات الاشهارية في الصحافة المكتوبة، رسالة ماجستير في اللغة والأدب العربي، جامعة تيزي وزو، 2017.
2. سعدية محسن عايد الفضلي: ثقافة الصورة ودورها في إثراء التذوق الفني لدى الملتقى، دراسة مقدمة إلى قسم التربية الفنية بجامعة أم القرى كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في التربية الفنية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، الموسم الدراسي 2010.
- 5. المواقع الالكترونية**
1. الموقع الالكتروني: فيلادلفي www.arknowledge.net ينظر باسل سهيل ابراهيم مقال بعنوان "وظائف اللغة".

طابق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التربية الوطنية

كتّابي

في

2

اللغة العربية

التربية المدنية

التربية الإسلامية

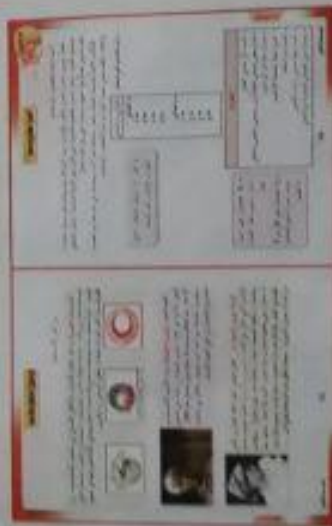


السنة الثانية من التعليم الابتدائي

المحفوظ فلان



من نضج مختار الإدماج انطلاقا



التوثيق والثقافة
جيز لتوسيع
المعلومات

إنجاز المشروع

مختار
مختار
مختار

مختار
مختار
مختار

مختار
مختار
مختار



تقديم
مختار
مختار

المختار
المختار



المختار
المختار

مختار
مختار

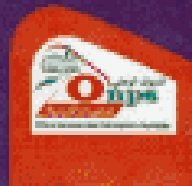
مختار
مختار

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التربية الوطنية



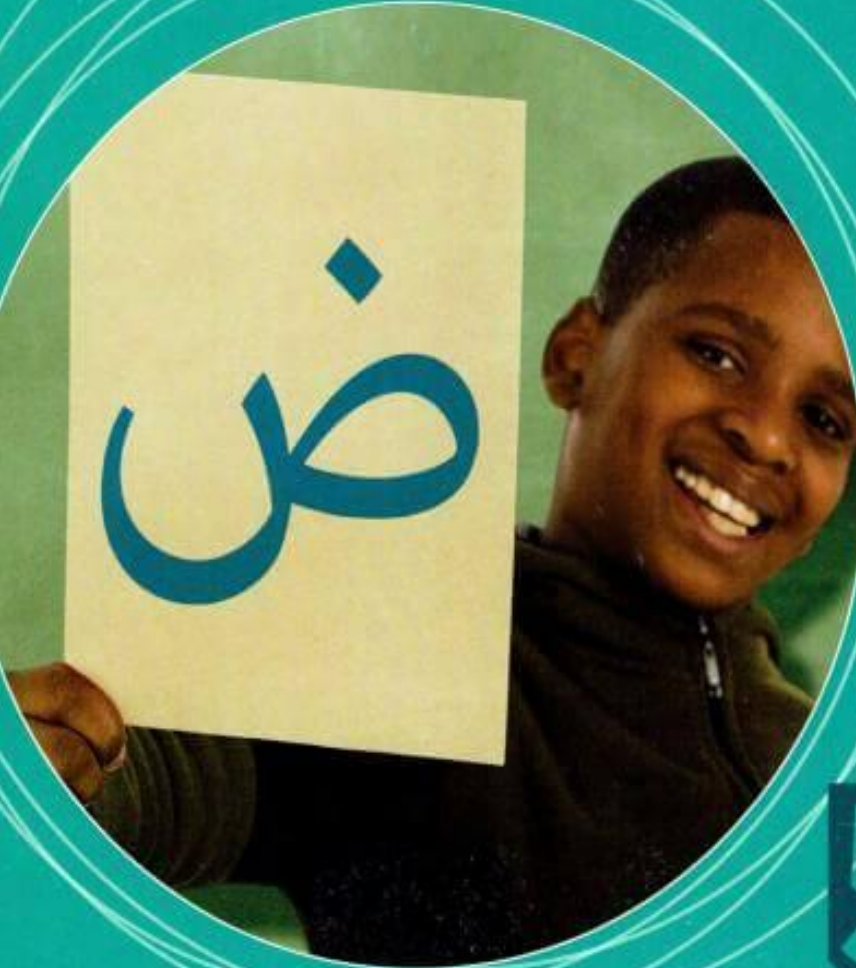
اللغة العربية

4
ابتدائي



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التربية الوطنية

اللغة العربية



5 ابتدائي



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وعران

إهداء

المقدمة.....	ج-ا
مدخل: مفاهيم مفتاحية (السيمياء، السياحة، الاشهار، الخطاب).....	6
1. السيمياء.....	6
أ- لغة.....	6
ب- شرعا.....	6
2. السياحة.....	6
أ- لغة.....	7
ب- شرعا.....	7
ت- أنواع السياحة.....	8
3. الاشهار.....	11
أ- لغة.....	11
ب- شرعا.....	11
ت- أنواع النص الاشهاري.....	12
3. الخطاب.....	15
أ- لغة.....	15
ب- شرعا.....	15
5. العلاقة بين الاشهار والسياحة.....	16
- المقاربة السيميائية للخطاب الاشهاري.....	17

فهرس المحتويات

20	الفصل الأول: أغراض اللغة ووظائفها
21	المبحث الأول: اللغة لأغراض خاصة ووظائفها
21	* اللغة لأغراض خاصة ووظائفها
24	* وظائف اللغة عند رومان جاكسون
28	المبحث الثاني: اللغة والاشهار السياحي
35	الفصل الثاني: الصورة ولونها في كتب اللغة العربية للطور الابتدائي وانزياحاتها
37	المبحث الأول: الطفل والصورة في عملية التعليم والتعلم
37	أ- صورة الغلاف
38	ب- الكتاب المدرسي
38	ت- الصورة وشروط اختيارها
39	ث- أنواع الصور
46	المبحث الثاني: الألوان وتأثيرها على المتعلم
46	أ- الألوان والبيئة
62	خاتمة
64	قائمة المراجع
67	الملحق
73	فهرس المحتويات
74	الملخص

تتاول بحثنا الذي يحمل عنوان "الاشهار السياحي في الكتاب المدرسي -الطور الابتدائي- الذي درسناه دراسة سيميائية مدى ارتباط الصورة والنص بالاشهار السياحي كون الصور تحمل ألوان ودلالات خفية يسعى المتعلم لفك شفراتها وبالتالي الاحاطة بجوانب النص وإلى ما يهدف إليه، فالصورة مثلا تمثل لباس منطقة ما أو مكان ما المقصد الرئيسي منها هو لفت وجذب انتباه المتعلم حتى يسرح بخياله إلى ذلك المكان فتستهويه الألوان ويصبح متشوق لزيارة ذلك المكان وهذا هو الهدف الأساسي من الاشهار السياحي فالصورة تجسيد لكلمات النص، فهما يكملان بعضهما ليتحقق الهدف المرجو ألا وهو "جذب السياح والترويج".

Summary

Our research, titled "Tourism Publicity in Arabic Language Books - The Primary Phase A Model - Chemical Study, examined the extent of the link between the image and the text of the tourism advertisement, because the pictures carry hidden colors and semantics, the learner seeks to decipher the aspects of the text and what he aims to achieve. The picture, for example, represents the dress of an area or a place, the main purpose of which is to attract the learner's attention to that place, so he desires to this place To visit this place, and this is the main goal of tourism advertising. The image is the expression of the words of the script. They complement each other to achieve the desired goal, which is to "attract tourists and promote".

Résumé

Notre étude, intitulée "Les signes touristiques dans les livres de langue arabe - Modèle de l'école primaire - Étude chimique - a décrit la relation entre l'image et le texte et la publicité touristique. Les images ont des couleurs et des connotations cachées que l'apprenant cherche à briser, et donc à prendre en compte les aspects du texte et les objectifs. Par exemple, l'image représente le tissu d'une région ou d'un lieu de destination principale, et attire l'attention de l'apprendre jusqu'en lui permettre d'avoir des imaginaires. Et ils impatient de visiter cet endroit, et c'est l'objectif principal de la publicité touristique. L'image est le résultat des mots du texte, qui se complètent pour atteindre l'objectif souhaité, à savoir « attirer les touristes et promouvoir ».