

تحليل مضمون إعلان "السّكري" من قبل وزارة الصحة السعودية
على أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز ساندرس بيرس



قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠٢٠

تحليل مضمون إعلان "السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز ساندرس بيرس

بحث جامعي

مقدمة لاستيفاء شروط الإختبار النهائي للحصول على درجة سرجانا (S-1)
في قسم اللغة العربية و أدبها كلية العلوم الإنسانية
جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

إعداد:

رانيا

رقم القيد: ١٦٣١٠٠٨٤

المشرف:

الدكتور عبد المنتقم الأنصاري



رقم التوظيف: ١٩٨٤٠٩١٢٢٠١٥٠٣١٠٠٦

قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠٢٠

تقرير الباحثة

أفيدكم علما بأنني الطالبة :

الاسم : رانيا

رقم القيد : ١٦٣١٠٠٨٤ :

موضوع البحث : تحليل مضمون إعلان "السكري" من قبل وزارة الصحة

السعودية على أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز ساندرس بيرس

حضرته وكتبته بنفسه ومازده من إبداع غيري أو تأليف الآخر. وإذا ادعى أحد في المستقبل أنه من تأليف وتبين أنه من غير بحثي، فأنا أتحمل المسؤولية على ذلك ولن تكون المسؤولية على المشرفين أو مسؤولي قسم اللغة العربية و أدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

تحريرا بمالانج، ١٨ يونيو ٢٠٢٠



رانيا

رقم القيد : ١٦٣١٠٠٨٤ :

تصريح

هذا تصريح بأن البحث الجامعي للطالبة باسم رانيا تحت العنوان تحليل مضمون إعلان "السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز ساندرس بيرس قد تم فحصها ومراجعتها من قبل المشرف وهي صالحة لتقدم إلى مجلس المناقشة لاستفتاء شروط الاختبار النهائي للحصول على درجة البكالوريوس في قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج.

مالانج، ١٨ يونيو ٢٠٢٠ م

الموافق

المشرف

رئيس قسم اللغة العربية وأدبها

الدكتور حليمي

رقم التوظيف:

١٩٨١٠٩١٦٢٠٠٩٠١١٠٠٧

الدكتور عبد المنتقم الأنصاري

رقم التوظيف:

١٩٨٤٠٩١٢٢٠١٥٠٣١٠٠٦

تقرير لجنة المناقشة

لقد تمت مناقشة هذا البحث الجامعي الذي قدمته :

الاسم : رانيا

رقم القيد : ١٦٣١٠٠٨٤ :

العنوان : تحليل مضمون إعلان "السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على

أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز ساندرس بيرس

وقررت اللجنة نجاحها واستحقاقها درجة سرجانا في قسم اللغة العربية وأدبها لكلية العلوم الإنسانية بجامعة مولانا إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.
تحريرا بمالانج، ١٨ يونيو ٢٠٢٠ م

لجنة المناقشة

التوقيع

١- أنوار مسعدي الماجستير (رئيس اللجنة)

)

(

رقم التوظيف : ١٩٨١١٠١٢٢٠١٨٠٢٠١١١٧١

٢- الدكتور حلومي (المختبر الرئيسي)

)

(

رقم التوظيف : ١٩٨١٠٩١٦٢٠٠٩٠١١٠٠٧

٣- الدكتور عبد المنتقم الأنصاري (السكرتير)

)

(

رقم التوظيف : ١٩٨٤٠٩١٢٢٠١٥٠٣١٠٠٦

المعرفة

عميدة كلية العلوم الإنسانية

الدكتورة شافية

رقم التوظيف : ١٩٦٦٠٩١٠١٩٩١٠٣٢٠٠٢

استهلال

ترجوا النجاة ولم تسلك مسالكها
إن السفينة لا تجري على اليبس
(أبو العتاهية)

“Engkau mengharapkan kesuksesan atau keberhasilannya, tapi engkau
tidak berproses didalamnya.

Ketahuilah, bahwasanya sebuah perahu tidak akan berlayar diatas
tanah yang kering.”

(Abul Atahiyah)

إهداء

أهدي هذا البحث إلى:
أبي الأمان، آقس بوديانو
أمي الحنان، سري ايكوواتي
و أختي نبع الحنان، عليا آقس



التوطئة

بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، سبحانه لا إله إلا هو، نحمده ونشكره ونشهد أنه لا إله إلا هو سبحانه وتعالى. ونشهد أن سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم عبده ورسوله أما بعد.

قد تمت هذا البحث تحت موضوع: "تحليل مضمون إعلان "السّكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس نظرية تشارلز ساندرس بيرس" لاستيفاء شروط الإختبار النهائي والحصول على درجة سرجانا لكلية العلوم الإنسانية في قسم اللغة العربية وأدبها جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانج. فأقدم كلمة الشكر لكل من دعم و ساعدوني لإعداد هذا البحث، وخصوصا إلى:

- ١- فضيلة الأستاذ الدكتور الحاج عبد الحارس الماجستير، مدير جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.
- ٢- فضيلة الدكتورة شافية، عميدة كلية العلوم الإنسانية.
- ٣- فضيلة الدكتور حليمي، رئيس قسم اللغة العربية وأدبها.
- ٤- فضيلة أستاذ عارف مصطفى الماجستير، سكرتير قسم اللغة العربية وأدبها.
- ٥- فضيلة أستاذة نور حسنية الماجستير، مشرفة أكاديميكي.
- ٦- فضيلة الأستاذ الدكتور عبد المنتقم الأنصاري، الذي أشرفني في هذا البحث.
- ٧- جميع الأساتيد والأستاذات في قسم اللغة العربية وأدبها.
- ٨- زميلي علي فكري و زميلاتي عائشة أميني، وولان عريفاني، لطف أنساء، ميدا أرمانشاه، مولدة الفخيرة، زهرة الصلحي، أني فريجة، ليلي كرنيا، سينتيا دوي جميلانج، فطرة النازية، وجميع زملائي وزميلاتي من قسم اللغة العربية وأدبها ٢٠١٦ التي ساعدوني وشجعوني في تنفيذ هذا البحث.
- ٩- عزيزي بحر العلوم التي يرافقني، يساعديني، ودفعني في تنفيذ هذا البحث بتشجيعه و صبره

أقدم لسيادتكم هذا البحث، آمل أن ينال إعجاب الجميع، وأتمنى أن أكون قد وفقت في كتابة بحث لكل المعلومات الخاصة بهذا الموضوع وأن أكون عند حسن ظنكم. منتظرة أي اقتراحات جديدة وأي تعديلات يمكنني القيام بها وأي ملاحظات لوضعها في الاعتبار عند تقديم أي بحوث أخرى ونطور من أنفسنا إلى الأفضل.

مالانج، ١٨ يونيو ٢٠٢٠

الباحثة

رانيا

رقم القيد: ١٦٣١٠٠٨٤

مستخلص البحث

رانيا. ٢٠٢٠. تحليل مضمون إعلان "السكري من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس نظرية مثلث المعنى لتشرلز ساندرس بيرس. البحث العلمي، قسم اللغة العربية وأدبها، كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرف : الأستاذ الدكتور عبد المنتقم الأنصاري

الكلمات المفتاحية : إعلان، إشارات، موضوعات، تفسيرية

أصبحت السيميوطيقية دراسة للإعلان أو طريقة تحليلية لدراسة لإشارات في سياق السيناريوهات والصور والنص ومشاهد الإعلان إلى شيء يمكن تفسيره. لكل إعلان معنى مخفي، من خلال العلاقة بين الإشارات والموضوعات والتفسيرية التي ستعرف المعنى. أصبحت عادة أنماط الحياة غير الصحية ظاهرة مألوفة تحدث على مستويات مختلفة في المجتمع. يمكن أن يتسبب نمط الحياة هذا في أمراض مختلفة، أحدها مرض السكري. يصبح مرض السكري مرضًا ينقل العديد من الضحايا يوميًا. لذلك ، تسعى وزارة الصحة السعودية إلى الوقاية من مرض السكري لدى مواطنيها بمجموعة متنوعة من الأشياء.

بحيث تستخدم الباحثة إعلانات الخدمة العامة كأشياء بحثية. الغرض من هذه الدراسة هو العثور على معنى الإشارات والموضوعات والتفسيرية في تمثيل إعلانات الخدمة العامة على أساس منظور تشارلز ساندرس بيرس. هذا البحث هو بحث نوعي. مصدر البيانات المستخدم في هذا الإعلان هو إعلان خدمة عامة تحت شعار "مرض السكري". تقنيات جمع البيانات في هذا البحث هي تقنيات المراقبة وتدوين الملاحظات.

نتائج هذه البحث هي اكتشاف ثمانية وعشرون صورة في إعلان خدمة عامة تحت شعار "مرض السكري" الذي ينقسم بعد ذلك إلى خمسة مشاهد. المشهد الأول هناك خمس صور ، المشهد الثاني هناك أربع صور ، المشهد الثالث هناك سبع صور ، المشهد الرابع هناك خمس صور ، المشهد الخامس هناك سبع صور. ثم تظهر الصور التي تم تصنيفها في تلك المشاهد معنى الإشارات والموضوعات والتفسيرية.

ABSTRACT

Rania. 2020. *Analysis of "Diabetes" advertisement announced by the Saudi Arabia Ministry of Health based on the Triangle Meaning theory of Charles Sanders Pearce.* Minor Thesis. Department of Arabic Language and Literature, Faculty of Humanities, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

Advisor : Dr. Abdul Muntaqim Al Anshory, S.Hum, M.Pd.

Keywords: *Advertisement, Signs, Objects, Interpretants*

Semiotics have become a study of the advertisement or an analytical method of the study of signs in the context of scenarios, images, text, and scenes of advertising into something that can be explained. Each declaration has a hidden meaning, through the relationship between references, topics and interpretative, which will define the meaning. Unhealthy lifestyles have become a common phenomenon that occurs at different levels of society. This lifestyle can cause various diseases, one of which is diabetes. Diabetes becomes a disease that carries many victims every day. Therefore, the Saudi Ministry of Health seeks to prevent diabetes among its citizens with a variety of things.

So that researcher use public service advertisements as research objects. The purpose of this study is to find the meaning of signs, objects, and interpretants in the representation of public service ads based on the perspective of Charles Sanders Pierce. This research is a qualitative research. The data source used in this advertisement is a "Diabetes" public service advertisement. Data collection techniques in this study are the technique of watching and note taking.

The results of this study are the discovery of twenty eight images in a public service advertisement with the theme "diabetes" which is then divided into five scenes. The first scene there are five images, the second scene there are four images, the third scene there are seven images, the fourth scene there are five images and the fifth scene there are seven images. Then the images that have been classified in those scenes appear the meaning of signs (signs), objects and interpretants.

ABSTRAK

Rania. 2020. Analisis Pesan Iklan “Diabetes” oleh Kementerian Kesehatan Arab Saudi Berdasarkan Teori *Triangle Meaning* berdsarkan Perspektif Charles Sanders Pierce. Penelitian Skripsi. Jurusan Bahasa dan Sastra Arab. Fakultas Humaniora, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Dr. Abdul Muntaqim Al Anshory, S.Hum, M.Pd.

Kata kunci : Iklan, Tanda, Objek, Interpretan

Semiotika menjadi suatu studi iklan atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks scenario, gambar, teks, dan adegan iklan menjadi sesuatu yang dapat dimaknai. Setiap iklan pasti mempunyai makna yang tersembunyi, lewat hubungan antara tanda, objek, dan interpretant maka makna itu akan diketahui. Kebiasaan pola hidup tidak sehat sudah menjadi fenomena tidak asing yang terjadi pada berbagai lapisan dalam masyarakat. Pola hidup tersebut bisa menyebabkan berbagai penyakit, salah satunya adalah diabetes. Diabetes menjadi penyakit yang banyak memakan korban setiap harinya. Oleh sebab itu, kementerian kesehatan Arab Saudi berupaya mencegah penyakit diabetes pada warganya dengan berbagai hal, salah satunya adalah dengan mengeluarkan iklan layanan masyarakat yang bertemakan diabetes. Sebab Iklan layanan masyarakat dinilai mampu memberikan edukasi, informasi, himbauan dan ajakan kepedulian terhadap berbagai hal, termasuk pencegahan diabetes.

Sehingga peneliti menggunakan iklan layanan masyarakat sebagai objek penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan makna tanda, objek, dan interpretant dalam representasi iklan layanan masyarakat berdasarkan perspektif Charles Sanders Pierce. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam iklan ini adalah iklan layanan masyarakat bertema “Diabetes”. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik tonton dan teknik catat.

Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya sebanyak dua puluh delapan gambar dalam iklan layanan masyarakat dengan tema "diabetes" yang kemudian dibagi dalam lima scene. Scene pertama terdapat lima gambar, scene kedua terdapat empat gambar, scene ketiga terdapat tujuh gambar, scene keempat terdapat lima gambar dan scene kelima terdapat tujuh gambar. Kemudian gambar-gambar yang sudah digolongkan dalam scene-scene tersebut muncul makna tanda (sign), objek dan interpretan.

محتويات البحث

صفحة الغلاف

أ	تقرير الباحثة
ب	تصريح
ج	تقرير لجنة المناقشة
د	استهلال
هـ	إهداء
و	التوطئة
ح	مستخلص البحث
ط	مستخلص البحث باللغة الإنجليزية
ي	مستخلص البحث باللغة الإندونيسية
١	الباب الأول: مقدمة
١	أ. خلفية البحث
٣	ب. أسئلة البحث
٤	ج. أهداف البحث
٤	د. فوائد البحث
٥	هـ. حدود البحث
٥	و. الدراسة السابقة

٧	ح. منهجية البحث
٧	١- نوع البحث
٧	٢- مصادر البيانات
١٠	٣- طريقة جمع البيانات
٨	٤ - طريقة تحليل البيانات
١٣	الباب الثاني: الإطار النظري
١٣	أ. مفهوم السيميوطيقية
١١	ب. السيميوطيقية عند تشارلز ساندرس بيرس
١٤	ج. الإعلان
١٥	١. تعريف الإعلان
١٦	٢. أنواع الإعلان
١٨	٣. وظيفة الإعلان
١٩	٤. خصائص الإعلان
١٩	د. إعلانات الخدمة العامة
٢٥	الباب الثالث: عرض البيانات و تحليلها
٢٥	أ. لمحة الإعلان "السكري"
	ب. إشارات، موضوعات، و تفسيرية في إعلان "اسكري" لتشارلز ساندرس
٢٧	بيرس
٢٧	المشهد ١: يقدم "السكري" نفسه

المشهد ٢: اقترَب "السَّكْرِي" من أحد أهدافه	٣١
المشهد ٣: يلاحق "السَّكْرِي" أهدافه الأخرى	٣٤
المشهد ٤: انزعج السَّكْرِي	٣٩
المشهد ٥: شعر "السَّكْرِي" باليأس	٤٢
الباب الرابع: الخلاصة والإقتراحات	٦١
أ. الخلاصة	٦١
ب. الإقتراحات	٦١
قائمة المصادر والمراجع	٦٣
سيرة ذاتية	٦٧

الباب الأول

مقدمة

أ. خلفية البحث

كانت حياتنا اليومية لا تتعد عن مشاهدة الإعلانات من شتى وسائل الإعلام. يعد الإعلان جزءًا من أنشطة الاتصال غير الشخصية التي تتم نقلها عبر وسائل الإعلام لنقل الرسائل "المقنعة" للمستهلكين من قبل شركة أو مؤسسات غير تجارية أو مصالح شخصية. يجب أن يكون الإعلان متعدد الأوجه ومتعدد الأبعاد من أجل الحصول على الاهتمام والردود الإيجابية من الجمهور. (دانيسي، ٢٠١٠: ٢٢٢)

وفقا لصبور (١١٦:٢٠٠٤) يتم تسليم الإعلانات من خلال قناتين إعلاميتين، هما الإعلام المطبوع (الصحف والمجلات واللوحات الإعلانية والكتيبات والملصقات واللوحات الإعلانية) ووسائل الإعلام الإلكترونية (الإذاعة والتلفزيون والأفلام).

لنقل المعلومات ، يجب أن ينتبه التواصل الإعلاني لاستراتيجيات الرسائل الحالية بصريًا ولفظيًا حتى يمكن للجمهور فهم المعلومات المنقولة. يمكن للرسالة التي يتم تسليمها بواسطة الإعلان أن تأخذ شكل مزيج من الرسائل اللفظية وغير اللفظية (ويديا تاما، ١٧:٢٠٠٧) ، إذا كان الإعلان مدعومًا بكلا شكلي الرسالة (اللفظي وغير اللفظي) ، فسيتم نقل الرسالة الواردة في الإعلان بشكل أكثر فائدة إلى الهدف المقصود. حيث يفهم الجمهور المعلومات التي يرغب المعلنون في إيصالها.

قسم بيتنر (في ويديا تاما، ٦٥:٢٠٠٧) الإعلانات إلى نوعين ، وهما الإعلانات التجارية وإعلانات الخدمة العامة. الإعلانات التجارية هي إعلانات تنقل

الرسائل إلى الجمهور لأغراض تجارية (من أجل الربح ، يتم المتاجرة بها). انطلاقاً من الغرض منه، فإن الإعلانات التجارية تعمل بشكل أفضل لتحسين التسويق / وجود منتج / خدمة. أما إعلانات الخدمة العامة هي إعلانات تنقل الرسائل إلى الجمهور بمحتوى معلومات أو نداءات يتم عرضها من أجل زيادة معرفة الجمهور ووعي المواقف والتغيرات في سلوك المجتمع تجاه المشكلة المعلن عنها والحصول على صورة جيدة في أعين المجتمع. (أغونغ ، ٢٠١٩ : ٤)

الإعلان المستخدم في هذا البحث هو إعلان خدمة عامة. إعلانات الخدمة العامة هي نوع من أنواع الإعلانات التي تقوم بها الحكومات والمنظمات التجارية وغير التجارية لتحقيق الأهداف الاجتماعية. تهدف إعلانات الخدمة العامة إلى توفير التعليم والمعلومات وتقديم المناشدات والدعوة للقلق بشأن مختلف المسائل التي تستهدف جميع مستويات المجتمع. أصبحت أنماط الحياة غير الصحية ظاهرة مألوفة تحدث في العديد من الدوائر، بما في ذلك المنشئو إعلانات الخدمة العامة، لتعزيز الوعي العام بالقضايا التي تنطوي على المصلحة العامة.

المثير للاهتمام حول الإعلان هو أنه يفسر الظاهرة التي تحدث في المجتمع. إحدى الظواهر التي تحدث في كثير من الأحيان هي نمط الحياة الحضرية التي تميل إلى قضاء الوقت في الأنشطة الليلية والقيام بأشياء ممتعة ، ويتم ذلك لإخراج الملل وإظهار الإثارة في مجموعات معينة من الناس. يصبح نمط الحياة مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالحالة الجسدية للفرد، وكيف يحافظ الأفراد على أنماط تناولهم، وتفاعلاتهم، ويمتزجون مع عادات الأشخاص من حولهم. هذه الظاهرة هي واحدة مثيرة للاهتمام أن تثار في إعلان الصحة.

تم نشر إعلان صحي على شكل خدمة مجتمعية بعنوان مرض "السكري" من خلال "اليوتيوب" في ١٩ نوفمبر ٢٠١٦ ، ١٢ نوفمبر ٢٠١٧ ، و ٢٨ يناير ٢٠١٩ من قبل وزارة الصحة المملكة العربية السعودية. تبلغ هذا الإعلانات ٣-٤

دقائق، منذ نشر هذا الإعلان حتى الآن، تم تسجيل ما يصل إلى ١,٢٩٣,٥٠٦ مرات من المشاهدين.

يحتوي إعلان "السكري" على مقارنة بين نمط حياة شخص يتمتع بصحة جسدية وعقلية وشخص مصاب بداء السكري. أي من هذه الإعلانات يُظهر التعليم للجمهور لكي يدرك أهمية نمط الحياة الصحي. إلى جانب ذلك، تتم الإعلان إنشاؤه بحيث يمكن فهمه بسهولة باستخدام مفهوم مثير للاهتمام.

يمكن إدراك الإعلان وتفسيره من وجهات نظر مختلفة. أساس السيميائية هو مفهوم العلامات. يتكون العقل البشري بالكامل من العلامات ، حتى يتمكن الناس من خلال وسائل الإشارات من التواصل مع بعضهم البعض. إدراكًا لوجود التواصل بين كاتب الرسائل من خلال الإعلان مع الجمهور ، يستفيد المنتجون من الإعلان كعلامة لجذب الجمهور. في هذه الدراسة ، استخدم الباحثون تحليل تشارلز ساندروز بيرس للمنظورات.

وفقًا لبيرس، فإن العلامة ليست كيانًا أو وجودًا منفصلاً ، ولكنها تتعلق بالموضع ومترجمه. لذلك، في علامة يمكننا تشكيله في مثلث. الأول هو العلامة نفسها (الإشارة) ، والثاني هو الكائن الذي يصبح المرجع للعلامة (الموضع)، والثالث هو المترجم الذي هو المقدمة بين الكائن والعلامة (المترجم).

ب. أسئلة البحث

١. ما المضمون من إعلانات الخدمة العامة "المرضى السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز ساندروز بيرس؟
- ما هي أشكال الإشارات في إعلانات الخدمة العامة "المرضى السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس منظور تشارلز ساندروز بيرس؟

- ما هي أشكال الموضوعات في إعلانات الخدمة العامة "لمرضى السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس منظور تشارلز ساندرز بيرس؟
- ما هي الأشكال التفسيرية في إعلانات الخدمة العامة "لمرضى السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس منظور تشارلز ساندرز بيرس؟

ج. أهداف البحث

- تهدف هذه الدراسة إلى إيجاد أشكال الإشارة في تمثيل إعلانات الخدمة العامة على أساس منظور تشارلز ساندرز بيرس.
- تهدف هذه الدراسة إلى إيجاد أشكال الموضوعات في إعلانات الخدمة العامة على أساس منظور تشارلز ساندرز بيرس.
- تهدف هذه الدراسة إلى إيجاد أشكال التفسيرية في إعلانات الخدمة العامة على أساس منظور تشارلز ساندرز بيرس.

د. فوائد البحث

١. الفائدة النظرية
من المتوقع أن يكون هذا البحث قادراً على إضافة بصيرة خاصة ظاهرة مرض السكري
٢. الفائدة التطبيقية
أ. يوسع هذا البحث فهم إعلانات الخدمة العامة باستخدام تطبيق التحليل السيميوطيقي لتشارلز ساندرز بيرس
ب. لفهم الرسالة من الإعلان "السكري".
ت. لإستكمال أطروحة دراسة اللغة العربية وآدابها للحصول على درجة البكالوريوس

هـ. حدود البحث

هذه البحث تركز على سيميوطيقية لتشارلس ساندرس بيرس الذي تستخدم لتحليل الإعلانات العامة بمرض "السكري". واستخدمت الباحثة الإعلانات العامة من وزارة الصحة المملكة العربية السعودية لعام ٢٠١٦، ٢٠١٧، ٢٠١٩ و

و. الدراسة السابقة

١- سينونج أوتامي هيساري. ٢٠١٦. *Analisa Semiotika Komunikasi Visual*.
المقالة في مجلة ففكم Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup الثاني (PPKM II) ص. ١٠٦-١٠٣ بعلم الاتصال بجامعة بانداناران سمارانج (Panandaran Semarang). تهدف هذه البحث لتحليل السيميوطيقي للاتصال المرئي الخدمة العامة على الملصق تحت عنوان البيئي. استخدمت نوع البحث النوعي مع النتائج التالية: (١) للتواصل المرئي أهمية في نقل مفهوم أو محتوى أو معنى. (٢) دراسة إعلانات الخدمة العامة في شكل ملصقات مع موضوع البيئة ، تحتوي على رسائل بصرية مقنعة باعتبارها التماس للقلق بشأن الأضرار البيئية التي تزداد سوءًا. (٣) يتم توجيه المدونة الثقافية المضمنة في الملصق أيضًا لإعطاء تأثير يتعلق بنمط الحياة والأخلاق والجماليات. (٤) توفر الرموز الثقافية من جانب المعرفة التعليم حول كل ما هو جيد وسيئ من سبب - تأثير ، خطأ ، حق ، ومقدس الشر.

٢- ديري أريني، إيرا دوي ماينانجساري. ٢٠١٣. *Pemaknaan Pesan Iklan Layanan Masyarakat Kementrian ESDM Versi BBM "NONSUBSIDI" (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Layanan Masyarakat Kementrian ESDM Versi "BBM Nonsubsidi")*. مقالة وظيفة الأخيرة بجامعة تيلكوم (Telkom) كلية دعوة ولإتصال. تهدف هذه البحث إلى معرفة معنى الدلالة والأسطورة في إعلانات الخدمة العامة لنسخة وزارة الطاقة والموارد المعدنية

"نقط غير المدعومة" باستخدام سيميوطيقية الاتصال. نوع البحث في هذه البحث هو دراسة نوعية مع نتائج الرسالة التي سيتم نقلها بأن إعلانات الخدمة العامة نقط غير المدعومة تريد إقناع الطبقة المتوسطة العليا لمساعدة الطبقة المتوسطة الدنيا عن طريق عدم استخدام نقط المدعومة مثل premium.

٣- ذوالفقار دلياودين. ٢٠١٨. *Representasi Iklan Layanan Masyarakat*. "Sadari Kanker Payudra" Dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan البحث الجامعي كلية دعوة والإتصال بجامعة الإسلامية الحكومية سونان أمبيل سورابايا. نوع البحث الذي استخدمه في البحث النوعي بهدف معرفة تمثيل إعلانات الخدمة العامة لسرطان الثدي في منظور التواصل الصحي بناءً على تحليل تشارلز ساندرز بيرس. حصلت هذه البحث على: هناك علامات مثل الصور المتحركة لجسم المرأة وهي ترفع يدها، ورسوم متحركة لامرأة تقف منتصبة ويدها على ثديها، رسوم متحركة لجسد امرأة تجلس أثناء تدليك ثديها، أشياء مثل الرسوم المتحركة ثلاث قطع ، موسيقى ، نص ، و تفسيرات مثل المشاهد التي تشرح خصائص سرطان الثدي ، تقدم المشورات نصائح حول الانتباه بشكل روتيني.

٤- عين رشيدة. ٢٠١٩. *Visualisasi Pesan Moral dalam Iklan Layanan Masyarakat di Timur Tengah berdasarkan perspektif Judith Williamson*. البحث الجامعي كلية اللغة العربية و أدبها بجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالنج. نوع البحث الذي استخدمتها هي البحث النوعي مع النتائج: من شكل التصور ، هناك ٤ مكونات يجب أن تكون موجودة في تصور الرسائل في إعلانات الخدمة العامة، وهي المشاهد والألوان والأصوات والأشياء الداعمة. أيضا

الرسائل الأخلاقية في حياة الناس مثل الرجاء المساعدة والتسامح المتبادل في الدين.

التشابه بين هذا البحث مع الآخر يكمن في استخدام الموضوع وهي إعلانات الخدمة العامة. بينما يكمن الاختلاف في النظرية المستخدمة. أدرجت الباحثة نتائج الباحثين السابقين ذات الصلة بهذه الدراسة، بما في ذلك:

Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup	موضوع
سينونج أوتامي هبساري	اسم الباحث
مقالة	نوع العمل
٢٠١٦	سنة البحث
البحث النوعي	منهج البحث
(١) للتواصل المرئي أهمية في نقل مفهوم أو محتوى أو معنى. (٢) دراسة إعلانات الخدمة العامة في شكل ملصقات مع موضوع البيئة ، تحتوي على رسائل بصرية مقنعة باعتبارها التماس للقلق بشأن الأضرار البيئية التي تزداد سوءًا. (٣) يتم توجيه المدونة الثقافية المضمنة في الملصق أيضًا لإعطاء تأثير يتعلق بنمط الحياة والأخلاق والجماليات. (٤) توفر الرموز الثقافية من جانب المعرفة التعليم حول كل ما هو جيد وسيئ من سبب - تأثير ، خطأ ، حق ، ومقدس الشر.	الإطار النظري
تحليل السيميوطيقي للاتصال المرئي الخدمة العامة على الملصق تحت عنوان البيئي	هدف البحث
تستخدم السيميوطيقية على أساس رولاند بارتس	الاختلافات

<i>Pemaknaan Pesan Iklan Layanan Masyarakat Kementrian ESDM Versi BBM "NONSUBSIDI" (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Layanan Masyarakat Kementrian ESDM Versi "BBM Nonsubsidi")</i>	موضوع
ديري أريني، إيرا دوي ماينجساري	اسم الباحث
مقالة	نوع العمل
٢٠١٣	سنة البحث
البحث النوعي	منهج البحث
الرسالة التي سيتم نقلها بأن إعلانات الخدمة العامة نفط غير المدعومة تريد إقناع الطبقة المتوسطة العليا لمساعدة الطبقة المتوسطة الدنيا عن طريق عدم استخدام نفط المدعومة مثل premium.	الإطار النظري
معرفة معنى الدلالة والأسطورة في إعلانات الخدمة العامة لنسخة وزارة الطاقة والموارد المعدنية "نفط غير المدعومة" باستخدام سيميوطيقية الاتصال.	هدف البحث
يستخدموا السيميوطيقية على أساس رولاند بارتس	الاختلافات

<i>Representasi Iklan Layanan Masyarakat "Sadari Kanker Payudara" Dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan</i>	موضوع
ذوالفقار دليأودين	اسم الباحث
بحث العلمي	نوع العمل
٢٠١٨	سنة البحث
البحث النوعي	منهج البحث
هناك علامات مثل الصور المتحركة لجسم المرأة وهي ترفع يدها، ورسوم متحركة لامرأة تقف منتصبه ويدها على ثديها،	الإطار النظري

رسوم متحركة لجسد امرأة تجلس أثناء تدليك ثدييها، أشياء مثل الرسوم المتحركة ثلاث قطع ، موسيقى ، نص ، و تفسيرات مثل المشاهد التي تشرح خصائص سرطان الثدي ، تقدم المشورات نصائح حول الانتباه بشكل روتيني.	
معرفة تمثيل إعلانات الخدمة العامة لسرطان الثدي في منظور التواصل الصحي بناءً على تحليل تشارلز ساندرز بيرس	هدف البحث
استخدم دراسة مواصلات الصحة	الإختلافات

موضوع	تصور الرسائل الأخلاقية في الإعلانات العامة بالشرق الأوسط (دراسة السيميوطيقية)
اسم الباحث	عين رشيدة
نوع العمل	بحث العلمي
سنة البحث	٢٠١٩
منهج البحث	البحث النوعي
الإطار النظري	١) من شكل تصورها، هناك أربعة مكونات يجب أن توجد في تصور الرسالة في اعلانات العامة، أي المشهد واللون والصوت و الكائنات الداعمة أو الجماد. ٢) الرسالة الأخلاقية في الإعلان هي رسالة أخلاقية عن مساواة الجنسين
هدف البحث	معرفة أشكال التصور وما رسائل الأخلاقية في الإعلانات العامة بالشرق الأوسط لجوديث ويليامسون
الإختلافات	ستخدام السيميوطيقية على أساس جوديث ويليامسون

ح. منهجية البحث

منهجية البحث هي دراسة تناقش طريقة البحث أو هيكلها المستخدمة في البحث المنهجي وفقاً لما يختاره الباحث يمكن أيضاً (سريانا، ٢٠١٠: ١٦)

١- نوع البحث

يستخدم هذا البحث طريقة البحث الكيفي. المقصود من البحث الكيفي هو إجراء البحث يستخدم بيانات وصفية في شكل كلمات مكتوبة أو شفوية من الأشخاص والجهات الفاعلة التي يمكن ملاحظتها. النوعي يعني شيئاً مرتبطاً بجوانب الجودة أو القيمة أو المعنى المتضمن خلف الحقائق. (فطرة ولطفية ، ٢٠١٧: ٤٤) في إجراء هذا البحث ، أنتجت الباحثة بيانات مكتوبة في شكل محادثات وأشياء تصف الإشارات والأشياء والمفسرين في إعلانات الخدمة العامة تحت عنوان "السكري".

٢- مصادر البيانات

تنقسم مصادر البيانات إلى مصدرين، وهما مصادر البيانات الأولية ومصادر البيانات الثانوية. التفسيرات من مصدري البيانات هي كما يلي:
أ. مصادر البيانات الأولية، هي مصادر البيانات التي جمعها المؤلف نفسه من المصدر (سيسوانتو، ٢٠١١: ٥٦). مصدر البيانات الأساسي من هذه البحث هي إعلانات الخدمة العامة تحت موضوع مرض "السكري".

ب. مصادر البيانات الثانوية، هي مصادر بيانات منشورة من قبل منظمات ليست معالجات (سيسوانتو، ٢٠١١: ٥٦). مصادر البيانات الثانوية في هذه البحث هي الكتب والمجلات والمقالات المتعلقة بنظرية السيميوطيقية على أساس تشارلز ساندرز بيرس.

٣- طريقة جمع البيانات

للحصول على البيانات الدقيقة، استخدمت الباحثة في هذه البحث طريقتين لجمع البيانات. الطريقتان هما المشاهدة و التدوين.

في قاموس المحيط، المشاهدة تعني رؤية النظر بالعين والقلب، و رؤيته الترتيبية: عرضتها عليه، أو حسبتها له ينظر فيها. (سلطان، ٢٠٠٨:٤٥١) أما التدوين يعني طريقة الملاحظة كأحد الطرق التي استخدمتها الباحثة في جمع البيانات عن طريق تسجيل جميع البيانات التي تم الحصول عليها بعد التحديد والتحليل.

٤ - طريقة تحليل البيانات

بعد جمع البيانات، تتمثل الخطوة التالية في تحليل البيانات. في هذه البحث، ستستخدم الباحثة تحليلاً وصفيًا نوعيًا لنظرية مايلز وهوبرمان يتكون من ٣ أنواع من التحليل ، وهي (١) تخفيض البيانات (٢) عرض البيانات (٣) استخلاص (سوجيونو، ٢٠٠٨:٣٣٧).

(أ) تخفيض البيانات

تخفيض البيانات ، هو عملية اختيار البيانات من خلال تلخيص البيانات التي تعتبر خام / تقريبية والتي يتم تبسيطها بعد ذلك (سوجيونو، ٢٠٠٨:٣٣٨). والخطوات التي استخدمتها الباحثة:

- بعد جمع البيانات تلخص الباحثة البيانات التي تم الحصول عليها.

- تحدد البيانات المتعلقة بالسيميوطيقية تشارلز ساندروز بيرس.

- اختيار البيانات بناءً على المحادثة أو الأمور المتعلقة بالسيميوطيقية تشارلز ساندروز بيرس.

- التخلص من البيانات التي لا تتعلق بالمشكلة ليتم التحقيق فيها من قبل الباحثة.

ب) عرض البيانات

هي معلومات في شكل وصف موجز من أجل تسهيل الباحثين عند استخلاص النتائج في وقت لاحق. فيما يلي بعض الأشياء التي قام بها الباحثون في مرحلة عرض البيانات:

- تبسيط البيانات التي تم الحصول عليها في النموذج المتعلق بمنظور السيميائية تشارلز ساندرز بيرس في إعلانات الخدمة العامة مع موضوع "مرض السكري".
- إعادة ترتيب البيانات التي تم دمجها لجعلها أسهل عند التوصل إلى استنتاجات.
- يتم تقديم البيانات في شكل سردي.

ج) استخلاص النتائج

طريقة استخلاص النتائج هي عملية الاستنتاجات المؤقتة وقد تتغير عندما لا يوجد دليل قوي لجمع البيانات التالي. وبالعكس، عندما يتم العثور على الأدلة القوية، ستصبح بيانات جيدة. (مارسي، ٢٠٢٣: ١٩٨٩)

الباب الثاني

الإطار النظري

أ. مفهوم السيميوطيقية

في تاريخ علم اللغة، هناك العديد من المصطلحات التي تشير إلى مجال الدراسة الذين يدرسون معنى الإشارة، أحدهم: السيميوطيقية، السيميولوجية، السيماسيولوجية، السيميكي، والسيميك. السيميوطيقية أو السيميولوجية مصطلح يشير إلى نفس العلم، وهو دراسة معنى الإشارات. يستخدم مصطلح السيميولوجيا على نطاق أوسع في أوروبا التي تراث التقاليد السوسورية، بينما يميل السيميائيون إلى استخدامها من قبل المتحدثين باللغة الإنجليزية الذين يرثون تقاليد بيرسيان.

السيميوطيقية تأتي من اللغة اليونانية، وهي سيميون، أو سيمي (مترجم الإشارة) (تيناريوكو، ١٢ : ٢٠١٠). السيميوطيقية هي نموذج للعلوم الاجتماعية في فهم العالم كنظام للعلاقات يحتوي على وحدة أساسية تسمى بـ "الإشارة". في السيميوطيقية، تعتبر اللغة بالإشارة تحتوي على مكونين مهمين: (١) إشارة (مما تعني ، و ٢) علامة (مترجمة). ما يتم تفسيره في الواقع ليس سوى مفهوم أو معنى الإشارة الصوتية. في حين أن المترجم ليس سوى تلك الأصوات، التي تتكون من صوتيات اللغة المعنية.

وفقا لتشارلز موريس، تنقسم السيميوطيقية بشكل أساسي إلى ثلاثة فروع، وهي السنتكتكا (النحوية) ، والسمنطقي (الدلالي) ، والبراجماتي (واقعي).

السنتكتكا، هو فرع من البحث السيميوطيقي يدرس العلاقة الرسمية بين إشارة واحد مع إشارة آخر. وبعبارة أخرى، لأن هذه العلاقات الرسمية هي قواعد تتحكم في الكلام والتفسير، فإن فهم السنتكتكا هو نوع من "القواعد النحوية".

السمنطقي هو فرع من التحقيق السيميوطيقية الذي يدرس العلاقة بين الإشارات والمعينات أو الأشياء التي يشيرون إليها. والمقصود من المعين هو معنى الإشارات قبل استخدامها في عبارات معينة.

أما البراجماتي، هو فرع من البحث السيميوطيقية الذي يدرس العلاقة بين الإشارات و مستخدمي الإشارات. تتعامل البراجماتي على وجه التحديد مع جوانب الاتصال، وخاصة الوظائف الظرفية التي تكمن الكلام.

في هذه البحث، استخدمت الباحثة تحليل تشارلز ساندرز بيرس السيميوطيقي للمنظورات.

ب. السيميوطيقية عند تشارلز ساندرز بيرس

أكد تشارلز ساندرز بيرس (١٨٣٩-١٩١٤)، الفيلسوف الأمريكي أنّ لا يمكننا التفكير إلا من خلال الإشارات. من المؤكد أنّ بدون إشارة لا يمكننا التواصل. بالنسبة لبيرس السيميوطيقية هو اسم آخر للمنطق، وهو مذهب الإشارات الرسمي (بوديمان، ٢٠١١: ٣). يجب أن يتعلم المنطق كيف يعقل الناس. استنادا إلى فرضية بيرس، يجب أن يمر المنطق بالإشارة. تسمح لنا الإشارات بالتفكير، والتواصل مع الآخرين، وإعطاء معنى لما يظهره الكون.

أحد أشكال الإشارة هو الكلمة، في حين أن الموضوعات هو شيء تشير إليه الإشارة. أما التفسيرية هي علامة في ذهن شخص ما حول شيء ما لشخص ما، فإنه يأتي بعد ذلك المعنى حول شيء ما يمثل الإشارة (هود، ٢٠٠٨: ٤).

بالنسبة لبيرس، السيميوطيقية هي عمل، تأثير، أو تعاون من ثلاثة موضوع، وهي الإشارة، والموضوعة، والتفسيرية. ما يعنيه الموضوع في السيميوطيقية لبيرس ليس بشريا، بل ثلاثة كيانات السيميوطيقية مجردة في الطبيعة لا تتأثر بعادات التواصل الملموسة. وفقاً لما نقلته أليكس (٢٠٠١: ١٠٩)، وفقاً لبيرس، فإن الإشارة

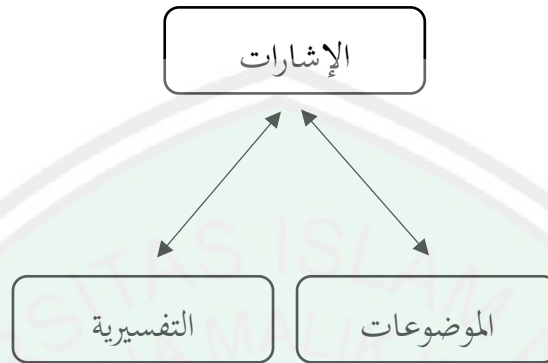
هي كل شيء في شخص ما للتعبير عن شيء آخر بطريقة أو مؤكدة. قال بيرس إن الإشارة نفسها مثالا على الأولى، والموضع الثاني، والتفسيري مثالا على الثالث. والثالث الموجود في سياق تكوين الإشارات يثير السيميوطيقية أيضا اللانهائية، أي إنشاء تفسيري لا نهاية لها من المتفسرين في سلسلة إنتاج واستنساخ الإشارات، حيث يكون للإشارات مكان للعيش والنمو والتكاثر (أليكس ، ٢٠٠٤ : ٨). هذا المترجم هو العنصر الذي يجب أن يكون موجودا لربط الإشارة بالكائن. بسبب أهمية دور المترجم في تقديم معنى الإشارة، ففكر بيرس يعرف باسم "براجماتية السيميوطيقية" (دانيسي، ٢٠١٠: ٣٢).

غالبا نظرية تشارلز ساندرز بيرس تسمى بالسيميائية "جراند ثيوري" لأن أفكاره يعبر عن أوصاف هيكلية لجميع الإشارات، يريد بيرس تحديد الجسيمات الأولية للإشارة وإعادة تجميع المكونات في بنية هيكلية واحدة (ويووو ، ٢٠١١: ١٣).

يشتهر تشارلز ساندرز بيرس بنماذجه الثلاثية ومفاهيم تريكوتومي التي تتكون مما يلي:

١. الإشارات هي نموذج تقبله علامة أو تعمل كعلامة.
٢. الموضوعات هي شيء تشير إلى الإشارة. شيء ما يتم تمثيله بإشارة تتعلق بالمرجع.
٣. التفسيرية هي إشارة في ذهن شخص ما حول الموضوع التي تشير إليه الإشارة. (صبور، ٢٠٠٦ : ٤١)

لتوضيح نموذج تشارلز ساندرز بيرس الثلاثي، يمكن رؤيته في الشكل التالي:



صورة ١,١ مثلث المعنى

(مصدر: ناوره فيرا "السيميوطيقية في دراسة مواصلات")

- في بحث الموضوعات، رؤية كل شيء من مفاهيم تريكتومي الثلاثة، وهي:
١. الإشارة هي شكل مادي أو أي شيء يمكن أن يمتصه الحواس ويشير إلى شيء ما، تنقسم تريكتومي الأولى إلى ثلاثة:
 - أ. *Qualisign*: علامات تدرس العلامات بناء على طبيعتها. على سبيل المثال "الأحمر"، يمكن استخدام العلامات لإظهار الحب أو الخطر أو الزواج.
 - ب. *Sinsign*: الوجود الفعلي للأشياء أو الأحداث الموجودة على العلامة، وكل الكلمات الفردية مثل العجب والمتعة، إلخ.
 - ت. *Legisign*: علامة يعتمد على لائحة مقبولة بشكل عام، رمز. (فيرا، ٢٠١٥: ٢٢)
 ٢. بناء على موضع، يتم تصنيف العلامة إلى:

أ. *Icon*: علامة تشبه الكائن الذي تمثله أو علامة تستخدم أوجه التشابه أو الخصائص مع ما تعنيه. مثالا، تشابه الخريطة مع المنطقة الجغرافية المرسومة والصور الفوتوغرافية وغيرها.

ب. *Index*: علامة لها علاقة أو قرب مما تمثله.

ت. *Symbol*: العلاقة بين الإشارات تعسفية، تحددها لائحة مقبولة بشكل عام أو تحددها اتفاقية جماعية. (فيرا، ٢٠١٥: ٢٢)

٣. استنادا إلى التفسيرية، تنقسم العلامة إلى *rheme, dicisign, dan argument*:

أ. *Rheme*: علامة تسمح للمترجم بالاستناد إلى الاختيارات، مثل العيون

الحمراء التي تشير إلى شخصا ييكى، آلام العين، إستيقاظ، و الآخر.

ب. *Decisign*: علامات تتوافق مع الواقع، مثل حوادث غالبا ما تحدث على الطريق.

ت. *Argument*: علامة تعطي على الفور سببا لشيء ما. (فيرا، ٢٠١٥: ٢٢)

ج. الإعلان

غالبا ما يتم تسمية مصطلح الإعلان بعناوين مختلفة. في أمريكا وإنجلترا يطلق عليه "الإعلان". بينما في فرنسا تسمى با *Reclamare* التي أصبحت تعرف باسم لوحة الإعلانات. لوحة الإعلانات نفسها تأتي من الإسبانية ، وهي *Re.Re* و *clame* تعني مرارا وتكرارا بينما تعني *clame* أو *clamos* أن تصيح بحيث تكون لغة لوحة الإعلانات عبارة عن صيحة / نداء بشكل متكرر ، أو الصراخ بشكل متكرر (جائز، ٢٠١٤: ١). في حين أن التعريف البسيط للإعلان هو رسالة تقدم منتجا ليتم عرضه للجمهور من خلال وسائل الإعلام (تريادي و

سكما، ٣: ٢٠١٠). وبالتالي يمكن تفسير الإعلان على أنه تكتيك لجذب الجمهور من خلال استراتيجيات مختلفة وتقييمه

السيميوطيقية هي دراسة الأساليب الإعلانية أو التحليلية لدراسة الإشارات في سياق السيناريوهات والصور والنص ومشاهد الإعلان إلى شيء يمكن تفسيره. تتعلم السيميوطيقية بشكل أساسي كيف تفهم البشرية الأشياء. المعنى يعني أن الأشياء لا تحمل فقط المعلومات، وفي هذه الحالة تريد التواصل، ولكنها تشكل أيضا نظاما منظما من العلامات. (صبور، ١٥: ٢٠٠٩)

١. تعريف الإعلان

يفسر بعض الخبراء الإعلانات بعدة معاني. يفسرها البعض من حيث الاتصال، الإعلان البحث، التسويق، والبعض الآخر يفسرها من منظور نفسي. في منظور الاتصال تميل إلى التأكيد على أن عملية تسليم الرسائل من التواصل إلى المتواصل. من منظور الإعلان، يميل الإعلان إلى التركيز على جوانب توصيل الرسائل الإبداعية والمقنعة التي يتم نقلها عبر وسائل الإعلام الخاصة. يؤكد منظور التسويق على معنى الإعلان كأداة تسويقية لبيع المنتجات. بينما يركز المنظور النفسي أكثر على الجوانب المقنعة للرسالة.

يتمتع الإعلان بتفرد لا يمكن رؤيته في أشكال الاتصال الأخرى، حيث تولي الإعلانات اهتماما لاستجابة جمهورها. الاستجابات المختلفة، مثل الفهم وتغيير المواقف والمشاعر والاهتمام بالرسائل الإعلانية والمنتجات أو الخدمات المعلن عنها هي بعض الاستجابات الأكثر أهمية التي يجب ملاحظتها من قبل المعلنين. (دينانت، ١٦: ٢٠١٠)

يعد الإعلان أحد أكثر أشكال الترويج شهرة ونقاشا على نطاق واسع، ويحتمل أن يكون ذلك بسبب انتشاره على نطاق واسع. إنه لا يستخدم اللغة كأداة

فحسب، بل يستخدم أيضًا أدوات اتصال أخرى مثل الصور والألوان والأصوات. يتم تسليم الإعلانات عادة من خلال قناتين لوسائل الإعلام، هم (١) وسائل الإعلام المطبوعة (الصحف والمجلات والكتيبات ولوحات الإعلانات) و (٢) الوسائط الإلكترونية (الراديو والتلفزيون والسينما ووسائل التواصل الاجتماعي).

الإعلان هو نتيجة للإبداع وشكل من أشكال الترويج أو وسيلة اتصال تنقل الرسائل من المنتجين إلى المستهلكين من خلال وسائل الإعلام. من خلال رسالة إعلامية ومقنعة واعدة حول وجود السلع والخدمات التي يمكن أن تلبي الاحتياجات، وأين يمكن الحصول عليها ونوعية السلع والخدمات. يمكن أن يقال عن الإعلان أيضًا لإنشاء وإنشاء صورة علامة تجارية (علامة تجارية). هذا هو السبب في أنه يمكن حزم الإعلانات وعرضها مع مجموعة متنوعة من العبوات والكلام والأسلوب، والتي تم تصميمها لتناسب شخصية الجمهور المستهدف. يعد الإبداع رمزًا لكل وكالة إعلانية جيدة، ولكن الإبداع ليس الأداة الرئيسية الوحيدة التي يسعى إليها المعلنون، وبالطبع هناك حاجة إلى مزيج من استراتيجية التسويق والإبداع الإعلاني. (عارفين، ٢٠١٠: ٧٨)

استنادًا إلى الفهم أعلاه، يمكن استنتاج أن الإعلان هو شكل من أشكال التواصل الذي يهدف إلى التأثير على الجمهور أو المجتمع ككل لاتخاذ إجراءات أو شراء منتجات أو خدمات من هذه الإعلانات.

٢. أنواع الإعلان

يمكن تمييز الإعلان بناء على عدة أشياء، في هذه الدراسة قدمت نوع الإعلان بناء على الوسائط المستخدمة والغرض من الإعلان. بناء على نوع الوسائط المستخدمة، يمكن تصنيف الإعلانات على النحو التالي:

(١) الإعلان المطبوع

الإعلان المطبوع هو نوع من الإعلانات التي يتم نشرها باستخدام الوسائط المطبوعة مثل الصحف والمجلات والصحف وغيرها. استنادا إلى المساحة المستخدمة في الوسائط المطبوعة، تُعرف الإعلانات بثلاثة أشكال بمعنى:

أ. الإعلانات المبوبة: تصنع في عدة صفوف ، تتكون بشكل عام من ٣-٤ أكياس بمساحة لا تزيد عن عمود واحد. اللغة المستخدمة في هذه الإعلانات هي عامة قصيرة ومليئة بالمعاني وبسيطة. الأشياء التي يتم الإعلان عنها في الإعلانات المبوبة عادة ما تكون إعلانات عن الوظائف الشاغرة والسلع والخدمات وغيرها.

ب. إعلان العمود: مصنوع على شكل عمود. في بعض الأحيان تكون هذه الإعلانات مزودة بصور أو رموز أو رموز تدعم محتوى الإعلان. الشيء الذي يتم الإعلان عنه هو في شكل سلع وخدمات إعلانية ، وظائف شاغرة ، وغيرها.

(٢) الإعلان الدعائي

الإعلان الدعائي هو نوع من الإعلانات يتم تعبئته مثل الأخبار.

(٣) الإعلان على الشبكة الإعلانية

انطلاقا من الشكل، هذا الإعلان أكبر من إعلان العمود. في هذا الإعلان، يتم عرض صور وكتابات أكبر.

(٤) الإعلان الإلكتروني

الإعلانات الإلكترونية هي إعلانات منشورة في وسائل الإعلام الإلكترونية. يمكن تصنيف الإعلانات الإلكترونية على أنها:

أ. إعلانات الراديو: الإعلانات المنشورة عبر الراديو في شكل مزيج من الكلمات الصوتية والمؤثرات الصوتية ، يتم سماع هذه الإعلانات فقط.

ب. الإعلانات التلفزيونية: الإعلانات المنشورة من خلال التلفزيون على شكل مزيج من الصور والحركة. يمكن رؤية هذا الإعلان ويمكن سماعه أيضًا.

ج. الإعلان عبر الإنترنت: الإعلانات المنشورة عبر الإنترنت إعلان الشركة: إعلان يهدف إلى بناء صورة مؤسسية تؤدي إلى بناء صورة للمنتج أو الخدمة التي تنتجها الشركة المراد شراؤها. د. إعلانات الخدمة العامة: الإعلانات التي تهدف إلى تقديم خدمات للمجتمع من خلال دعوة أو مناشدة بعدم القيام بشيء أو فعله. ٣. وظيفة الإعلان

تنقسم وظيفة الإعلان إلى ما يلي:

أ. إعلام: يمنح التواصل الإعلاني المستهلكين وعيًا بالمنتج ويساعد في توضيح مكان الحصول على المنتج وسعر المنتج.

ب. الترفيه: من خلال الترفيه عالي الجودة في الاتصالات الإعلانية ، نأمل أن تثير اهتمام المستهلكين لفهم الرسائل الإعلانية.

ج. الإقناع: تم الاتفاق على الاتصالات الإعلانية لإقناع المستهلكين بشراء المنتج المعروض أو على الأقل التعرف على العلامة التجارية.

د. تذكير: يحاول الاتصال الإعلاني المساعدة في تذكير المستهلكين بفوائد العلامة التجارية أو المنتج.

هـ. *Reasurs*: من خلال شراء أو استخدام منتج ، من المتوقع أن يرضي المستهلكين.

- و. تأكيد جهود الشركة الأخرى: يُظهر الاتصال الإعلاني الخطوات السهلة التي يمكن للشركات اتخاذها في عملية الإعلان ، مما يشجع التحسينات في التعرف على المنتج وقيمة المنتج.
- ز. إضافة القيمة: يوفر الاتصال الإعلاني قيمة مضافة للمنتج بحيث يعتبر الإعلان قادرًا أيضًا على التأثير على تصورات المستهلك للمنتج ، بالإضافة إلى عمله لتوفير المعلومات. (ليليوري، ١٩٩٢: ٧٥)

٤. خصائص الإعلان

خصائص الإعلان مما يلي:

- أ. شكل من أشكال التواصل الذي يدفع
- ب. اتصال غير شخصي
- ج. باستخدام وسائل الإعلام أو نيرماسا الشامل
- د. راعي واضح
- هـ. مقنع
- و. تظهر لجمهور عريض. (ليليوري: ٧٥: ١٩٩٢)

د. إعلانات الخدمة العامة

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة إعلانات الخدمة العامة كأشياء. فيما يلي شرح أكثر تفصيلاً لإعلانات الخدمة العامة:

وفقاً لبنتر (في ويديا، ٢٠٠٧: ٦٥) ، ينقسم الإعلان العام إلى نوعين ، وهما الإعلان القياسي وإعلانات الخدمة العامة. الإعلان القياسي هو إعلان يتم

ترتيبه خصيصا بغرض تقديم السلع والخدمات والخدمات للمستهلكين من خلال وسائط الإعلان. الغرض من الإعلانات القياسية هو الحصول على فوائد اقتصادية ، ولهذا السبب يشار إلى هذا الإعلان القياسي أيضًا باسم الإعلان التجاري. بينما إعلانات الخدمة العامة هي إعلانات غير ربحية. هذا النوع من الإعلانات لا يهدف إلى الحصول على منافع اقتصادية ، بل يهدف إلى الحصول على منافع اجتماعية. الفائدة الاجتماعية المتوقعة من توصيل الرسائل باستخدام هذا النوع من الإعلانات هي الحصول على صورة جيدة في المجتمع. تهدف إعلانات الخدمة العامة أيضًا إلى توفير المعلومات والمعلومات والتعليم للمجتمع من خلال دعوة الجمهور للمشاركة والإيجابية بشأن الرسالة المنقولة.

وفقا لقاموس مصطلحات الإعلان الإندونيسية، يعد إعلان الخدمة العامة نوعا من الإعلانات التي تقوم بها الحكومة، وهي منظمة تجارية أو غير تجارية لتحقيق الأهداف الاجتماعية أو الاجتماعية والاقتصادية، وخاصة لتحسين رفاهية الناس.

إعلانات الخدمة العامة هي إعلانات يتم استخدامها لنقل المعلومات أو إقناع أو تثقيف الجمهور حيث يكون الهدف النهائي هو المكسب الاجتماعي. الفوائد الاجتماعية المعنية هي ظهور إضافة المعرفة ، والوعي بالسلوك ، والتغيرات في سلوك المجتمع تجاه المشكلة المعلن عنها ، وكذلك الحصول على صورة جيدة في أعين المجتمع.(ويدياتاما، ١٠٤:٢٠٠٧).

وفقًا لمجلس الإعلان ، وهو مجلس إعلانات في الولايات المتحدة كان رائدًا في إعلانات الخدمة العامة، هناك العديد من المعايير التي يمكن استخدامها لتحديد إعلان الخدمة العامة:

أ. غير تجاري

ب. وليس دينيا

ج. ليست سياسية

د. الرؤية الوطنية

هـ. مخصص لطبقات المجتمع

و. مقدم من منظمة تم الاعتراف بها وقبولها

ز. يمكن الإعلان عنها

ح. له تأثير وأهمية عالية ويستحق دعم وسائل الإعلام المحلية والوطنية

المشاكل التي تثار عادة في إعلانات الخدمة العامة هي عادة مشاكل اجتماعية ملحة والتي وفقا للتغيرات في المجتمع في المجتمع. يهدف إعلان الخدمة العامة هذا إلى دعوة المجتمع أو حثه أو التأثير عليه أيضاً للقيام أو عدم اتخاذ إجراء من أجل الصالح العام. (سيامتورو، ٢٠١٤: ٣١)

الباب الثالث

عرض البيانات و تحليلها

أ. لحة الإعلان "السكري"



صورة ٣,١

غلاف إعلان "السكري"

عنوان الإعلان: السكري يتحدث | وقفه عند حده لأول مرة #diabetes

speaks out for the first time

تاريخ نشر الإعلان: ١٩ نوفمبر ٢٠١٦

مدة الإعلان: ٣ دقائق و ٤٦ ثانية

إنتاج: وزارة الصحة السعودية

شخصيات في إعلانات الخدمة العامة لمرضى السكري:

أ. بشر قبيح كتمثيل لمرض السكري

ب. رجل سمين ١

ج. رجل سمين ٢

د. شاب نحيف

هـ. شاب سمين

تم نشر هذا الإعلان لأول مرة من قبل وزارة الصحة السعودية من خلال قناتهم على موقع يوتيوب في ١٩ نوفمبر ٢٠١٦ ، ومدته ٣ دقائق و ٤٦ ثانية وسجل ما مجموعه ١,٢٩٧,٦٣٠ مشاهد.

يوفر الموقع www.moh.gov.sa/Ministry/Minister/Office/Pages معلومات كاملة عن تطور حالات جميع الأمراض. يمكن للجمهور أيضاً زيادة المعرفة باتباع تحديثات الأخبار من الموقع. يحتوي إعلان السكري هذا على كيفية الكشف عن مرض السكري، وتوفير التعليم للجمهور ليكون على بينة من مخاطر مرض السكري منذ سن مبكرة. بالإضافة إلى أن هذا الإعلان مصنوع بحيث سهل الفهم مع تمثيل مثير للاهتمام. ١. لحة وزارة الصحة السعودية

صورة ٣,٢

رمن وزارة الصحة المملكة العربية السعودية

وزارة الصحة السعودية هي وزارة المملكة العربية السعودية المسؤولة عن الشؤون الصحية. وزارة الصحة تابعة للملك وهي مسؤولة عنها. ترأس وزارة الصحة

وزير الصحة منذ ٧ مايو ٢٠١٦ بالتزامن مع ٣٠ رجب ١٤٣٧ هـ التي عقدها د. توفيق بن فوزان الربيعة.

ب. إشارات، موضوعات، و تفسيرية في إعلان "اسكري" لشارلس ساندرز بيرس في هذه البحث، قامت الباحثة بتحليل مضمون إعلانات "السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية بناء على نظرية مثلث المعنى لشارلز ساندرز بيرس، والتي تتضمن الإشارات، موضوعات والتفسيرية. وتفسير ذلك على النحو التالي:

المشهد ١: يقدم "السكري" نفسه

تبدأ المشهد ١ من ٠٠:٠٢ حتى ٠٠:٣٦، بينما يكون تفسير الإشارات، موضوعات، و التفسيرية الفوريين كما يلي:

إشارات مشهد ١

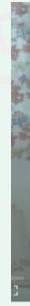
صورة ٣,٣

تظهر الإشارات المرئية في هذه المشهد في الحوار "اهلين، معكم حاجة الأعصاب، اللي يجرح و اليدعوي و على الكل معكم السكري، و هوايتي جمع العيون و الأطراف. يا اخي، ما أدري أحب استهوي اللي ما يهتم فيه راح اخذ منهم. أحب الحلويات، الدهون و قلة الحركة. الكتاب هذا أسجل فيه أسماء الناس اللي اخترت فيهم و أحب أزورهم استمرار. يعني تعرف يمكن يحتاجوا شيء، اخذ

منهم شيء، انت فاهم." يتم نقل هذه اللغة عن طريق "السكري" إلى جمهور الإعلان.

الحوار في الأعلى تعني " أهلا، أنا مدمرة للأعصاب والواردة، إلحاق الجروح التي لا تصلح ، والتي لا نهاية لرغبتها في الحصول على شخص واحد. أنا "السكري"، و هوايتي جمع العيون و الأطراف. أنا مفتون بهم، علي فقط أن أخطفهم من أولئك الذين لا يهتمون بهم. أحب الحلويات، الدهون و قلة الحركة. أكتب أسماء هؤلاء في هذه اليومية وأنا أحب زيارتهم باستمرار. لأنك تعلم ، قد يحتاجون إلى شيء أو يمكنني أخذ شيء منهم ."

موضوعات مشهد ١



(١)

صورة ٣,٤

هناك رجل ذو وجه قبيح يمثل شخصية "مرض السكري".



(٢)

صورة ٣,٥

وضع منشار وسكين ومقص والعديد من الأدوات الأخرى في حقيبته.

(٣)

صورة ٣,٦

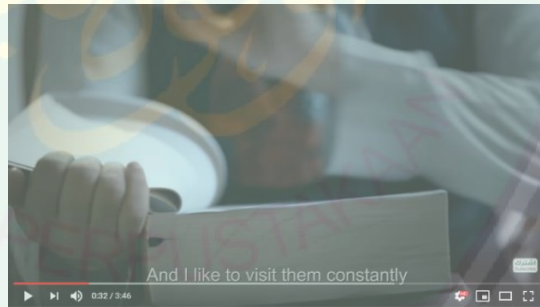
قام بقلي البرغر ثم صب عليه الكثير من المايونيز.



(٤)

صورة ٣,٧

نظر إلى لوحة تصور الوجبات السريعة.



(٥)

صورة ٣,٨

فتح مجلة تحتوي على ملاحظات أسماء أهدافه.

تفسيرية مشهد ١

مشهد ١ دقيقة ٠٠:٠٢ حتى ٠٠:١٠ مع حوار "اهلين! معكم حاجة الأعصاب والشرابين. اللي يجرح و ... و على الكل ..."، يقدم "السكري" نفسه على أنه مدمر الأعصاب والأوعية الدموية في البشر، كما أنه مرتكب الجروح التي لم تلتئم في جسم الإنسان، ولديه طموحات للحصول على شخص ما بلا نهاية.

مشهد ١ دقيقة ٠٠:١١ حتى ٠٠:١٨، هناك حوار "وهوايتي هي جمع العيون والأطراف"، قال أن هوايته جمع العيون والأطراف الأخرى بصور المنشر والسكين والمقص التي نعرفها أن المناشير والسكاكين والمقصات هي أدوات للقطع. تشير كلمة "قطع" في هذا الحوار إلى جمع العين والأطراف.

مشهد ١ دقيقة ٠٠:١٩ حتى ٠٠:٢٢ وجدت "السكري" يقلب لحم البرجر، ثم وضع اللحم على خبز البرجر، ثم صب الكثير من المايونيز. يشير المرئي إلى الحوار "أنا مفتون بهم"، علي فقط أن أخطفهم من أولئك الذين لا يهتمون بهم". إنه سعيد للغاية إذا كان هناك بشر لا يحافظون على أسلوب حياتهم.

مشهد ١ دقيقة ٠٠:٢٣ حتى ٠٠:٢٦، حوار "أحب الحلويات، الدهون و قلة الحركة" تم العثور على "السكري" يحدق في لوحة للوجبات السريعة. اللوحة المرئية للوجبات السريعة في المشهد تشير إلى الحوار الدهون.

مشهد ١ دقيقة ٠٠:٢٧ حتى ٠٠:٣٦ يقوم "السكري" بفتح يومياته، بالنظر إلى الأسماء التي يلاحظها على أنها "هدفه"، تشير الصورة المرئية إلى حوار "أكتب أسماء هؤلاء في هذه اليومية وأنا أحب زيارتهم باستمرار" تظهر معنى أن مرض السكري سيكون باستمرار في جسم "الهدف".

من جميع الإشارات الموجودة في هذا المشهد، يمكن الاستنتاج أن هذا المشهد يقدم مرض السكري إلى المشاهدين، ويقدم معلومات تفيد بأن "مرض السكري" يمكن أن يسبب تلفا في الأعصاب والأوعية الدموية، ويمكن أن يسبب جروحا لا تلتئم. عادة ما يصاب مرض السكري بأشخاص يحبون جدًا بالحلويات، والدهون ، والكسول للتحرك.

المشهد ٢: اقترَب "السكري" من أحد أهدافه



صورة ٣,٩

تبدأ المشهد ٢ من ٠٠:٣٧ حتى ٠١:١٦، بينما يكون تفسير الإشارات، موضوعات، و التفسيرية الفوريين كما يلي:

إشارات مشهد ٢

إشارات في هذه المشهد تظهر في الحوار بين "السكري" مع رجل سمين. السكري: والله كفوا يا ابو عبد الله، برضوا ارفع السكر! تعني "عمل جيد! إحتفظ به! المزيد من السكر!"

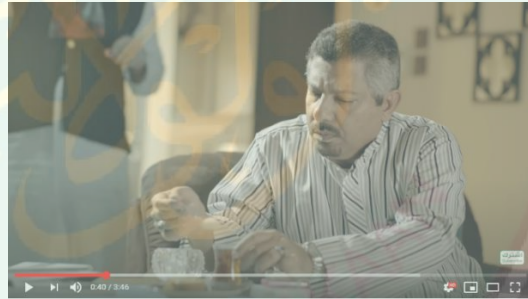
رجل سمين: ايش تبي، تراني موا ناقصك. تعني "ماذا تريد؟ أنا لست في مزاج جيد."

السكرى: موا ناقصني؟ كم مرة قتللك اربط و طعلك و خليك في حالك، لكن
 اظهار انك انت ما تبي رجلك. تعني "لست في المزاج؟ كم مرة قلت لك لإدارة
 حالتك؟ يبدو أنك لا تريد ساقك."

رجل سمين: احاول اضبط وقت وضعي لكن مشغول. تعني "أحاول إدارته ولكن لا
 أستطيع. أنا مشغول."

السكرى: مشغول؟ الله يهديك يا ابوا عبد الله، ليه ما تقول لو انت مشغول، لو
 ادري انك مشغول خليتك في حالك، مسكت عليك يا ابوا عبد الله، اقول اعطي
 رجلك و بس. تعني "مشغول؟ لماذا لم تقول لي ذلك؟ إذا كنت أعلم أنك مشغول
 لكنت قد تركتك وحيدا. مسكتك! ساقك من فضلك."

موضوعات مشهد ٢



(١)

صورة ٣,١٠

رجل سمين يجلس على مهل يستمتع بالشايه بوضع بعض ملاعق من السكر في
 كوبه الصغير.



(٢)

صورة ٣,١١

اقترب السكري من الرجل، ثم جلس بجانبه وسحب منشارا من حقيبته



(٣)

صورة ٣,١٢

خرج منشار من حقيبته



(٤)

صورة ٣,١٣

بدأ الرجل با الذعر

تفسيرية مشهد ٢

مشهد ٢ دقيقة ٣٧:٠٠ حتى ٤٠:٠٠، هناك رجل سمين يجلس لشرب الشاي التي ضع عليه بضعة ملاعق من السكر بجرعة كبيرة. السكر المفرط الذي يستخدم كمشهد سيناريو يمكن أن يسبب السكري، كما نعلم، هذا المفرط ليس جيدا.

مشهد ٢ دقيقة ٠٠:٤١ حتى ٠٠:٥٩، اقترب "السكري" بالرجل ثم جلس بجانبه ثم يقول "والله كفوا يا ابو عبد الله، برضوا ارفع السكر!"، السكري يدعم الرجل في الاستمرار لإضافة السكر له. كما وضع في المشهد الأول " أنا مفتون بهم، علي فقط أن أخطفهم من أولئك الذين لا يهتمون بهم". على الرغم أن السكري كان طيبًا بما يكفي لمحاولة إحياء ذكرى صحته في حوار " كم مرة قلت لك لإدارة حالتك؟".

مشهد ٢ دقيقة ٠١:٠١ حتى ٠١:١٦ يبدو الرجل مذعورا، لأن طلب "السكري" ساقه.

من جميع الإشارات في هذا المشهد، يمكن الاستنتاج أن هذا المشهد فيها رسالة للجمهور لرعاية صحتهم عندما كانوا قادرين على ذلك قبل فوات الأوان.

المشهد ٣: يلاحق "السكري" أهدافه الأخرى



صورة ٣، ١٤

تبدأ المشهد ٣ من ٠١:١٧ حتى ٠٢:٠٢، بينما يكون تفسير الإشارات، موضوعات، و التفسيرية الفوريين كما يلي:

إشارات مشهد ٣

إشارات في هذه المشهد تظهر في حوار "السكري" بنفسه و أيضا حوار بينه مع الشابان.

السكري: شوف شوف، عشان كنا عادلين بعد، انا اجي على نوعين. تعني "لكي نكون منصفين ، أتيت إلى الناس في شكلين."

السكري: النوع الأول هذا ما لهم دم صراحة، بس انا اجي على جناتهم. تعني "الأول جيني وصريح ليس ذنبهم."

السكري: النوع الثاني، و هذا الأغلب طبعاً، انا اجيهم بسبب اسلوب حياتهم. تعني "لكن الثانية ، الأكثر شيوعاً، أتيت بسبب نمط حياتهم."

السكري: و ها السبب بتحسب اللي انت. تعني "أستمر في المشاهدة وتدوين الملاحظات حتى فوات الأوان."

السكري: واذا استمر الوضع، ما هو على ايه بعد تقريبا ١٠ سنوات زرت اسكان العربية. تعني "إذا استمرت الأمور على هذا النحو ، في حوالي عشر سنوات سأصل إلى نصف سكان المملكة العربية السعودية."

السكري: ابو شباب وقف هنا!. تعني "توقف هنا!"

السكري: بس معليه، اعرف وين الاقيهم. تعني "لكن لا تقلق، أعرف أين أجدهم."

الشاب ١: واحد تشيز بيرجر.

السكري: خليها سوبر سايز. تعني "اجعلها فائقة الحجم."

السكري: تتوقع واحد يكفي؟ خليها وجبتين. تعني "هل تعتقد أن وجبة واحدة سيكون كافياً؟ اجعلها وجبتين."

الشاب ٢: اطلب وجبتين

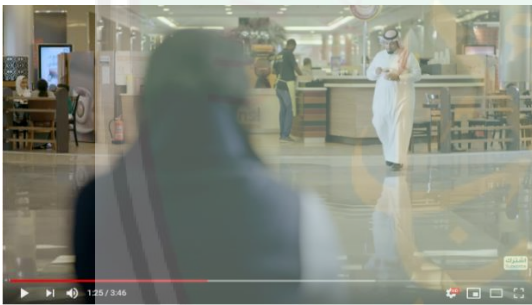
موضوعات مشهد ٣



(١)

صورة ٣,١٥

يجلس "السكري" و شرح شيء ما.



(٢)

صورة ٣,١٦

"السكري" يراقب رجلاً يأكل وهو واقف.



(٣)

صورة ٣,١٧

يفحص "السكري" عادة سيئة.



(٤)

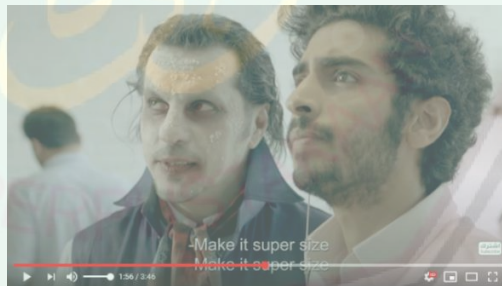
صورة ٣,١٨

يبدو أن "السكري" يريد اتباع شخص ما.

(٥)

صورة ٣,١٩

"السكري" في السيارة.



(٦)

صورة ٣,٢٠

"السكري" يحرض على شاب ١.



(٧)

صورة ٣,٢١

"السكري" يحرض على شاب آخر

تفسيرية مشهد ٣

مشهد ٣ دقيقة ٠١:١٧ حتى ٠١:٢٤، السكري جالسا و يقول "شوف شوف، عشان كنا عادلين بعد، انا اجي على نوعين. النوع الأول هذا ما لهم دم صراحة، بس انا اجي على جناتهم". يوضح الحوار أن مرض السكري يظهر في شكلين. سبب الأول هو الجنائية.

مشهد ٣ دقيقة ٠١:٢٥ حتى ٠١:٣٠، "السكري" يواصل تفسيره أن مرض السكري النوع الثاني "هذا الأغلب طبعاً، انا اجيهم بسبب اسلوب حياتهم". يظهر في هذا الحوار رجل يتناول طعاما دهنيا وهو واقف في وسط المركز التجاري. كلمة "اسلوب حياتهم" يشير إلى تناول الأطعمة الدهنية.

مشهد ٣ دقيقة ٠١:٣١ حتى ٠١:٣٢، داء "السكري" علامة عند أحد أعمدة الجدول في يومياته نصها "أكل دسم".

مشهد ٣ دقيقة ٠١:٣٣ حتى ٠١:٣٨، يظهر "السكري" أنه يتبع أهدافه و يقول "و ها السبب بتحسب اللي انت". هذه الحوار يدل أنه لا يريد حقا أن يفقد أهدافه.

مشهد ٣ دقيقة ٠١:٣٩ حتى ٠١:٥٠، يتبع "السكري" الهدف باستخدام السيارة و حاور "واذا استمر الوضع ، ما هو على ايه بعد تقريبا ١٠ سنوات زيار السكان العربية". يظهر الحوار آماله على البشر الذين لا يستطيعون رعاية أنفسهم بشكل صحيح.

مشهد ٣ دقيقة ٠١:٥١ حتى ٠٢:٠٢، وصل "السكري" إلى وجهته. اتضح أن وجهة "الهدف" هي مطعم للوجبات السريعة. ثم قرب "السكري" إلى "الهدف". كان "الهدف" هو شاب سيطلب واحد برغر بالجبن، لكن حرض عليه "السكري" لكي يطلب البرجر بفائقة الحجم. فطلب الشاب البرجر بفائقة الحجم. يفعل الشيء نفسه مع الأهداف الأخرى. هناك شاب آخر سيطلب وجبة واحد، ثم قال له " تتوقع واحد يكفي؟ خليها وجبتين" حرض عليه "السكري" لكي يطلب وجبتان.

من جميع الإشارات الموجودة في هذا المشهد، يمكن الاستنتاج أن هذا المشهد يفسر أن "مرض السكري" الموجود في البشر يتسبب من عاملين، الأول هو عامل وراثي ، والثاني هو عامل نمط الحياة العشوائي.

المشهد ٤: انزعج السّكري



صورة ٣,٢٢

تبدأ المشهد ٤ من ٠٢:٠٣ حتى ٠٢:٣٤ ، بينما يكون تفسير الإشارات،
موضوعات، و التفسيرية الفوريين كما يلي:

إشارات مشهد ٤

تظهر الإشارات المرئية في هذه المشهد في حوار "السكري" "بس في ناس
قاهريني. ناس عنيدين ، ما اقدر اصيبيهم. و لو أصبتهم ، ما اقدر عليهم. ولي
وقفت هنا؟ اتحرك!"

حوار في الأعلى تعني "ولكن هناك أشخاص يزعجونني. تلك العنيدة! لا يمكنني الوصول
إليهم. وإذا فعلت ذلك بطريقة ما ، فلا يمكنني فعل أي شيء. لماذا توقفنا هنا؟ هيا
ننتقل!". يتم نقل هذه اللغة عن طريق "السكري" إلى جمهور الإعلان.

موضوعات مشهد ٤



صورة ٣,٢٣

"السكري" يجعد جبهته.



صورة ٣,٢٤

رمى "السكري" السلطة على الطاولة.



(٣)

صورة ٣,٢٥

داء "السكري" يديه.



(٤)

صورة ٣,٢٦

"السكري" يسرع سائق السيارة.



(٥)

صورة ٣,٢٧

كثير من الناس يمارسون الرياضة.

تفسيرية مشهد ٤

مشهد ٤ دقيقة ٠٢:٠٣ و ٠٢:٢٤ ، قال "السكري" "بس في ناس قاهريني" وعبر عن تعبير مزعج، هذا الحوار يظهر بوضوح أنه غاضب.

مشهد ٤ دقيقة ٠٢:٠٥ حتى ٠٢:١٤ ، وجد "السكري" طاولة بها صحن سلطة. السلطة هي احد أسباب غضب "السكري". لا يحب رؤية الأشخاص الذين يحاولون اتباع أسلوب حياة صحي.

مشهد ٤ دقيقة ٠٢:١٥ حتى ٠٢:٢٠ ، يبدو "السكري" أكثر انزعاجًا أثناء الحوار "ناس عنيدين ، ما اقدر اصيهم. و لو أصبتهم ، ما اقدر عليهم".

مشهد ٤ دقيقة ٠٢:٢١ حتى ٠٢:٣٠ ، السيارة التي يقودها "السكري" توقفت فجأة، سأل السكري "ولي وقفت هنا؟" للسائق.

مشهد ٤ دقيقة ٠٢:٣٠ حتى ٠٢:٣٤ ، في هذا المشهد، كان "السكري" مندهشا للغاية، لأن على جانب يمين و يسار من سيارته كان الكثير من الناس يمارسون الرياضة. فاندفع السائق ليغادر على الفور أثناء حوار "اتحرك!".

من جميع الإشارات الموجودة في هذا المشهد، يمكن الاستنتاج أن هذا المشهد يظهر أنه إذا بدأنا في اتباع أسلوب حياة صحي، فيمكننا البدء من الأشياء الصغيرة، على سبيل المثال تناول الأطعمة الصحية و الرياضة.

المشهد ٥: شعر "السكري" باليأس



صورة ٣، ٢٨

تبدأ المشهد ٣ من ٠١:١٧ حتى ٠٢:٠٢، بينما يكون تفسير الإشارات،
موضوعات، و التفسيرية الفوريين كما يلي:

إشارات مشهد ٥

تظهر الإشارات المرئية في هذه المشهد في حوار "السكري" "الصحيحين، اللي
ما يزال الرياضة، اللي ينتبة على نفسك، الحركة بركة، هدولي اللي انا ما اقدر
عليهم. حتى لو اثم مصابين. اجي ابا اخذ منهم شي يا اخي اتفاجئت." تعني
"الأشخاص الأصحاء، تلك التي تمارس، اعتني بنفسك، تتحرك هي الحياة، هؤلاء
الذين لا حول لهم ولا قوة. حتى لو كان لديهم انا (السكري). أتيت لأخذ شيئاً
وأذهب بدون شيء لكنني اتفاجئت."

"لا لا، لا تقول انك هاتروح الرياضة! لا تقول هاتتوقف بالسيارة! خذ
سيارة! لا تقول هاتروح بالرجلية و هاتتغدي بالسلطة! لا!" تعني "لا ، لا ، لا
تخبرني أنك ستمرن! خذ السيارة! لا تخبرني أنك ستمشي ولديك سلطة لتناول
طعام الغداء! لا!"

"ناس عنيدين ، ما اقدر اصيبيهم. و لو أصببتهم ، ما اقدر عليهم." تعني
"تلك العنيدة! لا يمكنني الوصول إليهم. وإذا فعلت ذلك بطريقة ما ، فلا يمكنني
فعل أي شيء." يتم نقل هذه اللغة عن طريق "السكري" إلى جمهور الإعلان.

موضوعات مشهد ٥



(١)

صورة ٣,٢٩

يعبس "السكري".



(٢)

صورة ٣,٣٠

وجد "السكري" رجلاً يحقن الأنسولين في جسده.



(٣)

صورة ٣,٣١

فوجئ "السكري" برؤية الشاب أمامه.



(٤)

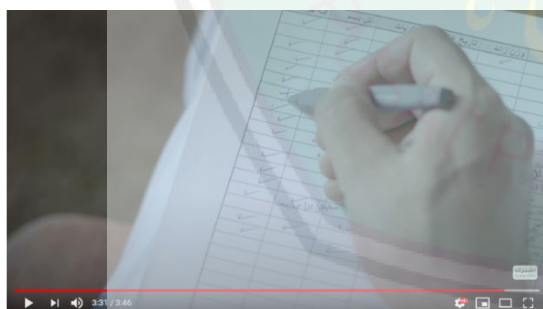
صورة ٣,٣٢

طارء "السكري" الشاب ولكنه لم يستطع.

(٥)

صورة ٣,٣٣

شعر "السكري" باليأس.



(٦)

صورة ٣,٣٤

شطب "السكري" يومياته.

(٧)

صورة ٣,٣٥

شعار مرضى السكري.

تفسيرية مشهد ٥

مشهد ٥ دقيقة ٠٢:٣٥ حتى ٠٢:٤٦، يعبس "السكري" وهو يقول "الصحيين، اللي ما يزال الرياضة، اللي ينتبة على نفسك، الحركة بركة، هدولي اللي انا ما اقدر عليهم". تظهر كلماته وتعبيراته أنه يكره الأشخاص الأصحاء، والأشخاص الذين لا يزالون يستغرقون بعض الوقت لممارسة الرياضة، والأشخاص الذين لا يزالون يحافظون على نمط حياتهم، والأشخاص غير الكسولين للتحرك. هؤلاء الناس هم الذين يجعلونه عاجزي.

مشهد ٥ دقيقة ٠٢:٤٧ حتى ٠٢:٥٨، اقترب "السكري" من رجل التي يحقن الأنسولين. في هذا المشهد حوار "السكري" "حتى لو انهم مصابين اجي ابا اخذ منهم شي يا اخي اتفاجئت". يوضح هذا المشهد أن "السكري" يفشل في مهمته. لأنه عندما كان على وشك أخذ شيء ما لأطرافه المستهدفة، فوجئ بالفعل لأن "الهدف" كان يمنع السكري عن طريق حقن الأنسولين فيه.

مشهد ٥ دقيقة ٠٢:٥٩ حتى ٠٣:١٠، شوهد السكري يقترب من الهدف الآخر، وهو شاب سمين. فوجئ أثناء الحوار "لا لا ، لا تقول انك

هاتروح". بدأ بالذعر أثناء مطاردة الشاب بينما كان يقول "لا تقول هاتتوقف بالسيارة! خذ سيارة"، يأمل أن يتم التغلب على الشاب بدعوته. ويقدر أن شائعاته قد فشلت وهو يبارك "لا تقول هاتروح بالرجلية و هاتتغدي بالسلطة". يبدو أنه لم يعد بإمكانه مطاردته.

مشهد الأخير، هناك شعار مرضى السكري مكتوب عليها "السكري | انقلب ضده ... قبل ما يزيد عن حده"، يوصي هذا الشعار بالحفاظ على صحتنا قبل فوات الأوان (الإصابة بمرض السكري).

من جميع الإشارات الموجودة في هذا المشهد، يمكن الاستنتاج أن هذا المشهد يوفر معلومات، إذا كنا بالفعل مصابين "بمرض السكري"، فلسنا بحاجة إلى الذعر أو اليأس، لأن هذا المرض لا يزال يمكن علاجه عن طريق حقن الأنسولين في أجسامنا. وأيضا يمكننا السعي من خلال الرياضة.

جدول المشهد

مشهد	مدة	إشارات	موضوعات	تفسيرية
١	٠٠:٠٢	الحوار "اهلين، معكم حاجة الأعصاب، اللي يجرح و اليدعوي و على الكل معكم السكري"	هناك رجل ذو وجه قبيح يمثل شخصية "مرض السكري".	يقدم "السكري" نفسه على أنه مدمر الأعصاب والأوعية الدموية في البشر، كما أنه مرتكب الجروح التي لم تلتئم في جسم

الإنسان، ولديه طموحات للحصول على شخص ما بلا نهاية.				
تشير كلمة "قطع" في هذا الحوار إلى جمع العين والأطراف.	يقوم "السكري" بإدخال المنشور والسكين والمقص بحقيقته	"و هوأتي جمع العيون و الأطراف"	٠٠:١١ — ٠٠:١٨	١
إنه سعيد للغاية إذا كان هناك بشر لا يحافظون على أسلوب حياتهم.	"السكري" يقلل لحم البرجر ثم يوضع قطع البرجر فوق الخبز، ثم يسكب الكثير من المايونيز فوقها	"يا اخي، ما أدري أحب استهوي اللي ما يهتم فيه راح اخذ منهم = أنا مفتون بهم، علي فقط أن أخطفهم من أولئك الذين لا يهتمون بهم"	٠٠:١٩ — ٠٠:٢٢	١
اللوحة المرئية للوجبات السريعة في المشهد تشير إلى الحوار الدهون.	ينظر "السكري" إلى لوحة الوجبات السريعة	"أحب الحلويات، الدهون وقلة الحركة"	٠٠:٢٣ — ٠٠:٢٦	١
مرض السكري سيكون باستمرار في جسم "الهدف".	يفتح "السكري" يومياته	"الكتاب هذا أسجل فيه أسماء الناس اللي اخترت	٠٠:٢٧ — ٠٠:٣٦	١

		فيهم و أحب أزورهم استمرار. - يعني تعرف يمكن يحتاجوا شيء، اخذ منهم شيء، انت فاهم."		
السكر المفرط الذي يستخدم كمشهد سيناريو يمكن أن يسبب السكري، كما نعلم، هذا المفرط ليس جيداً.	رجل سمين يسترخي ويضع بضعة ملاعق من السكر في كوبه شاي الصغير.	-	٠٠:٣٧ — ٠٠:٤٠	٢
السكر يدمع الرجل في الاستمرار لإضافة السكر له. كما وضع في المشهد الأول " أنا مفتون بهم، علي فقط أن أخطفهم من أولئك الذين لا يهتمون بهم". على الرغم أن السكري كان طبيعاً بما يكفي لمحاولة إحياء ذكرى صحته في حوار " كم مرة	اقترب "السكري" با الرجل وجلس بجانبه ثم فتح حقيبتة وأخذ المنشار.	السكري: والله كفوا يا ابو عبد الله، برضوا ارفع السكر! رجل سمين: ايش تبي، تراني موا ناقصك السكري: موا ناقصني؟ كم مرة قلتلك اربط واطعك و خليك في حالك، لكن اتظاهر انك انت ما تبي رجلك	٠٠:٤١ — ٠٠:٥٩	٢

قلت لك لإدارة حالتك؟".				
يبدو الرجل مذعورا، لأن طلب "السكري" ساقه.	يبدو الرجل مذعورا	رجل سمين: أحاول اضبط وقت وضعي لكن مشغول السكري: مشغول؟ الله يهديك يا ابوا عبد الله، ليه ما تقول لو انت مشغول، لو ادري انك مشغول خلتك في حالك، مسكت عليك يا ابوا عبد الله، اقول اعطي رجلك و بس.	٠١:٠١ — ٠١:١٦	٢
يوضح الحوار أن مرض السكري يظهر في شكلين. سبب الأول هو الجنائية.	جلس "السكري" و شرح شيء ما	"شوف شوف، عشان كنا عادلين بعد، انا اجي على نوعين. النوع الأول هذا ما لهم دم صراحة، بس انا اجي على جناحهم"	٠١:١٧ — ٠١:٢٤	٣
رجل يتناول طعاما دهنيا وهو واقف في	شاهد "السكري" رجلاً يأكل وهو	"النوع الثاني، و هذا الأغلب طبعاً، انا	٠١:٢٥ —	٣

٠١:٣٠	اجيهم بسبب اسلوب حياتهم	واقف في المركز التجاري	وسط المركز التجاري. كلمة " اسلوب حياتهم" يشير إلى تناول الأطعمة الدهنية.
٣	٠١:٣١ — ٠١:٣٢	"السكري" يكتب الملاحظات	داء "السكري" علامة عند أحد أعمدة الجدول في يومياته نصها "أكل دسم".
٣	٠١:٣٣ — ٠١:٣٨	يريد "السكري" اتباع شخص ما	السكري لا يريد حقا أن يفقد أهدافه.
٣	٠١:٣٩ — ٠١:٥٠	"واذا استمر الوضع، ما هو على ايه بعد تقريبا ١٠ سنوات زرت اسكان العربية"، "ابو شباب وقف هنا"، " بس معليه، اعرف وين الاقبيهم"	إذا أكثر الناس الذين يصابون بالسكري، فستنقص سكان عربية السعودية أكثر.
٣	٠١:٥١ — ٠٢:٠٢	الشاب ١: واحد تشيز بيرجر السكري: خليها	يتم إغراء الهدف من السكري

		سوبر سايز الشاب ١ : خليها سوبر سايز السكري: تتوقع واحد يكفي؟ خليها وجبتين الشاب ٢ : أطلب وجبتين		
٤	٠٢:٠٣ — ٠٢:٠٤	"بس في ناس قاهريني"	بدأ "السكري" بالإنزعاج	السكري غاضب.
٤	٠٢:٠٥ — ٠٢:١٤	—	رمى "السكري" السلطة على الطاولة	السلطة هي احد أسباب غضب "السكري". لا يجب رؤية الأشخاص الذين يحاولون اتباع أسلوب حياة صحي.
٤	٠٢:١٥ — ٠٢:٢٠	"ناس عنيدين ، ما اقدر اصيبيهم. و لو أصبتهم ، ما اقدر عليهم"	يبدو "السكري" أكثر انزعاجًا	يبدو "السكري" أكثر انزعاجًا أثناء الحوار "ناس عنيدين ، ما اقدر اصيبيهم. و لو أصبتهم ، ما اقدر عليهم"

٤	٠٢:٢١ — ٠٢:٣٠	"ولي وقفت هنا؟" "اتحرك!"	دهش "السكري"	توقفت السيارة فجأة
٤	٠٢:٣١ — ٠٢:٣٤	—	كثير من الناس يمارسون الرياضة	"السكري" مندهشا للغاية.
٥	٠٢:٣٥ — ٠٢:٤٦	"الصحيين، اللي ما يزال الرياضة، اللي ينتبه على نفسك، الحركة بركة، هدولي اللي انا ما اقدر عليهم."	يعبس "السكري"	السكري يكره الأشخاص الأصحاء، والأشخاص الذين لا يزالون يستغرقون بعض الوقت لممارسة الرياضة، والأشخاص الذين لا يزالون يحافظون على نمط حياتهم، والأشخاص غير الكسولين للتحرك. هؤلاء الناس هم الذين يجعلونه عاجزي.
٥	٠٢:٤٧ —	"حتى لو انهم مصابين. اجي ابا	وجد رجلا يحقن	أن "السكري" يفشل في مهمته. لأنه عندما

	٠٢:٥٨	أخذ منهم شي يا أخي اتفاجئت."	الأنسولين جسده	في كان على وشك أخذ شيء ما لأطرافه المستهدفة، فوجئ بالفعل لأن "الهدف" كان يمنع السكري عن طريق حقن الأنسولين فيه.
٥	٠٢:٥٩ - ٠٣:١٠	"لا لا ، لا تقول أنك هاتروح. لا تقول هاتتوقف بالسيارة! خذ سيارة ! لا تقول هاتروح بالرجلية و هاتتغدي بالسلطة".	فوجئ "السكري" برؤية الشاب السمين أمامه	فشل السكري بيعته
٥	٠٣:١١ - ٠٣:١٨	"لا! ناس عنيدين ، ما اقدر اصيبيهم. و لو أصببتهم ، ما اقدر عليهم"	طارد "السكري" الشاب ولكنه لم يستطع	السكري لم يعد بإمكانه مطاردت الشاب السمين.
٥	٠٣:١٩ - ٠٣:٢٨	-	شعر "السكري" باليأس	يأس السكري
٥	٠٣:٢٩ -	-	شطب "السكري" يومياته	-

			٠٣:٣٢	
"، يوصي هذا الشعار بالحفاظ على صحتنا قبل فوات الأوان (الإصابة بمرض السكري).	شعار مرضى جدول تصنيف الإشارات	-	٠٣:٣٣ - ٠٣:٤٥	٥

مشهد	إشارات	موضوعات	تفسيرية	بلاغ
-٠٠:٠٢/١ ٠٠:٠١		ikon		العلاقة بين العلامات والأشياء / المراجع المتشابهة (إظهار التشابه)، مرض السكري مع تمثيل مرض "السكري".
-٠٠:١١/١ ٠٠:١٨	Qualisign			تحدث "السكري" بالسعادة في كلمة "و هوايتي جمع العيون والأطراف.
-٠٠:١٩/١ ٠٠:٢٢		ikon		العلاقة بين العلامات والأشياء / المراجع المتشابهة (إظهار التشابه)، لحم البرجر و

الكثير من المايونيز تشير الى				
العلاقة بين العلامات والأشياء / المراجع المتشابهة (إظهار التشابه)، لوحة وجبات السريعة تشير الى كلمة "دهون" في حوار "أحب الحلويات، <u>الدهون</u> و قلة الحركة". كما نعلم ان وجبات السريعة لها دهون.		ikon		-٠٠:٢٣/١ ٠٠:٢٦
العلاقة بين العلامات والأشياء / المراجع المتشابهة (إظهار التشابه)،		ikon		-٠٠:٢٧/١ ٠٠:٣٦
-	-	-	-	-٠٠:٣٧/٢ ٠٠:٤٠
العلاقة مع الموضوعات في السبب والنتيجة، اقترب السكري بالرجل لأن السكري يرى		indeks		-٠٠:٤١/٢ ٠٠:٥٩

الرجل لا يهتم بصحته.				
تحدث الرجل بقلق لأنه يخاف من "السكري"			Qualisign	-٠١:٠١/٢ ٠١:١٦
العلاقة مع الموضوعات في السبب والنتيجة، توضح كلمة "أنا أجي على جناتهم" أن السكري توجد في جسم البشر بسبب الجنائية.		indeks		-٠١:١٧/٣ ٠١:٢٤
العلاقة مع الموضوعات في السبب والنتيجة، لأن توضح كلمة "أنا أجيهم بسبب أسلوب حياتهم" أن السكري توجد في جسم البشر بسبب أسلوب حياتهم		indeks		-٠١:٢٥/٣ ٠١:٣٠
				-٠١:٣١/٣ ٠١:٣٢
تحدث "السكري" بحدوء، لأنه كان قلقا.			Qualisign	-٠١:٣٣/٣ ٠١:٣٨

-	-	-	-	-٠١:٣٩/٣ ٠١:٥٠
تحدث "السكري" في همسات.			Qualisign	-٠١:٥١/٣ ٠٢:٠٢
تحدث "السكري" بصوت عال لأنه غاضب.			Qualisign	-٠٢:٠٣/٤ ٠٢:٠٤
العلاقة مع الموضوعات في السبب والنتيجة، غضب "السكري" لأنه رأى شاب يأكل سلطة.		indeks		-٠٢:٠٥/٤ ٠٢:١٤
تحدث "السكري" بصوت رخيص			Qualisign	-٠٢:١٥/٤ ٠٢:٢٠
تحدث "السكري" بصوت عال لأنه متفجأ.			Qualisign	-٠٢:٢١/٤ ٠٢:٣٠
-	-	-	-	-٠٢:٣١/٤ ٠٢:٣٤
تحدث "السكري" بهدوء لأنه ميؤوس.			Qualisign	-٠٢:٣٥/٥ ٠٢:٤٦
تحدث "السكري" بصوت مرتفعة لأنه لا			Qualisign	-٠٢:٤٧/٥ ٠٢:٥٨

يريد فقد أهدافه				
تحدث "السكري" بصوت رخيص لأنه فاشل.			Qualisign	-٠٢:٥٩/٥ ٠٣:١٠
تحدث "السكري" بصوت مرتفعة لأنه فشل			Qualisign	-٠٣:١١/٥ ٠٣:١٨
تحدث "السكري" بجزن لأنه يائس.			Qualisign	-٠٣:١٩/٥ ٠٣:٢٨
-	-	-	-	-٠٣:٢٩/٥ ٠٣:٣٢
لأن الشعار وفق الحقائق والواقع	Decisign			-٠٣:٣٣/٥ ٠٣:٤٥

بناءً على البيانات التي تم الحصول عليها وشرحها، حاولت الباحثة تحليل الإشارات والموضعات والتفسيرات الواردة في إعلان الخدمة العامة هذا. من التحليل الذي تم إجراؤه ما يلي:

(١) الوعي الفردي في الحفاظ على الصحة

الصحة مهمة جدًا لجميع البشر لأن بدون صحة جيدة، سيكون صعبا لكل الإنسان في القيام بأنشطة مختلفة. الصحة هي حالة الصحة البدنية والعقلية والروحية.

يمكن بذل الجهود للحفاظ على الصحة من خلال إدراك صحة المرء. عوامل الشخص المصاب بالمرض ، ليس فقط بسبب الشيخوخة أو العوامل الوراثية، ولكن بسبب نقص الأفراد في الحفاظ على الصحة مثل أنماط الحياة غير الصحية. من خلال ممارسة التمارين الرياضية بانتظام، واتباع نظام غذائي صحي، وزيادة الشرب المياه، وأكثر. الشخص الذي يستهلك الوجبات السريعة بشكل مفرط يمكن أن يجعل الجسم دهنا بحيث يكون خطر الإصابة بمرض السكري. إذا كان شخص ما قد عاش حياة صحية ، فإن هذا الشخص يعرف بالفعل أهمية الحفاظ على الصحة.

يتمثل المعلن في تشجيع الناس على العيش بصحة جيدة وعدم الخوف من مرض السكري لأنه يمكن علاجه.

(٢) أهمية الرعاية البيئية لمرضى السكري

البيئة عنصر مهم في الحياة ، كما أن البيئة لها تأثير كبير على بقاء الشخص لأنه في البيئة، يمكن للشخص أن يكون له هوية. إذا كان شخص ما في بيئة غير صحية، لا ينتبه إلى نمط حياة صحي، فإنه لا يستبعد إمكانية إصابة الأشخاص في البيئة بسهولة بأمراض مختلفة تهاجم جسم الشخص. على عكس الأشخاص الذين يهتمون بالصحة، سينعكس ذلك في مجتمع صحي لأنه في بيئة صحية.

كما أن دور المجتمع ضروري جدًا للشخص المصاب بالمرض. مثل مرض السكري، إلى الكثير من الدعم والتحفيز، لذا فإن الشخص الذي يعاني من المرض لديه رغبة كبيرة أن يكون بصحة جيدة مرة أخرى.

الباب الرابع

الخلاصة والإقتراحات

أ. الخلاصة

إعلانات الخدمة العامة هي أحد أشكال الاتصال الجماهيري المستخدم لنقل الرسالة الواردة فيها، وتستخدم أيضا كوسيلة للمعلومات والتعلم. وبالمثل مع إعلانات الخدمة العامة "السكري"، فإنه يعمل أيضا بمثابة تثقيف للجمهور، ولا سيما كبار السن.

مع شرح مفصل لكل من الدراسة النظرية والحقائق الموجودة، هناك بعض الاستنتاجات حول إعلانات الخدمة العامة لمرض السكري. ثم يتم الحصول على الاستنتاجات التالية:

(١) إعلانات الخدمة العامة لمرضى السكري مفيدة جدًا لتوعية الجمهور بأهمية الحفاظ على الصحة لكل فرد ليصبح مجتمعًا يحافظ دائمًا على نمط حياة صحي من أجل تجنب الأمراض المختلفة ، لأن الصحة هي الشيء الرئيسي الذي يجب أن يمتلكه كل فرد من أجل القيام بالأنشطة اليومية بشكل صحيح.

(٢) بناء على تحليل تشارلز ساندروز بيرس ، هناك ٢٩ إشارات، ٢٧

موضوعات، و ٢٧ إشارات

ب. الإقتراحات

(١) للمعلن

إعلانات الخدمة العامة "المرضى السكري" هي وسيلة فعالة لجعل الناس يكتشفون مرض السكري بأنفسهم ، مع اختيار وسائل الإعلام على "اليوتيوب"، لذا إعلانات الخدمة العامة تتوافق مع الأشخاص الذين يتزايد خبرتهم بالتكنولوجيا، تقترح الباحثة تكثيف المطبوعات باستخدام وسائل الإعلام المختلفة كتلة مثل التلفزيون والصحف واللافتات المنشورة في الأماكن العامة والأنشطة الاجتماعية.

٢) لمزيد من البحث

لمزيد من الباحثين، من الأفضل استخدام الإعلانات الأكثر إبداعا وتثقيفا لتكون قادرة على زيادة فهم القراء وزيادة مجال البحث حتى يتمكنوا من تغطية جميع الجوانب التي لم تتم مناقشتها في الدراسات السابقة. يأمل الباحثون أن يكون هذا البحث مفيدا للمجتمع ويمكن أن يكون مرجعا لمزيد من البحث.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

www.moh.gov.sa/Ministry/Minister/Office/Pages أخذت في تاريخ ١٦ مايو

٢٠٢٠

<https://www.youtube.com/watch?v=ukDdj005AGQ&t=3s> أخذت في تاريخ ١٣

أبريل ٢٠٢٠

المراجع العربية:

التل، سعيد. ٢٠٠٧. *مناهج البحث العلمي طرق البحث النوعي*. دار المسيرة للطباعة والنشر

الرحمن بدوي، عبد. ٢٠٠٨. *مناهج البحث العلمي*. وكلاء الطبوعات

المنتبس، مقرر. ١٤٣٧/١٤٣٨ هـ. *مدخل لدراسة الأدب*. قسم الأدب كلية اللغة العربية و ادبها جامعة أم القرى

الخالدي، حميد سلطان علي. ٢٠٠٨. *مشاهدة المحضون*. كلية القانون جامعة بابل

باريت، يميل. ١٩٩٨. *الإعلان على الإنترنت*. بيت الأفكار الدولية

حسن نيازي الصيفي، د. ١٤٤١ هـ. *وسائل الإعلان ونقاط الإتصال*. قسم الإعلام

جامعة الملك فيصل كلية الإعلام جامعة الأزهار

رشيدة، عين. ٢٠١٩. *تصور الرسائل الأخلاقية في الإعلانات العامة بالشرق الأوسط*:

دراسة سمبوطيقية. (بحث جامعي. مالانج: الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا

مالك إبراهيم. <http://etheses.uin-malang.ac.id/15199/>

سعيد الحديدي، منى. ٢٠٠٥. الإعلان أسسه.. وسائله.. فنونه. الدار المصرية اللبنانية

عزت السيد أحمد، الدكتور. ٢٠١٤. كتابة البحث: المفاهيم والقواعد ولأصول. دار
الفكر الفلسفي

فلاح مفلح الزعبي، علي. ٢٠١٦. الإعلان الإلكتروني منطلقات نظرية وتطبيقات
عملية. دار الكتاب الجامعي

محمد عبد الفتاح الصيرفي، د. ٢٠١٣. الإعلان أنواعه، وطرق الإعداد. دار المناهج

محمد حسين، سامر. ١٩٨٥م. الإعلان. القاهرة

مصطفى عليان، ربحي. ٢٠١١. البحث العلمي أسسه مناهجه وأساليبه إجراءاته. قسم
دراسات وأبحاث علمية

المراجع الأجنبية:

Arini, Deri, Mayangsari, Ira Dwi. (2013). *Pemaknaan Pesan Iklan Layanan Masyarakat Kementrian ESDM Versi BBM Nonsubsidi (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Layanan Masyarakat Kementrian ESDM Versi BBM Nonsubsidi)*. Bandung: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.

Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra

Danesi, Marcel. (2010). *Pesan Tanda dan Makna Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra

Dhlya'uddin Havis, Dzulfikar. 2018. "Representasi Iklan Layanan Masyarakat "SADARI KANKER PAYUDARA" dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan". Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

- Emzir. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fitrah, Muh dan Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: Jejak
- Habsari, Sinung Utami Hasri. (2016). *Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup*. Semarang: Jurusan Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pandanaran Semarang.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Morissan, Alexander. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa
- Muhammad. (2014). *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Arruz Media.
- Sastrohadiwiryo, Siswanto. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbitan Ghalia Indonesia.
- Siamtoro, Restu. 2014. *Paper Komunikasi Kesehatan*.
- Singarimbun, Marsi. (1989). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3LS.
- Sugiono. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2010). *Metodologi Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung.
- Sobur, Alex. (2001). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2014). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Tinarbuko, Sumbo. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Vera, Nawiroh (2015). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia

Widiyatama, Rendra. (2007). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka



سيرة ذاتية

رانيا، ولدت في مكة، ١٧ مارس ١٩٩٩. تخرجت من المدرسة الابتدائية في الرصيفة مكة المكرمة سنة ٢٠١٠ م، ثم التحقت بالمدرسة المتوسطة في معهد العصري الرفاعي جوندانج لكي مالانج وتخرجت فيه سنة ٢٠١٣ م والتحقّت بالمدرسة الثانوية في معهد العصري الرفاعي جوندانج لكي مالانج سنة ٢٠١٦ م. وبعدها، التحقت بالجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج حتى حصلت على درجة البكالوريوس في قسم اللغة العربية وأدبها سنة ٢٠٢٠ م.

