

## تداوليات الخطاب الإعلاني في لغة الصحافة: نماذج تطبيقية من إعلانات البنوك في صحيفة الرياض

إعداد الطالبة: عبير ناصر مسند الرشيدى

إشراف: أ.د. فهد مسعد اللهيبي

### المستخلص

سعى البحث إلى إلقاء الضوء على الأبعاد التداولية في الخطابات الإعلانية في صحيفة الرياض، ولما كانت التداولية تعنى بالجانب الاستعمالي للغة في ميادين عدة كانت الدراسة تركز على موضوعات من أهم موضوعاتها، وهي: الإشارات، والافتراض المسبق، والاستلزام الحواري، والأفعال الكلامية. وتهدف الدراسة إلى بيان الإشارات التي استخدمها الخطاب الإعلاني، وتوضيح الافتراض المسبق في الخطاب الإعلاني في النماذج المحددة، والكشف عن الاستلزام الحواري في إعلانات البنوك في صحيفة الرياض، والكشف عن دور الأفعال الإنجازية في فهم الخطاب الإعلاني، وبيان أن الإعلانات قد ترد بأسلوب ما ويُفهم شيء آخر، وانتهج البحث المنهج الوصفي الذي يقوم برصد الجوانب التداولية في الخطاب الإعلاني، وتصنيفها، وتحليلها من وجهة نظر تداولية. وأقيمت مادة التطبيق على نماذج من الخطابات الإعلانية البنكية في صحيفة الرياض من عام ألف وأربع مائة وثلاثين هجرية إلى ألف وأربع مائة وسبع وثلاثين هجرية.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- حرصت الخطابات الإعلانية المدروسة في صحيفة الرياض على مراعاة حال المتلقي، وتلبية حاجاته المتعددة، كالحاجة إلى الاستثمار، والمسكن، والتعليم، والزواج، وشراء سيارة...إلخ. ويعد مراعاة حال المتلقي من أهم العناصر المؤثرة في نجاح الخطاب الإعلاني.
- قامت جميع الخطابات الإعلانية المدروسة على افتراضات مسبقة، وأقوال مضمرة ظهرت في السياق، وأسهمت في نجاح الرسالة التواصلية.
- تضمنت ضمائر المتكلم في الإشارات الشخصية الإشارة إلى الرأي الشخصي، وإلى المشاركة في قضية مجتمعية، وفي التأكيد على الالتزام بأمر معين.

- اشتملت الخطابات الإعلانية البنكية المدروسة في صحيفة الرياض أفعالاً كلامية إنجازية مباشرة: وهو ما تقدمه الجملة من معنى، وغير مباشرة: وهو ما يقصده المعلن في خطابه، وهدف المعلن إقناع المتلقي، والتأثير فيه.

# **Pragmatics in Press Language: Examples from Banks' Advertisements in Riyadh Newspaper**

**Author Name: Abeer Nasser Musnad Al-Rashdi**

**Supervised by: Fahd MUSAAD Al-Lahibi**

## **Abstract:**

The study sought to highlight pragmatic linguistics in advertising speeches in Alriyadh Newspaper, where pragmatic means the used aspect of the language in many fields, the study focused upon some topics, the most important of which, signs, presupposition, dialogue requirement, and speech acts . The study aims to show the deixicals used by advertising speech and to clarify the presupposition in advertising speech in specific models; as well as uncover the dialogue requirement in Banks Ads in Alriyadh Newspaper, also to uncover the role of achievement verbs in understanding the advertisement speech, and to show that ads may present something, and another thing delivered and understood. The study used the descriptive methodology which states the pragmatic aspects of advertising speech, classifying them, analyze them from pragmatic point of view. Application was made using models of banks advertising speeches in Alriyadh Newspaper from 1430H to 1437H.

The study reached the following results:

- The carefully studied advertising speeches in Alriyadh newspaper were keen to take into account the condition of the recipient, and to meet his multiple needs, such as the need for investment, housing, education, marriage, buying a car ... etc. Taking into consideration that the recipient's condition is one of the most important factors affecting the success of the advertising speech.
- All thoughtful advertising speeches are based on presuppositions and implicit statements that appeared in the context, and contributed to the success of the communication message.
- In personal references, the first person pronouns included referring to a personal opinion, participating in a societal issue, and affirming commitment to something.

- The studied advertising bank speeches in Alriyadh newspaper included speech acts that are both direct and indirect: which is what the advertiser intends in his speech, and the advertiser's goal is to persuade the recipient and to influence him.