أسلوب الاستفهام التقريري ودلالاته في الإعلانات التجارية السواحيلية

د. حسام محمد رمضان *

Hossam.Ramadan@aswu.edu.eg

ملخص

تناقش هذه الدراسة "أسلوب الاستفهام التقريري ودلالاته في الاعلانات التجارية السواحيلية"، تتناول الدراسة الاستفهام وأهميته ثم تعرض مفهوم الاستفهام التقريري وأغراضه الدلالية ونسبة استخدامه في الإعلانات التجارية السواحيلية. وتهدف هذه الدراسة إلى بيان أغراض الاستفهام التقريري ودلالاته ومجالات استخدمه في الإعلانات التجارية السواحيلية؛ وذلك من خلال مادة الدراسة وهي عبارة عن الإعلانات التجارية التي وردت في موقع زوم تنزانيا www.zoomTanzania.com. كما تناقش الدراسة أيضا الأنواع المختلفة للاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية السواحيلية. وإضافة لذلك، تناقش أحوال جملة جواب الاستفهام التقريري. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، لوصف ولتحليل استخدام الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية السواحيلية. وخرجت الدراسة من خلال مادة الدراسة بنتائج هامة أن الغرض من الاستفهام التقريري هو التشويق والترغيب وجذب انتباه المخاطب وتفسير وتوضيح المبهم. والأداة المستخدمة هي (Je) وأكثر الأنشطة التجارية التي تستخدم الاستفهام التقريري كانت مجالات الأدوية. وأن جملة جواب الاستفهام التقريري تكون على حسب ما يقتضي السياق.

الكلمات المفتاحية: علم الأساليب، أسلوب الاستفهام، الدلالة، اللغة السواحيلية، الإعلانات التجارية.

*مدرس اللغة السواحيلية وآدابها- قسم اللغات الإفريقية- معهد البحوث والدراسات الإفريقية ودول حوض النيل - جامعة أسوان.

١ – مقدمة

تستخدم الإعلانات التجارية السواحيلية العديد من الأساليب اللغوية من أجل الترغيب في شراء المنتجات المختلفة الصناعية. ويُعد الاستفهام أحد الأساليب اللغوية التي تستعمل في الاعلانات التجارية. فتأتي هذه الدراسة لتلقي الضوء على استخدام أسلوب الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية السواحيلية. وتبين الدراسة الأغراض الدلالية من استخدامه، وتعرض الدراسة نسبة استخدام أسلوب الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية.

تعتمد مادة الدراسة على كل الإعلانات التجارية السواحيلية التي وردت في موقع زوم تنزانيا www.zoomTanzania.com خلال إجراء هذه الدراسة في شهر مارس ٢٠٢١م والتي تحتوي على الاستفهام التقريري. وقد اشتملت المادة على مائة وثلاثة وعشرون إعلانا، وتنوعت الاعلانات التي استخدمت الاستفهام التقريري حيث جاءت في الأقسام المختلفة من الموقع. فجميع الأمثلة الواردة بالدراسة مأخوذة من الإعلانات الواردة في ذلك الموقع. وسيتم الاكتفاء بذكر الرقم التعريفي للإعلان مع كل مثال يرد بالدراسة.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لوصف وتحليل أسلوب الاستفهام التقريري المستخدم ودلالاته، وتحليل نسبة استخدام أسلوب الاستفهام التقريري في الاعلانات التجارية.

وستقوم الدراسة بالتركيز على أسلوب الاستفهام التقريري وأدواته والغرض منه وأمثلة عليه من مادة الدراسة، وتوضح الدراسة طريقة استخدامه والغرض الدلالي منه، وبيان نسبة استخدامه. وتفيد هذه الدراسة في بيان أهمية أسلوب الاستفهام

التقريري في الإعلانات التجارية. وبيان أغراض ودلالات الاستفهام المختلفة التي تتناسب مع كل إعلان.

وتعرض النتائج أهم ما توصلت إليه الدراسة بذكر الغرض من استخدام الاستفهام التقريري وأدواته ودلالاته في الإعلانات، ونسبة استخدامه.

٢ – مفهوم الاستفهام وأهميته في الإعلانات التجارية

الاستفهام هو أحد الأساليب الإنشائية، ويعني طلب العلم بشيء ما وفهمه عن طريق الاخبار به والكشف عنه وتوضيحه (ابن منظور، ٢٠٠٥). ويرى عبد القاهر الجرجاني أن الاستفهام طلب حصول صورة الشيء في الذهن، أو هو نسبة تصور حدوث الشيء، واستعلام عن ما يدور في ذهن المخاطب (الطاهر & ندى (٢٠١٩)؛ الجرجاني، ١٩٣٨؛ الجرجاني، ١٩٨٤).

تناولت العديد من الدراسات اللغوية السواحيلية أسلوب الاستفهام mtindo wa kuuliza swali من الناحية اللغوية منها (2001) .Mohamed, M. A.، Mpiranya, F. (2014). ،Mkenda, B., & Giblin, B. (2015). بالإضافة إلى بعض المعاجم السواحيلية منها معجم(*Kamusi ya Kiswahili sanifu*): للمؤلفين: (Alidina, M., Abdalla, A., Massamba, D., Mganga, Y., & Mhina, G. (1981) ومعجم: (*Kamusi ya visawe*) للمؤلفين: (.(Mohamed, M. A., & Mohamed, S. A. (1998). وقد أوضحت تلك الدراسات أن الاستفهام في اللغة السواحيلية يعني طلب الفهم. والاستفهام له طريقة في نطقه تختلف عن الكلام العادي، وذلك عن طريق

استخدام النبر في الجملة الاستفهامية وذلك من أجل التركيز على ما يقصده المتحدث من فهم بعض المعلومات. ((Mwendamseke, F. J. (2017)).

والاستفهام له أهميته في الإعلانات التجارية، حيث قد يأتي الإعلان التجاري في صورة سؤال وجواب، وكأن الإعلان التجاري يدور بين شخصين ما، وتجدهما يسألان بعضهما البعض، ويجيبان على التساؤل.

تتطلب الجملة الاستفهامية أداة استفهام وسؤال وجواب. وهذا الجواب مبني في الأساس على أداة الاستفهام والسؤال. فيتنوع الجواب في جملة الاستفهام تبعا لأداة الاستفهام المستخدمة عن ما يتم الاستفهام عنه. فقد يكون الاستفهام عن الكيفية والطريقة فيكون السؤال باستخدام الاداة كيف ويكون الجواب ببيان الكيفية. وقد يكون الاستفهام لبيان السبب إذا كان السؤال ب لماذا. وقد يكون الاستفهام لبيان الإثبات أو النفي كالسؤال ب هل، وهذا الاستفهام الأخير هو ما يسمى بالاستفهام التقريري.

٢ – أسلوب الاستفهام التقريري

الأصل في الاستفهام التقريري هو أن السائل يطلب من المخاطب الإقرار على أمر ما بالإثبات أو الإنكار، أي طلب الإجابة بالإيجاب أو بالنفي. وتأتي الإجابة عن الاستفهام التقريري محددة بنعم أو بلا. وتتوقف الإجابة عن الاستفهام التقريري على الغرض من الاستفهام التقريري ودلالاته. ومن ثم تأتي الإجابة عن الاستفهام التقريري بدون ذكر نعم أو لا. ولكنها متضمنه في الإجابة، وتُفهم من خلال السياق. فالإجابة إذا كانت بها دلالات على الإيجاب

فلا داع لذكر نعم، وإذا كانت دلالات الإجابة بالنفي فلا داع لذكر كلمة لا. فالاستفهام ليس على حقيقته بطلب فهم شيء ولكن طلب الإقرار على أمر ما. مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم ('Advertisement Identification') (Ad ID: 2642775).

Jipatie Logo kwa TSh 20000 Tu!

Je,unajiuliza ni wapi utapata logo bora kwa ajili ya biashara yako kwa bei nafuu? Hapa ndio mahali pake kwa Tsh 20,000 tutakutengezea logo bomba na ya kisasa kulingana na mahitaji yako.

'احصل على شعار (لوجو) ب ٢٠.٠٠٠ ألف شلن فقط!

هل، سألت نفسك أين تجد شعار جيد من أجل تجارتك بسعر منخفض؟ بالفعل هنا يوجد ب٢٠.٠٠٠ ألف شلن نستطيع أن نصنع لك شعار قنبلة وحديث حسب احتياجاتك'.

يمكن في هذا المثال ملاحظة أن السؤال الاستفهامي التقريري كان بأداة الاستفهام هل (je) ، وأن الإعلان جاء بأسلوب الاستفهام التقريري ليجعل الشخص يجيب على هذا التساؤل. ولكن إجابته ضمنية بنعم. ولم يتم التصريح بها في الإعلان وقد تم فهمها من خلال السياق. وكأن الإجابة بنعم هو الشيء الحقيقي والمنطقي على هذا السؤال في الإعلان.

٣- الغرض من الاستفهام التقريري ودلالاته

الغرض الأساسي من الاستفهام التقريري هو إزالة الشك عن مسألة ما عن طريق التثبت والتأكد من خلال الاعتراف من قبل المسؤول بإقرار الامر أو إنكاره في إجابته عن السؤال التقريري. ويأت الاستفهام التقريري كثيرا في حالة الإثبات. وهذا يتضح من خلال مادة البحث من موقع زوم تنزانيا.

- مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2005470).

JE UNAHITAJI/MNAHITAJI KUFANYA BIASHARA YA LOGISTICS TANZANIA?

Kwa walio na ndoto ya kufanya biashara ya kuidhinisha mizigo bandarini na kusambaza (clearing & forwarding) nchini Tanzania karibu mpate ushauri na njia sahihi za kukamilisha ndoto zako/zenu. Kwa maelezo zaidi tumia namba zilizowekwa kwa mawasiliano. asante na karibu sana.

- هل تريد / تريدون إجراء تجارة لوجستية في تنزانيا؟

'لمن يحلمون بإجراء تخليص وشحن تجارة بتنزانيا. تفضل واحصل على الاستشارة والطرق الصحيحة لتحقيق حلمك / أحلامكم.

لمزيد من المعلومات يرجى استخدام الأرقام المخصصة للاتصال. شكرا جزيلا وأهلا وسهلا'.

يأتي الاستفهام التقريري في هذا المثال في عنوان الاعلان التجاري، وقد اشتمل على مخاطبة المفرد والجمع. وذلك ليشمل الأفراد وأصحاب الشركات وغيرهم. والإجابة بنعم مفهومة من خلال السياق. ثم ما يتبع الإجابة بنعم أي باق الإجابة هو ما أوضحه الإعلان بمزيد من التشويق عن طريق ربط ما تريده بأحلامك المستقبلية وكأن الإعلان يحقق لك أحلامك التي تتمناها.

ويأت الغرض من الاستفهام التقريري هنا للإقرار بأنك تريد إجراء هذه التجارة. وإذا كانت اجابتك بلا فإنه لن يعنيك هذا الاعلان، وإنما أسلوبه الاستفهامي التقريري جعلك تتابعه للعلم به.

ويتضح من خلال الدراسة أن الغرض الدلالي من الاستفهام التقريري المستخدم في الاعلانات التجارية يهدف إلى إثارة انتباه المخاطب وجعله يشعر بأهمية ما يتم الاعلان عنه. فليس الغرض أن يتم الإقرار بالإثبات أو النفي بقدر ما هو إثارة وتشويق بالانتباه إلى ما يتم الإعلان عنه.

يتعلق الغرض من أسلوب الاستفهام التقريري إثارة الفكر وتحفيزه من أجل الانتباه، والغرض منه أيضا إيقاظ الوجدان، وذلك من أجل التشويق، التحذير، التعجب، ...الخ.

وتقدم الدراسة هنا من خلال مادة البحث دلائل الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية كما يلي:

أولًا: التشويق والترغيب

يأتي التشويق والترغيب من أهم الأغراض الدلالية من الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية. حيث تقوم التجارة على الدعاية وإظهار المنتج وجذب المستهلكين عن طريق التشويق والترغيب في شراء المنتج.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2472357).

–Je ingekuwa siku yako ya mwisho leo, ungefanyake? Utajifunza watu wengi ambao walipata fursa adimu ktk maisha yao,ila hawakuitumia vzr.

'أإذا كان اليوم هو يومك الأخير، فماذا تفعل فيه؟

ستتعلم من أناس كثيرون جاءتهم فرص عظيمة في حياتهم، ولكن لم يحسنوا استخدامها.'

هذا الإعلان عن كتاب باسم " أإذا كان اليوم هو يومك الأخير، فماذا تفعل فيه؟" وقد جاء الإعلان التجاري بنفس عنوان الكتاب لأن عنوان الكتاب يشتمل على الاستفهام التقريري الذي يجذب القارئ، وبه نوع من التشويق والترغيب في شراءه وقراءته. إذ أن الإعلان يجعل القارئ يقف عند هذا الإعلان لأنه في يوم من الأيام سوف يواجه هذا المصير، وهو اليوم الأخير له في الحياة. وقد يشتاق ويرغب المستمع في معرفة أفكار وتجارب عن هذا اليوم.

ومن الملاحظ أن الإجابة عن الاستفهام التقريري في هذا الإعلان تحمل ترغيبا للمشترى ووعدا له بأنه سيتعلم الكثير عند قراءته لهذا الكتاب لأنه يحتوي على قصص وتجارب لكثير من البشر كانت لديهم فرص كثيرة وعظمية ولم يحسنوا استخدامها. فهذا ترغيب في أن تنتبه للفرص التي تواجهك في الحياة ولا تضيعها. ومن ثم فالاستفهام التقريري في هذا الإعلان يهدف إلى الترغيب والتشويق في شراء الكتاب لمعرفة الفرص التي تواجهك في الحياة وكيفية استخدامها.

ثانيًا: جذب انتباه المخاطب

لا يقتصر الغرض الدلالي من الاستفهام التقريري على الترغيب والتشويق في الإعلانات التجارية بل لابد له من جذب انتباه المخاطب حتى يضمن اقباله على الإعلان لشراء المنتج.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2426434)

JE UNASUMBULIWA NA MATATIZO YA MIFUPA NA SUMU MWILINI

هل تنزعج من مشاكل العظام والسموم بالجسد؟

لا شك أن مشاكل العظام وآلام الجسد تلحق بالإنسان إذا قام ببذل جهد، ومن الطبيعي في الحياة أن الإنسان يعمل، ونتيجة للعمل يشعر بالتعب والألم؛ ولذلك فقد جاء الإعلان وكأنه يجذب كل المستمعين إليه. فالغرض الدلالي من الإعلان التجاري يحمل في دلالاته جذب انتباه المخاطب لشراء المنتج.

ثالثًا: تفسير وتوضيح المبهم

الاستفهام في الأصل موضوع من أجل تفسير وإيضاح شيء ما، فطلب التوضيح للمبهم من أغراض الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية إذ أن النفس تتطلع إلى الكشف عن الغموض ومعرفة تفسير ما يحدث.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2456856)

JE UMECHOSHWA NA UNENE ULIOPITILIZA?/ARE YOU TIRED OF OVERWEIGHT?

هل تعبت من الوزن الزائد؟

من خصائص الاستفهام التقريري تفسير وتوضيح المبهم. وتلاحظ الدراسة في هذا المثال أن الاستفهام التقريري يريد تسليط الضوء من أجل تفسير عملية زيادة الوزن والتي تتسبب في مشكلات مرضية، وآلام نفسية للمريض. وإيضاح المبهم من الأغراض البلاغية التي يختص بها الاستفهام التقريري في الكلام.

رابعًا: براعة الاستهلال، وحسن الابتداء

من الأغراض الدلالية التي يختص بها الاستفهام التقريري هو براعة الاستهلال وحسن الابتداء. حيث إن افتتاح الكلام له بلاغته مما يجذب المخاطب إلى متابعة الكلام أو الانصراف عنه.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2426420)

JE UNASUMBULIWA NA UVIMBE KATIKA MIRIJA YA UZAZI WA MWANAMKE?

هل تعانين من تضخم في الرحم؟

يمكن في هذا المثال ملاحظة أن الاستفهام التقريري قد جاء في بداية الجملة، وفي بداية الكلام. وهذا يعني أن الأداة Je التي تدل على الاستفهام التقريري لها الصدارة في الكلام. وتعد هذه الميزة خاصية تتميز بها هذه العلامة، فبراعة الاستهلال من الأساليب البلاغية التي تظهر بلاغة الحديث.

٤ – أدوات وصيغ الاستفهام التقريري في الاعلانات التجارية

الأصل في الاستفهام التقريري في اللغة العربية أن يكون بالهمزة. والهمزة لها الصدارة في الكلام. والاستفهام التقريري يكون بالحرف هل، وأصل أداة الاستفهام هل هو أهل، بإضافة همزة الاستفهام، لأن هل في الأصل بمعنى قد، ومع كثرة

الاستعمال صارت هل التي تفيد الاستفهام. ولها نفس استعمالات همزة الاستفهام في اللغة العربية. كقوله تعالى: ﴿هَلْ أَتَىٰ عَلَى الْإِنسَانِ حِينٌ مِّنَ الدَّهْرِ لَمْ يَكُن شَيْئًا مَّذْكُورًا﴾ سورة الإنسان آية ١. فقد تكون هل تدل على الخبر. أي الإخبار عن الأمر وهنا هل تفيد معنى قد. ومن جهة أخرى قد تفيد هل معنى الجحود كقولك: هل يرتكب أحد مثل هذا الجرم؟ ومن ثم فالاستفهام بالهمزة أو بهل للتقرير، فيكون التقرير للإجابة عن السؤال بالإيجاب أما الإجابة بالنفي تكون للتوبيخ. ويكون معنى هل في الاستفهام التقريري بمعنى قد. وفي التوبيخ بمعنى لا.

تلاحظ الدراسة من خلال مادة الدراسة أن أداة الاستفهام المستخدمة للاستفهام التقريري في اللغة السواحيلية في الاعلانات التجارية هو (je). والتي تأخذ معنى همزة الاستفهام التقريري أو هل. وتختص هذه الأداة (je) بالتقرير لإفادة الإثبات أو الجحود. والتأكيد والتقرير على الأمر.

الأصل في هذه الأداة أنها تختص بكلا الأمرين التقرير للتأكيد والجحود للتوبيخ. فتستخدم للتأكيد على الشيء أو جحوده.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2626725)

JE UNASUMBULIWA NA MAUMIVU YA VIUNGO. KIUNO NA MAGOTI

Package hii husaidia kuimarisha misuli, na viungo pamoja na mifupa. Unaweza kumpa kama zawadi bibi au wazazi walioenda sana umri na wanapata maumivu ya viungo. Wasiliana nasi WhatsApp.

هل تعاني من آلام مفاصل الخصر والركبة؟

هذه العبوة تساعد على تقوية العضلات، والمفاصل والعظام.

يمكنك أن تعطيها كهدية لسيدة أو أباءك كبار السن الذين يعانون من آلام المفاصل، تواصل معنا عبر الواتس آب.

وتستخدم الاعلانات التجارية صيغة الطلب كأداة تدل على الاستفهام التقريري، والتي تعد أفضل من صيغة التقرير الخبري، وذلك لأن الاستفهام التقريري في الاعلان التجاري الغرض الدلالي منه الإثارة. أما التقرير الخبري في صيغة الطلب فهو إثبات أو نفي فقط للتأكيد، أما التقرير الاستفهامي في صيغة الطلب به التأكيد والإثارة معا.

تلاحظ الدراسة أن الاستفهام التقريري يستخدم في العنوان الرئيسي وفي الجمل الأولى منه، وهذا ما أوضحته الدراسة في أغراض ودلالات الاستفهام التقريري والتي منها براعة الاستهلال.

٥- نوع الأنشطة التجارية التي تستخدم أسلوب الاستفهام التقريري

تتنوع الأنشطة التجارية التي تستخدم أسلوب الاستفهام التقريري في الاعلانات التجارية إذ يعتبر من أفضل الاساليب إثارة وجذب للانتباه. وقد لاحظت الدراسة من خلال مادة البحث من موقع زوم تنزانيا أن الاستفهام التقريري قد ورد في أغلب الأنشطة التجارية وقد تعددت أنواع الأنشطة التجارية التي تستخدم الاستفهام التقريري على النحو التالي:

٥-١ الإعلانات التجارية في مجال الأدوية والعقاقير

تلاحظ الدراسة أن أسلوب الاستفهام التقريري يأتي كثيرا في الأنشطة التجارية في مجال الأدوية. فبالإضافة إلى ما سبق ذكره من أمثلة في مادة البحث عن الأدوية نعرض فيما يلي مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2638283)

ARTHROEXTRA

Je unasumbuliwa na mifupa na maungio?

Tumia Arthoextra. Huondoa maumivu yote ya viungo.

أرثرواكسترا

هل تعانين من هشاشة العظام؟

استخدم أرثرواكسترا Arthoextra. يخفف من آلام المفاصل.

تتناول الاعلانات في الأنشطة التجارية في مجال الأدوية الإعلان عن شراء منتج دوائي جديد، أو أدوات وأجهزة طبية ...الخ.

٥-٢ الإعلانات التجارية في مجال المعاملات المالية

المقصود بالإعلانات في مجال المعاملات المالية هو الإعلان عن المصارف أو كروت الائتمان وغيرها المتعلقة بالمصارف.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2623891)

Je Unahitaji Laini ya Uwakala Airtel Money bei 90,000 tu jina lako.

Wahi Laini ya Uwakala Airtel Money bei 90,000 tu majina yako.

هل تحتاج خط من توكيل إيرتل النقدي ب سعر ٩٠.٠٠٠ فقط باسمك.

إلحق خط توكيل إيرتل النقدي ب سعر ٩٠.٠٠٠ فقط باسمك.

خط إيرتل النقدي هو عبارة عن كارت ائتماني للدفع من خلاله. لاشك أن عمليات الشراء يستلزمها نقود، وقد طرح هذا الإعلان عن وسيلة للدفع من خلالها في عمليات التجارية كالبيع والشراء.

٥-٣ الإعلانات التجارية في مجال العقارات

تشمل الإعلانات التجارية في مجال العقارات البيع والشراء والإيجار.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2643508)

Nyumba Inapangishwa Abiola Chumba master na Sebule bei 150,000

Je Unahitaji Nyumba ya Kupanga Abiola bei 150,000 tu karibu.

منزل للإيجار بنظام غرفة Abiola الرئيسية وغرفة معيشة سعرها ١٥٠.٠٠٠

هل تحتاج إلى منزل بتصميم أبيولا مقابل ١٥٠ ألف فقط.

٥-٤ الإعلانات التجارية في مجال الخدمات الدراسية والتعليمية والتدريبية:

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2472363) اعلان عن كتاب

Haki kwa Imani..

Je tunahesabiwa haki kwa matendo au kwa Imani....jipatie nakala ujifunze zaidi.

- الحصول على الحق بالإيمان..

هل نقوم بقياس الحق بالأعمال أم بالإيمان ... احصل على نسخة من الكتاب وتعلم أكثر.

٥-٥ الإعلانات التجارية في مجال نشاط مستحضرات التجميل وأدوات الزينة

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2550794)

Kahawa lishe

Je ungependa kupandisha kinga ya mwili wako

Je tumbo lako halipo sawa, (unapata gess, kuvimbiwa, kuis kuwaka moto, una pumua vitu vyeny haruf kali na nk)

Je unachoka choka ovyo na kupata maumivu ya kichwa

Je unapenda kutoa sumu katika figo ,ini pamoja na kusafisha damu.

Je unakosa hamu ya kula , unais mapig ya moyo kwenda mbio na nk

KAHAWA LISHE YA ROMBO MIX SPICEA ndio suluisho

قهوة مغذية

هل ترغب في تقوية جهاز المناعة لديك

هل معدتك غير صحية (تصاب بالبلسم ، والإمساك ، وحرقان ، واستنشاق روائح قوية ، وما إلى ذلك)

هل أنت متعب ومتعب ولديك صداع

هل تحبين إزالة السموم من الكلى والكبد وكذلك تطهير الدم.

هل لديك فقدان الشهية ، ومعدل ضربات القلب غير قادر على الجري وهلم جرا؟

رومبو ميكس سبايسيا نيوتريشن كوفي هو الحل.

٥-٦ الإعلانات التجارية في مجال خدمات الحراسة والأمن

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2420043)

ELECTRIC FENCE

Je unajua gharama zetu ni nafuu Sana na tunakufanyia kazi Bora na nzuri ya Electric fence. Unasubiri Nini kulinda Mali zako.

سياج مكهرب

هل تعلم أن تكاليفنا رخيصة جدًا ونؤدي عملنا لك بجد وبصورة أفضل فيما يخص السياج الكهربائي. ماذا تنتظر لحماية أموالك؟

٥-٧ الإعلانات التجارية في مجال الأدوات الكهربائية، أجهزة الحاسب الآلى المحمولة لاب توب

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2443972)

Nauza dell laptop bei 950,000 tu

Je Unahitaji laptop DELL Inspiron 3593 15.6-inch Laptop (10th Gen Ci5-1035G1/8GB/1TB HDD) bei 950,000 tu.

لاب توب ديل للبيع بـ ٩٥٠ ألف فقط

هل تحتاج إلى لاب توب ديل انسبايرون ٣٥٩٣ وهو عبارة عن ١٥.٦ بوصة (th10 Gen Ci5-1035G1 / 8GB / 1TB HDD) مقابل ٩٥٠،٠٠٠ فقط.

٥-٨ الإعلانات التجارية في مجال الزراعة والثروة الحيوانية والطيور والثروة الحيوانية والأسماك

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2230482)

DAGAA

Je ni mfanya biashara wa dagaa au unahitaj kuanza biashara ya Dagaa? Karibu WEIN'S COMPANY upate kufanya biashara kwa wepesi na kwa wakati, tunauza dagaa wa mwanza na bukoba wakavu na waliokaangwa kutokea mwanza kwenda mikoa yote TANZANIA, UNAKARIBISHWA ufanye mawasiliano nasi ili kuingia makubaliano thabiti.

سمك البساريا

هل أنت تاجر مأكولات بحرية أو تحتاج إلى بدء عمل تجاري للمأكولات البحرية؟ مرحبًا بكم في شركة WEIN حتى تتمكن من ممارسة الأعمال التجارية بسرعة وفي الوقت المحدد ، نبيع المأكولات البحرية الطازجة والمقلية المجففة والطازجة من موانزا إلى جميع مناطق تنزانيا ، نرحب بالاتصال بنا للدخول في اتفاقية ثابتة.

٥-٩ الإعلانات التجارية في مجال خدمات الإنترنت والحاسب الآلي

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2274076)

Tunatengeneza Website Design Kwa Bei Nafuu

Je unaitaji website kwa ajili ya Company. Matumizi Binafsi. Au Biashara? Tunatengeneze websites ambazo ni

Responsive (zinafunguka popote vizuri), Google Optimized (ziko tayari kuwa juu ya page ya google). Utapata email za domain bure, hosting mwaka mzima bure, domain bure!! Piga simu sasa au WhatsApp tukusaidie.

نصمم موقع الكتروني بسعر رخيص

هل تحتاج موقع الكتروني خاص بالشركة. استخدام شخصي. أو الأعمال؟

نقوم بإنشاء مواقع الويب التي تتجاوب في الفتح (تفتح في أي مكان بشكل جيدًا). إن (Google Optimized) جاهز ليكون على صفحة (google).

ستحصل على عنوان بريد إلكتروني مجاني للدخول إلى تصميم الموقع،

واستضافة مجانية على مدار العام للدخول إلى تصميم الموقع بشكل مجاني!!

اتصل بنا الآن أو عبر تطبيق WhatsApp لتقديم المساعدة لك.

٥-١٠ الإعلانات التجارية في مجال الملابس

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2241945)

Tunatoa huduma ya kuprint Tshirt,Mashati n.k

Je,unatafuta wapi utapata huduma ya kuprint tshirt au mashati kwa bei nafuu zaidi.

نحن نقدم خدمة طباعة على التي شرتات والقمصان وغيرها.

هل تبحث عن مكان أفضل يقدم خدمة طباعة على التي شيرت أو القمصان بأسعار زهيدة؟

٦- أنواع الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية

ينقسم الاستفهام التقريري في الاعلانات التجارية من حيث نسبة التصديق إلى نوعين إما نسبة التصديق إلى الفعل أو إلى الفاعل. ويتنوع الاستفهام التقريري من حيث الحقيقة والمجاز إلى نوعين أيضًا، استفهام تقريري حقيقي، واستفهام تقريري مجازي. وفيما يلي مزيدا من الإيضاح.

٦-١ الاستفهام التقريري من حيث النسبة إلى الفعل والفاعل

يتنوع الاستفهام التقريري من حيث النسبة إلى الفعل والفاعل إلى نوعين- كما يلي:

أ) استفهام تقريري عن نسبة الفعل إلى الفاعل

والمقصود به نسبة المسند إلى المسند إليه. فالمراد هنا نسبة الفعل إلى الفاعل أو الخبر إلى المبتدأ. والإجابة عنه بنعم أو بلا. فالاستفهام مرتبط بالتصديق في هذا النوع، والغرض منه تسليط الضوء على الفعل.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2564513)

MASHINE ZA KUCHUJA MAJI CHUMVI

JE UNASUMBULIWA NA MAJI YA DAWASCO, AMA YA MITO YENYE MATOPE ,VUMBI NA HARUFU? Kama ndivyo usisite kuwasiliana nasi tukupe suluhisho la maji hayo yawe masafi salama na ya kunywa. Tuna machine za majumbani,mashule,taasisi na miradi mbali mbali.

ماكينات تصفية المياه المالحة

هل تعاني من مياه دواسكو أو نهر به الطين أو الغبار والأتربة أو الرائحة الكريهة؟ إذا كان الأمر كذلك فلا تتردد في الاتصال بنا وسنوفر لك حلاً لجعل المياه نظيفة وصالحة للشرب، ولدينا آلات في المنازل والمدارس والمؤسسات ومختلف المشاريع.

ففي المثال السابق الاستفهام كان عن عملية تنقية المياه. فقد سلط الإعلان الضوء على تنقية المياه التي يتم استخدامها في مختلف مناحي الحياة في المنازل والمدارس وغيرها. ومن ثم يُقبل المشتري على شراء المنتج من أجل الحصول على مياه نقية.

ب) استفهام تقريري عن الشخص

والمقصود هنا أن الفعل معلوم تماما للسائل ولكن السؤال تقريري عن القائم بالفعل أزيد قائم أم عمرو. فنسبة القيام معلومة للسائل ولكن الشخص مجهول. الغرض منه معرفة الشخص.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2591325)

Je ungependa kua wakala wa kampuni ya BF SUMA

Nirahisi sana, Tembelea ofisi zetu zilizopo Hapa Dodoma.

هل ترغب في أن تصبح وكيلاً ل BF SUMA ؟

إنه سهل للغاية ، قم بزيارة مكاتبنا الحالية هنا في دودوما.

ففي المثال السابق قد ظهر جليا النوع الثاني من الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية وهو الاستفهام عن شخص يصبح وكيلا لشركة.

٦-٢ أنواع الاستفهام التقريري من حيث الحقيقة والمجاز

الاستفهام التقريري قد يكون على حقيقته بقصد الاعتراف والاقرار بأمر ما، وقد لا يكون على حقيقته، أي ليس بقصد التأكيد والاعتراف والاقرار بشيء ما فقط ولكن يخرج لأغراض بلاغية أخرى، بقصد التنبيه، التبكيت، التعجب، ...الخ.

ويتبين الاستفهام التقريري أهو حقيقي أو مجازي من خلال الحال والسياق، وفي الغالب يخرج الاستفهام التقريري عن معناه الحقيقي إلى المعنى المجازي ولا يحدث العكس. إنما الذي يقتضي الخروج عن المعنى الحقيقي هو السياق البلاغي.

أ) الاستفهام التقريري الحقيقي

من الملاحظ من خلال مادة البحث من خلال موقع زوم تنزانيا أن الاستفهام التقريري الحقيقي في الإعلانات التجارية قليلا ما يتم استخدامه، وقد يكون السبب في ذلك لأن الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية الغرض منه بلاغي.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2484449)

MAFUA SUGU

Je unasumbuliwa na; Mafua, MALARIA, UTI?

Umetumia kila aina ya dawa bila mafanikio???

GARLIC NDIO MKOMNOZI.

الانفلونزا المزمنة

هل تعاني من الأنفلونزا ، الملاريا ، التهاب العمود الفقري؟

هل استخدمت جميع أنواع الأدوية دون جدوى ؟؟؟

جارليك (GARLIC) هو الحل.

ملحوظة يوجد خطأ مطبعي في كلمة (MKOMNOZI) والصحيح (MKOMBOZI).

هذا المثال أوضح الاستفهام التقريري الحقيقي. وقد أتي بأداة الاستفهام هل، وأيضا ما يعبر عن الاستفهام التقريري بصيغة الطلب، وذلك بحذف أداة الاستفهام التقريري.

ب) الاستفهام التقريري المجازي

يأتي الاستفهام التقريري مجازيا في الإعلانات التجارية من أجل دلالات بلاغية تقتضي أن يخرج الاستفهام التقريري في الاعلان التجاري عن الحقيقة إلى المجاز، وذلك لجذب جمهور المخاطبين.

الغرض الدلالي من الاستفهام التقريري المجازي هو إثارة الفكر بالتأمل للمعاني المجازية في الاستفهام التقريري. ودعوة لإثارة العقل بالتعرف على ما وراء المعاني الحقيقية للاستفهام التقريري، حتى يتضح سياق الحديث. وصرف الذهن عن التفكير فيما سوى ما يتم الحديث عنه. ولذلك تتجه إليه الاعلانات التجارية لجذب انتباه السامع وجذب تفكيره وصرفه عن التفكير فيما سوى ما يتم عرضه على السامع. وفي الاستفهام التقريري المجازي فيه دعوة لإعادة التفكير بطريقة أخرى في الأمر، وليس المقصود الجواب بالتقرير بالنفي أو الإثبات. وفيه دعوة إلى جذب المستمع نحو ما يراه صاحب الاعلان، حتى يتفق المستمع مع ما يراه الاعلان. وقد يأت بالجواب أحيانا وقد لا يأت به لدواع بلاغية.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2660271)

Beard growth

Je unatamani kuwa na ndevu? je ndevu zako zime dumaa hazina afya? karibu nikupatie “shababi beard growth” ni suluhisho la matatizo yoote ya ndevu. beard growth ni mafuta ya ndevu yaliyo tengenezwa kwa mimea asili. kazi ya beard growth kukuza ndevu zilizo dumaa kuimarisha ndevu kujaza ndevu kung’arisha ndevu inakupa harufu nzuri kulainisha ndevu zilizo kakamaa kuotesha nywele za kifuani (love garden) kukupa muonekano mzuri wa ndevu zako tuna patikana dar es salaam mikoani tunatuma kwa gharama za mteja.

نمو اللحية (Beard growth)

هل لديك لحية طويلة؟ هل لحيتك متقزمة وغير صحية؟ اسمحوا لي أن أعطيكم (“shababi beard growth”) " الشبابي لنمو اللحية " هو الحل لجميع مشاكل اللحية. زيت اللحية مصنوع من نباتات طبيعية. إن عمل (Beard growth) نمو اللحية يعمل على إنماء اللحية المتقزمة ولتقوية اللحية وجعلها تلمع وتعطي رائحة لطيفة ولتنعيم شعر اللحية لينمو شعر الصدر (حديقة الحب) لإعطائك مظهر جيد للحيتك نحن موجودون في محافظة دار السلام وخدمات التوصيل على العميل.

نلاحظ في هذا الإعلان أن الاستفهام التقريري المجازي جاء في بداية الإعلان في جملتين متتاليتين. ويعني ذلك محاولة التشويق والترغيب لشراء

المنتج. فقد خرج الاستفهام التقريري عن الحقيقة إلى معان مجازية تحمل دلالات بلاغية لجذب الآخرين لشراء المنتج.

٧- جملة جواب الاستفهام التقريري

ترجع جملة الجواب إلى السياق. والحال الذي ألقي في الاستفهام التقريري. إذا كان السؤال التقريري على حقيقته. بمعنى أن السائل لا يعلم الجواب أو غير متأكد منه. فإن جملة الجواب تكون بالإثبات أو بالنفي.

إذا كان السائل على علم بما يطلب السؤال عنه، فجملة الجواب قد خرجت عن المعنى الحقيقي إلى المعنى المجازي الذي لا يستدعي الجواب عنه. فالجواب معلوم لدى السائل والمسؤول.

مثال من موقع زوم تنزانيا، إعلان رقم (2477388).

PROBIO 3

Je? Wewe ni miungoni mwa watu walioathirika na matatizo ya figo pamoja na vidonda vya tumbo vilivyo sugu?

Suluhisho imeshapatikana katika tatizo lako, PROBIO 3 ni suluhisho la tatizo lako,

بروبيو ٣ (PROBIO 3)

هل أنت من بين المصابين الذين يعانون من مشاكل بالكلى وقرحة المعدة المزمنة؟

حل مشكلتك في بروبو ٣ (PROBIO 3) هو الحل لمشكلتك.

٨- الخاتمة

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من خلال ما تم دراسته عن الاستفهام التقريري ودلالاته في الإعلانات التجارية كما يلي:

- الاستفهام هو طلب العلم بالشيء وحصول صورته في الذهن.
- الاستفهام التقريري طلب الإقرار على أمر ما بالإثبات أو الإنكار.
- الغرض من الاستفهام التقريري ودلالاته في الإعلانات التجارية قد جاء من أجل أ) التشويق والترغيب. ب) جذب انتباه المخاطب. ج) تفسير وتوضيح المبهم.
- أداة الاستفهام المستخدمة في الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية في اللغة السواحيلية هي Je. والتي يقابلها في اللغة العربية الهمزة وحرف هل.
- تنوع الأنشطة التجارية التي تستخدم أسلوب الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية عن منتجاتها وجاءت في عشر أنشطة كان أكثرها الإعلانات في مجال الأدوية والعقاقير، وباقي الأنشطة التجارية هي المعاملات المالية، العقارات، الخدمات الدراسية والتعليمية والتدريبية، مستحضرات التجميل وأدوات الزينة، خدمات الحراسة والأمن، الأدوات الكهربائية وأجهزة الحاسب الآلي والمحمولة اللاب توب، الزراعة والثروة الحيوانية والطيور والثروة الحيوانية والأسماك، خدمات الإنترنت والحاسب الآلي، الملابس.

- أنواع الاستفهام التقريري في الاعلانات التجارية، ينقسم الاستفهام التقريري في الإعلانات التجارية السواحيلية من حيث نسبة التصديق إلى نوعين إما نسبة التصديق إلى الفعل أو إلى الفاعل. ويتنوع الاستفهام التقريري من حيث الحقيقة والمجاز إلى استفهام تقريري حقيقي واستفهام تقريري مجازي.
- جملة جواب الاستفهام التقريري تكون على حسب ما يقتضي السياق.

المراجع

أولًا: المراجع العربية

- ابن منظور، لسان العرب، مج ١١، دار صادر، ط٤، لبنان، ٢٠٠٥م.
- الجرجاني، الشريف الجرجاني، التعريفات، مصطفى الحلبي وشركاه، مصر، ١٩٣٨م.
- الجرجاني، عبد القاهر الجرجاني، دلائل الاعجاز، تحقيق: محمود شاكر، مكتبة الخانجي، القاهرة، ١٩٨٤م.
- الطاهر، ن.، & ندى. (٢٠١٩). أسلوب الاستفهام ودلالاته البلاغية فى قصار المفصل. مجلة كلية اللغة العربية بإتاى البارود، ٣٢(٤)، ٣٨٨٥-٣٩١٦.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

- Alidina, M., Abdalla, A., Massamba, D., Mganga, Y., & Mhina, G. (1981). *Kamusi ya Kiswahili sanifu*. H. Akida (Ed.). Dar es Salaam: Oxford University Press.
- Mkenda, B., & Giblin, B. (2015). Swahili Grammar and Workbook.
- Mohamed, M. A. (2001). *Modern Swahili Grammar*. East African Publishers.

- Mohamed, M. A., & Mohamed, S. A. (1998). *Kamusi ya visawe*. East African Publishers.
- Mpiranya, F. (2014). *Swahili grammar and workbook*. Routledge.
- Mwendamseke, F. J. (2017). Uamilifu wa Mkazo katika Kiswahili Sanifu. *Mulika Journal*, *35*(1).

ثالثًا مواقع الإنترنت:

- www.zoomTanzania.com.

Confirmatory Interrogative Style and Its Semantic Meanings in Swahili Commercial Advertisements

Abstract

This study discusses "confirmatory interrogative style and its semantic meanings in Swahili commercial advertisements", The study deals with the interrogation and its importance, It then introduces the declarative interrogative concept, its semantic purposes, and its use in Swahili commercials. This study aims to clarify the purposes of the confirmatory interrogative, its implications, and areas of its use in Swahili commercial advertisements. And that is through the study material, which is about the commercial advertisements that appeared on the Zoom Tanzania website www.zoomTanzania.com.

The study also discusses the different types of confirmatory interrogations in Swahili commercials. In addition, the conditions of the confirmatory interrogation sentence are discussed. The study used the descriptive analytical approach to describe and analyze the use of confirmatory interrogative declarative in Swahili commercial advertisements. The study came out through the material of the study with important results that the purpose of the confirmatory interrogation is to interestingness, attraction, attract the attention of the addressee, explain and clarify the ambiguous. The tool used is *Je* and the most commercial activity using the reporting interrogation was the pharmaceutical field. And that the total answer to the declarative interrogation is according to what the context requires.

Keywords: stylistics, interrogative style, semantics, Swahili, Commercial Advertisements.