

قراءة الإعلان "نوکیا" فی نظر السیمیوطیقیة

بخت جامعی

إعداد:

وحدۃ الحسنى

(05310085)



شعبة اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية والثقافة

الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج

2009

قراءة الإعلان "نوکیا" فی نظر السیمیوطیقیة

بخت جامعی

(SI)مقدم لإكمال بعض شروط الإختبار للحصول على درجة سرجانا)

لكلیة العلوم الإنسانیة والثقافة فی شعبة اللغة العریة وآدابها

إعداد:

وحدة الحسنى

(05310085)

المشرف:

أحمد مزكى الماجستير

رقم التوظيف: 50283989



شعبة اللغة العریة وآدابها

لكلیة العلوم الإنسانیة والثقافة

الجامعة الإسلامیة الحكومیة مالانج

2009

وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج
كلية العلوم الإنسانية والثقافة



شارع غزينا 50 مالانج، رقم الهاتف (0341) 551354

تقرير المشرف

بسم الله الرحمن الرحيم

إن هذا البحث الجامعي الذي قدمته:

الاسم : وحدة الحسنى

رقم القيد : 05310085

موضوع البحث : قراءة الإعلان "نوكيا" في نظر السيميوطيقية

قد نظرنا وأدخلنا فيه بعض التعديلات والإصلاحات اللازمة ليكون على

الشكل المطلوب لاستيفاء شروط المناقشة لاتمام الدراسة للحصول على درجة سرجانا

(S1) لكلية العلوم الإنسانية والثقافة في شعبة اللغة العربية وأدبها للعام الدراسي

2009-2010 م.

تحريرا بمالانج، 06 أبريل 2009

المشرف

أحمد مزكي الماجستير

رقم التوظيف: 50283989

وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج
كلية العلوم الإنسانية والثقافة



شارع غزينا 50 مالانج، رقم الهاتف (0341) 551354

تقرير لجنة المناقشة بنجاح البحث الجامعي

لقد تمت مناقشة هذا البحث الجامعي الذي قدمته:

الاسم : وحدة الحسنى

رقم القيد : 05310085

موضوع البحث : قراءة الإعلان "نو كيا" في نظر السميوطيقا

وقررت اللجنة بنجاحها واستحقاقها درجة سرجانا (S1) في شعبة اللغة العربية

وأدبها لكلية العلوم الإنسانية والثقافة بالجامعة الإسلامية الحكومية مالانج.

تحريرا بمالانج، 17 أبريل 2009

1. الأستاذ حلمى سيف الدين، الماجستير ()
2. الأستاذة ليل فطريبي، الماجستير ()
3. الأستاذ أحمد مزكي، الماجستير ()

المعرف

عميد كلية العلوم الإنسانية والثقافة

الدكتور الحاج دمياطي أحمد، الماجستير

رقم التوظيف: 150035072

وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج
كلية العلوم الإنسانية والثقافة



شارع غزينا 50 مالانج، رقم الهاتف (0341) 551354

تقرير عميد كلية العلوم الإنسانية والثقافة

بسم الله الرحمن الرحيم

استلم عميد كلية العلوم الإنسانية والثقافة بالجامعة الإسلامية مالانج البحث
الجامعي الذي كتبه:

الاسم : وحدة الحسنى

رقم القيد : 05310085

موضوع البحث : قراءة الإعلان "نوكيا" في نظر السميوطيقا

لإتمام دراسة وللحصول على درجة سرجانا كلية العلوم الإنسانية والثقافة في
شعبة اللغة العربية وأدبها للعام الدراسي 2008-2009م.

تحريرا بمالانج، 30 أبريل 2009

عميد كلية العلوم الإنسانية والثقافة

الدكتور الحاج دمياطي أحمد الماجستير

رقم التوظيف: 150035072

الشعار

ثَلَاثَةَ النَّاسِ تُكَلِّمَ إِلَّا ءَايَتِكَ قَالَ ءَايَةً لِّي أَجْعَلِ رَبِّ قَالَ
وَالْإِبْكَرِ بِالْعَشِيِّ وَسَبِّحْ كَثِيرًا رَبَّنَا وَأَذْكُرْ رَمَزًا إِلَّا أَيَّامٍ



(العمران : 41)

الإهداء

أهدي هذا البحث إلى:

والدي حسب الله ببيضوي ووالداتي سلامة الذان يدعوانني

دهر الدهرين

اسراتي الكبر المحبوبون الذين يعطونني الحماسة والمدافعة

كل الساعة

أساتذاتي الأعماء الذين علموني بالصبر والإخلاص

مؤسس معهد الحكمة الفاطمية يحيى جعفر الحاج وشافية عبد

الفتاح الحاج

أصدقائي في جامعة الإسلامية الحكومية ملانج وفي معهد

الحكمة الفاطمية

كلمة الشكر والتقدير

الحمد لله نستعنه ونستغفره ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا من يهده الله فلا مضلّ له، ومن يضلّل فلا هادي له. أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد أن محمد عبده ورسوله. اللهم صلى وسلم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

وقد انتهت الباحثة من اتمام كتابة هذا البحث الجامعي تحت الموضوع "قراءة الإعلان نوکیا فی نظر السميوطيكية" ودرسته لاستيفاء الشروط في اتمام الدراسة والحصول على درجة سرجانا في كلية العلوم الإنسانية والثقافة في قسم اللغة العربية وآدابها للعام الدراسي 2008-2009.

ففي هذه المناسبة تقدم الباحثة إلى:

1- البروفيسور الدكتور إمام سوفرايوغو كرئيس الجامعة الإسلامية

الحكومية بمالانج

2- دمياطي أحمد الماجستير كعميد كلية العلوم الإنسانية والثقافة

- 3- ولدنا وارغاديناتا الماجستير كرئيس قسم اللغة العربية وآدابها
- 4- أحمد مزكّي الماجستير كمشرف هذا البحث
- 5- والدي حسب الله بيضوي ووالداتي سلامة
- 6- اسراقي الكبير المحبوبون
- 7- أساتذتي الأعزاء
- 8- مؤسس معهد الحكمة الفاطمية يحي جعفر الحاج وزوجته شافية عبد
الفتاح الحاجة
- 9- أصدقائي في جامعة الإسلامية الحكومية ملانج وفي معهد الحكمة
الفاطمية
جزاهم الله أحسن الجزاء، وأخرا أرجو الله أن ينفع هذا البحث الجامعي
للباحثة وسائر القراء.

الباحثة

ملخص البحث

الحسنى، وحدة. قراءة الإعلان "نوكيا" في نظر السيميوطيقا. البحث الجامعي، قسم اللغة العربية وأدبها بكلية الإنسانية والثقافة الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج. أحمد مزكي الماجستير.

الكلمة الرئيسية: الإعلان نوكيا، السيميوطيق

تطور الإعلان و الإعلانانية في مجتمع المستهلكة هذا العصر قد أنشأ المسائل الاجتماعية والثقافة نشأة كثيرة، خصوصا عن الرمز المستعمل والصورة المظهورة والخبر الموصل واكتساب المعنى وتكيف تأثير الحموس كله والتفهم وطبيعة المجتمع. وخيرت الباحثة نوكيا أن يكون مبحثا.

وهدف هذا البحث وهي معرفة العلامات أو الرموز الموجودة في الإعلان "نوكيا" لمعرفة معنى العلامات أو الرموز في الإعلان "نوكيا" السابق من السياق السيميوطيقي.

هذا البحث نوع من دراسة مكتبية (library research)، والمنهج المستخدم منهج السموطكا وفي اصوله موصوف كيفي تفسري (kualitatif-interpretatif). اما مدخله تستعمل نظرية السموطكا عند جارلس ساندر فرج (Charles Sanders Peirce) عن أقسام الرمز من حيث علاقات الدال والمدلول يعني الأيقونة (icon) والقرينة (index) والرمز (symbol).

ونتائج هذا البحث: إن في الإعلان نوكيا 6030 تحت الموضوع "صوتك يفرح آذاننا" أن يكون 28 العلامة ومعناها وتتكون من 6 الأيقونة (icon) و 9 القرينة (index) و 13 الرمز (symbol)، وفي الإعلان نوكيا 3110 كلاسيكي (classic) تحت الموضوع "تواصل ببساطة" أن يكون 27 العلامة ومعناها وتتكون من 6 الأيقونة (icon) و 10 القرينة (index) و 11 الرمز (symbol)، وفي الإعلان نوكيا 6110 خضراء (green) تحت الموضوع "حرك أسلوب حياتك" أن يكون 24 العلامة ومعناها وتتكون من 6 الأيقونة (icon) و 7 القرينة (index) و 11 الرمز (symbol).

محتويات البحث

أ.....	عنوان البحث
ب.....	تقرير المشرف
ج.....	تقرير لجنة المناقشة
د.....	تقرير عميد الكلية
هـ.....	الشعار
و.....	الإهداء
ز.....	كلمة الشكر والتقدير
ط.....	ملخص البحث
ي.....	محتويات البحث

الباب الأول: المقدمة

1	أ. خلفية البحث
4	ب. أسئلة البحث
4	ج. أهداف البحث
4	د. فوائد البحث
5	هـ. تحديد البحث
6	و. هيكل البحث

الباب الثاني:

7	أ- نوع البحث ومدخله
---------	---------------------

- ب- مصادر البيانات 8
- ج- طريقة الجمع البيانات 8
- د- طريقة تحليل البيانات 9

الباب الثالث: البحث النظري

- أ. مفهوم الإعلان 10
- 1- تعريف الإعلان 10
- 2- مبادئ الإعلان 11
- 3- قنوات الإعلان المنتشرة والمحدودة 11
- 4- المقاييس والقياس 12
- 5- اختيار الوسط الذى سيذاع فيه الإعلان 13
- 6- إنشاء الإعلانات 13
- 7- العروض والنشرات 14
- ب. دور السميوطيكا فى قراءة الإعلان 16
- ت. مفهوم السميوطيكا عند شارلز ساندرس بيرس 20

الباب الرابع: عرض البيانات وتحليلها

- أ. العلامات أو الرموز الموجودة فى الإعلان "نوكيا" 29
- 1- نوكيا 6030 تحت الموضوع "صوتك يفرح آذاننا" 29
- 2- نوكيا 3110 كلاسيكي (classic) تحت الموضوع "تواصل ببساطة" 34
- 3- نوكيا 6110 خضراء (green) تحت الموضوع "حرك أسلوب حياتك" 38
- ب. معنى الإعلان "نوكيا" من السياق السميوطيقي 42

- 1- نوکيا 6030 تحت الموضوع "صوتک يفرح آذاننا".....42
- 2- نوکيا 3110 کلاسيکي (classic) تحت الموضوع "تواصل ببساطة"....49
- 3- نوکيا 6110 خضراء (green) تحت الموضوع " حرّك أسلوب حياتك".....54

الباب الخامس: الإختتام

- 59.....الخلاصة
- 60.....الاقتراحات
- 61.....قائمة المراجع

الباب الأول

مقدمة

أ. خلفية البحث

الإعلانية هي ظاهرة من ظواهر المعاملة العصرية، ليس المصنع الذي يريد أن يتقدم ويغلب على منافسة المعاملة دون الإعلان. وذلك أهمية دوره في المعاملة العصرية، حتى كانت ثقة المصنع تضع على التصرف المالي الذي يستخدم لذلك الإعلان. وبجانب ذلك، هي نافذة الحجرة من المصنع وكونها رابطة على المجتمع خاصة المستهلك.

الإعلان في المعجم الإصطلاحي الإندونسي هو رسالة مدفوعة ومبلغة بالجهاز الإعلامي، المثال: الصفحة، والمذيع والتلفاز والسينما، وغرضه يؤثر المستهلك ليشترى أو يغير طبيعته.

الإعلانية ليست أنشطة تسويقية فقط بل هي أنشطة اتصالية. وتلك الأنشطة تشمل على خط التسويق يعنى التسويق العقلي الذي تستعمله وحدة من المعاملة لنيل الغرض من التسويق.

أما أنشطة الاتصالية عند Liliweri فهي خلق تفاعل الإفراد باستعمال الرموز الواضحة وكونها أيضا تقسيم العناصر الطبيعية أو طريق الحياة بوجود الشروط واستخدام الرموز. وتغييرات عناصر الرسالة من حيث الاتصالية تتعلق بأي المجتمع المراد وأي الجهاز الإعلامي الذي ينبغي على أن يستخدم لتوصيل الإعلان المذكور. فلذلك لا بد من أن يفهم المجتمع المراد حق الفهم من حيث الكمية والكيفية لتصير الإتصالية فعّالا.

الفهم من حيث الكمية سيضمن أن جملة المشتري و تردد الشراء المكتسب مطابق هدف البيع. الفهم من حيث الكيفية سيضمن أن رسالة الإعلان الموصلة مطابقة هدف التسويق الذي قد ثبت.

وتصميم الإتصالية المباشرة هو علم يبحث عن مفهوم الاتصالية واعتبارات القوة الإبداعية التي تطبق في كثير من جهاز الإتصالية المباشرة ويجهز عنصر تصميم التخطيطي الذي يتكون من التصوير والحرف واللون والعناصر والتصميم. كلها تستخدم لتبليغ الرسالة ببصرية وسمعية وبصرية سمعية لأهداف مرادة.¹

وتطور الإعلان والإعلانية في مجتمع المستهلكة هذا العصر قد أنشأ المسائل الاجتماعية والثقافة نشأة كثيرة، خصوصا عن الرمز المستعمل والصورة المظهورة

Tinarbuko, *Semiotik komunikasi Visual*, (Yogyakarta: jalasutra, 2008) cet.II,2¹

والخبر الموصل واكتساب المعنى وتكيف تأثير الحموس كله والتفهم وطبيعة المجتمع. هل الإعلان يظهر الواقع عن إنتاج واحد الذي يساوم أو العكس.

الإعلان كاللغة الإتصالية عنده أسلوب اللغة النفسية. من ناحية الأسلوب، الإعلان يشتمل على الرموز يعنى عناصر الأصغر من اللغة مكوّن من الدال (signifier) هو ما موصوف بالمادة بصفة الصورة أو الرسم أو التوضيح. ومدلول يعنى الفكرة (signified) أو المعنى (meaning) وكلها يستطيع أن يستعمل ليصور الواقع أو العكس.² وأما السيميوطقا هو علم يدرس عن الرمز ويضغط على دور نظام الرمز في إنشاء الواقع. ولذلك كان السيميوطقا منهاجا مناسباً لمفهوم بناء المعنى في الإعلان.³

ينقسم الإعلان إلى قسمين وهما الإعلان التجاري وإعلان الخدمة لمجتمع. وفي هذا البحث، ستحلل الباحثة إعلان التجاري لأنها يظهر الواقع الكاذب عن إنتاج واحد مرارا. نظرا من وجود الإعلان التجاري الذي يشتمل على رموز الاتصالية مع وسيلتها صارت الرسالة معنى. فلذلك ستحلل الباحثة أيضا الإعلان من حيث النظرية السيميوطيقية عند Charles Sander Pierce لأنه أكبر من Ferdinand de Saussure في اهتمام بالرموز.⁴ وهذا البحث يهدف لتناول المعنى الذي يشتمل على الرمز اللغوي والرمز البصري في الإعلان حتى امتناع خطأ الحموس.

Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika*, (Yogyakarta: Jalasutra 2003), 280²
Ratna Noviani, *Jalan Tengah Memahami Iklan*, (Yogyakarta: Pustaka Relajar, 2002), 79³
Kris Budiman, *Ikonsitas, Semiotika sastra dan seni visual*, (Yogyakarta: Buku Baik, 2005), 2.⁴

ب- أسئلة البحث

انطلاقاً من خلفية البحث السابقة فقدمت الباحثة أسئلة بحثها وهي كما يلي:

- 1) ما العلامات أو الرموز الموجودة في الإعلان "نوكيا"؟
- 2) ما معنى العلامات أو الرموز في الإعلان "نوكيا" السابق من السياق السيميوطيقا؟

ج- أهداف البحث

مما سبق ذكره في أسئلة البحث فالأهداف التي أرادتها الباحثة في هذا البحث

كما يلي:

- 1) لمعرفة العلامات أو الرموز الموجودة في الإعلان "نوكيا"
- 2) لمعرفة معنى العلامات أو الرموز في الإعلان "نوكيا" السابق من السياق السيميوطيقي

د- فوائد البحث

أ- الفائدة النظرية

ليكون هذا البحث أحداً من المراجع ورائداً في تحليل الإعلان من حيث

السيميوطيقية

ب- الفائدة التطبيقية

- (1) الباحثة: لترقية معرفتها وفهمها علوم اللغة عاما وعلم الرمز خاصا
- (2) القارئ: ليكون هذا البحث بعضا من المراجع، خصوصا لطلاب قسم اللغة العربية وآدابها.
- (3) الجامعة: ليكون هذا البحث الجامعي من أحد المراجع المحتجاة لجميع طلاب الجامعة.

ه- تحديد البحث

- نظرا إلى كثرة الإعلان وعدم الوقت الواسع وقدرة الباحثة المحدودة فتحدد مجال هذا البحث إلى ثلاثة الإعلانات "نوكيا" العربية في مجلة وشبكة الدولية.
1. نوكيا 6030 تحت الموضوع "صوتك يفرح آذاننا"
 2. نوكيا 3110 كلاسيكي (classic) تحت الموضوع "تواصل ببساطة"
 3. نوكيا 6110 خضراء (green) تحت الموضوع "حرك أسلوب حياتك"

و- هيكل البحث

عرضت الباحثة هذا البحث الجامعي بالترتيب الآتي:

الباب الأول :المقدمة التي تتكون من خلفية البحث وأسئلة البحث وأهداف

البحث وفوائد البحث وتحديد البحث وهيكل البحث.

الباب الثاني :مناهج البحث التي تتكون نوع البحث ومدخله و مصادر

البيانات وطريقة جمع البيانات وطريقة تحليل البيانات

الباب الثالث :البحث النظري الذي يتكون من مفهوم الإعلان ودور

سيميوطيقا في قراءة الإعلان ومفهوم سيميوطيقا عند Charles

Sander Pierce

الباب الرابع :عرض البيانات وتحليلها يتكون من العلامات أو الرموز الموجودة

في الإعلان "نوكيا" و معنى العلامات أو الرموز في الإعلان

نوكيا السابق من السياق سيميوطيقا

الباب الخامس: الخاتمة التي تتكون من الخلاصة والإقتراحات.

الباب الثاني

مناهج البحث

أ- نوع البحث ومدخله

هذا البحث نوع من دراسة مكتبية (library research)، هي دراسة بطريق مطالعة المصادر المكتوبة التي تشتمل على البيانات اعتمادا على أسئلة البحث. وبجانب ذلك تلاحظ الكتب والوثائق الأخرى التي تقوم بموضوع البحث.

والمنهج المستخدم منهج السموطكا وفي اصوله موصوف كيفية تفسري (kualitatif-interpretatif) يعنى منهج يركز نفسه على الدال او النص كمفعول البحث وكيفية الباحث يفسر ويفهم الإشارة (decoding) في وراء الرمز او النص المذكور.⁵

اما مدخله تستعمل نظرية السموطكا عند شارلز ساندرس بيرس (Charles Sanders Peirce) عن أقسام الرمز من حيث علاقات الدال والمدلول يعنى ال الأيقونة (icon) والقرينة (index) والرمز (symbol)

Yasraf Amir Piliang, *Hiparsemiotika*, (Yogyakarta: Jala sutra 2003), 270⁵

ب- مصادر البيانات

إنَّ مصدر المعلومات في بحث الوصفي هو الواقع نفسه. فحين تصف ظاهرة ما فإنها تجمع بياناتها في الواقع نفسه. مصدر البيانات ينقسم إلى القسمين، وهما المصدر الرئيسي والمصدر الثانوي. أما المصدر الرئيسي في هذا البحث فهو نوکيا 6030 تحت الموضوع "صوتك يفرح آذاننا" ونوکیا 3110 كلاسيكي (classic) تحت الموضوع "تواصل ببساطة" ونوکیا 6110 خضراء (green) تحت الموضوع "حرّك أسلوب حياتك". أما المصدر الثانوي في هذا البحث فهو الكتب التي تتناول علوم الرمز عامة وعلم الرمز الاتصالي والإعلان خاصة وكل البيانات المتعلقة بهذا البحث.

ج- طريقة جمع البيانات

ولذلك المنهج الذي تستعمله الباحثة في عملية جمع البيانات هو طريقة الوثائقية (Metode Dokumenter)، فهو الطريقة الذي يبحث البيانات عن الأشياء المتكونة من الكتب والدفاتير والمقارئ وغيرها المتعلقة بمادة هذا البحث.

د- طريقة تحليل البيانات

وخطوات تحليل البيانات في هذا البحث هي كما يلي:

1. قراءة مصادر البيانات لتفهم تركيبها ومعناها
2. تحليل مصدر البيانات في أقسام العلامة من حيث علاقات الدال والمدلول يعنى ال الأيقونة (icon) والقرينة (index) والرمز (symbol) عند Charles Sander Pierce ومعناها.
 - الأيقونة (icon)
- العلامة الذى علاقة الدال والمدلوله موصوف بالشبه كالصورة والخرطة.
 - القرينة (index)
- العلامة الذى علاقة الدال والمدلوله موصوف بالسببية كالدخن تدل على النار.
 - الرمز (symbol)
- العلامة الذى علاقة الدال والمدلول موصوف بالتفاقيه الإجتماعية كالشجرة فى اللغة العربية و tree فى اللغة الإنجليزية وحركة العين أو اليد.
3. توصيل الرمز إلى الرمز الآخر حتى حصول المعنى من السياق السيميوطيقا

الباب الثالث

البحث النظري

أ- مفهوم الإعلان

1- تعريف الإعلان

الإعلان هو وسيلة الاتصال مدفوعة الأجر التي تهدف إلى تنبيه العملاء المحتملين بالمنتجات أو الخدمات التي تقدمها وتقنعهم بشرائها. وتتراوح الإعلانات من الإعلانات التجارية التليفزيونية إلى الإعلانات التي تعرض في الصحف القومية وفي أشرطة الإعانات على الإنترنت إلى الإعلانات المبوبة في جريدة محلية. تبلغ قيمة إجمالي الإعلانات في أية دولة ملايين بل مليارات الجنيهات سنوياً. ولكن بوصف تمثل شركة صغيرة مبتدئة، يمكن تقليل التكلفة بإعداد حملة الإعلانات بنفسه. ولكن يذكر أن أفضل إعلان هو الكلمة التي تخرج من فم العميل تعبيراً امتناناً للمنتج او الخدمة التي قدمتها.

2- مبادئ الإعلان

يجب أن تبدأ بأن تطرح على نفسه سؤالاً عن سبب رغبته في الإعلان والجمهور الذي يريد الوصول إليه والوسائط التي ستستخدمها للوصول إليه وما هي الأهداف التي تتوقع تحقيقها وإلى كم مستعد لأن يدفع.

فور حزم أمره بشأن الإعلان، عليه أن ينشئ هذا الإعلان. وسيجد أن الفلسفة وراء معظم الإعلانات هي:

- الانتباه : تجذب انتباه العملاء للإعلان
- الاهتمام: تشير اهتمامهم بفوائد المنتج او الخدمة
- الرغبة : تحفز رغبتهم في الشراء
- العمل : تحث العملاء على تنفيذ أي إجراء للاستجابة

3- قنوات الإعلان المنتشرة والمحدودة

هناك عدد هائل من الوسائط والقنوات التي تستطيع من خلالها الإعلان عن منتجاته او خدمته. وفي العادة تدفع الشركة لوكالات الإعلان عمولة عندما تضع إعلاناً في الصحافة والتلفزيون. وأدى هذا إلى تقسيم الوسائط إلى وسائط منتشرة وأخرى محدودة:

- قنوات الإعلان المنتشرة: الصحافة والتلفزيون والسينما والإعلانات التي تعلق في الشوارع، حيث تدفع الشركة لوكالة الإعلان عمولة في مقابل استغلال قناة الإعلان.

- قنوات الإعلان غير المنتشرة: جميع القنوات الأخرى - الإنترنت والبريد المباشر والمتاجر والنشرات والنشرات وغيرها.

4- المقاييس والقياس

إن من الصعب تحديد رابط مباشر يصل بين إنفاق الأموال على الإعلان والحصول على مبيعات أكبر. عند اختيار وسط الإعلان، يجب أن تختاره بناء على المقاييس التالية:

- التأثير: قياس عدد العملاء المحتملين الذين يروا الإعلان. ويتضمن هذا المقياس: عدد النسخ المطبوعات او الموزعة ومدى قراءة هذه الطبوعات وهل يقبل عليها الناس أم لا وعدد الأشخاص الذين سيرون الإعلان في السينما أو في التلفزيون وعدد الأشخاص الذين سيثنا هدونه أثناء اتصاهم بالإنترنت وينقرون عليه بالفعل.

- التغطية: المدى الذى سيصل إليه هذا المنشور او الإذاعة فة قطاع السوق المستهدف. ويعرف هذا باسم الاختراق أو التغلغل.

- الإستجابة: النسبة المئوية لاستجابة العملاء للإعلان. يستخدم معدل الإستجابة مع الإعلان عن طريق البريد المباشر.

5- اختيار الوسط الذي سيذاع فيه الإعلان

مما لا شك فيه أن هناك عددا ضخما من الوسائط التي يمكن الإستعانة بها للإعلان. وغالبا ماتختار معظم الشركات مزيجا من هذه الوسائط للإعلان عن منتجاتها أوخدماتها.

- التلفزيون والراديو و السينما
- الإعلانات المصورة
- الإعلانات المبوبة
- الإعلانات المباشرة
- الإعلانات بواسطة الإنترنت

6- إنشاء الإعلانات

- لتصميم إعلان رائع، ستحتاج لمعرفة الأشياء التي تشجع الجمهور على الشراء. ويجب أن تستوفي الإعلانات الشروط المعروفة وهي جذب الانتباه وإثارة الاهتمام وتحفيز الرغبة في الشراء والحث على الشراء:
- النماذج: البحث عن أمثلة جيدة للإعلانات وخطابات المبيعا. وهي تتضمن

- التخطيط والعنوان والرسوم التوضيحية و تفاصيل الإجراءات.
- الفوائد التي ستعود على المشتري: أدرج الفوائد التي ستعود على المستخدم والمناطق التي يمكنه شراء المنتج منها.
- التخطيط: اجعل الإعلان أو الخطاب مقبول من ناحية المرئية، وجعل العنوان والرسوم التوضيحية جذابة. كذلك اجعل النص واضح ودقيق.
- النص: اكتب الفوائد التي تعود على المستخدم من استخدام هذه الخدمة. من الأفضل أن يكون نمط الكتابة جذبا وغير رسمي وشيق و فوق كل شيء صادق.
- الإنهاء: لا تكن متسرعا في إرسال الإعلا. إقرأ النسخة التي صنعتها مرة أخرى واضعا نفسك في موقف المحتمل. واسأل نفسك "هل سأشترى هذا المنتج؟"

7- العروض والنشرات

- يتناول هذا الجزء بعض من أشكال الإعلان الأخرى.
- النشرات: هذه النشرات عبارة عن كتيبات صغيرة، في العادة ورقة A3 مطوية أو صفحات قليلة تقدم تفاصيل عن الشركة ومنتجاتها وخدماتها.
- العروض: تعتبر العروض مكانا جيدا للإعلان عن المنتجات ومقابلة العملاء. والإعتبار الأساسي هو أن تختار المكان الذي ستقيم فيه المعرض وتتأكد عندما تتفاوض مع المنظمين أن موقف جيد.

- الأدلة: تتراوح هذه من الأدلة العامة مثل الصحافة الصفراء إلى المطبوعات المتخصصة التي تغطي قطاعات عمل محددة.
- الملابس: يمكن الإعلان عن منتجة من خلال طباعة الإسم على بعض الملابس.
- النشرات: عادة ما تتكون من ورقة واحدة من سهل إنتاجها وبالتالي يمكن توزيعها على الجمهور في المعارض أو إدراجها في رسائل البريدية. ولكن من ضروري ألا تؤثر جودة النشرة على شركة.
- الملصقات: يمكن لصق الإعلانات في الأماكن الظاهرة والتي يرتدها عدد كبير من الأشخاص مثل محطات القطار أو الأتوبيس أو المطار.⁶

⁶ اللجنة العلمية للتأليف والتحرير والشر، (القاهرة: دار الفاروق 2006) ص 37-44

ب- دور سيميوطيقا في قراءة الإعلان

سيميوطيقا هي علم الرمزي أو العلم الذي يبحث عن الصفوف الواسعة من الموضوعات أو الحوادث وجميع الظواهر الثقافية لكونها رمزيا. ويهتم بالأنظمة والقوانين والمعاهدة أو الإتفاقية التي تمكن لتلك الرموز تملك معنى.⁷

إن كلمة "سيميولوجيا" (Semiologi) أو "سيميوطيقا" (Semiotik) مشتقة من الأصل اليوناني (Semeion) كما يشير إلى ذلك سيوسير في محاضراته. ومن الناحية التركيبية، فهي منحوتة من مفردتين؛ أولاهما (Semeion) التي تعني (علامة)، وثانيتها (Logos) التي تفيد معنى (العلم) أو (المعرفة).

إن الأوروبيين يستعملون مصطلح "السيميولوجيا" بتأثير من دي سوسير الذي وضع هذا المصطلح، واستعمله في محاضراته. يقول: "يمكننا أن نتصور علما يدرس حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية، علما سيشكل فرعا من علم النفس الاجتماعي. ومن ثم، فرعا من علم النفس العام. وسوف نطلق على هذا العلم اسم "سيميولوجيا" (من اللفظة الإغريقية "Semeion" التي تعني "علامة"). أما الأمريكيون، فقد استعملوا مصطلح "السيميوطيقا" بتأثير من بيرس الذي وظفه في مختلف كتاباته حول العلامة. إلا أن المصطلحين معا عرفا انتشارا متبادلاً. كما أن

M. Atar semi, *Metodologi Penelitian Sastra*, (Bandung: Angkasa), 86⁷

أغلب الباحثين العرب يستخدمون مصطلحات "السيميوطيقا" و"السيمولوجيا" و"السيميايات" على أنها أسامٍ دالةٌ على معنى واحد.⁸

تذكر معاجم المصطلحات اللغوية أن علم الرمز هو الدراسة العلمية للرموز اللغوية وغير اللغوية، بإعتبارها أدوات اتصال.

ويرى C.W. Morris و R.Carnap أن علم الرموز يضم الاهتمامات الثلاثة الرئيسية

الآتية:

1. دراسة كيفية استخدام العلامات والرموز كوسائل اتصال في اللغة المعينة.

2. دراسة العلاقة بين الرمز ومايدل عليه أو يشير إليه.

3. دواسة الرموز في علاقتها بعضها ببعض.⁹

فسّر فان زوس (Van Zoest) أن سموطيك علم الرمز (sign) وكل ما يتعلق به وطريق الوظيفة وعلقته بكلمة الأخرى ومرسله وناتله.

حدد ديك هرطاقا (Dick Hartoko) سيميوطيقا كيف يفسر مراقب ومجتمع

العملا بوسيلة الرمز. وأظهر لوسمبوغ (Luxemburg) أن سموطيك علم يدرس الرمز ونظامه وعملياته بنظام خاص.

⁸ فريد أمعشش، المنهج السيميائي، farid-88@hotmail.com

⁹ محمد مختار عمر، علم لدلالة (القاهرة: عالم الكتب، 1988) ص 14-15

وحدّ الواضح يظهر فيرمينغير (Preminger) عن سميوطيك أنه علم يبحث عن الرموز، وهذا العلم اعتبار أن المظاهر الإجتماعية والثقافة رموز، والسميوطيك درست عن المناهج والنظم والاتفاقات الممكنة تلك الرموز التي لها المعنى.¹⁰

السميوطيق هو احد من العلوم أو المناهج التحليلية لدراسة الإشارة، والإشارة هي آلة لطلب الطريقة في هذا الدنيا بين الناس. رأى رولند بارتس (Roland Barthes) أن السميوطيق أصله هو الدراسة الإنسانية (Humanity) لتفسّر الأشياء (Thing). والتفسير (To Sinify) في هذا الحال لا يجوز أن لا يختلط بالمحادثة (To Communicate). وأما تفسير الموضوع فليس يحمل الخير فقط، ولكن هو يثبت المنهج المركب من الإشارة.

وذكر النظرية الرئيسية لسوسر (Ferdinand De Saussure) أن للغة نظام الرمز وكل رمز مكوّن من قسمين يعني الدال (signifier/significant) ومدلول (signified/signifie). الدال هو وجه المادّة من اللغة يعني مايقال أو ما يسمع وما يكتب أويقرأ. والمدلول هو وجه الخلق من اللغة يعني الفكرة.¹¹

Alex Sobur, *Analisis teks Media*, (Bandung: Rosda, 2006) cet.IV 95-96¹⁰

Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Rosda, 2004) cet. II 46¹¹

وكان الفكرة الجاذب عن تعريف السيموطيك مثل يعبر اومبيرطا ايقا
(Umberto Eco) في الأساس، السيموطيك هو العلم يدرس كل شيء يستطيع أن
يستعمل لكذب.¹²

في اتصال الإعلان لاتستعمل اللغة فقط لأدائها بل يكون ادواة الإتصالية
الأخرى مثل الصورة واللون والصوت. يوصل الإعلان بوسيلتين وهما وسائل الطبع
(جرّدة ومجّلة ونشرة ولوح الإعلان أو billboard) ووسائل الإلكتروني (راديو
وتلفزيون وسينما). مرسل الرسالة كمثل بائع المنتج وأما نائل الرسالة هو مجتمع الذي
يكون هدفا.

تحليل الإعلان في ناحية سموطيك تستطيع أن تعمل بوسيلة نظام الرمز في
الإعلان. تستعمل الإعلان نظام الرمز الذي تتكون من رمز القول او الأيقونة (icon)
وتستعمل ايضا القرينة (indeks) خصوصا في اعلان الراديو والتلفزيون والسينما.
في الأصل، الرمز الذي يستعمل الإعلان مكوّن من قسمين وهما الرمز القولي
(verbal) والرمز غير القولي (non verbal). رمز القولي هو اللغة المعروف، اما رمز غير
القولي هو الشكل أو اللون الذي يقدمها في الإعلان.

Muzakki, *Kontribusi Semiotika dalam Memahami Bahasa Agama*, (Malang: UIN Pres, 2007),
10¹²

بحث نظام الرمز في الإعلان يشتمل ايضا المفعولا (objek). مفعول الإعلان هو ما تعلن كمثل في اعلان المنتج او الخدمة مفعوله المنتج او الخدمة. ويهتم في تحليل لإعلان تفسير فرقة الهدف في عملية المؤول (interpretan).¹³

ج- مفهوم سيميوطيقا عند شارلز ساندر بيرس (Charles Sander Pierce)

جارليس ساندر بيرس هو احد من فلاسفة الأمريكية ومشهور بنظرية الومزية. ولد بيرس في عائلة مفكرة السنة 1839 (أبوه بنجامين، هو بروفييسور الرياضية بحارفارض) بالاستمرار من السنة 1862، 1859، 1863، ينال اللقب ب"BA، MA و BSC" من جامعة حارفارض. ما دام ثلاثين سنة (1859، 1861، 1865، 1891) هو يعمل الوظيفة علم الفلك و جيوديسية لمسح الساحل الولايات المتحدة الأمريكية (United States Coast Survey). مند السنة 1879-1884 يكون المدرس في درس المنطق بجامعة جهون هوفكنس (John Hopkins).

في تغطية السيميوطيق، ذكر بيرس أن الإشارة مجملا هي مواكلة لمن يفكر بها. ورموزه بسيطة تخالف الواقعة عن وجود أغراض الإشارة، إشارة (أ) تدل على الواقع، شيء مقصود (ب) إلى مفسر (ج)، لذا، إن الإشارة لا تتغير أبدا. ووجوده غير منفرد

¹³ Alex sobur المرجع السابق، ص 116

لكن تملك على تلك الثلاثة وجوهه. قال بيرس أن الإشارة هي الطبقة الأولى، وشيء

مقصوده الطبقة الثانية، والمنائر هو مثال الطبقة الثالثة.¹⁴

نظرية لفريج هو نظرية الرئيسي (grand theory) في سيميوطيك. فكرته تفصيلا

عن تصوير الأسلوب من جميع الأنظمة الرمزية. يريد بيرس تحليل وتوصيل العنصور

الأساس من الرمز في اسلوب الواحد. ويريد السيميوطيكا تفرغ اللغة تفصيلا كأهل

الفيزياء يفرغ المادة و يجهز شكل النظرى ليدلّ كيفية كلها ويقابل الأسلوب.¹⁵

وظهر فريج أن احد من شكل الرمز اللفظ. اما المفعول هو ما يراجع الرمز.

واينترفرتان (intrepretan) هو الرمز الذى يكون في فكرة من عن مفعول المرجوع

الرمز. واذا ثلاثة عناصر التفاعل في فكرة من فظهر المعنى عن شئى الذى توكله الرمز

المذكور.

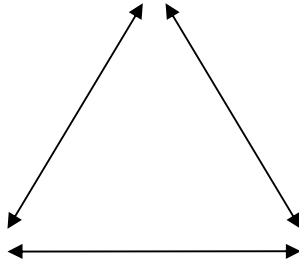
¹⁴ المرجع نفسه ص 41

¹⁵ Analisis Teks Media, Alex Sobur ص 97

وعلاقة ثلاثة المعنى (triangle meaning) عند فريج في العادة يظهر كما يلي:¹⁶

عناصر المعنى عند فريج

الممثل (representamen) أو الرمز (sign)



الموضوع (object) المؤول (interpretan)

مفهوم عن اسلوب السيميوزيس (semiosis) ان يكون الأساس الذى

لايستطيع ان يتزال مفسر في محاولة البرجماتكية (pragmatisme). مفسر ان

يكون باحثا ومراقبا المفعولا الذى يفهمها. في بحثه مفسر الحازم كله ينظر من حيث

العقلي وكما يلي:

أ- البعد الأول (التركيبي) : وهو بعد الممثل (Representamen) منظورا إليه في

علاقته مع ذاته. والممثل -باعتباره علامة رئيسة- يتفرع إلى ثلاث علامات

فرعية تبعا لعلاقته بالمقولات الفانيروسكوبية الثلاث (الأولية / firstness

والثانوية / secondness والثالثية / thirdness). وذلك على النحو التالي :

¹⁶ المرجع نفسه ص 115

• العلامة الوصفية (Qualisign)

وهي الصفة التي تشكل علامة. ولا يمكن أن تشتغل إلا وهي متجسدة -ماديا- في العلامة الفردية. ومثال العلامة الوصفية اللون الدال على شيء ما.

• العلامة الفردية (Sinsign)

ويعرفها بيرس بأنها "شيء أو حدث موجود وواقعي في شكل علامة"، كما أنها "موضوع أو حدث فردي". ويمكن أن تمثل لهذه العلامة بالنصب التذكاري أو بعرض داء معين.

• العلامة العرفية (Legisign)

هي قانون أو قاعدة أو مبدأ عام في شكل علامة. وتعد أنساق الكتابة الخاضعة لتقواعد الصرف والنحو علامات عرفية.

ب- البعد الثاني (الدالي): وهو بعد الموضوع (Object). ويتعلق الأمر هنا بالعلامة

منظورا إليها في علاقتها بموضوعها الذي تحيل إليه. ويتكون هذا البعد من

ثلاث علامات فرعية كالاتي :

• الأيقونة (icon)

وهي تشبه الموضوع الذي تمثله. يقول حنون مبارك: "إن الأيقونة صورة

تستنسخ نموذجاً". والصورة الفوتوغرافية مثال لهذا النوع من العلامات.

يفرق ال بيرس ال الأيقونة إلى ثلاثة أنواع:

(1) الأيقونة الإيماج (image) هو ال الأيقونة الذى داله فى حال الخاص بشبه الواقع

يراجعه. فى للغة الإيماج تشتمل الكلمات الأنوماتوفي (onomatope) والكلمات

الفونوستيم (phonostem) والرمزي الصوتي (sound symbolism).

الكلمات الأنوماتوفي (onomatope) هو الكلمات الذى يصنعها من حيث

تقليد الصوت العالم او الأشياء الخاصة، المثال فى اللغة الإندونيسية كلمة

"جيجاك/cicak".¹⁷ وفى اللغة العربية كلمة صليل (السيوف) - مرأ (القطعة) -

خريير (الماء).¹⁸

الكلمات الفونوستيم (phonostem) هو الكلمات الذى يشتملها الصامت

اوالصائت اوالألوفون (allophone) تملك قيمة الدلالة الخاصة. المثال فى اللغة

الجاوية كلمة "بلاس، بلوس، بليس / Blas, blus, bles" لحركة السريع والفتحة و

الثبت.

الرمزي الصوتي (sound symbolism) هو الشبه بين طريقة قول الصوت

ويصورّ الفكرة. المثال فى الصوت "I" يقال بشكل الفم الصغير ولذلك كثير من

الكلمات بمعنى الصغير فى إندونيسى تستعمل صوت "i" كـ "kecil, tipis"

¹⁷Praptomo Baryadi, *Teori Ikon Bahasa*, (Yogyakarta: Sanata Dharma, 2007), hal 19

¹⁸ محمد مختار عمر، ص 39

"sempit" وغير ذلك.

(2) الأيقونة الدياجرام (diagram) هو ال الأيقونة الذي اسلوب دلالتة منتظيما

وكلها لاتشبه مرجعها (referen) ولكن علاقة بينهما تدل على علاقة مرجعها.

كمثل قول الجوليوس سيسار (Julius Caesar) "فييني، فيدي، فيجي / Vini, Vidi,

"Vici" (جئت، نظرت، انتصرت)

(3) الأيقونة الميتافور (Metaphor) هو ال الأيقونة الذي داله يرجع على بضع

المرجع. كرجلي و رجل المكتب.¹⁹

● القرينة (indeks)

وهي تنسج علاقة مباشرة أو ملاصقة مع موضوعها. ومثالها الدخان الذي هو

أَمارة على وجود النار.

● الرمز (symbol)

وهو يحيل إلى موضوعه بفضل قانون أو أفكار عامة مشتركة. وتعد كل علامة

تعاقدية (أو اصطلاحية) رمزا. والرمز -باعتباره علامة فرعية ثالثة لبعده الموضوع-

نوعان؛ أحدهما مجرد (Abstrait)، وهو "شكل منحلّ عن الرمز الذي ليس لموضوعه إلا

طابع عام". والآخر متميز (Singulier)، وهو "شكل آخر منحل عن الرمز الذي يكون

Prapto Baryadi , hal 20¹⁹

موضوعه فردا موجودا، بحيث لا يعني هذا الموضوع إلا الطبائع التي يملكها هذا

الفرد".²⁰

تفريق بين ال الأيقونة و القرينة والرمز تستطيع أن ترى واضحا كممثل المفعول

"القط"²¹

الرمز	القرينة	الأيقونة
يقال اللفظ "القط"	صوت القط	صورة القط
معنى صورة القط	صوت الخطوات القط	صنم القط
معنى صوت القط	حركة القط	مسوّدّة القط
معنى حركة القط	ريح القط	
معنى ريح القط		

ت - البعد الثالث (التداولي) : وهو بُعد المؤول (Interpretant)، ويخص الأمر هنا

العلامة منظورا إليها في علاقتها بالمؤول. ويتفرع هذا البعد إلى مؤول أول

ومؤول ثان ومؤول ثالث تبعا لنوعية العلاقة التي يعقدها مع المقولات الثلاث،

وذلك كما يأتي :

²⁰ فريد أمعشش، المنهج السيميائي، farid-88@hotmail.com

²¹ Analisis Teks Media, Alex Sobur، ص 99

● الفِذْلِيل (Rheme)

علامة الإمكانية الكيفية؛ أي إنه مُدْرَك باعتباره يمثل هذا النوع أو ذلك من الموضوع الممكن. ويمكن للفدليل أن يمدنا بإخبار (أو معلومة)، إلا أنه لا يؤوّل بوصفه شيئاً يمدنا بإخبار ما.

● ديسين سيغن (dicent sign)

وهي تخبر وتعطي معلومة تتعلق بموضوع العلامة. ويعرفها دولودال بأنها "العلامة التي تكون بالنسبة لمؤولها علامة وجود واقعي: إنها تقدم إعلاما يتعلق بموضوعه". ويمكن أن تمثل لهذه العلامة بالجملة البيانية.

● البرهان (argument)

وهو علامة تشكل بالنسبة إلى مؤولها علامة قانون. ولو لم يكن للاستدلال بعد سيكولوجي لسماه بيرس به. ولأن البرهان "ثالثي بسبب مبدأ "تراتبية المقولات"، فإنه التعبير المختصر للعلامة التامة: أي العلامة العرفية الرمزية البرهانية"

ويمكن أن نلخص الأبعاد الثلاثة المذكورة، وتفريعاتها المترتبة عن علاقتها

بالمقولات الثلاث في الجدول أسفله²² :

العلامة العرفية Legsign	العلامة الفردية Sinsign	العلامة الوصفية Qualisign	
الرمز Symbol	القرينة Index	الأيقونة Icon	
البرهان Argument	العلامة الإخبارية Dicent sign	الفدليل Rheme	

²²فريد أمعش، المنهج السيميائي، farid-88@hotmail.com

الباب الرابع

عرض البيانات وتحليلها

أ- العلامات أو الرموز الموجودة في الإعلان "نوكيا"

1. نوكيا 6030 تحت الموضوع "صوتك يفرح آذاننا"

• الأيقونة (icon)

1. صورة الهاتف نوكيا 6030

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه جوال نوكيا 6030 مباشرة.

2. صورة الأريكة و الوسادة

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه الأريكة و الوسادة مباشرة.

3. صورة أصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه أصيص الوردة الحمراء والكتاب

على الخوان مباشرة.

4. صورة الخزانة

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه الخزانة مباشرة.

5. من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهتمك أمرهم. فقط التقط هاتف

Nokia 6030 وقم بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية باستخدام لوحة

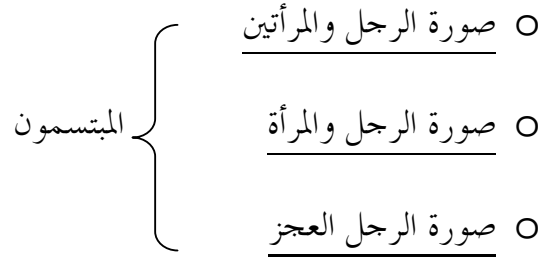
المفاتيح المريحة. أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة في منتهى السهولة مع هاتف

Nokia 6030.

من الأيقونة الدياجرام (icon diagram) لأن علاقة بين جملة وجملة أخرى تدلّ

على ترتيب العمل.

6. ثلاثة رسوم الصوار :



من الأيقونة الدياجرام (icon diagram) لأن علاقة بين صورة الأولى وصورة

الأخرى تدل على ترتيب العمر.

● القرينة (indeks)

1. صوتك يفرح آذاننا

لكون علاقة السببية بين الصوت والفرح الآذان وضمير مخاطب "ك" وضمير

متكلم جمع "نا"

2. من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهتمك أمرهم

من اسم ضمير الذي يرجع إلى "انت"

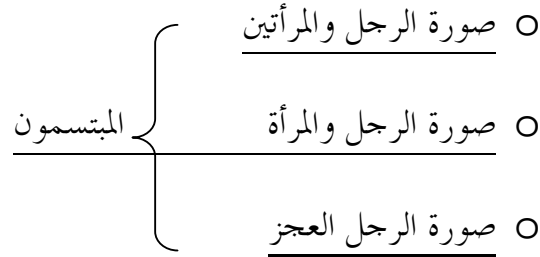
3. سطح بيبي سهل الاستعمال

لكون علاقة السببية بين سهولة الاستعمال و سطح بيبي.

4. شاشة عالية الجودة مع 536. 25 لونا

لكون علاقة السببية بين شاشة عالية والجودة مع 536. 25 لونا.

5. ثلاثة رسوم الصوار :



لأن كل صوار تبسم و تبسم تدلّ على الشيء

6. صورة الأريكة و الوسادة وأصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان

لكون الأريكة و الوسادة وأصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان تدل

على الشيء

7. www.nokiamena.com

لأنها تدل الشيء

8. 6030 nokia

لأنها تدل الشيء

9. Nokia connecting people

لأنها تدل الشيء

• الرمز (symbol)

1. صوتك يفرح آذاننا

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

2. من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهتمك أمرهم. فقط التقط هاتف

Nokia 6030 وقم بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية باستخدام لوحة

المفاتيح المريحة. أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة في منتهى السهولة مع هاتف

Nokia 6030

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

3. سطح يبني سهل الاستعمال

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

4. شاشة عالية الجودة مع 5.36. 25 لونا

لأن مفردات اللغة رمز

5. رسائل نصية ورسائل إعلامية متعددة

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

6. راديو FM ونظام بحث على الإنترنت

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

7. www.nokiamena.com

لأن الأحروف الذي يركبها الإتفاقية المجموعة.

8. 6030 nokia

لأن مفردات اللغة رمز ويكتب Nokia 6030

9. Nokia connecting people

لأنها مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة الإنجليزية

10. صورة الأريكة والوسادة

لأنها ترمز الشيء

11. أصيص الوردة الحمراء

لأنها ترمز الشيء

12. الكتاب على الخوان

لأنها ترمز الشيء

13. لون الغرفة حمراء

لأنها ترمز الشيء

2. نوكيا 3110 كلاسيكي (classic) تحت الموضوع "تواصل ببساطة"

• الأيقونة (icon)

1. صورة الجوّال نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه جوّال نوكيا 6030 مباشرة.

2. صورة الشاطئ البحر التي لها حجر

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه الشاطئ البحر التي لها حجر

مباشرة.

3. صورة السفينة في وسط البحر

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه السفينة في وسط البحر مباشرة.

4. صورة ابن قائم وابن و بنت يسيران في شاطئ البحر

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه ابن قائم وابن و بنت يسيران في

شاطئ البحر مباشرة.

5. صورة السهم وسعدانتان

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه السهم وسعدانتان مباشرة.

6. التقاط ومشاركة الصور والفيديو

من الإيقون الدياگرام (icon diagram) لأن علاقة بين جملة وجملة أخرى تدلّ

على ترتيب العمل.

● القرينة (indeks)

1. تواصل ببساطة

لكون علاقة السببية بين البساطة ومسببه (نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)

2. أدوات طويلة الأمد

لكون علاقة السببية بين أدوات طويلة الأمد ومسببه

3. تطبيقات عملية

لكون علاقة السببية بين تطبيقات عملية ومسببه

4. وظائف يومية سهلة الإستخدام

لكون علاقة السببية بين سهولة الإستخدام ومسببه

5. التقاط ومشاركة الصور والفيديو

لكون علاقة السببية بين التقاط ومشاركة الصور والفيديو ومسببه

6. موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية

لكون علاقة السببية بين:

أ- موسيقى رائعة ومسببه

ب- مميزات ترفيهية ومسببه

7. عمر بطارية معزّز

لكون علاقة السببية بين عمر بطارية معزّز ومسببه

8. مشاهدة المزيد من الزوايا

لأن هذا اللفظ بيان للسهم

9. صورة ابن قائم وابن و بنت يسيران في شاطئ البحر

لأنها تدلّ الشئ

10. صورة السهم وسعدتان

لإشارة المشئ

● الرمز (symbol)

1. تواصل ببساطة

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

2. أدوات طويلة الأمد، تطبيقات عملية

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

3. وظائف يومية سهلة الإستخدام

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

4. التقاط ومشاركة الصور والفيديو

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

5. موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

6. عمر بطارية معزز

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

7. مشاهدة الهاتف بأبعاد الثلاثية

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

8. مشاهدة المزيد من الزوايا

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

9. صورة الشاطئ البحر التي لها حجر

لأنها ترمز الشيء

10. صورة السفينة في وسط البحر

لأنها ترمز الشيء

11. لون البحر الرمى

لأنها ترمز الشيء

3. نوكيا 6110 خضراء (green) تحت الموضوع "حرك أسلوب حياتك"

• الأيقون (icon)

1. صورة الهاتف نوكيا 6110 خضراء (green)

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه الجوّل نوكيا 6110 خضراء

(green) مباشرة

2. صورة الأبنية العالية

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه الأبنية العالية مباشرة

3. صورة السهم الطويل بلون الأسفر

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه السهم الطويل مباشرة

4. صورة السهم

من الأيقونة الإيماج (icon image) لأنها تشبه السهم مباشرة.

5. قم بالتحميل والملاحة على مواقع الإنترنت عبر ربط 3،5 G العالى السرعة

من الإيقون الدياترام (icon diagram) لأن علاقة بين قم بالتحميل و الملاحة في

ترتيب العمل

6. حرك أسلوب حياتك

الإيقون الميتافورا (metaphor) لأن اسلوب حيات يشبهه بالجول في مهمتهما

للإنسان

• القرينة (indeks)

1. حرك أسلوب حياتك

لكون ضمير مخاطب "ك" يرجع الى "انت"

2. اعشر على وجهتك عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية

لكون علاقة السببية بين:

أ- اعشر على وجهة و عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية

ب- ضمير مخطب "ك" يرجع الى القارئ

3. ادخل الى ملاحه بسرعه مع مفتاح المخصوص للملاحه

لكون علاقة السببية بين ملاحه بسرعه ومفتاح المخصوص للملاحه

4. قم بالتحميل والملاحه على مواقع الإنترنت عبر ربط 3،5 G العالى السرعه

لكون علاقة السببية بين قم بالتحميل والملاحه على مواقع الإنترنت وعبر ربط

3،5 G العالى السرعه

5. برنامج S60 يقدم مميزات جديدة

لكون علاقة السببية بين برنامج S60 ويقدم مميزات جديدة

6. مشاهدته المزيده من الزوايا

لأن هذا اللفظ بيان للسهم

7. صورة السهم

لإشارة الشئ

● الرمز (symbol)

1. حرّك أسلوب حياتك

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

2. اعشر على وجهتك عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

3. استخدام ملاحه بسرعة مع مفتاح المخصوص للملاحه

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

4. التقط صوراً بانورامية للأماكن التي تزورها أثناء السفر

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

5. قم بالتحميل والملاحه على مواقع الإنترنت عبر ربط 3،5 G العالى السرعة

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

6. برنامج s60 يقدم مميزات جديدة

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

7. مشاهدة الهاتف بأبعاد الثلاثية

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

8. مشاهدة المزيد من الزوايا

لأن مفردات اللغة رمز وهذا من اللغة العربية

9. صورة الأبنية العالية

لأنها ترمز الشيء

10. صورة السهم الطويل بلون الأسفر

لأنها ترمز الشيء

11. لون الأزرق

لأنها ترمز الشيء

ب- معنى الإعلان "نوكيا" من السياق السيميوطيقي

1. نوكيا 6030 تحت الموضوع "صوتك يفرح آذاننا"

• الأيقونة (icon)

1. صورة الهاتف نوكيا 6030

أي هاتف نوكيا 6030

2. صورة الأريكة و الوسادة

أي الأريكة و الوسادة

3. صورة أصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان

أي أصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان

4. صورة الخزانة

أي الخزانة

5. من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهتمك أمرهم. فقط التقط هاتف

Nokia 6030 وقم بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية باستخدام لوحة

المفاتيح المريحة. أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة في منتهى السهولة مع هاتف

.Nokia 6030

أي سهولة هاتف Nokia 6030 بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية

باستخدام لوحة المفاتيح المريحة أو أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة.

6. ثلاثة رسوم الصوار :

○ صورة الرجل والمرأتين المتبسمون

أي حينما شباب المتبسمون

○ صورة الرجل والمرأة المتبسمان

أي بعد تزوج المتبسمان

○ صورة الرجل العجز المتبسم

أي حينما عجز المتبسم

● القرينة (indeks)

1. صوتك يفرح آذاننا

أي صوت من هاتف نوكيا 6030 يفرح آذان الفاعل (subject) في هذا

الإعلان

2. من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهمك أمرهم

أي يرجع إلى "انت" (القارئ)

3. سطح بيبي سهل الاستعمال

أي سطح بيبي يسهل الاستعمال

4. شاشة عالية الجودة مع 25.536 لوناً

أي جودة الشاشة مع 25.536 لوناً تدل على الجودة شاشة عالية

5. ثلاثة رسوم الصوار :

- صورة الرجل والمرأتين
- صورة الرجل والمرأة
- صورة الرجل العجز
- المبتسمون

صوار تبسم و تبسم تدلّ على السعادة أو الفرح.

6. صورة الأريكة و الوسادة وأصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان

كون الأريكة و الوسادة وأصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان تدل

على غرفة الأسرة.

www.nokiamena.com .7

لأنها تدل على عنوان الإعلان

6030 nokia .8

لأنها تدل الماركة

Nokia connecting people .9

لأنها تدل الشعار

● الرمز (symbol)

1. صوتك يفرح آذاننا

أي دور هاتف نويا 6030 مع كل سهولته في الإتصالية يعطى الفرح لكل من يستعمله.

2. من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهتمك أمرهم. فقط التقط هاتف

Nokia 6030 وقم بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية باستخدام لوحة

المفاتيح المريحة. أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة في منتهى السهولة مع هاتف

Nokia 6030

أي سهولة والسعادة مع هاتف Nokia 6030 بإجراء المكالمات، أو اكتب

رسالة نصية باستخدام لوحة المفاتيح المريحة أو أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة.

3. سطح يبني سهل الاستعمال

أي سطح يبني سهل الاستعمال من مزايا هاتف Nokia 6030

4. شاشة عالية الجودة مع 5.36. 25 لونا

أي شاشة عالية الجودة مع 5.36. 25 لونا من مزايا هاتف Nokia 6030

5. رسائل نصية ورسائل إعلامية متعددة

أي رسائل نصية ورسائل إعلامية متعددة من مزايا هاتف Nokia 6030

6. راديو FM ونظام بحث على الإنترنت

أي راديو FM ونظام بحث على الإنترنت من مزايا هاتف Nokia 6030

.7 www.nokiamena.com

أي www.nokiamena.com عنوان الإعلانات عن هاتف Nokia 6030

.8 Nokia 6030

أي Nokia 6030 كالماركة

.9 Nokia connecting people

أي نوكيا تواصل الإنسان كالشعار

.10 صورة الأريكة والوسادة

أي التأمني

.11 أصيص الوردة الحمراء

أي رومانطريقي

.12 الكتاب على الخوان

أي التأمني لقراءة الكتاب

.13 لون الغرفة حمراء

أي الغرفة الدفءة والحب.

● معنى الإجمال

يأخذ هذا الإعلان الموضوع "الفرح" وهذا يستطيع أن يعرف من الروموز

اوالعلامة الذي استعملها في هذا الإعلان وكل رمز تأكيداً. كما نرى ثلاثة صوار

ولون الأحمر في الإعلان وموضوعه.

الفرح أن يكون موضوعا ليس بدون الحساب بل بحساب النضيج، لأن الفرحة هدف الحياة كل الناس. وهم يسابقون لوجوده في حياتهم ومهمته في حياة الأسرقتهم. نسبة إلى هذا الواقع ، تؤخذ غرفة الأسرة خلفية الإعلان. وبرغم ذلك، هذا الإعلان يدلّ على حال دافئ والغرامي والصحيح. كلّها نراها من الأريكة وأصيص الورد الحمراء والكتاب على الخوان.

جعل كل المذكور صوراً (citra) لنوكيا 6030، نوكيا 6030 وكل سهولته ويسره وزوائده يستطيع أن يعطى الفرحة والصحيح لكلّ من يستعمله شاباً كان او عجوزاً.

الفرحة الذي يساومه نوكيا بالسهولة الاتصالية مثاله قيام على إجراء المكالمات أو كتب الرسالة النصية و الرسالة الإعلامية أو أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة. وبهذه السهولة، الإتصالية الجيدة بين الأشخاص كما في شعار نوكيا (connecting people) يستطيع أن يتحقق. وبالإتصال الجيدة، الفرحة الذي أرادته كل شخص سيتحقق.

2. نوكيا 3110 كلاسيكي (classic) تحت الموضوع "تواصل ببساطة"

● الأيقونة (icon)

1. صورة الهاتف نو كيا 3110 كلاسيكي (classic)

أي الهاتف نو كيا 3110 كلاسيكي (classic)

2. صورة الشاطئ البحر التي لها حجر

أي الشاطئ البحر التي لها حجر

3. صورة السفينة في وسط البحر

أي السفينة في وسط البحر

4. صورة ابن قائم وابن و بنت يسيران في شاطئ البحر

أي ابن قائم وابن و بنت يسيران في شاطئ البحر

5. صورة السهم وسعدانتان

أي السهم وسعدانتان

6. التقاط ومشاركة الصور والفيديو

أي التقاط ثم مشاركة الصور والفيديو

● القرينة (indeks)

1. تواصل ببساطة

أي تواصل ببساطة لكون نو كيا 3110 كلاسيكي (classic)

2. أدوات طويلة الأمد

أي أدوات طويلة الأمد لأن مواد الأدوات جودتها عالية

3. تطبيقات عملية

أي تطبيقات عملية لأن يحيط الهاتف بالسهولة الإستخدام

4. وظائف يومية سهلة الإستخدام

أي وظائف يومية سهلة الإستخدام لكون وسائل في نوكيا 3110 كلاسيكي

(classic)

5. التقاط ومشاركة الصور والفيديو

أي التقاط ومشاركة الصور والفيديو لكون آلة التصوير والفيديو

6. موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية

أي موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية لكون برنامج للموسيقى ومميزات ترفيهية

7. عمر بطارية معزز

أي عمر بطارية معزز لأن الجودة بطرية عالية

8. مشاهدة المزيد من الزوايا

أي مشاهدة المزيد من الزوايا لبيان السهم

9. صورة ابن قائم وابن و بنت يسيران في شاطئ البحر

أي تدلّ السعادة

10. صورة السهم وسعدتان

أي يشير مكان ليحوّل موقف الهاتف

• الرمز (symbol)

1. تواصل ببساطة

أي تواصل بالسهولة الإستخدام

2. أدوات طويلة الأمد، تطبيقات عملية

أي أدوات طويلة الأمد، تطبيقات عملية من مزايا الهاتف نوكيا 3110

كلاسيكي (classic)

3. وظائف يومية سهلة الإستخدام

أي وظائف يومية سهلة الإستخدام من مزايا الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي

(classic)

4. التقاط ومشاركة الصور والفيديو

أي التقاط ومشاركة الصور والفيديو من مزايا الهاتف نوكيا 3110

كلاسيكي (classic)

5. موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية

أي موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية من مزايا الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي

(classic)

6. عمر بطارية معزز

أي عمر بطارية معزز من مزايا الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)

7. مشاهدة الهاتف بأبعاد الثلاثية

أي مشاهدة الهاتف في كل جهة ويستطيع أن يحوِّله.

8. مشاهدة المزيد من الزوايا

أي يستطيع أن يشاهد المزيد من الزوايا

9. صورة الشاطئ البحر التي لها حجر

أي ترمز مكان التسلية الجميلة والبساطة لأن رخيصة

10. صورة السفينة في وسط البحر

أي ترمز الهدى

11. لون البحر الرمدم

أي ترمز الهدى

• معنى الإجمال

يأخذ هذا الإعلان الموضوع "التسلية". وهذا يستطيع أن يعرف من خلفية
الذى يستعمله البحر. كما عرفنا، البحر المسلى البساطة الذى يجبونه كثير من الناس
شبابا كان أو عجوزا. وذلك لأن البحر يستطيع أن يعطي هدى الشعور والصلح
والسعة والسرور لكل من الذى يتمتعه.

الأحوال المذكورة تستطيع أن ترى من البحر الذى يصورها بالون الزماد
والسفينة فى وسط البحر. وبرغم ذلك، يكون الأطفال يلعبون فى شاطئ البحر فرحا
وسرورا كالتسلية اياهم.

وجعل هذا التسلية صورا (citra) لهذا الجوّ. نوكيا 3110 كلاسيكي
(classic) يصنع بالسهولة الكثيرة والمزائد التسلية بأن يكون موسقا وكاميرا وفيديو
بجود العالية. وهذا السهولة محبوبة ومحتاجة ليعطى السرور فى حالة السأم.

وهذا الإعلان مصنوع بإبعاد الثلاثية ومنظره فى وسيلة الإنترنت حتى كون
كل شخص يستطيع أن يجوّ جهة الهاتف من أية الجهة. وذلك يفلح المستهلك لأنه
كأن ينتظره مباشرة.

3. نوكيا 6110 خضراء (green) تحت الموضوع "حرك أسلوب حياتك"

• الإيقون (icon)

1. صورة الهاتف نوكيا 6110 خضراء (green)

أي الهاتف نوكيا 6110 خضراء (green)

2. صورة الأبنية العالية

أي الأبنية العالية

3. صورة السهم الطويل بلون الأسفر

أي السهم الطويل بلون الأسفر

4. صورة السهم

أي السهم

5. قم بالتحميل والملاحة على مواقع الإنترنت عبر ربط 3،5 G العالى السرعة

أي قم بالتحميل ثم الملاحة على مواقع الإنترنت عبر ربط 3،5 G العالى

السرعة

6. حرك أسلوب حياتك

أي حرك هاتفك

● القرينة (indeks)

1. حرك أسلوب حياتك

أي يرجع الى "أنت أو القارئ"

2. اعشر على وجهتك عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية

أ- أي اعشر على وجهتك بالاستعمال عبر استخدام GPS المدمج مع

خرائط محلية

ب- أي يرجع الى القارئ

3. ادخل الى ملاحه بسرعة مع مفتاح المخصوص للملاحه

أي ادخل الى ملاحه بسرعة بالاستعمال مفتاح المخصوص للملاحه

4. قم بالتحميل والملاحه على مواقع الإنترنت عبر ربط 3،5 G العالى السرعة

أي قم بالتحميل والملاحه على مواقع الإنترنت بالاستعمال عبر ربط 3،5 G

العالى السرعة

5. برنامج s60 يقدم مميزات جديدة

أي برنامج s60 ويقدم مميزات جديدة

6. مشاهده المزيد من الزوايا

أي يستطيع أن يشاهد المزيد من الزوايا

7. صورة السهم

أي يشير مكان ليحوّل موقف الهاتف

• الرمز (symbol)

1. حرّك أسلوب حياتك

أي حرّك هاتفك بنوكيا 6110 خضراء (green)

2. اعشر على وجهتك عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية

أي اعشر على وجهتك عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية من مزايا

نوكيا 6110 خضراء (green)

3. استخدام ملاحه بسرعة مع مفتاح المخصوص للملاحه

أي استخدام ملاحه بسرعة مع مفتاح المخصوص للملاحه من مزايا نوكيا

6110 خضراء (green)

4. التقط صورا بانورامية للأماكن التي تزورها أثناء السفر

أي التقط صورا بانورامية للأماكن التي تزورها أثناء السفر من مزايا نوكيا

6110 خضراء (green)

5. قم بالتحميل والملاحه على مواقع الإنترنت عبر ربط 3،5 G العالى السرعة

أي قم بالتحميل والملاحه على مواقع الإنترنت عبر ربط 3،5 G العالى

السرعة من مزايا نوكيا 6110 خضراء (green)

6. برنامج s60 يقدم مميزات جديدة

أي برنامج S60 يقدم مميزات جديدة من مزايا نوكيا 6110 خضراء

(green)

7. مشاهدة الهاتف بأبعاد الثلاثية

أي مشاهدة الهاتف في كل جهة ويستطيع أن يحوِّله.

8. مشاهدة المزيد من الزوايا

أي يستطيع أن يشاهد المزيد من الزوايا

9. صورة الأبنية العالية

أي ترمز العصرية

10. صورة السهم الطويل بلون الأسفر

أي لأنها ترمز خرائط محلية

11. لون الأزرق

لأنها ترمز التكنولوجيا

● معنى الإجمال

تأخذ هذا الإعلان الموضوع "العصرية". وهذا تستطيع أن يعرف من الأبنية

العالية واللون الأزرق الذى يستعملهما. ويستعمل هذا الإعلان قليل الرمز ولكن
الرموز الموجودة تعطى الأثر العصرية.

الفكرة "العصرية" ليست اختياراً النضيجاً لأنها تناسب فى هذا الزمان.
والتعصري فى الزمان الحاضر يغلب على جميع المجال اقتصادية كانت أو اجتماعية
أوثقافية. أما احد من آثار التعصرية فتقدم الجوال التكنولوجى الذى كان أهمية
الحاجة فى العالم الإتصالي العصري. وبرغم ذلك، لا يكونوا الإنسان سابق عنه. وهذا
يستخدمه نوكيا 6110 خضراء (green) لجذب المستهلكين.

وجعل "العصرية" صوراً (citra) للهاتف الذى يساومها. نوكيا 6110
خضراء (green) مصنوع بالتكنولوجى العصري يعنى GPS المدمج مع خرائط محلية
لملاحاة بسرعة وترمز بالسهم الطويل ولون الأسفر، وبرنامج s60 يقدم مميزات
جديدة.

وهذا الإعلان مصنوع بإبعاد الثلاثية ومنظره فى وسيلة الإنترنت حتى كون
كل شخص يستطيع أن يحوّل جهة الهاتف من أية الجهة. وذلك يفلح المستهلك لأنه
كأن ينتظره مباشرة.

الباب الخامس

الاختتام

أ- الخلاصة

إن هذا البحث من دراسة السيميوطيقية الذى يركز على معنى العلامة أو الرموز فى الإعلان نوكيا. اما مدخله تستعمل نظرية السموطكا عند شارلز ساندرس بيرس (Charles Sanders Peirce) عن أقسام الرمز من حيث علاقات الدال والمدلول يعنى الأيقونة (icon) والقرينة (index) والرمز (symbol) . ومن نتائج البحث، أخذت الباحثة الخلاصة كئالي:

1. فى الإعلان نوكيا 6030 تحت الموضوع "صوتك يفرح آذاننا" أن يكون 26

العلامة ومعانها وتتكون من 6 الأيقونة (icon) و 7 القرينة (index) و 13

الرمز (symbol)

2. فى الإعلان نوكيا 3110 كلاسيكي (classic) تحت الموضوع "تواصل

ببساطة" أن يكون 27 العلامة ومعانها وتتكون من 6 الأيقونة (icon) و 10

القرينة (index) و 11 الرمز (symbol)

3. نوکيا 6110 خضراء (green) تحت الموضوع " حرك أسلوب حياتك " أن

يكون 24 العلامة ومعانها وتتكون من 6 الأيقونة (icon) و 7 القرينة (index)

و 11 الرمز (symbol)

ب- الاقتراحات

ومما لاشك في هذا البحث بعيد عن الكمال وهناك من الأخطاء والنقصان

فيحتاج ألى إكماله، وتقدم الباحثة الاقتراحات:

1. أن يدرس الباحثون الآخرون هذا البحث حتى يعرفون صحيفه وخطاهه

2. أن يستمرون الباحثون الآخرون هذا البحث في موضوع الأخر

3. للقارئ ليكون هذا البحث بعضا من المراجع عن تحليل الإعلان في نظر

السيميوطيقية.

قائمة المراجع

اللجنة العلمية للتأليف والتحرير والشر. التسويق للمبتدئين. القاهرة: دار الفاروق،

2006م

محمد مختار عمر. علم للدلالة. القاهرة: عالم الكتب، 1988م

فريد أمعش، المنهج السيميائي، farid-88@hotmail.com

Piliang, Yasraf Amir. *Hipersemiotik, tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, Yogyakarta: Jalasutra, 2003

Budiman, Kris. *Ikonisitas, Semiotika Sastra dan Seni Visual*, Yogyakarta: Buku Baik, 2005

Tinarbuko, Sumbo. *Semiotika Komunikasi visual*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008.

Noviani, Ratna. *Jalan Tengah Memahami Iklan*, Yogyakarta: Pustaka Relajar, 2002.

Muzakki, A. *Kontribusi Semiotika dalam Memahami Bahasa Agama*, Malang: UIN Press, 2007.

Budiman, Kris. *Kosa Semiotika*, Yogyakarta: LkiS, 1999.

Baryadi, I. Praptomo. *Teori ikon Bahasa: Salah Satu Pintu Masuk ke Dunia Semiotika*, Yogyakarta: Sanata Dharma, 2007.

Nurbiyati, Titik.Machfoedz Mahmud.. *Manajemen Pemasaran Kontemporer*, Yogyakarta: Kayon, 2005

E. Hahn, Fred, Kenneth G Mangun. *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*, Jakarta: Grasindo, 1999

Taufiqurrohman, H.R. *leksikologi Bahasa Arab*, Malang: UIN Press, 2008.

Semi, M. Atar. *Metodologi Penelitian Sastra*, Bandung: Angkasa
Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006

Lexy J, Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitati*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2006.

Al Khuli, Ali.. *A Dictionary Of Theoretical Linguistics*. Beirut: Librarie du Liban, 1982

Munawwir, A.W, Fairuz, Muhammad. *Kamus Al Munawir Indonesia Arab terlengkap*, Surabaya: Pustaka Prograssif, 2007

Taufiqurrahman. *Kamus As-Suyuti*, Malang: Underground Press, 2003

Alkalali, Asad M. *Kamus Indonesia Arab*, Jakarta: Surya Grafindo, 1993.

نوكيا 6030 تحت الموضوع "صوتك يفرح آذاننا"

الرقم	العلامات	النوع	المعنى
1	صورة الهاتف نوكيا 6030	الأيقونة الإيماج	الهاتف نوكيا 6030
2	صورة الأريكة و الوسادة	الأيقونة الإيماج	الأريكة و الوسادة
3	صورة أصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان	الأيقونة الإيماج	أصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان
4	صورة الخزانة	الأيقونة الإيماج	الخزانة
5	من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهتمك أمرهم. فقط التقط هاتف Nokia 6030 وقم بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية باستخدام لوحة المفاتيح المريحة. أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة في منتهى السهولة	الأيقونة الدياجرام	سهولة هاتف Nokia 6030 بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية باستخدام لوحة المفاتيح المريحة أو أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة.

		مع هاتف Nokia 6030.	
<p>حينما شباب المتبسمون</p> <p>بعد تزوج المتبسمان</p> <p>حينما عجز المتبسم</p>	الأيقونة الدياجرام	<p>ثلاثة رسوم الصوار :</p> <p>○ صورة الرجل والمرأتين المتبسمون</p> <p>○ صورة الرجل والمرأة المتبسمان</p> <p>○ صورة الرجل العجز المتبسم</p>	6
صوت من هاتف نوكيا 6030 يفرح آذان الفاعل (subject) في هذا الإعلان	القرينة	صوتك يفرح آذاننا	7
"انت" (القارئ)	القرينة	من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهمك أمرهم	8

9	سطح بيني سهل الاستعمال	القرينة	سطح بيني سهل الاستعمال
10	شاشة عالية الجودة مع 25.536 لوناً	القرينة	شاشة عالية الجودة مع 25.536 لوناً
11	السعادة أو الفرح.	القرينة	ثلاثة رسوم الصوار : <ul style="list-style-type: none"> ○ صورة الرجل والمرأتين المتبسمون ○ صورة الرجل والمرأة المتبسمان ○ صورة الرجل العجز المتبسم
12	غرفة الأسرة.	القرينة	صورة الأريكة و الوسادة وأصيص الوردة الحمراء والكتاب على الخوان

عنوان الإعلانات عن هاتف Nokia 6030	القرينة	www.nokiamena.com	13
Nokia 6030 كالمشاركة	القرينة	6030 nokia	14
نوكيا تواصل الإنسان كالشعار	القرينة	Nokia connecting people	15
دور هاتف نوكيا 6030 مع كل سهولته في الإتصالية يعطى الفرح لكل من يستعمله	الرمز	صوتك يفرح آذاننا	16
سهولة والسعادة مع هاتف Nokia 6030 بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية باستخدام لوحة المفاتيح المريحة أو أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة.	الرمز	من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهتمك أمرهم. فقط التقط هاتف Nokia 6030 وقم بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية باستخدام لوحة المفاتيح المريحة. أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة في منتهى السهولة مع هاتف Nokia 6030	17
سطح بيبي سهل الاستعمال من مزايا هاتف Nokia 6030	الرمز	سطح بيبي سهل الاستعمال	18

شاشة عالية الجودة مع 25.536 لوناً من مزايا هاتف Nokia 6030	الرمز	شاشة عالية الجودة مع 25.536 لوناً	19
رسائل نصية ورسائل إعلامية متعددة من مزايا هاتف Nokia 6030	الرمز	رسائل نصية ورسائل إعلامية متعددة	20
راديو FM ونظام بحث على الإنترنت من مزايا هاتف Nokia 6030	الرمز	راديو FM ونظام بحث على الإنترنت	21
www.nokiamena.com	الرمز	www.nokiamena.com	22
6030 Nokia	الرمز	6030 Nokia	23
نوكيا تواصل الإنسان	الرمز	Nokia connecting people	24
التأمني	الرمز	صورة الأريكة والوسادة	25
رومانطيسي	الرمز	أصيص الوردة الحمراء	26

27	الكتاب على الخوان	الرمز	التأميني لقراءة الكتاب
28	لون الغرفة حمراء	الرمز	الغرفة الدفءة والحب.

نوكيا 3110 كلاسيكي (classic) تحت الموضوع "تواصل ببساطة"

الرقم	العلامات	النوع	المعنى
1	صورة الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)	الأيقونة الإيماج	الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)
2	صورة الشاطئ البحر التي لها حجر	الأيقونة الإيماج	الشاطئ البحر التي لها حجر
3	صورة السفينة في وسط البحر	الأيقونة الإيماج	السفينة في وسط البحر

4	صورة ابن قائم وابن و بنت يسيران في شاطئ البحر	الأيقونة الإيماج	ابن قائم وابن و بنت يسيران في شاطئ البحر
5	صورة السهم وسعدانتان	الأيقونة الإيماج	السهم وسعدانتان
6	التقاط ومشاركة الصور والفيديو	الأيقونة الدياترام	التقاط ثم مشاركة الصور والفيديو
7	تواصل ببساطة	القرينة	تواصل ببساطة لكون نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)
8	أدوات طويلة الأمد	القرينة	أدوات طويلة الأمد لأن مواد الأدوات جودتها عالية
9	تطبيقات عملية	القرينة	تطبيقات عملية لأن يحيط الهاتف بالسهولة الإستخدام
10	وظائف يومية سهلة الإستخدام	القرينة	وظائف يومية سهلة الإستخدام لكون وسائل في نوكيا 3110 كلاسيكي
11	التقاط ومشاركة الصور والفيديو	القرينة	التقاط ومشاركة الصور والفيديو لكون آلة التصوير

والفيديو			
موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية لكون برنامج للموسيقى ومميزات ترفيهية	القرينة	موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية	12
عمر بطارية معزز لأن الجودة بطارية عالية	القرينة	عمر بطارية معزز	13
مشاهدة المزيد من الزوايا لبيان السهم	القرينة	مشاهدة المزيد من الزوايا	14
تدلّ السعادة	القرينة	صورة ابن قائم وابن و بنت يسيران في شاطئ البحر	15
يشير مكان ليحوّل موقف الهاتف	القرينة	صورة السهم وسعدتان	16
تواصل بالسهولة الإستخدام	القرينة	تواصل ببساطة	17

18	أدوات طويلة الأمد، تطبيقات عملية	الرمز	أدوات طويلة الأمد، تطبيقات عملية من مزايا الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)
19	وظائف يومية سهلة الاستخدام	الرمز	وظائف يومية سهلة الاستخدام من مزايا الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)
20	التقاط ومشاركة الصور والفيديو	الرمز	التقاط ومشاركة الصور والفيديو من مزايا الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)
21	موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية	الرمز	موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية من مزايا الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)
22	عمر بطارية معزّز	الرمز	عمر بطارية معزّز من مزايا الهاتف نوكيا 3110 كلاسيكي (classic)
23	مشاهدة الهاتف بأبعاد الثلاثية	الرمز	مشاهدة الهاتف في كل جهة ويستطيع أن يحوّل.

يستطيع أن يشاهد المزيد من الزوايا	الرمز	مشاهدة المزيد من الزوايا	24
مكان التسلية الجميلة والبساطة لأن رخيصة	الرمز	صورة الشاطئ البحر التي لها حجر	25
الهدى	الرمز	صورة السفينة في وسط البحر	26
الهدى	الرمز	لون البحر الرمى	27

نوكيا 6110 خضراء (green) تحت الموضوع "حرك أسلوب حياتك"

الرقم	العلامات	النوع	المعنى
1	صورة الهاتف نوكيا 6110 خضراء (green)	الأيقونة الإيماج	الهاتف نوكيا 6110 خضراء (green)
2	صورة الأبنية العالية	الأيقونة الإيماج	الأبنية العالية
3	صورة السهم الطويل بلون الأسفر	الأيقونة الإيماج	السهم الطويل بلون الأسفر
4	صورة السهم	الأيقونة الإيماج	السهم

5	قم بالتحميل والملاحة على مواقع الإنترنت عبر ربط G 3،5 العالى السرعة	الأيقونة الديقوجرام	قم بالتحميل والملاحة على مواقع الإنترنت عبر ربط G 3،5 العالى السرعة
6	حرك هاتفك	الأيقونة الميتافورا	حرك أسلوب حياتك
7	"أنت أو القارئ"	القرينة	حرك أسلوب حياتك
8	اعشر على وجهتك بالاستعمال عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية	القرينة	اعشر على وجهتك عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية
9	ادخل الى ملاحة بسرعة بالاستعمال مفتاح المخصوص للملاحة	القرينة	ادخل الى ملاحة بسرعة مع مفتاح المخصوص للملاحة
10	قم بالتحميل والملاحة على مواقع الإنترنت بالاستعمال	القرينة	قم بالتحميل والملاحة على مواقع الإنترنت عبر ربط

عبر ربط 3،5 G العالى السرعة		3،5 G العالى السرعة	
برنامج s60 ويقدم مميزات جديدة	القرينة	برنامج s60 يقدم مميزات جديدة	11
يستطيع أن يشاهد المزيد من الزوايا	القرينة	مشاهدة المزيد من الزوايا	12
يشير مكان ليحوّل موقف الهاتف	القرينة	صورة السهم	13
حرك هاتفك بنوكيا 6110 خضراء (green)	الرمز	حرك أسلوب حياتك	14
اعشر على وجهتك عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية من مزاي نويا 6110 خضراء (green)	الرمز	اعشر على وجهتك عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط محلية	15
استخدام ملاحه بسرعة مع مفتاح المخصوص للملاحه من مزاي نويا 6110 خضراء (green)	الرمز	استخدام ملاحه بسرعة مع مفتاح المخصوص للملاحه	16

17	التقط صوراً بانورامية للأماكن التي تزورها أثناء السفر	الرمز	التقط صوراً بانورامية للأماكن التي تزورها أثناء السفر 6110 خضراء (green)
18	قم بالتحميل والملاحة على مواقع الإنترنت عبر ربط G 3،5 العالى السرعة	الرمز	قم بالتحميل والملاحة على مواقع الإنترنت عبر ربط 6110 خضراء (green)
19	برنامج s60 يقدم مميزات جديدة	الرمز	برنامج S60 يقدم مميزات جديدة من مزايَا نوكيا 6110 خضراء (green)
20	مشاهدة الهاتف بأبعاد الثلاثية	الرمز	مشاهدة الهاتف في كل جهة ويستطيع أن يحوِّله.
21	مشاهدة المزيد من الزوايا	الرمز	يستطيع أن يشاهد المزيد من الزوايا
22	صورة الأبنية العالية	الرمز	العصرية

مشاهدة الهاتف بالأبعاد الثلاثة

حرك أسلوب حياتك

- خذ على وجهك عبر استخدام GPS المدمج مع خرائط معالجة
- استخدم ملاحة التوجيه الصوتي المنفصل
- ادخل إلى الملاحة بسرعة مع مفتاح المخصص للملاحة
- اضغط ضوئياً بتقويمية للأماكن التي تزورها أثناء السفر
- قم بالتحميل والملاحة على مواقع الإنترنت عبر ربط 3.5G العالمي السرعة
- برنامج 560 يقدم مميزات جديدة

مشاهدة المزيد من الزوايا

تواصل ببساطة

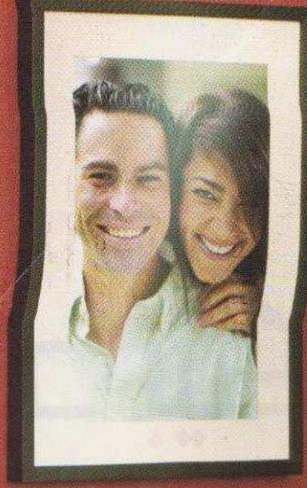
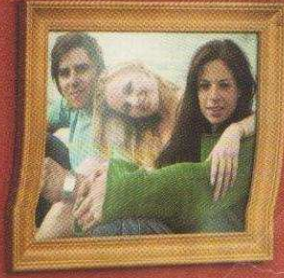
- أدوات طويلة الأمد، تطبيقات عملية
- وظائف يومية سهلة الاستخدام
- التقاط ومشاركة الصور والفيديو
- موسيقى رائعة ومميزات ترفيهية
- عمر بطارية معزز



مشاهدة الهاتف بالأبعاد الثلاثية

مشاهدة المزيد من الزوايا

صوتك يفرح آذاننا



- سطح بيئي سهل الاستعمال
 - شاشة عالية الجودة مع ٦٥,٥٣٦ لونا
 - رسائل نصية ورسائل إعلامية متعددة
 - راديو FM ونظام بحث على الإنترنت
- www.nokiamena.com

من الرائع أن تتواصل مع الأشخاص الذين يهمك أمرهم. فقط التقط هاتف Nokia 6030 وقم بإجراء المكالمات، أو اكتب رسالة نصية باستخدام لوحة المفاتيح المريحة. أصبحت مشاركة اللحظات السعيدة في منتهى السهولة مع هاتف Nokia 6030.

NOKIA
Connecting People

NOKIA
6030