

## التعدد اللغوي في الخطاب الإشهاري الجزائري، وأثره على اللغة العربية

### - دراسة تداولية تقابلية -

د. لعشريس عباس

المركز الجامعي مغنية

تاريخ النشر	تاريخ القبول	تاريخ الإرسال
2020/06/05	2019/03/03	2019/01/08



الخطاب الإشهاري تركيب لغوي له مميزات خاصة ، يُراد من خلاله اقناع المتلقي ( المرسل إليه)، والتأثير فيه من أجل استمالته وتشويقه ودغدغة عواطفه .

يصاغ هذا الخطاب بلغة خاصة ، تعتمد أحيانا على الازدواجية اللغوية " « bilingualism (عربية فرنسية) أو (عربية وانجليزية) أحيانا، وفي أحيان أخرى تعتمد على التعدد اللغوي : « Multilingualism » (عربية فرنسية انجليزية ) وكل هذا الصيغ والتراكيب ترتبط بمجال اللسانيات وفروعها كالتداولية مثلا التي تهتم بدراسة المعنى " أي انتقال المعنى من المرسل وكيفية تلقيه من لدن المتلقي ، وكيف يؤثر فيه ، والتقابلية التي تهتم بالمقارنة بين اللغات .

وقد سار هذا العمل على الخطوات الآتية : تعريف التعدد اللغوي (ظروف النشأة و الخصائص اللغوية) ، تعريف الخطاب الاشهاري مع التطرق إلى أهدافه ، انواعه ، وعلاقته بالعلوم الاخرى ، البعد التداولي في الاشهار ، دراسة خطابات إشهارية و تحليلها تداوليا وتقابليا ، ثم نبين انعكاسات التعدد اللغوي على اللغة العربية . على أننا التزمنا في بعض مراحلها على الايجاز غير المخل وذلك حين تناولنا نشأة التداولية وفروعها ، وركزنا فقط على ما يهمنا في هذا العمل .

الكلمات المفتاحية : الخطاب الاشهاري ، التعددية اللغوية ، التداولية ، التقابلية ، التحليل .

## Abstract

Advertising discours (speech) is a linguistic structure with special characteristics .It strategy is to influence the recipient and to convince him to buy a commodity . this discours focus on bilingualism and sometimes on multilingualism.the recent study attempt to reveal the use of the foreign language in discours of advertising and its negative on arabic language .In order to obtain a tangible regression we will use the pragmatic analysis.

**Key words** ;Advertising discours , bilingualism, multilingualism, negative on arabic language.

### تمهيد:

اللغة كما عبّر عنها اللغويون القدامى مجموعة من الأصوات يعبر بها عن الأغراض و الحاجات النفسية ، وهي أفضل أداة للتفاهم بين البشر ، وإذا كانت كذلك فإنه يعترها ما يعترى البشر من نمو و تطور، وهي بذلك كائن حي اجتماعي يساير المجتمعات.

واللغة متنوعة ومتعددة بحسب المجتمع الذي يستعملها فقد نجد اللغة الأم أو الأصل وهي اللغة الراقية و هي المستخدمة في التعليم و الكتابات الادبية والسياسة والمعاملات الادارية، ونجد نوعا آخر ثانويا هو فرع عن الاولى وهي العامية ،أو الدارجة أو اللهجة وممارستها يكون بين افراد المجتمع في الحياة اليومية فقط ولا يتعدها ، كما قد نجد عند بعض المجتمعات أكثر من لغة مستعملة وتكون كل واحدة منا بمثابة اللغة الأم، وهذا راجع لعدة ظروف قد تكون اجتماعية ،أو سياسية مثلا في سويسرا يتحدث شعبها بأكثر من لغة: الفرنسية و الألمانية والانجليزية ، وكذلك الشعب الكندي الذي يستعمل أكثر من لغة؛ الفرنسية و الانجليزية ، ونقول عن هذه الظاهرة بالتعدد اللغوي أو هذه الشعوب متعددة اللغة لأنها تستعمل اكثر من نظام لغوي واحد ، أما من يستعمل العامية والفصحى أو الفصحى ولغة أخرى مختلفة نسميه الثنائية او الازدواجية اللغوية، وقد دار الكثير من الجدل حول هذين المصطلحين وتعريفهما وهذا راجع لمشاكل الترجمة، فما التعدد اللغوي وما الازدواجية والثنائية اللغوية ؟.

### 1- بين الثنائية اللغوية و الازدواجية اللغوية :

اللغة متنوعة ومتعددة بحسب المجتمع الذي يستعملها فقد نجد اللغة الأم أو الأصل وهي اللغة الراقية وهي المستخدمة في التعليم و الكتابات الادبية والسياسة والمعاملات الإدارية ونجد نوعا آخر ثانويا هو فرع عن الاولى وهي العامية ،أو الدارجة أو اللهجة وممارستها يكون بين افراد المجتمع في الحياة اليومية فقط ولا يتعدها ، كما قد نجد عند بعض المجتمعات أكثر من لغة مستعملة وتكون كل واحدة منا بمثابة اللغة الأم وهذا راجع لعدة ظروف قد تكون اجتماعية ،أو سياسية مثلا في سويسرا يتحدث شعبها بأكثر من لغة: الفرنسية والألمانية و الانجليزية ، وكذلك الشعب الكندي الذي يستعمل اكثر من لغة ، الفرنسية و الانجليزية ، ونقول عن هذه الظاهرة بالتعدد اللغوي أو هذه الشعوب متعددة اللغة لأنها تستعمل اكثر من نظام لغوي واحد ، أما من يستعمل

العامية والفصحى أو الفصحى ولغة أخرى مختلفة نسميه الثنائية أ الازدواجية اللغوية، وقد دار الكثير من الجدل حول هذين المصطلحين وتعريفهما وهذا راجع لمشاكل الترجمة، فما التعدد اللغوي وما الازدواجية والثنائية اللغوية؟

### 1.1- بين الثنائية اللغوية و الازدواجية اللغوية :

لقد اختلف الدارسون العرب المحدثون اختلافا كبيرا حول مصطلح " الثنائية " و " الازدواجية " اللغوية ، وهذا راجع لاختلاف الترجمات من جهة ، ومن جهة أخرى أن المصطلح اجنبي عن اللغة العربية ، وذلك لأنه ظهر في الغرب .

فمصطلح الازدواجية اللغوية يقابله مصطلح « Digossie » ، في حين يعبر عن الثنائية اللغوية ب « Bilingualism » وبين المصطلحين فرق كبير ، وقد خلط الكثير من الدارسين بين المصطلحين ، ولكي نبين هذا يجب أن نعرف المصطلحين في مصادرها الغربية .

### 1.2- الثنائية اللغوية « Bilingualism »:

جاء في قاموس كومبيردج المتقدم<sup>2</sup>

« abilingual adjectif a person able to use two languages for cmmunication »

ويترجم النص الى العربية " ثنائي اللغة ، صفة لمن له استعداد لاستعمال لغتين اثناء عملية التواصل"، ويكون blingual عكس momolingual الذي يمارس لغة واحدة . وجاء في قاموس لاروس :Larousse

« N.F.ling cosistence ,dans un meme pays soit de deux langue differentes soit de deux etats d' un meme langue savant l'autre populaire »<sup>3</sup>

ويترجم النص الى العربية ب:"وجود لغتين في دولة واحدة إما من لغتين مختلفتين او من لغة واحدة بحالتين شعبية و أخرى رسمية "، ومن هنا فالثنائية اللغوية هي اكتساب الفرد للغتين وممارستها كما يمارس اللغة الام وفي هذا يقول ميشال زكريا : " هي الحالة اللغوية التي ستعمل فيها المتكلمون و بالتناوب وبحسب الظروف اللغوية للغتين مختلفتين"<sup>4</sup> ، ويذهب بلومفيلد (1935 - 1956) blomfield المذهب نفسه بقوله:"تعمي القدرة على تكلم لغتين بصورة جيدة ودون عناء"<sup>5</sup>.

و قد ظهر هذا المصطلح أي الثنائية اللغوية على يد العالم الامريكي "شارلز فارغيسون" charles furgusson بعد نشره لمقال بعنوان " الدايقلوسيا" diglossia ، وقد طور الدراسة "جو شوا فيشمان" ووسع مصطلح الثنائية من خلال مؤلفه " الثنائية اللغوي مع أو بدون دايقلوسيا" bilingualism

; with and without diglossia وقد ميّز بين الظاهرتين اللغويتين واعتبر الثنائية اللغوية ظاهرة اجتماعية في حين اعتبر الازدواجية "diglossia" ظاهرة فردية<sup>6</sup>.

1.3- أما الازدواجية اللغوية أو diglossia و diglossie، فقد جاء في قاموس "le petit robert":

"personne qui parle deux langues"<sup>7</sup> وترجم الى العربية بأن الدا يقلوسيا هو الشخص ( الفرد) الذي يتكلم لهجتين ، وجاء في المعجم اللساني Dictionnaire de la linguistique :

"le bilinguisme est la situation linguistique dans la quelle sujets sont conduit a utiliser alternativement selon les milieux ou les situations deux langues differentes"<sup>8</sup>

ويترجم إلى العربية بأنه الوضع اللساني الذي يستعمل فيه الأفراد لغتين مختلفتين بحسب الحالة والبيئة . ومن خلال ما تقدم فإن الازدواجية لا تعني استعمال لغتين مختلفتين بل تعني استعمال لغة رسمية وعاميتها ، والأمر الذي أدى إلى الخلط هو استعمال المعجم المتخصص للفظه الثنائية le bilinguisme وهو يعرف الازدواجية diglossie، كما أن المصطلح المتداول في اللسانيات النفسية هو الثنائية le bilinguisme يقول جلال شمس الدين : "أن يجيد الفرد لغتين معا اجادة تامة لغة الاهد ولغة اخرى"<sup>9</sup> فلغة الاهد التي يقصدها هي اللغة الأم أو الأصلية في حين تكون اللغة الأخرى هي العامية .

ومما تقدم ؛ يتضح لنا أن الثنائية اللغوية تختلف عن الازدواجية اللغوية ، فالأولى استعمال الفرد للغتين مختلفتين كالعربية و الفرنسية بالنسبة لأفراد بلاد المغرب العربي ، أو العربية و الانجليزية بالنسبة لأفراد المشرق العربي ، اما الازدواجية اللغوية فهو استعمال لغة العربية الفصحى و العامية الجزائرية أو العامية المصرية ، أما استعمال كل مصطلح مكان الاخر فهو ضرب من الخلق ، وقد وجدنا الأستاذ "صالح بلعيد" يشير الى هذا الخلط قائلاً " لقد اختلف التعريف في مفهوم الازدواجية اللغوية من باحث لآخر فمنهم من يعتبرها الاتقان المتكافئ بين اللغة القومية واللغة الاجنبية ومنهم من يرى أنها اتقان جزئي للغة اجنبية"<sup>10</sup>، من هنا يظهر مكنم الخلط .

ويوجد أيضا مصطلح آخر يشبههما مستعمل في اللسانيات الاجتماعية وهو ما يطلق عليه " التناوب اللغوي " codeswitching بالانجليزية و "code alternative" بالفرنسية . جاء في قاموس كومبريدج

"Action to changing between two or more languages or languages varieties , in the context of a single conversation،"<sup>11</sup>

1- وترجم إلى العربية بأن التناوب اللغوي هي العملية التي ينتقل فيها المتكلم من لغة الى لغة اخرى او عدة لغات قصد الافهام ، قد يكون هذا التناوب اللغوي بين فردين من جنسيتين مختلفتين أو يكون

مرتبط بالعملية التعليمية للغة ثانية العربية والفرنسية و الفرنسية و الإنجليزية ويرتبط كثيرا بالعملية التواصلية أثناء الكلام ولما يكون مكتوبا<sup>12</sup> ، وتبنى " فيشمان "الرأي نفسه بقوله " استعمال لغتين مختلفتين او كثر من لغتين أثناء التواصل"<sup>13</sup> أما "قردنر" "Gardner" فيرى أن هذه الظاهرة ليست مقتصرة على سكان افريقيا فقط بل هي منتشرة في عدة بلدان ثنائية اللغة أو متعددة اللغة اين يكون المجتمع مستعمل لعدة لغات<sup>14</sup> .

1.4 - أما المصطلح الأخير فهو موضوع دراستنا؛ التعدد اللغوي أو التنوع اللغوي ويقابل هذا المصطلح بالانجليزية multilingualism و الذي يعني كما جاء في قاموس كامبريدج :

"A Multi lingual of a people or group able to use more than two languages for communication."<sup>15</sup>

ويترجم إلى العربية على النحو الآتي "نقول عن شعب أو أمة متعددة اللغات إذا كانت تستطيع استعمال أكثر من لغتين في عملية التواصل" وهي كما يعبر عنها صالح بلعيد " ظاهرة لغوية لصيقة بالمجتمع اكثر منها بالأفراد ونقول عن مجتمع متعدد اللغة اذا كان يمارس ويستعمل عدة لغات بصورة عفوية وبدون عقبات<sup>16</sup> ، ويقول عنها محمد الاوراعي : " تلك الوضعية المتميزة بتعايش لغات وطنية متباينة في بلد واحد إما على سبيل التساوي كالألمانية والفرنسية و الايطالية في الجمهورية الفيدرالية السويسرية ، وإما على سبيل التفاضل إذا تواجدت لغات عالمية كالعربية بجانب لغات عامية"<sup>17</sup> وتكون التعددية اللغوية في المجتمع مقابلة للأحادية اللغوية أو اللغة الأم ، ومن التعريفات السابقة يظهر أن التعدد اللغوي داخل المجتمع الواحد هو الاستعمال السليم لعدد من اللغات على سبيل التساوي ، وهنا يفرق الدارسون بين أنواع التعدد اللغوي ، تعدد لغوي على مستوى الأفراد والتي يمارس فيها بعض الأفراد اللغات ، وتعدد لغوي على مستوى المؤسسات، وتعدد لغوي على مستوى السياسات الدولية و الحكومية<sup>18</sup> .

ومما تقدم ، يمكن القول بأن الإزدواجية اللغوية ظاهرة تداخل اللغة الأم مع العامية ، في حين الثنائية تداخل لغتين ، ويكون التعدد اللغوي أعم منهما بأنه ممارسة الفرد أو المجتمع لأكثر من لغتين .

## 2- ظروف نشأة التعددية اللغوية في الجزائر :

لقد تعددت أسباب وظروف نشأة التعددية اللغوية والثنائيات اللغوية في العالم ككل ، وأرجعت هذه النشأة إلى عدة عوامل منها<sup>19</sup> :

-الهجرات الجماعية لأسباب سياسية واقتصادية .

-الاحتلال العسكري .

- المصاهرة والتزاوج بين الشعوب ، إضافة إلى العلاقات التجارية.

## 2.1- نشأتها وتطورها في الجزائر :

الجزائر من البلدان الكبيرة جغرافيا الأمر الذي أدى إلى كثرة الثقافات والعادات والتقاليد و حتى اللهجات المحلية ، فنجد في الجزائر عدة لغات الأمازيغية ، الترقية ، الشاوية ، والغريب في الأمر تجد اللغة الواحدة مختلفة من جهة إلى جهة أخرى فالأمازيغية في بلاد القبائل تختلف عن الأمازيغية في الجهة الغربية ( تلمسان وضواحيها) ، وهذا الأمر أي الاتساع الجغرافي هو الذي جعل ظاهرة التعدد اللغوي قابلة للتطور والنمو .

إلى جانب هذا كان للاحتلال أيضا دور فعّال في ظهور التعددية اللغوية ، فقد تعرضت الجزائر لعدة احتلالات ، الاحتلال الإسباني و الاحتلال الفرنسي ، والانتداب التركي ، اضافة إلى العامية المتعددة أيضا ، مما جعل شعبها قادرا على التفاعل مع جميع اللغات و أرضية خصبة لظهور وتطور ظاهرة التعددية اللغوية .

### 2.1.1- واقع التعددية في الجزائر :

تتعايش في الجزائر عدة لغات

\* العربية وهي اللغة الرسمية وهي لغة الابداع والثقافة ، واللغة الأم للجزائريين .

\* اللغة الأمازيغية والتي أصبحت لغة وطنية ابتداء من 2002، وتعتبر بمثابة اللغة الثانية بالنسبة للجزائريين .

\* اللغة العامية وهي اللغة التي تمارس يوميا من لدن أفراد الشعب و تختلف العامية الجزائرية من منطقة إلى أخرى.

\* اللغة الأجنبية وتتقدمها اللغة الفرنسية و التي تعد أيضا اللغة الثانية بالنسبة للجزائريين ، وهذا عامل من عوامل الاحتلال الفرنسي الذي طال مكثه في الجزائر ، إلى جانب اللغة الفرنسية توجد اللغة الانجليزية التي فرضها العلم فهي لغة التخصص العلمي ، و اللغة الاسبانية بدرجة أقل والتي تعتبر أيضا من ارث الاحتلال .

ومن خلال الملاحظة المتأنية لهذا الواقع اللغوي في الجزائر نلاحظ أن انعكاساته على العربية ظاهرة وواضحة فقد أصبحت اللغة العربية مهانة لا تمارس فعليا إلا في مجالات محدودة : حلقات التعليم ، والإدارة<sup>21</sup> ، في حين تعتبر اللغة العامية واللغة الأمازيغية لغة الحياة اليومية و العلاقات الانسانية في المجتمع ، أما اللغات الأجنبية الفرنسية و الانجليزية فهي لغة النخبة المثقفة ولغة العلم ، وهذا ولد ما يُسمى بالصراع اللغوي بين العربية وخصومها ، و الذي أدى إلى " هزيمة اللغة العربية البين إذا لاحظنا الخطاب الاجتماعي نجد العربية الفصحى غائبة عن الوجود حتى أصبح الاهتمام بها ضعيفا وأصبح الاعتزاز بها ضعيفا أيضا"<sup>22</sup> ، ومن مظاهر هزيمة العربية عدم تحكم مستعملها في العربية .

## 2.1.2- انعكاسات الظاهرة على اللغة العربية :

يرى الدارسون أن التعدد اللغوي ظاهرة طبيعية مفيدة لأي لغة، فالتعدد يجعل أي لغة منفتحة على العالم وعلى الثقافات و مفيدة في توسيع دائرة الفكر<sup>23</sup>، فقد استطاعت اللغة العربية أن توسع مفرداتها وذلك باستعمال ألفاظ من الفارسية وغيرها ، لكن التعددية اللغوية في وقتنا الحالي و في الجزائر خاصة و البلدان العربية بعامة ، لها آثار و انعكاسات سلبية على لغتنا العربية .

فاستعمال اللغة الفرنسية يعتبر ظاهرة سلبية في أوساط المثقفين ، فالمتحدث بالفرنسية يرى فيها لغة التقدم والتطور وبالمقابل يرى في استعمال العربية لغة التأخر و الرجعية ، وهذا الشعور موجود في الجزائر وحتى في البلاد العربية ككل، ومن هنا تتدهور قيم الاعتزاز بالعربية وتُهدم شيئاً فشيئاً ، وقد يؤدي إلى الصراعات بين أفراد المجتمع<sup>24</sup> .

ومن انعكاساتها ؛ ضعف العربية ، وضعف استعمالها ، وبالتالي يتأثر المتعلمون سلباً و بخاصة الاطفال المتعلمون لهذه اللغة العربية ، وما نشاهده في مدارسنا اليوم لدليل على هذا الضعف فقد أصبح المتعلم يتعلم اللغة العربية وكأنها لغة ثانية ، انتقلها من اللغة الأم إلى اللغة الثانية .

من الانعكاسات أيضا ؛ ظهور الأخطاء من لدن المتكلمين على جميع مستويات اللغة ، الصوت والبنية الصرفية و البنية التركيبية<sup>25</sup> .

## 4- التعددية اللغوية في الخطاب الإشهاري :

### 4.1- ماهية الخطاب الإشهاري :

يشير "روبير لوديك" Robert Lodeke "إلى أن "الخطاب الإشهاري المعاصر أصبح كالهواء المنتفس صباح مساء ، وذلك لأنه أصبح من الوسائل التواصلية الحديثة في الترويج للبضائع و السلع بأسلوب مباشر وصريح ، يتجه من المعطن إلى استمالة الزبون مباشرة " <sup>26</sup> أما "أكسفيلد" "Acsefield" فيرى أن الإشهار " عملية اتصال اقناعي تهدف إلى نقل التأثير من بائع إلى مشتر على أساس غير شخصي يحثه على الاقبال على المعروض ، والانتفاع بخدماته مع ارشاده إلى مكان البضاعة و نوعها"<sup>27</sup> ، وقد يُعرف الإشهار أيضا بأنه " نوع من الاعلان يحمل مضمونا إشهاريا دعائيا غرضه التأثير في المتلقي أيا كان نوعه ، ومهمته تفعيل الطرف الثاني وحمله على التأثير في غيره من خلال وسائل الإشهار المتاحة"<sup>28</sup> ، من خلال هذه التعريفات يمكن ان نقول بأن العملية الإشهارية هي قناة للتواصل بين المنتج و الزبون ومحاولة التأثير فيه لاقتناء المنتج وهذا ما يؤكدّه أشهر المسوقين "أرماند سلاكرو" " Armand Salacrou " حين يقول : "إنّه يعد بمثابة تقنية تسهل عملية نشر الأفكار من جهة وجملة العلاقات التي يمكنها أن تبرم بين الأشخاص على الصعيد الاقتصادي في الترويج بسلعهم وخدماتهم من جهة أخرى"<sup>29</sup> ، فالإشهار إذن؛ عملية ترويجية لسلعة من السلع ومحاولة التأثير في الزبون من أجل الحصول عليه .



وتجدر الإشارة إلى أن العملية الإشهارية تختلف اختلافا جذريا عن الاعلام شكلا و مضمونا ، فالإشهار لا يراعي الموضوعية ولا يتحرى الصدق بل غايته التأثير في نفسيات و سلوكات الزبون ، وإذا كان كذلك فلا بد له من خصائص وتقنيات .

#### 4.2- خصائصه و أهدافه :

يقوم الاشهار على الدعاية ، ومحاولة التأثير على النفوس والتحكم في سلوكاتهم ، لذلك يراعي الجوانب النفسية والاجتماعية للمكان الذي تعرض فيه السلعة ، كما أنه يراعي خصوصيات المجتمع فلا يستعمل العبارات النادية التي يرفضها المجتمع و ترفضها تقاليد المجتمع ومن خصائصه ما يلي :

- مراعاة الخصوصيات العامة للمجتمع ، وخاصة الراقية منها ، ودراسة الجماعة المستهلكة دراسة نفسية<sup>30</sup> .  
-الايجاز والقصر ، يعتمد الاشهار غالبا على الرسائل القصيرة الموجزة المشحونة بالكلمات القوية المؤثرة في المعنى ، فهو يسعى إلى أن يكون جذابا<sup>31</sup> .  
- الاعتماد على الشهرة ؛ يستعمل الاشهار بعض الشخصيات الجذابة كالفنانين و الأبطال الرياضيين ليقتنوا المنتجات .

- الاعتماد على المغالطة ، فالاشهاري يمارس الكذب و يتفنن فيه ، ويبني الحقائق الاسطورية لا الموضوعية<sup>32</sup> .  
- الهيمنة المسبقة لأنه خطاب اقناعي ، هو نفعي تداولي والغاية منه الاستهلاك<sup>33</sup> .  
- خطاب منطقي يطبق منطق القوي ، وهو خطاب القرن، مرتبط بالعوامة ينشر الثقافة الامريكية القوية<sup>34</sup> .  
- الخصوصية الثقافية من خلال ممارسة الرمز و اختصاره للزمن و المكان .

#### 4.3- استراتيجياته وأساسيات الإقناع اللغوي :<sup>35</sup>

يعتمد الاشهار غالبا على استراتيجيتين كبيرتين في عملية التبليغ : الاستراتيجية الاولى تسمى ادفع " push " وهدفها دفع المنتج نحو الموزعين والمستهلكين بقوة للبيع ، أما الاستراتيجية الثانية فتسمى اسحب " pull " وهدفها جلب وسحب الزبون للمنتج بواسطة الحملة الاشهارية<sup>36</sup> .

أما الخطاب الإقناعي فيقوم على جملة من القواعد المستخلصة من التأمل :

- استعمال لعبة اللغة " نحن بعون الله معكم ، نراكم بعون الله ... ، إذا أردتم النجاح ...  
- اختيار الاحالات المناسبة " استعمال الضمير "نحن" الدال على التغليب ، و نفي الفردية ، التعبير بصوت الجماعة .

- الاعتماد على تداولية الحوار .

-النزعة التمجيدية " مدح المنتج " أو رسم الصورة المثالية له ، و استهجان المنتجات الاخرى .

- استعمال الادوات الكونية الليل و الصبح ، الشتاء الصيف والخريف و الربيع .

- استعمال المنطق أي الانتقال من الجزء إلى الكل .



#### 4.4- عناصر الخطاب الإشهاري :

يقوم الخطاب الإشهاري على عناصر مترابطة جدا فيما بينها لتشكل نسيجاً لغوياً فيما بينها ، وهذه العناصر هي : المرسل ، المرسل إليه ، المقام ، ووحدة اللغة .

أ- المرسل وهو المروج للمادة الإشهارية ، وهو الذي يقوم بإرسال الرسالة نحو المتلقي، يبين فيها منتجها ويثني عليه، ويحاول تحقيق الوظيفة التعبيرية بتضمينه لما يثير و يستهوي و يستميل المتلقي أو المستهلك<sup>37</sup>.

ب- المرسل إليه: ( المتلقي): هو الذي يهتم به المرسل ، فبانعدامه لا يسوق المنتج ، فهو يركز عليه ويعمل على افهامه حتى يقد على عملية الاستهلاك<sup>38</sup>.

ت- المقام :يسمىها عصام نور الدين : " الاطار أو الموضوع الذي يقع تحته الحديث ....ولكل اطار سمات تميزه وتؤثر لغوياً في الموضوع"<sup>39</sup> بمعنى أن المقام هو الظروف المختلفة المحيطة بأحداث الرسالة و انتاجها وإرسالها أي السياق العام الذي تنطلق منه الرسالة، فالمقام هو الوظيفة المرجعية التي تربط بين المرسل و المرسل إليه .

ث- وحدة اللغة والثقافة : يجب على المرسل أن يخاطب المرسل إليه بلغته ، أو من يكون عالماً بثقافته ، فمن المستحيل أن يخاطبه بما لا يفهم و إلا تنعدم عملية الافهام ومنه تنتهي عملية الاستهلاك ، أما الثقافة فهي مهمة جدا ، وتندرج تحتها مجموعة من السلوكيات و العادات والتقاليد<sup>40</sup> .

ج- قناة التبليغ : و هي الوسيلة الاعلامية المستعملة في توصيل الرسالة ؛ك التلفزيون ، الانترنت ، الراديو ، اللافتات الإشهارية وغيرها من القنوات<sup>41</sup> .

وكل هذه العناصر تتلائم فيما بينها لتحقيق الغرض المنشود وهو التأثير على المستهلك لاقتناء المنتج .

#### 5- التداولية في الخطاب الإشهاري :

##### 5.1- ماهية التداولية\* :

التداولية أو البراغماتية أو النفعية أو الاستعمالية أو الخطابية أو الذرائعية ( باختلاف تسمياتها)<sup>42</sup> فرع من فروع اللسانيات الحديثة تطورت في أواخر منتصف هذا القرن على يد مجموعة من الباحثين ، أهمهم جون اوستين) قَدَمَ نظرية أفعال الكلام، وفرّق بين نوعين من الأفعال؛ المنجزة والتقريرية ، و طوّر "سورل" هذه النظرية ( ، ويليام جيمس ، وجون ديوي وغيرهم من الباحثين لتتركز على " العلاقة بين المتكلم و المستمع أو المتلقي " ، أو هي "محاولة فهم لعملية استنتاج وفهم الرسالة الكلامية في حالتها الطبيعية"<sup>43</sup>.فالتداولية لا تدرس البنى اللغوية ( الصوت والدلالة والتركيب) وإنما تدرس العلاقة بين النص و السياق و المتكلم والمتلقي، كما تهتم أيضا بأساليب الإقناع و الحجاج الخطابية .

ولما ارتبطت التداولية بكثير من العلوم ؛ كالفلسفة و اللسانيات والاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس ، تعددت أنواع التداولية بحسب علاقتها بالعلوم الأخرى ، فنجد التداولية اللغوية ؛ التي تهتم بالاستعمال اللغوي من حيث التركيب ، والتداولية الاجتماعية التي تشغل على الاستعمال اللغوي وعلاقته بالسياق الاجتماعي ، والتداولية

التطبيقية التي تهتم بمشكلات التواصل ، والتداولية العامة التي تهتم بالأسس التي تقوم عليها اللغة ، وتتضافر هذه الفروع في الكشف عن رسائل المتكلم نحو المتلقي<sup>44</sup>.

## 5.2- تداولية الخطاب الإشهاري (الدراسة التطبيقية):

### أ- وصف طريقة الدراسة :

بما أن موضوع الدراسة هو التعددية اللغوية في الأشهار من الناحية التداولية فقد حاولت أن اجمع بعض النماذج من الخطابات الإشهارية التي تنصب في الموضوع ، والتي تقيّد في عملية التقابل بين اللغات كالعربية والفرنسية والانجليزية أو العربية والعامية والفرنسية ، فنبداً بجرد المفردات العربية والفرنسية والانجليزية ثم نصنفها من موقعها في الجملة وطبيعتها ووظيفتها داخل الجملة . ثم نتطرق إلى توزيع الوحدات في البنى اللغوية ودراستها دراسة تقابلية ( اللسانيات التقابلية تتدرج ضمن اللسانيات التطبيقية تقوم على مقابلة اللغات من أجل الحصول على فروق بين كل لغة ) ، بعد ذلك يأتي دور التحليل التداولي الدلالي في الكشف عن معاني المفردات المستعملة في الأشهار وتبين نسبة نجاح المفردة أو أخفاقها في تحقيق المعنى ، وكيفية فهم هذه المفردات من لدن المتلقي .

### ب- الومضات الإشهارية المختارة :

- الومضة الاولى من شركة موبيليس للاتصالات : شكلوا etoile ودياز (\*) واستفيدوا من العرض .  
الومضة الثانية من شركة نجمة للاتصالات: نجمة مع قاع les reseaux  
الومضة الثالثة من شركة رونو: اكتشفوا . renault fluence .

### ج- الدراسة التقابلية :

#### الوحدات العربية

رقم الومضة	الكلمة	طبيعتها	الدلالات و الايحاءات
01	شكلوا	فعل أمر	فعل أمر يفيد التحفيز الدعوة التشويق ، التوجيه ، الاكتشاف ، الاطلاع
01	استفيدوا	فعل أمر	فعل أمر يفيد التحفيز الدعوة التشويق ، الاستفادة ، النفعية
01	من	حرف جر	تخصيص الامر المستفاد منه
01	العرض	اسم	المنتج المقدم ، الخدمة المقدمة
01	الواو	حرف	الربط بين الفعلين التشكيل و الاستفادة
02	نجمة	اسم	شبكات الاتصالات ونوع الشريحة . السناء ( الضوء)، العلو ، الجمال ، كوكب
02	مع	حرف	الاتصال أ الربط ، المعية
03	اكتشفوا	فعل أمر	التحفيز ، الاطلاع ، الاكتشاف

الحصيلة 03 افعال وكلها أمر ، اسمان ، وثلاثة حروف

فالإشهار بالعربية تميز بالإكثار من استعمال افعال الأمر ، والإكثار من استعمال الحروف باعتبارها روابط .

الوحدات العامية : استعمل واحدة فقط " قاع " التي تدل على الكلية .

الوحدات باللغة الأجنبية :

الوهمية	الكلمة	نوعها	دلالاتها
01	Etoile	اسم nom	Hauteur , beaute , lumiere, planet
02	Les	Article (علامة الجمع)	Article de liaison (رابط)
02	reseaux	اسم nom	Agence , cables , branches
03	renault	اسم	اسم الشركة nom de la societe
03	fluence	اسم فرنسي و انجليزي nom	نوع من السيارات ، type de voiture Convaicre , marque , peser تأثير ، التأثير

الحصيلة الافراط من استعمال الاسماء مع رابط واحد دال على الجمع .

الرموز استعملت الوهمية رقم واحد رمز واحد المسمى " دياز " (\*)

ومن خلال المقارنة نلاحظ أن اللغات الاجنبية تقوم على استعمال الأسماء في حين تقوم اللغة العربية على الإكثار من استعمال الأسماء . مع ملاحظة استعمال رمز واحد بالفرنسية و لفظة عامية واحدة وهي من الالفاظ العامية الجزائرية.

#### د- الدراسة التداولية :

الوهمية الاولى من شركة موبيليس للاتصالات:

شكلوا etoile ودياز (\*) واستفيدوا من العرض.

يربط العارض بين القيام بالفعل أي القيام بتشكيل نجمة ودياز و الذي يعني رمزان ، وبين الاستفادة المباشرة الدالة على عملية الانتفاع من العرض ، و كأن هذا العرض هو الذي ينتظره ، كما يفهم أن العرض لا يحتمل التأخير ، ومعناه أن الاستفادة ستكون من مكالمات ورسائل، فنوعية الاستفادة غير محددة وهنا يدخل التحايل و الكذب، فهم لم يبينوا نوع الاستفادة .

الوهمية الثانية من شركة نجمة للاتصالات:

نجمة مع قاع les reseaux

في هذه الومضة نجد الاشارة الى شركة الاتصالات " شركة نجمة للاتصالات ويفهم من خلال الومضة أن الشبكة تمنحك الصلاحية التامة لمكالمة جميع الشرائح من مختلف الشبكات ، مع الاشارة أنه اعتمد على التحايل مثل الشركة الأولى وذلك في أنها لم تبيّن نوع الاستفادة ، هل هي جزئية أم كلية ؟.

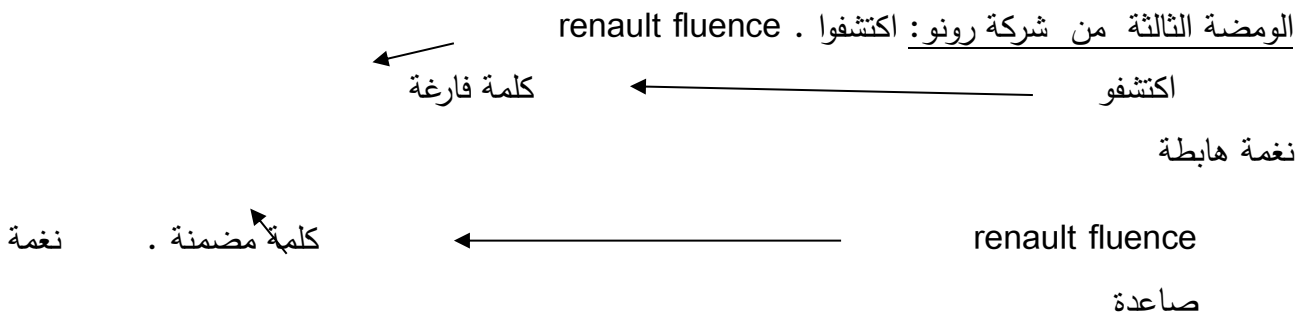
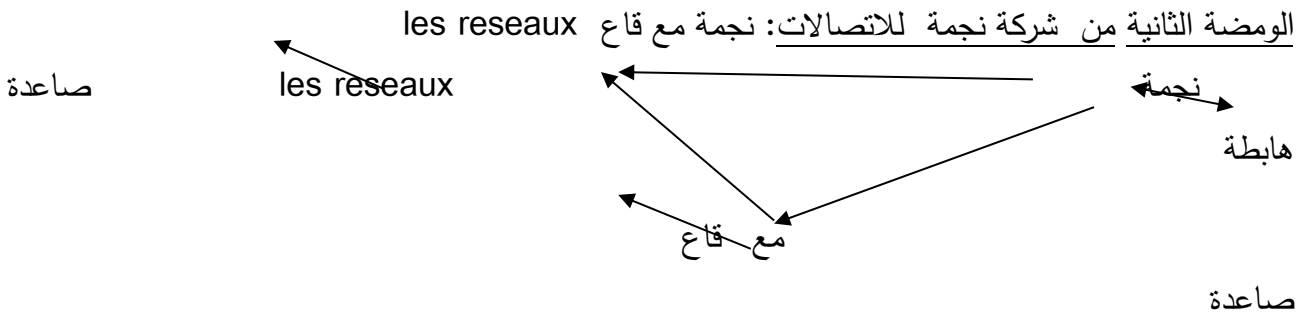
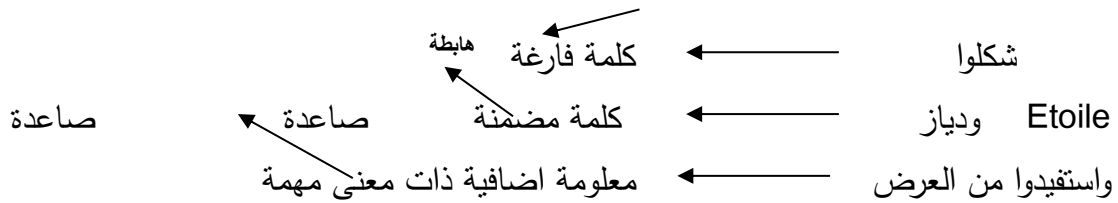
الومضة الثالثة من شركة رونو:

اكتشفوا . renault fluence

يربط العارض بين السيارة والاكتشاف ، ولفظة الاكتشاف تدعو إلى أن هذا الشيء لم يكن موجودا من قبل ، يفهم من النداء أيضا السيارة من آخر الاصدارات ، وبذلك فهي خالية من العيوب فقد استفادت من الاخطاء السابقة . هذه الومضة كسابقاتها تعتمد على الكلية لا تشير إلى الجزئيات ، وتوحي بالكمال إلا أنها تضمر بعض العيوب التي ستكتشف عند الاقتناء .

هـ- التحليل الدلالي :

الومضة الاولى من شركة موبيليس للاتصالات: شكلوا etoile ودياز(\*) واستفيدوا من العرض



من خلال الدراسة الدلالية المقطعية للموضات نلاحظ أن الكلمات الفارغة تمتاز بنغمات هابطة ، أما المفردات المضمنة فذات نغمات صاعدة ، ثم تصعد النغمة مع المفردات التي مهمة للومضة ، و هنا على المتكلم أن يكون مطلعاً على طريقة الالتقاء حتى يؤثر في السامع أو المتلقي ، فهذه العملية تعتمد اعتماداً كلياً على النبر و التنغيم ، إضافة لى اختيار المفردات الملائمة .

### خاتمة :

و في خاتمة هذا البحث المتواضع يمكن لنا أن نسجل بعض الملاحظات :

- التعددية اللغوية مهمة في بعض اللغات أما بالنسبة لنا في الجزائر فأنها تؤدي إلى إضعاف الملكة وقلة الاهتمام بها ، كما أنها تؤثر على البنية الاجتماعية ( الصراع اللغوي بين لعربية وغيرها).
- يستعمل الخطاب الاشهاري التعدد اللغوي كوسيلة لتسويق منتوجاته ، والتأثير في المستهلك ، إلا أنها تؤثر سلباً على اللغة العربية .
- يعتمد الخطاب الاشهاري على اختيار مفردات معينة تعتمد على الایجاز و الاختصار .
- يعتمد الخطاب الاشهاري باللغة العربية على الأفعال .
- يعتمد الخطاب الاشهاري باللغة الاجنبية على الأسماء .
- الخطاب الاشهاري متعدد اللغات اكثر تأثير من الخطاب العادي .

## إِحَالَاتُ الْبَحْثِ

- 2- ينظر الخصائص لابن جني تح محمد علي النجار ج 1 ص 33.
- 3- Cambridge Advanced Learner's Dictionary 3<sup>rd</sup> Edition p 606.
- 4- Petit Larousse edition 1985p 224.
- 5- قضايا الألسانية التطبيقية ، دار العلم للملايين ص 35.
- 6- لويس كافي ، علم الاجتماع اللغوي ، ترجمة محمد يحياتن ، دار النهضة الجزائر ص 48.
- 7- Joshua fieshmann , bilingualism with and without diglossia p 32.
- 8- le petit robert, paul robert ; paris 1996.p 184.
- 9- ; george mounin ,Dictionnaire de la linguistique ,2006,p 52.
- 10- علم اللغة النفسي جلال شمس الدين ، ص 109 .
- 11- هموم لغوية ، صاح بلعيد ص 25.
- 12- ,Cambridge Advanced Learner's Dictionary 3<sup>rd</sup> Edition p 606.
- 13- ينظر بتصريف من code switching in second language teaching of french , anna flyman mattson & niclas burhultt, lund university , departement of linguistics, sweden,1990p 14.
- 14- Features of arabic –frensh code –swiching in morrocco , juhan luomala ;, lund university sweden p 6.
- 15- Cambridge Advanced Learner's Dictionary 3<sup>rd</sup> Edition p 1200
- 16- في النهوض بالعربية ، صالح بلعيد ص 79
- 17- التعدد اللغوي انعكاساته على النسيج الاجتماعي ، محمد الاوراغي ص 11.
- 18- قضايا السنوية تطبيقية ، ميشال زكريا ص 50
- 19- ينظر في هذا الازدواج اللغوي في اللغة العربية ، عبد الرحمن عبد المقصود ص 75 إلى 80
- 20- ينظر بتصريف ؛ أزمة التدخل اللغوي بين العامية والفصحى، أحمد برماد مجلة الاكاديمية للدراسات ص 52
- 21- نفسه
- 22- التعدد اللغوي وانعكاساته في الواقع اللغوي الجزائري ، ربيعة عبد الكريم مجلة علوم اللغة ، الوادي ص 187.
- 23- ينظر علم الاجتماع اللغوي ، عبد الفتاح عفيفي ، دا الفكر ، القاهرة ص 142.ومن الدارسين المتنبئين لهذه الفكرة أوليفيا غارسيا .
- 24- ينظر ا مظاهر التعدد اللغوي و انعكاساته على تعليم اللغة العربية ، باديس بلهويل / مجلة ممارسات لغوية ، تيزي وزو ، ص 208.
- 25- الصراع اللغوي في الجزائر تأزيم الهوية ، ديدو ح عمر نقلا عن مظاهر التعدد اللغوي و انعكاساته على تعليم اللغة العربية ، باديس بلهويل ، مجلة ممارسات لغوية ، تيزي وزو ، ص 209.

- 26 La publicite une force au service ;robert ludeke ; paris dunois edition 1973; p 4
- 27 ينظر الخطاب الاقناعي ، الاشهار نموذجا ، محمد خلافي ص74
- 28 Le nouveau publicitor ,B.Brochand &J.Lendrevie ; dalloz ,2001,p 51.
- 29 نفسه ..
- 30 الاتصال الانساني وعلم النفس ، أحمد النابلسي دار النهضة بيروت 1999. ص 139.
- 31 الترجمة الاشهارية بين نقل المعمار المصطلحي وتأويل الصورة ، سعيده كحيل ص 36.
- 32 صناعة الخطاب الاشهاري ، بشير إبرير ، مجلة مخبر اللسانيات ، جامعة عنابة العدد الاول ص 22
- 33 آليات الخطاب الاشهاري ، عبد العالي بوطيب ، مجلة علامات في النقد العدد13 المملكة العربية السعودية ص 312.
- 34 نفسه
- 35 في الحقيقة هناك كلام كثير حول خصائصه وأهداف و استراتيجيات و انواع الاشهار ، وانما اعتمدنا هنا على الياجاز غير المخل لكي ندخل المجال التطبيقي .
- 36 ينظر الخطاب الاقناعي الاشهاري ، محمد خلاف ص 81.
- 37 ينظر الخطاب الاشهاري بين التقرير و الايحاء ، عمراني مصطفى ، مجلة فكر ونقد ، العدد 34 ص 27.
- 38 ينظر الاعلان وتأثيره في اللغة العربية ، عصام نور الدين ، مجلة الفكر ، العدد92 ص 20
- 39 نفسه ص22.
- 40 ينظر بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب الاشهاري ، بشير إبرير ص4
- \*- لسنا بصدد التأصيل للتداولية وسرد جميع أقوال العلماء فيها ، وإنما نحاول التعريف المقترض لنمر إلى الدراسة التطبيقية .
- 41 نفسه .
- 42 ينظر محاضرات في التداولية ، بومناقش الرحموني ص 6، وينظر أيضا أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر ، أحمد محمود نخلة ص 52.
- 43 في اللسانيات التداولية مع محاور تأصيلية في الدرس العربي القديم ، خليفة بوجادي ص 63
- 44 ينظر بتصرف أفاق جديدة في البحث اللغوي ، أحمد محمود نخلة ص 48/49، ويمكن العودة ، البراغماتية لجورج يول ص04، التداولية عند علماء العرب ، دراسة تداولية لأفعال الكلام ، مسعود صحراوي ، دار الطليعة بيروت لبنان ص 15 وما بعدها وينظر أيضا في اللسانيات التداولية مع محاور تأصيلية في الدرس العربي القديم ، خليفة بوجادي ص 117/135.

