

لغة الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم"
(دراسة في أفعال الكلام الإنشائية)



هذا البحث

مقدم إلى كلية الآداب والعلوم الثقافية بجامعة سونن كاليجاكا الإسلامية الحكومية
لإتمام بعض الشروط للحصول على اللقب العالمي
في علم اللغة العربية وأدبها

وضع

مولدة صالحة

رقم الطالبة: ١١١١٠٠٧٨

شعبة اللغة العربية وأدبها

كلية الآداب والعلوم الثقافية بجامعة سونن كاليجاكا الإسلامية الحكومية

جوكجاكرتا

٢٠١٦

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulida Solekhah
NIM : 11110078
Jurusan : Bahasa dan Sastra Arab
Fakultas : Adab dan Ilmu Budaya

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

لغة الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم"

(دراسة في أفعال الكلام الإنشائية)

Merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) di Jurusan Bahasa dan Sastra Arab, Fakultas Adab dan Ilmu Budaya, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya asli saya atau hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Februari 2016

Yang Menyatakan,



Maulida Solekhah

شعار وإهداء

سلامة الإنسان في حفظ اللسان

أهدي هذا البحث خصوصاً إلى:

١. أبي العزيز الذي يُقوّي قلبي دائماً بالرحمة.
٢. أمي المحبوبة التي لا تزال تحبني وتربييني وتنصحيني.
٣. أخواتي الكبيرة حنة السعدية وألف بررة وفينا خير النساء، اولئك اللاتي يشجعن الحماسة في نفسي دائماً ويؤتین المودة والحب والأمل.
٤. إخوتي الصغراء، أحمد رمزي أيباني وحاريسما فيحاء الأضحى وأنزلنا سلسبيلا وأحمد فوز مؤيد، هم يزيّنون حياتي بالسعادة والفرحة.
٥. ابن أختي أحمد شفيق وابنتي أختي زينا نجمي أمانينا وريحانا حلوى سخية أطفال يُلوّنون حياتي بابتسام الفرحة.
٦. محمّد مواهب، هو الشّعْر والغناء في قلبي بملأ أيامي بالحب.
٧. قرة أعين وفجار أروم حسنة ونور عاريفة مازية هن زميلات اللاتي يرافقن عند ابتسامي وبكائي.

٨. أصدقائي في كلية الآداب والعلوم الثقافية ولا سيما أصدقائي في قسم

اللغة العربية وأديهما.

٩. صديقتي في معهد الإسلامية المنور وخاصة صاحبة حياة نفوس

وويتان فايس تري وأنيس نور بيتي وفريدة أحادية ودانيك موعظة

العينية وفطري مسرورة وسبي مريم، شكرا لكل أيامي معكن لن

يكون نسيتهما ابداً.

١٠. جامعة سونن كاليجاكا الإسلامية الحكومية جوكجاكرتا ومعهد

الإسلامية المنور كرايباك جوكجاكرتا هما الكليتا الأمّ عندي.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp./Fak. (0274) 513949
Web : <http://adab.uin-suka.ac.id> E-mail : fadib@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DA/PP.009/ 730 /2016

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

لغة الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم"
[دراسة في أفعال الكلام الإنشائية]

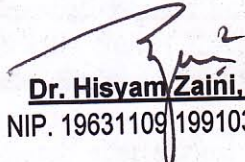
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : MAULIDA SOLEKHAH
N I M : 11110078
Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 24 Maret 2016
Nilai Munaqasah : A/B

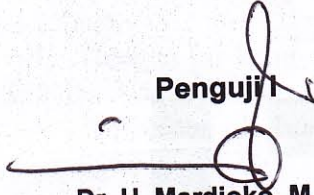
Dan telah dinyatakan diterima oleh Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :


Ketua Sidang


Dr. Hisyam Zaini, MA.
NIP. 19631109199103 1 009

Penguji I


Dr. H. Mardioko, M.Ag.
NIP. 19590105 198703 1 003

Penguji II


Dr. H. Uki Sukiman, M.Ag.
NIP. 19680429 199503 1 001

Yogyakarta, 07 April 2016

Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya




Dr. Zamzam Afandi, M.Ag.
NIP. 19631111 199403 1 002



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan melakukan perbaikan seperlunya, saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Maulida Solekhah

NIM : 11110078

Judul skripsi :

لغة الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم"

(دراسة في أفعال الكلام الإنشائية)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Jurusan Bahasa dan Sastra Arab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Bahasa dan Sastra Arab.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Dr. Hisyam Zaini, MA
NIP. 19631109 199103 1 009

ABSTRAK

Surat kabar merupakan media cetak yang digunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung antara penulis dan pembaca. Dalam media cetak menyajikan iklan-iklan komersial. Begitu pula yang terdapat di dalam surat kabar “Al Masry Al Youm”. Iklan-iklan tersebut berupa tuturan yang mempunyai maksud dan fungsi sehingga pembaca akan melakukan sesuatu. Jadi tuturan tersebut merupakan tindak tutur ilokusi. Hal tersebut sangat menarik dan unik sehingga perlu dilakukan kajian yang mendalam. Permasalahan yang diteliti pada penelitian ini adalah (1) jenis tindak tutur ilokusi apa sajakah yang terdapat pada iklan komersial di dalam surat kabar al masry al youm? dan (2) apa makna yang terkandung di dalamnya?.

Berdasar rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan jenis tindak tutur ilokusi iklan komersial yang terdapat di dalam surat kabar “Al Masry Al Youm” dan (2) mendeskripsikan makna yang terkandung didalamnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan tekstual kemudian teks yang diteliti dikaitkan dengan konteks yang meliputinya. Sumber data penelitian ini adalah iklan-iklan komersial di dalam surat kabar “Al Masry Al Youm” edisi Desember 2014. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik simak dan dilanjutkan dengan teknik catat. Setelah terkumpul data dianalisis menggunakan teknik pilah unsur penentu dan disajikan dengan metode informal.

Hasil penelitian ini adalah jenis tindak tutur ilokusi iklan komersial di dalam surat kabar “Al Masry Al Youm” dan makna yang terkandung di dalamnya. Fungsi tindak tutur ilokusi dalam iklan komersial pada surat kabar “Al Masry Al Youm” meliputi fungsi memberitahukan, melaporkan, membanggakan, menyatakan, memerintah, menasehati, mengusulkan, menyarankan, menjanjikan dan menawarkan. Berdasar temuan tersebut, saran yang diberikan kepada pembaca adalah mengadakan penelitian lanjutan, misalnya dengan memfokuskan pada tindak tutur ilokusi dengan obyek yang berbeda.

التجريد

الجريدة هي وسيلة من وسائل الإعلام التي استعملت للاتصال غير مباشرة بين الكاتب والقراء. قدّمت وسائل الإعلام المطبوعية الإعلانات التجارية، وما وقع في جريدة "المصري اليوم". هذه الإعلانات خطابية تحتوي على الهدف والوظيفة حتى يعمل القراء شيئاً. فكان الخطاب أفعال الكلام الإنشائية. أنها مثيرة للاهتمام وفريدة من نوعها حتى يحتاج إلى القيام بدراسة عميقة. فالمسألة التي بحثت في هذا البحث هي (١) ما أنواع أفعال الكلام الإنشائية في الإعلان التجاري في جريدة "المصري اليوم" و (٢) ما هو المعنى المحتوى فيه.

استناداً إلى المسألة السابقة فههدف هذا البحث هو (١) وصف النوع من أفعال الكلام الإنشائية للإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" (٢) وصف المعاني الواردة فيها. ويستخدم هذا البحث منهجاً نصياً كالحظوة الأولى ثم كان النص المبحوث يرتبط بالسياق الذي يحيطه. ومصدر البيانات في هذا البحث هو إعلانات تجارية في جريدة "المصري اليوم" طبعة ديسمبر ٢٠١٤. أساليب جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث هو تقنية السماع فتتبع بتقنية الكتابة. وبعد أن اجتمعت البيانات تحلل بطريقة تقسيم العنصر المعين وعرضت بطريقة غير رسمية.

فنتيجة هذا البحث هو نوع أفعال الكلام الإنشائية في الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" والمعاني الواردة فيها. ووظيفة أفعال الكلام الإنشائية في الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" تتضمن وظيفة الإعلام والإخبار والإفخار والتصريح والطلب والأمر والنصيحة والاقتراح والوعد والعرض. استناداً إلى هذه الواقعة المذكورة فالنصيحة للقارئ هو استمرار البحوث المتقد كما يركز على أفعال الكلام الإنشائية مع كائن آخر.

كلمة شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين الذي لديه رحمة وهداية حتى يمكن للكاتبة أن تعمل هذه الأطروحة. تحية سلاما على افضل الإنسان النبي محمد صلى الله عليه وسلم، الزعيم الذي يتمم مكارم الأخلاق ويضيئ العالم.

تدرك الكاتبة تماما أن في كتابة هذا البحث نالت اليسرة والكمال من المساعدين والمدافعين من الأساتيد والأسرة والأصدقاء وغيرهم. فلذلك أقول شكرا كثيرا إلى:

١. المكرم الأستاذ الدكتور محاسن الماجستير مدير الجامعة سونن كاليجاكا الإسلامية الحكومية جوكجاكرتا.
٢. المكرم الدكتور زمزم أفندي عميد كلية الآداب والعلوم الثقافية بجامعة سونن كاليجاكا الإسلامية الحكومية جوكجاكرتا.
٣. المكرم الدكتور أوكي سوكيما الماحستير رئيس شعبة اللغة العربية وأدبها بجامعة سونن كاليجاكا الإسلامية الحكومية جوكجاكرتا.
٤. المكرم الدكتور هشام زيني الماحستير كالمشرف الذي قد تم توفير الإرشاد والتوجيه لإعداد هذا البحث بصير جميل.
٥. المكرم الأستاذ ألوان خيرى الماحستير مشرف الأكاديمي أثناء الدراسة في كلية الآداب والعلوم الثقافية بجامعة سونن كاليجاكا الإسلامية الحكومية جوكجاكرتا.
٦. جميع المحاضرين والموظفين في كلية الآداب والعلوم الثقافية بجامعة سونن كاليجاكا الإسلامية الحكومية جوكجاكرتا.
٧. أبي المحبوب سيد سوروتو الحاج وأمي المحبوبة سيدة ستي آسية الحاجة والديّ المحبوبين ومحبتهما طول الزمان.

٨. أسرتي الأحباء جميعاً. شكراً لحبكم في فرحي وحزني.
٩. أصدقائي وزملائي لقسم اللغة العربية وأدبها.
١٠. أصدقائي الأحباء الذين يملؤون وقتي وفضائي ومنبع إلهامي الذي يحضر دائماً في ذهني، وعضده جميعاً قد هدم كل تعبي ونهض كل أمني.
- جزاهم الله تعالى على ما عملوا من الإخلاص.

جوكجاكرتا، ١٦ فبراير ٢٠١٦

الكاتبة

مولدة صاحبة

محتويات البحث

أ	إثبات الأصالة.....
ب	الشعار والإهداء.....
د	صفحة الموافقة.....
هـ	صفحة موافقة المشرف.....
و	تجريد.....
ح	كلمة شكر وتقدير.....
ي	محتويات البحث.....
٢	الباب الأول : مقدمة.....
٢	أ. خلفية البحث.....
٧	ب. تحديد البحث.....
٧	ج. أغراض البحث وفوائده.....
٧	د. التحقيق المكتبي.....
١٠	هـ. الإطار النظري.....

١٣ منهج البحث	و.
١٥ نظام البحث	ز.
١٧	الباب الثاني
١٨ مفهوم الكلام	أ.
١٨ أنواع الكلام	ب.
١٩ أشكال كلام الإقناع	ج.
٢١ ميزات الإعلان كشكل من أشكال كلام الإقناع	د.
٢١ مفهوم الإعلان	هـ.
٢٢ وظيفة الإعلان	و.
٢٢ أنواع الإعلان	ز.
٢٦ خصائص الإعلان	ح.
٢٧ الصورة الجانبية من جريدة "المصري اليوم"	ط.
٢٨ قائمة الصور	ي.
٤٨	الباب الثالث : أفعال الكلام الإنشائية في جريدة "المصري اليوم"
٤٩ الأفعال الجازمية	أ.
٥١ الأفعال التوجيهية	ب.

٥٣ ج. الأفعال الإلزامية
٥٤ د. الأفعال الجازمية-الأفعال التوجيهية
٥٩ هـ. الأفعال الجازمية-الأفعال الإلزامية
٦٩ و. الأفعال التوجيهية-الأفعال الإلزامية
٧٦ الباب الرابع: خاتمة
٧٦ أ. الخلاصة
٧٨ ب. الاقتراحات
٨٠ المراجع
٨٣ ترجمة حياة الباحثة

الباب الأول

مقدمة

أ. خلفية البحث

الإعلان هو شكل من أشكال هيئة الاتصالات للتأثير على القراء بتوضيح المنتج أو بتأكيد مع وسائل الاتصال العام وهو من أنشطة غير شخصية. تقول جمعية التسويق الأمريكية أن الإعلان هو شكل من أشكال الاتصالات لتقديم الأفكار عن السلع والخدمات بالوسائل أن لا شخصية عن طريق موافق معينة نظير مبالغ مالية متفق عليها.^١ وقال بعض العلماء الآخرون أن الإعلان هو أساليب تستخدم للتعريف بما يراد بيعه أو شرائه.^٢

أن هدف الإعلان هو إخبار المعلن إليه بالشىء الذي يعلن عنه وجذب الاهتمام والإقناع به ومحاولة التأثير على الاتجاه نحوه ومن ثم سلوكه الناتج من هذا الاتجاه.^٣ قال مونلي لي و كارلا جونسون في كتابيهما أن الإعلانات تشغل ثلاث وظائف هي الوظائف الإعلامية والوظائف المقنعية والوظائف التذكيرية.^٤ الوظائف

^١ دكتورة منى الحديري، الإعلان؟، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨)، ص. ٢٣.

^٢ دكتورة منى الحديري، الإعلان؟، ص. ٢٤.

^٣ محمد جمال عبد المقصود، الاتجاهات الحديثة في إنتاج الإعلان الصحفي المطبوع، (القاهرة: دار العالم العربي، ٢٠١٣)، ص. ٢٤.

^٤ Monle Lee & Carla Johnson, Prinsip-Prinsip Periklanan dalam Perspektif Global, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 10.

الإعلامية هي وظائف حيث تعلن المعلن. والوظائف المقنعية هي أنها تحاول إقناع المستهلكين الذين يشترون انتاجاتهم أو تغيير موقفهم نحو المنتج أو الشركة. الوظائف التذكيرية هي أنها تذكر المستهلكين استمرارا عن المنتج بحيث أنهم لا يزالون شراء المنتجات التي يتم الإعلان عنها دون اعتبار للمماركات للمنافسين الآخرين.

استناداً إلى ما يستخدمه الإعلان من الأنشطة فينقسم الإعلان إلى اثنين وهما الإعلانات المطبوعية والإلكترونية. ومن الإعلانات المطبوعية إعلان صحفي. وهي تعتبر كأولى الوسيلة الإعلانية في العالم سواء من حيث الانتشار أو الإنفاق الإعلاني. ويعتبر الإعلان الجريدة بأهم جزء في العديد من الحملات الإعلانية، وذلك بسبب الطريقة التي يتفاعل بها القارئ مع الوسيلة نفسها للعديد من السلع والخدمات. وتشير هذه الأسباب إلى معظم المعلنين الذين يفضلون الجريدة كوسائل الإعلان في طريقة تفاعلية لإيصال الرسائل الإعلانية في وقت قراءة الجريدة ويعطون رداً إيجابياً على الجريدة نفسه.^٥

لا تزال الجريدة وسيلة الإعلان المهمة للمعلنين المحليين وتُجَار التجزئة وخاصة للبائعين الذين يعتمدون على الإعلانات في الجريدة لأنها تسمح بالاتصالات تلقائياً فيستخدمونها ليعلنوا عن المبيعات ويعرضوا قسيمة الخصم والخبر عن المبيعات.^٦ قال سلوى أحمد أبو الأعلى في دراسته عن بعض المزايا للإعلانات في الجريدة أنها ستبقى مادامت الجريدة، أو بعبارة أخرى يمكن الاستمتاع بالإعلان في الجريدة على مدى فترة طويلة، وتكون سهلة القراءة حيث أن لها انتقائية في القراءة، وتقرأ وتوجد في أي

^٥ محمد الحفاوي، الإعلان الصحفي، (دسوق: دار العالم والإيمان للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص.

مكان ما.^٧

لأجل فهم أغراض الإعلان، يحتاج القارئ إلى البرجماتية وهي دراسة اللغة التي يستند تحليلها إلى السياق المقصود يعني المعرفة الخلفية التي يشتركها المتكلم والمخاطب في نفس الوقت. وقد تشمل جوانب الكلام ذات الصلة ماديةً كانت أو مضمينيةً. ويمكن أن يعرف السياق بكل المعارف الأساسية التي يفترض بها اشتراك المتكلم والمخاطب في الذهن أو الفكر وتعضد تفسير المخاطب لما يقصده المتكلم عندما يتكلم.^٨

وعندما يتواصل الإنسان يتبادل المتكلم والمخاطب المعلومات التي يمكن أن تكون في شكل الفكرة أو الشعور وحينئذ سوف تتأدى المتابعة. فأفعال الكلام الإنشائية هي أكثر المتابعة التي تبدو في التواصل. والإنشائية هي نوع من أنواع المتابعة يُقال به عن شئ يتواصل فيه أو يخبر به أو وكذلك يعمل به.^٩ وكاد يمكن العثور على الإنشائية في كل التواصل في الحياة اليومية أو في الروايات أو الأفلام أو المسرحيات وكذلك الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم".

"المصري اليوم" هي جريدة من الجرائد التي تنتشر في مصر. وكانت تنتشر لأول مرة في يونيو ٢٠١٤. وتستعمل اللغة العربية في نشره وهي أيضا تشتغل بموقع ويب *almasryalyoum.com* الذي يرافقه وهو يستعمل نفس اللغة كما تكون جريدته. و قدم نوعه الثاني باللغة الإنجليزية عام ٢٠٠٩ *Al Masry Al Youm English Edition* الذي يتزايد ازدهاره. وتحاول هذه الجريدة لتصبح منظمة الأخبار

^٧ محمد جمال عبد المقصود، *الاتجاهات الحديثة*، ص. ٢٥.

^٨ Kuncana Rahardi, *Pragmatik: Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 51.

^٩ I Dewa Putu Wijana, *Analisis Wacana Pragmatik: Kajian Teori dan Analisis*, (Surakarta: Yuma Pustaka, 2009), h. 23.

متعددة الوسائط بخدمة كاملة لمصر.^{١٠}

من أسباب اختيار الباحثة عن الجريدة "المصري اليوم" لأن حضورها مازالت جديدة حتى تفترض الباحثة أنه ليست البحوث التي تستعملها كالمادة في البحث إلا قليلا. والسبب الآخر هو سهولة حصولها على الباحثة ولأن فيه أيضا الإعلانات التجارية لتصير مادة البحث.

ويحتاج استكشاف المعنى الحقيقي للإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" إلى فهم الأشكال من أفعال الكلام الإنشائية مع السياق الذي تقوم به المتابعة. نظرية سيرل هي إحدى النظريات المناسبة لتحليل أفعال الكلام الإنشائية مع ما تشمله الإعلانات التجارية من المعنى. وتصبح الباحثة تحلل إحدى الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" ومن هنا ارادة با النظرية البرجماتية. ومن هنا إرادة بالنظرية البرجماتية. وجدت الباحثة الإعلان الفراش من إحدى المنتجات الإمريكية المشهورة كما يلي:

امريكان ماترس

خصم خاص لحامل هذا الإعلان

(المصري اليوم، الأحد ٢٦ أكتوبر ٢٠١٤)

ويحتوي إعلان منتج فراش أمريكيان ماترس على معنى الأفعال الإلزامية، وهو المعنى الذي يشمل فيه معنى الأفعال الجازمية. ولا يزال معنى الأفعال الإلزامية يوجد في

^{١٠}. متيسر في ٣ من مارس ٢٠١٥ http://en.wikipedia.org/wiki/Al-Masry_Al-Youm

الإعلانات التجارية لأنها تقدم ما يزينها الإعلان من مبالغة الخيرات للمنتجات التي تعلن بها لإغراء الناس في شرائها فوراً. كما يكتب في إعلان أميركان ماترس "خصم خاص لحامل هذا الإعلان". ويعد المعلن أو المتكلم لبيع فراشه بسعر منخفض إذا كان المشتري حمل نص هذا الإعلان.

الأفعال الجازمية في الإعلان اقتراحات المتكلم للمخاطب ليحضر النص الإعلاني معه حتى يحصل به على سعر الخصم. ويهدف الأفعال الجازمية إلى تقديم الاقتراحات. فقدم المتكلم أو المعلن الحل عن المسألة ما من أجل الحصول على هذا الفراش بسعر الخصم يعني بحضوره مع إظهار هذا النص الإعلاني. فأصبحت هذه أفعال الكلام تفضل ما كان عند المخاطب من الأهمية والغرض.

ولا توفر فقط هذه الإعلانات فوائد للشركة التي تعلن عن ماركس فراش أميركان ماترس وحدها ولكن تعني صاحب الجريدة "المصري اليوم". كما كان في الإعلان أن المتكلم أو البائع يعطي الخصم إذا حمل المشتري نص الإعلان. فتوفر هذه الحال صاحب الجريدة لأنه إذا كان لم يشتري الجريدة "المصري اليوم" فليس له الحصول على هذا النص الإعلاني لاسيما يشتري فراش "أمريكان ماترس" بسعر الخصم. وهذا يضيف شراء الجريدة "المصري اليوم".

ولا يتم الإعلان بعدد الخصم في المائة التي سيتم الحصول عليه المشتري إذا أتى وظهر معه نص الإعلان. وهو يجعل افتراض جملة "خصم خاص لحامل هذا الإعلان" مجرد الخدعة حتى يصبح المستهلكون يذهبون على الفور إلى بائعه. فيظن المستمعون الذين قرأوا هذا الإعلان أن الخصم كبير، وليس بالضرورة كون الخصم كبيراً. إذا كتب المعلن خصم ١٠% ربما لا يهتم المستهلكون إلا قليلاً بل يريدون أن يأتوا إلى هذا المنتج لأن الخصم صغير جداً. إذا بلغ الخصم ٧٠% فستقوم الشركة تخسر بإعطاء الخصم أكثر من اللازم حتى يأتي المستهلكون ويشترون هذه المنتجات بأسعار

منافسة. فربما كان الإغفال من عدد الخصومات سبب إرادة كثير من المستهلكين مجيئ هذا المنتج راغبين فيه.

ب. تحديد البحث

استناداً إلى خلفية البحث، فالتحديد لهذا البحث هو:

١. كيف شكل أفعال الكلام الإنشائية للإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم"؟
٢. ما المعنى الوارد في أفعال الكلام الإنشائية لجريدة "المصري اليوم"؟

ج. أغراض البحث وفوائده

أغراض هذا البحث هي:

١. معرفة أشكال أفعال الكلام الإنشائية للإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم".
٢. معرفة المعنى الواردة في أفعال الكلام الإنشائية لها.

أما الفوائد من هذا البحث فهي:

١. من جهة النظرية: أن يجعل هذا البحث إثراء القراءة العامة المتعلقة بالبحوث الإعلانية من حيث اللغة، خصوصاً، في مجال البرجماتية اللغوية.
٢. من جهة العملية: أن يجعل هذا البحث تسهيلاً لفهم المعاني الحقيقية للإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" وفوائدها.

د. التحقيق المكتبي

استنادا إلى عمليات البحث التي أجريت وجدت الباحثة البحوث التي تشابه لهذا الموضوع. وهذه هي بعض المصنفات العلمية المتصلة بهذه المسألة:

بحث ستي أمينة (٢٠٠٦) في رسالتها التي تحت الموضوع "الإعلان في جريدة الإتحاد: تحليل معاني" أنواع أفعال الكلام التي وُجدت في جريدة الإتحاد، وشرحت فيها المعنى الوارد في تلك الإعلانات. ويكشف البحث أن المتكلمين ليسوا يستخدمون إحدى من أفعال الكلام فحسب في إيصال القصد من الإعلان، بل يستخدمون بعض الأنواع من أفعال الكلام. أما أفعال الكلام التي أستخدمت فيها هي أفعال الكلام غير المباشرة وتلك سواء كانت أو غير حرفية.^{١١}

وذهبت تري ديانا فيبريانت (٢٠٠٩) في رسالتها التي تحت الموضوع "Tindak Tutur Illokusi dalam Wacana Dialog Film Mon Ange"، بحث كيفية الجملة من أفعال الكلام الإنشائية في خطاب الحوار عن الأفلام Mon Ange وتدل نتيجة التحليل على أن أفعال الكلام الإنشائية تميل كيفية إلى الإعلانية والإستفهامية والحتمية. وبحثت الباحثة عن الفوائد من أفعال الكلام الإنشائية في حوار الأفلام Mon Ange على حسب فئات أفعال الكلام الإنشائية.^{١٢}

وبحث محمد زين العابدين (٢٠٠٨) في رسالته "Analisis Tindak Tutur dalam Teori Pragmatik Terhadap Amr dalam Alquran

^{١١} Siti Aminah, الإعلان في جريدة الإتحاد: تحليل معاني (Yogyakarta: Sastra Asia Barat, Universitas Gadjah Mada, 2006).

^{١٢} Tri Diana Febriyanti, *Tindak Tutur Illokusi dalam Wacana Dialog Film Mon Ange*, (Yogyakarta: Sastra Perancis, Universitas Gadjah Mada, 2009).

"(Studi Tentang Ayat-Ayat Nikah)، أشكال هيكل الأمر في القرآن وفوائده من حيث تحليل أفعال الكلام في النظرية البرجماتية. ويكشف بحثه أن الأمر الذي يرد في آيات الزواج ليس بمجرد نفس المعنى على وجوده كالامر.^{١٣}

وبحث بحر الرازيين (٢٠١٠) يبحث في رسالته "أفعال الكلام في سورة المطففين: دراسة تحليلية البرجماتية" أنواع الأفعال الكلام في سورة المطففين. وأخذ النتيجة أن هناك ثلاثة أشكال الأفعال الكلام في سورة المطففين وهو أفعال الكلام الكلامية والإنشائية والغائية.^{١٤}

وبحثت جوهانا ليستيوريني (٢٠٠٩) في رسالتها "Tindak Tutur Ilokusi dalam Komik Asterix: Sebuah Analisis Pragmatik"، بحث كيفية الأفعال الإنشائية التي وجدت في كاريكاتير Asterix والمعنى الذي يستخدمه المتكلمون والمخاطبون. أضافت الباحثة أن أفعال الكلام الإنشائية تظهر في هذه الكاريكاتير ميلا إلى الكيفية الإعلانية.^{١٥}

وبحثت نورياتون (٢٠١٠) في رسالتها "Kajian Tindak Tutur Rubrik Suara Rakyat Pada Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat". Rubrik الذي يتكون من الموضوع والافتتاح والمحتويات والاختتام وصاحب الرسائل القصيرة. وشرحت الباحثة تفرق أنواع التعبير الذي يُستخدم في Rubrik Suara Rakyat. استنادا إلى عملية الاتصال ووضع الجملة. وتناقش الباحثة مبادئ

^{١٣} Muh Zainul Abidin, *Analisis Tindak Tutur dalam Teori Pragmatik Terhadap Amr (Studi Tentang Ayat-Ayat Nikah)*, (Yogyakarta: Tafsir dan Hadits, UIN Sunan Kalijaga, 2008).

^{١٤} Bahrur Raziqin, *أفعال الكلام في سورة المطففين (دراسة تحليلية البرجماتية)* (Yogyakarta: Bahasa dan Sastra Arab, UIN Sunan Kalijaga, 2010).

^{١٥} Johana Lystiorini, *Tindak Tutur Ilokusi dalam Komik Asterix*, (Yogyakarta, Sastra Perancis, Universitas Gadjah Mada, 2009).

التعاون الذي يستخدم Rubrik Suara Rakyat يعني الكمية والنوعية والأهمية والتنفيذ.^{١٦}

استنادا إلى ما تقدم من بيان بعض الأوراق العلمية المذكورة، لم تجد الباحثة البحوث التي تستخدم الكائنات والطرق المتساوية حتى يستحق هذا البحث أن يستمر ويتم رسالة.

٥. الإطار النظري

مصطلح البرجماتية مشتق من براجماتيكا الذي عرضه سيرل موريس عام ١٩٣٨ عندما قدم منهج تدريس علم العلامات. البرجماتيكا هو دراسة البرجماتية أي علاقات بين العلامة مع مستخدمها. البرجماتية علم من علوم اللغة الحديثة الجديدة التي ظهرت في القرن العشرين،^{١٧} بما سعى فيه ثلاثة الفلاسف في علم الدلالة عن علم الإجتماع الطبيعي وهم أوستين وجرايس وسيرل.^{١٨} البرجماتية هي شعبة من شعب علوم اللغة المختلفة بعلوم اللغة التركيبية التي تورث فيها الرسمية والصلبية. فعلى الرغم من أنه إلى علم اللغة الجديدة وهي تتطور تطورا سريعا.

البرجماتية هي دراسة عن جانب المعنى في الكل التي لاتشملها الدلالة أو بعبارة أخرى تدرس جوانب المعاني من الأقوال التي لا يفيدها المصدر في البيان كافة مباشرة في حال حقيقة الكلام.^{١٩} وقال الدكتور مسعود صحراوي إن البرجماتية تدرس

^{١٦} Nuriyatun, *Kajian Tindak Tutur Rubrik Suara Rakyat pada Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat*, (Yogyakarta: Sastra Indonesia, Universitas Gadjah Mada, 2010).

^{١٧} محمد حسن عبد العزيز، *علم اللغة الحديث*، (القاهرة: مكتبة الآداب، ٢٠١١)، ص. ٣٧٥.

^{١٨} محمد حسن عبد العزيز، *علم اللغة*، ص. ٣٤٥.

^{١٩} Henry Guntur Tarigan, *Pengajaran Pragmatik*, (Bandung: Angkasa Bandung: 2009),

عن اللغة عند استعمالها في الطبقات المقامية المختلفة، أي باعتبارها كلاماً محمداً، صادراً من "متكلم محدد" وموجهاً إلى "مخاطب محدد"، "بلفظ محدد" في "مقام تواصلية محدد" لتحقيق "غرض تواصلية محدد".^{٢٠}

في القرن العشرين، حينما ناقش البرجماتية في الكتب العامة حول اللغويات. فمعنى البرجماتية هي المعنى السياقي أو المعنى في استخدامها.^{٢١} وتعريف البرجماتية بمناسبة السياق كشفها ليفينسون (Levinson) وهي أن البرجماتية دراسة جميع العلاقات بين اللغة والسياق التي تتجاوز الوصف في بنية اللغة.^{٢٢} وأكد هذا الرأي وشرحه ويجانا (Wijana) شرحاً واضحاً على أن البرجماتية هي فرع من فروع اللغويات التي درست هيكل اللغة خارجياً، أي كيف تستخدم وحدة اللغة في الاتصال. وهذان الرأيان أكدوا أن تركيز البرجماتية هو دراسة تحليل السياق التي تتأثر الاتصالات.

السياق في البرجماتية شيء عظيم لانكشاف المعنى الحقيقي الذي يقصد به المتكلم. وعرف ليش (Leech) هذا السياق أنه كخلفية فهم المتكلم والمخاطب حتى يكون المخاطب يستطيع أن يفسر هدف المتكلم حينما تكلم كلاماً خاصاً.^{٢٣} والحاصل، السياق هو ما له قوة الارتباط بالبيئة المادية والاجتماعية من حيث أن الكلام أم خلفية المعرفة التي يملكها المتكلم والمخاطب وتعاون المخاطب لتفسير معنى الكلام.

^{٢٠} محمد حسن عبد العزيز، علم اللغة الحديث، (القاهرة: مكتبة الادب، ٢٠١١)، ص. ٣٤٥-٣٤٦.

^{٢١} جيني توماس، المعنى في لغة الحوار، من الترجمة العربية لنازك إبراهيم عبد الفتاح (الرياض: دار الزهراء، ١٤٢٧ هـ)، ص. ١٧.

^{٢٢} FX Nadar, *Pragmatik dan Penelitian Pragmatik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2009), h.

4.

^{٢٣} FX Nadar, *Pragmatik dan*, h. 6.

وترتبط أفعال الكلام ارتباطاً وثيقة بالبرجماتية. ويقسم سيرل أفعال الكلام إلى ثلاثة أقسام الأفعال المختلفة فهي أفعال الكلام الكلامية (*Locutionary Acts*) والإنشائية (*Ilocutionary Acts*) والغائية (*Perlocutionary Acts*).^{٢٤} وفي هذا البحث، تركز الباحثة على مجرد أفعال الكلام الإنشائية. أفعال الكلام الإنشائية هي ما أراد المتكلم تحقيقه وقت تكلمه عن الشيء ومن الممكن أن تكون عملية الإعراض والوعد والاعتذار والتهدد وهلم جرى.^{٢٥}

ونوع أفعال الكلام الإنشائية يفرقها نوع هدف الإنشائية فهي تأثير الإنشائية المرادة. استفاء هدف الإنشائية حينما كان المخاطب يعرف الموقف الذي يعبره المتكلم، فنوع الإنشائية يوافق نوع الموقف المعبر عنه فمن ذلك كان نوع أفعال الكلام الإنشائية يصنف كشكل نوع الموقف المعبر.^{٢٦}

فرب تصنيفات أفعال الكلام الإنشائية مقترحة، منها خط أصلي لأوستين الذي يحتل على أنواع أفعال الكلام الإنشائية ولكن كما بحثه سيرل فلا توجد المبادئ الواضحة التي يستخدمها أوستين لتصنيف تلك الأنواع إلى خمسة فصول. فالتصنيفات الأخرى تعد تحسين تصنيف أوستين وإنما كان تصنيف سيرل مرتبطاً بالنظرية العامة عن أفعال الكلام الإنشائية.^{٢٧} وصنف سيرل أفعال الكلام الإنشائية مؤسساً على المقاييس، فهي:

١. الأفعال الجازمية (*Assertives*): فيشارك المتكلم في حقيقة الطرح المعبر مثل التصريح والإعلام والمفاخرة.

^{٢٤} FX Nadar, *Pragmatik dan*, h. 14.

^{٢٥} FX Nadar, *Pragmatik dan*, h. 14.

^{٢٦} Abd Syukur Ibrahim, *Kajian Tindak Tutur*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1993), h. 11.

^{٢٧} Abd Syukur Ibrahim, *Kajian*, h. 13.

٢. الأفعال التوجيهية (*Directives*): فتقصد بها نموة التأثيرات بعملية المستمعين مثل الطلب والأمر والاقتراح والنصيحة.
٣. الأفعال الإلزامية (*Commissives*): يشترك فيه المتكلم في العمليات المستقبلية مثل الإيعاد والتعريض.
٤. الأفعال التعبيرية (*Expressives*): يفيد فيه التعبير أم الإعلام عن موقف نفس المتكلم الذي يتوصل إلى بيان الحال التي تقدرها الإنشائية مثل الشكر والسلام والعفو والغفر والإحطاء والمدح والاسترجاع وهلم جرى.
٥. الأفعال الإعلانية (*Declaratives*): فهي الإنشائية حينئذ حصل منها الاداء وتسبب المراسلة الوثيقة بين ما احتوى به الاقتراحي وبالواقع. مثل تسليم النفس والكيس والإطلاق والتعميد والتسمية والتعزير والرفع والعقاب وهلم جرى.^{٢٨}

ويستخدم هذا البحث منها نصيا كالخطوة الأولى ثم النص المبحوث الذي يتعلق بوجود السياق. فالمراد بالسياق هنا هو المتكلم والمخاطب والحال من القول هي الإعلان. فتبليغ رسالة الكاتب تشهد عملية طويلة حتى يمكن سوء الفهم بين المتكلم والمخاطب. فتشهد عملية التبليغ أيضا عرقلات مثل الأخطاء في الأسلوب والمعنى الملتبس وسوء التفسير من القارئ. فالنتيجة الأخيرة هي فهم القارئ لما يقصده صانع الإعلان وأن يتبعه.

و. منهج البحث

هذا البحث بحث وصفي والبحث الوصفي أظهر بنتيجة البحث التي تتعلق بالموقف أم رأي الباحثة عن الاستعمال اللغة من أن تظهر طريقة تعامل اللغة تدرجا

فتدرجا وخطوة فخطوة.^{٢٩} فيخصص هذا البحث بالنظر إلى الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" طبعة ١ ديسمبر ٢٠١٤ حتى طبعة ١٧ ديسمبر ٢٠١٤.

ويستخدم هذا البحث بثلاث المراحل الإستراتيجية للبحث من توفير البيانات و تحليلها وعرض نتائج تحليلها. فمرحلة توفير البيانات هي ما سعت إليها الباحثة من توفير البيانات اكتفاء.^{٣٠} وأما مرحلة تحليل البيانات فهي ما سعت إليها الباحثة من أن تتعامل مباشرة ما اشتملت فيه البيانات من المسألة.^{٣١} وأما مرحلة عرض نتائج تحليل البحث فهي ما سعت إليه الباحثة من العرض بشكل التقرير المكتوب وما حصل من عملية التحليل وعلى الأخص قاعدة.^{٣٢}

عملية توفير البيانات مقامة بمنهاج السماع والكتابة ومنهاج مقسم العنصر المقدر. فمنهاج السماع هو منهاج يستخدم لمراقبة وجوه الدراسة. فيحتوى فيه سماع البيانات المحتاجة التي تستطيع أن تحلل بالنظرية الموجودة. فالخطوات التي تقام في مرحلة توفير البيانات هي:

١. إعداد موضع الدراسة.

في هذا البحث إعلانات تجارية في جريدة "المصري اليوم".

٢. المراقبة

^{٢٩} Sudaryanto, *Metode Linguistik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1998)

h. 63.

^{٣٠} Sudaryanto, *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*, (Yogyakarta: Dyta Wacana,

1993), h. 5.

^{٣١} Sudaryanto, *Metode dan Aneka*, h. 6.

^{٣٢} Sudaryanto, *Metode dan Aneka*, h. 7.

المراقبة للبحث قراءة نصوص الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" قراءة دقيقة وبحثها بالهدف والنظر إلى خلفية السياق ثم تفسير المعنى وصفا حتى تعلم أفعال الكلام الإنشائية مع المعنى المحتوى فيها.

٣. كتابة البيانات سرعة بعد المراقبة.

مرحلة تحليل البيانات بعد أن اجتماعها. وتستخدم الباحثة في تحليل البيانات منهاج التحليل البرجماتي بحيث كانت صفات الإعلان التي لاتفهم دون البراجماتية. فيحاول هذا التحليل على إيجاد ما يقصده المتكلم ظاهرا كان المعبر أم ضمنيا في الكلام. ومنهاج مقسّم العنصر المقدر هو منهاج تحليل البيانات بطريقة تقسيم وحدة اللغة التي تحلل بأداة محددة وهي قوة التقسيم الذهنية التي يملكها الباحث.^{٣٣}

وتستخدم مرحلة تحليل البيانات منهجية لتسهيل تواصل تحليل البيانات. وهذه المرحلة تقام بعد انتهاء عملية التحليل. فما ذكر من نتيجة تحليل البيانات معرضة في السلسلة رسمية كانت وغير رسمية. والعرض الرسمي هو صياغة مع وجود العلامات والرموز. وأما العرض غير الرسمي فهو صياغة بكلمات عادية على الرغم من أن المصطلحات الفنية طبيعة.^{٣٤} فسيعرض هذا البحث باستخدام عرض غير رسمي.

ز. نظام البحث

إعطاء على توجيهات محددة وبدون توسيع موضوع البحث، فتحدد الباحثة

^{٣٣} Sudaryanto, *Metode dan Aneka*, h. 21.

^{٣٤} Sudaryanto, *Metode dan Aneka*, h. 145.

نظام البحث على النحو التالي:

الباب الأول مقدمة تحتوي على خلفية البحث وتحديد البحث وأغراض البحث وفوائده والتحقيق المكتبي والإطار النظري ومنهج البحث ونظام البحث.

الباب الثاني قاعدة عامة تحتوي على الكلام والبرجماتية والإعلان.

الباب الثالث يبحث عن تحليل أفعال الكلام الإنشائية للإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" والمعنى المشتمل فيه.

الباب الرابع يحتوي على الخلاصة والاقتراحات.

الباب الرابع

خاتمة

أ. الخلاصة

الإعلانات التجارية في جريدة "المصري اليوم" ترتدى جوانب أفعال الكلام الإنشائية وهي:

١. الأفعال الجازمية

وجدت في جريدة "المصري اليوم" ثلاثة إعلانات التي تحتمل لغتها على الأفعال الجازمية وهي:

أ. أفعال الإعلام

ب. أفعال الإفخار

ج. أفعال التصريح

٢. الأفعال التوجيهية

وجدت في جريدة "المصري اليوم" ثلاثة إعلانات التي تحتمل لغتها على الأفعال التوجيهية وهي أفعال الاقتراح.

٣. الأفعال الإلزامية

وجدت في جريدة "المصري اليوم" إعلان واحد التي تحتمل لغته على
الأفعال الإجرامية وهي أفعال الإيعاد.

٤. الأفعال الإجرامية - الأفعال التوجيهية

وجدت في جريدة "المصري اليوم" أربعة إعلانات التي تحتمل لغتها على
الأفعال الإجرامية - الأفعال التوجيهية وهي:

أ. أفعال الإعلام وأفعال الأمر

ب. أفعال الإخبار وأفعال النصيحة وأفعال الاقتراح

ج. أفعال الإعلام وأفعال الطلب

د. أفعال التصريح وأفعال الاقتراح

٥. الأفعال الإجرامية - الأفعال الإجرامية

وجدت في جريدة "المصري اليوم" ثمانية إعلانات التي تحتمل لغتها على
الأفعال الإجرامية - الأفعال الإجرامية وهي:

أ. أفعال الإخبار وأفعال التعريض

ب. أفعال الإخبار وأفعال الإيعاد

ج. أفعال الإعلام وأفعال الإيعاد

د. أفعال الإخبار وأفعال الإيعاد

هـ. أفعال التصريح وأفعال الإيعاد

و. أفعال الإعلام وأفعال الإخبار وأفعال التصريح وأفعال الإيعاد

ز. أفعال التصريح وأفعال الإعلام وأفعال التعريض

ح. أفعال الإيفخار وأفعال التصريح وأفعال الإيعاد

٦. الأفعال التوجيهية - الأفعال الإلزامية

وجدت في جريدة "المصري اليوم" خمسة إعلانات التي تحتل لغتها

على الأفعال التوجيهية - الأفعال الإلزامية وهي:

أ. أفعال الأمر وأفعال الإيعاد

ب. أفعال التصريح وأفعال الإيعاد

ب. الاقتراحات

ترجو الباحثة من محبي البرجماتية أن تدرسوا أنواع أفعال الكلام لعددتها كثير

دراسة عميق. ينبغي أن يتبع الباحثون الآخرون الذين سيبحثون عن أفعال الكلام

الإنشائية على أن تركزواها مع كائنات مختلفة. فنتيجة هذا البحث يستخدم كمواد

مرجعية للبحوث اللاحقة المرتبطة أساسا إلى أفعال الكلام الإنشائية.

المراجع

- الحديري، دكتور منى. ١٩٩٨. الإعلان؟. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الحقاوي، محمد. ٢٠١٤. الإعلان الصحفي. دسوق: دار العالم والإيمان للنشر والتوزيع.
- العزیز، محمد حسن عبد. ٢٠١١. علم اللغة الحديث. القاهرة: مكتبة الادب.
- المقصود، محمد جمال عبد. ٢٠١٣. الاتجاهات الحديثة في إنتاج الإعلان الصحفي المطبوع. دار العالم العربي.
- توماس، جيني. ٢٠١٠. المعنى في لغة الحوار. الرياض: دار الزهراء.
- صفوت العالم. ٢٠٠٨. مقدمة في الإعلان. توزيع الدار العربية للنشر والتوزيع.
- على، سلوى إمام ومنى سعيد الحديدي. ٢٠٠٥. الإعلان. الدار المصرية اللبنانية.
- Abidin, Muh Zainul. 2008. *Analisis Tindak Tutur dalam Teori Pragmatik Terhadap Amr dalam Alquran (Studi Tentang Ayat-Ayat Nikah)*. Yogyakarta: Jurusan Tafsir Hadits Fakultas Ushuludin Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Aminah, Siti. 2006. *الإعلان في جريدة الاتحاد: تحليل معاني*. Yogyakarta: Sastra Asia Barat, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada.

- Febriyanti, Tri Diana. *Tindak Tutur Ilokusi dalam Wacana Dialog Film Mon Ange*. Yogyakarta: Jurusan Sastra Perancis Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada.
- Ibrahim, Abd Syukur. 1993. *Kajian Tindak Tutur*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Johnson, Carla Monle Lee. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Lystiorini, Johana. 2009. *Tindak Tutur Ilokusi dalam Komik Asterix*. Yogyakarta: Jurusan Sastra Perancis Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada.
- Mahasin, Ahmad Zainal. 2014. *قصة موسى وحضر في سورة الكهف (دراسة تحليلية تداولية)*. Yogyakarta: Jurusan Bahasa dan Sastra Arab, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Malik, Dedy Djamiludin dan Yosol Iriantara. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Rosdakarya.
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana, Teori, Metode, dan Aplikasi, Prinsip Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Nadar, FX. 2009. *Pragmatik dan Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nuriyatun. 2010. *Kajian Tindak Tutur Rubrik Suara Rakyat pada Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat*. Yogyakarta: Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada.
- Rahardi, Kuncana. 2005. *Pragmatik: Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Ritonga, M. Jamiluddin. 2005. *Tipologi Pesan Persuasif*. Indonesia: PT Tunas Jaya Lestari.
- Roziqin, Bahrur. 2010. *افعال الكلام في سورة المطففين (دراسة تحليلية البرجماتيكية)*. Yogyakarta: Jurusan Bahasa dan Sastra Arab Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Sudaryanto. 1993 *Metode Dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana Analisis Press.
- Sudaryanto. 1988. *Metode Linguistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universiti Press.

Tarigan, Henri Guntur. 2009. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa Bandung.

Wijana, I Dewa Putu dan Muhammad Rohmadi. 2009. *Analisis Wacana Pragmatik: Kajian Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka.

http://en.wikipedia.org/wiki/Al-Masry_Al-Youm

الباحثة

Nama : Maulida Solekhah
 Tempat /Tgl. Lahir : Kebumen, 2 September 1993
 Alamat Asal : Jl. Soka Selatan/Petanahan, RT 04/02,
 Kedawung, Pejagoan, Kebumen, Jawa
 Tengah.
 Alamat di Yogyakarta : PP. Al Munawwir Krapyak Yogyakarta
 No. HP : 085729773286
 Orang Tua :
 a. Ayah : H. Suroto
 Pekerjaan : Wiraswasta
 b. Ibu : Hj. Siti Asiyah
 Pekerjaan : Wiraswasta

 Pendidikan Formal : TK Tunas Harapan Pejagoan Kebumen
 (1998-1999)
 MI Ma'arif Kedawung Pejagoan
 Kebumen
 (1999-2005)
 MTs Salafiyah Wonoyoso Bumirejo
 Kebumen
 (2005-2008)
 SMA Negeri 1 Mojo Kediri
 (2008-2011)

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

(2011-2016)

Pendidikan Non formal : Pondok Pesantren Al Huda Jetis Kutosari
Kebumen (2004-2008)
Pondok Pesantren Queen Al Falah Ploso
Mojo Kediri (2008-2011)
Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak
Yogyakarta (2011- sekarang)

Yogyakarta, 16 Februari 2016

Hormat Saya,

Maulida Solekhah

11110078