

القيم الاجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي
(دراسة سمبوطية عند رولاند برتيس)



بحث جامعي

إعداد :

مهمدي إزمية

رقم القيد : ١٥٣١٠١٣٩

قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠١٩

القيم الاجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي

(دراسة سمبوتقية عند رولاند برتيس)

بحث جامعي

مقدم لاستيفاء شروط الاختبار النهائي للحصول على درجة سرجانا (S-1)

في قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية

مالانج

إعداد :

مهمدي إزيمة

رقم القيد : ١٥٣١٠١٣٩

المشرف :

أحمد خليل ، الماجستير

رقم التوظيف : ١٩٧٤١١٠١٢٠٠٠٣١٢١٠٠٤



قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠١٩

تقرير الباحثة

أفيدكم علماً بأنني طالبة :

الاسم : مهمدتي إزمية

رقم القيد : ١٥٣١٠١٣٩

موضوع البحث : القيم الاجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي (دراسة

سميوطيقية عند رولاند برتيس)

أحضرتة وكتبته بنفسي وما زدته من إبداع غيري أو تأليف الآخر، وإذا ادعى أحد في المستقبل أنه من تأليفه وتبين أنه من غير بحثي، فأنا أتحمّل المسؤولية على ذلك ولن تكون المسؤولية على المشرف أو مسؤولي قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

تحريراً بمالانج، ٢٠ مايو ٢٠١٩

الباحثة
 مهمدتي إزمية

رقم القيد: ١٥٣١٠١٣٩

تصريح

هذا تصريح بأن رسالة البكالوريوس للطالبة باسم مهمديتي إزمية ، تحت العنوان : القيم الاجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي (دراسة سمبوتيقية عند رولاند برتيس) قد تم الفحص والمراجعة من قبل المشرف وهي صالحة للتقدم إلى مجلس المناقشة لاستفتاء شروط الاختبار النهائي للحصول على درجة البكالوريوس في قسم اللغة العربية و أدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا ملك إبراهيم مالانج.

مالانج، ٢٠ مايو ٢٠١٩

الموافق

رئيس قسم اللغة العربية وأدبها

المشرف

الدكتور حلبي، الماجستير

أحمد خليل، الماجستير

رقم التوظيف : ١٩٨١٠٩١٦٢٠٠٩٠١١٠٠٧

رقم التوظيف : ١٩٧٤١١٠١٢٠٠٠٣١٢١٠٠٤

المعرفة،

عميدة كلية العلوم الإنسانية

الدكتورة شافية، الماجستير

رقم التوظيف : ١٩٦٢٠٩١٠١٩٩٠٣٢٠٠٢

تقرير لجنة المناقشة

لقد تمت مناقشة هذا البحث الجامعي الذي قدمته:

الاسم : مهمدتي إزمية

رقم القيد : ١٥٣١٠١٣٩

العنوان : القيم الإجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي (دراسة سمبوطيقية

عند رولاند برتيس)

وقررت اللجنة بنجاحها واستحقاقها درجة سرجانا (S-1) في قسم اللغة

العربية وأدبها لكلية العلوم الإنسانية بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

تحريرا بمالانج، ٢٠ مايو ٢٠١٩

لجنة المناقشة

- ١- عبد الرحمن، الماجستير (رئيس اللجنة) (التوقيع)
رقم التوظيف: ١٩٧٤٠٦١٠٢٠٠٥٠١١٠٠٣
- ٢- الدكتور عبد المنتقم الأنصاري (المختبر الرئيسي) (التوقيع)
رقم التوظيف: ١٩٨٤٠٩١٢٢٠١٥٠٣١٠٠٦
- ٣- أحمد خليل، الماجستير (السكرتير) (التوقيع)
رقم التوظيف: ١٩٧٤١١٠١٢٠٠٠٣١٢١٠٠٤

المعرف

عميدة كلية العلوم الإنسانية

الدكتورة شافية، الماجستير

رقم التوظيف : ١٩٦٦٠٩١٠١٩٩١٠٣٢٠٠٢

الاستهلال

وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ

فِي عَوْنِ أَخِيهِ

*“Dan Allah senantiasa menolong hamba
selama ia menolong saudaranya”*

(H. R. Muslim)

الإهداء

الحمد لله، أهدي هذا البحث الجامعي إلى :

أبي عبد المعيد وأمي نور حسنة، أكبر حافز في حياتي الذين لم يتعبوا من الدعاء من أجلي ومحبة لي، على كل التضحيات والصبر التي قادتني إلى هذا اليوم. لن أكون قادرًا على سداد الحب الكبير الذي قدمه أبي وأمي.
 أختي: أميلات نفيسة، فترتن ناجا واخي: صلاحودين أبدي، ابن عبد الله، مُحَمَّد رزقي البنا.
 الاعز عائلة كبيرة في منزل بوغانفيل، و أصدقائي في كلية العلوم الإنسانية واللغة العربية وآدابها (الفرزدق) ٢٠١٥.

توطئة

إن الحمد لله، نحمده ونستعينه ونستغفره ونستهديه، ونعوذ بالله من سرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهد الله فلا مضل له، ومن يضلل الله هادي له. أما بعد: فقد تم هذا البحث بعون الله ورحمته وهدايته ورضونه، تحت العنوان " صورة الحب في فيلم "بركة" يقابل بركة" (دراسة تحليلية سمبوطيقية) ". ولقد سعد الباحثة كل السعادة على تمام هذا البحث البسيط لإستقاء بعض الشروط التي تتعلق بالدراسة الآخرة والحصول على درجة سرجانا لكلية العلوم الإنسانية في قسم اللغة العربية وأدبها جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

ولا أنسى أن أقول شكري الوافر وتقديري اللائق لمن كان له الفضل الكبير في اتمام هذا البحث مادية كانت أم روحية، مباشرة كانت أم غير مباشرة. ولعل الله أن يجزيهم بأحسن الجزاء. وخصوصا إلى :

١. الأستاذ الدكتور عبد الحارس، مدير الجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

٢. الدكتورة شافية، عميدة كلية العلوم الإنسانية.

٣. الدكتور حليمي، رئيس قسم اللغة العربية وأدبها.

٤. الدكتور أحمد مزكي، الماجستير، المشرف في تأليف هذا البحث الجامعي.

٥. كياهي الحاج حمزاوي، المشرف الذي رافقني منذ مستوى الأول حتى مستوى الخامس.

٦. الدكتور عبد البسيط، الماجستير، المشرف الذي رافقني منذ مستوى الخامس حتى مستوى الثامن.

٧. جميع الأساتيد والأستاذات الأعزاء في قسم اللغة العربية وأدبها.

٨. جميع أصحابي الذين قد اعطوا الحماسة في اتمام هذا البحث الجامعي.

أخيراً، أقول لهم شكراً جزيلاً على كل مساعدتهم جميعاً. وجعلنا الله وإياهم من أهل العلم والعمل والخير، ولا يفوت عن رجائي أن ينفع هذا البحث الجامعي للباحثة وسائر القراء. امين يا رب العالمين.

تحريراً بمالانج، ٢٠ مايو ٢٠١٩

الباحثة

مهمدي إزمية

رقم القيد : ١٥٣١٠١٣٩



مستخلص البحث

مهمدتي إزمية، ١٣٩٠، ١٥٣١٠. القيم الإجتماعي في إعلان شهر رمضان شركة المراعي (

دراسة سيميوطيقية عند رولاند برتيس) البحث الجامعي. قسم اللغة العربية وأدبها كلية

العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

مشريف : أحمد خليل المجستير

الكلمات الرئيسية: السميوطيقا ، الإعلان ، القيم الاجتماعية

السميوطيقا هو علم أو طريقة تحليل لفحص العلامات. دراسة السيميوطيق في الأعمال الأدبية، واحد منهم هو إعلان. يرتبط الإعلان بنظام الإشارات الموجود فيه. العلامات هي مفاهيم ذهنية نستخدمها لتقسيم الواقع وتصنيفه حتى نتمكن من فهم تلك الحقيقة. الرسالة في إعلان هي جميع العلامات والرموز الذي تبحث عن العلامة. واحد منهم هو القيم الاجتماعية في الإعلان شهر رمضان شركة المراعي الذي وصفت من خلال العلامة.

أما نوع البحث في هذا البحث هي دراسة كيفية (qualitatif) التي يستميل المنهج الوصفي (deskriptif metode). مصادر البيانات في هذا البحث يتكون على قسمين، وهما مصادر الرئيسية ومصادر الثانوية. المصادر الرئيسية هي اعلانين "شركة المراعي في شهر رمضان" ومصادر الثانوية هي كتب النظرية السيميوطيقية رولاند بارثيس والأوراق العلمية الأخرى الذي يتعلق بالموضوع. وطريقة تحليل البيانات في هذا البحث هي المنهج الوصفي. أهداف البحث في هذا البحث العلمي هي لمعرفة معاني الدلالة، معاني الضمني والأساطير في الإعلان شهر رمضان الشركة المراعي، وكذلك معرفة القيم الاجتماعية في الإعلان رمضان الشركة المراعي.

نتائج البحث هي تم العثور على نتائج البحوث التي حصل عليها الباحثون في هذه الدراسة معاني الدلالة في الإعلان الأول كان هناك سبعة مشاهد تصور الواقع أو التفاعل الاجتماعي في الحياة اليومية، وفي الإعلان الثاني، توجد أربع مشاهد في هذا الإعلان تصف الواقع أو التفاعل الاجتماعي في المجتمع في الحياة اليومية. وجدت معنى الضمني في الإعلان الأول تصوير الطبقة الاجتماعية التي كانت متناقضة للغاية بين الفقراء والأغنياء، والبساطة والرفاهية (الطبقة الاجتماعية)، وضعيفة وعاجزة، تهتم بمصير الآخرين. في الإعلان الثاني، معنى الضمني هو رعاية الآخرين، عبادة الله (الصلاة). تتعلق الأساطير في الإعلانات بنتائج التفاعلات في المجتمع مثل

وجود طبقة اجتماعية، ورعاية الموقف تجاه مصير الآخرين، واحترام الوالدين. بينما في الإعلان الثاني الذي يتناول الأمور المتعلقة بالعلاقة بين البشر والآلهة، والبشر مع إخوانهم من البشر. ووجدت ١١ مشاهد تحتوي على قيم اجتماعية. القيم الاجتماعية هي: قيم اجتماعية الأخلاقية، قيم اجتماعية الاداب، قيم اجتماعية الدينية، قيم اجتماعية القانونية.



ABSTRACT

Mihmidati Izmiyah, 15310139, 2019, *Social Values In Advertising Month Of Ramadhan Company Almarai, Semiotic study Roland Barthes.* Thesis Research. Arab letters and language Departement, Faculty of Humanities, Maulana Malik Ibrahim Islamic State University of Malang

Supervisor : Ahmad Kholil, M.Fil.I.

Keyword : Semiotics, Advertising, Social Values

Semiotics is a science or method for analysing and examining signs. Semiotic studies are found in various literature works, one of them is advertising. An advertisement is related sign system in it. Signs are mental concepts that we use to divide reality and categorize it so we can understand that reality. The message that delivered in the advertisement is a collection of signs in the form of codes which are a system of organizing signs. one of them is the social values contained in the advertisement "the company almarai" through signs.

This type of research is a Qualitative uses a Descriptive approach, while the data sources used in this research consist of primary and secondary data. Primary data in this research are two adverts of the company Almarai edition of the month of Ramadan and secondary data is from semiotic books that discuss the theory of Roland Barthes and journals or research relevant to the title. The data collection way in this study is the documentation method. This research aims to find out what connotation meanings, denotation meanings and myths in the company's advertisement edition of the month of Ramadan, as well as knowing the social values contained in the advertisement of the company edition of the month of Ramadan.

The results of the research obtained by researchers in this study were found denotation. In the first advertisement there were seven scenes that depicted reality or social interaction in daily life. In the second advertisement there were four scenes in this advertisement describing reality or social interaction in society in life daily. Found the connotation meaning In the first advertisement the depiction of social class that was very contrasting between poor and rich, simplicity and luxury (social class), weak and helpless, concerned with the fate of others. In the second ad the connotation meaning is, caring for others, worshiping Allah (prayer). The myths in advertising are about the results of interactions in society such as the existence of social class, caring attitude towards the fate of others, and respect for parents. Whereas in the second advertisement that is about matters relating to the relationship between humans and gods, and human beings with fellow human beings. and found 11 scenes that contain social values. Social values are: social moral values, social ethics values, religious social values, and social and legal values.

ABSTRACT

Mihmidati Izmiyah, 15310139, 2019, Nilai-Nilai Social dalam Iklan Bulan Ramadhan Perusahaan (Pendekata Semiotika Roland Barthes).

Penelitian Skripsi. Jurusan Bahasa dan Sastra Arab. Fakultas Humaniora. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pembimbing :Ahmad Kholil, M.Fil.I

Kata Kunci : Semiotika, Iklan, Nilai Sosial

Semiotika adalah ilmu atau metode untuk menganalisis dan mengkaji tanda. Kajian semiotika banyak ditemukan dalam berbagai karya sastra salah satunya yaitu iklan. Sebuah iklan berkaitan dengan system tanda di dalamnya. Petanda-petanda merupakan konsep mental yang kita gunakan untuk membagi realitas dan mengkategorikannya sehingga kita bias memahami realitas tersebut. Pesan yang disampaikan dalam iklan, merupakan kumpulan tanda-tanda berupa kode-kode yang merupakan system pengorganisasian tanda. salah satunya adalah Nilai-nilai sosial yang ada dalam iklan "*perusahaan almarai*" digambarkan melalui tanda-tanda.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan skunder. Data primer dalam penelitian ini yaitu dua iklan perusahaan Almarai edisi bulan ramadhan.dan data skunder yaitu dari buku-buku semiotika yang membahas teori Roland Barthes dan jurnal atau penelitian yang relevan dengan judul. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu metode dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa makna konotasi, makna denotasi dan mitos dalam iklan perusahaan almarai edisi bulan ramadhan, serta mengetahui nilai-nilai social yang ada dalam iklan perusahaan almarai edisi bulan ramadhan.

Hasil penelitian yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini adalah ditemukan makna denotasi Pada iklan pertama ada tujuh scene yang menggambarkan realitas atau interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari, Pada iklan kedua ada empat scene yang ada dalam iklan ini menggambarkan realitas atau interaksi sosial di masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Ditemukan makna konotasi Pada iklan pertama penggambaran kelas sosial yang sangat kontras antara miskin dan kaya, kesederhanaan dan kemewahan (kelas sosial), lemah dan tidak berdaya, perduli dengan nasib orang lain. Pada iklan kedua makna konotasinya adalah, rasa perduli terhadap orang lain, ibadah kepada allah (shalat). Mitos yang ada dalam iklan adalah mengenai hasil dari interaksi di masyarakat seperti adanya kelas social, sikap perduli terhadap nasib orang lain, dan sikap hormat terhadap orang tua. Sedangkan dalam iklan kedua yaitu mengenai hal-hal yang berhubungan dengan hubungan manusia dengan allah, dan manusia dengan sesama manusia. dan ditemukan 11 scene yang mengandung nilai-nilai sosial. nilai -nilai sosial itu adalah : nilai sosial moral, nilai sosial etika, nilai sosial agama, dan nilai sosial hukum.

محتويات البحث

	صفحة الغلاف
أ	تقرير الباحثة
ب	تصريح
ج	تقرير لجنة المناقشة استهلال
د	إهداء
هـ	توطئة
و	مستخلص البحث
ح	محتويات البحث
ل	قائمة الجداول
ن	قائمة الصور
١	الباب الأول : مقدمة
١	أ- خلفية البحث
١	ب- أسئلة البحث
٣	ج- أهداف البحث
٣	د- فوائد البحث
٤	هـ- تحديد البحث
٥	و- تحديد المصطلحات
٥	ز- الدراسات السابقة
٧	ح- منهج البحث
٧	١- أنواع البحث ومدخله
٨	٢- مصادر البيانات
٨	٣- طريقة جمع البيانات

١٠	٤ - طريقة تحليل البيانات
١٢	الباب الثاني : الإطار النظري
١٢	أ- السميوطيقا
١٢	١- مفهوم سميوطيقية
١٣	٢- السميوطيقية عند رولند بارتس
١٦	ب- القيم الاجتماعية
١٦	١- مفهوم القيمة
١٧	٢- القيم الاجتماعية
١٧	٣- خصائص القيم الاجتماعية
١٨	٤- أنواع القيم الاجتماعية
١٩	٥- وظيفة القيمة الاجتماعية
٢٠	ج- الإعلان
٢٠	١- مفهوم اعلان
٢٢	ب- أنواع اعلان
٢٥	الباب الثالث : عرض البيانات وتحليلها
٢٥	أ- إعلان المراعي
٢٧	ب- تحليل معني الدلالي ومعني الضمني والأسطورة في إعلان شركة المراعي
٢٧	١- المشهد الأول
٣٠	٢- المشهد الثاني
٣٢	٣- المشهد الثالث
٣٤	٤- المشهد الرابع
٣٦	٥- المشهد الخامس
٣٨	٦- المشهد السادس

٣٩	٧- المشهد السابع
٤٢	٨- المشهد الثامن
٤٣	٩- المشهد التاسع
٤٤	١٠- مشهد العاشر
٤٦	١١- المشهد الحادي عشر
٤٨	١٢- المشهد الثاني عشر
٤٩	١٣- المشهد الثالث عشر
٥٠	ج- القيم الاجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي
٥٠	١- القيم الاجتماعية الآداب
٥١	٢- القيم الاجتماعية للأخلاق
٥١	٣- القيم الاجتماعية الدينية
٥٢	٤- القيم الاجتماعية القانونية
٥٣	الباب الرابع : الإختتام
٥٣	أ- الخلاصة
٥٥	ب- الاقتراحات
٥٦	قائمة المصادر والمراجع
٥٩	السيرة الذاتية
قائمة الجدول	
١٣	جدول ٢.١
١٤	جدول ٢.٢
١٥	جدول ٣.٢

الباب الأول

مقدمة

أ- خلفية البحث

الإعلان هو جزء من الحياة الإنسان الذي لا يمكن فصلها. في كل وقت تتنافس الإعلانات مع بعضها البعض لجذب التعاطف المجتمع. الإعلان أشكال ويحدد المجتمع في اتخاذ القرارات والخيارات (أزهار، ١٥٠: ٢٠١٤).

قال إسواندي شهفترا (سوفيانة: ٢٠١٠: ١) يملك الإعلان شكل متنوعة، مثال الإعلان المطبوع (المجلات والملصقات واللوحات الإعلانية والنشرات) وإعلان إلكتروني، مثل الإعلان على التلفزيون والإنترنت. اليوم، التلفزيون والإنترنت أكثر وسائل الإعلام شهرة وتأثير كبير على المجتمع. بالمقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى. التلفزيون منذ فترة طويلة جزء واحد مع الحياة اليومية للأفراد والأسر والمجتمع. بدأ التلفزيون في تغيير تقليد الأسرة والمجتمع ببطء، خاصة في تعليم الأطفال، وكان التلفزيون قادرًا أيضًا على تقديم تعريفات دينية وروحية للجمهور. عندما نشاهد التلفزيون، هناك العديد من الإعلانات التي تظهر، كل من الإعلان المجتمعي والإعلان التجاري (المنتجات والخدمات). والإعلان هو أحد الوسائط وتأثير الأكثر نفوذًا والأهمية لمنتجات في إعلام السلعة أو الخدماتهم في شكل إعلانات. التلفزيون قادر على تقديم الجمع بين السمعي والبصري حتى يفهم المجتمع ويهتم بما يقول في الإعلان (سوفيانة: ٢٠١٠: ١).

قال سومب (١٢: ٢٠٠٩). الإعلان هو أحد مظاهر الثقافة الجماهيرية، ليس فقط بهدف تقديم والتأثير على المستهلكين لشراء السلع والخدمات. الإعلان يساهم أيضًا في انتشار بعض القيم الموجودة فيه.

قال بوكن (١٣٣: ٢٠٠٧) إعلان هو صورة الحقيقة (realitas) في المجتمع، لذلك يمكن أن تنتشر القيم الاجتماعية والثقافية والسياسية وغيرها". وقال سهيف

(٢٠٠٣:٤٣) حركة فوائد الرموز قد زيادة واسعة يتم في مجل الاتصالات التسويقية الذي تطبيقي مجال الإعلان.متصل الإعلان (*komunikator iklan*) كثيرا ما ليستعمل اللغة رمزي (*figuratif*) أو غير حرفي (*non literal*) لبيتدع الصلة الرمزي.

ينقل الرسالة من خلال وسائل الاتصال مثل الانترنت (*internet*)، والراديو، والتلفزيون، في الوقت الحاضر هو شائع. لأن الرسالة التي نقل بوسائل الاتصال هذا سهلة للغاية وفعالة. هذا يدفع المعلنين إلى تضمين قيم خاصة في الإعلان عن سلعمهم وخدماتهم (سومب، ١٢:٢٠٠٩).

شركة المراعي تعمل في مجال المنتجات الغذائية والمشروبات، في ٢٩ يونيو ٢٠١٥ قامت بإعلان خاص تحت موضوع في شهر رمضان. تنقل شركات المراعي وتتضمن العديد من الرسائل التي تحتوي على قيم اجتماعية من خلال إعلانات البث التي تتجسد في عدد مشاهد من الصور التي لعبت بشكل جيد بواسطة الفنان أو النموذج وذلك لجذب الجمهور.

القيم الاجتماعية في الإعلان الشركة المراعي تتجسد مع العلامة. علامة في الإعلان، تصبح تمثيل (*representasion*) الكائنات أو المفاهيم في العالم الحقيقي. يمكن تعريف التمثيل (*representasion*) على استخدام العلامات (الصور والأصوات وغيرها) للاتصال أو الوصف أو التصوير أو إنتاج شيء الذي ينظر أو استشعاره أو تخيله أو الشعور به في أشكال مادية معينة (دنسي، ٢٤:٢٠١٠).

يرتبط الإعلان بنظام العلامة الموجود فيه. العلامات هو المفهوم العقلي نستخدمها لتقسيم الواقع تصنيفه حتى نتمكن من فهم تلك الحقيقة. يصدر الرسالة في الإعلان، هي عبارة عن مجموعة من العلامة في شكل رموزالذي نظام إدارة العلامات (درموان: ١٠٤:٢٠٠٦).

السميوطقا هي الطريقة الصحيحة لتحليل وتشريح العلامات في الإعلان. السميوطيقا هو علم أو طريقة تحليل لفحص العلامات. علامت هي الأجهزة التي

نستخدمها في محاولة إيجاد طريقة في هذا العالم، في وسط البشر ومع البشر (صابور، ١٥:٢٠٠٦). طور رولاند برتيس (Roland Barthes) في نظريته نظامين للوسم متعدد المستويات، يسمى نظام الدلالة والدلالة (أردينا، وأخواتها: ٤٢٨٣:٢٠١٥).

بناء على خلفية البحث السابقة، ستقوم الباحثة الباحث العلمي بعنوان: "القيم الاجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي (دراسة سمبوتيقية عند رولاند برتيس)".

ب- أسئلة البحث

بناء على خلفية البحث السابقة، أن أسئلة البحث كما يلي:

- ١- ما المعنى الدلالي (conotation) والمعنى التضميني (denotation) وأسطورة (myth) في إعلان شهر رمضان شركة المراعي؟
- ٢- ما القيم الاجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي؟

ج- أهداف البحث

أما أهداف البحث المناسبة بأسئلة البحث السابقة، فهي كمايلي:

- ١- لمعرفة المعنى الدلالي (conotation) والمعنى التضميني (denotation) وأسطورة (myth) في إعلان شهر رمضان شركة المراعي.
- ٢- لمعرفة القيم الاجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي.

د- فوائد البحث

لكل البحث يملك على الفوائد. وهذا البحث تتكون على فائدتين، وهما فوائد النظرية وفوائد التطبيقية.

١- الفوائد النظرية

أ) إضافة النظرة والمعارف على مفهوم اللغويات الحديثة، وخاصة نظرية سمبوتيقية.

ب) إضافة النظرة والمعارف على نظرية سمبوطيقية و تطبيقه في إعلان.

٢- الفوائد التطبيقية

أ) للباحثة:

إضافة النظرة والمعارف على مفهوم لباحثة وتمكن الباحثة من تطبيق المنهج الوصفي لتحليل تمثيل القيم الإجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي على منظور سمبوطيقية رولان بارتيس.

ب) للجامعة:

يضيف هذا البحث المراجع التي يمكن استخدامها من قبل جميع الأطراف المحتاجة. ومن المتوقع أيضا أن يكون هذه البحث قادرا على مساهمة الأفكار اللغويات والأدب في كلية الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

ج) للقارئ:

هذا البحث يجعل القارئ قادرا على معرفة المزيد والفهم النظرية سمبوطيقية خاصة نظرية رولاند بارتيس وتمثلها في الاعلان.

هـ- تحديد البحث

اعتقدت الباحثة أن كثير من نوع الإعلان تظهر في شهر رمضان وكل واحد منها ممتع. مثل الإعلان الشركة "المراعي" كل عام في شهر رمضان، هم يصنعون اعلانات خاصة إلى جانب الترويج للمنتجات والخدمات، كما نجد فيها تشمل عناصر من رمضان. ولأجل تقصير هذا البحث، كانت حدود البحث فيها، قامت الباحثة بالتركيز على هذا البحث في إعلانات شهر رمضان شركة المراعي التي انتشرت على اليوتوب في ٢٩ يونيو ٢٠١٥ و١ يوليو ٢٠١٣.

و- تحديد المصطلحات

لمعرفة معاني المصطلحات في هذا البحث العلمي تحت العوان " القيم الانسانية في اعلان شهر رمضان شركة المراعي (دراسة سميوطيقية عند رولاند برتيس)" فشرح الباحث المصطلحات في العنوان وهي كمايلي:

أ- القيم : مبدأ عام فيما يتعلق بمقيار التقييم واختيار عمل والمثل

العليا لأفراد المجتمع والقيمة هي مفاهيم التكوين العقلي القائمة على السلوك البشري (ميلدية: ٢٠: ٢٠١٤).

ب- الإجتماعية : فيما يتعلق بالمجتمع. ويسعدني الاهتمام بالمصالح العامة (مفيدة وخيرية واخري)¹.

ج- إعلان : الأخبار أو رسالة ليشجيع أو يفتين الناس بالتوجيه إلى

السلع والخدمات المقدمة، إخطار على الناس بالسلع والخدمات المباعة، الربط في وسائل الإعلام جماهيري (مثل: الصحف والمجلات) أو في مكان عام².

ز. الدراسة السابقة

ومن إحدى المراجع، قد وجدت الباحثة دراسات سابقات مساويا البحث، منها:

١- سيتي صافية، ٢٠١٠، طالب قسم دراسات الإتصال الإسلامية، كلية العلوم الدعاية والإتصال، جامعة الشاريف هداية الله الإسلامية الحكومية جاكرتا. تحت الموضوع "تحليل السميوطيقية في إعلان الشهر رمضان ١٤٣٠ هـ حليب بنديرا (Susu Bendera) على التلفزيون"، نتائج البحث هي إعلان الشهر رمضان ١٤٣٠ هـ حليب بنديرا (Susu Bendera)، يعرف الباحث

¹ <http://kbbi.web.id/sos>

² <http://kbbi.web.id/iklan>

عندما تشرب عائلة اندونيسية كوبا واحدا من الحليب البنديرا، يمكن ان ينفذ الصيام الرمضان بقوة كما تصور نموذج في الإعلان. وقد وجد أسطورة أن البكاء والأكل وإهدار الريح في الماء لا يلغي الصيام.

٢- نور إنداع لوهوليماء، ٢٠١٦، طالبة قسم اللغة العربية وأدبها، كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. تحت الموضوع "دراسة سميوطيقية اعلان ميلد *A Maild*" ومن هذا البحث يعرف أن شركة سامبورنا (PT Samporna Tbk) أخرجت اعلان سيجارة *A maild* نسخة الخطاوة في التاريخ السادس من فبراير ٢٠١٦ نظرا الي المعنى الدلالي والتضميني من هذا الاعلان، حصلت الباحثة علي النتيجة أن اعلان سيجارة اعلان *A Maild* نسخة الخطاوة له الرسالة والمعنى والشهيق القوية، لأن الخطاوة ليست أمرا سهلا لكل الناس، لاسيما حينما كانت هي أول خطوات من السفارة.

٣- أعزة الأفئدة، ٢٠١٦، طالبة قسم اللغة العربية وأدبها، كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. تحت الموضوع "تصوير امرأة في فلم "وجد" (دراسة سميوطيقية) أما نتائج البحث التي قد وجد من البحث فهي الأول: وجد كثيرا من معني الحقيقي الذين يعبر عن تصوير امرأة العرب الحقيقية كحقوق المرأة التي وجبت نيلها بامرأة العرب والتربية والحجاب ون فهمها عن الشريعة الإسلامية وثقافة الزواج امبكر وحياة التزوج. والثاني: من ذلك المعنى الحقيقي الذي قد وحد يستطيع أن يعرف بها المعنى التضميني الذي يعبر تصوير امرأة العرب الحقيقية.

يستند الي نتائج البحث في الدراسة السابقة، يمكن الاستنتاج أن موقع إختلاف في هذا البحث مع الدراسة السابقة هو من حيث موضع البحث في هذه الحالة هو إعلان شهر رمضان شركة المراعي (<https://ar.m.wikipedia.org/wiki/> شركة المراعي). الإعلان الذي ينتجه شركة

مساهمة سعودية تعمل في مجالات الزراعة، ومنتجات الألبان، وتوزيع المواد الغذائية، تشمل السعودية ودول الخليج العربي. تعتقد الباحثة أن هذا الإعلان لم يدرسه بالباحثة الاخرون.

ح- منهجية البحث

قال الصاوي مُجد مبارك (١٩٩٢:٢٦) أن منهج البحث هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة الظواهر، بقصد تشخيصها، وتحديد أبعادها، ومعرفة أسبابها، وطرق علاجها، والوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها. فالمنهج فن تعظيم الأفكار، سواء للكشف عن حقيقة غير معلومة لنا، أو لإثبات حقيقة نعرفها.

من هذا التعريف يبدو أن من أهم الأمور في البحث العلمي منهجا، وبدونه إنما يصبح البحث مجرد حصر ومجموعة المعارف، وبدونه فيغيب الإبداع العلمي. فالبحث العلمي، يعتمد على منهج منظم للتفكير العقلي لعلاج المشكلة. (مبارك، ١٩٩٢، ٢٦-٢٧).

١- نوع البحث ومدخله

إن هذه الدراسة هي دراسة كيفية (Qualitatif) التي يستعمل المنهج الوصفي (deskriptif metode) وهو إحداه المنهج في البحث الذي يعتمد عن احوال طائفة الناس الموضوع التي توجد في الواقع (تمام حسان: ١٩٩٠). اما مدخل البحث هو نظرية سيميوطيقية عند رولاند برتس مثل معنى الدلالة، معنى التضمني، والأسطورة تستخدم لفهم المعنى الوارد في كل مشهد في الإعلان شهر رمضان شركة المراعي. قال برتيس: الدلالة هو المعنى الأكثر وضوحا للعلامة، والتضمني هو مصطلح يستخدمه برتيس لإظهار أهمية (significance) المرحلة الثانية، ويصف التفاعلات عندما تلي علامة ما مشاعر من القارئ أو انفعالاته وقيم الثقافة. وبعبارة الأخرى: الدلالة هو ما يوصف بعلامة إلى كائن، والتضمني هو كيفية وصفه،

والأسطورة وفقا لرولاندر بارتريس هي وجود علامات جسدية (دلالة) ومفاهيم عقلية (دلالات) تشرح بعض جوانب الواقع (صوبر: ١٢٩: ٢٠٠٩).

٢- مصادر البيانات

قال سوهرسمي أريكنت (١٥: ٢٠١٠) مجتمع البحث هو ما يجري الاهتمام بالبحث. المجتمع البحث أن يسمى قضايا او المشاكل مناقشتها ومرجعتها وفحصها في البحث الاجتماعي.

تتقسم مصادر البيانات علي قسمين، وهما البيانات الرئيسية و البيانات الثانوية. فالبيانات الرئيسية هي المصادر الذي يعطي البيانات مباشرة إلى المجتمع البيانات. البيانات الثانوية هي تعطى البيانات غير مباشرة إلى مجتمع البيانات (تمام حسان: ١٩٩٠).

المصادر الرئيسية هو البيانات التي جمعها الباحثة نفسه وبصورة مباشرة من المصادر (سيسوانتو، ٢٠١٢: ٥٦).

مصدر البيانات الرئيسي هذا البحث هو الإعلان الرمضان شركة المراعي الذي نشر على موقع يوتيوب في اليوتوب في ٢٩ يونيو ٢٠١٥.

المصادر البيانات الثانوية هي البيانات التي تنشرها أو تصنعها منظمات (سيسوانتو، ٢٠١٢: ٥٦).

ويستمل مصادر الثناوي المستخدم في هذا البحث هو كتب النظرية السيميوطيقية رولاندر بارتريس، الإنترنت، والأوراق العلمية، والأخرى الذي يتعلق بالموضوع.

٣- طريقة جمع البيانات

طريقة جمع البيانات هي الخطوة المهمة في البحث، لأن الهدف منه لنيل البيانات. دون معرفة طريقة الجمع البيانات لن يحصل الباحث على بيانات تفهي بمعايير البيانات المحددة (سوجيونو، ٢٠١٣: ٢٢٤)

أما طريقة جمع البيانات المستخدمة للباحثة في هذا البحث هي طريقة الوثائق. الباحثة أن يهتمّ اهتماما خاصًا بمعالجة جملة المسودّات التي تمثّل لبّ نشأة الأثر (بارجاس، ٢٠٠٨: ٥٨).

طريقة الوثائق هي سجل الأحداث الماضية. يمكن أن تكون الوثائق من الكتابة أو الرسم أو الأعمال الضخمة من شخص ما. وثائق في شكل كتابات مثل اليوميات، وتاريخ الحياة، والقصص، والسير الذاتية، وقواعد السياسة. المستندات في شكل صور، على سبيل المثال الصور، والرسومات، وغير ذلك. وثائق في شكل أعمال مثل الأعمال الفنية، والتي تمكن أن تكون في شكل صور، منحوتات، أفلام، وغير ذلك (سوجيونو، ٢٠١٣: ٢٤٠).

اعتماد على هذه الطريقة، جمعت الباحثة بطريقة المشاهدة، والقراءة، والكتابة، حتى حصلت الباحثة المتعلقة بالباحثة : القيم الاجتماعي في إعلان شهر رمضان شركة المراعي (دراسة سميوطيقية عند رولاند برتيس). أما خطوات لجمع البيانات في هذا البحث كما يلي:

١- طريقة المشاهدة

الباحثة تستفيد إعلان شهر رمضان شركة المراعي، باحث تحميل فيديو إعلان شهر رمضان شركة المراعي من يوتوب، ثم تستخدمت الباحثة طريقة المشاهدة لتفسير البيانات المرئية (*visual*) في إعلان شهر رمضان شركة المراعي، ثم تأخذ الباحثة صوراً لكل مشهد في الاعلان. تتم هذه طريقة مرارا وتكرارا للحصول على البيانات المطلوبة.

٢- طريقة القراءة

يقرأ الباحثة مصادر البيانات الداعمة، مثل قراءة الكتب، والدراسة السابقة، والوثائق المتعلقة بالنظرية السميوطيقية، وخاصة السميوطيقية رولاند برتيس أوالإعلان أوالقيم الاجتماعية في المكتبة أوالإنترنت.

٣- طريقة الكتابة

استخدمت الباحثة هذه الطريقة لكتابة النقاط التي مهمة في اعلان "شهر رمضان شركة المرعي"، ثم تحليلها علي سميوطيق رولاند برتس.

٤- طريقة تحليل البيانات

استخدمت الباحثة تحليل البيانات في هذا البحث هو المنهج الوصفي. المنهج الوصفي هو المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيرا كيفيا أو تعبيرا كميًا. فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها (سعي، ١٩٩١: ٧٨).

وفي تحليل بيانات هذا البحث استخدمت الباحثة دراسة سميوطيقية رولاند برتس. تنقسم رولاند برتس على طبقتين هي الدلالة (*denotation*) والتضمين (*connotation*). الدلالة هي طبقة العلامة المتبين علاقة الدال (*signifier*) والمدلول (*signified*) أو علاقة العلامة بمراجعها على الواقع وتحصل معنا واضحا ومؤكدا ومباشرا. وأما التضمين هو طبقة العلامة المتبينة علاقة الدال والمدلول التي فيها تعمل المعنى بغير واضح وبغير مباشر وغير مؤكد (فيلاغ: ٢٠٠٣). وخطوات عن تحليل البيانات في هذا البحث هي كما يلي:

- ١- جميع البيانات التي تتعلق بالبحث (تحميل فيديو من يوتوب).
- ٢- تحليل المشهد (*scene*) في "إعلان شهر رمضان شركة المرعي" الذي وصف البحث.

٣- تحليل دراسة سميوطيقية رولاند برتس في إعلان "شهر رمضان شركة المرعي"

- أ. تمثيل معني الدلالة (*denotation*) في إعلان "شهر رمضان شركة المرعي"
- ب. تمثيل معني التضمين (*connotation*) في إعلان "شهر رمضان شركة المرعي"
- ج. تمثيل معني وأسطورة (*myth*) في اعلان "شهر رمضان شركة المرعي"

٤ - تحليل القيم الإجماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي يستخدم النظرية السميوطيقية رولاند بارتس.



الباب الثاني الإطار النظري

أ- السيميوطيقية

١- مفهوم سيميوطيقية

سيميوطيقا هو لغة صدر من لغة يونانية "semion" بمعنى رمز. وهو علم أومنهج تحليلي لدراسة الرموز. والرموز هي الأدوات التي نستخدمها في المحاولة لطلبسبل الدنيا بين الناس ومعهم (صبور، ٢٠٠٦ : ١٥).

اسيميائية أو سيميوطيقا عند عز الدين (٢٠٠٨) في مشعل هي علم العلامات، التي تعزى تجلياتها إلى سنوات طويلة في أدبيات الغرب على حد سواء، فقد أرجع "إميرتو إيكو" تاريخ السيميائيات إلى ألفي سنة مضت، فنسب إلى الروافيين ثنائية العلامة، وعلامية الملابس والمأكل والمشرب، وسائر العلامات المنتشرة في شتي مناحي الحياة الاجتماعية من عادات وممارسات وتقاليد (مشعل، ٢٠١٤ : ٨).

وإذا كانت السيميوطيقا أو السيميائيات تعرف بأنها علم العلامات فموضوعها بالضرورة هو العلامة، والعلامة هي كل شئ يحل محله شئ آخر أو يستبدله به، "فكل شئ قابل لأن ينظر إليه بوصفيه علامة، فحضور الجمل الطويلة ليعد علامة، وإن وفرة الصفات، وتغير التبئير في القصة، وطول النص أوقصره، كل هذا يمكن أن ينظر إليه بوصفه علامة. وإن كل شئ يمكن أن ملاحظ وأن يحدد فهو قابل لكي يصبح علامة (مشعل، ٢٠١٤ : ٨).

السيميوطيقية هي علم "علامات"، إن الظواهر الاجتماعية أو المجتمعية وثقافة يعتبره وعلامة. السيميوطيقية تدراسة العلاقة بين المكونات (علامات) مع مجتمع المستخدم (مزكي ١١: ٢٠٠٧). العلامة (Sign) هي شئ يتكون من شئ آخر أو يضيف بعدًا مختلفًا إلى شئ، باستخدام أي شئ يمكن استخدامه لتفسير شئ

آخر. يطلق جهارلز ساندير بيس على العلامة " قبضة شخص ما بسبب العلاقة مع الاستجابة أو القدرة " (بارغر، ٢٠١٠:١٠).

الشخصية التي ميزت ولادة السيميائية الحديثة، وهي: جهارلز ساندير بيس وفرديناند دي سوسور. في تطورها، تلتزم علم السيميوطيقية بمصطلح اللغة الذي طورته سوسور، وهو: علامة (*sign*) لديه علاقة بين الدال (*significant/signifier*) والمدلول (*significant/signifier*). الدال هو جوانب مادية مثل: الصوت والحروف والأشكال والصور والحركة. المدلول هو الجوانب العقلية أو المفاهيمية التي تحدها الجوانب المادية. وبين الدال والمدلول لا يمكن فصلها (مزكي، ٢٠٠٧:١٩). قال سوسور أن العلامات كانت مثل ورقة. جانب واحد هو الدال (*signifier*)، والجانب الآخر هو المدلول (*signified*)، والورقة نفسها علامة (*sign*) (بارغر، ٢٠١١:١٤).

جدوال ٢.١

قائمة وضع العلامات

علامة (<i>sign</i>)	
الدال (<i>signifier</i>)	المدلول (<i>signified</i>)
الصوت - الخيال	/مفهوم تصور

٢- السيميوطيقية عند رولند بارتس

يعتبر رولاند بارتيس شخصية مهمة في الحياة الفكرية الدولية التي ظهرت في فرنسا بعد الحرب العالمية الثانية، ولا تزال كتاباته توفر الكثير من التأثير على النقاش النقدي الحالي. ولد بارتس في ١٢ نوفمبر ١٩١٥ في تشيربورغ، نورماندي. (بارتيس، ٢٠٠٧: XIII).

طور بارتس (مزكي، ٢٠٠٧:٢٢) في مستويين من العلامة والذي سينتج عنه معانٍ متعددة المستويات، وهي مستوى الدلالة و مستوى التضمين. التضمين هي

مستوى من العلامة التي تشرح العلاقة بين الدال والمدلول، أو بين العلامة والمرجع (الواقع)، والتي تنتج معنى مباشرًا وواضحًا. معنى التضمني في هذه الحالة هو معنى ما يظهر. الدلالة هي مستوى من العلامة التي تشرح العلاقة بين الدال والمدلول، والتي تنتج معنى لا مباشرًا وملتبس (مفتوحة لكثير من الاحتمالات). يخلق بارتس (Barthes) معاني المستوى الثاني، والتي تتشكل عندما ترتبط الدال (*signifier*) بالعديد من الجوانب النفسية، مثل المشاعر والعواطف أو المعتقدات. لذلك، فإن التضمني هو المعنى الأكثر وضوحًا للعلامة، في حين أن الدلالة هي المصطلح الذي يشير إلى العلامات المرحلة الثانية، و الدلالة لها معنى شخصي. بمعنى آخر، يشير التضمني هي صورة لعلامة كائن، والدلالة هي كيفية وصف العلامة (مزكي، ٢٣:٢٠٠٧)

جدوال ٢.٢

قائمة جدوال نظرية سميوطيقا عند رولان بيتيس

Lang	{	1. signifier (الدال)	2. Signified (المدلول)
		3. sign (العلامة)	
MYT	{	II SIGNIFIED (المدلول)	
		I SIGNIFIER (الدال)	
		III SIGN (العلامة)	

علامات المرحلة الثانية المتعلقة بالمحتوى، تعمل العلامة من خلال الأسطورة. الأسطورة هي كيف تفسر الثقافة أو تفهم جوانب كثيرة من الواقع أو الظواهر الطبيعية. الأسطورة هي نتاج لفئة اجتماعية لها بالفعل هيمنة. الأساطير البدائية، مثال، عن الحياة والموت، البشر والالهة، في حين أن الأساطير الحالية، مثال فيما يتعلق بالأنوثة والذكورة والعلم المعرفة والنجاح. و الأسطورة هي وسائل الإعلام التي تتحقق فيها أيديولوجية (*ideologi*). يمكن تجميع الأسطورة في أسطورة لها دور مهم في الوحدة الثقافية. يمكن تجميع الأسطورة في الأساطيرالذي دور مهم في الوحدة الثقافية (ويباوا، ٢٠١٣: ٢١-٢٢).

تلعب معاني الدلالة والتضميني دورا مهما في علم العلامة (*semiology*) بدلاً من اللغويات (*linguistic*). الضمني مباشر، ويمكن الإشارة إليه على أنه توضيح المدلول (*signified*). حين أن المعنى الدلالة مختلف قليلا، فإن المعنى الدلالة سوف يرتبط بالثقافة المضمنة في المجمع (المعنى الوارد فيه). المعنى الضمني لبعض العلامات سوف يصبح نوعا من الأسطورة أودليل على الأسطورة (التي تؤكد هذه المعاني) بحيث في كثير من النواحي (المعنى)، دلالة يصبح من مظاهر أسطورة مؤثرة جدا (بارغر، ٢٠١١:٦٥).

يذكر بارتس (Barthes) أن الأسطورة هي الترتيب الثاني للنظام علم العلامة (*system semiology*)، في حين أن العلامات هي في المقام الأول على النظام (أي مزيج من الدال (*signifier*) والمدلول (*signified*)) وتصبح الدال (*signifier*) على النظام الثاني. العلامات على النظام اللغوي (*system linguistic*) هي علامة للنظام الأسطوري، والوحدة بين الدال (*signifier*) والمدلول (*signified*) في النظام تسمى "وضع علامات" يستخدم بارتس (Barthes) مصطلحات خاصة لتمييز النظام الأسطوري عن طبيعة اللغة. يصف رولاند الدال (*signifier*) في الأسطورة كشكل، والمدلول (*signified*) كمفهوم مزيج من المصطلحين هو "وضع علامات" (بارغر، ٢٠١١:٦٦).

جدوال ٢.٣

قائمة النظام الأسطورة

اللغة	الأسطورة
الدال (<i>signifier</i>)	(<i>form</i>) نموذج
المدلول (<i>signified</i>)	(<i>concept</i>) مفهوم / تصور
العلامة (<i>sign</i>)	(<i>signification</i>) وضع علامات

في الواقع، تشكل الدال (*signifier*) والمدلول (*signified*) علامة على اللغة وتصبح هذه العلامة علامة الدال (*signifier*) والمدلول (*signified*) مختلفة باللغة الأصلية، من حيث الأساطير، تسمى الدال (*signifier*) (والتي هي علامات في اللغة الأصلية) النماذج، في حين أن المدلول (*signified*) هي المفاهيم والعلامات المنتجة تأتي من عملية الشعور (بارغر، ٦٦:٢٠١١).

ب- القيمة الاجتماعية

١- مفهوم القيمة

تعريف القيمة في KBBI هو: ١. السعر (من حيث تفسير السعر)؛ ٢. سعر النقود (مقارنة بسعر النقود الأخرى)؛ شخصيات استخباراتية؛ ٣. الشتلات. ٤. على الأقل المحتوى؛ المستويات؛ الجودة؛ ٥. الخصائص (الأشياء) المهمة أو المفيدة للإنسانية؛ ٦. اتقان البشر وفقاً لجوهرها^٣.

القيمة هي شيء يعتبر جيداً أو سيئاً في الحياة، والقيمة شيء مجردة، ولكنها تصبح القيمة دليلاً لحياة المجتمع. المثال: "المساعدة" لها قيمة جيدة، و"السرقه" لها قيمة سيئة. القيمة الاجتماعية هي شكل من تقدير الناس لكل شيء ثبت فوائده وتأثيراته على المجتمع الحياة (ولوي، ٢٦:٢٠٠٧).

القيم هي مبدأ عام فيما يتعلق بمعيار التقييم واختيار عمل والمثل العليا لأفراد المجتمع والقيمة هي مفاهيم التكوين العقلي القائمة على السلوك البشري (ميلدي: ٢٠:٢٠١٤).

^٣ <http://kbbi.web.id/sosial>

٢- القيمة الاجتماعية

القيمة الاجتماعية هي شيء متأصل في المجتمع يرتبط بمواقف وأفعال الإنسان. مثل : كل عمل وسلوك للأفراد في المجتمع ، يجب أن تلقى الاهتمام والتقييمات المختلفة (ولويا، ٢٧:٢٠٠٧).

القيمة الاجتماعية عندى "وودز" هي دليل عام مستمر منذ فترة طويلة، الذي يهدف الى توجه السلوك والرضا في الحياة اليومية. يمكن أن تكون القيمة الاجتماعية في شكل أفكار من تجارب ذات مغزى أو تافه، إتكل على تفسير كل فرد أو مجتمع يقدمها أو يتلقاها. تجربة جيدة سوف تنتج قيمة إيجابية بحيث يمكن استخدامه كدليل، مثل: الوفاء بالوعود، في المحدد الوقت، والانضباط(ولويا، ٢٦:٢٠٠٧).

وفقاً لهوكي في مجلة حميرة، هناك العديد من الوظائف العامة للقيم الاجتماعية، الأول، تساهم القيم الاجتماعية في مجموعة من الأدوات التي الجاهزة للاستخدام في وضع المعايير الاجتماعية الشخصية أو الجماعية. والثاني، القيمة الاجتماعية يمكن أن تشكل وتوجيه أنمط التفكير وتصرف. والثالث، القيمة الاجتماعية كمييار لإنسان لأجب دوره الاجتماعية. والرابع تعمل القيمة الاجتماعية كإشراف اجتماعي وتشجيع وتوجيه وحتى الضغط على الأشخاص لفعل الخير. والخامس، القيمة الاجتماعية تزرع موقف التضامن بين المجتمع (ميلدية: ٢٢:٢٠١٤).

٣- خصائص القيمة الاجتماعية

تشمل بعض خصائص القيم الاجتماعية كما يلي (سوويراص، ٢٠٠٨: ٣٦):

- أ) القيمة الاجتماعية هي شكل من أشكال المجتمع نتيجة لتفاعل أفراد المجتمع.
- ب) القيم الاجتماعية الموزعة بين أفراد المجتمع (غير المولودين).

- ج) تتشكل القيم الاجتماعية من خلال التنشئة الاجتماعية (عملية التعلم التي تستمر من الطفولة في الأسرة).
- د) تعد القيمة الاجتماعية جزءًا من الجهد المبذول للوفاء بالاحتياجات والرضا الاجتماعي للبشر.
- هـ) يمكن أن تؤثر القيم الاجتماعية في التنمية الذاتية الاجتماعية في المجتمع، سواء كانت إيجابية أو سلبية.
- و) القيم الاجتماعية لديهم تأثيرات مختلفة بين أفراد المجتمع.
- ز) القيم الاجتماعية يختلف بين الثقافات مع الثقافات الأخرى.
- ح) يميل القيم الاجتماعية إلى الارتباط مع بعضها البعض وتشكيل أنماط وأنظمة القيم في المجتمع.

٤- أنواع القيم الاجتماعية

أنواع القيم الاجتماعية في المجتمع التي تعمل كأدوات تحكم في الحياة المشتركة. يعتبر الشخص شخصًا يطيع أو ينحرف عن المستوى الاجتماعي، بحيث تصبح هذه القيمة هي المعيار. هذه القيم هي القيم المستخدمة عادة في المجتمع. تتضمن القيم المعنية كما يلي (سوويراص، ٢٠٠٨: ٣٦-٣٧):

أ) الآداب

تصبح الآداب معيارًا للسلوك أو تعتبر أعمال الفرد جيدة أو منحرفة. الآدابيات هي قيمة جيدة أو سيئة ترتبط بسلوك الشخص في الحياة معًا. مثال: الآداب عند التحدث إلى أشخاص أكثر احتراماً أو كباراً يعني يستخدمون لغة مهذبة ولا يستخدمون لغة قاسية.

(ب) الأخلاقي

القيمة الاجتماعية المتعلقة بالأخلاق هي القيم المرتبطة بروح وقلبه ومشاعره في تنفيذ الأعمال. القيم الأخلاقية تصبح معيار سلوك الفرد خلافًا للضمير أو لا، مثال: السرقة والكاذب والوعد المكسورة هي أفعال تتعلق غير الأخلاق.

(ج) الدين

القيم الاجتماعية المتعلقة بالقيمة الدينية هي أعمال اجتماعية مرتبطة بتوجيهات التعاليم الدينية الموجودة. هل يمارس شخص ما تعاليم الدين بشكل جيد وصحيح أو العكس. في الحياة الدينية، هناك واجب بالصلاة والصوم والحظر القتل وغير ذلك. الفعل الذي ينتهك القيم الدينية هي أعمال ليست جيدة. لذلك، يرتبط الأشخاص الجيدون والسيئون بالقيم الدينية يعتمد على طاعتهم في تنفيذ الأوامر الدينية.

(د) القانون

تتعلق القيمة القانونية بالقوانين المعمول والمتفق. القانون لديه اليقين بشأن القيم والعقوبات المفروضة للمخالفين. القيمة القانونية المتعلقة بحقوق الإنسان (H.A.M) أو القيم القانونية المتعلقة بالاعتداء القيم الإنسانية، سوف تدخل في القانون الجنائي.

٥. وظيفة القيمة الاجتماعية

القيم الاجتماعية في كتاب علم الاجتماع للكاتب بجا والويا (٢٩:٢٠٠٧-)

(٣٠) لها ثلاث وظائف عامة في المجتمع، وهي كما يلي:

(أ) عوامل التشجيع

يعتمد الأفراد المصنفون جيدًا أو سيئًا في المجتمع على معايير القيمة الاجتماعية التي يستخدمونها. إذا كانت القيم الاجتماعية ذات قيمة عالية من قبل معظم الناس، فيمكن التخطيط للأمل في اتجاه تقدم الأمة. ويمكن ان تشجيع الناس

أو الأفراد يملك الموقف المتحضر. بحيث تكون هذه القيمة الاجتماعية هي القوة الدافعة لتصبح مجتمعا مثاليًا.

(ب) الاتجاهات

القيم الاجتماعية تظهر المثل العليا لمجتمع أو الأمة. مثال: المشورة بشأن قياس ووزن المكافآت الاجتماعية التي ينبغي منحها لشخص أو مجموعة، وكدليل للمجتمع لتحديد اختيارهم للموقف والدور الذي يتعين القيام به.

(ج) حصن الحماية

القيمة الاجتماعية هي مكان للحماية قوي وآمن ضد التدخل من الخارج، بحيث يحافظ الناس على قيمهم الاجتماعية ويحافظوا عليها. على سبيل المثال، القيم الدينية، وقيم فنجانسيل (Pancasila).

ج- الإعلان

١- مفهوم الإعلان

بدأ الإعلان منذ أيام الحضارة اليونانية القديمة والرومانية القديمة. في البداية كانت الإعلانات عبارة عن رسائل متسلسلة أو تسمى (*the word of mouth*). تساعد الرسالة المتسلسلة على تسهيل عملية البيع والشراء في المجتمع، والتي لم تتعرف في ذلك الوقت على الرسائل التي عرفت فقط النظام مقايضة (*barther*) في أنشطة البيع والشراء. بعد أن بدأ البشر في استخدام الكتابة كوسيلة لإيصال الرسائل، وفي ذلك الوقت بدأت الأنشطة الإعلانية في استخدام الكتابات أو الصور المنحوتة في الحجر أو الجدران أو على السبورة. في ذلك الوقت، بدأت تستخدم الإعلانات لأغراض "المفقودة والعثور عليها" (*lost and found*) والتي تتعلق عادة بإعلان العبيد الذين يهربون من والديهم. في الزمان روما القديمة، استخدم الشامان الإعلانات على شكل طوابع حجرية على نطاق واسع لبيع المخدرات (نوفياي: ٢: ٢٠٠٢-٨).

ويليام ف. آرينز في كتابه " *Contemporary Advertising* " أن الإعلان جزء من النشاط الاقتصادي الذي يشهد تطورات *evolutioner*. هناك خمس مراحل للتطوير، وهي: عصر ما قبل الصناعة (Pra-Industrial Era)، عصر التصنيع (Industrializing Era)، عصر الصناعة (Industrial Era)، عصر ما بعد الصناعة (Post-Industrial Era)، عصر التفاعلي العالمي (Global interaktif era) (نوفياي: ٢: ٢٠٠٢-٨).

كلمة الإعلان (*advertising*) هي من الكلمة اللاتينية قرن الوسطى يعني الإهتمام المباشر إلى " *advertere* ". هذا الإصطلاح يخبر نوع أو شكل الإعلان العام بهدف يعزز السلع والخدمات وأيرسل رسالة الإجتماعية والسياسية (دنسي، ٣٦٢: ٢٠١٠).

عند KBBI الإعلان هو: ١. الأخبار أو رسالة ليشجع أويقتين الناس بالتوجيه إلى السلع والخدمات المقدمة، (٢) إخطار على الناس بالسلع والخدمات المباعة، الربط في وسائل الإعلام جماهيري (مثل: الصحف والمجلات) أو في مكان عام (<https://kbbi.web.id/iklan>).

الإعلان أو " *advertising* " هو نوع من التواصل غير الشخصي عن جمعية، منتج، خدمة، فكرة الذي يدفعها الكفيل. يظهر كلمة " المدفوعة " بمعنى الإعلان أعلاه حقيقة يجب شراء مساحة ووقت الرسائل الإعلانية عموماً. و كلمة " غير الشخصي " بمعنى ينطوي الإعلان على وسائل الإعلام (التلفزيون والروديو والمجلات والصحف) الذي يمكنه إرسال الرسائل الي العديد من مجموعات الأفراد في نفس الوقت. كل الرسالة في الإعلان يملك معنيان الذي يصدر التعبير (*ekplisit*) يعني المعنى على السطح أو الضمني (*implisit*) يعني المنى وراء السطح (نوفياي: ٧٩: ٢٠٠٢).

الإعلان هو احد من أشكال الترويج المشهور والمناقش بالمجتمع، ممكن لأن قوة النطاق الإعلان واسعة. الإعلان هو أداة ترويجية الذي مهم، خاصة للشركات الذي ينتج السلع والخدمات المخصصة للمجتمع. أسباب كثيرة للشركة تثبتت الإعلانات في وسائل الإعلام (نوفياي: ١٧: ٢٠٠٢-١٨):

(أ) يعتبر الإعلان في وسائل الاعلام أكثر كفاءة من حيث التكاليف للوصول إلى جمهور كبير.

(ب) الاعلان في وسائل الاعلام ان يكون لإنشاء علامة تجارية وجاذبية رمزية لشركة أوعلامة تجارية، للتمييز عن منتجات الشريكة أوالعلامات التجارية الأخرى.

(ج) فضيلة من اعلان في وسائل الاعلام هو القدتها على جذب انتباها الجمهور، وخاصة المنتجات الذي يحتوي على اعلانات شعبية، في النهاية ستزيد المبيعات.

يختلف صفة الاعلان وهدفها من شركة إلى أخرى, من صناعة إلى أخرى، من موقف إلى أخرى. ويختلف المستهلك في كل منتج. الهدف من الشركة للإعلان على وسائل الاعلام هو للحصول على إستجابة مباشرة من المستهلكين، أو يهدف لزيادة تطوير الوعي أو تلغيب في إنشاء صورة إيجابية على المدى الطويل للسلع والخدمات المنتجة (نوفياي: ١٩: ٢٠٠٢).

٢- أنواع إعلان

نوع الإعلان في وسائل الاعلام الجماهيري هناك قسمين (كوسواندي، ١٩٩٦: ٨١) وهي كما تلي :

(أ) الإعلان التجاري

الاعلان التجاري هو سكل من الترويج لمنتج السلع والخدمات من الحلال والخل وسائل الإعلام في شكال صور أولغات الذي يتم معالجتها من

خلال الأفلام أو الأخبار. مثل: الإعلان الدواء، وإعلان الملابس، والإعلان الطعام.

(ب) الإعلان غير التجاري (*non-commercial*)

الإعلان غير التجاري (*non-commercial*) هو شكل من عرض الصور مثل المسرحي أو الأفلام، أو الموسيقى أو اللغة الذي يمكن أن يجعل الجمهور أو مجتمع ليفعل العمل كمثل الموضح في الإعلان. مثل: الإعلان السياحي أو الإعلان للتبرع كارثة أو الإعلان لدفع رسوم التلفزيون أو الإعلان لدفع رسوم الصحية وغير ذلك. الإعلان غير التجاري (*non-commercial*) هو جزء من الحملة التسويق الإجتماعي الذي لديها الهدف بيع الأفكار لمصالح أو خدمة المجتمع.

يحتوي الرسائل في الإعلان الخدمة العامة عموماً على الدعوة، والبيان، والدفع المجتمع ليفعل أو لايفعل العمل من المصلحة العامة، مثل مشكلة النظافة البيئية، ونقدر الاختلافات، تنفيذ برنامج تنظيم الأسرة (KB) وغير ذلك.

(ج) تقدم إعلانات الخدمة العامة (*non-commercial*) رسائل اجتماعية لإثارة الوعي العام بمشاكلها التي يمكن أن تهدد وحدتهم وحياتهم بشكل عام. للرسالة هدف ضمني، وهو تقديم صورة عامة للأحداث الذي عاقبة على ظروف معين، إيجابية وسلبية على حد سواء. نوع الإعلان وفقاً لمستوى التسويق وهدف (مورسام، ١٧: ٢٠١-٢١):

(١) الإعلان الوطني

الشركات الكبيرة التي تحتوي على منتجات منتشرة على المستوى الوطني أو في معظم مناطق البلد. الشركات الكبيرة ذات المنتجات منتشرة على المستوى الوطني أو في معظم البلدان. تظهر الإعلانات الوطنية عموماً خلال أوقات الذروة (*prame time*) على شاشات التلفزيون مع شبكات البث الوطنية وتظهر في مختلف الوسائط الوطنية الرئيسية وغيرها من الوسائط.

الغرض من هذا الإعلان على نطاق وطني هو إعلام أو تذكير الجمهور بالشركة أو العلامة التجارية التي يتم الإعلان عنها. واكتمال وفوائد متنوعة وخلق أو تعزيز صورة المنتج بحيث يميل المستهلكون إلى شراء المنتجات الموجودة في الإعلان.

(٢) إعلان محلي

المعلن في هذا الإعلان هي شركة بيع بالتجزئة محلية أو شركة تجارية. يهدف الإعلان المحلي إلى تشجيع المستهلكين على التسوق في متاجر معينة أو استخدام خدمات محلية أو زيارة مكان أو حدس معين، على سبيل المثال أسعار أرخص، وقت تشغيل أطول، خدمات خاصة، جو مختلف، هيئة أو أنواع مختلفة من البضائع المقدمة (*direct action advertising*). مصممة للحصول على المبيعات بسرعة.

(٣) الإعلان المهنية

الإعلان المهنية (*professional advertising*) هو إعلان يستهدف العاملين المحترفين مثل الأطباء والمحامين وأطباء الأسنان والخبراء التقنيين وغيرهم، والهدف هو تشجيعهم على استخدام منتجات الشركة في مجالاتهم. يستخدم هذا النوع من الإعلانات أيضاً لتشجيع المحترفين على اقتراح استخدام علامات تجارية معينة من المنتجات للمستهلكين.

الباب الثالث عرض البيانات وتحليلها

أ- إعلان المراعي

المهمة والرؤيةُ الإعلان المراعي هي تقديم أطعمة ومشروبات ذات قيمة غذائية وجودة عالية تثري حياة المستهلكين كل يوم. الرؤية يعني: نسعى لتكون منتجاتنا الخيار المفضل للمستهلك من خلال ريادتنا في الأسواق المستهدفة وتقديمنا لأطعمة ومشروبات مميزة. شركة التحالف كل عام في رمضان تصدر إعلانات خاصة. الإعلانات المنشورة على يوتيوب في ٢٩ يونيو ٢٠١٥ و ١ يوليو ٢٠١٣. موضوع الإعلان في شهر رمضان شركة المراعي هو "اعمالكم من صيامكم" و"كريم رمضان"، والذي يضم سبع قصص، واربع قصص، مختلفة تحتوي على رسائل الخير والقيم الاجتماعية. العديد من القصص التي تظهر الرسالة: ككائنات اجتماعية لا نستطيع العيش بمفردنا، نحتاج دائماً إلى التدخل ومساعدة الآخرين. رسالة أننا نساعد بعضنا البعض، والحب، والحب واحترام الآخرين.

بدأت قصة المراعي في عام ١٩٧٧ عندما استشرع سمو الأمير سلطان بن محمد بن سعود الكبير الفرصة لتطوير صناعة الألبان التقليدية في المملكة العربية السعودية لتلبية احتياجات السوق المحلية التي تشهد توسعاً سريعاً. تم إطلاق العديد من المشاريع الزراعية لتحقيق رؤيته.

بدءاً من الحليب الطازج ومعالجة اللبن، وسرعان ما توسع نطاق هذه المبادرات ليشمل مزارع الألبان الحديثة وأحدث مصانع المعالجة. في أوائل التسعينيات، دخلت المراعي فترة إعادة هيكلة وإعادة استثمار، فتحوّلت من

⁴ https://m.facebook.com/pg/almarai/about/?ref=page_internal&mt_nav=0

هيكل لامركزي إلى هيكل مركزي بهدف توفير منتجات بأسعار في متناول الجميع ما يمكن المستهلكين من التمتع بمنتجات ذات جودة عالية.

تماشياً مع هذا النموذج، استبدلنا أول مجمع صناعي للمعالجة المركزية بخمسة مصانع. كما استبدلنا أربعة مزارع ألبان كبيرة بعشر مزارع صغيرة في مدينة الخرج. في أواخر عام ٢٠٠٥، افتتحنا مصنع المعالجة المركزية الثاني الذي ضم مصنع الأجبان الأول. كما أنشأنا اثنين من المزارع المتطورة. وفي العام نفسه، تحولت المراعي إلى شركة مدرجة في البورصة ولدينا الآن حوالي ٥٠٠٠٠ مساهم. وفي نهاية عام ٢٠١٦، تجاوزت قيمة الشركة السوقية ٥٧ مليار ريال سعودي. تتضمن إستراتيجيتنا للنمو ثلاث ركائز: التنوع من خلال الابتكار والتوسع الجغرافي والنمو العضوي. أما النتاج في الشركة المراعي وهي كما تلي: المخبوزات في عام ٢٠٠٧، دخلنا سوق المخبوزات بالاستحواذ على شركة المخابز الغربية في جدة. وبعد ذلك بعامين، بدأنا في بناء مصنع جديد للمخبوزات في الخرج. كما أسسنا في نفس العام مشروعاً مشتركاً مع شركة "تشيببتا" وشركة "العليان المالية" تحت اسم "الشركة الحديثة لصناعة المواد الغذائية لإطلاق العلامة التجارية سفن دايز.

دواجن في عام ٢٠٠٩، أضفنا منتجات الدواجن إلى محفظتنا من خلال الاستحواذ على شركة حائل للتنمية الزراعية (هادكو) بعد الاستثمار في مرافق الإنتاج ذات المستوى العالمي. نحن نطلق اليوم علامة تجارية جديدة للدواجن.

التوسع الجغرافي في عام ٢٠٠٩ بدأنا بالتوسع الجغرافي خارج دول مجلس التعاون الخليجي، بإطلاق الشركة الدولية للألبان والعصائر IDJ كمشروع مشترك مع شركة بيبسيكو العالمية. اليوم المراعي تقدم منتجات

ذات جودة عالية لأكثر من ١٠٠٠٠٠٠ محل تجزئة داخل مجلس التعاون الخليجي ومصر والأردن.

تغذية الرضع في عام ٢٠١٠، دخلنا سوق تغذية الرضع مع بناء أول مصنع لأغذية الرضع في المنطقة بمدينة الخرج، لبدأ العمل في عام ٢٠١٢ بالشراكة مع ميد جونسون العالمية، ثم استحوذت المراعي مؤخرًا على المشروع بكامله ويقدم الآن منتجاته تحت العلامات التجارية نيورالاك ونيورايببي.

أ- تحليل معنى الدلالة ومعنى التضمين والأسطورة في الإعلان المراعي

١- الإعلان الأول: المشهد الأول (٠٠:٠٠ - ٤٩ : ٠٠)



(صور ٣.١)

أ. توضيح

يبدأ المشهد بجو الطريق السريع، وتتوقف السيارة لأن الأضواء حمراء، ثم ظهر صبي يمشي باتجاه السيارة. هناك الصبي يرتدي قميصًا أبيض طويلًا، ولون قميصه تلاشي، وجهه بائس. الصبي يجلس في السيارة، هو يفتح نافذة السيارة وقدم ابتسامة

للصبي الذي كان يقف بجانب سيارته. أعطى الصبي الموجود في السيارة اللعبة التي كان يملكها إلى الصبي الذي وقف بجانب سيارته. الصبي الذي وقف بجانب السيارة الابتسامة والموجة إلى الصبي في السيارة.

المدلول (<i>signified</i>)	الدال (<i>signifier</i>)
كثير من السيارات تتوقف لأن الأضواء حمراء. صبي صغير (متسول) يقترب من سيارة في متوسط الطريق، وجهه حزين، ملابسه مملة وقذرة.	يمشى صبي بين السيارات على الطريق السريع.
الصبي الذي يجلس في السيارة يبتسم ويعطي لعبه (<i>optimus prime</i>) إلى متسول يقف بجانب سيارته.	يتفاعل صبيان، أحدهما يحمل سيارة لعبة (<i>optimus prime</i>).

ب. معنى الدلالي

تحدث هذه الصورة على الطريق السريع، عندما تكون إشارات المرور حمراء، تتوقف السيارات خلف خط العبور (*zebra croos*)، ويظهر صبي يمشي في منتصف الطريق السريع ويقترب من السيارة الفضية. كان الفتى يرتدي قميصًا أبيض طويل باهت وممل. في السيارة كان هناك صبي الذي لديه نفس العمر، كان يحمل روبوت السيارة (*optimus prime*)، وابتسم بسرور لرؤية وصول صبي كان يقف بجانب سيارته. يعطي الصبي الموجود في السيارة لعبة روبوت السيارة (*optimus prime*) للصبي الذي يقف بجانب سيارته. الصبي الذي وقف خارج السيارة كان سعيدًا باستلام روبوت السيارة لعبة (*optimus prime*)، واشكره ويلوح اليد عند الانفصال.

ج. معنى الضمني

في هذا المشهد يملك معنى التضميني، الطفل يقترب السيارة معنى الضمني هو تصوير الطبقات الاجتماعية المتناقضة بين الفقر والثروة. الفقر تصوير الطفل يستخدم

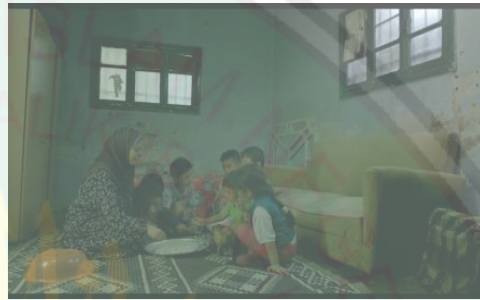
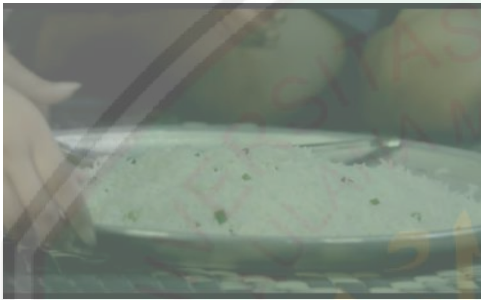
رداء أبيض، ولون ملابسه ممل والبالية، التعبير وجهه حزينا. والثروة تصوير سيارة فضية، جميلة، وفاخرة.

الطفل الذي يجلس في السيارة يحمل لعبة سيارة روبوت (*optimus prime*) لأنّ سيارة روبوت (*optimus prime*) هي الألعاب واحدة من شخصيات سوبر هيرو من الأفلام الأمريكية بعنوان " *transformers* " في عام ٢٠١٤. السيارة هي من أنواع احتياجات إضافية. احتياجات إضافية هي أنواع الاحتياجات التي تنشأ بعد تلبية الاحتياجات الأساسية والاحتياجات الثانوية. احتياجات إضافية هي الاحتياجات متعلقة بالرفاهية، المثال : السيارات الفاخرة، المجوهرات والملابس وغير ذلك (سوفرموكو، ٢٠٠٤: ٤).

د. الأسطورة

الأسطورة في هذا المشهد هي تصوير الطبقة الاجتماعية بين الطبقة الاجتماعية العليا والطبقة الاجتماعية الأسفل في دقيقة الصورة ٥ و١٧. أساسيا، خلق الله الإنسان بالدرجة متساويا. لكن الواقع في المجتمع، هناك جوائز مختلفة للمجموعات الفردية بناءً على نقاط القوة لديهم. وتشمل هذه المزايا هي الثروة والسلطة والنسب (الشرف) والتعليم. التقييم المختلف من مجموعة إلى مجموعة آخر، بناء على شيء يعتبر متفوقه مما أدى إلى ظهور نمط من التجمعات الطبقيّة الاجتماعية، هي الطبقة الاجتماعية العليا (*upper class*)، الطبقة الاجتماعية الأوسط (*middle class*) والطبقة الاجتماعية الأسفل (*lower class*). الطبقة الاجتماعية العليا مملوكة للمسؤولين والحكام ورجال الأعمال الأثرياء. الطبقة الاجتماعية الأوسط مملوكة لالمثقفين، مثل المحاضرين والطلاب وموظفي الخدمة المدنية. الطبقة الاجتماعية الأسفل مملوكة لالعمال والتجار الصغار (مريتي وسرياواتي، ٢٠٠٦: ٢١).

٢- الإعلان الأول: المشهد الثاني (٢٨:٠٠ - ٤٩ : ٠٠)



(صور ٢.٣)

أ. توضيح

تجلس عائلة في غرفة الطعام وإنهم يأكلون معًا. على الطاولة يوجد الكثير من الطعام. تجلس عائلة في غرفة الطعام وإنهم يأكلون معًا. على الطاولة يوجد الكثير من الطعام. صفيحة بيضاء، بداخله أطباق أرز وجانبية لذيذة وفاخرة. يضم إطارين: الإطار الأول هو صورة صفيحة بيضاء، بداخله أطباق أرز برياني وجانبية لذيذة وفاخرة. الإطار الثاني هو صينية فضية تحتوي على الأرز الأبيض. ثم عرض مشهد لعائلة كانت تأكل معًا في غرفة بسيطة.

المدلول (signified)	الدال (signifier)
غرفة جميلة ، الأثاث جميل وفخم. العديد من أنواع الطعام وبكميات كبيرة على الطاولة ، هم تبدو سعيدة وتستمتع بتناول الطعام معًا.	الأسر الغنية يأكل الطعام معًا
هناك غرفة رطبة وجدرانها مقشرة ، وكانت عائلة	العائلة فقيرة يجلس ويطوف الصحيفة الفضة.

تجلس على حصيرة تأكل معًا باتواضع يعني هم تأكل سوى الأرز الأبيض في الصفحة الفضة.	
---	--

ب. معنى الدلالي

المشهد تصوير عائلة: الجد، الأب، الأم، الابن والابنة، هم يجلسون ويتجمعون في غرفة الطعام لتناول الطعام معًا. الطعام الكثير في المائدة، أدوات المائدة نزوة، وملابسهم جميلة وأنيقة. صحن أبيض يحتوي على أرز برياني وأطباق جانبية لذيدة. ثم يظهر مشهد آخر يوضح صينية فضية تحتوي على الأرز الأبيض، توجد أسرة تتون من الأم، وأربعة أولاد وبناتان هم يجلسون على حصيرة، غرفة ضيقة، تقشير الجدار وملابسهم قدرة.

ج. معنى التضميني

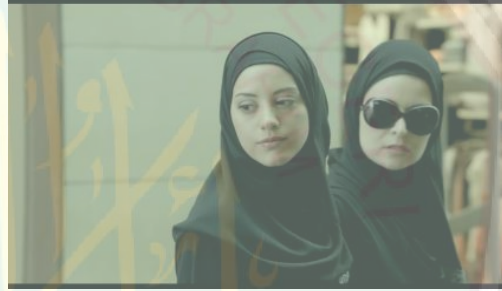
في هذا المشهد، معنى التضميني هو صحن أبيض يحتوي على أرز برياني وأطباق جانبية لذيدة ثم التغيير صينية فضية تحتوي على الأرز الأبيض يفسر على أنه تصور لنمطين من أساليب الحياة التي تتناقض مع الأغنياء والفقراء. ملك العائلة الأول غرفة خاصة لتناول الطعام معًا، الطعام متنوعة، أدوات المائدة نزوة، وملابس جميلة وأنيقة يرمز على عائلة ثرية ومزدهرة الغنية. ثم لعائلة الثاني يأكلون معا في غرفة ضيقة، تقشير الجدار، حصيرة وملابسهم قدرة يرمز على عائلة الفقير.

د. الأسطورة

الأسطورة في هذا المشهد هي تصوير بين الطبقة الاجتماعية العليا والطبقة الاجتماعية الأسفل، مثال: الطبقة الاجتماعية العليا، عادة التسوق في سوق مركزي أو سوبر ماركت، اتباع نظام غذائي مع أنواع الطعام المختلفة كل يوم. والطبقة الاجتماعية الأسفل، التسوق في أقرب متجر وقائمة الطعام بسيطة (سوراصا، ٢٠٠٨: ١٩). أساسيا، خلق الله الإنسان بالدرجة متساويا. لكن الواقع في المجتمع، هناك جوائز مختلفة للمجموعات الفردية بناءً على نقاط القوة لديهم. وتشمل هذه المزايا هي الثروة والسلطة

والنسب (الشرف) والتعليم. التقييم المختلف من مجموعة إلى مجموعة اخر، بناء على شيء يعتبر متفوقة مما أدى إلى ظهور نمط من التجمعات الطبقيّة الاجتماعيّة، هي الطبقة الاجتماعيّة العليا (upper class)، الطبقة الاجتماعيّة الأوسط (middle class) والطبقة الاجتماعيّة الأسفل (lower class). الطبقة الاجتماعيّة العليا مملوكة للمسؤولين والحكام ورجال الأعمال الأثرياء. الطبقة الاجتماعيّة الأوسط مملوكة لالمتقنين، مثل المحاضرين والطلاب وموظفي الخدمة المدنيّة. الطبقة الاجتماعيّة الأسفل مملوكة للعمال والتجار الصغار (مريتي وسرياواوتي، ٢٠٠٦ : ٢١).

٣- الإعلان الأول: المشهد الثالث (٥١:٠٠ - ٠٧ : ٠١)



(صور ٣.٣)

أ. توضيح

الصورة من المحلات التجارية ومراكز التسوق، والكثير من الناس تمر. هناك امرأة عجوز تمشي بعضا وتحمل الكثير من أكياس التسوق. كانت المرأة العجوز تبدو متعبة في المشي، وتوقفت أحيانا لالتقاط أنفاسها. هناك فتاتان تمشيان من الاتجاه المعاكس توقفت وشاهدت السيدة العجوز التي كانت منهكة في المشي. إحدى الفتيات تمسك

بيد الجدة التي كانت تحمل عصا. ثم تساعد فتاتان امرأة عجوز ليحمل أكياس التسوق ومساعدتها على المشي.

المدلول (<i>Signified</i>)	الدال (<i>Signifier</i>)
كثير من أشخاص يمشون ويحملون أكياس التسوق في المركز التسوق، تمشي الجدة بمفردها وهي تلبس عباية أسود وتحمل أكياس التسوق و قصبًا.	تمشي الجدة الضعيفة منفردا.
فتاتان ترتديان ملابس سوداء تسييران في الاتجاه المعاكس، أعطوا الحماس للجدة وتساعدان في حمل أكياس التسوقها.	الفتاة تمسك يد الجدة.

ب. معنى الدلالي

مشيت الجدة بمفردها وارتدت قميصًا أسود وتحمل قصبًا، تلك الجدة تحمل أكياس التسوق كثيرة. توقفت الجدة عدة مرات لالتقاط أنفاسها لأنها سئمت المشي على طول المتاجر من الاتجاه المعاكس، كانت هناك فتاتان يسييران في ممر التسوق، هما رأتا الجدة سئمت المشي على طول المتاجر و تحمل أكياس التسوق كثيرة. فتاتان توقفنا واقتربتنا تلك الجدة وفتاة تحمل يد الجدة. هما تساعدان الجدة في حمل أكياس التسوق. الجدة ابتسمت عليهما. فتاتان تسترشدان الجدة للمشبي.

ج. معنى الضمني

معنى الضمني في هذا المشهد هو عندما هناك الجدة، وجب علينا لإحترام وفعل الخير لهم. لأن حالتهم ضعيفة للغاية ويجب أن يحصلوا على المساعدة من أطفالهم. في هذا المشهد وصف هناك فتاتين توقفنا واقتربتنا تلك الجدة وفتاة تحمل يد الجدة، هما تساعدان الجدة في حمل أكياس التسوق وهما تسترشدان الجدة للمشبي.

د. الأسطورة

الأسطورة في هذا المشهد هي تصوير شكل الاحترام للمسن. في المجتمع، يتمتع المسن باحترام أكبر من الشباب، لأنّ حالتهم ضعيفة للغاية ويجب أن يحصلوا على المساعدة من أطفالهم. طريقة واحدة لاحترام المسن هي التحدث بهدوء لهم، نفقة للوالدين، ويكون لطيف مع الآباء والأمهات، وغير ذلك.

٤- الإعلان الأول: المشهد الرابع (١٠:١٠ - ٢٣ : ٠١)



(صور ٣.٤)

أ. توضيح

رجل دفع دراجته في وسط صحراء جرداء. ثم جاءت سيارة فضية وتوقفت أمام الرجل. قدم شاب يقود سيارة فضية المساعدة وركوباً لرجل دفع دراجة. دخل الرجل السيارة الفضية، ثم تابعا الرحلة.

المدلول (Signified)	الدال (Signifier)
عرق يتدفقه وكان الملابس مبللاً بالعرق، الرمال متناثرة، حار، جاف. جاءت	رجل يدفع دراجة في وسط الصحراء.

السيارة من مسافة سارت بسرعة ثم توقفت أمام الرجل مباشرة.	
رجلين في السيارة في السيارة هم يتحدثون مع بعضهم البعض ويضحكون معًا.	

ب. معنى الدلالي

رجال يدفع الدراجة في الصحراء، ملبسه مبللة بالعرق. من مسافة، هناك قادت السيارة الفضية بسرعة. توقف الرجل ورأى السيارة التي تأتي مع وجه حزين. فجأة توقفت السيارة أمام الرجل. رجل يرتدي قميصًا أبيض ويرتدي عمامة لفتة وإخبار لذلك الرجل أن يركب في سيارته. ثم ركض الرجل إلى السيارة، ويواصلون الرحلة. في السيارة هما يحدثان وضحكان معًا.

ج. معنى الضمني

معنى الضمني في هذا المشهد هو أهمية اهتمام الفرد بمصير الناس الضعفاء. عندما لدينا شعور بالرعاية يمكن أن يجعلنا نحن وغيرنا من الناس السعادة. في هذا المشهد هو صورة الشاب يقود سيارة فضية توقف أمام رجل دفع دراجته. ثم قدم الشاب المساعدة إلى الرجل المنهك، حتى السعادة بينهما.

د. الأسطورة

رعاية الضعفاء هي ممارسة نبيلة ستحصل في أخرة. قال رسول الله ﷺ : أبغوني ضعفاءكم فإنكم إنما ترزقون وتنصرون بضعفائكم (رواه أحمد، أبو دوود والترمذي). عندما نهتم بمصير الآخرين، يمكننا أن ندرك خلق السلام للبشرية.

٥- الإعلان الأمل المشهد الخامس (٢٥:٠١ - ٥٢:٠١)



(صور ٣.٥)

أ. توضيح

كان شاب يقف في طابور أمام المتجر لشراء الطعام، كثير من الناس يرغبون في شراء الطعام في هذا المتجر. بعد الشراء والنجاح في الخروج من المتجر، ثم رأى الشاب رجلاً عجوزاً ينظر بحزن إلى المتجر. أعطى الشاب الطعام في يده إلى الرجل العجوز. عاد الشاب إلى الخط لشراء الطعام من المتجر. لكن الناس يبعث عن الشاب لشراء الطعام من المتجر دون الوقوف في طوابير.

المدلول (Signified)	الدال (Signifier)
كثير من الناس يجمع امام التسوق لشراء شيء (طعام). هناك كثير من الرجل الذي طابور.	المتجر الذي كثير من المشترين

<p>في الليل أمام المتجر هناك ابتسم شاب وقدم الطعام الذي اشتراه لجدّه العجوز الضعيف. رأى الجد متجر الذي كثير من المشتريين بوجهه حزين.</p>	<p>أعطى الشاب حزمة لجد</p>
--	----------------------------

ب. معنى الدلالي

الشاب يرتدي قميص أبيض وعمامة على رأسه طابور ليشتري الطعام في المتجر. بوجه سعيد، الشاب يحمل الطعام ويرجع. هو يتعثر ليخرج من المتجر. رأى المسنّ متجر الذي كثير من المشتريين بوجهه حزين. يعطى الشاب الطعام للمسّنّ. و أخذ المسنّ ذلك الطعام بالسعيد وبتبسم إلى الشاب. عاد الشاب طابور ليشتري الطعام في المتجر مرة أخرى. رأى الأشخاص الشاب يفتحوا الطريق وادعوا الشاب ليشتري الطعام أولاً.

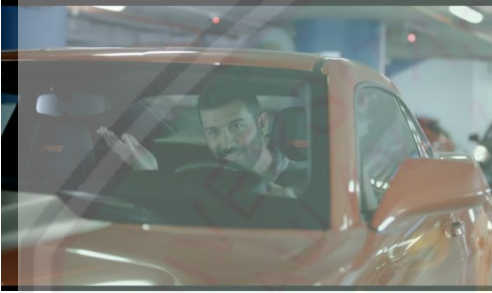
ج. معنى الضمني

معنى الضمني في هذا المشهد هو أهمية رعاية الضعفاء، عندما رعاية الضعفاء نستطيع أن نجعلنا والآخرين السعادة. في هذا المشهد تصور الشاب يعطى الطعام الذي يحصل بصعوبة للضعفاء.

د. الأسطورة

رعاية الضعفاء هي ممارسة نبيلة ستحصل في أخرة. قال رسول الله ﷺ : أبغوني ضعفاءكم فإنكم إنما ترزقون وتنصرون بضعفائكم (رواه أحمد، أبو دوود والترمذي). عندما نهتم بمصير الآخرين ، يمكننا أن ندرك خلق السلام للبشرية.

٦- الإعلان الأول: المشهد السادس (٠١:٥٩ - ٠١ : ٥٥)



(صور ٣.٦)

أ. توضيح

في موقف للسيارات، هناك سيارة حمراء تحول على سنتات الصحيح. وجد الشاب ساحة فارغة وهو يستعد لركنها في ذلك المكان، وفي الوقت نفسه من الاتجاه المعاكس هناك سيارة بيضاء الذي سيكون أيضا واقفة في ذلك المكان. أعطى الشاب إشارة إلى سائق السيارة البيضاء لاستخدام موقف السيارات. خفض سائق السيارة الأبيض رأسه ورن جرس السيارة، ثم يوقف السيارة في ذلك المكان.

المدلول (Signified)	المدال (Signifier)
ينوي سائق السيارة باللونين الأحمر والأبيض إيقاف سيارته في ساحة انتظار فارغة ولكن لا يمكن شغلها إلا بواسطة سيارة واحدة ، وأخيره سيارة الأبيض يوقف.	توقفت سيارتان (أحمر وأبيض) في ساحة انتظار فارغة.

ب. معنى الدلالي

معنى الدلالي في هذا الفحص هو شاب يساعد العائلة (الأب وابنه وابنته)، يصل في المطار مع الاندفاع وحصلت العائلة على رقم قائمة الانتظار الأخير، رأى الأب الساعة في يده عدة مرات، كثير من الناس يصطفون في طوابير وهم يحمل الأمتعة وقائمة الانتظار من أجل.

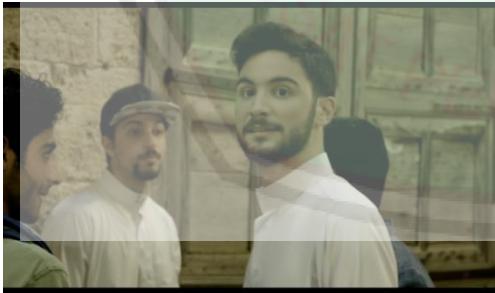
ج. معنى الضمني

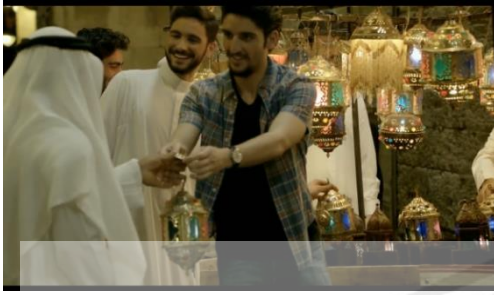
معنى الضمني في هذا المشهد هي عندما نملك الاهتمام بالناس المحيطين بنا، سوف نملك حياة سعيدة. في هذا المشهد، يهتم شاب بمصير العائلة الذي حصلت العائلة التي استقلت السيارة البيضاء، سمح الشاب لشغل سيارة بيضاء بموقف السيارات.

د. الأسطورة

رعاية الضعفاء هي ممارسة نبيلة ستحصل في أخرة. قال رسول الله ﷺ : أبغوني ضعفاءكم فإنكم إنما ترزقون وتنصرون بضعفائكم (رواه أحمد، أبو دوود والترمذي). عندما نهتم بمصير الآخرين، يمكننا أن ندرك خلق السلام للبشرية.

٧- الإعلان الأول: المشهد السابع (١٣:٠٢ - ٥٣ : ٠٢)





(صور ٣٠٧)

أ. توضيح

في إحدى الليالي، كان بعض الشباب يتجمعون ويتحدثون، ورأى أحدهم ضوءاً. أتى الضوء من عربة تحمل الكثير من الفوانيس. رجل عجوز واجه صعوبة في دفع عربة تحمل فوانيس، ثم ساعد الشبان الرجل العجوز على دفع عربته. يساعد الشباب الرجل العجوز في بيع وإعطاء الفوانيس للأشخاص الذين يمرون على الطريق. الأشخاص من مختلف الأنواع والمجموعات يسيران جنباً إلى جنب، وبعض الناس يجلبون الفوانيس كإشارة الشوارع، ثم تظهر رسالة " تقبل الله صيامكم وقيامكم ".

المدلول (Signified)	المدلول (Signified)
وجد الجد صعوبة في دفع عربة تحتوي على فوانيس تنبعث منها الإضاءة الملونة ، وجاء عدد من الشباب لمساعدة الجد.	فج الجد العربة
في الليل ، يمشي الناس من جميع الفئات وجميع الأنواع معاً في مكان واحد. أحضروا أضواء الفوانيس كأنوار في الشوارع. وجوههم سعيدة وتظهر جملة " تقبل الله صيامكم وقيامكم وصالح أعمالكم "	يمشي الناس سوياً ويحضرون الفوانيس. و الجملة " تقبل الله صيامكم وقيامكم وصالح أعمالكم "

ب. معنى الدلالي

معنى الدلالي في هذا الإعلان هو أن مجموعة من الشباب يتحدثون ويمزحون. مساعدة الجد القديم الذي واجه صعوبة في دفع العربة، دعا الشاب أصدقائه لمساعدة الجد في دفع العربة. تحتوي العربة على فوانيس تنبعث منها إضاءة ملونة. ساعد الشاب على بيع وتوزيع الفوانيس للمارة على الطريق. "تقبل الله صيامكم وقيامكم وصلح أعمالكم" يمتلئ الناس الطريق من مجموعات وأنواع مختلفة (رجال، نساء، كبار السن، صغار، أطفال، إلخ.) بأوجه سعيدة تحمل فوانيس كطريقة للضوء، ثم تظهر الجملة "تقبل الله صيامكم وقيامكم وصلح أعمالكم" والجملة هي الصلاة والأمل في شهر رمضان.

ج. معنى الضمني

معنى الضمني في المشهد هو وجوه الشباب فرحة الترحيب بقدوم شهر الصيام، والناس سعداء بالترحيب بقدوم شهر رمضان. عربة تحتوي على الفوانيس التي تنبعث منها ضوء ملون، ومعنى دلالة هو وصول القمر الذي يمكن أن يعطي الفرح مثل أضواء الفوانيس الملونة. ويأتي الأشخاص من كل المجموعات التي تسير في نفس الاتجاه مع وجوه سعيدة لشهور لحفر الجدارة.

د. الأسطورة

الأسطورة في هذا المشهد هي أن المسلمين يرحبون بحضور شهر رمضان كل عام والذي يلهم دائماً الضمير والفرح والبهجة دائماً على وجوههم. يرحبون بالترحيب بقدوم شهر الصيام المليء بالنعمة مثل الترحيب والترحيب بوصول ضيف عظيم. في عدة أماكن، تم التعبير عن الفرح من خلال إقامة احتفالات مختلفة.

٨- الإعلان الأول: المشهد الثامن (٠٢:١٣-٠٢:٥٣)



(صور ٨.٣)

أ. توضيح

يظهر شعار شركة المراعي.

المدلول (Signified)	الدال (Signifier)
شعار الشركة "المراعي" أبيض والخلفية زرقاء.	شعار شركة المراعي.

ب. معنى الدلالة

يظهر شعار الشركة كرمز إلى أن مالك الإعلان هو شركة المراعي.

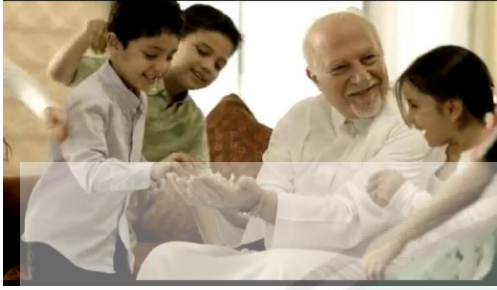
ج. معنر الضمني

معنى الضمني في هذا المشهد هو أن شركة المراعي التي تعمل في مجال إنتاج الأغذية والمشروبات المشاركة إحياء شهر رمضان بإصدار إعلان خاص لرمضان.

د. الأسطورة

يخلق اللون الأزرق في خلفية الشركة انطباعاً عن كونه واسعاً ومستقرًا وباردًا ومريحًا ومريحًا، يرمز إلى وجود علاقة احترافية وذكاء وثقة بالنفس، وللقوة.

٩- الإعلان الثاني: المشهد الأول (٠٣:٠٠ - ٠٥ : ٠٠)



(صور ٣.٩)

أ. توضيح

الصورة الثانية ٣، الجد الذي جلب الكثير من السكاكر في يده. يأتي الأطفال الصغار ويأخذون السكاكر في أيدي الجد. الصورة الثانية ٥، الجد قبلت جبهة أحد من حفيده، ثم تظهر كلمة "فرح".

المدلول (Signified)	الدال (Signifier)
الجد الذي أحضر السكاكر وتحيط به حفيده وكانوا سعداء.	الجد والحفيد في الغرفة اعائلية في يد الجد
وجه الجد سعيد لرؤية فرحة حفيده ويظهر الرسالة "الفرح"	وجه الجد مع الكلمة "الفرح"

ب. معني الدلالي

في غرفة العائلة، كان الجد يجتمع مع حفيده، وكان الجد يرتدي قميصًا أبيض طويلًا. جلب الجد الكثير من الحلوى في يده، وتم توزيع الحلوى على حفيده. ثم ركض الأطفال بعد أخذ السكاكر من يد الجد. الجد قبلت جبهته حفيده بتعبيره سعيد. ثم تظهر رسالة "الفرح" في الزاوية اليمنى في أسفل الشاشة.

ج. معني الضمني

معني ضمني في هذا المشهد هي الرسالة التي يرغب المعلن في إيصالها للجمهور من خلال تصوير الأطفال الصغار الذين يسعدون عند تلقي السكاكر، الأطفال هم

مخلوقات يملك لها سمات أساسية نشطة ومبهجة وسعيدة بسهولة، في حياتهم اليومية هم مخلوقات مليئة بالسعادة والفرح. السكاكر الطعم الحلو يوصف بأنه مصدر بسيط لسعادة الأطفال. غرفة العائلة لها معنى ضمني أن الفرحة هو قريب منا (سهل الحصول).

د. الأسطورة

الأسطورة في هذا المشهد هي السعادة تكون بسيطة، لكنها متاعب في أذهاننا تجعل الصعب علينا الحصول على تلك السعادة (يودا والصديقه ، ٢٠١٤ : ١١٠). السعادة بسيطة، وليس من الصعب الوصول إليها، ليست باهظة الثمن، ولا نحتاج إلى شرائها بالماس. أو الثروة وغيرها (وين، ٢٠١٤:iv).

١٠- الإعلان الثاني: المشهد العاشرة (٠٠:٠٨ - ١٢ : ٠٠)



(صور ٣٠١٠)

أ. توضيح

حمل بعض الشباب الصناديق، ثم وضع الشباب الصناديق أمام الأبواب المغلقة. ثم يخرج صورة الشب مع الكلمة "العطاء" في الزاوية اليمنى في أسفل الشاشة.

المدلول (Signified)	الدال (Signifier)
شاب وضع صندوق من الورق المقوى على الباب الأمامي للمنزل. شاب يشارك رزقي (الصدقة) مع فقير مسكين. في ليلا اليوم عندما الأبواب المنزل مغلقة.	شاب وضع صندوق من الورق المقوى على الباب الأمامي للمنزل.
ظهر وجوه الشاب مع الرسالة "العطاء"	"العطاء" ظهر الشباب بكلمات

ب. معنى الدلالي

معنى الدلالي في هذا المشهد هو تسليم رسالة "العطاء"، أي عرض صورة في قرية في الليل توجد مجموعة من الشباب يرتدون ملابس بيضاء طويلة. الشباب يحمل عدة صناديق، ذهب الشباب حول القرية، ووضعوا الورق المقوى أمام العديد من أبواب منازل السكان، ثم يذهبون ثم يذهبون بعد وضعوا الورق المقوى.

ج. معنى الضمني

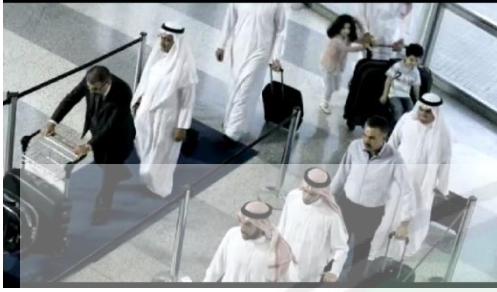
معنى الضمني في هذا الفحص هو الرسالة (العطاء). وهو ما يصفه الشباب الذين يقومون بأعمال إيجابية (المشاركة مع الآخرين) في الليل عندما ينام الناس. يفسر على أنه شعور بالصدق في المشاركة، لأن المشاركة يجب أن تكون نكران الذات. أو الأهم من ذلك أن الأشخاص الذين نساعدهم لا يعرفون ذلك.

د. الأسطورة

الإحساس الاجتماعي يتطلب شخص لرعاية الآخرين. الإحساس الاجتماعي هو الطبيعة التي يعطيها الله للبشر كمخلوق الاجتماعية. كثير من الناس لا يهتمون بمصير الآخرين، وصعوبات إخوتهم، ولا يوفون بالتزاماتهم الاجتماعية مثل الزكاة والمجتمع (الحفاني، ٢٠٠٩ : ٧٤). قال الله تعالى في القرآن الكريم سورة السبأ بالآية ٣٩: "وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ ۗ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ" ومهما كانت الأشياء التي تكرسها، فإن الله سيحل محلها وسيوفر أفضل ثروة.

⁵ <https://tafsirq.com/34-saba/ayat-39>

١١- الإعلان الثاني: المشهد الحادي عشرة (١٨:٠٠ - ٢٩:٠٠)



(صور ٣٠:١١)

أ. توضيح

العائلة (الأب وابنه وابنته)، يصل في المطار مع الاندفاع. عندما وصلت العائلة إلى المطار و حصلت العائلة على رقم قائمة الانتظار الأخير.

رأى الشاب الأسرة، ودعهم لتبادل الأماكن معه. ولوح طفل صغير من ذلك العائلة بالشاب كلمة شكر. وصل الشاب إلى قائمة الانتظار الأخيرة، ثم ظهرت كلمة "الإيثار" في الركن الأيمن السفلي من الشاشة.

المدلول (Signified)	الدال (Signifier)
المطار مزدحم بالأشخاص الذين يرغبون في الذهاب بالطائرة. كثير من الناس يصطفون في طوابير ، ويحمل الناس حقائب يرتدون ملابس أنيقة	عائلة تصل متأخرة في المطار

الصبي يلوح الي شاب الاثار	الصبي شكر الي الشاب ووجهه سعيد
ظهر الشباب بكلمات " الاثار"	يفعل العمل الذي يعكس الرسالة " الاثار "
	الشباب

ب. معني الدلالي

معني الدلالي في هذا الفحص هو شاب يساعد العائلة (الأب وابنه وابنته)، يصل في المطار مع الاندفاع وحصلت العائلة على رقم قائمة الانتظار الأخير، رأى الأب الساعة في يده عدة مرات، كثير من الناس يصطفون في طوابير وهم يحمل الأمتعة وقائمة الانتظار من أجل.

رأى الشاب الأسرة، ودعهم لتبادل الأماكن معه. ويقول شكروا الشاب، ولوح طفل صغير من ذلك العائلة بالشاب كلمة شكر. ثم تظهر كلمة الاثار في الركن الأيمن السفلي من الشاشة.

ج. معني الضمني

معني الضمني في هذا المشهد هي عندما نملك الاهتمام بالناس المحيطين بنا، سوف نملك حياة سعيدة. في هذا المشهد، يهتم شاب بمصير العائلة الذي حصلت العائلة على رقم قائمة الانتظار الأخير، تبادل الشاب عن طيب خاطر مكانه للأشخاص المحتاجين.

د. الأسطورة

رعاية الضعفاء هي ممارسة نبيلة ستحصل في أخرة. قال رسول الله ﷺ : أبغوني ضعفاءكم فإنكم إنما ترزقون وتنصرون بضعفائكم (رواه أحمد، أبو دوود والترمذي).
عندما نُهتَم بمصير الآخرين، يمكننا أن ندرك خلق السلام للبشرية.

١٢- الإعلان الثاني: المشهد الثانية عشرة (٣٢: ٠٠ - ٣٨ : ٠٠)



(صور ٣٠١٢)

أ. توضيح

في الغرفة، كان هناك أب وابن يصلون في جماعة. صبي يصلي، ثم تظهر كلمة "العبادة" في الركن الأيمن السفلي من الشاشة.

المدلول (Signified)	الدال (Signifier)
عائلة ينفذ خدمات الصلي جماعة. واحد يصبح إمام الصلاة والباقي يصبح صلاة مقطم.	ثلاثة الناس يصلون في الجماعة،
الصبي يفعل العمل الذي يعكس الرسالة "العبادة"	صبي صغير يرتدي قبعة بيضاء على رأسه، كان يصلي. تظهر كلمة "العبادة"

ب. معنى الدلالي

معنى الدلالي في هذا المشهد هو، أحد الأمثلة على أنشطة "العبادة"، العائلة (أب وطفلان). إنهم يصلون في جماعة، ويقرأ الدعاء معا. هم يرتدون ملابس بيضاء طويلة ويرتدي قبعة على رأسه.

ج. معنى الضمني

المقصود من معنى الضمني في هذا المشهد هو تذكير الصلاة بأنها إرشاد ديني، يجب القيام به من قبل كل فرد، في أي مكان عندما يأتي وقت الصلاة. لأن الصلاة هي الفعل الذي لوحظ لأول مرة في اليوم الأخير. إذا كانت الصلاة جيدة، فكل الصدقة جيدة. وإذا كانت الصلاة سيئة، فكل الأفعال السيئة سيئة.

د. الأسطورة

في الإسلام، الصلاة هي الأوامر التي يجب أنالقيام بها كل مسلم. القانون هو الفردوالعين. طالما أنه لا يزال يتنفس الهواء، طالما أنه يرتبط أيضًا بواجب الصلاة له، قال الله تعالى في القرآن الكريم سورة الحج: ٧٧^٦: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ وَافْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١﴾، وهذا يعني: يا أيها الذين آمنوا، اسجدوا لك، سجدوا نفسك، وعبدوا ربكم وفعلوا الخير، حتى تتمكن من الفوز.

١٣- الإعلان الثاني: المشهد الثالثة عشرة (٤٠:٠٠-٤٤:٠٠)



(صور ٣.١٣)

أ. توضيح

يظهر الخلفية مع عبارة "كريم يا رمضان". ويظهر شعار شركة المراعي

المدلول (Signified)	الدال (Signifier)
"كريم يا رمضان" يظهر مع خلفية من سماء الليل والعديد من النجوم.	الجملة "كريم يا رمضان".
شعار "المراعي" أبيض مع خلفية سماء الليل وعدة نجوم.	أ) شعار "المراعي".

⁶ <https://tafsirweb.com/5813-surat-al-haji-ayat-77.html>

ب. معني الدلالي

ظهرت عبارة "كريم يا رمضان" مع خلفية سماء الليل وبعض النجوم، ثم ظهر شعار شركة المراعي.

ج. معني الضمني

هذه الشركة تريد أن تنقل رسالة في شهر رمضان موليا الشهر المجيد أن جميع الأعمال الإيجابية تستحق العبادة والحصول على الجدارة. يتم تفسير سماء الليل على أنها "ليلة القدر" ليلة الأمل لجميع المسلمين.

د. الأسطورة

في الإسلام "ليل القدر" هو شكل من الزمن مليء بالبركات وقد أوضحت فضائل الله والسنة والسنة بعض المعلومات عن النعم والفضائل الموجودة في "ليل القدر" وهي: ليل الليل القدر أفضل من ألف شهر، الناس الذين يحصلون على ليلة القدر سوف يغفرهم الله (ريزوانتو، ١٠٤: ٢٠٠٧).

ج- القيم الاجتماعية في إعلان رمضان شركة المراعي

بعد تحليل كل جزء من إعلان الشركة لعام ٢٠١٥ في رمضان، يبدو أن القيم الاجتماعية الواردة في هذا الإعلان هي عناصر تحتاج إلى تسليط الضوء عليها، لأن الموضوعات والمؤامرة المستخدمة هي مشاكل اجتماعية. القيم الاجتماعية الواردة في هذا الإعلان هي:

١- القيم الاجتماعية آداب

الآدابيات هي قيمة جيدة أو سيئة ترتبط بسلوك الشخص في الحياة معًا. المشهد ١ في الإعلان ١، الصبي (المتسول) شكره من خلال التلويح بيده للصبي الصغير الذي أعطاه لعبة المشهد ٦ في الإعلان ١، أوما سائق السيارة البيضاء وأسرته برؤوسهم وصوت القرن كإشارة للامتنان. المشهد ٣ في الإعلان ٢، ولوح الصبي بالشباب كدليل على الامتنان لتبادل الطابوره مع أسرة الصبي. المشهد ٢ في الإعلان ١، تجلس عائلة

على كرسي بحدوء ومنظم أثناء تناول الطعام معًا، لأن الأخلاق الحميدة عند الأكل لا تتحدث عند الأكل، لا ترفع الساقين، لا تأكل أثناء الوقوف، تغلق الملاعق والشوكة على طبق عند الانتهاء من الأكل، وغيرها هكذا. المشهد ٥ في الإعلان ١، عندما يصطف الناس أمام المتجر لشراء طعامهم، هم يصطف بطريقة منظمة. المشهد ٣ في الإعلان ٢، يصطف الناس بالترتيب عندما دخلوا الطائرة. إنهم يحترمون بعضهم البعض ولا يتعارضون مع حقوق الآخرين.

٢- القيم الاجتماعية أخلاقية

القيم الأخلاقية تصبح معيار سلوك الفرد خلًا للضمير أو لا، المشهد ١ في الإعلان ١، وهو صبي في سيارة يقوم بعمل جيد، ويعطي روبات لعبة "optimus prime" للمتسول. المشهد ٣ في الإعلان ١، الفتاة لمس يد الجدة إعطاء الحماس. المشهد ٣ في الإعلان ١، اثنين من المراهقين مساعدة الآباء (الجددة). المشهد ٤ في الإعلان ١، شاب يقود سيارة يساعد شخصًا متعبًا في وسط الصحراء. المشهد ٥ في الإعلان ١، شاب يمنح طعامه لشخص مسن (متسول). المشهد ٦ في الإعلان ١، شاب يأقول سيارة بيضاء لاحتلال موقف السيارات. المشهد ٧ في الإعلان ١، يساعد بعض الشباب الجد في دفع العربة. مشهد ١ في الإعلان ٢، الجد قبلت جبهته حفيده بتعبيره سعيد. مشهد ٢ على الإعلان ٢، مساعدة بعضهم البعض أو المشاركة مع بعضهم البعض، كما يتضح من الشباب الذين ذهبوا حول القرية لتوزيع الورق المقوى (الصدقة) من خلال وضعه أمام أبواب منازل السكان في الليل. المشهد ٣ على الإعلان ٢، تبادل الشاب عن طيب خاطر مكانه للأشخاص المحتاجين.

٣- القيم الاجتماعية دينية.

القيمة الدينية هي أعمال اجتماعية مرتبطة بتوجيهات التعاليم الدينية الموجودة. هل يمارس شخص ما تعاليم الدين بشكل جيد وصحيح أو العكس، القيم الاجتماعية للدين في هذا الإعلان هي في الدقيقة ٥١. يجب ألا نسمح للآباء والأمهات الضعفاء

يذهبون وحدهم. قال الله تعالى في القرآن الكريم السورة الاسراء الآية ٢٣: "وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا".^٧

المشهد ٥ في الإعلان ٢، العائلة تصلي جماعة. الصلوات هي أوامر من الله للبشر من خلال النبي مُحَمَّد، وقانون العمل إلزامي، إذا لم تفعل ذلك فسوف تحصل على الخطيئة. المشهد ٦ في الإعلان ٢، "ليل القدر" هو تعاليم الدين التي توفر التوجيه والإرشاد حول ليلة نبيلة من ألف شهر.

٤- القيم الاجتماعية القانونية

تتعلق القيمة القانونية بالقوانين المعمول والمتفق، القيمة الاجتماعية القانونية في هذا الإعلان هي في المشهد ١ في الإعلان ١، تصف السيارات التي تطيع إشارات المرور، إذا انتهك شخص ما قواعد المرور، بما في ذلك اختراق ضوء أحمر في جدة، فسوف يقضي عقوبة بالسجن لمدة ٢٤ ساعة وتغريمه^٨. المشهد ٦ في الإعلان ١، السيارة يعطي ضوء إشارة عند يذهب بدوره، كل شخص يقود مركبة بمحرك يتحول أو يعكس الاتجاه، دون إعطاء إشارة مع إشارة ضوء يدوية فسوف ادانته أو تغريمه^٩.

⁷ <https://tafsirq.com/topik/al+isra+ayat+23>

⁸ <https://www.liputan6.com/global/read/2110115/nekad-langgar-lalu-lintas-di-arab-saudi-bakal-dibui-24-jam>

⁹ <https://beritagar.id/artikel/otogen/aturan-lampu-sein-saat-berkendara>

الباب الرابع

الإختتام

أ- الخلاصة

يستند إلى نتائج التحليل لقيم الاجتماعية مع النظرية السميوطيقية عند رولاند بارتيس في إعلانين الشركة شهر رمضان المراعي. تم العثور على ١٣ مشاهد تحتوي على معني دلالة و معنى الضمني و الأسطورة في إعلانين الشركة شهر رمضان المراعي. معنى الدلالة الموجود في الإعلانين في شهر رمضان الشركة المراعي هي: في الإعلان الأول، كانت هناك سبع مشاهد في هذا الإعلان تصف الواقع أو التفاعل الاجتماعي في الحياة اليومية وهي: المشهد الأول، يوضح الواقع الذي يحدث على الطريق السريع بين مستخدمي السيارات والمتسولين. المشهد الثاني، عائلة تأكل معًا. المشهد الثالث، امرأة عجوز تتعب في متجر وتجمع الكثير من محلات البقالة مع فتاتين. المشهد الرابع، رجال يدفعون بالدراجة مع أشخاص يقودون السيارات في وسط الصحراء. المشهد الخامس، الشاب الذي كان يصطف للحصول على الطعام في متجر مع رجل عجوز. الصورة السادسة، شاب يقود سيارة حمراء يبحث عن موقف للسيارات مع عائلة يقود سيارة بيضاء. المشهد السابع، مجموعة من الشباب مع جد يدفع عربة فانوس. بينما في المشهد الثامن، يصف شعار شركة المراعي.

في الإعلان الثاني، توجد أربع مشاهد في هذا الإعلان تصف الواقع أو التفاعل الاجتماعي في المجتمع في الحياة اليومية وهي: المشهد الأول، يصور الجد الذي كان يلعب مع أحفاده في غرفة المعيشة. المشهد الثاني، يصور مجموعة من الشباب الذين كانوا يوزعون الصناديق أمام أبواب المنزل. المشهد الثالث، بعض الناس يصطفون للحصول على طائرة. المشهد الرابع، عائلة تصلي جماعة. في حين أن المشهد الخامس يصور شعار الشركة.

معنى الضمني الموجودة في إعلانيني الشركتين من الطبعة الرمضانية من المراعي هي: في الإعلان الأول عن المشهد الأول، كان معنى الضمن هو تصوير الطبقة الاجتماعية التي كانت متناقضة للغاية بين الفقراء والأغنياء. المشهد الثاني يعني معنى البساطة والرفاهية (الطبقة الاجتماعية). المشهد الثالث لمعنى الضمني ضعيف وعاجز. المشهد الرابع، يهتم بمصير الآخرين. المشهد الخامس، يهتمون بمصير الآخرين. المشهد السادس، يهتم حولها. المشهد السابع، سعيد بالترحيب بقدوم رمضان. المشهد الثامن، الترويج لشركات الإعلان. في الإعلان الثاني للمشهد الأول، معنى الضمني هو رسالة "الفرح". المشهد الثاني، رسالة "العطاء". المشهد الثالث، شعور بالاهتمام تجاه الآخرين. الرابع، يذكرنا عن العبادة لله (صلاة). المستوى الخامس، الترويج لشركات الإعلان. من نتائج تحليل البيانات الأسطورية من الإعلانين عن طبعة الشركة لشهر رمضان، خلص إلى أن الإعلان الأول كان حول نتائج التفاعلات في المجتمع مثل الطبقة الاجتماعية، وظهور الاهتمام تجاه مصير الآخرين، وظهور احترام الوالدين. بينما في الإعلان الثاني الذي يتناول الأمور المتعلقة بالعلاقة بين البشر والآلهة، والبشر مع إخوانهم من البشر.

وجدت ٦ القيم الاجتماعية الأخلاقية في الإعلان الإعلان: المشهد ١ في الإعلان الأول، المشهد ٢ في الإعلان الأول، المشهد ٦ في الإعلان الأول، ٢ القيم في المشهد ٣ في الإعلان الثاني، المشهد ٥ في الإعلان الثاني.

وجدت في ٣ قيم اجتماعية دينية في الإعلان الإعلاني: مشهد ٣ في الإعلان الأول، مشهد ٥ في الإعلان الثاني، مشهد ٦ في الإعلان الثاني.

وجدت ٢ القيم الاجتماعية القانونية في رمضان المراعي الإعلانات في: المشهد ٢ في الإعلان الأول، المشهد ٦ في الإعلان الأول.

ب-الإقتراحات

قد إنتهى هذا البحث "القيم الاجتماعية في إعلان شهر رمضان شركة المراعي (دراسة سمبوطية عند رولاند برتيس)"، وقدمت الباحثة اللإقتراحات لتنمية هذه الدراسة هي كما تلي:

- ١- اعترفت الباحثة أن هذا البحث بعيد عن درجة الكماله لبسطة وكون الأخطاء والنقصان فيها. فترجو الباحثة أن يكمله هذا البحث باحث الأخر في المستقبل.
- ٢- وتريد الباحثة من طلاب والطالبات والسادة القراء أن يزيد لمثل هذه الدراسة. وعسى أن يكون هذاالبحث العلمي نافعا للباحثة نفسها ولطلاب قسم اللغة العربية وأدبها خصوصا وجميع الناس عموما.



قائمة المصادر والمراجع

أ- المصادر

إعلان المراعي

ب- المراجع العربية

الدكتور أمين ساعتي. الاستراتيجية كتابه البحث العلمي من بكالوريوس الماجستير وحتى الدكتوراه السعودية . (المركز السعودي الدراسات ١٩٩١).

دكتور تمام حسان، مناهج البحث في اللغوي، مكتب النشر للطباعة، جاكرتا: ١٩٩٠
 مُجَد الصاوي مُجَد مبارك. (١٩٩٢). البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته. القاهرة : المكتوبة الأكاديمية.

مشعل، د محلاء علي . (٢٠١٤). سميائية المقاومة في النص الروائي، القاهرة مكتبة الاداب.

ج- المراجع الأجنبية

A, Shimp, Terenc, 2003, *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu, Jilid 1 (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.

Af'idah, A'izzatul, 2016, *Representasi Perempuan Arab Dalam Film Wadjada (Analisis Semiotika)*, Malang: Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim.

Al-Mahfani, M. Khalilurrahman, 2009, *Dahsyatnya Doa Anak Yatim*, Jakarta: Wahyu Media.

Al-Mahfani, M. Khalilurrahman, 2013, *Fakta Dan Keajaiban Shalat Subuh*, Jakarta: Wahyuqalbu.

Alniezar, Fariz, 2016, *Jangan Membonsai Ajaran Islam*, Penerbit: Quanta

Arikunto, Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Pt. Rineka Cipta.

Azhari, M. Zemi, *Analisis Semiotika Makna Pesan Moral Dalam Iklan Sampoerna Versi "Orang Pemimpi" di Televisi*, Ejournal Ilmu Komunikasi, 2014, 2(3).

Bagja Waluya, 2007, *sosiologi menyelami fenomena social di masyarakat untuk kelas X sekolah menengah atas/ madrasah aliyah*, Bandung: PT Setia Purna.

Barthes, Roland, 2007, *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Representasi*, Yogyakarta: Jalasutra.

- Berger, Artur Asa, 2010, *Pengantar Semiotika Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Bugin, Burhan, 2007, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Penanda Media Group.
- Danesi, Marcel, 2010, *Pesan, Tanda, Makna: Buku Teskdasar Mengenai Semiotikadan Teori Komunikasi*, Yogyakarta, Jalasutra.
- Darmawan, Ferry, *Posmodernisme Kode Visual Dalam Iklan Komersial, Mediator*, Vol.7 No. 1 Juni 2006.
- Endang, Nur Luhulima, 2016, *Analisis Semiotika Pada Iklan "A Mild"*, Malang: Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim.
- Inayati, Adrina Utami, Dkk, *Representasi Wanita Sisialita Dalam Iklan (Analisi Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Televisi Magnum Versi Pink And Balck)*, E-Procedig Of Management: Vol.2, No.3 Desember 2015.
- Morissan, M.A, 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muzakki, Akhmad, 2007, *Kontribusi Semiotika Dalam Memahami Bahasa Agama*, Malang: Uin-Malang Press.
- Noviani, Ratna, 2002, *Jalan Tengah Memahami Iklan Antara Realitas, Representasi, dan Simulasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pilang, Amir Yasfar, 2003, *Hipersemiotika Cultural Studies Atas Matinya Makna*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Riswanto, Arif M, *Mukjizat Lailatul Qadar: Menemukan Berkah Pada Malam Seribu Bulan*, Bandung: Mizan Media Utama.
- Siswanto, Victorianus Aries, 2012, *Strategi Dan Langkah-Langkah Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siti Humaeroh Miladiyah, 2014, *Nilai Social Dalam Novel Kubah Karya Ahmad Tohari dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia di SMA, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Sobur, Alex, 2009, *Analisi Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Soeroso, Andreas, 2008, *Sosiologi sma kelas X, Quadra*.
- Sopianah, Siti, 2010, *Analisi Semiotika Terhadap Iklan Susu Bendera Edisi Ramadhan Di Televisi*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono. 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tinarbuko, Sumbo, 2009, *Semiotika Komunikasi Visual*, Jalasutra: Yogyakarta.
- Wawan Kuswandi, 1996, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisi Media Televisi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Wibowo, Indiwani Seto Wahyu, 2013, *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wien, Rohyat Sofjan, Dkk, 2014, *Karena Bahagia Itu Sederhana (True Story)*

Yuda, Dkk, 2014, Your Happiness Is..., Jakarta: PT Elex Media Komputindo
Kompas- Gramedia.

د- مواقع الإنترنت

<http://kbbi.web.id/sosial> (di akses pada 20 februari 2019)

<http://kbbi.web.id/iklan> (di akses pada 20 februari 2019)

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/شركة_المرعي (di akses pada 20 februari 2019)

<https://www.liputan6.com/global/read/2110115/nekat-langgar-lalu-lintas-di-arab-saudi-bakal-dibui-24-jam>

<https://beritagar.id/artikel/otogen/aturan-lampu-sein-saat-berkendara>

<https://tafsirq.com/topik/al+isra+ayat+23>



سيرة ذاتية

مهمدتي إزمية، ولدت في جومبانج تاريخ ٠٨ نوفمبر تخرج
 ١٩٩٥م. من تخرج من المدرسة الإبتدائية سولامودينية جومبانج
 سنة ٢٠٠٨ م. ثم التحق بالمدرسة المتوسطة تنجوغ أنوم ديوك سنة
 ٢٠١١ م. ثم التحق بالمدرسة الثانوية عبد الواحد هاشم، تيبورنغ
 جومبانج وتخرج فيها سنة ٢٠١٤ م، ثم التحق بالجامعة مولانا
 مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج حتى حصل على درجة
 البكالوريوس في كلية العلوم الإنسانية قسم اللغة العربية وأدبها سنة
 ٢٠١٩ م.

