



كلية الآداب واللغات

قسم اللغة والأدب العربي

السنة الجامعية: 2026 / 2025

المقياس: الصورة والخطاب الإشعاري

المستوى: السنة الثانية ماستر

التخصص: أدب حديث ومعاصر

اسم الأستاذ: سعيدة حمداوي

التاريخ: 20 جانفي 2026

الإجابة النموذجية

الجواب الأول:

رفض الكثير من الأدباء أن ينساقوا للإيديولوجيات الدعائية ويرضخوا لغير ما هو فني فيما يسمى الفن للفن لأن ذلك يجعلهم تابعين للسياسي ومقيدين بأطره وأفكاره. غير أن الواقع يطالعنا على نماذج كثيرة تفاعل فيها الأدب وانسجم مع النظم السياسية على الرغم من أن الأدباء حاولوا الابتعاد عن هذه السياقات قدر الإمكان، وحتى لا يرتبطوا بما قد يفقد أعمالهم طبيعتها الجمالية؛ ولأن ما يقدمونه على هذا النحو سيتحول إلى دعاية لهؤلاء الحكام وأداة لتوجيه عقول الأفراد. وقد استفادت الأنظمة الاستبدادية من جماهيرية الأشكال الأدبية فوظفتها لخدمة أجندتها وهو ما حصل في فترة الحرب العالمية، إذ تماشت الكتابات الأدبية مع أيديولوجية هذه النظم ومفاهيمها مبررة سياساتها. 2.5 ن

من بين الروايات التي أدت وظيفة دعائية للسياسة السوفياتية رواية "الأم" لمكسيم غوركي في وقت كانت المؤسسات الثقافية لاتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفياتية تابعة تماما للدولة، وكانت هي التي تقرر إنتاج الأفلام والكتب والأعمال الموسيقية، واعتبر آنذاك أن على الكتاب واجب غرس القيم الصحيحة في المواطنين السوفييت من قبيل: حب العمل والوطن، والبطولة، والتضحية، والمساواة. لذلك تم تقدير المؤلفين الذين اتبعوا هذا المبدأ بشكل خاص ونشروا على نطاق واسع. وقد حددت ضمن الكتب التي يجب على جميع أطفال المدارس السوفييت قراءتها. 2.5 ن



الجواب الثاني:

ذكر كل المراحل التي مرت المرأة في الإشهارات الغربية من ثلاثينيات القرن العشرين إلى 2010. 5 ن

الجواب الثالث:

نوع القيود	طبيعتها
الجغرافية واللغوية	تتطلب الاختلافات اللغوية بين البلدان وأحيانا داخل نفس البلد (مثل سويسرا وبلجيكا وكندا)، أن يتعين على الشركات ترجمة الرسائل وتكييفها، إما تحت ضغط من الجمهور أو تحت قيود القانون ومراعاة البلدان التي تقوم بتقييد أو حظر استخدام اللغات الأجنبية في الأنشطة الترويجية، وبمستويات مختلفة اعتمادا على الوسائط المستخدمة. 1 ن
السياسية والقانونية	تشير إلى الخصوصيات المحلية الناشئة عن طبيعة النظام السياسي، ودرجة انفتاح الدولة على الدول الأجنبية، والتشريعات الخاصة بالمعلومات وبعض المنتجات. كل بلد لديه بالفعل اللوائح الخاصة بالاتصالات ذات الطبيعة التجارية والاستخدامات اللغوية المصاحبة لها، وتعكس هذه القرارات السياسات التي تنفذها كل دولة فيما يتعلق بحماية المستهلكين والقصر، والمصلحة العامة، وحماية الخصوصية، وتنظيم المنافسة، وحتى قواعد الأخلاق. وتختلف التشريعات الناتجة عن هذه السياسات بشكل كبير من دولة إلى أخرى سواء في طبيعة الحظر أو في شدته: فهي تختلف من حظر شامل على سبيل المثال على التواصل بلغة أجنبية في فرنسا إلى عدم حظر في الولايات المتحدة، عبر حظر محدود في دول الشمال. 2 ن
الاجتماعية والثقافية	الخصائص المحلية النابعة من الدين والعادات الاجتماعية وقواعد السلوك والمعايير الأخلاقية والسمات البارزة للثقافة والمجتمع المضيف. هناك قيم مجتمعية تؤثر بقوة على شكل ومحتوى الرسالة. ويغطي مفهوم القيمة المجتمعية هذا موضوعات متنوعة للغاية مثل استخدام الدعاية السياسية أو حس الذوق السليم أو التواضع أو التمييز أو المساواة بين الجنسين باسم الأخلاق والإشهارات التي تعتبر عنيفة أو تخريبية بطبيعتها تخضع أيضا لضوابط وقيود الاتصال المختلفة. 2 ن



الجواب الرابع:

يطبق رولان بارت الآليات السيميائية على ملصق إشهاري لمنتج بانزاني Panzani حيث يرى أن الصورة تحمل عدة رسائل وعدد لا متناهي من الدلائل أو المضامين، لنصل إلى الرسائل الثلاثة: (الرسالة اللغوية، الصورة التقريرية، بلاغة الصورة) مع الشرح 3ن.

نرى في كيس عجائن، علبة معكرونة، طماطم، بصل، فلفل، بعضها خارج من كيس نصف مفتوح مع الألوان: أصفر، أخضر، على خلفية حمراء، وبصل وفطر، من النظرة الأولى للصّور تبدو معروفة.

رسالة أولى: المطعم. والدليل اللغوي " PANZANI " يمنحنا اسم المزرعة فقط، ولكن به مدلولاً إضافياً وهو أن المنتج إيطالي وعليه الرسالة اللغوية تحمل مفهوم أول ومفهوم خفي. وتمنحنا الصورة مجموعة من الدلائل غير المستمرة.

الرجوع من السوق	الفكرة الممثلة في النص
يحمل قيمتين (المنتج والاستعمال السهل)، وهي معادلة لفكرة أن المجتمعات الأوروبية مجتمعات تعتمد على المعلبات. 1ن	المدلول
الكيس المفتوح قليلاً والمكونات الخارجة منه وهذا يعطينا ثلاث رسائل، هي: رسالة صورية غير مشفرة (تمثل الخدمة المطاعمية وهي تعيينية)، رسالة صورية مشفرة (الألوان التي تمثل ألوان العلم " الراية الإيطالية)، رسالة لغوية (في كلمة PANZANI كلمة بلغة إيطالية. 1ن	الدال

