



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية الآداب واللغات قسم اللغة والأدب العربي

أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة دكتوراه علوم  
في ميدان: اللغة العربية  
فرع: اللسانيات الاجتماعية  
بـعـنـوان:

# اللغة والتنمية الاقتصادية في الجزائر -رؤساء الاتصال موبيلس أنموذجا -

إعداد الطالب: محمد عمر حساني  
إشراف الأستاذ الدكتور: صالح خنور  
نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 11 فيفري 2020م

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الدكتور: عبد المجيد عيساني	(أستاذ التعليم العالي - جامعة ورقلة)	رئيسا
الدكتور: صالح خنور	(أستاذ التعليم العالي - جامعة ورقلة)	مشرفا ومقررا
الدكتور: بوبكر حسيني	(أستاذ التعليم العالي - جامعة ورقلة)	مناقشا
الدكتور: عز الدين صحراوي	(أستاذ التعليم العالي - جامعة باتنة 2)	مناقشا
الدكتور: بلقاسم مالكية	(أستاذ التعليم العالي - المدرسة العليا للأساتذة ورقلة)	مناقشا
الدكتور: عمار ربيع	(أستاذ التعليم العالي - جامعة بسكرة)	مناقشا

السنة الجامعية 2020/2019 الموافق لـ: 1440/1441هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# مقدمة

## مقدمة

مصطلح الاسواق اللغوية الذي نادى به بعض الباحثين يعد حرصا للحفاظ على اللغة من الاندثار، وما يقصدونه ليس بدعا في الثقافة العربية، فقد كان للعرب قبل الإسلام في الجزيرة العربية أسواق أدبية تعود فيها الكلمة للغة العربية الأصيلة شعرا ونثرا. ومن أشهر أسواق العرب "سوق عكاظ" و"سوق مجنة" و"سوق ذي المجاز". فلقد كانت لهذه الأسواق أثرا محمود في اللغة والأدب.

ولدى بزوغ شمس الإسلام، وضع جعفر الطيار<sup>1</sup> حدا للعلاقة الاقتصادية بين النجاشي وبين قريش بالملكة اللغوية، وأوجد بديلا. وتحفل الأحاديث النبوية الشريفة التي هي مصدر لغوي لا ينضب، بما يؤكد البعد الاقتصادي للغة، يقول الصادق المصدوق ع: «إِنَّكُمْ تَخْتَصِمُونَ إِلَيَّ وَلَعَلَّ بَعْضَكُمْ أَلْحَنُ مِنْ بَعْضِهِ مِنْ بَعْضٍ فَأَقْضِي لَهُ بِنَحْوِ مِمَّا أَسْمَعُ مِنْهُ. . .»<sup>(1)</sup> الحديث، ويقول ع: «البيعان بالخيار ما لم يتفرقا»<sup>(2)</sup> في إشارة إلى صيغة الإيجاب والقبول التي هي صيغة لغوية تعد ركنا في فقه المعاملات في الإسلام.

ومن الجدير بالذكر في هذا المقام الإشارة إلى أن الأسواق المذكورة آنفا كان لها الدور الكبير في تطوير العمل اللغوي، في وقت كان فيه لكل قبيلة لهجتها العربية التي تختلف بشكل أو بآخر عن بقية القبائل الأخرى، وبعد مراحل كثيرة وغلبة لهجات على لهجات أخرى استقر الوضع اللغوي على جملة من القواعد واللغات تداولتها الألسنة بعد ذلك وشاعت بين الناس وعرفوا بها، لذلك كانت تلك الأسواق سبباً في التقريب بين لهجات العرب ولهجاتهم.

والأسواق المقصودة هي المجالات الحيوية والأكثر فعالية في أوساط المتعلمين والدارسين والطبقة الفاعلة والميادين التي يتردد عليها أو تتابعها جل الأجيال طوعا أو كرها رغبة منهم أو اضطرارا إليها. ومن تلك الأسواق: سوق المؤسسات التعليمية، سوق الإدارة العمومية، سوق الإعلام على أنواعه.

ولئن كانت الأسواق، وغيرها من أوجه النشاط التجاري والاقتصادي، الذي شهدته الحياة البشرية في مختلف البقاع، وعلى مر العصور، قد استخدمت فيها اللغة على أنها الوسيلة الأساسية في ترويج وتبايع البضائع والسلع، أي من خلال عمليات البيع والشراء؛ فإن أهمية اللغة بصورة عامة، قد زادت في النشاط الاقتصادي الحديث، لتعدد صور ومجالات استخدامها تبعاً لتعدد أدوات الاتصال التجاري بين الأفراد والشعوب، حتى أصبحت هي الأخرى ينظر إليها باعتبارها سلعة ذات قيمة تبادلية تتزايد مبيعاتها في ظل الطلب المتنامي عليها، غير أن لها ميزة تختلف بها عن باقي السلع، وهي أن مخزونها أبدا لا ينفد.

وقد ظلت العلاقة بين الاقتصاد واللغة تتنامى علميا حتى غدت ركيزة محورية للنشاط الاقتصادي، مثل النقود، وتنشأ أهميتها من كونها عنصرا أساسيا من عناصر الاتصال الذي يعتمد عليه النشاط الاقتصادي اعتمادا كبيرا، وكم أدى التوسع في النشاط الاقتصادي لأمة من الأمم إلى تمكين لغتها في بيئات جديدة لم يكن لأهلها عهد بها، كما حدث مع العربية إبان ازدهارها في

<sup>(1)</sup> رواه البخاري: كتاب الشهادات، بإمّن أقام البينة بعد اليمين، ح: 2680، ومسلم: كتاب الأفضية، باب باب الحكم بالظاهر واللعن بالحجة، ح: 1713.

<sup>(2)</sup> رواه البخاري: كتاب البيوع، باب إذا بين البيعان ولم يكتبما ونصح، ح: 2079، ومسلم: كتاب البيوع، باب باب الصدق في البيع والبيان، ح: 1532.

مناطق العالم المختلفة، شرقاً وغرباً، عبر المنافذ التجارية، جنباً إلى جنب بضائع العرب ومنتجاتهم، وكما يحدث مع الإنجليزية اليوم، حيث يمثل النشاط الاقتصادي الحديث، لا سيما في سوق منتجات التكنولوجيا والاتصال، عاملاً من أهم عوامل انتشارها.

لذا، بات لزاماً علينا، وخاصة في ظل الثورة الرقمية، أن نقتنع جميعاً بوجود توازٍ مفاهيمي بين اللغة والاقتصاد يبني على حقيقة كون كل منهما أداة للتبادل.

لقد أضحى الاقتصاد الرقمي مركزاً، بصورة ملموسة، إلى اللغة بوصفها أداة فاعلة في صناعة القرار، وإقناع الزبون من خلال الوسط البيئي الذي توفره مواقع التجارة الإلكترونية على الإنترنت.

وهكذا، يتجه الاقتصاد العالمي أكثر فأكثر نحو الاعتماد على المعرفة، ونحو اقتصاد يدعى بالاقتصاد المبني على المعرفة (Knowledgebasedeconomy) إذن هو تطور من اقتصاد اللغة إلى اقتصاد الرقمنة إلى اقتصاد الصورة.

تلتقي اللغة بالاقتصاد ويتقاطعان في مكوناتهما التعريفية. ففي التعريفات باللغة، نجد أنها قدرة كامنة تجعل الفرد قادراً على تحقيق ذاته، وهو بالمقابل أحد تعاريف الاقتصاد والعملية على وجه التحديد.

ويذهب علماء الاجتماع، إلى أن هناك توازناً بين تطور اللغة وتطور العملة، وتشابهاً بين استخدام الكلمات واستخدام النقود، خاصة وأن كليهما يستمد قيمته من التبادل، وأن كليهما قيمة وحاجة اجتماعية، وأن كليهما نظام اجتماعي.

وبالمقابل يذهب علماء الاقتصاد، إلى أن اللغة هي القاسم المشترك للتجارة والاتصال، ومن ثم فهي عنصر من عناصر الازدهار الاقتصادي.

لذا، لا يمكن تصوّر تنمية بغير هويّة، ولا يمكن الحديث عن هويّة - أيّ هويّة - من دون هويّة لغوية. بل يذهب بعض الباحثين إلى أن اللغة هي أقدم تجليات الهوية، أو لنقل: هي التي صاغت أول هوية لجماعة في تاريخ الإنسان.

ورغم أن النسق الأيقوني يكتسي أهميته نظراً لوظائفه المتعددة: الوظيفة الجمالية، الوظيفة التوجيهية، الوظيفة التمثيلية، الوظيفة الإيحائية، الوظيفة الدلالية؛ رغم كل ذلك فإن الصورة والصوت واللون والحركة والموسيقى والديكور، ما هي إلا علامات سيميائية تهدف إلى إعادة صياغة المعنى اللساني المثبت باللفظ.

وهذا البحث إنما هو دراسة تحاول الكشف عن العلاقة بين اللغة والتنمية الاقتصادية في الجزائر؛ باعتبار اللغة عاملاً مهماً في الحراك الاقتصادي، ولها تأثير بالغ في بناء اقتصاديات الدول، لا سيما في ظل ظهور ما يسمى باقتصاد المعرفة، فقد أصبح من الضروري التعامل مع اللغة كسلعة رائجة، ومحفزة في بنية اقتصاد المعرفة، فإن ما يصطلح عليه الاقتصاد الرقمي يتركز أساساً على اللغة بوصفها أداة فاعلة في الانتاج وإقناع الزبون، وتندرج هاته الدراسة تحت ما يسمى باللسانيات الاقتصادية.

وقد وقع اختياري على الحقل الدراسي الذي تعنى به الرسالة ألا وهو "مؤسسة الاتصال موبيليس"، وذلك لما لهاته المؤسسات من انتشار، معتمدة على اللغة كأداة للوصول إلى شرائح المجتمع، وكسب عدد أكبر من الزبائن، من أجل تحقيق الأرباح المرجوة، فمن أجل معرفة دور اللغة في التنمية الاقتصادية في الجزائر جاء هذا البحث الموسوم ب: اللغة والتنمية الاقتصادية في الجزائر، مؤسسة الاتصال موبيليس أنموذجاً.

ولقد اتفق العلماء والمفكرون قديماً وحديثاً أنّ اللغة عصب حياة في المجتمع؛ إذ كانت ولا تزال أهمّ أدوات التواصل بين أفرادها، وبظهور المجتمعات المدنية الحديثة نتيجة التطوّر التكنولوجي وثورة الاتصالات ازدادت أهمية اللغة وتعدّدت وظائفها لتتجاوز وظيفة التواصل مختزقة جل مجالات الحياة الحديثة كالـتعليم والسياسة والإعلام والاقتصاد، الشيء الذي أدّى إلى تطوّر البحوث اللغوية الحديثة في مجالات اللسانيات التطبيقية والتي تبحث في دور اللغة وأثرها في مختلف جوانب حياة الإنسان، ومن أهمّ تلك الجوانب الجانب الاقتصادي، فللاقتصاد أهمية كبيرة بالنسبة للفرد والمجتمع والدولة، إذ تعتبر اللغة أحد عوامل التنمية الاقتصادية في المؤسسة؛ فيها تسنّ القوانين وتكتب الوثائق وتعقد الصفقات وتجري المراسلات وتحوسب المعلومات، غير أنّ كثيراً من رجال الاقتصاد والمؤسسات لا يولونها أية أهمية ممّا قد يعود سلباً على المؤسسة، وعليه فلا بدّ لجميع المؤسسات الاقتصادية من مراعاة تخطيط لغوي يساعدها في تحقيق نمو أكبر، وإغفال هذا البعد قد يكلفها ثمناً باهضاً ويعرقل توسعها وتطورها، فالاختيارات اللغوية في المؤسسة هي عامل من عوامل الربح أو الخسارة.

فلقد باتت اللغة بعد هذا التطور عاملاً حاسماً من العوامل ذات الصلة بالبنى الاقتصادية التحتية المعاصرة، فأضحى لزاماً تحديد القيمة الاقتصادية للخطاب اللغوي المستخدم في نشاطات التجارة، والأعمال، والعرض والطلب، كما بات من المسلم به أنّ هناك توازٍ مفاهيمي بين اللغة والاقتصاد، كون كل منهما أداة للتبادل، وتبني عليها الربح والخسارة، والانتشار وعدمه، فامتلاك اللغة والتحكم في مهارات التواصل مثل امتلاك النقود.

وقد أعطى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في تقريره عن التنمية البشرية في العالم العربي سنة 2003 أهمية بالغة للغة العربية مؤكداً دورها الفعال في مجتمع المعرفة والتنمية الاقتصادية والمعرفية والإنسانية؛ وذلك لما تزخر به من مرونة وتوليد وغنى معجمي وغنى الإمكانيات التحويلية، يؤهلها لمواكبة حركية التنمية البشرية في مجتمع المعرفة الحديث، ويتم تحقيق ذلك من خلال نقل المعرفة الحديثة بتعريبها وترجمتها، وحوسبة العربية، وتفعيل التخطيط اللغوي في شتى مجالات الحياة اجتماعياً وسياسياً واقتصادياً.

وقد توصلت الدراسات الحديثة والتي تعنى باللغة كمنظومة حياتية وقيمية، إلى أنّ هناك علاقة محورية وتبادلية بين التطور اللغوي والثقافي من جهة والتطور الاقتصادي والاجتماعي من جهة أخرى.

ويشير الدكتور "علي أمليل" في كتابه سؤال الثقافة، وهو يتحدث عن اللغة كمعطى ثقافي أنّ الثقافة ليست - كما يتصور - ذلك المضاف الذي ننمي به الفكر ونتمتع به الوجدان، حين نقرأ كتاباً أو نزور متحفاً أو نشاهد شريطاً سينمائياً، في أوقات نقتطعها من مشاغل الحياة اليومية، كنشاط مالي زائد على النشاط الاقتصادي والعمل الإداري أو المهن الحرة أو الممارسة السياسية، بل إنّ الثقافة اليوم هي أكثر من هذا كله، فهي مبادئ للسياسات، سواء تعلق الأمر بالسياسة الاقتصادية أو التعليمية التربوية وغيرها.

وعند الحديث عن اللغة باعتبارها وعاء للمعرفة ووطناً له، مثلها مثل باقي اللغات التي تتمتع برصيد علمي وثقافي يجعل منها منتجة للمعرفة ومتفاعلة معها، تظهر جلياً تلك العلاقة الجدلية الموجودة بين اللغة (وعاء المعرفة) وسياقات التنمية الاجتماعية والاقتصادية. وذلك إذا ما فعلت جوانبها المرتبطة بالإبداع ومواكبة العصرنة التكنولوجية، (كما تبقى اللغة هي مناط الأمل في بعث منظومة المعرفة العربية وإحيائها وتنميتها، وربطها بالتنمية الحديثة، حتّى تصبح العربية بالتعريب للعلوم والتكنولوجيا، تؤدّي مهمّة فاعلة في التّموّ الحقيقي للاقتصاد العربي، وذلك بتحويله من اقتصاد الرّيع المتواكل علمياً إلى اقتصاد أصيل ينمو نموّاً مستداماً).

ويعدّ قطاع الاتصالات من أهمّ القطاعات الاقتصادية الحديثة التي تلعب فيها اللغة دورا بالغ الأهمية باعتبارها عامل تنمية اقتصادية؛ إذ أن اللغة هي عامل التسويق في شركات الاتصال، وكلما كانت اللغة موظفة توظيفا يعتمد ابتداء على وجود رؤية لغوية أي تخطيط لغوي، وتمتع موظفو الشركة بأداء لغوي متميز كان انتشار الشركة أكثر، ومن ثمة تحقيق أرباح أكبر، أما إن كانت الشركة لا تعتبر اللغة عامل في تحقيق أرباحها وغاب عن أبعادها التخطيط اللغوي، فإن ذلك ينعكس سلبا على نموها، وأرباحها.

وفي ظل ظهور ما يسمى باقتصاد المعرفة، واللسانيات الاقتصادية، بات من الضروري التطرق للبعد الاقتصادي للغة، والتأكيد على أهمية التخطيط اللغوي من أجل تحقيق نماء اقتصادي، وتأتي هاته الدراسة محاولة للدفع بالتنمية الاقتصادية، بتناول اللغة كأداة فاعلة في جني الأرباح، وتفادي الخسارة، فلقد ظلت اللغة لأمد ليس بالبعيد، مقصية من حسابات الاقتصاديين الذين يقومون بدراسة الجدوى لأي مشروع تنموي اقتصادي.

وقد دفعني إلى اختيار هذا الموضوع أسباب ذاتية أجمالها في:

1. إتمام مسيرة البحث في مجال السياسات اللغوية، والذي كنت قد بدأت في مرحلة التدرج.
  2. اهتمامي بمجمل اللغة والتنمية الاقتصادية.
  3. التطرق لموضوع جديد، يدفع بعجلة التنمية إلى الأمام.
- وأسباب علمية أهمها:
4. اهتمام الباحثين (اللسانيين) العرب بالبعد الوصفي للغة وغضهم الطرف عن بعدها الوظيفي (الرمزي والاجتماعي والاقتصادي).
  5. إغفال دور اللغة في الاقتصاد الجزائري وعدم اعتماد المؤسسات تخطيطا لغويا واضحا، يسهم في النمو الاقتصادي.
  6. عدم إيلاء الاقتصاديين عناية كافية للمتغير اللغوي في نماذجهم الاقتصادية؛ بسبب غياب المعايير التي يمكن من خلالها التعامل مع هذا المتغير.
  7. عدم وضوح طبيعة العلاقة بين المتغير الاقتصادي والعنصر اللغوي الذي يتم توظيفه خلال سريان النشاطات العملية والاقتصادية.
  8. غياب قاعدة بيانات، وأرقام تبين دور اللغة في التنمية الاقتصادية.

وأهدف من هذا البحث إلى إبراز دور اللغة باعتبارها عاملا اقتصاديا هاما تترتب عليه التكلفة والأرباح والخسائر ويخضع له قانون العرض والطلب، وبيان أهميتها في الإشهار نموذجا، هذا المجال الذي تكون فيه اللغة واسطة بين الزبون والمؤسسة، والتنبيه إلى ضرورة اهتمام المؤسسات الاقتصادية بالاختيار والتخطيط اللغويين لزيادة نموها وتحقيق أرباح أكبر.

وسأحاول من خلال هذا البحث الإجابة على الأسئلة التالية:

- ما هو دور اللغة في التنمية الاقتصادية بالنسبة للفرد والمجتمع والمؤسسة؟
- ماهي العلاقة الموجودة بين التعدد اللغوي، والثراء الاجتماعي؟
- ما هو أثر التخطيط اللغوي في النمو الاقتصادي للمؤسسة؟
- كيف توظف اللغة في المؤسسات الاقتصادية؟

- هل اللغة إحدى معيقات التنمية الاقتصادية في الجزائر؟
- هل اللغة عبء على الاقتصاد الوطني أم إنها إحدى مقوماته؟
- ما هي العلاقة بين مؤشرات النمو الاقتصادي لشركات الاتصال الجزائرية واللغة؟
- هل هناك تخطيط لغوي مسبق لشركات الاتصال، يعتمد على توظيف اللغة كأداة فاعلة في تحقيق الأرباح؟
- هل تسهم هاته الشركات من خلال تخطيطها اللغوي في تصدير اللغة؟

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي مع المنهج الإحصائي في المجال التطبيقي، والذي يتلاءم مع طبيعة الموضوع المدروس، فضلا عن علميته وموضوعيته، وبتطبيقي لهذا المنهج سأحاول الوقوف على وظيفة اللغة، والعلاقة بين اللغة وتحقيق النمو الاقتصادي، وتحليل هذه الوسائل، إضافة إلى الاستعانة بالمنهج الإحصائي في تتبع الأداء اللغوي لمؤسسة موبيليس من خلال الإشهار، واحتساب نسبة اللغة في زيادة الأرباح ونقصها.

كما أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان بالجميل لسعادة الأستاذ الدكتور صالح خنور الذي لم يأل جهدا في مرافقتي وتوجيهي وتصويبي حتى يخرج البحث في هذه الحلة الجميلة، بالرغم من ندرة المراجع والأبحاث المتخصصة في هذا الحقل المعرفي، لكنه بحكمته وحصافته وجه مجداف هذا البحث حتى يصل إلي نتائج تثري الساحة المعرفية، والشكر موصول أيضا لرئيس لجنة المناقشة الأستاذ الدكتور عيساني عبد المجيد الذي تكرم بقبول ترؤسه لجنة المناقشة ومن خلاله جميع الأساتذة الذين تجشموا التعب لقراءة هذا البحث وتتبع هناته حتى تصوب.

## خطة العمل:

مقدمة

الفصل الأول: مفاهيم عامة

المبحث الأول: اللغة والاقتصاد ( تحديد المفاهيم)

المطلب الأول: اللغة

المطلب الثاني: الاقتصاد

المطلب الثالث: اللغة والاقتصاد

المبحث الثاني: اللغة والاتصال

المطلب الأول: الاتصال

المطلب الثاني: الاتصال اللغوي

الفصل الثاني: علاقة اللغة بالاقتصاد في الجزائر ( الإطار النظري)

المبحث الأول: الأهمية والبعد الاقتصادي للغة ووظيفتها ودورها في ارتفاع مستوى المعيشة لدى الفرد

المطلب الأول: الأهمية الاقتصادية للغة

المطلب الثاني: البعد الاقتصادي للغة

المطلب الثالث: وظيفة اللغة الاقتصادية

المطلب الرابع: دور اللغة في ارتفاع مستوى المعيشة لدى الفرد وتحقيق الأرباح

المبحث الثاني: سوق اللغات في الجزائر وتأثير العوامل الاقتصادية في التطور اللغوي



المطلب الأول: سوق اللغات في الجزائر من خلال التعدد اللغوي  
المطلب الثاني: تأثير العوامل الاقتصادية في التطور اللغوي  
المطلب الثالث: الاحتكاك اللغوي والصراع اللغوي والتعدد اللغوي وأثر كل منها على الاقتصاد في الجزائر  
المطلب الرابع: السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي في الجزائر وأثرها في النمو الاقتصادي الوطني  
الفصل الثالث: أثر اللغة في التنمية الاقتصادية في شركات الاتصال ( الإطار التطبيقي)

المبحث الأول: مفاهيم ومصطلحات

المطلب الأول: مفاهيم الخطاب

المطلب الثاني: مفهوم الأشهار

المطلب الثالث: مفهوم الإعلان وأهدافه

المبحث الثاني: أبعاد الأشهار

المطلب الأول: البعد الثقافي في الأشهار

المطلب الثاني: البعد اللغوي في اللغة الأشهارية

المبحث الثالث: التواصل اللغوي والرمز والوظيفة الدلالية للغة

المطلب الأول: التواصل اللغوي

المطلب الثاني: الرمز والوظيفة الدلالية للغة

المبحث الرابع: الخطاب الإشهاري

المطلب الأول: الخطاب الأشهاري ( البنية والوظيفة)

المطلب الثاني: البعد الخيالي في الأشهار

المطلب الثالث: سيميائية الخطاب الأشهاري

المطلب الرابع: السيمياء في معاجم اللغة

المطلب الخامس: السيمياء كمصطلح

المطلب السادس: السيميائية الأشهارية

المطلب السابع: أشكال الخطاب الإشهاري

المطلب الثامن: أنواع الخطاب الأشهاري

المطلب التاسع: عناصر الخطاب الأشهاري

المطلب العاشر: شعار الأشهار التجاري

المطلب الحادي عشر: الخطاب الأشهاري بين التقرير والابحاء ( البلاغة الأشهارية)

المطلب الثاني عشر: المقاربة المنهجية في التحليل الخطاب الأشهاري

الفصل الرابع: اللغة في مؤسسة الاتصال ( موبيليس)

المبحث الأول: موبيليس

المطلب الأول: الدراسة التطبيقية للاختيارات اللغوية لموبيليس (الدراسة الوصفية التحليلية للإشهارات)

المطلب الثاني: التحليل

المبحث الثاني: الأداء اللغوي

المطلب الأول: مفهوم الأداء اللغوي

المطلب الثاني: مستوى التحليل الأداء اللغوي

المبحث الثالث: البحث التسويقي

المطلب الأول: العلاقة بين المنظور الإعلاني والنمو الاقتصادي

المطلب الثاني: العلاقة بين الاختيارات اللغوية والنمو الاقتصادي

خاتمة

الفصل الأول

مفاهيم عامة

## المبحث الأول: اللغة والاقتصاد "تحديد المفاهيم"

### 1. اللغة.

#### اللغة في الاصطلاح المعجمي.

تعددت تعريفات اللغة لدى اللغويين أنفسهم، القدماء منهم والمُحدّثين. وإن لم تستطع التعريفات الحديثة للغة أن تتجاوز التعريف الموضوعي للأقدمين. كما أن تعريف اللّغة بوظيفتها يختلف عن تعريفها بحقيقتها وعلاقتها بالإنسان. فمن ناظر إليها على أنّها ظاهرة صوتية، من خلال طبيعتها الصوتية، دون أن يهمل وظيفتها الاتصالية أو التواصلية. فاللغة عنده: ما يعبر به كل قوم عن أغراضهم<sup>(1)</sup>. وهي لدى البحث في اشتقاقها من الفعل "لغا": "أصله من لغوت إذا تكلمت ومصدره اللغو وهو الطرح بالكلام لكثرة الحاجة إليه يرمى به وحذفت الواو تخفيفاً". واللغة أيضاً: "الكلام المصطلح عليه بين كل قبيل".<sup>(2)</sup> وقد تحكمت الطبيعة الصوتية للغة في تعريفها لدى اللغويين، فأوردوا مرادفات الصوتية كاللّحن واللسان واللّسن والكلام والحرف. بل صرّح بعضهم بدلالاتها الصوتية في تعريفها: "واللغة: اللسن، وحدها: أنّها أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم".<sup>(3)</sup> "واللغة العربية ما نطق به العرب".<sup>(4)</sup> ومنهم من نظر إلى جانب الصنعة فيها، حيث وصفها ابن خلدون بقوله: "اعلم أنّ اللغات كلها ملكات شبيهة بالصناعة، إذ هي ملكات في اللسان للعبارة عن المعاني، وجودتها وقصورها بحسب تمام الملكة أو نقصانها، وليس ذلك بالنظر إلى المفردات، وإنما هو بالنظر إلى التراكيب".<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> ابن جنيّ أبي الفتح عثمان: الخصائص، تحقيق محمد علي النجار، دار الهدى للنشر، الجزء لأول، الطبعة الأولى، بيروت (1952)،

ص: 33. - محمد عبد الرؤوف المناوي، التوقيف على مهمات التعاريف، تحقيق: د. محمد رضوان الداية، دار الفكر المعاصر، دار الفكر - بيروت، دمشق، الطبعة الأولى، 1410هـ، - (ص 621)

<sup>(2)</sup> محمد عبد الرؤوف المناوي، م. س: (ص 622). محمد بن السيد حسن، الرموز على الصحاح، تحقيق: د محمد علي عبد الكريم الرديني، دار أسامة - دمشق - 1986، الطبعة الثانية - (ص 63): " في مادة لغا، قال: واللغة أصوات بما يعبر كل قوم عن أغراضهم، أصلها لغى أو لغو، ج لغى ولغات. وقال بعضهم: سمعت لغاتهم بفتح التاء وشبهها بالتاء التي يتوقف عليها بالهاء". محمد بن أحمد بن الأزهر الأزهرى الهروي أبو منصور، الزاهر في غريب ألفاظ الشافعي، تحقيق: د. محمد جبر الألفي، منشورات وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية - الكويت، الطبعة الأولى، 1399هـ، - (ص 67): واللغة مأخوذة من لغا إذا تكلم، وهي في الأصل لغوة نقص منها الواو. إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت، الطبعة الرابعة، 1407 هـ - 1987 م، (ج 6 / ص 248) واللغو: ما لا يعد من أولاد الابل في دية أو غيرها لصغرها. وقال: ويهلك بينها المرئي لغوا\* كما ألغيت في الدية الحوارا. واللغة أصلها لغى أو لغو، والهاء عوض، وجمعها لغى مثل بُرة وبُرى، ولغات أيضا. . . والنسبة إليها لغوي ولا تقل لغوى.

<sup>(3)</sup> محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت - (ج 1 / ص 158) (ج 3 / ص 363) - - (ج 3 / ص 364). أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي، الحكم والمحيط الأعظم، تحقيق عبد الحميد هندواوي، دار الكتب العلمية،

2000م، بيروت - (ج 6 / ص 62) - (ج 8 / ص 497). إبراهيم مصطفى. أحمد الزيات. حامد عبد القادر. محمد النجار، المعجم الوسيط، دار الدعوة، تحقيق ونشر: مجمع اللغة العربية - (ج 1 / ص 167)

<sup>(4)</sup> أحمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي، المصباح المنير، المكتبة العلمية، بيروت - (ج 2 / ص 400)

ومنهم من نظر إلى طبيعتها الاجتماعية، فقد عرّفها ابن حزم بأنها: " أَلْفَاظٌ يَعْبُرُ بِهَا عَنِ الْمَسْمِيَّاتِ، وَعَنِ الْمَعَانِي الْمُرَادِ إِفْهَامَهَا، وَلِكُلِّ أُمَّةٍ لُغَتُهُمْ". (2) وهي عند بعضهم: " مخلوق يُشكّل المجتمع الذي يعيش فيه، وليست من الأمور التي يصنعها فردٌ معين أو أفراد معينون وإنما تخلقها طبيعة الاجتماع، وتنبت عن الحياة الجمعية، وما تقتضيه هذه الحياة من تعبير عن الخواطر، وتبادل للأفكار". (3)

ويرى الدكتور محمود فهمي حجازي أن تعريف ابن جني للغة بـ"أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم": " تعريف دقيق، يذكر كثيراً من الجوانب المميزة للغة. أكد ابن جني أولاً الطبيعة الصوتية للغة، كما ذكر وظيفتها الاجتماعية في التعبير ونقل الفكر، وذكر أيضاً أنها تستخدم في مجتمع فلكل قوم لغتهم. ويقول الباحثون المحدثون بتعريفات مختلفة للغة، وتؤكد كل هذه التعريفات الحديثة الطبيعة الصوتية للغة، والوظيفة الاجتماعية للغة، وتنوع البيئة اللغوية من مجتمع إنساني لآخر". (4)

ومنهم من نظر إلى شكل اللغة ووظيفتها التواصلية: " اللغة هي نسق من الإشارات والرموز، تشكل أداة من أدوات المعرفة، وتعتبر اللغة أهم وسائل التفاهم والاحتكاك بين أفراد المجتمع في جميع ميادين الحياة". (5)

### اللغة في عرّف علم اللسانيات

تُجمّع معظم الدراسات الحديثة على أن اللسانيات - أي علم اللغة - هي: دراسة الظواهر اللغوية وما يتصل بها من مناحي الاتصال بالعلوم الأخرى. (6) فدراسة الظواهر اللغوية وحدها، دون التعرض لعلاقتها بالعلوم الأخرى، تعني أننا ندرس علم الأصوات وعلم النحو وعلم الصرف وعلم الدلالة، وهو ما يسمى باللسانيات النظرية.

أما حين نتعرض لعلاقة الظواهر اللغوية بالعلوم الأخرى فإننا ندخل مجال اللسانيات التطبيقية التي تطبق الدرس اللساني النظري وتضم علومًا شتى أبرزها: اللسانيات الاجتماعية، اللسانيات النفسية، اللسانيات الجغرافية، اللسانيات العصبية، اللسانيات التربوية، اللسانيات الأجناسية. . . وهناك فروع أخرى كاللسانيات الرياضية والحاسوبية والبيولوجية والنوعية والأسلوبية. (7)

مطلب الثالث: اللغة في اصطلاح علم اللسانيات الاجتماعية

ينظر علم اللسانيات الاجتماعية إلى اللغة في سياقها الاجتماعي، فيفحص الدور الذي تلعبه في المجتمع ويهتم بطرق تأثير اللغة بالتدريس والطبقة الاجتماعية والجنس والعرق والمحيط الجغرافي. كما يدرس تبادلية التأثير بين اللغة والمجتمع، فاللغة تسهم في تغيير سلوكيات الفرد خاصة والمجتمع عامة. (1)

(1) ابن خلدون عبد الرحمن بن محمد بن خلدون الحضرمي، المقدمة، دار القلم، 1984، بيروت - (ص 554)

(2) علي بن أحمد بن حزم الأندلسي أبو محمد، الإحكام في أصول الأحكام، دار الحديث، 1404هـ، القاهرة، ج 1 ص 46

(3) علي عبد الواحد وافي: اللغة والمجتمع، الطبعة الرابعة، شركة مكتبات عكاظ للنشر والتوزيع: ص 6.

(4) محمود فهمي حجازي، علم اللغة العربية، الكويت، وكالة المطبوعات، 1973: ص 9-10.

(5) rd). (The American Heritage Dictionary of the English Language "language". الطبعة 3. Boston: Houghton Mifflin Company. 1992

(6) قدور، أحمد محمد، 2008، مبادئ اللسانيات، دار الفكر، دمشق: ص 22

(7) بوجعة وعلي، (2018)، اللغة العربية والتنمية: المسيرات والمعوقات، دار إي كتب، لندن: ص 29

لذا، فإن اللغة في عُرف اللسانيين الاجتماعيين هي " ذلك الجزء من اللسانيات الذي يتقاطع ميدانه مع سوسولوجية اللغة والجغرافيا اللسانية وعلم اللهجات والإثنولسانيات؛ بحيث تكون مهمة السوسولوجيا اللسانية هي إبراز العلاقات الممكنة بين تنوع الظواهر اللسانية والاجتماعية، وضروب التأثير المتبادل بينها، أخذا بعين الاعتبار حالة المتكلم ووضعيته الاجتماعية وأصله ومهنته، كمعطيات اجتماعية مرتبطة بإنجازاته اللغوية".<sup>(2)</sup>

ويتحدد مفهوم اللغة في عُرف السوسولوجيا اللسانية بموضوع علم اللسانيات الاجتماعية أي ما يدرسه هذا العلم. فهي عند Encrevé P. اللغة المستعملة في المجموعة اللغوية، أي اللغة المستعملة يوميا.<sup>(3)</sup> وينظر ج. فيشمان إلى اللغة باعتبار من يتكلمها كموعات وفي أي سياق؟ ومع من يتكلمها؟ أي أنه يُعنى بالجانب التأثيري والتأثري للغة في السياق الاجتماعي.<sup>(4)</sup> ويجمع فينيغان بين النظريتين الأخيرتين عند Encrevé P. و Joshua Fishman إذ يرى أن اللغة في عُرفهم هي اللغة المستعملة يوميا ذات التأثير في التفاعل الاجتماعي سواء كانت منطوقة أو مكتوبة.<sup>(5)</sup> مهما يكن من أمر، فإن اللسانيات الاجتماعية كعلم يتقاطع مع علوم: التاريخ والجغرافيا والاجتماع، من حيث اهتمامه بدراسة التصنيف التاريخي والجغرافي والاجتماعي للغة.

### اللغة في عُرف علم اللغة الاجتماعي

يُعتبر علم اللغة الاجتماعي قسما من ضمن قسامين يتفرعان عن اللسانيات الاجتماعية، هما: سوسولوجية اللغة وهي دراسة اللغة في سياقها الجغرافي أي ما يصطلح على تسميته بالخريطة اللغوية<sup>(6)</sup>؛ وسوسولوجيا اللسانية التي تركز على دراسة الأشكال اللغوية الصوتية والصرفية والتركيبية والمعجمية. وينظر علم اللغة الاجتماعي إلى اللغة من حيث هي بنية متفاعلة ذات ارتباط بوظائف اجتماعية وثقافية<sup>(1)</sup>، ومن حيث هي كذلك ظاهرة تربطها قوانين وعلاقات بالمجموعات البشرية.<sup>(2)</sup>

Afrique ،Casablanca ،Applications of modern linguistics ،(1994)،<sup>(1)</sup>Ennaji M. Sadiqi F p. 65 ،orient

p. 444 ،Larousse ،Paris ،Dictionnaire de linguistique،(1973) ،<sup>(2)</sup>Dubois et autres

<sup>(3)</sup>العشيري، محمد نافع، (2007-2008)، المشهد اللغوي المغربي، دراسة في ضوء الازدواجيات المترابطة، رسالة دكتوراه، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة فاس ظهر المهراس: ص 23

،Mass ،Rowley ،a brief introduction ،Sociolinguistics،(1970) ،<sup>(4)</sup> Fishman Joshua p. 18 ،Newbury House

<sup>(5)</sup>فينيغان إدوارد، (2009)، السوسولوجيا اللسانية والقانون: دليل السوسولوجيا اللسانية، فلوريان كولماس، ترجمة خالد الأشهب، ماجدولين النبيهي، الطبعة الأولى، منشورات المنظمة العربية للترجمة، بيروت: ص 897

<sup>(6)</sup>يعتبر كريستيان بايلون أن اللسانيات الاجتماعية تتناول مباحث من صميم تخصصها كالإثنولسانيات وسوسولوجية اللغة وعلم اللهجات. فيما فرّق هيدسون تايلور بين السوسولوجيا اللسانية وسوسولوجية اللغة، معتبرا أن الفرق بينهما يقوم على ما إذا كان الباحث يهتم باللغة أم بالمجتمع، وبناءً على ما إذا كان ماهرا في تحليل البنيات اللغوية أم البنيات الاجتماعية. راجع: العشيري، محمد نافع، (2007-2008)، م. س: ص 26-31.

ويعد علم اللغة الاجتماعي علما حديثا نسبيا، برز في أواخر الستينيات وأوائل السبعينيات. وهو فرع من الفروع الملحقة بعلم اللغة. وأكثر ما لقي الاهتمام والدراسة من الإنجليز، بينما أهمل الاتجاه البنوي الأوروبي والأمريكي البعد الاجتماعي للغة. واستبعد الاتجاه التوليدي التحويلي علاقة اللغة بالمجتمع.<sup>(3)</sup>

ويعود هذا الاختلاف في النظرة إلى أسباب أبرزها تباين المناخ المعرفي واختلاف المرامي عند الدارسين. فبينما بنى دوسوسير نظريته البنوية على ثنائية اللغة والنطق متأثرا بثنائية العقل الجماعي والعقل الفردي عند إميل دوركهايم؛ تأثر ليونارد بلومفيلد بانشغال الساحة الثقافية الأمريكية في عصره باللهجات وبعلم النفس السلوكي.<sup>(4)</sup>

## 2. الاقتصاد

### الاقتصاد لغة واصطلاحا:

نظرا لتداخل هذا المفهوم مع مفاهيم أخرى، هي، في حقيقة الأمر، نتيجة له أو هو نتيجة لها كالتقدم والتقدم<sup>(5)</sup>، أو هو مظهر من مظاهرها كالتنمية، فإنه تتعدد الآراء حول تعريف الاقتصاد، نتيجة لذلك، ولإسقاط المفهوم نفسه على حيز ترابي.<sup>(6)</sup> لذا، فإن هنالك مفاهيم عديدة ومختلفة للاقتصاد، يعود اختلافها وتعددتها إلى الأساس والمنهج العلمي الذي يستند إليه الباحثون في تحديد مفهوم الاقتصاد. والاقتصاد الذي يعيننا هنا: يُعرّف لغويا بأنه التوسط بين الإسراف والتقتير، أي التوسط في الإنفاق بين البخل والتبذير، يقول الجوهري: "القصدُ بين الإسراف والتقتير، يقال: فلان مُقْتَصِدٌ في النفقة"<sup>(7)</sup>. وهكذا، فإن الاقتصاد في اللغة العربية، مرادف للاقتصاد أو لخفض الإنفاق.

والاقتصاد عموما هو النشاط البشري الذي يشمل إنتاج وتوزيع وتبادل واستهلاك السلع والخدمات. وهو أيضا مصطلح يشمل مفاهيم كثيرة، منها أن الاقتصاد هو المفهوم الذي تدرسه العلوم الاقتصادية (الاقتصاد)، وهذا الأخير يركز على النظريات الاقتصادية والإدارية لتنفيذها. وبالتالي يمكن اعتبار مصطلح اقتصاد بديلاً عن "الاقتصاد السياسي". وهو أيضا العلم الاجتماعي الذي يهتم بتحليل الأنشطة التجارية، وبمعرفة كيفية إنتاج السلع والخدمات. ويدرس علم الاقتصاد الطريقة التي تُنتج بها الأشياء

<sup>(1)</sup> بشر، كمال، (1997)، علم اللغة الاجتماعي: المدخل، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع: ص 41

<sup>(2)</sup> نحر، هادي، (1997)، علم اللغة الاجتماعي عند العرب، الطبعة الأولى، الجامعة المستنصرية، بغداد: ص 9

<sup>(3)</sup> الموسى، نهاد، (2005)، اللغة العربية في مرآة الآخر، مثل من صورة العربية في اللسانيات الأمريكية، الطبعة الأولى، المؤسسة العربية للدراسات والنشر: ص 58

<sup>(4)</sup> بشر، كمال، (1997)، م. س: ص 52-57

<sup>(5)</sup> Brunet-Jailly Joseph، "La contribution des langues au développement"، Cah. Sci. Hum. 27(3-4)1991، p. 316

<sup>(6)</sup> Khennour Salah، "Langues et developpement humain durable en Algérie"، Thèse de، Univers. Aix-Marseille1، 2007، p. 74-85

<sup>(7)</sup> الجوهري، م. س، (ص 560)

التي يرغب فيها الناس وكذلك الطريقة التي توزع بها تلك الأشياء. كما يدرس الكيفية التي يختار بها الناس والأهم الأشياء التي يشترونها من بين الحاجات المتعددة التي يرغبون فيها. (1)

كما قد يشير المصطلح إلى الحالة الاقتصادية لبلد أو منطقة ما، وهذا يعني وضعها الاقتصادي، فيما يتعلق بالدورة الاقتصادية، أو وضعها الهيكلي. وهنا يكون مصطلح الاقتصاد مرادفا لكل من الأسلوب - النهج - أو النظام الاقتصادي. وقد يكون الاقتصاد في الواقع نتيجة لزيادة كفاءة التنظيم الداخلي لشركة ما أو على المستوى الفردي. (2)

ويعرف خبراء الاقتصاد الإسلامي الاقتصاد بأنه: العلم الذي يبحث في كيفية إدارة واستغلال الموارد الاقتصادية النادرة لإنتاج أمثل ما يمكن إنتاجه من السلع والخدمات لإشباع الحاجات الإنسانية من متطلباتها المادية التي تتسم بالوفرة والتنوع في ظل إطار معين من القيم والتقاليد والتطلعات الحضارية للمجتمع، كما يبحث في الطريقة التي توزع بها هذا الناتج الاقتصادي بين المشتركين في العملية الإنتاجية بصورة مباشرة ( وغير المشتركين بصورة غير مباشرة ) في ظل الإطار الحضاري نفسه. (3) أما الاقتصاد الإسلامي فهو، عندهم، في الاصطلاح: " الأحكام والقواعد الشرعية التي تنظم كسب المال وإنفاقه وأوجه تنميته ". (4)

وتعبير آخر: العلوم الاقتصادية: هي دراسات منظمة للقوانين الموضوعية التي تتحكم في المجتمع في حياته الاقتصادية، والمذهب الاقتصادي هو عبارة عن نهج خاص للحياة، يطالب أنصاره بتطبيقه لتنظيم الوجود الاجتماعي على أساسه، بوصفه المخطط الأفضل الذي يحقق للإنسانية ما تصبو إليه من رخاء وسعادة على الصعيد الاقتصادي. وعلى هذا، فالمذهب هو دعوة عمل وتصميم، والعلم ككشف أو محاولة كشف عن حقيقة وقانون. لهذا السبب كان المذهب عنصراً فعالاً وعاملاً من عوامل الخلق والتجديد، وأما العلم فهو يسجل ما يقع في مجرى الحوادث الاقتصادية كما هو دون تصرف أو تلاعب. وعلى هذا الأساس، فقوانين المادية التاريخية علم، والنهج الاشتراكي مذهب - حسب ماركس - والقوانين الطبيعية علم، والنهج الرأسمالي مذهب - حسب آدم سميث وريكاردو -. (5)

إن ما قصد إليه النهجان - في الواقع - من إصباغ صفة العلم على نهجيهما، هو التدويل لكل نهج من جهته، وجعله صالحاً لتطبيقه لكل شعب على وجه الأرض، ولكل زمان ومكان، بغية مد هيمنته وسيطرته على العالم أجمع. (6)

مهما يكن، فإن الاقتصاديين يُعرفون الاقتصاد بأنه العلم الذي يُعنى بدراسة كيفية إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها. ويعني الاقتصاديون بالسلع والخدمات كل ما يمكن أن يباع ويشترى. ويعنون بالإنتاج معالجة السلع والخدمات وتصنيعها. أما كلمة توزيع فيعنون بها الطريقة التي يتم بها تقسيم السلع والخدمات بين الناس. (1)

(1) مجموعة من العلماء والباحثين، الموسوعة العربية العالمية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، 1419 - 1999، الطبعة: 2، (ج 2 ص 2)

(2) Marshall (1879). The Economics of Industry (باللغة الإنجليزية Alfred et Mary Paley (1879). The Theory of Political Economy، Jevons. 2/252 Books: ص 14/278 (باللغة الإنجليزية) (الطبعة 2): ص 14/278.

(3) إبراهيم دسوقي أباطة، الاقتصاد الإسلامي مقوماته ومناهجه، دار لسان العرب، لبنان، منشورات يوسف خياط (ص 6)

(4) مسفر بن علي القحطاني، النظام الاقتصادي في الإسلام، جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، 1423 هـ / 2002م - (ص 1)

(5) نعيمة شومان، الإسلام بين كينز وماركس وحقوق الإنسان في الإسلام، دار الرسالة، دمشق، 1996م: ص 5

(6) نعيمة شومان، م. س: - (ص 3-4)



ويعتبر علم الاقتصاد (economics) فرعاً من فروع العلوم الاجتماعية، ويهتم بمشكلة الموارد النادرة أو المحدودة واستعمالها على نحو يسمح بالحصول على أكبر إشباع لحاجات المجتمع غير المحدودة. وعبارة أخرى علم إدارة الموارد المحدودة لتلبية حاجات غير محدودة. فموضوعه هو الثروة الاجتماعية من جهة، وسلوك الإنسان الاقتصادي من جهة ثانية. فهو أحد وجوه النشاط الإنساني في العالم، وهو النشاط الذي يشتمل على جميع تصرفات الأفراد التي تتصل بكل من الإنتاج والتوزيع والاستهلاك التبادل، وما يتفرع عنها من ظواهر اقتصادية مثل التنمية والدخل والادخار والاستثمار والتضخم والدورات الاقتصادية والبطالة وغيرها. (2)

فالنشاط الاقتصادي واحد من أهم جوانب السلوك الإنساني العام. ووحدة شخصية الإنسان تؤدي إلى انعكاس الأوضاع الاقتصادية في مختلف المجالات القانونية والسياسية والفكرية للمجتمع. ولهذا فقد عدَّ كارل ماركس Karl Marx البنيان الاقتصادي للمجتمع الأساس الذي تستند إليه جميع البنى الفوقية من قانونية وسياسية واجتماعية. حتى المعارضون لفكره لا ينكرون أن التطور الاقتصادي يمثل وجهاً من وجوه التطور في التاريخ لا بد له من أن ينسجم مع الوجوه الأخرى، ويسير معها في الاتجاه نفسه، وقد يسببها أو ينتج عنها. أي إنه قد يسبقها، وقد يتبعها. وبذلك فإن تحليل المجتمع لا يمكن أن يكون تاماً إذا استبعد الجانب الاقتصادي من التحليل، كما أن دراسة الجانب الاقتصادي للمجتمع لا تكون كاملة إذا استبعدت الجوانب النفسية والسياسية والقانونية والاجتماعية من الدراسة أيضاً. (3)

### نشأة مفهوم الاقتصاد

يعتبر علم الاقتصاد بمفهومه الحديث - وخاصة السياسي منه (4) - حديث الولادة، فهو لم يحدث - بالمعنى الدقيق للكلمة - إلا في بداية العصر الرأسمالي، منذ أربعة قرون تقريباً، وإن كانت جذورها البدائية تمتد إلى أعماق التاريخ، فقد ساهمت كل حضارة في التفكير الاقتصادي بمقدار ما أتت لها من إمكانيات، غير أن الاستنتاج العلمي الدقيق الذي نجده لأول مرة في علم الاقتصاد السياسي، مدين للقرون الأخيرة.

اهتم الناس بالمسائل الاقتصادية منذ القدم. وكان من بين أقدم النظم الاجتماعية - الاقتصادية - النظم التي تتضمن عوامل اجتماعية واقتصادية مشتركة - نظام العزبية - نسبة إلى عزبة. وقد هيا ذلك النظام الحلول للمسائل المتعلقة بكيفية إنتاج السلع وتوزيعها في مجتمع زراعي. وتحت ذلك النظام، يقوم ملاك الأرض بتأجيرها للمستأجرين أو باستخدام العمال للعمل على الأرض

(1) الموسوعة العربية العالمية، م. س. - (ج 2 / ص 3)

(2) Barr (2004) Economics of the Welfare State, 4th ed, Oxford University Press, p. 9

(3) Stiglitz (2000) Economics of the Public Sector, 3rd ed, Norton Press, p. 19

(4) فنحن حين نطلق كلمة: (الاقتصاد الإسلامي) مثلاً، لا نعني بذلك علم الاقتصاد السياسي مباشرة، لأن هذا العلم حديث الولادة نسبياً، ولأن الإسلام دين دعوة ومنهج حياة وليس من وظيفته الأصلية ممارسة البحوث العلمية. وإنما نعني بالاقتصاد الإسلامي: المذهب

الاقتصادي للإسلام، الذي تتجسد فيه الطريقة الإسلامية في تنظيم الحياة الاقتصادية، بما يملك هذا المذهب ويدل عليه من رصيد فكري، يتألف من أفكار الإسلام الأخلاقية والأفكار العلمية الاقتصادية أو التاريخية التي تتصل بمسائل الاقتصاد السياسي أو بتحليل تاريخ المجتمعات

البشرية. راجع: محمد باقر الصدر، م. س: ص 21

مقابل أجر. وما زال هذا النظام ساريًا في عالم اليوم في بعض البلدان. وقد بدأ نظام العزبية منذ نهاية الإمبراطورية الرومانية، وانتشر في غرب أوروبا. وبحلول القرن الثاني عشر الميلادي، نمت المعارضة لذلك النظام، وأدى التطور الاقتصادي إلى نمو المدن والدول، حيث كانت لكل واحدة منها نظرتها المختلفة لمبدأ تقسيم السلطة. وقد تلاشى النظام العزبي أولاً في غرب أوروبا ولكنه بقي في بعض الأجزاء الأخرى من أوروبا حتى القرن التاسع عشر.<sup>(1)</sup>

ولم يتم تطوير النظريات الرئيسية الأولى الخاصة باقتصاديات الأمم إلا في القرن السادس عشر الميلادي، أي بداية فترة النزعة التجارية. وقد آمن أصحاب النزعة التجارية أن على الحكومة أن تمارس تنظيم النشاط الاقتصادي لتحويل الميزان التجاري لمصلحتها. وقال هؤلاء: إن الأمم يمكنها زيادة الكمية المعروضة من المال من خلال تصدير المزيد من المنتجات مقارنة بما تستورد. وكان معظم هؤلاء يجذون الاعتماد على التعرفة الجمركية المرتفعة والموانع الأخرى لتحديد الواردات وتقييدها.

وخلال القرن الثامن عشر، هاجمت مجموعة من الكتاب الفرنسيين، تسمى الفيزوقراطيين، النزعة التجارية. وكان هؤلاء يؤيدون التقليل من تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية. كما أنهم كانوا أول من استعمل المصطلح دعه يعمل من بين الاقتصاديين، ليعني عدم تدخل الحكومة. كما أن الفيزوقراطيين كانوا أول من بدأ الدراسة المنظمة للكيفية التي تعمل بها الأنظمة الاقتصادية. ويعتقد معظم الاقتصاديين الحاليين آدم سميث أبا الاقتصاد الحديث. وقد بنى سميث وهو أستاذ فلسفة أسكتلندي مذهبه على بعض المبادئ والأفكار الخاصة بالفيزوقراطيين ولكنه كان يمتلك فهمًا أفضل لكثير من الأنشطة الاقتصادية. ويضم كتاب سميث ثروة الأمم (1776م) الكثير من الأفكار التي لا يزال الاقتصاديون الحاليون يقبلونها أساسًا للسوق الحر. وقد قال سميث بأن المنافسة الحرة وكذلك التجارة الحرة، كفيلتان بمساعدة الاقتصاد على النمو. كما قال بأن المهمة الرئيسية للحكومة في الحياة الاقتصادية، يجب أن تكون العمل على تأكيد المنافسة الفعالة.<sup>(2)</sup>

عاش سميث إبان حقبة الثورتين الأمريكية والفرنسية، وتوافق تشديده على الحرية الاقتصادية مع الاعتقاد المتزايد بالحرية السياسية الذي سرى خلال تلك الفترة. وبدأ الناس يتقبلون أفكار سميث، كما جرى تطوير النظريات الجديدة عن اقتصاد السوق الحر. وقد أطلق على سميث وأتباعه مصطلح الاقتصاديين الكلاسيكيين.

وقد كتب ثلاثة من الاقتصاديين البريطانيين الذين عاشوا في أواخر القرن الثامن عشر الميلادي، بعضًا من أكثر الأعمال نفوذًا وتأثيرًا في الفكر الاقتصادي؛ فقد نشر ديفيد ريكاردو حُججًا قوية تدعم التجارة الحرة بين الدول. أما توماس روبرت مالتوس فقد تحدى بعضًا من أفكار سميث ولكنه طور بعضها الآخر لمدى أبعد. وقد حذر مالتوس من أنه إذا ترك العنان لأعداد السكان لتستمر في النمو، فإن الأمم سوف لن تتمكن في يوم من الأيام من إنتاج ما يكفيها من طعام. وقد اقترح جون ستيوارت مل أن توزع الأرباح بصورة أكثر مساواة بين المستخدمين والعمال.

عارض بعض الكتاب الفكرة التي تقول إن المنافسة تقود للنماء الاقتصادي. وكان من أكثرهم تأثيرًا كارل ماركس وهو فيلسوف ألماني عاش في القرن التاسع عشر. ففي كتابه رأس المال فسر ماركس التاريخ البشري الحديث بأنه صراع بين الطبقة التي تملك الصناعة والطبقة العاملة. وأعلن أن الاقتصاد الحر سيقود إلى كساد يتزايد بشكل خطير، وفي نهاية المطاف يؤدي إلى وقوع

<sup>(1)</sup> سالم توفيق النجفي، أساسيات علم الاقتصاد، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2000. - (ص 23)

<sup>(2)</sup> الموسوعة العربية العالمية، م. س. - (ج 2 / ص 24)

ثورة يقوم بها العمال. وفي البيان الشيوعي، حث ماركس وصديقه فريدريك أنجلز، العمال على التمرد على أرباب أعمالهم، وبشرا باقتصاد تمتلك فيه الطبقة العاملة كل الممتلكات. وقد وفرت نظريات ماركس الأساس لبناء الشيوعية. (1)

ومع أواخر القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين الميلاديين، بدأ الاقتصاديون في استخدام الطرق العلمية في دراسة المشكلات الاقتصادية؛ ففي فرنسا، توصل ليون وارس إلى صيغة رياضية تبين كيف أن أي جزء من الأجزاء المكونة للاقتصاد لا بد أن يعتمد في عمله على كل الأجزاء المتبقية. وحث الأمريكي، ويسلي كليير ميتشيل، من جهته الاقتصاديين على استعمال الإحصاء لاختبار نظرياتهم، ودرس كذلك تعاقب فترات الازدهار والكساد.

وقد أدى الكساد الكبير في ثلاثينيات القرن العشرين الميلادي إلى أن يشرع الاقتصاديون في البحث عن تفسير جديد لفترات الكساد. وهاجم الاقتصادي البريطاني، جون ماينرد كينز الأفكار التي تقول إن الأسواق الحرة تقود دائماً إلى الرخاء والتوظيف الكامل. ففي كتابه النظرية العامة للتوظيف والفائدة والمال، لمح كينز إلى أن الحكومات بوسعها المساعدة في إنهاء الكساد وذلك بزيادة إنفاقها. كما بدأ اقتصاديون آخرون في دراسة الطرق التي تمكّن من قياس درجة النشاط الاقتصادي. فقد طور سيمون كوزنتز مع بعض اقتصاديي الولايات المتحدة الآخرين طرق قياس الناتج القومي الإجمالي والدخل القومي وغيرها من العوامل الاقتصادية. (2)

وخلال ستينيات وسبعينيات القرن العشرين الميلادي، رفضت مجموعة من الاقتصاديين تسمى النقديين الكثير من نظريات كينز وأتباعه. وخلافاً لما نادى به كينز، حث النقديون الحكومات على زيادة كمية الأموال المعروضة بمعدل ثابت، وذلك من أجل المحافظة على استقرار الأسعار وتشجيع النمو الاقتصادي. وأصبح ميلتون فريدمان . وهو اقتصادي أمريكي . الرائد الرئيسي للمدرسة النقدية.

### 3. اللغة والاقتصاد

تندرج هذه العلاقة، في سياق الأفكار وتفاعل المجتمع معها. فعلى سبيل المثال، عندما نطرح السؤال: هل المجتمع يغير الأفكار أم الأفكار تغير المجتمع؟ فإن جواب ماركس مثلاً: "لا هذا ولا ذاك، إنها وسائل الإنتاج. " فنقطة البدء، عند ماركس، هي: أن نشوء الفكر في حياة الإنسانية، كان نتاجاً لظواهر وأوضاع اجتماعية معينة. وينتج عن ذلك أن الكيان الاجتماعي، سبق في وجوده التاريخي، وجود الفكر، فلا يمكن، في زعمه، أن نفسر الظواهر الاجتماعية، في تكوينها الأول، ونشوتها، بعامل مثالي. كأفكار الإنسان - ما دامت هذه الأفكار لم تظهر في التاريخ، إلا بصورة متأخرة عن حدوث ظواهر اجتماعية معينة، في حياة الناس. وليس من اتجاه علمي بعد ذلك، عنده، لتفسير المجتمع وتعليل ولادته، إلا الاتجاه المادي، الذي طرح العوامل الفكرية جانباً ويفسر المجتمع بالعامل المادي، بوسائل الإنتاج.

(1) الموسوعة العربية العالمية، م. س. - (ص 25)

(2) نعمة الله نجيب إبراهيم، م. س. - (ص 25-26)

فالأفكار، عند ماركس، لمتحدث في عالم الإنسانية، إلا كنتيجة ظاهرة اجتماعية سابقة. وبالتالي فالمجتمع سابق تاريخياً على الفكر، وناشئ عن العوالم المادية، وليس ناشئاً عن الأفكار والآراء. (1)

والماركسية، تؤكد على أن الأفكار وليدة اللغة، وليست اللغة إلا ظاهرة اجتماعية. يقول ستالين: " يقال إن الأفكار تأتي في روح الإنسان، قبل أن تعبر عن نفسها في الحديث. وأنها تولد دون أدوات اللغة، أي دون إطار اللغة، أو بعبارة أخرى: تولد عارية. إلا أن هذا خطأ تماماً مهما كانت الأفكار، التي تأتي فيروح الإنسان، فلا يمكن أن تولد وتوجد إلا على أساس أدوات اللغة، أي على أساس الألفاظ والجمل اللغوية. فليس هناك أفكار عارية متحررة، من أدوات اللغة، أو متحررة من المادة الطبيعية التي هي اللغة. فاللغة هي الواقع المباشر للفكر، ولا يمكن أن يتحدث عن فكر، بدون لغة، إلا المثاليون وحدهم". (2)

وجاء بعد ذلك الكاتب الماركسي الكبير جورج بولتزر، ليبرهن على هذه الحقيقة المزعومة، في ضوء بعض الاكتشافات السيكلوجية، أو بالأحرى في ضوء الأساس الفيسولوجي لعلم النفس، الذي وضعه العالم الشهير بافلوف مستخلصاً له من تجارب عديدة قام بها.

وقد افترض بافلوف، في تجربته، نظامين إشاريين:

أحدهما: النظام الاشاري، الذي يتكون من مجموعة المنبهات الطبيعية، والمنبهات الشرطية، التي لا تتدخل فيها الألفاظ. والآخر: النظام الاشاري المشتمل على الألفاظ والأدوات اللغوية، بصفتها منبهات شرطية ثانوية: فهي منبهات ثانوية، أشرفت بمنبهات النظام الاشاري الأول، واكتسبت بسبب ذلك، قدرتها على إثارة استجابات شرطية معينة. (3)

والنتيجة التي تنتهي إليها آراء بافلوف هي: أن الإنسان لا يمكنه أن يفكر دون منبه، لأن الفكر ليس إلا استجابة من نوع خاص للمنبهات. كما أنه لا يتاح له الفكر العقلي المجرد، إلا إذا وجدت بالنسبة إليه منبهات شرطية، اكتسبت عن طريق اقتراحها بالاحساسات، نفس الاستجابات التي تنطلقها تلك الأحاسيس. وأما إذا بقي الإنسان رهن إحساساته، فلا يستطيع أن يفكر تفكيراً مجرداً، أي أن يفكر في شيء غائب عن حسه. فلكي يكون الإنسان كائناً مفكراً، لا بد من أن توجد له منبهات، وراء نطاق الإحساسات نطاق المنبهات الطبيعية.

ويرد اللسانيون على ذلك بأنه ما من شك في أن عدة من الأصوات والأحداث، قد اقترنت بمنبهات طبيعية، عبر حياة الإنسان، وأشرطت بها إشراطاً طبيعياً. وأصبحت بذلك تنطلق استجابات معينة، في ذهن الإنسان. وأما أدوات اللغة على وجه العموم - وألفاظها، التي تم إشراطها خلال عملية اجتماعية، فهي إنما أشرفت نتيجة لحاجة الإنسان، إلى التعبير عن أفكاره ونقلها إلى الآخرين، أي أنها وجدت في حياة الإنسان، لأنه كائن مفكر، يريد التعبير عن أفكاره. إلا أن الإنسان أصبح كائناً مفكراً، بسبب

(1) محمد باقر الصدر، م. س. - (ص 32)

(2) جورج بولتزر، المادية والمثالية في الفلسفة، ترجمة وتعليق إسماعيل مهداوي، المكتبة التقدمية، د. ت، ص 77. ونود أن نشير بهذه المناسبة: إلى أن هذا الكتاب ليس من نتاج جورج بولتزر، وإنما قام بتأليفه كاتبان ماركسيان هما: (جي ميس) و(موريس كافيج) ومنحاهما اسم (بولتزر)، ولأجل هذا نضيف في هذا الكتاب إليه.

(3) ناقشت مليكة بودالية تجربة بافلوف في كتابها "المدرسة الجزائرية من ابن باديس إلى بافلوف" وقارنت فيه بين مصطلحات البنيوية ومصطلحات نظرية التواصل. راجع: مليكة بودالية فريفو: المدرسة الجزائرية من ابن باديس إلى بافلوف، الجزائر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1989.

أن اللغة وجدت فيحياته. وإلا فلماذا وجدت في حياته خاصة، ولم توجد في حياة سائر أنواع الحيوان؟! فاللغة ليست أساس الفكر، وإنما هي أسلوب خاص للتعبير عنه، اتخذها الإنسان منذ أبعاد العصور، حين وجد نفسه— وهو يخوض معركة الحياة، مع أفراد آخرين— بحاجة ملحة إلى التعبير عن أفكاره، وتفهم أفكار الآخرين، في سبيل تيسير العمليات التي يقومون بها، وتحديد الموقف المشترك أمام الطبيعة، وضد القوى المعادية.

وإنما تعلم الإنسان أن يتخذ هذا الأسلوب— أسلوب اللغة— بالذات، للتعبير عن أفكاره في ضوء ما تم بفعل الطبيعة، أو المصادفة، من إشراط بعض الأصوات ببعض المنبهات الطبيعية، عن طريق اقتراثها بما مراراً. فقد استطاع الإنسان أن ينتفع بذلك، في نطاق أوسع، فوجدت اللغة فيحياته.

وهكذا نعرف، أن اللغة بوصفها ظاهرة اجتماعية، إنما نجمت عن إحساس الإنسان، خلال العمل الاجتماعي المشترك، بالحاجة إلى ترجمة أفكاره، والإعلان عنها، وليست هي التي خلقت من الإنسان كائناً مفكراً.<sup>(1)</sup>

وعلى هذا الأساس، نستطيع أن نعرف: لماذا ظهرت اللغة في حياة الإنسان، دون غيره من أنواع الحيوان. بل أن نعرف أكثر من ذلك: لماذا وجد المجتمع الإنساني، ولم يوجد مجتمع كهذا، لأي كائن حي آخر؟. فإن الإنسان، لما كان قادراً على التفكير، فقد أتيح له وحده، أن يتخطى حدود الإحساس، فيغير من الواقع الذي يحسه، وبالتالى يغير من إحساساته نفسها، تبعاً لتغيير الواقع المحسوس. ولم يتح هذا لأي حيوان آخر، لا يملك قدرة على التفكير، لأنه لا يستطيع أن يدرك ويفكر في شيء، سوى الواقع المحسوس، بأشكاله الخاصة، فلا يمكنه أن يغير الواقع إلى شيء آخر.

وهكذا كان التفكير، هو الذي خص الإنسان بالقدرة، على تغيير الواقع المحسوس، تغييراً حاسماً. ولما كانت عملية تغيير الواقع هذه، تتطلب في كثير من الأحيان، جهوداً متنوعة وكثيرة، فهي تتخذ لأجل ذلك طابعاً اجتماعياً، إذ يقوم بها أفراد متعددون، وفقاً لنوعية العملية ومدى الجهود التي تتطلبها، وبذلك توجد علاقة اجتماعية بينهم، لم يكن من الممكن أن توجد علاقة من لوها. بين أفراد نوع آخر من الحيوان. لأن الحيوانات الأخرى، حيث أنها ليست كائنات مفكرة، فهي عاجزة عن القيام بعمليات تغيير حاسم للواقع المحسوس، وبالتالى لا توجد فيما بينها علاقة اجتماعية، من ذلك اللون.<sup>(2)</sup>

ومنذ دخل الناس في عمليات مشتركة، لتغيير الواقع المحسوس، يصبحون بحاجة إلى لغة. لأن الإشارات الحسية إنما تعبر عن الواقع المحسوس، ولا تستطيع أن تعبر عن فكرة تغييره، وعن الروابط الخاصة بين الأشياء المحسوسة، التي يراد تعديلها أو تغييرها. فتوجد اللغة في حياة الإنسان، إشباعاً لهذه الحاجة، وإنما وجدت في حياته وحده، لأن الحيوان لم يشعر بمثل هذه الحاجة الإنسانية التي كانت وليدة العمل الاجتماعي، القائم على أساس التفكير، لتغيير الواقع المحسوس، وإيجاد تعديلات.

ويبرز بذلك قيام الدولة في كثير من المجتمعات البشرية. ففي مصر القديمة— مثلاً— لتكن الحياة الاجتماعية فيها ممكنة، بدون جهود معقدة جسمية، وعمل واسع شامل، لتنظيم جريان وفيضان الأنهر الكبيرة، وتنظيم شؤون الري. فظهرت الدولة لتسيير الحياة الاجتماعية، والإشراف على العمليات المعقدة، التي تتوقف الحياة العامة عليها. ولأجل هذا نجد أن طائفة الاكليروسالمصريين، كانوا يتمتعون بمكانة عليا في جهاز الدولة المصرية القديمة، لا على أساس طبقي، وإنما على أساس الدور الخطير، الذي لعبته معارفهم العلمية، في نظام الزراعة المصرية. وكذلك أيضاً نجد أن رجال الكنسية، تمتعوا بمركز كبير في جهاز الدولة الرومانية، عندما

(1) مليكة بودالية، م. س: ص 89

(2) نعيمة شومان، م. س: ص 38

دخل الجرمان فيالدولة الرومانية، أفوجاً متبريرة تلو أفواج. إذ بدت الكنيسة— على إثرما أدى إليه الغزو الجرمانى، من انهباء التعليم والثقافة— صاحبة الصدارة الفكرية في البلاد، حيث صار الرجل من رجال الدين الكنيسى، هو الوحيد الذي يعرف القراءة والكتابة، والتكلم باللاتينية. وهو الذي يفهم دون غيره— حساب الشهور، ويستطيع أن يمارس العمل الرتيب، لتصريف شؤون الإدارة الحكومية، بينما انصرف ملوك الجرمان، والقادة العسكريونمنهم، إلى صيد الخنازير والإبل والغزال، وخوض معارك الغزو والتخريب. فكان من الطبيعي، أن يسيطر رجال الكنيسة على الإدارة الحكومية فيالبلاد، ويكون لهم أثر كبير في الجهاز السياسى الحاكم، الأمر الذيجلب لهم من المعام والمكاسب، ما جعلهم— في رأي الماركسية— طبقة ذات مصالح اقتصادية معينة. فالنفوذ الاقتصادى أو المصالح الاقتصادية، إنما حصلت عن طريق الوجود السياسى. وأما وجودهم السياسى في جهازالحكم، فلم يكن قائماً على أساس ذلك النفوذ الاقتصادى، الذي اكتسبوهبعد ذلك، وإنما قام على أساس امتيازاتهم الفكرية والإدارية. (1) ولن يكون التفسير الماركسى للدولة، تفسيراً علمياً، إذا أمكن أنفترض: أن للعقيدة الدينية، تأثيراً في تكوين كثير من الدول والسلطاناتالسياسية، التي كانت ترتكز على أساس دينى، وتمثل في جماعاتلا تشترك في مصلحة طبقية، وإنما تشترك في طابع دينى واحد.

وكذلك إذا أمكن أن نفترض: أن نشوء الدولة في المجتمع الإنسانى، كان إشباعاً لنزعة أصيلة في النفس الإنسانية، التي تملك استعداداً كامناًللميل إلى السيطرة والتفوق على الآخرين. فكانت الحكومة من وحي هذاالميل، وتعبيراً عملياً عنه. هذا، وترتبط اللغة بالتفكير ارتباطاً وثيقاً؛ لأن أفكار الإنسان تصاغ دوماً في قالب لغوى، حتى في حال تفكيره الباطنى. ومن خلال اللغة تحصل الفكرة فقط على وجودها الواقعى؛ فقد ثارت تساؤلات حول فلسفة اللغة نوقشت من قبل جورجياس وبلاتو في اليونان القديمة مثل ما إذا كانت الكلمات يمكنها أن تعبر عن خبرة ما، فيقول بعض من المفكرين مثل روسو أن اللغة نشأت من العواطف، بينما آخرون مثل كانت يرى أنها نشئت من التفكير العقلانى والمنطقى، ومن فلاسفة القرن العشرين مثل ويتينستاين من قال بأن الفلسفة هي حقاً دراسة اللغة، وتشمل الشخصيات الرئيسية في علم اللغويات فرديناند دي سوسير، ونوم نشومسكى، وويليام ستوكيو.

ومن المعلوم أن اللغة والدين هما العنصران المركزيان لأي ثقافة أو حضارة يكتب لها البقاء، يقول هبولت " اللغة هي المظهر الحسى للناحية الروحية للناس، وهي القوة التي تؤثر في أنماط تفكيرهم". (2) مهما يكن، فإن علاقة اللغة بالاقتصاد هي، في حد ذاتها، علاقة انعكاسية بين اللغة والقوة، تتأكد، اليوم، أكثر من ذي قبل، في ظل اقتصاد المعرفة وعوامة السوق. ولأن القوة باتت تستند إلى المعرفة، اكتسبت لغة المعرفة نفوذاً غير مسبوق في عالم الاقتصاد، وتجاوزت اللغة، اليوم، بعدها الإيديولوجى، نسبياً، وابتعدت عن كونها مجرد جزء من النسق العقدي للدولة، بعد أن اكتسبت سلطة تابعة لتلك التي امتلكتها المعرفة، من حيث كونها أحد أعمدة خلق الثروة في الاقتصاد الجديد. فبفعل الانفجار المعرفى، وبدفع من الاحتكارات الاقتصادية والإعلامية الكبرى التي تجعل من لغة الدولة الأقوى معرفياً، ومن ثم اقتصادياً، الأكثر انتشاراً، تحوّلت اللغة إلى سلعة ووسيط تجارى، وباتت تلعب دوراً مهماً في صناعة الذوق، اعتماداً على ما

(1)نعمة الله نجيب ابراهيم، م. س: ص 17

(2)عمامرة، اسماعيل أحمد، المستشرقون ونظرياتهم في نشأة الدراسات اللغوية، دار حنين، عمان- الأردن، ط2، 1992م: ص 16.

تحققه التغذية الارتجاعية لوسائل الدعاية من صور انطباعية، تسهم، بقوة، في تعميم أنماط ثقافية تمتد إلى كل مجالات الحياة من لباس ونمط معماري وديكور وفن وأدب. . . الخ. (1)

يعتبر اللسان العربي أول لسان يعمر طويلاً، حوالي سبعة عشر قرناً، محتفظاً بكل مقوماته وبنائه الداخلي، وهذا عامل قوة للعرب لمراكمة المعلومات. واكتسبت اللغة العربية صبغة القداسة والتوقير؛ لأنها ارتبطت في تطورها وتقدمها ولحظات قوتها بالعبقدية والدين الإسلامي، فهي لغة القرآن والسنة. (2)

وكسائر اللغات سرت عليها سنن التطور والتجديد. وقد تبين لعلماء اللغة في صدر الإسلام هذه الطبيعة النسبية للغة في مقابل إطلاقية النص القرآني، فلم يترددوا في إصلاح اللغة العربية وتطويرها بما أقدموا عليه من تأصيل قواعد النحو والصرف والإعراب، ووضع أنظمة الخط كتطوير الخط والشكل والتنقيط والمد والوصل والإمالة، وصناعة المعاجم والرسائل الموضوعاتية من غير أن ينكر عليهم أحد هذا الصنيع (3).

إلا أن قدسيته لم تمنعها من أن تكون " بنت سوق "؛ حيث نشأت وترعرعت بين أحضان التجارة، وهي الحرفة الرئيسة - بعد الرعي - التي كان العرب يلتمسون بها أسباب الرزق، وكان لها أثر بالغ في مضاعفة أغراض اللغة العربية، وتنمية ثروتها اللفظية والدلالية، من خلال التعاملات التجارية التي كانت تجرى سواء بين القبائل في أرجاء الجزيرة العربية بعضها والبعض، أو عن طريق احتكاكهم بالشعوب المجاورة لهم في قوافل رحلاتهم التجارية الموسمية ومنها رحلتنا الشتاء والصيف. (4)

كما كانت للعرب أسواق يعقدونها، لا بغرض التجارة وتبايع السلع وحدها بل كانت محفلاً تعرض فيه أيضاً فنون القول، على كل شكل ولون، وتطرح القضايا والموضوعات الأدبية واللغوية للتناقش والتباحث، على غرار ما يحدث في بعض المنتديات والصالونات الثقافية المعاصرة، ويتسابق أهل اللغة من ثم في عرض حصيلتهم اللغوية والبلاغية - شعراً ونثراً - على النقاد والجمهور. (5)

(1) بن قادة، أسماء، اللغة والسوق: الواقع والتحديات، <https://brahmiblogspotcom.blogspot.com/2014>، نقلا

عن صحيفة الخبر الجزائرية، الاثنين 20 جمادى الأولى 1434هـ - 1 أبريل 2013م، تاريخ الزيارة 2019/5/15م

(2) اعويش، عبد المالك، قراءة في تقرير التنمية واللغة العربية، <http://atida.org/forums/showthread.php?t=3801>،

تاريخ الزيارة، 2019/5/17م

(3) أحمد، ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، دار الكتب العلمية، ط1، 1999: ص 113.

(4) مما يدل على توسع العرب في المسائل الاقتصادية، كثرة ألفاظ اللغة العربية الدالة على المال، فإن منها بضعة وعشرين اسماً لكل منها معنى

من المعاني الاقتصادية التي ترجع إلى الاستثمار وغيره، منها: التلاد (المال الموروث) والركاز (المال المدفون) والضمار (المال لا يرجى)

والطارف (المال المستحدث)، والتالد (المال القديم) ونحو ذلك من أسماء النقود وأنواعها من الذهب والفضة. راجع: تاريخ آداب اللغة

العربية: جرجي زيدان، مراجعة الدكتور شوقي ضيف، دار الهلال، الجزء الأول: ص 31

(5) كانت هذه الأسواق تستغرق أشهر العام بصورة دورية ومتتابعة، فيعقد سوق "دومة الجندل" في ربيع الأول، وسوق "هجر" في ربيع

الآخر، وسوق "عمان" في جمادى الأولى، وسوق "المشفر" في جمادى الآخرة، وسوق "صحار" في رجب، وسوق "الشحر" في

شعبان وسوق صنعاء في النصف الثاني من رمضان وسوق "عكاظ" - وكانت أكبر أسواق العرب وأجلها شأنًا - في ذي القعدة، وسوقا



ولئن كانت هذه الأسواق، وغيرها من أوجه النشاط التجاري والاقتصادي الذي شهدته الحياة العربية في مختلف البقاع، وعلى مر العصور، قد استخدمت فيها اللغة العربية على أنها الوسيلة الأساسية في ترويج وتبايع البضائع والسلع، أي من خلال عمليات البيع والشراء فإن أهمية اللغة بصورة عامة، قد زادت في النشاط الاقتصادي الحديث، لتعدد صور ومجالات استخدامها تبعاً لتعدد أدوات الاتصال التجاري بين الأفراد والشعوب، حتى أصبحت هي الأخرى ينظر إليها باعتبارها سلعة ذات قيمة تبادلية تتزايد مبيعاتها في ظل الطلب المتنامي عليها، غير أن لها ميزة تختلف بها عن باقي السلع، وهي أن مخزونها أبداً لا ينفد. ويخضع تحديد القيمة السوقية للغة ما، في فترة ما، للعوامل الاقتصادية؛ فاللغة الصينية، مثلاً، على الرغم من أنها لغة جماعة لغوية ضخمة ذات تراث ثقافي عميق، ولغة بلد ذي أهمية سياسية كبيرة في عالم اليوم، ليست تحظى بطلب كبير عليها على مستوى العالم بوصفها لغة أجنبية، لأن إمكان استغلالها الاقتصادي إمكان محدود. أما اللغة اليابانية - في المقابل - فقد ارتفعت قيمتها في السوق العالمية للغات الأجنبية خلال العقد الماضي، وهو تطور لافت للنظر يكاد يشبه ارتفاع شأن الين في سوق العملات، حيث إن اليابان قد أصبحت شريكاً تجارياً مهماً لبلاد كثيرة على مستوى كل القارات.<sup>(1)</sup>

### المبحث الثاني: اللغة والاتصال:

#### الاتصال.

#### اصطلاح الاتصال:

يكاد ينعقد الإجماع على أن الاتصال هو الهدف الرئيسي من استخدام اللغة. ولكن الآراء متعددة في تشريح مفهوم الاتصال؛ إذ تختلف من المجال الإعلامي عنه في الميادين الأخرى. حيث تذكر بعض المصادر أربعين تعريفاً لمفهوم الاتصال ومدخل كثيرة لتناوله؛ منها ما هو معماري Architectural، ومنها ما هو نفسي Psychological، ومنها ما هو أنثروبولوجي Anthropological، وأخيراً منها ما هو سياسي<sup>(2)</sup> Political. وتعتبر دائرة المعارف البريطانية أن الاتصال يعني تبادل المعاني بين الأفراد من خلال نظام عام للرموز.<sup>(3)</sup> كما تعتبر أن تعريف ريتشاردز J. A. Richards<sup>(4)</sup> للاتصال، الذي قدمه 1928 من أوائل التعريفات للاتصال، ومن أفضلها في بعض الوجوه.

"ذي الحجاز، ومجنة" قرب أيام موسم الحج، في ذي الحجة، وسوق "حجر" في الحرم. راجع: بلوغ الأرب في معرفة أحوال العرب: محمود شكري الألوسي، الطبعة الثانية، 1924م، الجزء الأول: ص 264، وانظر: عبد السميع سالم الهراوي، لغة الإدارة العامة في صدر الإسلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986: ص 14

<sup>(1)</sup> اللغة والاقتصاد: فلوريان كولماس، ترجمة د. أحمد عوض، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد 263، نوفمبر 2000م: ص 106

<sup>(2)</sup> راجع: تقرير يورجين ريوش Jurgen Ruesh دائرة المعارف البريطانية The new Encyclopaedia Britannica Macropedia، p. 685

<sup>(3)</sup> The Encyclopaedia Britannica، Vol. 3، 15th ed، Micropedia، 1986. p. 496

<sup>(4)</sup> ناقد بريطاني



يقول هذا التعريف: " إن الاتصال يتم عندما يؤثر عقل ما (مرسل) من خلال بيئة معينة على عقل آخر (مستقبل)، وفي هذا العقل الآخر تحدث خبرة معينة تشبه الخبرة التي كانت في العقل الأول".<sup>(1)</sup>

ويتسع هذا التعريف في دائرة معارف كولير الأمريكية، إذ تعتبر الاتصال هو نقل المعارف من شخص لشخص، أو مخلوق لمخلوق، أو وجهة نظر لأخرى.

ويظل نقل المعارف هو محور عملية الاتصال، كما عند الدكتور حسين حمدي الطوبجي حيث يقول: " إن الاتصال هو العملية التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لآخر حتى تصبح مشاعاً بينهما، وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات ولها اتجاه تسير فيه، وهدف تسعى إلى تحقيقه، ومجال تعمل فيه، ويؤثر فيها مما يخضعها للملاحظة، والبحث، والتجريب والدراسة العملية بوجه عام".<sup>(2)</sup>

### مراحل عملية الاتصال:

مهما يكن، فإن الاتصال عملية تفاعلية ذهنية، يقوم الشخص خلالها بنقل أفكار (معارف) بعد ضم بعضها إلى بعض وتشكيل محتوى معين منها إلى غيره، إما لقصد مجرد الإعلام أو بهدف تغيير اتجاهات المتلقي أو تنمية قدراته، أو غير ذلك من الأهداف.

ويقتضي ضم الأفكار بعضها إلى بعض البحث عن جمل وتراكيب يصب المحتوى فيها. فينتقي الشخص، في تلك الأثناء، ارتجالاً أو إعداداً، من رصيده اللغوي المفردات التي تناسب المحتوى، متخيراً من النظام الصوتي للغة ما يناسب من بين هذه المفردات من حيث الوقوع الصوتي: لكنةً ونبرةً وتنغيمًا. وتسمى هذه المرحلة بتركيب الرموز: مضمونا وشكلا. encoding. وعندما يكتمل التركيب وتأخذ الأفكار بشكلها المراد له صورة الرسالة، تنحو عملية الاتصال أحد منحيين: شفاهيا ويكون المرسل فيها متكلماً؛ كتابةً ويكون المرسل فيها كاتباً.

وإذا ما تجاوزنا وصول الرسالة إلى المستقبل عبر القناة المختارة لذلك وما يكتنف إرسالها ووصولها من تشويش، نجد أن المستقبل يتلقى الرسالة في صورة تيار من الأصوات التي يرتبها في وحدات يعطيها معنى محدداً أي وظيفة في ضوء ما ألفه في نظام اللغة ومعرفته بسياق الكلام، ثم يربط هذا كله بما لديه من خبرة سابقة بالمجال. هذه العملية هي ما يسمى بفك الرموز decoding والمستقبل هنا ليس فرداً سلبياً كما يتوهم الكثيرون، وإنما هو إيجابي بكل ما تحمله الكلمة من معنى. . إن المستقبل يصنع المعنى ولا ينتقل إليه. . إنه يحدد دلالات الكلمات في ضوء الموقف العام الذي تحدث فيه عملية الاتصال. في ضوء مستواه اللغوي. . في ضوء قدرته على فهم الآخرين.

وهذه العملية هي ما تعرضه كارول في نموذجها التالي:

intention encoding message decoding interpretation

1986. The new ،15th ed ،Micropedia ،Vol. 3 ،<sup>(1)</sup> The Encyclopedia Britannica p. 685 ،Encyclopaedia Britannica Macropedia

<sup>(2)</sup> حسين حمدي الطوبجي، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، الكويت، دار القلم، 1982: ص 25.

ما يقصده المتحدث - ترجمة ما يقصده لرموز - الرسالة - فك الرموز - تفسيرها من المستمع<sup>(1)</sup>

### مكونات الاتصال:

الاتصال كما سبق القول عملية مركبة تشتمل على مجموعة عمليات متداخلة تدور بين مكونات أربعة هي: مرسل ومستقبل، ورسالة، ووسيلة.

المرسل: وهو مصدر الرسالة. إنه الطرف الأول في عملية الاتصال والذي يريد التأثير في الآخرين من خلال أفكار لديه. والمرسل هنا قد يكون فرداً أو مجموعة أفراد، بل قد يكون إنساناً وقد يكون آلة مع اختلاف بينهما.

الوسيلة: ويقصد بها الأداة التي تنتقل من خلالها الرسالة. وتتنوع الوسائل ما بين الصوت العادي عند الاتصال المباشر إلى الكتاب إلى الخرائط والرسوم والسجلات وأجهزة الإعلام، من مذياع إلى تلفاز إلى حاسب آلي (كوميبيوتر) إلى غير ذلك من أدوات. والوسيلة ليست ذات شأن بسيط في إتمام عملية الاتصال، إنها قد تساعد عليها وقد تعوقها. بل بعض الخبراء وصل إلى درجة المزج بين الرسالة والوسيلة فيقولون إن أداة الاتصال هي الرسالة<sup>(2)</sup> (18) . the medium is the message .

الرسالة: ويقصد بها المحتوى الذي يود المرسل نقله إلى الآخرين مستهدفاً من ورائه التأثير عليهم، ولكل رسالة مضمون، هو عبارة عن الأفكار التي يراد التعبير عنها وشكل وهو عبارة عن الرموز اللغوية التي يتم التعبير بها.

المستقبل: ويقصد به الجهة التي تنتهي إليها الرسالة وقد تكون فرداً أو مجموعة أفراد وهي التي تتولى فك رموز الرسالة وتفسيرها متخذة بعد ذلك الموقف المناسب إزاءها، ويتوقف تفسير هذه الرموز على عدة رموز نعرضها بعد ذلك.

### مقومات عملية الاتصال:

في ضوء العرض السابق لمكونات عملية الاتصال نستطيع أن نقف على المقومات التي تساعد على إكمال هذه العملية. والمقصود بالمقومات هنا مجموعة الشروط التي يعتبر توفرها أساساً لنجاح عملية الاتصال<sup>(3)</sup>

أ- من حيث الرسالة: تتم عملية الاتصال لو توفرت في الرسالة عدة خصائص، منها:

1. الترتيب المنطقي للأفكار.
2. دقة المفردات والعبارات في التعبير عن الأفكار.
3. بساطة التراكيب اللغوية.
4. قلة الرموز والتجريدات.
5. مناسبة حجمها، فلا هي بالطويلة المملة ولا بالقصيرة المخلة.

<sup>(1)</sup> Carrol، (1) Interactive Approaches to Second Language Reading، P. et al.، Cambridge، 1989، p. 88، Cambridge University press

<sup>(2)</sup> حسين حمدي الطوبجي، م. س: ص 31.

<sup>(3)</sup> رشدي أحمد طعيمة، تعليم العربية لغير الناطقين بها، مناهجه وأساليبه، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، الرباط، 1989: ص

6. صحة اللغة التي نقلت من خلالها الأفكار.
  7. وضوح المفاهيم والمصطلحات وقلة عددها.
- ب- من حيث المرسل: تتم عملية الاتصال لو توفرت في المرسل عدة خصائص منها:
1. سلامة جهاز التلقي.
  2. وضوح الفكرة في ذهنه.
  3. عمق خبرته بالموضوع الذي يعالجه.
  4. تنوع طريقتيه في عرض الأفكار.
  5. قدرته في اختيار الألفاظ المناسبة.
  6. وضوح صوته عند الحديث.
  7. إعادة عرض الأفكار بتفصيل أكثر.
  8. ضرب أمثلة تجعل الرسالة محسوسة وليست مجردة.
- ت- من حيث الوسيلة: تتم عملية الاتصال لو توفرت في الوسيلة عدة خصائص منها:
1. دقتها في نقل الأصوات (بالنسبة للحديث)
  2. عدم وجود مؤثرات جانبية تشوش على الحديث.
  3. وضوح الطباعة.
  4. دقة الطباعة وقلة الأخطاء المطبعية.
  5. جاذبية الإخراج وحسن تنسيق الصفحة.
- ث- من حيث المستقبل: تتم عملية الاتصال لو توفرت في المستقبل عدة خصائص، منها:
1. سلامة حواسه في استقبال الرسالة (الأذن والعين)
  2. قدرته على فك الرموز التي وصلت إليه.
  3. درايته باللغة التي يستقبل بها الرسالة.
  4. خبرته بموضوع الرسالة.
  5. ألفتته بالمرسل ومعرفته لعاداته في الحديث أو الكتابة.
  6. اتجاهه نحو الموضوع وتحمسه لأفكاره.
  7. مفهومه نحو نفسه self-concept ومفهومه نحو الآخرين.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup>رشدي طعيمة، م. س: ص 110-111

## الاتصال اللغوي.

### الفرع الأول: اللغة والاتصال:

إذا كانت عملية نقل المعارف هي محور الاتصال، فإن وسيلة الاتصال تعكس الوظيفة الاتصالية للغة. وأكثر ما نجد الحديث عن ذلك عند التربويين المهتمين بتعليم اللغات الأجنبية. إذ تذهب ساندراسافينيون، وهي من رواد المدخل الاتصالي في المجال التربوي، إلى أن الاتصال "عملية مستمرة للتعبير والتفسير وتبادل وجهات النظر (التفاوض)، وأن فرص الاتصال غير محدودة Infinite. وتشتمل على نظم مختلفة للإشارات، والعلامات، والرموز التي لا نستطيع الآن البدء في تصنيفها، أو حتى تعريفها بدقة، والتي تتكون منها أي لغة". (1)

في ما يميل ولكنز إلى "أن ما يتم نقله في أي عملية اتصال إنما هو نتاج Product للعلاقة بين المعنى كما ينتقل عبر الأشكال اللغوية للتعبير (نطقاً أو كتابة)، وبين الملامح العملية Pragmatic Features التي يمكن قبولها من كافة المشتركين في عملية الاتصال". (2)

ولكي نفهم عملية الاتصال، في سياق الوظيفة اللغوية، يجدر بنا استعراض بعض أبرز التعريفات الخاصة باللغة التي تنحو بها منحى اتصالياً.

تقول ماري فينوكيارو Finocchiaro 1974: "اللغة هي نظام من الرموز الصوتية (التعسفية) التي تسمح للأشخاص الذين ينتمون إلى ثقافة معينة أو غيرهم ممن تعلموا نظام تلك الثقافة، بالتواصل أو التفاعل". (3)

وهي تنظر إلى تعريف هول R. A. Hall حيث يقول: "اللغة هي المؤسسة التي يتواصل فيها البشر ويتفاعلوا مع بعضهم البعض عن طريق الرموز التعسفية الشفوية المستخدمة عادة". (4)

وفي هذين التعريفين تأكيد لمفهوم الاتصال من خلال مظهره التفاعلي.

وكان قاموس Webster قد عرّف اللغة بأنها "وسيلة منهجية لإيصال الأفكار أو المشاعر من خلال استخدام العلامات التقليدية أو الأصوات أو الإيماءات أو العلامات التي لها معاني مفهومة".

(1) Savignon S، Reading، Theory and Classroom Practice، Communicative Competence، Adison - Wesley Publishing Company، 1983، p. 8.

(2) Wilkins D، Some Issues in Communicative Language Teaching and their Relevance to، Johnson، the Teaching of Languages in Secondary School، K. and D. Rorler (eds)، Academic Press، London، 1983، p. 30.

(3) Finocchiaro، M. English as a Second Language from Theory to Practice، SNC، Regents Publishing Company، 1974، p. 3.

(4) Crystal، D. : The Cambridge Encyclopedia of Language، Cambridge، 1989، p. 396.

مهما يكن، فإن الوظيفة الاتصالية تتبوأ مركز الصدارة بين وظائف اللغة. فعند فيجوتسكي أن ثمة وظيفة اتصالية اجتماعية للغة حتى في الكلام المتمركز حول الذات، وأن الراشد يفكر في المجتمع والآخرين حتى ولو كان وحيداً. وعند جون ديوي أن اللغة ليست تعبيراً عن المشاعر والأفكار، وإنما هي بالدرجة الأولى وسيلة اتصال بين أفراد جماعة تؤلف بينهم على صعيد واحد. (1)

والمواقف التي يحتاج الفرد إلى استعمال اللغة للاتصال فيها مواقف كثيرة، يلخصها هاليداي Halliday فيوظائف أساسية هي:

1. الوظيفة النفعية: Instrumental function ويقصد بها استخدام اللغة للحصول على الأشياء المادية مثل: الطعام، والشراب. ويلخصها هاليداي في عبارة "أنا أريد I want".
2. الوظيفة التنظيمية: Regulatory function ويقصد بها استخدام اللغة من أجل إصدار أوامر للآخرين، وتوجيه سلوكهم. ويلخصها هاليداي في عبارة "افعل كما أطلب منك Do as I tell you".
3. الوظيفة التفاعلية: Interactional function ويقصد بها استخدام اللغة من أجل تبادل المشاعر، والأفكار بين الفرد والآخرين. ويلخصها هاليداي في عبارة "أنا وأنت Me and you".
4. الوظيفة الشخصية: Personal function ويقصد بها استخدام اللغة من أجل أن يعبر الفرد عن مشاعره، وأفكاره. ويلخصها هاليداي في عبارة "إني قادم Here I come".
5. الوظيفة الاستكشافية: Heuristic function ويقصد بها استخدام اللغة من أجل الاستفسار عن أسباب الظواهر، والرغبة في التعلم منها. ويلخصها هاليداي في عبارة "أخبرني عن السبب Tell me why".
6. الوظيفة التخيلية: Imaginative function ويقصد بها استخدام اللغة من أجل التعبير عن تخيلات، وتصورات من إبداع الفرد، وإن لم تتطابق مع الواقع. ويلخصها هاليداي في عبارة "لنفترض Let us Pretend".
7. الوظيفة البيانية: Representational function ويقصد بها استخدام اللغة من أجل تمثل الأفكار والمعلومات، وتوصيلها للآخرين. ويلخصها هاليداي في عبارة "الذي شيء أريد إبلاغك به I have got something to tell you". (2)
8. وظيفة التلاعب باللغة: Play function ويقصد بها اللعب باللغة، وبناء كلمات منها حتى ولو كانت بلا معنى، ومحاولة استغلال كل إمكانات النظام اللغوي. وتلخصها وليجا ريفرز في عبارة "Billy Pilly".
9. الوظيفة الشعائرية: Ritual function ويقصد بها استخدام اللغة لتحديد شخصية الجماعة، والتعبير عن السلوكيات فيها. ويلخصها هاليداي في عبارة "كيف حالك? How do you do?" (3)

(1) محمود أحمد السيد، شؤون لغوية، دمشق، دار الفكر، 1989: ص 110.

(2) رشدي أحمد طعيمة، م. س: ص 119-120.

(3) Rivers، W، Communicating Naturally in a Second Language، Cambridge، Cambridge University Press، 1983، pp. 107-109.

هذا، ويرجع هوات A. P. Howatt المنظور الاتصالي اللغوي إلى القرن السابع عشر حين كتب جون لوك عن تعلم اللغة قائلاً: " يتعلم الناس اللغة من أجل التعامل مع المجتمع، وتحقيق الاتصال بين الأفكار في الحياة العادية بدون تخطيط، أو تنظيم مقصود مسبق في استخدامهم للغة".<sup>(1)</sup>

لقد كان هناك إحساس بأن اللغة وظيفتها الاتصال، وتحقيق التعامل مع أفراد المجتمع. ونجد عند ابن خلدون منذ 1405م / 808هـ، إشارة إلى علاقة وثيقة بين اللغة والاتصال، من حيث يكون الاتصال وسيلة لتعلم اللغة، كما أن اللغة وسيلة للاتصال، فيجعل فئات تعلم اللغة ثلاثة: عن طريق التواصل الشفاهي، عن طريق قوانين اللغة المسطرة، عن طريق نثر وشعر لغة العرب، يقول ابن خلدون: " إن الأعاجم الداخلين في اللسان العربي، وكانت لهم لغة أخرى، وهم مضطرون للنطق بالعربية من مفرد، ومركب، يحصلون العربية ممن يخالطونهم من العرب، وهؤلاء لا يملكون، حين تأخر الزمن، ملكة اللسان المطلوبة، فقد ذهبت عنهم وبعثوا عنها، فليس لديهم إذن وسائل إجادة العربية ممن يخالطونهم من العرب، وإذا لجأ هؤلاء الداخلون في اللسان العربي إلى تحصيل الملكة بالقوانين المسطرة في الكتب، فإنهم لا يحصلون على إجادة اللسان بل يحصلون على أحكامه فقط. وإذا لجأ هؤلاء الأعاجم لتحصيل الملكة بالتعلم من كلام العرب، شعراً ونثراً، فإنهم يحصلون على هذه الملكة، لكنها تجيء ناقصة أو مخدوشة، لأنه قد سبق لهم ملكة أخرى للغاتهم الأصلية، وهذه تعوق تمام الملكة الجديدة، فيفترون في ذلك عن العرب الأصلاء".<sup>(2)</sup>

وفي دراسة مبدئية قدمها ولكنز Wilkins ، ونشرها سنة 1972، برزت بعد ذلك، واعتمدها السوق الأوروبية المشتركة، وكذلك المجلس الأوروبي، قدم ولكنز تعريفاً وظيفياً واتصالياً للغة. وبدلاً من أن يقدم ولكنز وصفاً لمحاوَر اللغة بأسلوب تقليدي سواء من حيث المفردات أو النحو، قدم ولكنز تصوراً جديداً لنمطين من المعاني:

الأول: ويسمى فئات الأفكار (Notional Categories) مثل الزمن، والتوالي Sequence، والكمية Quantity، والمكان Location، والتكرار (Frequency) .

والثاني: ويسمى فئات الوظائف الاتصالية (Communicative Functions) مثل الطلب Request، والإنكار Denials، وتقديم الأشياء Offers، والشكوى (Complaints) .

ولقد أجمل ولكنز هذه الأفكار، ثم نشرها بعد ذلك في كتاب باسم Notional Syllabuses وكان لهذا الكتاب تأثير كبير في المدخل الاتصالي لتعليم اللغات، إلى أن صاغ هيمز Hymes مصطلح الكفاية الاتصالية Communicative Competence في 1972 في مقابل مصطلح Linguistic Competence الذي صاغه تشومسكي. ويشير مصطلح الكفاية الاتصالية عند هيمز إلى قدرة الفرد على أن ينقل رسالة، أو يوصل معنى معيناً، وأن يجمع بكفاءة بين معرفة القواعد اللغوية، والقيم والتقاليد الاجتماعية في الاتصال.<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup>Howatt، A. P. : A History of English Language Teaching، Oxford University Press، Oxford، 1974، p. 193.

<sup>(2)</sup>ابن خلدون، م. س: - ( ص 564-565-566) بتصرف

<sup>(3)</sup> Richards، G. & T. Rodgers: Approaches and Methods in Language Teaching، Cambridge University Press، Cambridge، 1986، p. 64.

ومما يبرهن على الصلة الوثيقة بين اللغة والاتصال، وجود فلسفة عامة في المجال التربوي، يجعلها كريستال في دائرة معارف اللغة، تعتمد الاتصال وسيلة لتعليم اللغة، يقول كريستال: " إن المدخل الاتصالي هو ذلك المدخل الذي يركز في تعليم اللغة على اللغة ذاتها ووظائفها، وكذلك الكفاية الاتصالية، وليس على البنى أو المباني النحوية".<sup>(1)</sup>

وفي ظل ثورة الاتصالات أصبحت دراسة الاتصالات فرعاً من فروع التعليم، ولكنها تشمل مجالات عديدة من الدراسة. إذ يضم العلماء الذين يدرسون الاتصالات علماء اللغة والتربية والتاريخ وعلماء الرياضيات وعلماء الأعصاب وعلماء النفس وعلماء الاجتماع. ويقوم أغلب هؤلاء العلماء بدراسة بعض جوانب الاتصالات فقط. ويكرس آخرون أنفسهم لدراسة هذا المجال؛ فعلى سبيل المثال أصبح العلامة الكندي مارشال ماكلوهان معروفاً بدراساته عن وسائل الاتصالات العامة. فقد بحث ماكلوهان تأثير وسائل الاتصالات العامة على المجتمع في عدة كتب منها مجرة جوتنبرج في عام 1962م، وفهم وسائل الاتصالات العامة في عام 1964م.

وتضمّ المجالات الأساسية لدراسة الاتصالات. 1- علم الاجتماع وعلم النفس، 2- علم اللغة (اللسانيات) 3- علم الضبط والتحكم ونظرية المعلومات 4- دراسة الاتصالات غير الكلامية.<sup>(2)</sup>

والمقصود بعلم اللغة هنا هو الدراسة العلمية للغة. وقد كان إدخال النحو التحويلي، في الخمسينيات من القرن العشرين، بواسطة عالم اللغة الأمريكي نعوم تشومسكي، واحداً من أهم التطورات في علم اللغة. ويتكون النحو التحويلي من القواعد التي تحدد جميع الجمل التي يمكن تكوينها في أي لغة. وقد اكتشف تشومسكي أن لغات العالم تتشابه أكثر مما تختلف، وأن هناك مبادئ عامة تنطبق على جميع اللغات، وقادته هذه الاكتشافات إلى الاعتقاد بأن كل شخص عنده القدرة على تعلم القواعد العامة للغة عند المولد.

وهناك مجال آخر مهم لعلم اللغة، في ميدان دراسة الاتصالات، هو علم دلالات الألفاظ وتطورها (علم المعاني)، الذي يحلل معاني الكلمات ومشكلات الاتصالات التي تتولد بسبب اللغة. ومن العلماء الذين أسهموا في تطوير علم المعاني ألفرد كورزيسكي، وهو عالم بولندي أمريكي، وإس. إيه هاياكاوا وهو من التربويين الأمريكيين.<sup>(3)</sup>

فالأظمة التربوية وأنظمة الاتصال المركزية كالمذيع والتلفاز تعزز استخدام شكل قياسي للغة. وفي ظل هذه الظروف، تبقى اللغة، على الأرجح، أكثر ثباتاً. ومع ذلك، فمن المؤكد أن اللغة لن تتوقف مطلقاً عن التغيير؛ بما هي نظام الاتصال الأكثر شيوعاً بين البشر، إذ يؤدي الاتصال بين المتكلمين بلغات مختلفة إلى دخول مفردات جديدة من لغة إلى أخرى.<sup>(4)</sup>

وهذه اللغات تجعل الاتصال ممكناً بين مجموعتين أو أكثر تتكلم لغات مختلفة. ومن الأمثلة على ذلك الإنجليزية الهجين الميلانيزية لجزر سليمان وبابوا غينيا الجديدة، واللغة المولدة الهايتية المبنية على اللغة الفرنسية.<sup>(1)</sup>

Crystal<sup>(1)</sup>، Cambridge، D: The Cambridge Encyclopedia of Language، Cambridge، 1989، p. 417، University Press

<sup>(2)</sup> الموسوعة العربية العالمية، م. س. - (ج 2 / ص 27)

<sup>(3)</sup> الموسوعة العربية العالمية، م. س. - (ج 2 / ص 28)

<sup>(4)</sup> هيربرت أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة والإعلان ووسائل الإتصال الجماهيري خيوط الرأي العام؟، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، 243: ص 8

ولكن اللغة تواجه تحديات كبيرة في ظل العولمة، المتمثلة في المصالح المادية، الناجمة عن الاتصال الأجنبي، والتأثير الإعلامي القائم على الصخب والضجيج. (2)

### الفرع الثاني: مجالات الاتصال اللغوي

يقصد بمجالات الاتصال اللغوي مجموعة الأنشطة التي يحتاج الفرد فيها لاستخدام اللغة، وتختلف هذه المجالات باختلاف البيئة المحيطة بالفرد، ومواقف الحياة التي يمر بها، وخصائصه هو نفسه، ومدى إتقانه للغة التي هي أداة التواصل، والفترة الزمنية التي يجري فيها الاتصال. . . إلى غير ذلك من عوامل التباين في مجالات الاتصال اللغوي.

ومع التسليم بهذه الحقائق إلا أن هناك عدداً من المجالات العامة للاتصال اللغوي تلخصها لنا وليجا ريفرز وصاحبته ماري تيمبرلي فيما يلي:

1. تكوين العلاقات الاجتماعية والاحتفاظ بها.
2. تعبير الفرد عن استجاباته للأشياء.
3. إخفاء الفرد نواياه.
4. تخلص الفرد من متاعبه.
5. طلب المعلومات وإعطائها.
6. تعلم طريقة عمل الأشياء أو تعليمها للآخرين.
7. المحادثة عبر التليفون.
8. حل المشكلات.
9. مناقشة الأفكار.
10. اللعب باللغة.
11. لعب الأدوار الاجتماعية.
12. الترويح عن الآخرين.
13. تحقيق الفرد لإنجازاته.
14. المشاركة في التسلية وإزفاء الفراغ. (3)

ولكل مجال من هذه المجالات بالطبع أنماط اللغة المناسبة لها من أصوات ومفردات وتراكيب، فضلاً عن السياق الثقافي المحيط بها.

(1) الموسوعة العربية العالمية، م. س. - (ج 2/ ص 14)

(2) أحمد الضبيبي، اللغة العربية في عصر العولمة، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1422هـ/2001م: ص 13. وينظر: ديتريش، البرت، الدراسات العربية في ألمانيا- تطورها التاريخي ووضعها الحالي-، فرانز شتاينر، فيسبادن، 1962م: ص 16.

(3) Rivers، Cambridge، W: A Practical Guide to the Teaching of English، Cambridge، 1978. p. 47، University Press



## وسائل الاتصال الحديثة:

كانت الأخبار تنتقل بين الأمم ببطء، قبل عصر الاتصالات الحديثة السريعة. وقد تسبَّب الوقت الطويل الذي كان يضيع حتى يتم تسلم الرسائل أحياناً في مشكلات. (1)

ومن المحتمل أنّ الإنسان الأول قد تفاهم مع الآخرين بالكلمات. ولا يُعرف كيف بدأ التخاطب البشري، وهذا أمر يختلف العلماء فيه منذ القدم ودارت آراؤهم فيه حول أربعة محاور: الأول أن اللغة توقيف من الله، والثاني أنها إلهام، والثالث أنها اصطلاح، والرابع أنها محاكاة للأصوات كما لحَّصه ابن جني وغيره. وكانت إشارات الدخان وقرع الطبول والحمام الزاجل من أول أشكال اتصالات المسافات الطويلة. وكانت ترسل معلومات محدودة فقط، كالإنذار على سبيل المثال. (2)

وفي أواخر القرن التاسع عشر الميلادي، أدى عدد كبير من الاختراعات إلى تحسين الاتصالات، ومنها الهاتف. حيث صمَّم ألكسندر جراهام بل واحداً من أوائل الهواتف العاملة وتم تشغيله في المعرض المتوي في فيلادلفيا. (3) وقد سجَّل ألكسندر جراهام بل - وهو مدرس للصحف في أونتاريو - براءة اختراع هاتفه هذا في عام 1876م. وقد مكَّن جهاز بل من نقل الصوت البشري عبر الأسلاك. كما سجَّل إليشا جراي، وهو مخترع أمريكي براءة اختراع آلة مشاهمة في الوقت نفسه تقريباً. ولكن أول شبكة للهاتف تم تمديدتها في نيو إنجلاند عام 1878م، واستخدمت تصميم بل. وبحلول عام 1890م، كان نظام بل للهاتف يستخدم على نطاق واسع في أمريكا وأوروبا. (4)

(1) فقد كان من الممكن على سبيل المثال، ألا تقع حرب عام 1812م (بين بريطانيا والولايات المتحدة)، لو وُجد البرق أو الهاتف في ذلك الوقت. وقد بدأت الحرب جزئياً؛ لأنَّ بريطانيا عرقلت حرية الملاحة الأمريكية. وقد أعلنت الولايات المتحدة الحرب على بريطانيا في 18 يونيو 1812م. وكانت بريطانيا، قبل يومين من هذا الإعلان، قد أعلنت أنها سوف تُوقف عرقلة الملاحة الأمريكية، ولكن هذا الخبر كان لا بد أن يعبر المحيط الأطلسي، بوساطة السفن، حتى يصل إلى الولايات المتحدة، ولكنه لم يصل إلا بعد بدء القتال. وقد كان من الممكن أيضاً أن تمنع الاتصالات السريعة المعركة الرئيسية في هذه الحرب. وقد خاض الجنود هذه المعركة في نيو أورليانز في يناير 1815م، بعد 15 يوماً من توقيع معاهدة سلام في أوروبا. وقد قُتل نحو 315 شخصاً وجرح نحو 1،290 في هذه المعركة. راجع: الموسوعة العربية العالمية، م. س: وسائل الاتصال الحديثة.

ويمكن أن تؤدي الاتصالات السريعة إلى نتائج سيئة إذا لم يتم التعبير عن الرسائل بدقة. فقد أرسلت الولايات المتحدة وحلفاؤها في عام 1945م، قرب نهاية الحرب العالمية الثانية، رسائل بالراديو إلى اليابان، تُحذِّر بأن اليابانيين سيواجهون تدميرًا عاجلاً ومطلقاً إذا لم يستسلموا. وقد كان المسؤولون اليابانيون ينوون أن يردوا بأنهم سوف يؤجلون التعليق؛ لأنهم يحتاجون لوقت أطول لدراسة الرسالة. وبدلاً من هذا، فقد ردّوا بكلمة تعني، أنهم سوف يتجاهلون التحذير. ولو كانوا قد اختاروا ردّاً آخر، فلربما حال ذلك دون إسقاط الولايات المتحدة، قنابل ذرية على المدينتين اليابانيتين هيروشيما وناجازاكي. وقد مات أو قُتل نحو 132،000 رجل و امرأة وطفل بعد الانفجارين، ويعتقد البعض أن ما حدث كان نتيجة لفشل في الاتصالات. راجع: الموسوعة العربية العالمية - (ج 2 / ص 6)

(2) هربرت شيلر، م. س: ص 7

(3) "نعال هنا يا سيد واطسون فأنا أريدك" تكلم ألكسندر جراهام بل هذه الكلمات التي تمثل أول اتصال عن طريق الهاتف في 10 مارس عام 1876م. وكان بل قد سكب جرة فيها حمض عن طريق الخطأ، وكان ينادي على مساعده توماس واطسون. راجع: الموسوعة العربية العالمية - (ج 2 / ص 16)

(4) خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، المكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، 2001: ص 35

ومع بداية العصر الإلكتروني، في نهاية القرن التاسع عشر، استخدم المخترعون فرعاً من العلوم والهندسة يُسمى الإلكترونيات في إرسال الإشارات عبر الفضاء. ولقد أمكن بسبب عصر الإلكترونيات اختراع الراديو، والتلفاز، وعجائب الاتصالات الحديثة الأخرى. (1)

في البداية، كانت إشارات شفرة مورس تُرسل فقط بوساطة جهاز ماركوني. وفي عام 1906م أوصل ريجنالد إيه فيسيندن . وهو فيزيائي كندي المولد، سماعة الهاتف بجهاز برق لاسلكي، وأصبح واحداً من أوائل الأشخاص الذين نقلوا الكلام. (2) وفي عام 1960م، قامت أقمار صناعية أرضية تُسمى أقمار الاتصالات لأول مرة بنقل الرسائل بين المحطات الأرضية، وقبل ذلك الوقت كانت الإشارات التلفزيونية تُرسل فقط بوساطة الكبل، أو إلى حيث توجد أبراج نقل لتقوية الإشارات. ومكنت الأقمار الصناعية من ترحيل الإشارات التلفزيونية عبر المحيطات. وكذلك تستطيع الأقمار الصناعية نقل رسائل الراديو والهاتف والاتصالات الأخرى. (3)

وفي أوائل الثمانينيات من القرن العشرين، بدأ العديد من الشركات تسويق هواتف خلوية متحركة. وبموجب هذا النظام تقسم المدن إلى مقاطعات تسمى خلايا كل منها له ناقل راديو منخفض الطاقة ومستقبل. وعندما تنتقل السيارة المزودة بالهاتف من خلية إلى أخرى يقوم الحاسوب بنقل المكالمات من ناقل ومستقبل إلى آخر بدون انقطاع المكالمات. (4) ثم أتاح أحد فروع الفيزياء المسمى البصريات الليفية استخدام الضوء لإرسال رسائل أكثر، وبسرعة أكبر، عما هو الحال عند استخدام الكهرباء أو موجات الراديو. فباستخدام اتصالات الألياف البصرية، يُحول شعاع الليزر الإشارات الكهربائية الخاصة بمكالمة هاتفية، أو صورة تلفزيونية إلى نبضات ضوئية. يُوجّه الليزر إلى أحد أطراف جدائل زجاجية شفافة تسمى الألياف البصرية. ويستطيع الضوء أن ينتقل مسافات شاسعة خلال الألياف، دون أن يفقد قوته أو وضوحه. وعند طرف الاستقبال، يقوم جهاز بإرجاع ضوء الليزر إلى الأصوات والصور. وتستطيع حزمة من الألياف البصرية لا تتجاوز كل واحدة منها سمك شعرة من جسم الإنسان، أن تبث آلاف المكالمات الهاتفية أو البرامج التلفزيونية في الوقت نفسه. (5)

(1) محيي الدين عبد العليم، فنون الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، 2009: ص 17

(2) دانييل بونيو: الاتصال ضد الإعلام، ترجمة نصر الدين لعياضي، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع: آراء ورؤى، دار القصة، الجزائر

1999 ص 35

(3) محمد علي العمري، مظاهر الثورة الرقمية ونتائجها، مجلة أقلام، العدد السادس عشر، السنة الرابعة، نوفمبر - ديسمبر 2005.

(4) ريمي ريفيل، الثورة الرقمية ثورة ثقافية، ترجمة سعيد بلمبخوت، مراجعة الزواوي بغورة، عالم المعرفة، منشورات المجلس الوطني للثقافة والفنون

والآداب، الكويت: ص 13

(5) بيتر بي سيل، الكون الرقمي - الثورة العالمية في الاتصالات، ترجمة ضياء وزاد، مراجعة نيفين عبد الرؤوف، مؤسسة هندواي، 2017:

ص 147

وكان للشبكة الإلكترونية الجبارة الانترنت أن ضمت أنظمة الهاتف وأنظمة التلفاز الكبلي والشبكات الحاسوبية. ووفرت طريق المعلومات فائقة السرعة معلومات مستفيضة وخدمات متنوعة كثيرة لمستخدميها في المنازل والمدارس وأماكن العمل، بل وفي كل مكان. (1)

وتبث معظم أنظمة الاتصالات السلكية واللاسلكية، بما فيها الهاتف، الرسائل بوساطة الأسلاك والراديو والأقمار الصناعية، كما أن العديد من رسائل البرق أو التلغراف والمحادثات الهاتفية وبالذات المحادثات المحلية، تتم عبر الأسلاك التي توضع في كبلات تحت الأرض. وتضطلع الكبلات في أعماق البحار بالاتصالات الخارجية. وتبث أقمار الاتصالات التي تتخذ مداراتها حول الأرض إشارات الهاتف والتلفاز وإشارات الاتصالات الأخرى إلى جميع أنحاء العالم.

وهناك وسيلتان لبث الاتصالات هما: البث النظير، والبث الرقمي. ويستخدم البث النظير إشارات مطابقة للصوت أو الصورة التي يتم بثها. فالهاتف المعتمد على البث النظير مثلاً، يبث تياراً كهربائياً يحاكي نمط موجات صوت المتحدث. وهذا التيار ينتقل عبر الأسلاك ويتم تحويله مرة أخرى إلى موجات صوتية في سماعة الهاتف. وتتحول الإشارات في البث الرقمي إلى شفرة. وللشفرة في معظم الحالات عنصران مثل عنصر النقطة. الشرطة كما هو في شفرة مورس أو وميض الضوء وانطفائه. وفي أحد أنواع أنظمة الهواتف الرقمية ترسل الشفرة بوساطة عمود من النور سريع الوميض، ويقوم جهاز الاستقبال بإعادة فك رموز الشفرة. وتنتج نبیطة (جهاز) تسمى الليزر الضوء الذي ينتقل عبر خيوط دقيقة من الزجاج تسمى الألياف البصرية. (2)

وعندما يتم بث محادثة هاتفية فإن الضوء في هذا النظام يومض وينطفئ حوالي 45 مليون مرة في الثانية. وهذا المعدل العالي يمكن اثنين من الألياف البصرية من حمل حوالي 6، 000 محادثة في نفس الوقت. ولو نقلت هذه المحادثات على نظام البث النظير لتطلبت 250 سلكاً نحاسياً. كما أن البث الرقمي أقل ضوضاء واختلالاً من نظام البث النظير. (3)

#### الهاتف:

تستمد كلمة هاتف من قول العرب: سمعت هاتفاً يهتف، إذا كنت تسمع الصوت ولا تبصر أحداً. والهاتف أو التلفون، جهاز يرسل ويستقبل الصوت كهربائياً. وهو من أهم وسائل الاتصال. ففي لحظات قليلة يمكن الهاتف الناس من التحدث، بعضهم مع بعض، عبر مسافات لا يستطيع صوت الإنسان أن يقطعها. ولا تستطيع الهواتف الحديثة المعقدة الصنع توصيل

L'ère du numérique: réseaux du futur et (1)Patrick-Yves Badillo et Dominique Roux pages 89 à 121(en ligne) https://www.cairn.info/les-100-mots-des-telecommunications--9782130574767--page-89.htm#

(2) راي تريكر، الالكترونيات البصرية وتكنولوجيا الألياف البصرية، ترجمة إنعام عجاج، منشورات مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية والمنظمة العربية للترجمة، الطبعة الأولى، بيروت، 2011: ص 43 وما بعدها

(3) مجموعة مؤلفين، تكنولوجيا مستقبلات الأقمار الاصطناعية، ترجمة د. عبد الرحمن وهيب، شعاع للنشر والعلوم، الطبعة الأولى، 2000،

حلب - سورية: ص 7 - 8-9

الرسائل الصوتية وحسب، ولكنها توصل الكلمات المكتوبة أيضاً، والرسوم، والصور الضوئية، بل وحتى صور الفيديو. وبالإضافة إلى ذلك، تستطيع الهواتف إرسال المعلومات من حاسوب إلى آخر. (1)

والهواتف التي تراها أجزاء من شبكة هاتفية معقدة، تحتوي أيضاً على حواسيب كبيرة، وأسلاك نحاسية طويلة للغاية، وجدائل زجاجية شعرية السمك، وكوابل مدفونة في الأرض أو موضوعة على امتداد قيعان المحيطات، ومرسلات ومستقبلات راديوية، وأقمار صناعية تسبح بعيداً عن الأرض.

والهاتف الخليوي، أو الجوال وحدة هاتف متحركة تتيح للناس الاتصال عبر مسافات بعيدة باستخدام توليفة من راديو وهاتف وحاسوب. هنالك ثلاثة أنواع من الهواتف الخليوي: المتحرك والمتنقل والمحمول. والهاتف المتحرك يثبت بصورة دائمة على سيارة، ويتلقى القدرة الكهربائية من محركها. والهاتف المتنقل يمكن وضعه وحمله في حقيبة ذات بطارية توفر القدرة. ويؤود المحمول بوحدة بطارية ذاتية ويمكن حمله باليد.

يتكون نظام الاتصال الخليوي من ثلاثة أجزاء رئيسية: 1- الهاتف الخليوي 2- الشبكة الهوائية للراديو ذي القدرة المنخفضة 3- مكتب التحويل المركزي. فحين يصدر نداء من هاتف خلوي تحمل موجات الراديو الرسالة إلى جهاز إرسال هوائي. ويقع الهوائي مركزياً في منطقة جغرافية تعرف باسم الخلية. وتختلف الخلايا في الحجم والعدد وفقاً لمساحة الشبكة. ويبحث جهاز الإرسال الرسائل إلى مكتب تحويل مركزي محسوب يقوم ببث الرسالة إلى شركة هاتف محلية أو بعيدة المدى، حيث يتم بث الرسالة إلى غايتها. وعندما يتحرك المنادي عبر مساحة خدمة اتصال، يتم نقل النداء من جهاز إرسال إلى آخر أوتوماتياً دون انقطاع. (2)

(1) شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال - قضايا معاصرة - التأثيرات السياسية والاجتماعية لتكنولوجيا الاتصال، المدينة برس، القاهرة،

الطبعة الأولى، 2003: ص ص 73-111

(2) راي تريكر، م. س: ص 49

الفصل الثاني:

علاقة اللغة بالاقتصاد

في الجزائر

(الإطار النظري)

## علاقة اللغة بالاقتصاد في الجزائر (الإطار النظري)

المبحث الأول: الأهمية والبعد الاقتصاديين للغة ووظيفتها ودورها في ارتفاع مستوى المعيشة لدى الفرد.

### الأهمية الاقتصادية للغة.

لئن كانت الأسواق، وغيرها من أوجه النشاط التجاري والاقتصادي، الذي شهدته الحياة البشرية في مختلف البقاع، وعلى مر العصور، قد استخدمت فيها اللغة على أنها الوسيلة الأساسية في ترويج وتبايع البضائع والسلع، أي من خلال عمليات البيع والشراء؛ فإن أهمية اللغة بصورة عامة، قد زادت في النشاط الاقتصادي الحديث، لتعدد صور ومجالات استخدامها تبعا لتعدد أدوات الاتصال التجاري بين الأفراد والشعوب، حتى أصبحت هي الأخرى ينظر إليها باعتبارها سلعة ذات قيمة تبادلية تتزايد مبيعاتها في ظل الطلب المتنامي عليها، غير أن لها ميزة تختلف بها عن باقي السلع، وهي أن مخزونها أبدا لا ينفد. وأصبح من العيب أن نغفل أهمية العامل الاقتصادي في النهوض باللغة، لأن ما يشغل العالم كله الآن هو في المقام الأول مشاكل اقتصادية، وليس ثمة مجتمع يريد أن ينهض دون أن يحسن اقتصاده، واللغة بوصفها ظاهرة اجتماعية تتأثر باقتصاديات المجتمعات المتحدثة بها، وأصبحت اللغات الحضارية من عوامل تحسين الاقتصاد من خلال ما يسمى بالتصدير اللغوي للبرامج والتقنيات التي تعالج منظومتها. (1)

ويخضع تحديد القيمة السوقية للغة ما، في فترة ما، للعوامل الاقتصادية؛ فاللغة الصينية، مثلا، على الرغم من أنها لغة جماعة لغوية ضخمة ذات تراث ثقافي عميق، ولغة بلد ذي أهمية سياسية كبيرة في عالم اليوم، ليست تحظى بطلب كبير عليها على مستوى العالم بوصفها لغة أجنبية، لأن إمكان استغلالها الاقتصادي إمكان محدود. أما اللغة اليابانية - في المقابل - فقد ارتفعت قيمتها في السوق العالمية للغات الأجنبية خلال العقد الماضي، وهو تطور لافت للنظر يكاد يشبه ارتفاع شأن البن في سوق العملات، حيث إن اليابان قد أصبحت شريكا تجاريا مهما لبلاد كثيرة على مستوى كل القارات. (2)

ونظرا لقيمتها الاستعمالية الكبيرة في السوق العالمية، وسيطرتها على وسائل وبرمجيات التقنية الحديثة؛ فإن اللغة الإنجليزية ما زالت تتربع على عرش اللغات الأكثر مبيعا في العالم، وشكلت المنافسة التجارية عاملا حاسما في استتباب اللغة الإنجليزية الأمريكية، ونشرها حتى كادت تطغى على اللهجات التقليدية للغة الإنجليزية، في حين أن اللغة العربية، وهي الأقدر والأجدر من حيث خصائصها وسماتها، ما زالت تترنح تحت وطأة اقتصاد ضعيف لا يقيم لها وزنا في حساباته، أو يقدم لها الدعم الواجب في نشاطاته. (3)

وقد ظلت العلاقة بين الاقتصاد واللغة تتنامى عالميا حتى غدت اللغة بالنسبة للنشاط الاقتصادي الحديث ركيزة محورية، مثل النقود، وتنشأ أهميتها من كونها عنصرا أساسيا من عناصر الاتصال الذي يعتمد عليه النشاط الاقتصادي اعتمادا كبيرا، كما أن الاقتصاد قد أصبح دوره مهما في انتشار اللغة والإقبال. وكم أدى التوسع في النشاط الاقتصادي لأمة من الأمم إلى تمكين لغتها في

(1) سعيد أحمد بيومي، اللغة العربية والنشاط الاقتصادي، 16 حزيران (يونيو) 2006م، <https://diwanalarab.com/spip.php?article4795>، تاريخ الزيارة 2019/6/11

(2) فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ترجمة د. أحمد عوض، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد 263، نوفمبر 2000م: ص 106.

(3) فلوريان كولماس، م. س: ص 106

بيئات جديدة لم يكن لأهلها عهد بها، كما حدث مع العربية إبان ازدهارها في مناطق العالم المختلفة، شرقا وغربا، عبر المنافذ التجارية، جنبا إلى جنب بضائع العرب ومنتجاتهم، وكما يحدث مع الإنجليزية اليوم، حيث يمثل النشاط الاقتصادي الحديث، لا سيما في سوق منتجات التكنولوجيا والاتصال، عاملا من أهم عوامل انتشارها.

وقد أضحت مصائر اللغات والشعوب رهنا باقتصادياتها، فكلما نشط اقتصاد لغة زاد انتشارها والإقبال عليها. ويبين " لينين " صلة اللغة بتشكيل الكيان الواحد للمجتمع عن طريق إسهامها في إيجاد السوق، وتمكين الأمة من عمليات البيع والشراء والأخذ والعطاء، قائلا: " اللغة هي الأداة الأساسية للتعامل الإنساني، ووحدة اللغة وتطورها غير المحدود، هو أحد الظروف الأكثر أهمية من أجل تعامل تجاري حر بالفعل، وواسع النطاق، على المستوى الذي تتطلبه الرأسمالية الحديثة، ومن أجل التجميع الحر والعريض لكل السكان، من مختلف الطبقات. وأخيرا من أجل إقامة ارتباط وثيق بين السوق وكل مالك، كبيرا كان أو صغيرا، بائعا أو مشتريا".<sup>(1)</sup>

ولقد ظهرت للخطاب اللغوي آثار جوهرية في عصرنا الراهن، بعد أن تحولت النشاطات المعلوماتية باتجاه توظيف النص المكتوب في إدارة كثير من النشاطات السائدة على الإنترنت. ولا تستمد الكلمات المستخدمة في الخطاب معانيها من نطقها، والدلالات اللغوية التي تمتلكها فحسب، ولكن تستمدها من الأغراض التي تؤديها في نقل المضامين غير المادية وتحويلها إلى أداة معرفية تعد مرتكزا لأتمات متعددة من عمليات الإنتاج التي تؤثر على مستوى القيمة بالمعايير الاقتصادية.<sup>(2)</sup>

وعلى هذا الأساس فالكلمات -شأنها شأن العملات النقدية- لا تستمد قيمتها ودلالاتها الاقتصادية إلا من خلال طبيعة الاستعمالات المتاحة لها لدى من يوظفونها لتلبية احتياجاتهم في بيئة اقتصادية بذاتها. لذا، بات لزاما علينا أن نفتنح جميعا بوجود توازٍ مفاهيمي بين اللغة والاقتصاد يبني على حقيقة كون كل منهما أداة للتبادل، وتنفيذ جملة من النشاطات والمهام على ساحة التداول البشري اليومي. فاستعمال كلمات خالية من المحتوى المفاهيمي مع التظاهر بأنها ذات مفهوم، يشبه زيادة مقدار النقود المتداولة مع عدم وجود أي زيادة في الإنتاج الإجمالي للمجتمع، أي مجموع القيم المتكونة بشكل جماعي. وكلا الأمرين يعد إساءة في الاستخدام، ويعرض صلاحية النظام المرتكز إليها للخطر.<sup>(3)</sup>

وكما أن قيمة النقود تتجاوز بكثير وظيفتها باعتبارها أداة لتبادل السلع الاقتصادية، كذلك فإن الكلمات المستخدمة بجميع مستويات خطابنا اللغوي تمتلك بعدا ماديا له انعكاسات ملموسة على البيئة الاقتصادية في المجتمع العولمي المعاصر.

بصورة عامة، لم يكن الاقتصاديون يولون عناية كافية للمتغير اللغوي في نماذجهم الاقتصادية بسبب غياب المعايير الكمية التي يمكن من خلالها التعامل مع هذا المتغير ضمن أنموذجهم الاقتصادي. يضاف إلى ذلك عدم وضوح طبيعة العلاقة القائمة بين المتغير الاقتصادي، من جهة، والعنصر اللغوي الذي يتم توظيفه خلال سريان النشاطات العملية والاقتصادية، من جهة أخرى، فبقيت نماذج تقدير اللغة شحيحة وتميل إلى النهج الإحصائي الموازن الذي لا يرقى إلى مستوى عميق في معالجة الجوانب التفصيلية للمسألة. يضاف إلى ذلك تشابك وتداخل المتغيرات الحاكمة للمتغير اللغوي وتداخلاته مع المتغير الاقتصادي؛ بحيث لم تبدأ هذه

(1) د. محمد عمارة، الأمة العربية وقضية الوحدة، دار الوحدة، بيروت، 1984م: ص 75.

(2) فلوريان كولمان، م. س: ص 96

(3) فلوريان كولمان، م. س: ص 96

الدراسات بكثافة إلا بعد أن انتشرت استخدامات تقنية الذكاء المحوسب، وترسيخ جذور العولمة الاقتصادية المتشابكة مع سيادة أدوات الاتصال والمعلومات على حد سواء.

إن التأثير الكبير الذي جاءت به العولمة إلى مجتمعنا المعاصر قد ألقى بظلاله الواضحة على العمل الذي تمارسه اللغة على نشاطات التجارة والأعمال، وحجم التأثيرات المصاحبة للنطق بلغة من اللغات في التأثير الملموس على قدرة العاملين بميادين التجارة والأعمال في زيادة المردود الاقتصادي لمنظمتهم. يضاف إلى ذلك وجود تيار قوي للتعامل مع اللغة بوصفها سلعة رائجة في بيئة اقتصاد المعرفة الذي بدأت معالمه في الظهور خلال العقد الأول من الألفية الجديدة.

لقد أضحى الاقتصاد الرقمي مرتكزاً، بصورة ملموسة، إلى اللغة بوصفها أداة فاعلة في صناعة القرار، وإقناع الزبون من خلال الوسط البيئي الذي توفره مواقع التجارة الإلكترونية على الإنترنت. يضاف إلى ذلك أن توفر أكثر من خطاب لغوي أمام عمليات الاتصال التي تقيمها مواقع الويب يعد خزيناً معرفياً وقيمة اقتصادية مضافة تدعم القدرة التنافسية للأفراد وشركات التجارة والأعمال تحت مظلة السوق الرقمي الجديد<sup>(1)</sup>

ولقد ظهر اصطلاح الكثافة اللغوية Language Intensity للسلعة أو الخدمة، الذي يمكن أن يربط بصورة مباشرة مع كثافة الوساطة التجارية Factor Intensity التي تنتظم مع السلعة أو الخدمة عندما يسعى المنتج إلى إدراجها معها عندما يخطط لطرحها وتسويقها في سوق محلي، أو إقليمي، أو على مستوى عولمي ويزداد الاهتمام في ظل اقتصاد المعرفة بمسألة الكثافة اللغوية نتيجة للأثر الفاعل الذي يضطلع به عنصر اللغة في تحديد عنصر القيمة للسلعة بعد أن تحول الخطاب اللغوي، ومفرداته إلى موجودات مالية، تتحدد قيمتها من خلال المستوى الذي تتسم به كثافة الاستخدام مع سلعة بذاتها، ومستهلك محدد.<sup>(2)</sup> وهكذا، يتجه الاقتصاد العالمي أكثر فأكثر نحو الاعتماد على المعرفة، ونحو اقتصاد يدعى بالاقتصاد المبني على المعرفة (Knowledgebased economy). وتتعاظم في هذا الاقتصاد قيمة المعلومات وأهميتها، كما تزداد فيه قيمة ودور الأصول غير المادية (intangible assets) أو الأصول المعرفية. ومن ظواهر هذا التحول توجه المجتمعات أيضاً إلى ما يسمى بمجتمع المعلومات (Information Society). ويميل البعض إلى إطلاق تعبير ثورة المعلومات على هذا التحول الذي يشهده العالم حالياً.

ومن أهم مظاهر هذا التحول تعاظم تأثير العلم والتقنيات المعرّ عنها اصطلاحاً بـ(المعرفة) في النمو الاقتصادي. وقد انكبّ علماء الاقتصاد الكبار على محاولة فهم هذا التحول وقياسه، وطوّروا نظريات النمو الاقتصادي القائمة (Growth theory)، وطرحوا نظريات جديدة؛ فقد أدخل سولو - Solow عالم الاقتصاد المعروف والحائز جائزة نوبل - عامل التقدم التقني (Technical Progress) على النظرية الكلاسيكية الجديدة للنمو الاقتصادي.

The Economics of Multilingualism: (1) François Grin and François Vaillancourt  
p. 19, 1997, Cambridge University Press, Overview and Analytical Framework

(2) حسن مظفر الرزّو، دراسة الآثار الاقتصادية للتعدي اللغوي في التجارة والأعمال في دول الخليج العربي، <https://www.alukah.net/culture/0/8628/> تاريخ الإضافة: 2009/12/3 ميلادي - 1430/12/16 هجري، تاريخ الزيارة

2019/6/09م



ورأى اقتصاديون في أواخر الثمانينيات وفي التسعينيات من القرن الماضي أن هذا غير كافٍ ليؤدي العلم والتقنية دورهما في النمو الاقتصادي، وذلك لأن هذا العامل يدخل بصفة خارجية (exogenous)، لذلك طرحوا نظرية جديدة تربط النمو بالتقدم العلمي والتقني بأسلوب مباشر وبصفة داخلية (endogenous). ومن هؤلاء الاقتصاديين بول رومر (Paul Romer) من جامعة ستانفورد - وقد رُشح للحصول على جائزة نوبل على هذه النظرية التي سُميت "بنظرية النمو الجديدة" (New growth theory).

وخلاصتها أن النمو الاقتصادي لبلد ما (أو إقليم ما) يرتبط ارتباطاً مباشراً بالمستوى العلمي والتقني لهذا البلد، وخاصة مستوى القوى العاملة فيه، وبمعدل النمو العلمي والتقني. واللغة هي وعاء المعرفة العلمية والتقنية، لذلك فإن دور اللغة العلمية والتقنية في تحسين مردود القوى العاملة (أي بلغة الأم) يتعاظم بدرجة كبيرة مع التوجه نحو الاقتصاد المبني على المعرفة. وتُعدّ الترجمة العلمية من وسائل إغناء اللغة العلمية والتقنية للقوى العاملة، أي من وسائل النهوض الاقتصادي والاجتماعي.<sup>(1)</sup> وتمثل صناعة المحتوى الرقمي الدعامة الرئيسية لاقتصاد المعرفة. وهي تتطلب إنتاج المحتوى، ومعالجته ونشره وتوزيعه. ويتم هذا الإنتاج والاستثمار عادة بلغة المجتمع.

فهذه بعض المؤشرات القوية على أن اللغة سلعة مربحة، ومنتج مستقبلي صعودي، في عالم المعلومات والاقتصاد المعرفي، وأن تدبير شؤونها ينبغي أن يأخذ بعين الاعتبار هذا المعطى.<sup>(2)</sup> واللغة التي نتحدثها تؤثر على النمو الاقتصادي، يقول الاقتصادي الأمريكي لورانس سامرز: "إذا كانت استراتيجيتك قائمة على التجارة مع متحدثي الإنجليزية فحسب فهذه استراتيجية ضعيفة". وهو، وإن كان هنا إنما يعني التركيز الأمريكي على ما يسمى بالعلاقة الخاصة مع المملكة المتحدة، إلا أنه يشير ضمناً إلى أن اللغة تُعدُّ مهمّة على مستوى وطني واسع النطاق، فضلاً عن مستوى الأعمال التجارية.

فمنذ اختط رواد الأعمال في العصر الوسيط الطريق لاختراق الأسواق، حَقَّقت الحضارات القديمة في الصين، ومصر، واليونان وروما نجاحاً في التجارة عبر الثقافات، إذ توصل التجار الأوائل بالفعل إلى أهمّ بحاجة إلى فهم عملائهم لتحقيق عائد اقتصادي جيد من خلال سد فجوات اللغة. وكان من بينهم التاجر الناجح متعدد اللغات، ماركو بولو، والذي كانت أعماله التجارية تمتدّ من البحر المتوسط إلى الصين.

وبالمثل اليوم، فإنّ رواد الأعمال المشهورين يمتلكون عدة لغات في تجارتهم. تشير مؤلفة كتاب "اقتصاد اللغة: ما هي إمكانات السوق من تعدد اللغات؟"<sup>(3)</sup> (Linguanomics: What is the Market Potential of Multilingualism)

<sup>(1)</sup> محمد مراياتي، تأثير اللغة في النمو الاقتصادي والاجتماعي في الدول العربية 1 من 2، المحتوى الرقمي - العدد (9) - شهر تشرين الثاني - نوفمبر 2006م

<sup>(2)</sup> الفاسي الفهري عبد القادر، 2007، حوار اللغة، منشورات زاوية، الرباط.

<sup>(3)</sup> Gabrielle Hogan-، Linguanomics What is the Market Potential of Multilingualism<sup>(3)</sup> Bloomsbury Academic, Edition: 1st, Published: 09-02-2017, Brun

(Multilingualism?) إلى أمثلة منها، حيث تقول: "على سبيل المثال، مارك زوكربيرج، مؤسس فيسبوك، والذي يتعلم حاليا لغة الماندرين. وبالفعل فعائلة زوجته صينية، لذلك قد يقول البعض إنّه متحمس بشكل شخصي للقيام بذلك. لكنّه يمتلك حافزا كبيرا جدا يحركه السوق، إذ أنّ شركته تحاول منذ فترة طويلة اختراق السوق الصيني. وفي هذا الصدد، أتبع مارك شعارا قديما اشتهر به مستشار جمهورية ألمانيا الاتحادية فيلي براندت، يقول: "إذا كنتُ سأبيع لك، فسأحدثُ لغتك. لكن إذا كنتُ سأشتري منك، فعليك التحدثُ الألمانية".

وهنا تتجلى قوة اللغة الاقتصادية، حيث إنه كلما كان ثمة اندفاع إلى أسواق تجارية جديدة كانت ثمة حاجة ملحّة إلى احتياجات لغوية جديدة. ويعتمد تفاعل الشركات مع هذا التحديّ على مجموعة مهارات لغوية متعددة للتجارة عبر الحدود. الأمر الذي سيحتاج بدوره إلى حركة حرة. وتظهر الإحصائيات الحكومية الحالية أنّ المملكة المتحدة بالفعل تخسر نحو 3.5% من ناتجها المحليّ الإجمالي كل عام نتيجة نقص المهارات اللغوية بين القوى العاملة.

على النقيض من ذلك، فإنّ الولايات المتحدة بمزيج جذورها الثقافية التاريخي لديها مجموعة مهارات لغوية واسعة محبّاة تحت القشرة الظاهرة بأنّها دولة أحادية اللغة. وفي الواقع، فاللغة الإنجليزية ليست اللغة الرسمية للولايات المتحدة. وهذا اعتراف بالتنوع الثقافي للبلاد. ولكن إذا رُوّج استراتيجيا لأحادية اللغة في الولايات المتحدة على حساب حالة عدم التجانس الحاملة، فإنّ الاقتصاد الأميركي سوف يُعاني. وبالفعل، أظهرت الدراسات الحديثة أن واحدة من ست شركات في الولايات المتحدة تخسر بسبب نقص المهارات اللغوية والوعي الثقافي بين القوى العاملة.

وتُظهر بلدان أخرى كيف يمكن استغلال اللغة من خلال تعدد اللغات كمورد ذي قيمة متبادلة في الاقتصاد المعولم. ففي سويسرا، على سبيل المثال، تُقدّر القيمة الاقتصادية للتعددية اللغوية بنسبة 10% من ناتجها المحليّ الإجمالي. وذلك لأنّ الناس في العديد من الشركات والمنظمات يمكن أن يعملوا بعدّة لغات بسهولة.

وإذا ما وصلت نزعات أميركا الحمائية الحالية إلى المملكة المتحدة والاتحاد الأوروبي، فمن المرجّح أن تفوز بلدان مثل الصين والهند، فضلا عن المكسيك واندونيسيا وتركيا في السباق الاقتصادي. ففي هذا الاقتصاد العالمي الأكثر تنوعا قد تصبح اللغة الإنجليزية في النهاية أقل شهرة. وسيكون تقلّص مكانتها مثار سخريّة إذا حدث ذلك نتيجة لمحاولة "جعل أميركا عظيمة مرة أخرى". (1)

والعلاقة الوثيقة بين اللغة والحضارة والاقتصاد، هي التي حدثت ببعض علماء اللسانيات اليوم إلى القول بأن مشكلة "إفلاسنا تكمن في لغتنا"، وبأن هنالك "ارتباطا بين اللغة والعمل"، "ولغة الهوية هي لغة الفرص والتموقع الحضاري، ولكن ينبغي تعلّم اللغات الأخرى"(2).

(1) غابرييل هوجان بران، كيف تؤثر اللغة التي نتحدثها على النمو الاقتصادي، <https://blogs.aljazeera.net/blogs/2018/11/2/>، تاريخ الزيارة 2019/5/25

(2) برنامج المشاء، حلقة (2014/7/17)، <https://www.aljazeera.net/programs/almashaa/2014/7/17/>

2019/5/25

وللاقتصاد دور أساسي في عملية نشأة اللغات. فعن طريق التجارة يبدأ الاختلاط والتواصل بين مجتمع لغوي وآخر، ينتج عن ذلك نشأة لغة تفاهم مشتركة كاللغات الحرفية. من هذه اللغة البسيطة التي تُستعمل للتفاهم بين رجال الأعمال ذوي اللغات المختلفة تبدأ جذور لغة هجينة (Pidgin) من أكثر من لغة، تسيطر عليها المفردات الاقتصادية المأخوذة من تلك اللغات. ومع مرور الزمن تتحول هذه اللغة الهجينة إلى لغة مستقرة نسبياً، هذه اللغة تسمى عند اللغويين باللغة الكريول (Creole). وعندما تستقر هذه اللغة بمرور الزمن تصبح لغة أمّاً للأجيال القادمة في هذه المجتمعات. (1)

والعلاقة بين اللغة والاقتصاد تقوم على الاهتمام باللغة كوسيط للتفاهم والتعامل في المجال الاقتصادي. ويتأكد هذا عندما تصبح اللغة ضرورية في مجال التوظيف والتجارة ومجالات الثقافة والتحضر. فالوظائف المتميزة ذات الدخل الوفير تتوفر للذين يجيدون أكثر من لغة غير لغتهم الأم. ولذلك نجد أن اكتساب لغة أجنبية يحرص عليه أبناء الريف والحضر على حد سواء حرص كل منهم على نيل الوظيفة ذات الدخل المرتفع في السياحة والفنادق وغيرها من الشركات التجارية الكبرى التي تعمل في مجال الاستيراد والتصدير من وإلى الدول الأجنبية.

والوضع اللغوي والاقتصادي مرتبطان ارتباطاً وثيقاً لصالح اللغة التجارية. فمع تعدد اللغات المحلية تزداد حاجة المجتمع إلى لغة تفاهم مشترك يتعامل بها الصفوة والعامّة لزوم التبادل التجاري بين هذه الدول وكذلك الأسواق المحلية. وتصبح لغة التفاهم هذه لغة التجارة، ومن ثم يهتم بتعلمها أبناء اللغات الأخرى لتسهيل عملية التبادل التجاري بينهم. (2)

ففي شرقي أفريقيا مثلاً، يتركز الاهتمام على اللغة السواحيلية؛ ولعلها إحدى أقدم اللغات المكتوبة في شرقي أفريقيا (3). كما تُعد من أكثر اللغات الأفريقية انتشاراً في شرقي أفريقيا. فقد قام العرب منذ القرن الأول الهجري بكتابة اللغة السواحيلية بالحروف العربية، وقد تم ذلك عندما نزل رجال الأعمال العرب سواحل شرقي أفريقيا (4). ومنذ ذلك الحين واللغة السواحيلية تعتمد على المفردات الاقتصادية التي اكتسبتها من رجال الأعمال العرب. وما زال الكثير من المفردات الاقتصادية المأخوذة من اللغة العربية عن طريق التجارة مستخدمة في اللغة السواحيلية حتى الآن. (5)، وقد انتشر التجار العرب بتجارهم من الساحل إلى الداخل، مستخدمين اللغة السواحيلية في التعاملات التجارية، مما أثرى اللغة السواحيلية بالمفردات. وظل استخدام السواحيلية منذ ذلك الحين بفضل الاقتصاد حتى أصبحت أهم لغة للتجارة في شرقي أفريقيا.

(1) فلوريان كولاس: ص 205-213

(2) The Political ، Swahili State & Society ، Ali A. Mazrui & Alamin M. Mazrui (1995)، Kenya. ، Nairobi ، East African Educational Publishers ، Economy of an African Language Pp. 63 - 66

(3) عبد الحى أحمد محمد سالم؛ (1996)؛ السواحيلية بالحروف العربية، بحث منشور بمجلة كلية اللغات والترجمة، جامعة الأزهر، العدد 27: ص 94، القاهرة.

(4) Oxford ، The Soul's Awakening ، (1992)؛ Al Inkishafi ، Sayyid Abdallah A. Nasir (4) East Africa. ، University Press

(5) مثل المفردة ( Fedha ) فضة، وتستخدم بمعنى نقود أو عملة، والمفردة ( Sarafu ) صراف، وتستخدم بمعنى عملة معدنية، والمفردة العربية ( Shirika ) شركة أو مؤسسة، وهي تُستخدم بنفس معناها العربي.

ومن هنا نجد أن الاقتصاد . خصوصاً التجارة . هو القوة الكبيرة الدافعة وراء انتشار اللغة التي صارت بسببه مستخدمة بوصفها اللغة الرئيسية للاتصال الأوسع عبر الحواجز اللغوية. وفي الوقت نفسه نجد أن انتشار المنشآت الاقتصادية في مناطق كثيرة، والهجرة استجابة لحاجة سوق العمل، قد قاما بدور مهم أيضاً. واللغة السواحيلية اليوم هي لغة التعليم . باستثناء التعليم الجامعي . بدون منافس علاوة على أنها اللغة القومية والرسمية في تنزانيا، وهي اللغة القومية في كينيا علاوة على أنها اللغة الرسمية مع اللغة الإنجليزية، فهي وسيلة الاتصال الأساسية بين أصحاب اللغات المختلفة. وتقوم السواحيلية بوظائف مهمة في جنوب شرق زائير ( الكونغو الديمقراطية حالياً ) . ولذا، فهي تتمتع بصفة رسمية في هذا البلد أيضاً. وكذلك الوضع بالنسبة لأوغندا، حيث تُستخدم على نحو كثيف في التجارة الإقليمية والمحلية عبر الحواجز اللغوية. وتُستخدم السواحيلية أيضاً بوصفها لغة للتجارة في مناطق واسعة من رواندا وبوروندا. (1)

### المطلب الثاني: البعد الاقتصادي للغة

تتجلى الأبعاد الاقتصادية للغة، أول ما تتجلى، في (2):

- المجال الاتصالي للغة كما تعبر عنه القدرة السكانية (الديموغرافية) للجماعة التي تستعملها بوصفها (أ) لغة أولى و(ب) لغة ثانية أجنبية.
- مستوى تطور الإمكان الوظيفي للغة باعتبارها أداة إنتاج مجتمعية ومستوى الفرص المتعلقة باستخدامها.
- الطلب عليها بوصفها سلعة في السوق الدولية للغات الأجنبية، وحجم الصناعة التي تمده، والحصص المخصصة من النواتج القومية الإجمالية التي تنفق على الصعيد العالمي لاكتسابها.
- رصيد الحساب الجاري للغة بالنسبة لجماعتها اللغوية.
- المقدار الكلي للاستثمار الموضوع في اللغة، حيث يمكن للتدوين والمعجمي وكثافة شبكة المعاجم ثنائية اللغة التي تربط اللغة باللغات الأخرى، والترجمة من اللغة وإليها، ومستوى إمكان المعالجة الالكترونية، أن يستخدم ذلك كله مؤشرات جزئية.
- الاستثمار في اللغة من خلال توجيه رأس المال نحو الاستثمار في معالجة اللغة، إذ يتوقع عائداً كبيراً للمستثمر نفسه وللغة أيضاً، وذلك للأسباب التالية:

أ- قابلية هذه الاستثمارات للنمو نظراً لاتساع سوق اللغة، وتزايد الطلب على برامج المعالجة اللغوية.

ب- مرونة اللغة وقدرتها على استيعاب التقنيات المختلفة لتعدد خصائصها وتفردتها، مما يجعلها حقلاً خصباً للدراسات النظرية اللغوية بصفة عامة، وهو ما يضمن رواجاً لها في حركة البيع والشراء فالمعجم اللغوي بالرغم مما تتطلبه من استثمارات أكثر ضخامة من معظم الكتب، ولكنها تعد بدخل أكبر وأكثر بقاء، وتساعد المعاجم على التوحيد اللغوي، ذلك لأن معاجم اللغة الواحدة تجسد مفردات اللغة وتحوّلها إلى ملك مادي محتمل لكل عضو في الجماعة اللغوية. ويعد قاموس أوكسفورد معجماً تاريخياً فريداً للغة

(1) فلوريان كولاس: ص 248

(2) محمود السيد: «الاستثمار في اللغة العربية ثروة قومية في عالم المعرفة»، محاضرة علمية أُلقيت في 27 أيار 2015، بمجمع اللغة العربية، في

الرابط: <http://alwatan.sy/archives/4914>، الذي تمت زيارته في 2019/01/18

الإنجليزية، ولن يكون عملاً خاسراً للناشر على المدى البعيد على الرغم من التكلفة الضخمة التي أنفقت عليه، وهو إغناء كبير للغة الإنجليزية وزيادة مستمرة لقيمتها وتطويرها بوصفها أداة إنتاج.

ج- الترجمة بدورها وباعتبارها استثماراً طويلاً الأمد من أجل الحفاظ على قيمتها أوزيادتها، ولما كانت كل ترجمة إلى لغة تضيف قيمة إليها فإنه يمكن النظر إلى مجمل كالاترجمات إلى لغة ما باعتباره مؤشراً آخر إلى قيمتها. وإن حركة الترجمة إلى لغة ماتكشف عن مقدار العمل النوعي الذي يمكن لمجتمع أن يخصصه لهذا النوع من المهنة.

وفي مجال تعلم اللغات الأجنبية، تكشف الطبيعة السلعية للغات عن نفسها بشكل أوضح في مجال تعلم اللغة الأجنبية وتدريسها الذي يمكن وصفه باعتباره سوقاً. وهنا يمكن التمييز بين سوق محلية وسوق إقليمية وسوق وطنية وسوق عالمية.

وتعد المماثلة بين الرصيد اللغوي والرصيد المالي قديمة زنيا، فقد كان (جون لوك) أول من وصف الكلمات باعتبارها "القاسم المشترك للتجارة والاتصال" وهو قاسم لا يمثل ملكية خاصة لأي إنسان، كما أن النهج الذي تسير عليه الكلمة لا يخضع لتغيره لمشيئة أي شخص "ومن دون تفعيل ما سبق، يصف (لوك) ماهية اللغة بأوصاف يمكنها أن تنطبق على ماهية المال. (1)

تماماً كما فعل (ليبينتز) وبعده (دافيد هيوم) و (يوهان جورج هامان) وغيرهم من الكثيرين الذين توصلوا، من خلال تبني التفكير ضمن مقارنة اقتصاديات التربية، بأن اللغة ليست قيمة في حد ذاتها، وإنما تنطوي على القيمة. هذه الأخيرة التي تكون اقتصادية بالأساس، والتي من الممكن أن تضفي قيمة مضافة كبيرة على الاقتصاد القومي. (2)

وعليه، فاللغة هي أداة - مثل النقود - تنطوي على تسهيل تلبية خيارات الأفراد وتوسيع مجال الفعل لديهم. فإذا كانت النقود وسيطاً للتبادل فإن اللغة تسهل التبادل؛ وبالتالي تضيف اللغة قيمة اقتصادية إلى حائزها مما يجعلها تحتاج إلى وضع معايير لتحديدتها.

فتلنقي، بناء على ما تقدم - اللغة بالاقتصاد ويتقاطعان في مكوناتهما التعريفية. ففي التعريفات باللغة، نجد أنها قدرة كامنة تجعل الفرد قادراً على تحقيق ذاته، وهو بالمقابل أحد تعاريف الاقتصاد والعملة على وجه التحديد.

ويذهب علماء الاجتماع، إلى أن هناك توازياً بين تطور اللغة وتطور العملة، وتشابهاً بين استخدام الكلمات واستخدام النقود، خاصة وأن كليهما يستمد قيمته من التبادل، وأنها لكليهما قيمة وحاجة اجتماعية، وأنها كليهما نظام اجتماعي.

بينما يذهب علماء الاقتصاد، وبالمقابل، إلى أن اللغة هي القاسم المشترك للتجارة والاتصال، ومن ثم فهي عنصر من عناصر الازدهار الاقتصادي، فقد دلت الدراسات على أن متوسط دخل الفرد يتدنّى في البلاد التي تتعدد فيها اللغات مقارنة مع البلاد التي يقل فيها هذا التعدد، إذ يكفي ملاحظة عدة بلدان كبريطانيا أين يزيد معدل دخل الفرد عشرات المرات عن الفلبين، ذلك بالرغم من تقارب عدد السكان بسبب تعدد اللغات في الفلبين، ولذلك يكتب العلماء: إن البلاد المجزأة لغوياً بشكل كبير بلاد فقيرة دائماً.

ثم إن التوزيعات والترتيبات، بل وحتى الصراعات اللغوية اليوم، تتوازي وتتقابل بشدة مع ترتيبات وصراعات العملات، فالمواجهة بين الدولار، الأورو والين: هي الوجه الآخر لصراع لغات، ثقافات وحضارات أوروبا، أمريكا واليابان.

(1) فلوريان كولاس، م. س: ص 9.

(2) المرجع نفسه: ص 9-12.

لذلك يتم الإجماع من طرف العلماء بأن اللغة بالنسبة لاقتصاد السوق مسألة محورية. وتنشأ أهميتها الكبيرة من كون النشاط الاقتصادي يعتمد على الاتصال بدرجة كبيرة، وأن العناصر الأساسية للاتصال الاقتصادي عناصر لغوية. ومنه، لن يستطيع الفرد إنتاج العمل في الأسواق دون تمكنه من أداة لغوية معينة، هي لغة سوق العمل الذي يرغب العمل فيه، لتكون المعرفة الفاصلة للفرد بلغة سوق العمل شبيهة إلى حد بعيد بوضعية عدم توافر رأس مال نقدي لدى رجل الأعمال الذي يريد إنشاء مشروع معين.

وعلى الرغم من عدم وجود نشاط اقتصادي من دون اتصال، فإن الاتصال يستلزم نفقات ترجع جزئياً إلى التعدد اللغوي في العالم. وسواء كان هناك فهم اقتصادي أم لا، فإن الاستثمار في لغة معينة لغرض أو لآخر هو مسألة بذل جهود موازنة مع دفع نفقات من أجل الحصول على أرباح. وفي هذه المعادلة، الكثير منها ما ينطبق على اللغة، باعتبارها هي أيضاً تتطلب نفقات استثمارية كبيرة لتعلمها؛ للوصول إلى جني أرباح من وراء تعلمها.

إن تحليل البعد الاقتصادي للغة ليس بهذه السهولة؛ فقد يصبح صرف أموال عامة في بعض اللغات خياراً غير رشيداً وفقاً لآلية "النفقة - العائد"؛ لأن هذا الاستثمار لن يحقق أو يعد بتحقيق عوائد اقتصادية مناسبة في حالة انخفاض القيمة الاقتصادية للغة في السوق الدولية للغات. ويصعب على الدولة حين ذلك إيجاد مبرر اقتصادي لشعبها لصرف أموال عامة في لغة لا تعد بتحقيق عائد مناسب. وهنا يستند دعم اللغة إلى البعد الآخر لها وهو قيمتها الثقافية كمبرر لقرار الإنفاق الذي قد يسير في اتجاه مضاد لمنطق السوق.<sup>(1)</sup>

وهنا يمكننا الاستعانة بمثال مفاده، أنه بالرغم من تزايد القيمة الثقافية للغة العربية بوصفها لغة القرآن الكريم ولغة الضاد، إلا أن قيمتها الاقتصادية تتأخر كثيراً مقارنة بكثير من هذه اللغات. فرجال الأعمال الخليجيين - على سبيل المثال - لا يستطيعون أن يتعاملوا في سوق أمريكية من دون تمكن كاف من الإنجليزية، بينما يستطيع رجال الأعمال الأمريكيين القيام بأعمال في دول الخليج دون إتقان اللغة العربية. وهذا إن دل على شيء، فإنما يدل على أن القيمة الاقتصادية للغة الإنجليزية في السوق الخليجية أكبر من القيمة الاقتصادية للغة العربية في السوق الأمريكية.

ومن ثم فاللغات تخضع لبورصة تماماً كما بورصة العملات، إذ وبالرغم من تواجد نحو سبع آلاف لغة منطوقة في العالم، كما يحاول إثباته عالم اللغات الفرنسي الكبير (لويس جان كالفلي)<sup>(2)</sup>، إلا أنها من حيث الأهمية والتأثير في ظل العولمة هناك ممن ذات قيمة مرتفعة، دون البعض الآخر المنخفضة القيمة.

ولعل تحليل (كالفلي) لأوزان اللغات يشير إلى «بورصة» من نوع مختلف حيث يعتمد على مقياس مركب يشمل عدد المتكلمين باللغة بوصفها لغة أولى أو «لغة أما»، وعدد البلدان التي تكون اللغة فيها رسمية، ومعدلات الكتب المترجمة من اللغة وإليها، والموقع الذي تحتله على شبكة «الانترنت»، والوزن الاقتصادي للبلدان التي تتكلم اللغة.

<sup>(1)</sup> زيتون محيا، التجارة بالتعليم في الوطن العربي - الإشكاليات والمخاطر والرؤية المستقبلية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013: ص 23.

<sup>(2)</sup> Louis-Jean Calvet، «Il était une fois 7 000 langues»، Fayard، Paris، 2011، p. 267.

ووفق هذا المقياس، يشتد التفاوت بين اللغات. وينطوي هذا التفاوت على احتكار على النحو الذي يحدث في الاقتصاد، بل قد يكون أشد حيث تحتكر 5% من اللغات نحو 94% من «السوق» أو سكان العالم، أي أن 6% فقط من البشر يتداولون 95% من اللغات. ومثلما تخسر شركات وتُفلس في السوق الاقتصادية، تنقرض لغات تكون حية اليوم ثم تموت غداً عندما يتوقف استخدامها وسيلة للاتصال.<sup>(1)</sup>

هذا ويوضح آخر تقرير صادر عن منظمة اليونسكو الدولية أن نصف اللغات المحلية التي لاتزال حية مهددة بالانقراض أو الموت، بل يرصد اندثار لغة كل أسبوعين، أي موت 25 لغة سنوياً، وان هناك الكثير من اللغات المحلية في أوروبا نفسها مُهدّدة بسبب زحف اللغة الإنجليزية، مثل اللغة البروتونية في فرنسا، وبعض اللغات المحلية في إسبانيا وبلجيكا.<sup>(2)</sup> كذلك الترجمة اللغوية<sup>(3)</sup>، فهي أيضاً لا تسلم من الميزان الاقتصادي، حيث يتشابه ترجمة محتوى من لغة إلى أخرى بتبديل سلع عبر واسطة النقود. ليصبح المترجمون كما الصرافون للعملة وسطاء، يقوم الأولون بلعب الوساطة لتحويل نفس الأفكار المعبر عنها في لغة معينة و إعادة إنتاجها بلغة أخرى، ونظراً لأنه لا يمكن للغتين أن تتم مطابقة إحداها مع الأخرى بطريقة متناظرة تماماً كانت الترجمة عملاً فنياً وليست نقلاً ميكانيكياً خالصاً؛ في حين يقوم الصرافون بتبديل العملة والذي عن طريقه يفعلون إمكان التعبير عن قيمة معينة ممثلة في واسطة محددة من خلال واسطة أخرى، على حد وصف كارل ماركس.

هذا، وينبع البعد الاقتصادي للغة، إجرائياً وتنظيمياً، من تصوّر السياسة اللغوية وعلاقتها بالسياسة الاقتصادية؛ فهي علاقة فكر وبحث بالمعنى الواسع للفكر وللبحث. وهي الحقيقة التي تتضح لنا إذا ما تعرضنا لتفسير مفهوم الاقتصاد الذي يشمل نشاطات الإنتاج الخدمية والسّليعية والعلم الذي يدرسها. كذلك، فإن مفهوم السياسة اللغوية يرتكز على مفهوم المواطنة [الهوية] وعلى توجيهات تتبطنّ علوماً جمّة من بينها الاقتصاد.<sup>(4)</sup>

لذا، لا يمكن تصوّر تنمية بغير هويّة، ولا يمكن الحديث عن هويّة - أيّ هويّة - من دون هويّة لغوية. ويذهب بعض الباحثين إلى أن اللغة هي أقدم تجليات الهوية، أو لنقل: هي التي صاغت أول هوية لجماعة في تاريخ الإنسان. "إن اللسان الواحد هو الذي

Louis-Jean Calvet، op. cit،<sup>(1)</sup> 267 p.

la Science et la Culture: Organisation des Nations Unis pour l'Education  
Groupe d'experts spécial de „VITALITE ET DISPARITION DES LANGUES  
l'UNESCO sur les langues en danger,, ; in [https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:d\\_ew9-7r2wEJ:https://ich.unesco.org/doc/src/00120-FR-visité+le+13/5/2019,+pdf+&cd=3&hl=fr&ct=clnk&gl=dz](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:d_ew9-7r2wEJ:https://ich.unesco.org/doc/src/00120-FR-visité+le+13/5/2019,+pdf+&cd=3&hl=fr&ct=clnk&gl=dz)

<sup>(3)</sup> فلوريان كولماس، م. س: ص 15-19.

Thèse، Langues et développement humain durable en Algérie،(2007)،<sup>(4)</sup> Khennour Salah  
p. 61-62، Univers. Aix-Marseille1، de doctorat



جعل من كل فئة من الناس جماعة واحدة، ذات هوية مستقلة. ويزداد الاهتمام باللغة والهوية معا ويشيع الحديث عنهما، في المنعطفات أو المفاصل التاريخية في حياة الجماعات<sup>(1)</sup>.

ولقد تقرر في الدراسات الاجتماعية والنفسية أن الشباب هو مرحلة اكتشاف للذات التي تعرف بأزمة الهوية، والتي يكتنفها شعور بالاغتراب الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، يأخذ صورة الثورة والرفض لأغلب القوانين والأنظمة القائمة على أثر ما يصادفه الشباب من إحباط وفقدان ثقة، ما يزيد شعوره بالتناقض الذاتي ما بين رغبة في الاستقلال، وضرورة الاعتماد على الآخرين، ما بين رغبة في الانغلاق على مفردات الهوية وحاجة لتكسير كل ما من شأنه أن يعترض انطلاق الطاقة الشبابية وتحررها حتى وإن كان من عناصر الهوية<sup>(2)</sup>.

هذه الوضعية إزاء مقومات الهوية يمكن أن نرصد بعض ملامحها من خلال بعض أركان الهوية من قبيل: اللغة والدين والتاريخ والوطن.

وإذا تأملنا وجدنا أن تربية الشباب تحتاج في كثير من الحالات إلى تعبئة القوى وإيقاظ العواطف وتنبيه القلوب، واللغة القومية بما تملك من التعبير المؤثر، والتصوير البارع المثير، تستطيع أن تحقق هذه الغايات.

وسؤال الهوية في هذا الموضوع يتجلى من خلال ما نلاحظه من ظواهر سلبية تضعف من قوة هذه اللغة في الواقع لصالح لغات ولهجات أخرى. والمقصود هنا ليس أن نقصر المعرفة اللسانية على اللغة القومية، وإنما المقصود ترتيب الأولويات لأنها تشكل الخارطة المعرفية والنموذج الإدراكي الذي يسمح باحترام الخصوصية والدفاع عنها وتقديمها حيث تراحمها هويات أخرى في زمن التشكل النفسي في مرحلة النضج عند الشباب<sup>(3)</sup>.

إن اللغة ليست وسيلة للتواصل فحسب، وإنما هي أداة تختزن تصورنا ورؤيتنا وتقطيعنا الخاص للعالم<sup>(4)</sup> وهي بالتالي تعكس تميزاتنا الحضارية والثقافية التي تحفظ استمراريتنا الوجودية، ومن دونها نصير إلى التلاشي والدوبان. إن اللغة القومية هي ضمان التجذر حتى لا تذهب بنا رياح اللاتوجه Indeterminacy في العالم المعاصر حيث لا يوجد مركز ولا توجد أية ثوابت على حد قول فوكو<sup>(5)</sup> Foucault .

وإذا نحن تأملنا في طبيعة السؤال اللغوي، في منظور تماسك بناء الهوية، وجدنا الجواب في أن اللغة القومية أداة من أدوات تخليد الأفراد والجماعات رمزيا عبر الزمان والمكان، فعلى المستوى الجماعي تمكن اللغة المكتوبة على الخصوص المجموعات البشرية

<sup>(1)</sup> فيصل الحفيان: العلاقة بين اللغة والهوية، ضمن "اللغة والهوية وحوار الحضارات"، جامعة القاهرة، برنامج حوار الحضارات، 2006: ص 75.

<sup>(2)</sup> ناهد عز الدين، الشباب العربي ورؤى المستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2006: ص 36.

<sup>(3)</sup> المسيري عبد الوهاب، اللغة والمجاز بين التوحيد ووحدة الوجود، دار الشروق، 2002: ص 130

<sup>(4)</sup> André Martinet، Elements of General Linguistics، 1982، University of Chicago Press،

p. 13

<sup>(5)</sup> المسيري عبد الوهاب، م. س: 2002: ص 130



من تسجيل ذاكرتها الجماعية والمحافظة عليها وتخليدها وذلك رغم اندثار وجودها العضوي والبيولوجي، وهو أمر لا حاجة للاستدلال عليه في ثقافتنا العربية والإسلامية<sup>(1)</sup>.

وللذين ما يزالون يعتقدون في عجز اللغة القومية عن التعبير عن حاجات العصر: كيف نهضت اليابان بلغتها وليس بلغة غيرها؟ وهي اليوم على رأس قافلة الحضارة الإنسانية، والياباني - وإن تعلم لغات أجنبية - فهو معتر بلغته اليابانية التي يكتب بها ويفكر بها ويبرمج الحواسيب بها، والتي يعتبرها اللساني تادانوبو تسونودا (Tadanobu Tsunodo) في كتابه المخ الياباني (The Japanese Brain) سر الفريدة والتميز الياباني Japanese Uniqueness<sup>(2)</sup> يقول: يبدو أنني اكتشفت ما يفسر الأوجه المتفردة العامة للثقافة اليابانية، لماذا ينهج اليابانيون هذا السلوك المتميز؟ وكيف شكلت الثقافة اليابانية ملامحها الخاصة وطورتها؟ أعتقد أن مفتاح الإجابة عن هذه الأسئلة يكمن في اللغة اليابانية، أي أن اليابانيين يابانيون لأنهم يتكلمون اليابانية التي تختزن تصورهم للعالم ماضيه وحاضره ومستقبله.

وقد سأل فرانسيس كزافيي<sup>(3)</sup> Francis Xavier، الذي جاء إلى اليابان سنة 1549: لماذا لا يكتب اليابانيون بطريقتنا من اليسار إلى اليمين أفقياً؟ فأجابته الدليل الياباني الذي كان يرافقه بسؤال كان يمكن أن يفيد فرانسيس لو أجهد نفسه في فهم مضمونه. والسؤال هو: لماذا لا يكتب الأوروبيون بالطريقة اليابانية، من اليمين إلى اليسار، ومن أعلى إلى أسفل؟

يقول أبو يعرب المرزوقي منبها إلى هذا المنزلق "إن الاستيراد الميت يصيب الأمم اللواقح بالعقم لكونه يحول دونها والمعاناة التي يتدرج بها الفكر من زاده الخاص إلى الإسهام في تحقيق الزاد الإنساني العام تدرجا مسهما في إبداع هذا الزاد، إذ دون ذلك لا تكون الكونية والكلية بين البشر إلا الاشتراك في الحيوانية طبيعة، والعبودية للسائد تاريخاً"<sup>(4)</sup>.

فاللغة تقوم بالإضافة إلى التواصل وتبادل المعلومات والمعارف، بوظيفة التشارك الاجتماعي والثقافي اللذين يؤسسان لقانون الجماعة (المجتمع)، فهي التي تعيد إنتاج القيم الرمزية للجماعة، وتفرض قانونها الاجتماعي التشاركي، الذي يشكل أساس تطور الحضارة الإنسانية. ولا يتحرر الإنسان من إكراهات رغباته الطبيعية ولا يكشف عن طاقاته الإبداعية المكونة إلا إذا كان منغمسا في لغته وثقافته، لذلك لا يتصور أن يجد الفرد امتداده الطبيعي والثقافي والعاطفي والنفسي خارج لغته، لأن لغة الإنسان منطقة سرية تضمن له توازنه وانسجامه الاجتماعي والثقافي.<sup>(5)</sup> يقول رولان بارث: "كل امرئ سجين لغته، عندما يكون بعيدا عن طبقتة، فإن أول كلمة ينطق بها تشير إليه وتحدد موقعه".<sup>(6)</sup>

<sup>(1)</sup> محمد الداودي، اللغة باعتبارها أرقى الرموز الثقافية: M. Daouadi، Toward Islamic Sociology of cultural Symbols (Kuala Lumpur: A. S. Nordeen 1996) وأيضا: المنظور الإسلامي والرموز الثقافية كمفهوم متعدد الاستعمال

في التخصصات المعرفية الحديثة، 2004: ص 59، ضمن المجلة التركية للدراسات الإسلامية. Islam Arastirmalari Dergisi.

<sup>(2)</sup> باتريك سميث، اليابان (رؤية جديدة)، ترجمة سعد زهران، عالم المعرفة. ع 268: ص 176.

<sup>(3)</sup> مسعود ظاهر، النهضة العربية والنهضة اليابانية: تشابه المقدمات واختلاف النتائج، عالم المعرفة، ع 252: ص 23.

<sup>(4)</sup> المرزوقي أبو يعرب، آفاق النهضة العربية ومستقبل الإنسان في مهب الريح، دار الطليعة بيروت، ط1، 1999: ص 71.

<sup>(5)</sup> خلفي عبد السلام، (2000)، اللغة الأم وسلطة المؤسسة، مبحث في الوضعية اللغوية والثقافية بالمغرب: ص 8.

<sup>(6)</sup> رولان، بارث، (2002)، درجة الصفر في الكتابة، ترجمة محمد نديم خشفة، حلب، مركز الإنماء الحضاري: ص 108.

وارتباط اللغة بالإنسان وحده دون غيره من الكائنات، باعتباره كائنا اجتماعيا، هو ارتباط بفكره، وثقافته، وعلاقاته الاجتماعية، وهويته، وتنميته في شتى أبعادها الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والثقافية والفنية. لذلك لا يمكن تصور حدوث هذه التنمية خارج اللغة ودون إشراك المتكلمين بها في التفكير، والتنظير، وصياغة السياسات والبرامج التنموية وتنفيذها، وهذا لن يتم إلا من خلال لغتهم وثقافتهم الخاصة المتداولة بينهم والتي تختزل أفكارهم وتمثلاتهم وتاريخهم.

ونظرا لأنه لا يوجد علمٌ خالص في نفسه مستقل عن العلوم الأخرى، ونظرا لتغلغل اللغة في جميع ميادين النشاط الإنساني، فإنه لا مناص من الإقرار بالعلائقية والتبادلية بين الاقتصاد واللغة، وبالتالي بالبعد الاقتصادي للغة. ولا ينبغي هنا أن نقع ضحية النقل غير السليم للمفاهيم والمناهج من علم لآخر، بحيث نلوي أعناقها ونكلفها ما لا تحمله من معاني ومن مدلولات.

خاصة وأن اللسانيات، بعد أن خرجت من قمم الشمولية، آمن منظورها بضرورة الرجوع إلى العلائقية بين العلوم، فرأت النور فروع جمة للسانيات، كاللسانيات النفسية، واللسانيات الاجتماعية واللسانيات العرقية، وغيرها؛ لدرجة أننا نتساءل: لماذا لم يبادر الاقتصاديون إلى إدراك هذه العلائقية بين علم الاقتصاد وعلم اللغة. وإن كان اللسانيون يرون أن البعد الاقتصادي للغة حاضر ضمنا في الخطاب الاقتصادي. (1)

في أواخر الثلاثينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، نشبت في الولايات المتحدة الأمريكية حرب لغوية أطلق عليها " حرب المعاجم"، وفيها استعرت حدة المنافسة التجارية في مجال اللغة، وأسفرت في النهاية عن تأكيد استقلال الجمهورية الفتية (أمريكا) والحفاظ على هويتها من التأثير اللامحدود ببريطانيا العظمى.

وقد جرت هذه المنافسة التجارية بين اثنين من رواد صناعة المعجم الحديث للغة الإنجليزية: أحدهما وورستر Worcester الذي كان ينتصر للنموذج الإنجليزي المحافظ، ومن ثم للهيمنة الاقتصادية اللغوية لبريطانيا العظمى. والآخر هو وبستر Webster الذي أعلن أنه " بوصفنا أمة مستقلة فإن كرامتنا تدعونا لأن يكون لنا نظامنا الخاص في اللغة وفي الحكومة أيضا"، ورأى أن الممارسة العامة للأمة الأمريكية هي التي يتعين أن تحدد وحدها اللغة الأمريكية الموحدة وقدم مذهبا سياسيا للديمقراطية اللغوية، لم يقصد به فقط الاعتراض على سيطرة اللغة الإنجليزية المدرسية، بل قصد به أيضا ترسيخ اللهجة الإنجليزية الأمريكية بوصفها اللغة القائدة للمستقبل. ثم بنى معجمه الذي راج باسمه حتى أصبح هذا الاسم مرادفا للمعجم في الولايات المتحدة، شأنه شأن روبرت (Robert) في فرنسا، و دودن (Duden) في ألمانيا ولا يزال هذا المعجم يتنافس على السيطرة على سوق اللغة الإنجليزية حتى اليوم. (2)

هذا، وما يزال النقاش حول علاقة اللغة بالمجتمع؛ الذي تحيا فيه، وأدوارها التنموية، مستمرا، خصوصا وأن كل التجارب الدولية، والإقليمية الناجحة للتنمية، ارتكزت على اللغات الوطنية في المجالات الأساسية المرتبطة بشكل مباشر بصناعة الإنسان وثقافته وفكره وعلمه، وأن محاولات استيراد هذه التجارب من أي بلد في العالم، مهما كان تقدمه وتطوره العلمي والحضاري هي محاولات فاشلة ومكلفة اجتماعيا وثقافيا وحضاريا، ولن تزيد الأمم التي تسعى إلى ذلك إلا تخلفا، وتبعية وبعدا عن طريق النهضة والتطور. (3)

(1) Khennour Salah, (2007), p. 62-63.

(2) فلوريان كولاس، م. س: ص 96.

(3) بوجعة وعلي، (2018)، اللغة العربية والتنمية: المسيرات والمعوقات، دار إي كتب، لندن: ص 42

فاللغة أداة قبل كل شيء، وهي لا تمتلك قيمة بذاتها، وإنما تنطوي على قيمة. فامتلاك لغة مثل امتلاك النقود ينطوي على إمكان توسيع مجال الفعل لدى الأفراد، ومن ثم ينطوي على إمكان إغنائهم متى نجح أصحابها في استثمارها بطريقة صحيحة. من أجل هذا بات التوظيف المكثف للخطاب اللغوي في جل النشاطات السائدة بالمجتمع العولمي الجديد يمثل عاملاً حاسماً من العوامل ذات الصلة بالبنى الاقتصادية التحتية المعاصرة.

وبعد أن عصفت مفاهيم الاقتصاد العولمي بجميع جوانب حياتنا في ظل تقنيات المعلومات، بدأ مفهوم القيمة الاقتصادية المناظرة للأدوات والأشياء التي نداولها يتغلغل في نسيج حياتنا بحيث لم يعد يقتصر على الحدود التقليدية المباشرة. وعلى هذا الأساس أصبحت البيانات، والمعلومات تمتلك قيمة اقتصادية في ظل التوظيف المتشعب لتقنيات المعلوماتية في نسيج الإنترنت، وأصبحت المعرفة تمثل عنصراً اقتصادياً بالغ الأهمية انصبغ بسمته الاقتصاد الحديث الذي عده الكثير مظهرًا جلياً لاقتصاد المعرفة. لذا، يمكن أن نعد مسألة البعد الاقتصادي الذي تمتلكه اللغة التي ننطق بها من المسائل المهمة التي ينبغي أن تستأثر باهتمامنا، وتتطلب منا المزيد من الدراسات، وعمليات الاستقصاء لتحديد معالم اقتصاد جديد يُعنى بتحديد القيمة الاقتصادية للسلع غير المادية Intangible Goods<sup>(1)</sup>.

لقد وضع اللساني الفرنسي دي روبيار (1989) مخططاً حدد فيه ملامح التداخل والتشابك بين علم الاقتصاد وعلم اللغة، مبيناً بذلك للبعد الاقتصادي للغة ومبرهنًا عليه، انطلق فيه من الميادين التي يغطيها العِلمان: العلوم الاقتصادية/النشاطات الاقتصادية؛ اللغة/النشاطات اللغوية. واهتدى بذلك إلى أربع مظاهر، هي:

- علم اللغة/العلوم الاقتصادية: وتشمل علائقيتهما تناقل المفاهيم بين العِلمين.
- اللسانيات/النشاطات الاقتصادية: وتشمل علائقيتهما وضعية كل منهما مقارنة مع الآخر.
- اللغة/النشاطات اللغوية والعلوم الاقتصادية: وتشمل المشكلات اللغوية التي تفرضها العلوم الاقتصادية.
- اللغة/النشاطات اللغوية والنشاطات الاقتصادية: وتشمل المنطوق أي الإنتاج اللساني من جهة، وإنتاج السلع والخدمات من جهة أخرى.

ويجدر التحفظ، مع ذلك، على هذا المخطط الذي يمثّل من وجهة النظر الإستمولوجية إطاراً عاماً فقط لدراسة البعد الاقتصادي للغة.<sup>(2)</sup>

ويكفي أن نعلم أن أية سياسة لغوية أو تخطيط لغوي يستبطنان مقتضيات وأهدافا اقتصادية، فليست السياسات اللغوية غاية في ذات نفسها، بل تندرج في الإطار العام لسياسات الدولة وتشكّل جزءاً في منظومة خططها للتنمية، لا سيما في مجال تأهيل الموارد البشرية. فالاقتصاديون يعترفون بأن الإخفاق في التنمية مرتبط بالعجز عن تأهيل الموارد البشرية. هذه العلائقية أخرجها (GRIN 2002) في لبوس جديد حين تناوّلها تحت مسمى: اقتصاد اللغة واقتصاد التربية.<sup>(3)</sup>

ويتحدث (GRIN 2002) نفسه عن ثلاثة أجيال من التناول لاقتصاد اللغة منذ رأى هذا المصطلح النور:

- الجيل الأول: الذي يميل إلى المنحى الإثني للغة.

<sup>(1)</sup>حسن مظفر الرزّو، م. س.

Khennour Salah<sup>(2)</sup>، (2007)، p. 63.

Khennour Salah<sup>(3)</sup>، (2007)، p. 64.

- الجيل الثاني: الذي يرى فيها أي اللغة رأس مال بشريا.  
- الجيل الثالث: ومن رواده (Vaillancourt 1980) الذي جمع بين البعدين. (1)

### المطلب الثالث: وظيفة اللغة الاقتصادية

لا تقوى اللغة إلا بأداء وظائفها كاملة، الوظائف المجردة «العالية» المرتبطة بالمعرفة المدرسية، وأبرزها المعرفة المجردة مثل معرفة الرياضيات، والوظائف الحياتية/اليومية «السفلى»، التي ترفع من تعبيريتها عن الأحداث العملية والمسميات المعيشية والطبيعية والحيوانية، والأدبية الشعبية الخ. . . يقول المستشار الألماني الأسبق ويلى براندت: " إذا أردت أن أبيعك بضاعتي يجب أن أتحدث لغتك وإذا أردت أن تبيعني بضاعتك فعليك أن تتحدث بالألمانية ". (2)

إن اللغات كالحضارات ترتقي في سلم التطور بفعل قوة المجتمعات الناطقة بها وتنكمش بفعل ضعفها، وهي كالإنسان تحيا بالغذاء وغذاؤها الثقافة والإبداع، وسعة مساحة المتكلمين بها وجهاز المناعة المعطى لذاتها. وتؤكد النظريات الاقتصادية الحديثة أن التنمية البشرية الشاملة لم تعد متوقفة على مجتمع الزراعة والصناعة، وإنما على مجتمع المعرفة القائم على توظيف المعلومات والمعارف في الإنتاج والخدمات. وتبادل المعلومات والمعارف في مجتمع المعرفة أشبه بتبادل السلع والنقود، وكلما كانت العملة موحدة وذات رصيد هام، كلما أدت دورها بفاعلية في عملية التبادل.

إن أساس التنمية في كل بلاد العالم قائم على تعميم الثقافة والمعرفة العلمية والخبرة التقنية بواسطة اللغة الوطنية التي يعرفها ويفهمها ويستعملها الجميع، وغير ذلك يجعل المعرفة والثقافة والخبرة مقتصرة على فئة صغيرة وهو الأمر الذي يعرقل التنمية. (3) ويستوجب مجتمع المعرفة حماية الهوية الوطنية وتطوير لغاتها، لأنها تجسيد حي لمعارفه وخبراته، ودليل على شخصيته وهويته الثقافية والاجتماعية والدينية والحضارية.

إن اللغات مثل العملات النقدية تستمد قيمتها ومكانتها الاقتصادية، من طبيعة الاستعمالات المتاحة لها في المجتمع. ولقد أصبح الاقتصاد الرقمي يركز بصورة أساسية على اللغة بوصفها أداة فاعلة في صناعة القرار وإقناع الزبناء بما توفره مواقع التجارة الإلكترونية من إمكانيات وفرص. (4)

والاقتصاد لا ينظر إلى اللغة على أنها مجرد موروث ثقافي أو حضاري يجب المحافظة عليه، بل تقوم اللغة بدورين أساسيين في الاقتصاد، حيث تعتبر أداة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهي كذلك صناعة وسلعة يمكن في حالة استغلالها الاستغلال الصحيح أن تساهم في عملية التنمية، بل يمكن اعتبارها أحد أهم مصادر التنوع الاقتصادي، ويمكن أن تكون من القطاعات الرائدة التي توفر الكثير من فرص العمل، في حالة وجود مبادرات لدعم صناعات اللغة واعتماد التشريعات المنظمة لذلك، ومع وجود استراتيجية لاستغلال اللغة.

Khennour Salah (1)، (2007)، p. 64-65.

Edinburgh University Press، 2001. The Arabic Language، Kees، (2)Versteegh

(3) بوجمة وعلي، م. س: ص 51 وما بعدها

(4) بوجمة وعلي، م. س: ص 51 وما بعدها

ولقد مكّنت الصناعات الإبداعية والثقافية التي تتركز على اللغة الوطنية الكثير من الدول من تنويع اقتصادها، وزيادة نسبة صادراتها وتوفير الكثير من فرص العمل.<sup>(1)</sup>

واللغة قطاع اقتصادي ينمو بسرعة، حيث تشكل الصناعات والخدمات المعرفية قطاعا اقتصاديا متناميا سريعا مع التوجه نحو المجتمع المعرفي، فالصناعة المعرفية أساسها اللغة باعتبار أنها أساس الأصول غير المادية، والصناعات الإبداعية، والصناعات الثقافية. فاللغة أداة اقتصادية أساسية شأنها في ذلك شأن النقد، إذ تقوم اللغة بدور أداة لتبادل الأصول غير المادية في اقتصاد الدول، يوازي النقد في تبادل الأصول المادية. ولذلك، فإن رسم السياسة اللغوية يشابه تماما رسم السياسة النقدية، فالثروة المعرفية للدول كالثروة النقدية ووعاؤها اللغة الوطنية.

والاقتصاد يضم أصولا مادية وأخرى غير مادية، فالأصول المادية تشمل رأس المال المادي، والسلع والخدمات المادية، بينما الأصول غير المادية تضم المعرفة وصناعاتها ورأس المال الفكري في المجالات الاجتماعية والبشرية والمؤسسية، وهي أصول في تنام مستمر.

لذا، فإن وظيفة اللغة كأداة في التنمية الاقتصادية أمرٌ يطرح نفسه بإلحاح، باعتبار أن اللغة العلمية والتكنولوجية تكافئ المال اقتصاديا، حيث إنها تتيح تبادل المعلومات المنتجة. وتراكم المعرفة باللغة الوطنية يساوي تراكم الأصول غير المادية.<sup>(2)</sup> هذا، ويُعدّ استعمال اللغة بمردود جيد وكفاءة عالية أساسياً لتحقيق النمو، وضرورياً في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك لعدة أسباب منها:

أولاً: تُوفّر اللغةُ تبادلَ ونقلَ المعرفة والخبرة بين أفراد المجتمع ومؤسساته، وهي وسيلة التواصل بين أجزاء منظومة العلم والتقنيات أو مركبات النظام الوطني للإبداع، فهي كالمال؛ إذا توفّر تحقّق تبادل السلع من وجهة النظر الاقتصادية؛ وهنا تؤدي اللغة وظيفة اتصالية.

ثانياً: يَحَقِّقُ إتقانُ القوى العاملة للغة العلمية والتقنية نُقلَ التقنيات للمجتمع من منابعها العالمية؛ وهنا تبرز وظيفة الترجمة. ثالثاً: إن العمل المشترك المنتج والفعال في المكتب والمصنع والحقل يحتاج إلى لغة علمية وتقنية حيّة. وإن العمل المشترك والتعاون ضمن الأمة يؤدي إلى زيادة دخل الجميع، وهذا لا يتحقق إلا باستعمال اللغة الأم ووظيفة التعاون. رابعاً: إن تعلم العلم والتقنيات والتدريب عليهما، وتحويل هذه المعرفة إلى خبرات وإلى أفعال ومنتجات وخدمات، يحتاج إلى لغة. وهنا تبرز وظيفة اللغة التدريبية.

خامساً: إن استخدام التقنيات استخداماً فعالاً من قبل القوى العاملة ومن قبل كامل المجتمع، وخاصة استخدام تقانة المعلومات والاتصالات، يحتاج إلى انتشار هذه التقانات بلغة الأم، للوصول إلى ما يسمى بمجتمع المعلومات، الذي لا يمكن أن يكون بلغة أجنبية.

<sup>(1)</sup> محمد بن عبدالله الحارثي، اللغة العربية وصناعة المعرفة، مجلس الدولة، عُمان، <http://www.omandaily.com/?p=679356> تاريخ الزيارة 2019/6/11م

<sup>(2)</sup> د. محمد فوزي المرابطي، اللغة العربية وصناعة المعرفة، مجلس الدولة، عُمان، <http://www.omandaily.com/?p=679356> تاريخ الزيارة 2019/6/11م

ولقد أجرى البنك الدولي دراسةً شملت أكثر من 60 دولة وأكثر من 60 ألف جهة مختلفة، ولُحِصَت نتيجة هذه الدراسة في أن حاجة الدول النامية إلى تحقيق النمو الاقتصادي تكمن في رفع مستوى المعرفة لأفراد المجتمع، لا في مساعدات إنسانية. (1)

وتضطلع اللغة بوظيفة محورية في إيجاد مجتمع المعرفة، وذلك لأسباب ثلاثة:

أولها: أن تبادل المعلومات ونقل المعرفة بين أفراد المجتمع يتم بواسطة اللغة، تماماً كما أن تبادل السلع والخدمات بين الأفراد يتم بواسطة العملة النقدية. وكلما كانت العملة موحدة جيدة ذات رصيد هام، أدت دورها بفاعلية ويسّرت عملية التبادل.

ثانياً: أن التعليم والتدريب اللذين يزودان الأفراد بالمعرفة العلمية والتقنية من أجل أن يحوّلوا إلى أفعال ومنتجات وخدمات، يحتاجان إلى وسيلة تلقين. وتلك الوسيلة هي اللغة.

ثالثاً: أن العمل المشترك في مؤسسات الإنتاج كالزراعة والمصنع والمكتب يحتاج إلى وسيلة تفاهم مشتركة، تلك هي اللغة.

وتؤكد جميع الأبحاث الرصينة أن أساس التنمية قائم على تعميم الثقافة العلمية والتقنية بين شرائح المجتمع كافة وعدم حصرها في فئة قليلة، وهذا لا يتم إلا باللغة الوطنية. أما إذا استُخدمت لغة أجنبية، فإن المعرفة تبقى مقتصرة على نخبة صغيرة. ولا يعني ذلك البتة عدم تعليم اللغات الأجنبية، بل إن اكتسابها ضرورة، بيد أن التعليم والبحث العلمي ينبغي أن يتمّ باللغة الوطنية لنشر المعرفة العلمية على أوسع نطاق. (2)

واللغة مرتبطة أيضاً بحق الملكية، يقول د. عبد الله النفيسي: «يخطئ من يظن أن اللغة وعلومها هي من شواغل اللغويين والنحاة، ولا علاقة لها بالحياة الاجتماعية والسياسية» (3)، وإن كانت الدراسات التي تبحث في علاقة اللغة بالبعد الاقتصادي نادرة، رغم أن الخطاب اللغوي يعج بمئات النصوص التي تطرقت لقضايا واقعها بالتحليل والمعالجة، وخاصة حقوق الملكية. (4)

فعلاقة اللغة بمنظومة الاقتصاد مبنية على القوة، فاللغة أداة، قد تستعمل، في مجال الاقتصاد، للتواصل والتعاون والترجمة والدُّرْبة (5). فاللغة إذن مصدر للقوة، وهذه حقيقة أدركها الساسة والحكام منذ القديم من فراغة ويونان وقيصرية وحتى المجالس البلدية والبرلمانية، وقد برع الخطاب السياسي في استخدام أسلحة اللغة، فهو يطن أكثر مما يظهر، ويستخدم الكلمات الأخاذة ليلهب بها مشاعر الجماهير ويخمد نار سخطهم.

ويرى رولان بارت أن نشأة البلاغة ترجع في أصولها الأولى إلى المحاكمات حول الملكية، حيث قام طاغيتان من صقلية جيلون (Gelon) وهيرون (Heron) حوالي 485 ق. م بتهجير السكان ونقلهم ومصادرة للملكية من أجل إعمار سيراكوزة وتملك المرتزقة، وبعد أن أطاحت بهما انتفاضة ديموقراطية، وأريدت العودة إلى الوضع السابق حدثت نزاعات قضائية لا تحصى. . . (6)، وكانت السبب في نشأة البلاغة.

(1) محمد مراياتي، م. س.

(2) علي القاسمي، هل تصلح لغتنا للتنمية أم تعرفها؟ 1 كانون الأول (ديسمبر) 2006، [https://lahajat.blogspot.com/2019/04/blog-post\\_612.html](https://lahajat.blogspot.com/2019/04/blog-post_612.html)

com/2015/04/blog-post\_612.html، تاريخ الزيارة 2019/5/25م

(3) عبد العالي الودغيري، اللغة والدين والهوية، ط 2000.

(4) عبدالقادر الفاسي الفهري، دعم اللغة العربية، تقرير للألكسكو، مارس 2004.

(5) عبدالقادر الفاسي الفهري، اللغة والبيئة، منشورات الزمن، كتاب 38.

(6) عمر عبيد حسنة، اللغة وبناء الذات، تقديم كتاب الأمة، ع 101، سنة 1425هـ.

ومن الشيق ملاحظة أن فن القول مرتبط في أصوله بالمطالبة بالملكية، بل إنه يسهم في تثبيت الأوضاع، كما يسهم في تغييرها أو إسداء النواحي أو إيصال المعلومات أو الإقناع برأي أو تجييش جيش أو التعبير عن موقف أو إدلاء بشهادة<sup>(1)</sup>. ولقد أسهب الباحثون الاقتصاديون في الاهتمام بعلاقة اللغة بالملكية التي هي أحد وجوه الاقتصاد والاقتصاد عموماً ووظيفة اللغة الاقتصادية، حتى أنهم أفضوا إلى وجود اصطلاح أسموه اقتصاد اللغة، وضعوا له نظريات، من وجهات نظر مختلفة، لعلاج قضايا محددة. إلا أن القاسم المشترك لمعظم الدراسات يمكن تلخيصها في ثلاث نظريات أو ثلاثة نماذج لاقتصاد اللغة هي:

أ - نموذج التجارة (Trade mode).

ب - نموذج رأس المال البشري وأثره في النمو الاقتصادي حسب نظرية النمو الجديدة (Human capital).

ج - نموذج العائدات الجانبية المتأتبة من الانتشار أو التشبيك (Network externalities).

وفي النموذج الأول الذي هو من أبسط النماذج في اقتصاد اللغة، يكون المنطلق من حالة التجارة بين جهتين أو دولتين متقاربتين في الحجم، ولكل منهما لغة مختلفة عن الأخرى، وسلع أو خدمات مختلفة تُصدّر للأخرى. مما يجعل كل جهة تدفع تكلفة تعلم لغة الجهة الأخرى حتى تُصدّر إليها، ويؤدي ذلك إلى النتائج التالية:

- معرفة اللغة هي تكلفة ضرورية ولها عائد في عملية التبادل التجاري، مثلها مثل تكلفة النقل أو الشحن مثلاً.
- إن الجهة التي تستثمر في تعلم اللغة الثانية (الأجنبية) - لتستورد لا تُصدّر - هي الخاسرة في هذا النموذج.
- إن الدولة التي تنجح في إقناع الدول الأخرى بتعلم لغتها لكي تُصدّر إليهم هي الراجحة ربحاً مضاعفاً (تربح تكلفة الاستثمار في تعلم لغتها من قبل الآخرين، وتربح تكلفة الترجمة في عمليات التصدير).
- إن الترجمة أو تعلم اللغة العلمية الأجنبية مع عدم انتشار لغة العلم والتقانة في المجتمع بلغة الأم، يفيد في الاستيراد (فائدة منقوصة)، ولكنه يترافق مع ضعف في التصدير، فهو إذاً استثمار لفائدة الدول المصدّرة. ومن المعلوم أن المجتمعات غير العلمية هي مجتمعات مستوردة تتفاهم فيها البطالة، إذ إن فرص العمل تتناسب طرماً مع الفرق بين الصادرات والواردات (التصدير - الاستيراد).

ومن أهم الأمثلة العملية على تطبيق هذا النموذج في السياسة اللغوية للدول، مثال كندا التي تقرر فيها (وتنفذ) أن تتحمل ميزانية المقاطعات الإنكليزية تكلفة الاستثمار في تعلم اللغة الإنكليزية في المقاطعات الفرنسية. وستحدث عن نموذج رأسمال البشري ووظيفته الاقتصادية لدى تناولنا لدور اللغة في تحسين مستوى معيشة الفرد وتحقيق الأرباح.

أما في حالة نموذج العائدات المتأتبة عن التشبيك، فيقول أصحاب هذا النموذج بأن تعلم اللغة العلمية والتقانية من قبل الفرد يؤدي إلى زيادة في عدد الأفراد الذين يعرفونها، أي فائدة اقتصادية للجميع. ويشبه هذا النموذج حالة الهاتف أو الفاكس والإنترنت، فكلما زاد عدد المشتركين والمستعملين للهاتف زادت فائدته للجميع، وكذلك كلما زاد عدد المشتركين في الإنترنت زادت الفائدة على الجميع، وكان عائدها أكبر للجميع. وتسمى هذه الحالة اقتصادياً الانتشار أو التشبيك (network externality).

<sup>(1)</sup> فلوريان كولماس، م. س.



وفي المقابل، يؤدي عدم نشر لغة العلم والتقانيا في المجتمع إلى خسارة المجتمع في جملته. ونذكر في هذا الإطار، أن دولاً كثيرة تفرض ضريبة على من لا يريد إدراج اسمه في دليل الهاتف، لأنه بذلك يخفض من فائدة المجتمع في جملته من الهاتف. ولا شك في أن تعليم وتعلم العلوم والتقانيا بلغة أجنبية، وعدم نقلها إلى القوى العاملة، له مردود وعائد اقتصادي إيجابي على الفرد المتعلم، ولكنه بالمقابل يضر بالمجتمع في جملته. ومثاله في ذلك مثال ضرر دخول معيار (Betamax) مع معيار (VHS) في حقل انتشار تقانة تسجيل الفيديو.

وتلخص المحددات التالية أهم المبادئ المتداولة المتعلقة بوظيفة اللغة في الاقتصاد:

- دخل الفرد تابع عكسي لعدد اللغات.
  - النمو الاقتصادي يتناسب طردياً مع أحادية اللغة الرسمية.
  - اللغة المشتركة = عملة موحدة = رصيد أو رأس مال أو أصل وطني.
  - توحيد العملة إقليمياً = توحيد اللغة (أو نظام للترجمة بين اللغات إن دعت الحاجة).
  - فعاليات الإنتاج والخدمات بحاجة إلى أداة التواصل، وهي اللغة الواحدة.
  - التوافق بين اللغة المكتوبة والمنطوقة يتناسب طردياً مع النمو الاقتصادي، مثال: ألمانيا مقابل إيطاليا.
  - التنمية الاقتصادية تتناسب طردياً مع تراكم رأس المال المادي وتراكم رأس المال اللغوي.
  - اللغة ثروة اقتصادية، وهي نتاج عمل الجماعة، وتداول الألفاظ يوازي تداول السلع في السوق.
  - ثنائية التبادل اللغوي: للاستهلاك (الأدب)، وللإنتاج (العلم والتقانيا).
  - قيمة اللغة تتناسب طردياً مع (امتلاك اللغة = امتلاك النقود):
- 1- عدد متكلميها لغةً أولى.
  - 2- عدد متكلميها لغةً ثانية، ومن ثم الطلب العالمي عليها.
  - 3- محتوى اللغة أو صلاحيتها وسيلة تواصل للإنتاج.
  - 4- سياسة وثقافة ونفسية متكلميها تجاهها.
  - 5- كمية الاستثمار فيها.
  - 6- القوة الاقتصادية لتكلميها. (1)

لقد أصبحت المعرفة قوة دافعة ومحركاً أولياً للاقتصاد الحديث، فهي تعد من أهم وسائل زيادة إنتاجية العمال والمصانع والحقول، وهذه حقيقة يمكن الوصول إليها بكل اللغات، وقد أصبح الآن واضحاً للعيان مدى الارتباط القوي بين اللغة القومية وصناعة التحرر والاستقلال والتقدم الصناعي والاقتصادي والتبادل التجاري، يقول الفاسي الفهري: «إن تعميم العربية باعتبارها لغة التواصل الملائمة لدى القوى العاملة التي ستمكن من الزيادة في سرعة التنفيذ والإنتاج، بل إن تعزيز العربية في الإدارة والاقتصاد

(1) محمد مزابي، تأثير اللغة في النمو الاقتصادي والاجتماعي في الدول العربية - الجزء الثاني، دراسات - العدد (10) - شهر كانون الأول



والاتصال والتكنولوجيا شرط ضروري للنمو الاقتصادي والتنمية الاجتماعية، وإن استعمال العربية بصورة ملائمة في تقنيات الإعلام الجديدة ستمكن من اتساع مجالها ودمقرطتها»<sup>(1)</sup>.

ومن خلال رصد تقرير أوضاع الاقتصاد العربي، فإن هذا الأخير يتوفر على مؤهلات قوية وفرص للإقلاع لكنه لا يحسن استثمارها، فالعرب يمثلون قوة بشرية وسوقاً عربية مشتركة، ولهم ثروة طبيعية وموقع جغرافي استراتيجي، إلا أن نسبة النمو ضعيفة ودخل الفرد لم يتغير تقريباً خلال العقود الخمسة الماضية، والصناعات العربية تقليدية وليست صناعة قائمة على المعرفة، ومرد هذا الوضع بالأساس إلى عدم تطوير اقتصاد المعرفة القائم على اللغة أساساً<sup>(2)</sup>.

إذ أن الأشياء لا تملك قيمة في نفسها، بل بما تكسبه من قيمة رمزية عند الجماعة البشرية التي تتداولها، وقيمتها مستمدة من قيمة جماعتها، ومثال ذلك الأوراق المالية وحتى السلع نفسها تجد سلعة الدول الضعيفة بخسة وسلعة الدول المتقدمة باهظة. وقد أسهب المفكر الغربي فلوريان كولماس في إيضاح علاقة اللغة بالاقتصاد، وتحدث عن الأهمية الاقتصادية للغة وطرق تفاعل اللغة مع الاقتصاد، وكيف ترجع اللغة الأقوى وكذا اللغة الموحدة على أهلها بالثراء.<sup>(3)</sup>

ولقد غيرت العولمة من ملامح الحياة العصرية وفرصها، وانتشرت بسببها ظواهر واختفت أخرى، ومن المؤكد أن الانفتاح الواسع الذي حل معها وضع العالم في بيئة اجتماعية وثقافية مختلفة لها متطلباتها وأجهزتها الرئيسية الجديدة في المجالات العلمية والمهنية، ومن بينها تفشي اللغات الأجنبية في الفصول الدراسية وأسواق العمل.

لسنوات عديدة تعاملت المجتمعات مع هذا الموضوع بطرق مختلفة، ما بين التشجيع والإهمال وذلك لأسباب لها علاقة بالوعي العام والوضع المادي للأفراد، ورغم الإيجابيات التي يشير إليها مؤيدي فكرة إدخال اللغات الأجنبية إلى المناهج التعليمية، فإن هناك جدلاً واسعاً عن مدى أهمية هذه المهارة في العصر الحالي وتأثيرها على الثقافة المحلية واللغة الأم.

هذا، ويرر البعض أن انتشار اللغة الإنجليزية في العالم، بالعودة لسهولتها أو مرونة قواعدها، ولكن هذا التبرير ليس صحيحاً بالفعل، فلقد كانت اللغة اللاتينية الأكثر تأثيراً في أحاديث الناس لأكثر من ألف سنة، بينما يقتصر استخدامها اليوم على الكهنة وداخل بعض التخصصات الجامعية.

والحقيقة أن اللغة الإنجليزية لم تكن منتشرة بالشكل الذي نلاحظه اليوم، فلقد هيمنت على بعض المدارس الأوروبية في النصف الأول من القرن التاسع عشر، بالجانب مع اللغة الفرنسية التي شكلت جزءاً كبيراً من جميع أعمال المال والتجارة والتعليم والاتصالات الدولية، لكن مع ازدهار الولايات المتحدة الأمريكية اقتصادياً بشكل تدريجي في فترة الخمسينيات انتشرت اللغة الإنجليزية بشكل واسع وعرفت آنذاك بلغة التجارة. ومن ثم لم تمتلك اللغة الإنجليزية سوق العمل فقط، بل امتد تأثيرها الثقافي والفني إلى جميع الدول من خلال نجاحاتها المذهلة في مجالي الموسيقى والسينما؛ حتى شاعت ثقافتها في الأنحاء ووصلت إلى شريحة كبيرة من الناس وأصبحت اللغة العالمية، كما تزامنت هذه الشهرة مع ولادة الثورة التكنولوجية التي قادتها أمريكا؛ مما زاد من أهمية لغتها بشكل أكبر خاصة أنها لغة الحواسيب خصوصاً والأجهزة التكنولوجية عموماً.

<sup>(1)</sup> مجموعة، اللغة العربية أسئلة التطور الذاتي والمستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية ط 1، 2005.

<sup>(2)</sup> محمد سبيلا، اللغة، دار توبقال للنشر، سلسلة دفاتر فلسفية، ط 1994.

<sup>(3)</sup> محمد كامل حسين، اللغة والعلوم، مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع 12.

الشيء، الذي جعل من هذه اللغة والكثير من غيرها، تعلم في المؤسسات المدرسية، توازيا مع تزايد ترسيخ مبدأ تدريس دراسة اللغات الحديثة كجزء من المناهج الدراسية للمدارس وتطوير أساليب تعليمها اعتمادا على نظريات متعددة لحفظ قواعدها والتدريب على نطقها والتحدث بها.

لتصبح فرصة تعلم اللغات جميعها متوفرة للجميع بغض النظر عن إمكاناتهم المادية أو ظروفهم، وهذا بالطبع بفضل معجزة التكنولوجيا والثورة المعلوماتية التي حفظت لكل فرد حقه بالحصول على المعرفة والتعلم الذاتي.

وان كانت عملية تعلم اللغات تحيل في فترات سابقة للترف الاجتماعي والمستوى المادي الميسور، وتطبع بصيغة طبقية وخصصت لنفسها مكانة اجتماعية معينة، ليكون المقبل عليها من ذوي الحظوظ ممن لديه القدرة على التسجيل ضمن المدارس الخاصة العريقة والمعروفة بتكاليفها العالية، أو ممن حصل على فرصة السفر خارجًا وتمتع بهذه التجربة بجميع نواحيها اللغوية والثقافية.

فقد باتت في عصر العولمة، من نصيب العام والخاص ممن تعلم في المدارس الحكومية التي حتى وإن افتقدت إلى معايير الجودة والكفاءة المطلوبة لإتقان المهارات اللغوية، إلا أنها تبقى خيارا ممن يمكن تدعيمه بفرص تعلم اللغات ضمن المعاهد الخاصة، أو من خلال البرامج والتطبيقات المتوفرة للجميع بغض النظر عن إمكاناتهم المادية أو ظروفهم. وهذا بالطبع بفضل دمقرطة التكنولوجيا والثورة المعلوماتية التي حفظت لكل فرد حقه بالحصول على المعرفة والتعلم الذاتي.

هذا وتختصر المصالح الاقتصادية والمنافع الربحية التي يمكن الحصول عليها من تعلم اللغات؛ فهذا الأخير يسمح للأفراد بتعزيز حضورهم واستقرارهم داخل السوق المحلي، ومتابعة أخبار العالم والتعرف على الدول الرائدة اقتصاديًا وبالتالي تتاح لهم فرصة نقل تجاربهم الناجحة وفتح مجال الاستثمارات وتنامي العلاقات الاقتصادية بين الدول، وهذه فائدة إستراتيجية تتبعها الصين في الضغط على مواطنيها لتعلم اللغة الإنجليزية لتتبع إنجازات السوق الأمريكي والدولي بصفة عامة.

كذلك تركبا التي طرحت اللغة العربية بشدة مجددًا وأضافتها إلى مناهجها التعليمية كلفة ثانية اختيارية أو من خلال تشجيعها للبلديات على استخدام اللغة العربية في المناطق السياحية والمزدهمة بالسياح العرب، وهذا مؤشر إلى ثقل اللغات في العلاقات الخارجية بين الدول.

ولا شك أن تعليم اللغات يعتبر حلقة وصل بين الأمم، فهي تمنح المجتمع صفات حضارية تجعله أكثر انفتاحًا على العالم وتقبلاً لعاداتهم وتقاليدهم، وتزيل الحواجز بينهم وبين العالم الخارجي بسبب التجارب والمعرفة المتبادلة، وهذا ما أشارت إليه الروائية الأمريكية، (ماي براون) عندما قالت: " اللغة هي خريطة طريق الثقافة، ستخبرك من أين أتى أناسها، وإلى أين سيذهبون".

فمع التطورات السريعة التي شهدتها عصر التكنولوجيا، يبدو تعلم لغة الآلة أو البرمجة أمرًا منطقيًا عند النظر إلى عدد المبرمجين الذي وصل إلى 18 ألف مليون مبرمج.

ومن ناحية أخرى، تساعد اللغات الجديدة الفرد على استخدام إدراكه العلمي بشكل مختلف، وينمي قدرته على فهم التراكيب والقواعد اللغوية ويزيد من مرونته الفكرية وأمكاناته على التحليل والتواصل، وهذا ما أكد عليه رائد الفضاء جيو فري ويليامز عندما قال: " لن تستطيع أبدًا فهم لغة ما حتى تتمكن من فهم لغتين على الأقل"، أو ما قاله الأديب الألماني (يوهان فولفغانغ فون غوته): " أولئك الذين لا يعرفون أي لغات أخرى، لا يعرفون شيئًا عن لغتهم الأم"، ولا بد أن هناك الكثير من المتعلم اللغوية التي يفتقد إليها الأشخاص الذين يتحدثون لغة واحدة.

إلى ذلك، فإن جميع هذه التأثيرات والمتطلبات ألغت الحدود الجغرافية بين الناس وراهننت على قوة اللغة وقدرتها على الوصول إلى أبعد بقعة وتوحيد العلاقات الدولية، ومع التطورات السريعة التي نشهدها في عصر التكنولوجيا يبدو تعلم لغة الآلة أو البرمجة أمراً منطقيًا عند النظر إلى الإقبال على تعلم لغة البرمجة.

فبحسب إحصاءات المركز العالمي للعاملين في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وصل عدد المبرمجين إلى أكثر من 18 مليون مبرمج، وهذا بالتوافق مع رغبة العالم في محاربة الأمية التكنولوجية وتحسين قدرة الأفراد على التواصل مع الآلات التي يرجح أنها سوف تسيطر على مجالات عديدة في عالمنا يومًا ما.

وعليه، لا يمكننا إلا استنتاج أن اللغة بالنسبة للاقتصاد الحديث ضرورة و آلية عمل أساسية، أي اقتصاد السوق في مقابل اقتصاد المعيشة، مسألة محورية مثل النقود، وتنشأ أهميتها الحاسمة من كون النشاط الاقتصادي يعتمد على الاتصال بدرجة كبيرة للغاية وأن العناصر الأساسية للاتصال الاقتصادي عناصر لغوية وعلى الرغم من عدم وجود نشاط اقتصادي من دون اتصال، فإن الاتصال يستلزم تكاليف ترجع جزئيًا إلى التعدد اللغوي في العالم.<sup>(1)</sup>

فالقرار الذي يتخذ سواء من الفرد أو المؤسسة سوف يعتمد في الغالب على التكاليف النسبية للبدايل حيث يمكن افتراض أن القوة الاقتصادية للغات المستخدمة تقوم بدور مهم.

والاستثمار في اللغة بوصفها رأسمالاً إنسانياً أو بوصفها سلعة تحتاج إلى اعتماد مالي بقدر كبير أو صغير وسواء أكان هناك فهم اقتصادي أم لم يكن على الإطلاق، فإن الاستثمار في لغة معينة لغرض أو آخر هو مسألة تكاليف وأرباح، ووضع هذه المسألة في الاعتبار أمر أكثر أهمية بالنسبة للمشروع الفردي، الجماعي مما هو بالنسبة للحكومات.

اللغات - إذن، قابلة للتقويم على نحو اقتصادي، حيث يتم تبادلها في السوق، وتحتاج إلى الإنفاق عليها، كما أنها بسبب اختلافها تمارس تأثيراً في العملية الاقتصادية، ولكنها تتأثر بها أيضاً، كما أنها تستجيب إلى الاحتياجات الاقتصادية.

ومن ثم فانتشار اللغة كثيراً ما يكون علامة على الظروف الاقتصادية، وفي بعض الحالات يكون نتيجة للتطورات الاقتصادية لأن تغير أوضاع الاقتصاد يجبر المجتمعات على أن تعدل ذخيرتها الكلامية وأنماط اتصالها.

والقول إن المرء الأكثر تعلماً هو الأكثر ثراء ليس أصح من القول إن البلد ذا المعدل الأقل في الأمية يملك أعلى متوسط دخل فردي، فهؤلاء الذين بصعوبة يكتبون أسماءهم ليست لديهم فرص اقتصادية أفضل على نحو أكبر من هؤلاء العاجزين عن الكتابة تماماً. وعلى المستوى الاجتماعي فإن الثراء لا يعني المعرفة العامة بالقراءة والكتابة.

إن الكتابة - بوصفها وسيلة لإبقاء اللغة، تجسّد أول ثورة اتصال في التاريخ الإنساني، فالإنسان منذ أقدم العصور لم يستغن عن هذه الوسيلة القيمة، والمرحلة المبكرة للمجتمع المتعلم لا تزال مفيدة من أجل فهم صحيح للجوانب الاقتصادية للاتصال اللغوي، ومنذ البداية كانت الصلة بين الاقتصاد واللغة المكتوبة صلة ذات تأثيرات متبادلة.

وعلى المستوى الاجتماعي وُجدت اللغة المكتوبة وانتشرت استجابة للاحتياجات الاتصالية المتأصلة في الاحتياجات الاقتصادية، وبفضل تجاوزها لحيزي المكان والزمان فهي تمكّن الفرد والمجتمعات الاجتماعية من مدّ مجال الاتصال إلى ما وراء المحيط المشترك للمتعاملين الموجودين معاً.

<sup>(1)</sup> نانف نيبيل حاجي: ,,النقود صفاتها و خصائصها,, الحوار المتمدن - الإدارة والاقتصاد، 2006، في الرابط. <http://www.m.>

ahewar.org/s.asp?aid=77752&t=0، الذي تمت زيارته يوم 2019/03/8

ومن ثم، فقد باتت اللغة في حد ذاتها تُعدُّ شرطاً أساساً للحياة الاجتماعية، وكل لغة هي نتاج للحياة الاجتماعية. وعلم الاقتصاد هو البحث عن مؤشرات أمثلية الكفاءة لعلاقات الوسائل - الغايات في أداء المهام؛ وبما أن كل اللغات تستعمل استعمالاً غائباً بوصفها وسائل لغايات معينة، فكل لغة يمكن أن تقوم بالنظر لمزاياها في إنجاز هذه الغايات، وبالتالي تكون خاضعة لتحليل اقتصادي اتصالي، أي البحث عن أنظمة الاتصال الأكثر مناسبة لسلم قيم معين.

وهذا الفرع من اقتصاديات الاتصال واقتصاديات اللغة فرع معياري على نحو ضمني بما أنه يتعامل مع أنظمة نموذجية وليس مع أنظمة واقعية، فهذا البحث يُعنى بالخصائص التي تملكها لغة معينة لسد متطلبات معينة كما تحددها سياسة لغوية مقررّة على سبيل المثال.

يقول فلوريان كولماس<sup>(1)</sup> في كتابه ,,اللغة والاقتصاد,,: اقتصاديات اللغة تعالج الأنظمة الفعلية، ومركز اهتمامها هنا هو: لماذا تكون لغات معينة على ما هي عليه أي لماذا تسود خصائص معينة ولا تسود أخرى. وعلى رغم أن هذه المقارنة تقوم الأنظمة الفعلية وليس المخططة، فإنها تُعنى أساساً بالنوع نفسه من المؤشرات، أي تلك المؤشرات التي تحدّد فعالية النظام. وشروط الفعالية من هنا لا تختلف في النوع عن شروط الكفاءة، وبهذا المعنى فإن مسألة فاعلية لغة معينة يمكن فهمها باعتبارها مسألة اقتصادية.

إذ علم اللغة لا يكون معقولاً بشكل موضوعي من دون مفاهيم اقتصادية، وهذا ما أثبتته (بورديو) من بين آخرين على نحو لافت للنظر؛ لذا يمكن التمييز بين مفهومين لغويين للقيمة، كل منهما مأخوذ على نحو مجازي من المفهوم الاقتصادي الأصلي على رغم اختلافهما في المضمون.

وأول تمييز يجب أن يقام هو التمييز بين المفهوم الوصفي والمفهوم المعياري: فالمفهوم الأول يتصل باللغة بوصفها نظاماً رمزياً، والمفهوم الأخير يتصل باللغة بوصفها مسألة اجتماعية. وبناء على هذا فإن المفهوم الوصفي للقيمة يمكن أن يُعزى لمجال علم اللغة فحسب، بينما ينتمي المفهوم المعياري للجهاز المفاهيمي للعلوم المختلفة التي تعالج استعمال المجتمع للغة. وعلى مستوى النظام اللغوي فإن الاقتصاد كثيراً ما وضع أو بالأحرى تأكّد بوصفه مبدأً مكوّناً، أي الاقتصاد في الأدوات التشكيلية المستخدمة في تمثيل معنى معين.

وقد كرّس له (بول) فصلاً من أفضل فصول مؤلفه الكبير بعنوان "اقتصاد التعبير" حيث يقول: سواء استخدمت الوسائل اللغوية باقتصاد أو بإفراط فإن هذا يعتمد على الاحتياجات، ولا يمكن إنكار أن هذه الوسائل كثيراً ما تستعمل بإسراف، ولكن كلامنا، على العموم، يحمل ملامح اقتصاد معين.<sup>(2)</sup>

و(يسيرسن)، مثل (بول)، يعزو لاقتصاد التعبير دوراً مركزياً في تفكيره عن طبيعة اللغة، فالتغيّر اللغوي، في رأيه، هو أساساً مظهر للميل العام نحو الاقتصاد في الجهد، ولكن على عكس (بول)، كان (يسيرسن) أكثر اهتماماً بالنظام اللغوي. إذ معيار

<sup>(1)</sup>زيد بن محمد الرماني: اقتصاديات اللغة، في الرابط، <http://www.alukah.net/web/rommany/0/118434>

الذي تمت زيارته يوم 2019/03/8.

<sup>(2)</sup>المرجع نفسه.

البساطة — مثلاً، هو تنوع جديد على قيمة قديمة هي قانون الاقتصاد الذي نادى به (سكولاستيو)، وهو القانون الذي يتطلب الاقتصاد في صياغة النظر. (1)

وهكذا وكمحاوله للختم: نلمس الأهمية الاقتصادية للغات وتأثير العوامل الاقتصادية في التطور اللغوي، مما يستدعي مزيد اهتمام من قبل علماء اللغة وعلماء الاقتصاد ورجال السياسة والمخططين اللغويين في البلدان النامية، وبشكل خاص البلدان متعددة اللغة.

### المطلب الرابع: دور اللغة في ارتفاع مستوى المعيشة لدى الفرد وتحقيق الأرباح

يعتبر التحليل الاقتصادي أحد أجزاء علم الاقتصاد، وهو منهج علمي نستطيع من خلاله تفسير العوامل التي تؤثر في سلوك الظواهر الاقتصادية، ومن خلاله نستطيع أن نستمد الأدوات المنطقية، لكي نستخدمها في استنتاج النظريات الاقتصادية المختلفة، ويتم هذا الأمر من خلال إعادة الظاهرة الاقتصادية إلى العناصر البسيطة، ومن ثم تتم صياغة الفرضية التفسيرية على أساس العلاقة التابعة أو السببية 1.

ويعتمد المنهج الاقتصادي على الاستنتاجات المنطقية والاستنتاجات التطبيقية، ولقد مر علم الاقتصاد بمراحل عديدة حيث اقتصر في بداية الأمر على مشاهدة الظواهر الاقتصادية وتدوينها دون محاولة تحليلها أو تفسيرها، وبقي علم الاقتصاد على هذه الحال إلى أن ظهرت المدرسة التقليدية (الكلاسيكية)، والتي أنشأها (آدم سميث)، واستخدم الاقتصاديون الرياضيات وعلم الإحصاء لفك العقد في الظواهر الاقتصادية، وبذلك أصبح التحليل الاقتصادي هو الوسيلة الوحيدة لتطوير علم الاقتصاد، وبذلك انتقل هذا العلم من مجرد مراقبة الظواهر الاقتصادية إلى تحديد سيرها والتحكم فيها. (2)

ويقوم التحليل الاقتصادي للغة في النظر إليها على أنها أداة في الاقتصاد وفي عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول والأمم، إذ يعود استعمال اللغة بمردود جيد وكفاية عالية أساساً لتحقيق الاقتصاد المعرفي ومن ثم النمو الاقتصادي ككل، كما يعتبر ضرورياً في عملية التنمية (3).

كما ينظر لها وفقاً لهذا التحليل: على أنها صناعة وسلعة في القطاع الاقتصادي، إذ تزايد دور الصناعات الثقافية وقاعدتها اللغة في الاقتصاد العالمي مؤخراً تزايداً كبيراً جداً. (4)

في دراسة أجراها البنك الدولي ضمت عينتها أكثر من ستين دولة، وبالإضافة لأكثر من ستين ألف جهة مختلفة، خلصت إلى أن حاجة الدول النامية إلى تحقيق النمو الاقتصادي تكمن في رفع مستوى المعرفة لأفراد المجتمع لا في مساعدات إنسانية، وهذا ما لا يتم الحصول عليه إلا من خلال اللغة الأم. وقد بينت أيضاً، أن للمجتمعات رصيماً أو ثروة نقدية، ولها أيضاً رصيماً أو ثروة لغوية،

(1) المرجع نفسه.

(2) رفعت محجوب، الاقتصاد السياسي، ج1، دار النهضة العربية، مصر، 1975: ص ص 30-50.

The (3) Organization for Economic cooperation and developpement (OECD) Knowledge Based Economy ;1996.

(4) محمود السيد: قضايا راهنة للغة العربية، وزارة الثقافة — الهيئة العامة السورية للكتاب، 2016

وكلّ من العملة واللغة تصك، ويعتني بتنظيم صكها، ولا تترك من دون تحكّم ومتابعة من الدولة، وتأتي قيمة النقد وكذلك قيمة اللغة من تداولها، فإذا أهملت الدولة التداول بعملتها أو بلغتها (التعليم بغير اللغة الوطنية) فإن لهذا آثاراً اقتصادية هائلة<sup>(1)</sup>.

ولقد أظهرت بحوث اقتصاديات اللغة أن القيمة المتحققة عن المعرفة بلغة ثانية، أو شبيهة باللغة الأم، تنعكس بجلاء على زيادة ملموسة في مستويات الإنتاجية المصاحبة لتوظيف تلك اللغة<sup>(2)</sup>.

فالعلاقة بين اللغة والاقتصاد عضوية وطرديّة، إذا ازدهر أحدهما ازدهر الآخر؛ فاللغة مرآة لصورة أمتها ومقياس لمكانتها بين الأمم، كما أن الاقتصاد هو من معايير تقدم الأمة وسيادتها، وبالتالي سيادة لغتها. بل يرى بعض الباحثين أن الاقتصاد واللغة يلتقيان في التعريف أيضاً. ففي التعريفات: أن اللغة قدرة كامنة تجعل الفرد قادراً على تحقيق ذاته، وهذا أحد تعريف الاقتصاد والعملية على وجه التحديد. كما أن علماء الاجتماع يذهبون إلى أن هناك توازياً بين تطور اللغة وتطور العملة، وتشابهاً بين استخدام الكلمات واستخدام النقود، خاصة أن كليهما يستمد قيمته من التبادل، وأتّهما قيمة وحاجة اجتماعية، وأتّهما نظام اجتماعي<sup>(3)</sup>.

ولقد ظل مفهوم التنمية، منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، وحتى نهاية عقد الثمانينات - قاصراً على كمية ما يحصل عليه الفرد من سلع وخدمات مادية، ولكن مع تدشين مفهوم التنمية البشرية، سنة 1990، عندما تبناه برنامج الأمم المتحدة للإتّماء، أصبح الإنسان هو صانع التنمية وهدفها. فصار الحديث يتناسل عن المؤشرات الجديدة على هذا المفهوم، وكيف السبيل إلى تحقيق جودة حياة لهذا الإنسان، من خلال الارتقاء بمستويات عيشه المادية والمعنوية في توازن مع محيطه وثقافته وتاريخه ولغته. فمفهوم التنمية البشرية يستند إلى الإنسان وتكون غايته الإنسان. فهدف التنمية البشرية هو تنمية الإنسان في مجتمع ما، من كل النواحي: السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية والفكرية<sup>(4)</sup>.

وفي اللسان العربي نجد التنمية كلمة مشتقة تعني الزيادة والانتشار، ومن هنا نعرف أن التنمية يجب أن تعني زيادة ورفعّة وتحسين ما هو موجود أصلاً ونشره وتعديده إلى غيره، بحيث يساهم في رفعة غيره وتحسينه أيضاً.

<sup>(1)</sup>voir le texte du Rapport dans le site: <http://www.albankaldawli.org/ar/topic/education/overview> ; visité le 13/01/2019

F. 1980. Difference in earnings by language groups in Quebec. 1970. An

<sup>(2)</sup>Vaillancourt، (1978). Québec:Centre international de recherche sur le bilinguisme. economicanalysis (Ph. D. Thesis

<sup>(3)</sup>بلال حسن التل، ندوة "اللغة والاقتصاد"، مركز البيرق الأردني للدراسات والمعلومات. <http://alrai.com/article/566454>

الرأي-الثقافي/اللغة-والاقتصاد-ندوة-في-البيرق-الأردني-للدراست-والمعلومات-تاريخ الزيارة 2019/5/19م

<sup>(4)</sup>عبد الحميد أبو سليمان، الأمة وأزمة الثقافة والتنمية، ندوة برنامج حوار الحضارات، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، القاهرة، دار السلام ط1، 2007.

وإذا كانت التنمية البشرية تبدأ بالإنسان وتنتهي به، فإنها لا ينبغي أن تتجاهل أهم معطى تواصلية يربط هذا الإنسان بمحيطه ويرسم له علاقاته ويحددها، بل ويحتزن خريطته عن العالم والوجود، ألا وهو اللغة. ومهما اجتهد الإنسان في تلبية سائر احتياجاته المادية وتنميتها متغافلا عن العناية بلسانه، فإنه يكون كمن يتحرك تحركا أعرج متعثرا.

ولما كان اللسان من أبرز محددات حياة الإنسان، فإنه يتأثر بكل أحداثها<sup>(1)</sup>، فاللغة كما تتأثر بالأحداث فإنها تؤثر فيها، بل وتصنعها على نحو ما يعرفه أصحاب نظرية الأفعال اللغوية، واللغة بإمكانها أن تكون لسانا مساهما في التنمية بالمعنى الشمولي، وذلك أن مخاطبة الناس المعنيين ببرامج التنمية إذا كانت بغير لسانهم فإن اللغة حينئذ تصير معيقا تنمويا يعطل عجلة التطوير والتقدم، لما تشكله إجراءات التواصل بغير اللسان القومي من إعاقه نفسية وعملية تظهر من خلال تأخر سيرورات الفهم والتفاهم في نفس الآن والحاجة للترجمة المكلفة.<sup>(2)</sup>

كما أن تعطيل اللغة القومية واستبعادها من الحياة العامة، أي من الإدارة والقضاء والتجارة والإعلام وغيرها، يتعطل معه جزء كبير من التفاعل النفسي الذي تحتاجه برامج التنمية؛ إذ التنمية ليست عمليات ميكانيكية أو برامج قسرية نخضع لها الإنسان قصد تحقيق نمو مطرد أو ازدهار محسوب، وإنما هي قضية تفاعل ومشاركة وجدانية جماهيرية يساهم فيها اللسان القومي بقدر وافر في الدفع بكافة الأطراف وتشجيعهم على المضي والاستمرار في تطبيق هذه البرامج التنموية.<sup>(3)</sup>

إن ربط اللغة القومية بالتنمية البشرية له ما يبرره على مستوى توطين المعرفة، واتخاذ ما يلزم لتمكين اللغة القومية من استرجاع وظيفتها، وجعلها لغة العلم والإدارة والتعليم والتسيير والاقتصاد. وشأن التعامل باللغة القومية في هذه القطاعات الحيوية، داخليا على الأقل، شأن التعامل بعملة موحدة في مجال التجارة، فكلما كانت العملة واحدة موحدة كانت المعاملات أكثر يسرا وأبعد عن التعقيدات وأنجع في الفائدة والتبادل والتفاهم.<sup>(4)</sup>

وحاصل العلاقة بين اللغة القومية والتنمية يمكن أن يكون ذا بعدين، نصوغهما في السؤالين التاليين:

الأول: كيف تخدم اللغة القومية باعتبارها لسان أمة ما مسارات التنمية؟

والثاني: كيف يدخل تطوير اللغة نفسها ضمن مشاريع التنمية؟

فيظهر من خلال المدخلين قيام نوع من التخادم بين اللسان والإنسان الذي هو أداة وغاية كل تنمية بشرية. وذلك لأن اللسان القومي يحتاج حتى يواكب متطلبات التنمية تطويرا لأساليب تدريسه وتوسيعا لوعائه بانفتاحه على ما جد في عالم المعرفة

(1) محمد محمد داود، اللغة والسياسة في عالم ما بعد 11 سبتمبر، دار غريب القاهرة، 2003: ص 57.

(2) مسعود ظاهر، م. س: ص 23.

(3) جلال أمين، خرافة التقدم والتأخر: العرب والحضارة الغربية في مستهل القرن الواحد والعشرين، دار الشروق، 2005: ص 141 وما بعدها.

(4) باتريك سميث، م. س: ص 176.



وتقنياتها. كما أن عملية التطوير هذه أو التجديد اللساني قصد إعداد اللغة القومية لمتطلبات الحياة المتغيرة مرتحن أيضا بنهوض الأمة وبضرورة تقوية الأواصر بين مكوناتها المختلفة تحقيقا لاتحادها. (1)

وفي ظل اقتصاد المعرفة وعمولة السوق، قامت بين اللّغة والقوة علاقة انعكاسية؛ لأن القوة باتت تستند إلى المعرفة، واكتسبت لغة المعرفة نفوذا غير مسبوق في عالم الاقتصاد. وكذلك على اعتبار أن اللغة قد تجاوزت، اليوم، بعدها الإيديولوجي، نسبيا، وابتعدت عن كونها مجرد جزء من النسق العقدي للدولة، بعد أن اكتسبت سلطة تابعة لتلك التي امتلكتها المعرفة، من حيث كونها أحد أعمدة خلق الثروة في الاقتصاد الجديد. (2)

فبفعل الانفجار المعرفي، وبدفع من الاحتكارات الاقتصادية والإعلامية الكبرى التي تجعل من لغة الدولة الأقوى معرفيا، ومن ثم اقتصاديا، الأكثر انتشارا، تحوّلت اللغة إلى سلعة ووسيط تجاري، وباتت تلعب دورا مهما في صناعة الذوق، اعتمادا على ما تحفقه التغذية الارتجاعية لوسائل الدعاية من صور انطباعية، تسهم، بقوة، في تعميم أنماط ثقافية تمتد إلى كل مجالات الحياة من لباس ونمط معماري وديكور وفن وأدب. . . الخ. وباختصار كل ما يمكن أن ينتهي إلى منتج أو سلعة، ويدخل في ما بات يعرف بأسلوب حياة (Life Style) يبدأ بالمسمى اللغوي. (3)

ومن ثم تكون اللغة قد تحولت إلى قيمة اقتصادية تبادلية واستعمالية وخدمائية، تساهم بجلاء في تحسين مستوى معيشة الفرد. وكان الحاجز اللغوي من أهم أسباب اتساع الفجوة المعرفية، وبالتالي الاقتصادية، حتى بين تلك القوى المتقاربة في أدائها الاقتصادي، مثل الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي واليابان، الأمر الذي دفع المفوضية الأوروبية بصورة خاصة، إلى المسارعة بوضع برامج متعددة حول دراسة التعدد في اللسانيات، بهدف تطوير نظام الترجمة الفورية بالكومبيوتر، ومن بينها برنامج "Systan" المستعمل لترجمة ملخصات وثائق بنوك المعلومات، بهدف تضيق الفجوة المعرفية بين الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة، من خلال ترجمة سريعة وعملية، سعيا وراء تحقيق بعض التزامن على مستوى الاستثمار الاقتصادي في الإنتاج المعرفي، ما يبيّن التأثير الخطير للغة على الاقتصاد، الأمر الذي تدرّكه القوى الاقتصادية جيدا، لاسيما الدول غير الناطقة باللغة الإنجليزية، خاصة عندما تؤكد مراكز البحوث ظهور حوالي أربعين ألف كلمة إنجليزية في اللغة العلمية سنويا، أي أكثر من عدد الكلمات الموجودة في قاموس "لاروس" الفرنسي، بينما تجتهد الأكاديمية الفرنسية سنة كاملة في البحث عن تسع كلمات علمية باللغة الفرنسية. (4)

ويزداد العبء على من لا يتقن لغة القوة، عندما نعلم بأن المعرفة تتدفق بشكل يجعلها تتضاعف كل ثلاث سنوات، ما ينعكس على حجم وسرعة التراكم المعرفي، إذ يصدر، وفقا لهذا الإيقاع، مقال علمي كل دقيقتين في الدول الأكثر تمكنا من

(1) د. إدريس مقبول، اللغة العربية من سؤال الهوية إلى رهان التنمية، 17 كانون/يناير 2009، 22 آذار/مارس 2017، [http://aklaam.net/newaqlam/index.php?option=com\\_content&view=article&id=408:2009-2019/4/07-01-17-20-34-11&catid=69:2008-10-18-21-02-33&Itemid=112](http://aklaam.net/newaqlam/index.php?option=com_content&view=article&id=408:2009-2019/4/07-01-17-20-34-11&catid=69:2008-10-18-21-02-33&Itemid=112)، تاريخ الزيارة

(2) بن قاعة، أسماء، اللغة والسوق: الواقع والتحديات، <https://brahmiblogspotcom.blogspot.com/2014>، تاريخ الزيارة 2019/01/23م

(3) فلوريان كولماس، م. س.

(4) فيصل الحفيان، م. س: ص75.



المعرفة. الأمر الذي اضطر دولة مثل فرنسا، التي لديها حساسية خاصة اتجاه خصوصيتها الثقافية، إلى إصدار أفضل دورية علمية عن معهد باستور باللغة الإنجليزية، التي أصبحت تمثل إحدى حتميات العولمة والاقتصاد الجديد. (1)

وقد أفرزت تفاعلات تحرير التجارة وفتح الأسواق ونظم الاتصالات والعولمة آلياتٍ للسوق، اختزلت كيان الإنسان في بعد وظيفي اقتصادي، يتعامل مع اللغة من منطلق إجرائي، وفقاً للترشيد الإجرائي، بمفهوم ماكس فيبر، الذي يعرف الترشيد على أنه تحوّل العالم إلى حالة مصنع يسير وفق قواعد النفعية الداروينية، التي لا تخضع سوى لآليات السوق. ومن ثم فإن الدولة، وعلى قدر قوتها الاقتصادية، تكون حاجتها لفتح مزيد من الأسواق، وتسويق مزيد من المنتجات عبر اللغة كوسيط. ومن أجل ذلك تقوم بعمليات اختراق لغوي نموذجي للمنتجات، لا سيما في ظل المنافسة الحادة بين قوى الاستقطاب، حيث تكون وسيلة التواصل هي اللغة، التي تلعب دوراً أساسياً في نشر النموذج الثقافي للدول الأقوى، بهدف جعل السلعة المعروضة والمنتجات المتوافرة في السوق منسجمة، تماماً، مع النموذج الثقافي، الذي مثلت اللغة إحدى أدوات بنائه، لدى المستهلك. (2)

وقد أدرك علماء النفس والأطباء العاملون في مجال الطب النفسي، الأثر العميق للغة ودورها في تشكيل الوعي والإدراك لدى الإنسان، وبالتالي تحسين مستوى معيشتهم. يقول د. يحيى الرخاوي عن اللغة ودورها الفعال في تشكيل الوعي البشري: «... ليست أداة للاستعمال الظاهري، وليست كياناً مستقلاً عن الوعي، ولا عن الوجود ولا عن المخ، وهي ليست الكلام طبعاً، فاللغة لم تعد تمريناً جيداً للتقنين، وخالياً من التشويش لنقل العلامات من يد ليد، إذن اللغة هي: ذلك الكيان البيولوجي الراسخ/المرن/المفتوح في آن واحد، القادر على تفعيل المعرفة في الوعي. وهي الوجود البشري نفسه في أرقى مراتب تعقده وفاعليته، وهي التركيب الغائر لمصدر السلوك المحدد للشكل الظاهر، والوعي الدائم التشكل والتشكيل بما يسمح باحتواء المعنى وإطلاقه بما تيسر وتناسب من أدوات، وهي إبداع الذات المتجدد إذ يصاغ في وجود قابل للتواصل، وهي: تجلّي المعنى في تركيب قادر على التماسك في وحدات متصاعدة وأيضاً هي حركية المخ البشري في كليته البالغة التنظيم، البالغة المطاوعة، وهي: تبادل غير مستقر لمن يهمهم الأمر الذين بوصفهم مشاركين في خطاب علمي يجتبرون مزاعم صلاحية معاييرهم».

واللغة مشروع متجدد وليست خطاباً محدداً، وفي نفس الوقت هي «خطاب» بما تحمله ألفاظها، وما تشير إليه هذه الألفاظ مما لم تقله، أي أن اللغة هي ما سكنت عنه وما صرّحت به في آن واحد، أي أنها هي بما تظهر وبما تخفي معاً. ويعرّف أساتذة الطب النفسي الوعي على أنه العملية الحيوية التي يتم من خلالها تشكيل منظومة عقلية في تركيبها الكلي في لحظة ما، فإذا استمر هذا التشكيل لفترة من الزمن أصبح يمثل مستوى منظومياً كلياً خاصاً يمكن استحضاره وتنشيطه وإعادة تشكيله ككل، حسب التناسب مع الموقف، والمطلق، والمثير، والمصاحب. . إلخ، مما يسمى أحياناً «حالات الذات» أو منظومات من مستويات المخ أو غير ذلك.

إذن، فاللغة عملية، وفي نفس الوقت هي منظومة وتشكيل متجدد، والوعي عملية، وفي نفس الوقت هو وساد ومنظومة ومستوى. والعلاقة بين كل من الوعي واللغة هي علاقة وثيقة حتى لتوحي بالتماثل، وبالرغم من ذلك فهما ليس واحداً، فرغم اتفاقهما في أن كلاهما (أ) عملية، (ب) تخليق وتشكيل (ج) منظومة (د) ملتحمة بما تحويه، فإن ثمة فروقاً ضرورية لا بد من

(1) أسماء بن قادة، م. س.

(2) أسماء بن قادة، م. س.

التنبية عليها مثل: إن اللغة توليد ذو وحدات أوفر كثرة وأنشط تشكيلاً وأحضر إبداعاً وأقدر حواراً في حين أن الوعي هو أكثر منظومية، وأعمق رسوخاً، وأطول زمناً، وأجهز تنسيقاً.

وعليه، فاللغة هي وحدة الوعي، وفي نفس الوقت هي تشكيلاته المتداخلة القادرة على الإفصاح المعرفي دون إلزام بلاغي محدد. والوعي هو كلية اللغة حالة كونها منظومة مستقرة نسبياً. ومن هنا فإن تشكيل الوعي يعتمد بالضرورة على ما تتصف به اللغة من قوة وضعف، وإحكام وترهل، وإبداع وتناثر. واللغة ليست كياناً داخلياً منفصلاً، فعمليات اللغة وتشكيلات الوعي كلها مرتبطة بما تتغذى به من معلومات، وما تمارسه من إبداع تواصلية وحوار نزاعي. وهكذا نرى التناغم بين إدراك الذات ولغتها المستخدمة في التعبير عما تستشعره وتفكر فيه وتطمح إليه، في جوهر الإدراك والفهم، ومهارات الفهم والاستيعاب تُشكّلان حجر الأساس الأول والأخير في عملية التعليم، وفي عمليتي التواصل والاتصال بأي لغة من اللغات البشرية. (1)

ويتجسد الوعي اللغوي عبر تمكين الإنسان ومساعدته على إنتاج الجمل المفيدة، وتوليد الأفكار والتعبير عنها، وبالتالي، ترتفع قدرات الأفراد على الابتكار والتجديد من خلال الإسهامات الذاتية في الأنشطة اللغوية وتوطيد علاقاتها بالتكنولوجيا، وصولاً إلى اقتصاد ناجح يرفع من مستوى معيشة الفرد ويحقق الربح.

ذكرنا سابقاً أن الباحثين الاقتصاديين اهتموا باقتصاد اللغة من وجهات نظر مختلفة، لعلاج قضايا محددة. وأن القاسم المشترك لمعظم الدراسات يمكن تلخيصها في ثلاث نظريات أو ثلاثة نماذج لاقتصاد اللغة هي:

أ - نموذج التجارة (Trade mode)

ب - نموذج رأس المال البشري وأثره في النمو الاقتصادي حسب نظرية النمو الجديدة (Human capital).

ج - نموذج العائدات الجانبية المتأتمية من الانتشار أو التشبيك (Network externalities).

وتناولنا النموذجين الأول والأخير. وسنحاول هنا أن نتعرض للنموذج الثاني المتمثل في رأس المال البشري، في إطار فكرة "نظرية النمو الجديدة".

تقول هذه النظرية إذاً إن معدل النمو الاقتصادي يتناسب مع معدل النمو التقني، ومع المستوى التقني. ويدخل في المستوى التقني المستوى المعرفي للقوى العاملة أو رأس المال البشري. وتعد معرفة اللغة العلمية والتقنية من قبل القوى العاملة، كلٌّ حسب حقله وحاجته، من المركبات الأساسية لرأس المال، إذ إن اللغة هي وعاء المعرفة ولها وظائفها الاقتصادية. ولقد أصبحت المجتمعات الحالية تتميز بعضها عن بعض في الاقتصاد المبني على المعرفة، لا بفروق الدخل بل بفروق المعرفة (shift from income divide to knowledge divide). ومن البديهي أن لترجمة العلوم والتقنية دوراً مهماً في إغناء اللغة العلمية والتقنية للمجتمع.

وأصبحت المعرفة ووعاؤها - أي اللغة العلمية والتقنية - من الأصول (Assets) في عملية الاستثمار في رأس المال البشري وفي قواعد المعرفة ونظم المعرفة (intangible assets)، وأصبح علم إدارتها من العلوم الهامة (Knowledge management).

(1) د. عصمت سويدان، الاهتمام بتعليم اللغة القومية يرفع معدلات التنمية الاقتصادية، 2018/7/22، [http://www.arabiclanguageic.org/view\\_page.php?id=6019](http://www.arabiclanguageic.org/view_page.php?id=6019)

تاريخ الزيارة 2018/11/23، تاريخ الزيارة 2018/11/23

وتؤثر اللغة العلمية والتقانية في التكامل الاقتصادي والاجتماعي للأمة، حسب رأي العديد من الاقتصاديين انطلاقاً من وظائفها الاقتصادية. ويعتبر تعلم اللغة العلمية والتقانية بلغة الأم خياراً اقتصادياً فردياً وحكومياً، بحيث لا يترك لقانون السوق، حسب رأي بعض الاقتصاديين.

وتدل الإحصائيات أن دخل وحيدى اللغة في كندا (الإنكليزية أو الفرنسية) متساوٍ وسطيّاً، لتساوي مستواهم العلمي والتقاني، ودخل ثنائي اللغة يزيد وسطيّاً 6%، فاللغة العلمية والتقانية رأس مال بشري. من جهة أخرى أخفقت الولايات المتحدة في تحسين المستوى الاقتصادي للمكسيكيين الأمريكيين، بتعليمهم اللغة الإنكليزية دون العلم والتقانيا. ففي كندا، مثلاً، تدل الإحصائيات على أن عدم معرفة اللغة العلمية والتقانية تؤثر في فرص العمل، والتدريب والترقية. كما تعتمد حاجة القوى العاملة إلى آخر التطورات العلمية والتقانية، على نوع التقانيا ومستواها وسرعة تغيرها.

وبالتالي، فإن إتقان لغة العلم والتقانيا من قبل أفراد المجتمع، له عائد اقتصادي يزداد كلما أتقن الفرد استعمال لغة العلم والتقانيا، وهذا الإتقان يتأثر بجودة تعليم اللغة من قبل الأساتذة، وجودة المناهج والطرق المستعملة في التعليم. ويتأثر الربح يتمكن الفرد من اللغة الأم العلمية والتقانية، وإتقان العائلة والأساتذة لهذه اللغة، وحماسهم، ونظرتهم لها، وبالسياسة اللغوية للحكومة. وبعملية حسابية مبسّطة، فإن عائد الاستثمار في لغة الأم العلمية والتقانية، وهو أمر ينطبق أيضاً على اللغة الثانية، يساوي الوارد من معرفة اللغة العلمية والتقانية مطروحاً منه المصروف على تعلمها. (1)

لذلك، يرى بعض الباحثين الاقتصاديين، اليوم، أنه إذا أردنا أن نعرف المعنى الحقيقي للتنمية، يتعين علينا منذ البداية أن نشير إلى أنه بفضل التنمية، أصبحنا نعيش في "مجتمع المعرفة" وليس في مجتمع زراعي أو صناعي، لأن "مجتمع المعرفة" يتميز عن غيره من المجتمعات بامتلاك المعلومات العلمية والتقنية وتوظيفها في الإنتاج والخدمات والإدارة. فالمجتمع الذي تنتشر فيه المعلومات بغزارة يتمتع بصفة آلية بالتنوع الاقتصادي وتكاثر فيه فرص العمل، وبالتالي، يرتفع دخل الفرد.

وبناء على هذه الحقيقة، يمكننا أن نقول بأن مصطلح التنمية في جوهره يعني بناء مؤسسات تعليمية وثقافية وسياسية لإحداث مجموعة من التغيرات الجذرية في مجتمع معين، وذلك بقصد إكساب ذلك المجتمع القدرة على التطور الذاتي وتلبية الحاجات الأساسية والضرورية المتزايدة للأفراد.

وكما لا يخفى على أي فرد فينا، فإن التنمية في إطار المؤسسات والقوانين الموضوعية التي تعتبر بمثابة مقاييس للعمل المنظم والهادف إلى إحداث التغيير الاجتماعي العادل، تهدف في الأساس للوصول إلى مستوى الدول الصناعية في مجالات التنمية الاقتصادية وترسيخ مفاهيم الوطنية والولاء للدولة الوطنية.

ومن الواضح أنه لا يمكن أن تتم عملية التنمية اللغوية في المجتمع بفصل رأس المال المادي عن رأس المال البشري، فبفضل الإنسان المعلم والمتعلم يمكن تنمية المواهب والقدرات وإحداث التغيرات الإيجابية في بنية الأمة. إن تنمية رأس المال البشري اللغوي يساعد على بناء الإنسان عن طريق التدريب باعتباره سياسة تعليمية أساسية في إعادة تكوين وتشكيل محتوى المعارف والمهارات لدى الشباب، وبذلك تتمكن الأمة من رفع مستوى المهارات والمعرفة اللغوية اللازمة لبناء العقول. (2)

(1) محمد مراياتي، تأثير اللغة في النمو الاقتصادي والاجتماعي في الدول العربية- الجزء الثاني، م. س.

(2) عمار بوحوش، لغة التنمية وتنمية اللغة، محاضرة أقيمت بالجلس الأعلى للغة العربية ضمن منبر حوار الأفكار في يوم 2010/04/13

يقول محمد الأوراعي، مؤكداً ضرورة استدخال اللغة في أيّ عملية نحوض أو بناء: "ليس لنا بحكم تكويننا اللساني أن نتكلم على التنمية باصطلاحات علم الاقتصاد، حيث تُربط التنمية في الميدان ربطاً مباشراً باطراد النموّ في إنتاجية العمل، وبتحقيق الزيادة بشكل دائم وسريع في مقدار المنتوج الإجمالي، وفي تراكم الخيرات المادية الضروري لضمان رفاه العيش. لكنه من حديث الاقتصاديين عن التنمية، يعيننا تناولهم لعناصرها الضرورية، وبخاصة (قوة العمل)، المعترّضاً أساسياً، إذ يشمل مجموع القدرات، التي يمتلكها الإنسان ويستخدمها في عملية إنتاج الخيرات المادية، ويهتّمنا على الأخصّ قدرته على إغناء خبرته الإنتاجية، ودور اللغة في ذلك".

ويضيف: "باختصار شديد إذا كان لعنصر الإنسان، من ضمن أركان التنمية، الدور الأساس في تطوير الإنتاج والزيادة في الخيرات، فإن للغة الدور الحاسم في تطوير قدرات الناس على التمرّس في العمل، وعلى الرفع المستمر من كفاءاتهم، والإغناء المتجدّد للخبرة التقنية، وتعميق المعرفة العلمية، وتوسيع الثقافة العملية". ففعل اللغة يروم التنمية باللغة من خلال إنتاجها ونشرها للمعرفة وسط قوة العمل.<sup>(1)</sup>

### المبحث الثاني: سوق اللغات في الجزائر وتأثير العوامل الاقتصادية في التطور اللغوي

#### المطلب الأول: سوق اللغات في الجزائر من خلال التعدد اللغوي

يتميز المشهد اللغوي في الجزائر بمتصلين لغويين كبيرين يحددان الهوية اللّسّنية التي نشأت ونمت على هذه الأرض: (أ) متصل عربي يضم اللغة الفصحى، والعامية الدارجة ذات الأصول الهلالية الشمالية، واللغة الوسيطة التي يستعملها المثقفون أو المتدربون في أحاديثهم الثقافية أو الإعلامية أو العلمية<sup>(2)</sup>، والحسانية في الجنوب الغربي، ذات الأصول الجنوبية العربية كذلك، و(ب) المتصل الأمازيغي بلهجاته المتداولة في بلاد القبائل وجبل شنوة ووادي ميزاب ومنطقة توات، واللغة الناشئة في المفوضية السامية للأمازيغية. وهناك ما يمكن اعتباره متصلاً ثالثاً يتمثل في لهجة أفريقية تدعى كُيراجي تتحدث بها أقلية محدودة جداً في واحة تلبالت جنوبي غربي الجزائر، وهي إحدى اللهجات السونغانية الشمالية السائدة في حوض نهر النيجر الأوسط في دولة مالي.<sup>(3)</sup> ويمكن أن نجزم بأن تاريخ تعايش هذين المتصلين الكبيرين - وكذلك المتصل الثالث، خلال ما يقرب من 12 قرناً، لم يعرف أيّ نزاع لغوي يذكر بين ألسن الهوية، فيما وصل إلينا من أوصاف.

<sup>(1)</sup> عمر برمان، لا تنمية من دون اللغة وسيادتها، <https://br-9.blogspot.com/2013/06/2657.html>، تاريخ الزيارة 2019/4/07م

<sup>(2)</sup> وهي لغة هجينة من العربية والأمازيغية والفرنسية والتركية. وقد تذرر رئيس الجمهورية شخصياً من هذه اللغة الهجينة في أكثر من مناسبة، وعبر عن أسفه على هذا الواقع اللغوي المر والأليم، ويصف الباحثون هذه اللغة (الدارجة) بعدم الديمومة إذ هي كثيرة التغيير وسريعتها، وهي أيضاً لغة غير مكتوبة، ومن ثم ليست لغة علم وثقافة. راجع: أ. د. مبارك تريكي، السياسة اللغوية في الجزائر والتنمية البشرية، <https://www.diwanalarab.com/spip.php?auteur1522>، تاريخ الزيارة، 2019/4/15م

<sup>(3)</sup> <http://alwessal.alafdal.net/t205-topic> تاريخ الزيارة 2018/11/13م

وفي ما يلي تعريف موجز لتلك المصطلحات اللسانية:

1. اللغة العربية الفصحى: *la langue arabe classique* وهي لغة القرآن الكريم و التراث العربي جملة، و التي تستخدم اليوم في المعاملات الرسمية، و في تدوين الشعر و النثر و الإنتاج الفكري. (1)

2. اللهجة: *Dialect* أو العامية، وهي التي تستخدم في الشؤون العادية، و التي يجري بها الحديث اليومي. فهي "عبارة عن مجموعة من الصفات اللغوية تنتمي إلى بيئة خاصة، ويشترك في هذه الصفات جميع أفراد هذه البيئة" (2). أو هي: " نمط من الاستخدام اللغوي داخل اللغة الواحدة، يتميز عن غيره من الأنماط داخل نفس اللغة بجملة من الخصائص اللغوية الخاصة، و يشترك معها في جملة من الخصائص العامة" (3). مما يؤكد على أن العلاقة بين اللهجة واللغة هي علاقة عموم وخصوص، حيث تشمل اللغة الواحدة عدة لهجات متباينة في خصائصها اللغوية، مع اشتراكها في صفات لغوية أخرى (4). ويتخذ مصطلح العامية أسماء عدة عند بعض اللغويين المحدثين (5).

وعلى الرغم من تعدد المصطلحات التي تطلق على لغة الحديث و التعامل اليومي نجد أحد الباحثين في هذا المجال يقول: " و إننا نفضل استعمال كلمة (الدارجة) على (العامية) لما تتضمنه الكلمة الأخيرة من دلالة طبقية، و صفات تحقيرية، استهجانية، لا تليق بالبحث العلمي المجرد" (6). أما عن المعايير التي تحدد إن كانت هذه اللغة لهجة أو فصحي فيرجع بالدرجة الأولى إلى موقف أفراد الجماعة اللغوية من هذه اللغة أو تلك، وكيفية استخدامها وتوظيفها في مجالات مختلفة، ف " إن أي نظام لغوي يتكون من أصوات تكون كلمات تؤلف جملا لأداء معنى، ومن هذا الجانب نجد أية لغة وأية لهجة داخلية في هذا الإطار.

والشيء الأساسي الذي يجعل نظاما لغويا ما يصنف باعتباره لهجة أو على أنه لغة فصيحة هو موقف أبناء الجماعة اللغوية منه، ومعنى هذا أنه ليس في بنية اللهجة أو اللغة ما يحتم تصنيفها. بالضرورة. هذا التصنيف، ولكن مجالات الاستخدام عند أبناء الجماعة اللغوية هي التي تفرض هذا التصنيف. فالنظام اللغوي الذي يستخدم في مجالات الثقافة والعلم والأدب الرفيع هو ما يصنف اجتماعيا بأنه فصيح، والنظام اللغوي الذي يقتصر استخدامه على مجالات الحياة اليومية هو بالضرورة ما يصنف اجتماعيا بأنه لهجة أو بأنه عامية". (7)

(1) إميل بديع يعقوب، فقه اللغة العربية و خصائصها، ط1، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1985م: ص 144

(2) إبراهيم أنيس، في اللهجات العربية، مطبعة أبناء وهبة حسان، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2003، 15

(3) محمد محمد داود، العربية و علم اللغة الحديث، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 2001م ص 64

(4) انظر المرجع نفسه: ص 66

(5) للمزيد انظر: إميل بديع يعقوب، م. س: ص 144، 145، فقد جمع عدة مصطلحات أطلقت على هذا المستوى اللغوي.

(6) الطيب البكوش، إشكاليات الفصحى و الدارجات، بحث جاء في كتاب "من قضايا اللغة العربية المعاصرة" ص 174

(7) محمود فهمي حجازي، مدخل إلى علم اللغة. المجالات و الاتجاهات. ط4، دار قباء الحديثة للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة،

3. الثنائية اللغوية La diglossie: ونعني بالثنائية اللغوية في الوطن العربي أن يتكلم الناس في البلد لغتين الأولى العربية التي تستخدم في المجالات الرسمية كالحياة والتعليم والإعلام والبرلمان وكتابة القوانين. والثانية لغة محلية (غيرعربية) تستخدمها مجموعة من المواطنين للتواصل فيما بينها، بينما تستخدم اللغة السائدة للتواصل مع الآخرين.<sup>(1)</sup>

4. ازدواج اللغوي Le bilinguisme: لقد اختلف اللسانيون حول مفهوم مصطلح (الازدواج اللغوي) فبعضهم يطلقه على وجود مستويين لغويين في بيئة لغوية واحدة، أي لغة للحديث وأخرى للعلم والأدب والثقافة والفكر، وبعضهم يطلقه على وجود لغتين مختلفتين (قومية وأجنبية) عند فرد أو جماعة ما في آن واحد، أي إنه ومصطلح (الثنائية) يتبادلان الموقع عند الباحثين، وأفضل إطلاق مصطلح الازدواج اللغوي على المفهوم الأول لأنه أشيع بين الباحثين ولأن المعجم يدعم هذا.

و يقصد بـ "ازدواجية اللغة" (le biliguisme) وجود لغتين مختلفتين، عند فرد ما، أو جماعة ما، في آن واحد<sup>(2)</sup>، و من دون الدخول في بحث المعايير التي بوساطتها نستطيع أن نؤكد أو ننفي وجود الازدواجية بين لغتين معينتين<sup>(3)</sup>، فإن بعض الباحثين يرفضون استعمال مصطلح "الازدواجية" الذي يستخدمه الكثير من اللغويين<sup>(4)</sup> للدلالة على شكلي اللغة العربية: الفصحى و العامية<sup>(5)</sup>. ذلك أن العامية والفصحى فصيلتان من لغة واحدة، والفرق بينهما بالتالي فرق فرعي، لا جذري. وعليه، فالازدواجية الحق لا تكون إلا بين لغتين مختلفتين، كما بين الفرنسية والعربية، أو الألمانية والتركية. أما أن يكون للعربي لغتان إحداهما عامية، و الأخرى عربية فصيحة، فذلك أمر لا ينطبق مفهوم الازدواجية عليه<sup>(6)</sup>، إنه بالأحرى ضرب من "الثنائية اللغوية" (diglossie)<sup>(7)</sup>. فيرون أن أمر الفصحى والعامية نوع من الثنائية، و ذلك لأنهما فصيلتان من لغة واحدة، في حين أن الازدواجية لا تكون إلا بين لغتين مختلفتين كالعربية و الفرنسية.

ولقد بدأ التفكير في إعادة تشكيل الوضع اللغوي بالجزائر مع الاستعمار الفرنسي، وبيعاز منه. فقد قرّر الاحتلال " أن إيالة الجزائر لن تصبح حقيقة، أي مملكة فرنسية، إلا عندما تصبح لغتنا [أي اللغة الفرنسية] هناك قومية، والعمل الجبار الذي يترتب علينا إنجازها هو السعي وراء نشر اللغة الفرنسية بين الأهالي إلى أن تحل محل اللغة العربية"<sup>(8)</sup>.

وقد برز في العقدين الأخيرين، خاصة في العشرية السوداء، عداء وحنس للغة العربية الفصيحة يؤطره أجنب، وتبناه وتغذيه نخبة ذات نفوذ سياسي واقتصادي وإعلامي وثقافي وأدبي. وهو عداء حال دون خطط الارتقاء باللغة العربية، وتجديدها وتطويرها،

(1) انظر محمد علي الخولي "الحياة مع لغتين"، ط 1، جامعة الملك سعود، الرياض، 1988: ص 17-18

(2) Jean Dubois et autres: Dictionnaire de linguistique، P، 65،

(3) رجع بعضهم هذه المعايير إلى ثلاثة: لغوي و نفسي و اجتماعي. انظر في هذا الصدد: SélimAbou; le

Bilinguismearabefrançais au Liban ;P. U. F. Paris; 1962; pp3-7

(4) انظر مثلا: أنيس فريحة، نحو عربية ميسرة: ص 134، 135، 137، و غيرها. و كمال الحاج، في فلسفة اللغة: ص 222.

(5) انظر: SélimAbou، le bilinguismeArabeFrançais au Liban ; p223،

(6) كمال الحاج، في فلسفة اللغة، دار النهار للنشر، بيروت، لبنان، 1967: ص 156

(7) Vincent Monteil ; L'arabe moderne ; Librairie C. Kinckseick; Paris; 1960; p. 69

(8) ساطع الحصري، "أبحاث مختارة في القومية العربية"، القاهرة، دار المعارف، 1964: ص 40-43.

وساهم بشكل مباشر في تبيد وتشتيت نظام التربية والتعليم. وقد حال هذا البخس كذلك دون تشكل مشروع مجتمعي جزائري ديمقراطي حدائي عادل ومتحرر، ومشروع معرفي ثقافي يبلور هوية متميزة ومتحررة، ومندمجة في الهويات المعرفية والمرجعية الكونية. وهي ظاهرة مغاربية، إن لم تكن تنسحب على غالب الدول العربية، حتى لقد دأب البعض على الحديث عن اهتزاز الهوية اللغوية المغاربية، نتيجة تبعية لغوية لا تليق بالبلاد المغاربية، وعن نتائج سلبية مترتبة عن التبعية اللغوية، خاصة في ميدان التعليم، ولكن أيضا في مجال الديمقراطية اللغوية واحترام الحقوق اللغوية للمغاربيين والنصوص القانونية والمرجعية المتعاقد عليها، مثل موثيق التربية والتكوين، التي هي السبيل إلى تغذية سوق العمل ورفد الاقتصاد الوطني بأدمغة غير تابعة.

ولعل من أبرز النتائج السلبية لذلك، في مجال الاقتصاد، أن نقل التقانيا لا يحدث بشراء وسائل الإنتاج وخطوطه. وقد بين الواقع المرير أن شراء المصانع على مدار العقود الماضية لم يؤدِّ إلى نقل التقانيا وتوطينها. ذلك أن تجديد خطوط الإنتاج يؤدي إلى زيادة كمية الإنتاج، ولكنه لا يؤدي إلى توطين تقانة جديدة. أما عملية اكتساب التقانيا التي تشتمل على نقل التقانيا وتوطينها، ثم توليدها فهي عملية نقل للإنسان، لا للأجهزة والأبنية. ومن وسائل وآليات هذا الاكتساب ترجمة العلوم والتقانيا وتعليمها بلغة الأم التي هي لغة القوى العاملة، وتداول العلم والتقانيا في المجتمع بهذه اللغة. فاللغة وعاء اكتساب التقانيا، والترجمة وسيلتها. إن النتاج والتوليد العالمي للعلوم وللتقانة كبير جداً، والاستفادة من هذا النتاج ممكنة بشرط أن تتمتع الأمة بما يسمى "بالمقدرة على الاستيعاب التقاني". وهذه الاستفادة لها عائد اقتصادي كبير يحصل عبر ما يسميه الاقتصاديون عائدات وطنية غير مباشرة (internalizing externalities) نتيجة الاستفادة داخلياً من تطورات خارجية، والذي يجري نتيجة ما يسمى بفيض المعرفة العالمية: (international spill-over effect of knowledge).

وجهود الترجمة العلمية والتقانية التي تتوافق مع تعليم العلوم والتقانيا بلغة الأم، هي التي تحقق هذا النوع من العائدات الاقتصادية الكبيرة. إذاً فعائد الاستثمار للمترجمين وفق سياسة حكومية ناظمة يشارك القطاع الخاص فيها، هو عائد كبير، وخاصة عندما تتحدث القوى العاملة بلغة العلم والتقانيا، وهذا لا يحصل إلا إذا كان التعليم العلمي بكل مراحلها باللغة القومية.<sup>(1)</sup> لقد أصبحت مسألة التعدد في الخطاب اللغوي أمراً لا مفر منه، بعد أن فتحت العولمة الاقتصادية أبوابها على جميع بقاع المجتمع الإنساني الذي باتت أفرادها ومنظّماته تقيم على العقد المعلوماتية المنتشرة في الفضاء المعلوماتي الإنترنت، إذ ليس ثمة حدود جغرافية، أو تعين مكاني يقف عقبة أمام نشاطات التجارة الإلكترونية، أو يحد من حركتها.

وتشير الإحصائيات أن اللغة الإنجليزية تتبوأ موقع الصدارة بين بقية اللغات السائدة على الإنترنت بنسبة بلغت 8.36% تليها اللغات الأوروبية مجتمعة 6.35%، في حين لا تتجاوز اللغة العربية نسبة 7.1%.<sup>(2)</sup>

إن زيادة أهمية عنصر الاتصال في عصرنا الراهن، بات يشكل عاملاً حاسماً في زيادة الاهتمام بالخطاب اللغوي الذي يعد البيئة الخصبة لسريان نشاطات الاتصال مع الغير، ولديمومة نشاطات الاقتصاد الرقمي، والعلاقات القائمة في مجتمع المعلومات. إن السعي الدائم لكثير من الدول العربية، وخاصة الجزائر، إلى تعميق محاور سلتها الاقتصادية، وانفتاحها على بيئة الاقتصاد الرقمي بجميع مستوياته المتاحة، أفرز حاجة إلى وجود سياسة حكيمّة تتعامل مع مسألة التعدد اللغوي بوصفها رصيماً معرفياً يمتلك

(1) محمد مراياتي، تأثير اللغة في النمو الاقتصادي والاجتماعي في الدول العربية - الجزء الثاني، م. س.

(2) المرجع: URL: Global Reach (global-reach.biz/globstats) في 30 أيلول 2004. تاريخ الزيارة



بعداً اقتصادياً مهماً لضمان ديمومة التطور الاقتصادي وفق الأفق المنظور. بيد أن هذا الأمر لا يعني السعي إلى تغييب الهوية الثقافية، أو الذوبان في بوتقة المجتمع العولمي، بل اعتماد موازنة اقتصادية وطنية تسعى إلى زيادة الموجودات المعرفية، والارتقاء بمستويات اقتصاد المعرفة، متجنبين الإفرازات غير المنظورة التي لم تنجّل عواقبها حتى هذا التاريخ. (1)

ورغم أن اللغة العربية تمتاز بعدديتها وتداولها، فإن الدول العربية لم تتمكن من فرض احتياجاتها على مصنعي الأجهزة والبرمجيات، بما يتلاءم وخصوصيات اللغة العربية. وقد قدر الحجم السنوي لسوق المحتوى العربي على الإنترنت والكتب ووسائل الإعلام الأخرى بنحو 9 ملايين دولار مطلع العقد الحالي، ونموه ب 5 إلى 10% سنوياً. وقد يفوق الواقع هذا التقدير بكثير. وهكذا، فإن صناعة المحتوى في الدول العربية متواضعة رغم وجود سوق عربية داخلية واعدة. ويعود هذا إلى نقص في الأطر المتخصصة في إنتاج المحتوى، بنوعيه التقليدي والرقمي، وشح في الموارد، ونقص في التعاون، وندرة برامج البحث والتطوير، والدعم لصناعة عربية للبرمجيات، الخ. (2)

- ولعل من أهم العوامل التي تجعل من اللغة العربية لغة التنمية في الوطن العربي ومن ضمنه الجزائر، هي العوامل التالية:
- أن اللغة العربية تحتل الموقع الرابع في عدد الناطقين بها على المستوى العالمي بعد الصينية والإسبانية والإنجليزية.
- تحتل اللغة العربية المرتبة الثالثة من حيث الاستعمال في هيئة الأمم المتحدة والمنظمات التابعة بها والتي يقدر عددها بـ 250 منظمة.
- اللغة العربية لغة رسمية في هيئة الأمم المتحدة والمنظمات التابعة لها، والوكالات المتخصصة إلى جانب الإنجليزية والفرنسية والإسبانية.
- اللغة العربية لغة الدين الإسلامي الذي يعتبر أكبر الديانات السماوية الثلاث، وهي كذلك لغة مسيحيي الشرق.
- اللغة العربية لغة الحضارة العربية الإسلامية، وهي الحضارة العالمية التي هيمنت لقرون عديدة (حوالي 10 قرون)، وتمتلك تراثاً وإنتاجاً أدبياً وعلمياً وفلسفياً ضخماً.
- اللغة العربية لغة رسمية لحوالي 23 بلداً، لها ثروات اقتصادية وبشرية، وجيوسراتيجية كبيرة جداً، تقدر مساحتها الإجمالية بحوالي 14 مليون كلم<sup>2</sup>، وعدد سكانها يزيد عن 400 مليون نسمة.
- اللغة العربية لغة كبرى من حيث نسقتها الناضج والمكتمل تركيبياً، وصوتياً وبلاغياً. . .
- اللغة العربية لغة الاقتصاد في الكلام والجهد.
- بالإضافة إلى أن كل الدول المتقدمة أو التي في طريق التطور الاقتصادي والعلمي والتكنولوجي. . . كاليابان والصين وتركيا وسنغافورة واندونيسيا وماليزيا وكوريا الجنوبية وإيران والدول الإسكندنافية. . . إنما اعتمدت على لغاتها الوطنية في كل مجالات الحياة، رغم كونها لغات ليس لها تاريخ حضاري كبير كاللغة العربية وليس لها حاضر متطور كاللغة

(1) حسن مظفر الرزّو، م. س.

(2) تقرير المعرفة العربي 2009، نحو تواصل معرفي منتج، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، المكتب الإقليمي للبلدان العربية ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، دار الغرير للطباعة والنشر، دبي، 2009.



الإنجليزية، مع الإشارة إلى أن بعض تلك الدول مثل تركيا كانت تكتب لغاتها بالحرف العربي بل ما زالت كما هي حال إيران. . . (1)

ولكن التقدم في مجال نشر المعرفة وتوليدها واستثمارها وطنيا وعربيا يتطلب تضمين استراتيجيات التنمية مبادرات معرفية متكاملة، وخطط عمل لتطوير القدرات التكنولوجية، ومواكبة الأجيال الجديدة، وتبنيها باللغة الوطنية، تعرفا وتدقيقا ودلالة وتحليلا، وتطوير صناعة عربية للمحتوى، والاستثمار في تطبيقات الحكومة والتدبير الإلكترونيين، والتربية، والتجارة، والثقافة، والصحة، الخ، وتطوير شبكات اتصال وتعاون بين مختلف الفاعلين والمقاولين والمصنعين.

وقد قامت مختلف الأقطار العربية، بما فيها الجزائر، بتفاوت، بمبادرات في هذا الاتجاه. إلا أن الحكومات العربية استسلمت لشركات البرمجيات العالمية التجارية باستهلاك منتجاتها الجاهزة، عوض إقامة برمجيات وطنية مبدئية، أو تعديل البرمجيات ذات المصادر المفتوحة. ولا شك أن الحاجة ماسة إلى الاستثمار في التقنيات والمعارف المستحدثة ضمن منتجات وخدمات جديدة، يمكن بها مجابهة التنافس في السوق العالمية، بحيث لا نضل في دور المتلقي والمستهلك فقط لما ينتجه الغير من معارف وتطبيقات تقنية، حتى تمثل هذه التقانات فرصة لإعادة نشر هوية حضارية عربية طلائعية، وثيقة الصلة بشروطنا الاجتماعية والاقتصادية. (2)

مهما يكن، فإن الوضع الرمزي الاعتباري والقانوني للغة العربية تهدهد محاولات للتقويض في بعض الدول العربية، بما فيها الجزائر، وذلك راجع لسوء تدبير التعدد اللغوي، أو لتكريس الازدواجية اللغوية غير المتكافئة، أو لهيمنة غير العربية على بعض القطاعات الحيوية والمنتجة التي لها تأثير كبير في الحياة العامة، أو لعدم وجود سياسة لغوية واضحة، وتخطيط لغوي له أبعاده ومقاصده وغاياته، أو للارتجال المعتمد في معالجة القضايا والمعضلات اللغوية في التعليم والإعلام والإدارة وغير ذلك من القطاعات الوازنة والمؤثرة في الحياة العامة في المجتمعات العربية. مما يجعل اللغة العربية تتخلى عن وظائفها التي تحولها لها الدساتير العربية، لتقوم بها لغة أجنبية، أو لغات أخرى، فتفعل فعلها في المجتمع والثقافة والهوية؛ فتهجّن اللغة، وتدجّن المجتمع، وتمسخ الهوية، وتكرّس التبعية. ومن ثمّ، يتعطل دور اللغة في تنمية المجتمعات العربية بتعطيل دورها في إنتاج المعرفة الذي تتأسس عليه التنمية. (3)

ويؤكد بعض علماء الاقتصاد أن اللغة هي القاسم المشترك للتجارة والاتصال، كما أن اللغة عنصر من عناصر الازدهار الاقتصادي، فقد دلّت الدراسات على أن متوسط دخل الفرد يتدنّى في البلاد التي تتعدد فيها اللغات مقارنة مع البلاد التي يقل فيها هذا التعدد، ففي بريطانيا يزيد معدل دخل الفرد عشرات المرات عنه في الفلبين رغم تقارب عدد السكان بسبب تعدد اللغات في الفلبين، ولذلك قال العلماء: "إن البلاد الجزأة لغويا بشكل كبير بلاد فقيرة دائما".

ويسعى العديد من الدول إلى توحيد لغتها ونشرها كمقدمة لبناء اقتصادها ونشره وبسط نفوذها الاقتصادي؛ كما تفعل جنوب إفريقيا التي تسعى لقيادة إفريقيا اقتصادياً، وكما تفعل الهند التي تسعى لتوحيد لغاتها وبسط اللغة الهندية على كل شبه القارة الهندية لتحويل الهند إلى سوق واحدة، إذ يوفر عليها توحيد اللغة مبالغ ضخمة من خلال لغة واحدة للمواصفات والمقاييس

(1) بوجمعة وعلي، م. س: ص 77 وما بعدها

(2) تقرير المعرفة العربي 2009، م. س.

(3) عبد الرحمان يجوي، تنمية اللغة ولغة التنمية في الوطن العربي، المركز العربي للدراسات، 12 ديسمبر، 2011

وترجمتها، بل إن الهند تسعى لجعل لغتها لغة عالمية تدرّس في كل دول آسيا على وجه الخصوص في إطار سعيها للسيطرة على الأسواق المحيطة بها، وهي تستخدم السينما الهندية في هذا السبيل.

ويرى البعض أن الصين تصلح كمثال على ترابط اللغة والاقتصاد، حيث بدأت الدعوات تكثُر لتعلم اللغة الصينية بسبب التطور الاقتصادي الضخم الذي تشهده الصين، حيث تؤكد الدراسات أنها الآن أكبر دولة مصدرة في العالم، ومن المتوقع أن تصبح في عام 2020 أكبر اقتصاد من حيث الناتج المحلي، وأنها في العام 2040 ستصبح الدولة المسيطرة على اقتصاد العالم، وتصبح عملتها هي العملة العالمية. (1)

وفي الجزائر ينص الميثاق الوطني الجزائري على " أن الخيار بين اللغة العربية ولغة أجنبية أمر غير وارد البتة ولا رجعة في ذلك، ولا يمكن أن يجري النقاش حول التعريب بعد الآن، إلا فيما يتعلق بالمحتوى والمناهج والمراحل". (2) وتنص المادة الثالثة من الدستور على أن " اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية. . . وتمازغت هي كذلك لغة وطنية". (3)

هذه الوضعية الدستورية للغة العربية تختلف عنها في أرض الواقع، حيث تكاد تهيم اللغة الفرنسية على الجانب الرسمي وفي مؤسسات أكاديمية جزائرية مرموقة. وقد دفع هذا الواقع البعض إلى التساؤل: لماذا توحد الجزائريون لمحاربة الظلم المسلط عليهم من طرف قوات الاحتلال الأجنبية الدخيلة، واقتنعوا بضرورة استعادة حريتهم وممارسة السيادة داخل وطنهم، غير أنه لم يقع توافق فيما بينهم حول استعادة سيادة لغتهم في بلدهم؟

بل يرى البعض أن هناك نسبة معتبرة من الجزائريين الذين لم يظهروا نفس العزيمة القوية لاستكمال الاستقلال وعودة الجزائر إلى سابق مجدها الحضاري من خلال سيادة العربية على أرضها. ويرى هؤلاء أن هذه الفئة من الناس تكاد تنسى حقيقة جوهرية وهي أن اللغة العربية، لغة القرآن، قد تعرضت للغزو من طرف لغة المستعمر التي عادت لتغزو بيوت الجزائريين وعقولهم وأفكارهم عن طريق الفضائيات الفرنسية التي أحكمت قبضتها على الفكر والمجتمع في الجزائر.

وزيادة على ذلك، لعبت سنوات الأزمة السوداء الدور الرهيب في تكريس ابتعاد المجتمع عن الاهتمام باللغة العربية الفصحى، وبروز حزازات نخبوية منذ الاستقلال أو صراع أيديولوجي بين الدوائر الفرانكوفونية والدوائر المعربة في دواليب النظام السياسي، قد ألقى بتبعاته لاحقا على القالب العام للبلد، والذي أثر على قالب العقل والشخصية الجزائرية ككل.

(1) بلال حسن التل، جواد العناني، "المشروع الوطني للدفاع عن اللغة العربية"، ندوة "اللغة والاقتصاد"، مركز البيرق الأردني للدراسات والمعلومات، م. س. يرى العناني أن اللغة العربية كانت لغة العلم والاقتصاد عندما أخذ أهلها بالأسباب، أما الآن فإن العرب لا يحترمون لغتهم، فرغم أنها إحدى اللغات الرسمية المعتمدة في الأمم المتحدة وهيئاتها، إلا أن ممثلي الدول العربية في هذه المؤسسات لا يستخدمون اللغة العربية، موضحاً: "عندما تكون صورتنا الثقافية حسنة عند الآخرين، تصبح صورة منتجاتنا الاقتصادية عندهم حسنة أيضاً". ويضيف العناني "لو استمر العرب في اندفاعهم الحضاري وفي نهضتهم العلمية، لكانوا قد وصلوا إلى الكثير من المخترعات الحديثة بخاصة في علم الحاسوب، ذلك أن العرب أبدعوا في تصنيف المعلومات وحفظها، كما أبدعوا في اختراع الكثير من الآلات الدقيقة، ويومها كانت لغتهم لغة العلم والاقتصاد على مستوى العالم".

(2) الميثاق الوطني الجزائري (1986: ص 14)

(3) (المادة 3 من دستور 1996)

ويذهب باحثون جزائريون إلى أن عوامل بناء مجتمع المعرفة وتنمية اللغة موجودة أو متوفرة، ولكن إرادة العمل بطريقة عقلانية ومدروسة تكاد تكون غائبة. ويكمن ذلك في صعوبات يمكن التغلب عليها إذا توفرت الإرادة الحسنة. من بين هذه الصعوبات: قلة الإلمام بمنهجية البناء اللغوي أي أنه لا يوجد منهج علمي مدروس لتدريب التلاميذ والطلبة على تفعيل اللغة الصحيحة وجعلها لغة التعليم وكفاءة العملية التعليمية، فكل أمة أحرزت تقدماً ملموساً ونهضة علمية اعتمدت المنهج العلمي الصحيح والمتمثل في تدريس المناهج العلمية والتقنية بلغة الأم وليس باللغات الأجنبية التي تستعمل كأدوات اتصال مع الثقافات والحضارات الأخرى. (1)

من بين الصعوبات كذلك النقص الملحوظ في الحوافز المادية والمعنوية، والغياب التام للبحوث الجيدة ذات المستوى الرفيع، واستنزاف الموارد البشرية المؤهلة ونهبها، بمعنى هجرة الأدمغة؛ والسعي البطيء لتوطين المعرفة باللغة الوطنية؛ وضعف الترجمة وانحصار الرصيد المعرفي في العلوم الدينية والتراث؛ والخلط بين أهداف التنمية والقوانين المنظمة لها، وإهمال التدريب وتنمية المهارات، وغياب الكتاب الجامعي؛ وعدم تخصيص ميزانيات خاصة بنشر المجالات العلمية في مختلف الجامعات الجزائرية. (2)

وبناءً على التجارب المتعددة والخبرات المتراكمة وعلى الأسس العلمية التي يؤكدتها الباحثون، نرى أنه ينبغي بالضرورة التوجه نحو الجانب التطبيقي العملي لتعليم اللغة العربية. لأنه لا مناص من مواجهة المشكلات الكبرى التي تواجه اللغة العربية في طريقها نحو النمو والتوسع، إلا بالسعي بحثاً عن أفضل السبل والتقنيات التعليمية الصائبة في عالم تزدهم فيه اللغات وتتنافس بل وتتصارع إلى حد التقاتل، لتحيا لغات وتموت أخرى. ولتحقيق ذلك فكر بعض الباحثين في ضرورة إيجاد المواقف الهامة المناسبة للتعليم، لذلك جاءت فكرة الأسواق اللغوية. (3)

ومصطلح السوق الذي يقصدونه ليس بدعا في الثقافة العربية، فقد كان للعرب قبل الإسلام في الجزيرة العربية أسواق أدبية تعود فيها الكلمة للغة العربية الأصيلة شعراً ونثراً. ومن أشهر أسواق العرب "سوق عكاظ" و"سوق مجنة" و"سوق ذي المجاز". فلقد كانت لهذه الأسواق أثر محمود في اللغة والأدب. ومن الجدير بالذكر في هذا المقام الإشارة إلى أن تلك الأسواق كان لها الدور الكبير في ترقية العمل اللغوي، في وقت كان فيه لكل قبيلة لغتها العربية التي تختلف بشكل أو بآخر عن بقية القبائل الأخرى، وبعد مراحل كثيرة وغلبة لهجات على لهجات أخرى استقر الوضع اللغوي على جملة من القواعد واللغات تداولتها الألسنة بعد ذلك وشاعت بين الناس وعرفوا بها، لذلك كانت تلك الأسواق سبباً في التقريب بين لغات العرب ولهجاتهم. وكان لذلك أثر بعيد في نمو اللغة العربية وانتقالها من طور اللهجات المتباينة واللغات المتنافرة إلى طور جديد مهّد للوحدة اللغوية بين قبائل العرب، تلك اللغة التي نزل بها القرآن الكريم مؤيداً لها بعد ذلك. ومن هذه الصورة العربية القديمة استلهم الباحثون الصورة الحديثة التي ينبغي استغلالها في توسيع نطاق اللغة العربية وتهذيب اللسان العربي من العاميات السوقية والكلمات المهجنة نحو لغة سليمة فصيحة، تكون في متناول الدارسين والباحثين والطلبة المتعلمين، وشيئا فشيئا على ألسن أغلب الطبقات الاجتماعية والثقافية. (4)

(1) مبارك تريكي، م. س.

(2) عمار بوحوش، م. س.

(3) عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي وأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة

(4) عبد المجيد عيساني، م. س.

والأسواق المقصودة هي المجالات الحيوية والأكثر فعالية في أوساط المتعلمين والدارسين والطبقة الفاعلة والميادين التي يتردد عليها أو تتابعها جل الأجيال طوعا أو كرها رغبة منهم أو اضطرارا إليها. ومن تلك الأسواق:

- سوق المؤسسات التعليمية: فالواقع التربوي اليوم يشهد انتكاسات كبرى في هذا المجال، حيث يتعلم الطالب اللغة العربية ولكنه لا يمارسها مطلقا واقعا ملموسا، وتظل عبارة عن نظريات ذهنية على مستوى الأفكار دون جدوى. وهذا الذي يدعو للقول بأن قاعة الدرس ينبغي أن تمثل سوقا لغويا عملته الوحيدة هي الكلمة العربية الصحيحة المستهدفة في المقرر الدراسي. فقاعة الدرس هي الميدان الأول الذي ينبغي أن ينطلق منه الحل، لأن المؤسسة هي أم العلوم وهي صاحبة الحلول وهي الرائدة في شق الطريق نحو المفيد. إن المؤسسات التعليمية العامة والخاصة ينبغي أن تشكل سوقا علميا لغويا يمارس فيه المتعلم للغة نشاطه اللغوي الذي يستهدفه. وهي المؤسسات التي تناط بها تعليم اللغة العربية، وهذه المؤسسات التعليمية الرسمية وغير الرسمية تحمل على عاتقها مسؤولية تعليم هذه اللغة.

- سوق الإدارة العمومية: يمثل الميدان الإداري مجالا حيويا لدوران اللغة المطلوبة موثقة في الوثائق الرسمية، ولهذا التوثيق باللغة صحيحا كان أو غير صحيح دور في ترسيخ الأساليب اللغوية المطلوبة في الحياة العملية. إن اللغة العربية المستعملة في الإدارة في حاجة إلى تنقيح وتعديل وتصحيح لتكون نموذجا يحتذى بها كل من يطلع على وثيقة من وثائق الإدارة في جميع المستويات. لأن دوام الاستعمال وكثرة التداول للصيغ اللغوية والتعود على استخدامها يعد مجالا حيويا ينبغي مراعاته وتنشيطه. والمطلوب من الطلبة والباحثين الأعضاء خوض غمار هذا المجال والبحث فيه عملا على تتبع مختلف القضايا اللغوية المستعملة والعمل على تصويبها ومراقبتها بما يتماشى والأساليب اللغوية الصحيحة.<sup>(1)</sup>

- سوق الإعلام على أنواعه: منذ ظهور الصحافة في البلاد العربية في القرن التاسع عشر، والباحثون يحدرون من انحدار اللغة إلى مستويات متدنية، فتعالت صحيفات الكتاب والأدباء داعية إلى الحرص على صحة اللغة وسلامتها، وظهرت عدة كتب تعنى بما اصطاح عليه بلغة الجرائد؛ تصحح الخطأ، وتقوّم المعوج من أساليب الكتابة، وتردّ الاعتبار إلى اللغة العربية. إن الهدف الأساس من اللغة هي وسيلة اتصال، ونقل معلومات بأفضل الطرق وذلك عن طريق اللغة، فاللغة تعتبر وسيلة الاتصال الأساسية الأولى. والاتصال هو تبليغ رسالة شفوية أو خطية أو معلومات أو أفكار أو آراء عن طريق الكلام المنطوق أو الكتابة. هذه العملية تتم عبر سلسلة من التفاعلات المتبادلة المترابطة، أي: بين مرسل، ومستقبل، ورسالة، ووسيلة اتصال، كما هو معروف في دورة التخاطب العادية، وهي عملية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الأفراد وذلك باستخدام نظام الرموز المعروفة. وهكذا يتم تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات والآراء بهدف التأثير فيها بشكل من الأشكال بناء على التوسّع في وسائل الإعلام وتعدّد قنواته ومنابره ووسائطه، كالجرائد والراديو والتلفزيون والسينما، وكل وسيلة تحمل نوعا خاصاً من الرسائل تختلف عن الأخرى، وتتنوع في الأهداف التي ترمي إليها، فقد تهدف بعضها إلى الترفيه وأخرى إلى التثقيف وأخرى إلى الإعلام وهكذا.

وعملية الاتصال هذه لا تقوم على المرسل والمستقبل فقط، ولا تنجح إلا بالرسالة، فهي تمثل الوسيلة أو بالأصح هي اللغة، إذن اللغة هي وسيلة الاتصال القائمة عليها عملية الاتصال الجماهيري. فلكل كلمة رمز، فهي ليست مصطلحات رمزية مجردة، لكنها ضمن التركيب اللغوي تكون قائمة على نقل المعنى، فالكلمة ضمن السياق الكلامي يختلف مدلولها الرمزي في كل مرة،

<sup>(1)</sup> عبد المجيد عيساني، م. س.

فيكون لها بعدان: بعد مادي، وبعد معنوي، فيهتم رجل الإعلام الجماهيري بالبعد المعنوي للكلمة؛ لأن همه الوحيد هو فهم الجمهور العام "فعندما نتصل بغيرنا نحاول أن نقيم مشاركة مع من نتصل به" من هنا تظهر أهمية اللغة باعتبارها أهم وسيلة اتصال فهي الأساس القائم عليها جميع وسائل الاتصال الأخرى، فلا بد من إيجاد لغة، جديدة، وبمبسطة ومنسجمة مع حاجة كل وسيلة إعلامية. (1)

ونظراً إلى التأثير العميق والبالغ الذي يمارسه الإعلام في اللغة، وفي الحياة والمجتمع بصورة عامة، فإن العلاقة بين اللغة العربية والإعلام أضحت تشكل ظاهرة لغوية جديدة بالتأمل، لأنه بالرغم من انتشار وتوسّع نطاق اللغة وامتدادها وإشعاعها إلى أبعد المدى بهذه الوسائط التي ذكرناها، يمكن القول إن اللغة- كل لغة- ومنها العربية لم تعرف هذا الانتشار والذيع في أي مرحلة من التاريخ. وهذا مظهر إيجابي دون شك، باعتبار أن مكانة اللغة العربية قد تعززت بفعل هذا الانتشار المكثف غير المسبوق، وأن الإقبال عليها زاد بدرجات فائقة، وأنها أصبحت لغة عالمية بالمعنى الواسع للكلمة. إلا أن شيوع الأخطاء والأغلاط في اللغة، وفشوّ اللحن على ألسنة الناطقين بها، والتداول الواسع للأقيسة والتراكيب والصيغ والأساليب غير السليمة التي لا تمتّ بصلة إلى الفصحى، والتي تفرض نفسها على الحياة الثقافية والأدبية والإعلامية، على حساب الفصحى التي تتوارى. حينها تصبح اللغة المهجينة هي القاعدة، واللغة الفصيحة هي الاستثناء. وهذا مظهر سلبي للظاهرة دون شك كذلك، ومن هنا تبدأ الخطوة على اللغة العربية. (2)

- سوق الأنشطة الثقافية: إن الطالب الجامعي بما يملك من حيوية وقوة ورغبة في النشاط والحركة يمكنه القيام بمشاريع وأنشطة ثقافية يخدم بها لغته العربية التي يحرص على أن يكون أحد المتخصصين فيها. إن النشاطات الفردية مهما بلغت من القوة فإنها لا تستطيع أن تحقق المنشود للأمة العربية، ولكن العمل الجماعي يمكن أن يسهم مساهمات فعالة وفاعلة في تقديم إنجازات مهمة تخدم اللسان العربي خدمة جليّة.

إن المنظمات الطلابية والنوادي الجامعية التي يقتصر اليوم نشاطها على جملة من القضايا المحدودة يمكن أن توسع من نشاطاتها لتشمل مجالات العلم والمعرفة الأخرى ومن ذلك الاهتمام بقضايا اللغة العربية من طرف أقسام اللغة العربية، على أن تكون أنشطتهم أنشطة تطبيقية مباشرة بالكيفيات التي يرونها مفيدة، من ذلك المسابقات الثقافية على أنواعها الأسميات الشعرية والأدبية، على أن يكون الهدف المبتغى مباشرة هو التصحيح اللغوي وإتقان الفصحى. أو البحث عن كلمات محددة بالعربية، أو معرفة الصيغ الصحيحة في العربية، أو تيسير جملة من القواعد العربية، . . . إلى غير ذلك من الأنشطة الفعالة التي تسهم في تحسين المستوى اللغوي للأفراد كل ذلك عمل ينبغي أن يسعى إليه الطالب الجامعي. وكلما تعددت هذه الأنشطة كلما أوتيت أكلها مع مرور الزمن والاستمرارية في العمل والتجديد فيه. وينبغي أن تتناول هذه الأنشطة مختلف مستويات اللغة العربية، وأن تخوض المجالات المهجورة والفاعلة التي تقدم بتا خدمة للطالب الجامعي المتخصص وغير المتخصص طلباً للفائدة وزيادة في المعرفة شريطة أن تكون الرؤيا واضحة والأهداف المسطرة معلومة. (3)

(1) انظر: موقع الفصحى في علوم اللغة، بتاريخ: 16-05-2010 في الموقع المذكور آراء متعددة حول دور الإعلام في اللغة. نقلا عن عبد المجيد عيساني، م. س.

(2) عبد المجيد عيساني، م. س.

(3) عبد المجيد عيساني، م. س.

وإذا كانت السياسة والاقتصاد محور الصراع الدولي في الظاهر، فإن الثقافة والفكر محركان أساسيان للسيطرة والغلبة والتفوق، وقد جاءت العولمة لتكشف عن جزء من معالم الصراع الحقيقي خاصة بين الشرق والغرب أو بين العالم العربي والإسلامي والغرب تحديدا لأسباب تاريخية ودينية، خاصة بعد انتهاء الحرب الباردة، أين بدا واضحا أن السيطرة على العالم العربي لن تمر دون إحداث تغيير ما على التركيبة الثقافية للإنسان العربي، أو على الهوية الثقافية لهذا الإنسان، فكانت منظومة التعليم هي الثغرة المفترضة التي ينفذ الغرب من خلالها إلى الغرض المنشود.

وعلى الرغم من محاولة الإسلام تغييب الهويات المختلفة في إطار وحدة الأصل [كلكم لآدم وآدم من تراب] ووحدة الدين، إلا أن المشاكل المرتبطة بالهوية ظلت تطل برأسها بين الحين والآخر نتيجة لعوامل عدة، وقد أدى ذلك في أحيان كثيرة إلى تمزق الكيان الأكبر إلى دول وكيانات ساهم في تعرضها إلى حملات الاستعمار وما ينجم عنه من آثار سلبية. غير أنه، وانطلاقا من هذا الواقع، حاولت كثير من المجتمعات العربية أن تؤكد على وحدة الهوية التي تجمعها في إطار ما يعرف بالوطن العربي لمواجهة ما تتعرض له من ضغوطات الثقافات الوافدة سواء تلك التي فرضها الاحتلال، أم تلك التي فرضتها التعاملات الدولية والانفتاح على المجتمعات الأخرى.

وبناء على ما سبق، نجد أنفسنا مدفوعين إلى التساؤل:

- إلى أي مدى يمكن القول إن أسئلة الهوية في الوسط الجزائري بدأت كنتيجة للاستعمار وسياساته الثقافية؟
- ما هي الأبعاد الحقيقية للهوية الثقافية عند أمة معينة، وما هي حدود التحديثات التي تتطلبها المتغيرات المجتمعية؟
- ولماذا تستهدف الثقافة العربية الإسلامية بطلبات التغيير أكثر من غيرها، وما دور الشرائح المثقفة في إدارة التحولات الثقافية بما يخدم الأمة؟

ولكي نجيب على هذه التساؤلات، يجدر بنا أولا الوقوف عند مفهوم الهوية الثقافية. لقد ظل مفهوم الهوية يدور حول الانتماء البيولوجي فترة طويلة من الزمن، فكان على الفرد أن ينتمي إلى "جماعة تتعين بالنسب البيولوجي أو العرقي الإثني"، لكن هذا المفهوم تعرض لتغيير ملحوظ نتيجة للجدل الحاد الذي أثاره في بعض المجتمعات المختلطة إثنيا مثل الولايات المتحدة الأمريكية. غير أنه يمكن الانطلاق من التعريف النفسي للهوية القائل بأن الهوية "حالة ذهنية وعاطفية تؤدي إلى الثقة بالنفس والقدرة على التطور في الوسط الاجتماعي تطورا أفضل للمصالح الشخصية"، للاقتراب من المفاهيم الحديثة الأكثر ملاءمة لطبيعة الحياة الحديثة.

والهوية الثقافية هي البصمة التي تميز الإنسان عن غيره ضمن مجموعة بشرية معينة، وتتميز بثباتها وأصلتها وضمها لمجموعة من العناصر المتجانسة مثل اللغة والدين والعادات الاجتماعية والمظاهر الحياتية بما يحقق الانسجام في التفكير والمعاملات؛ وعلى أساسها تتميز الأمم والجماعات بعضها عن بعض.

وتعد اللغة إحدى الركائز الأساسية لهوية الشخص أو الجماعة، وهي المظهر الثقافي البارز الذي يستقطب الاهتمام كلما أريد التمييز بين الشعوب والأمم، ولهذا ترتبط بالتعليم الذي يحافظ عليها وينشرها وينقل الفكر بها. لهذا وجدنا الشعوب الغالبة في كل الأزمنة تحاول أن تحكم سيطرتها على الشعوب المغلوبة باللغة أكثر من غيرها، لأن تلك السيطرة يطول أمدها متى استحكمت، وتؤدي في كثير من مظاهرها إلى تبعية لا مناص منها.

ولقد نتج عن تلك السياسة الاستعمارية حصولنا على ثلاث فئات كونت المجتمع الجزائري لغويا وثقافيا: الأولى فئة أمية تفوق نسبتها النصف بكثير من جميع أعمار وشرائح المجتمع، والثانية فئة مفرنسة تكونت في المدرسة الفرنسية مخيرة أو مجبرة، والثالثة فئة معربة تكونت في المدارس الدينية أو المدنية داخل أو خارج الوطن. وإذا نظرنا إلى هذا التقسيم بعين فاحصة، وجدنا أن التعامل

باللغة العربية بُعِد الاستقلال كان قليلا وضعيفا، ليس فقط لأن الفئة المعربة كانت قليلة العدد، بل أيضا لأنها فئة لم يكتب لها أن تكون في مراكز القرار في البلاد، لتعمل على تشجيع اللغة وانطلاقتها بالقوانين خاصة، لأن التعليم كغيره من حقول الخدمة العامة في حاجة إلى سياسة قوية تدعمه وتعمل على تطويره وتوجيهه.

ولقد طرحت مسألة الهوية في الجزائر نتيجة لذلك بوصفها واحدة من أكثر المسائل الثقافية إثارة للجدل، رغم التوافق الحاصل حول الموقف من الإرث الاستعماري، بل يمكن اعتبار تلك المسألة "إشكالية قصوى ضمن فيفساء المشهد الثقافي ككل"، خصوصا في ظل التحولات الحاصلة في عالم ما بعد القطبين الاشتراكي والرأسمالي.

وهكذا ظهرت مسألة العروبة في مقابل الأمازيغية، أو العروبة مقابل المتوسطية، أو العالمية، أو الجزارة في مقابل العروبة، على النمط الذي شهدته مصر في بداية القرن مع العروبة والفرعونية واللاتينية، ما أدى انقسامات رهيبية بين جمهور المثقفين كانت له تداعيات خطيرة على وحدة الدولة العربية ناهيك عن وحدة الوطن العربي عامة.

غير أن أسوأ ما في هذه القضية أن الاختلاف في مسائل الثقافة والهوية أدى في كثير من الأحيان إلى التطرف في الانتماء أو الانحياز إلى هذا الاتجاه أو ذلك، وتم تجاهل القواسم المشتركة التي بإمكانها احتواء نقاط الاختلاف في جزئيات الهوية، كما هو حاصل في المجتمعات التي حققت مستوى وعي متقدم جعلها تحقق مستوى اقتصاديا واجتماعيا مرموقا.

في هذا الإطار يمكن إدراج الصعوبات التي اعترضت مسار تعميم اللغة العربية في الجزائر منذ الاستقلال، وهي لغة غالبية ملحوظة من الشعب الجزائري الذي ارتضاها لغة منذ قرون خلت سواء أتقنها أم لا، وما حدث مع قانون تعريب الإدارة والتعاملات الإدارية في إطار ترسيم اللغة العربية لغة وطنية سنة 1971 خير مثال على ذلك، فقد أريد للقانون أن يكون أحد الأطر التي تستعيد الجزائر من خلالها جانبا مهما من هويتها الثقافية والحضارية، لكن الدوائر الفرنسية والفرنكوفونية سعت إلى إحباطه؛ ذلك أنها أدركت أن تعريب الإدارة وحقول العمل في الجزائر هو الذي يضمن ممارسة اللغة العربية في الحياة العملية الفعلية، ويجد من استعمال لغة المستعمر، وبالتالي من الوجود الفرنسي نفسه.

هذه الضغوط الفرنسية والأجنبية انعكست بخاصة على صورة اللغة العربية عند أهلها، فقد أشيع ارتباط اللغة العربية في الأذهان بالماضي الغابر، واللغات الأجنبية بالحاضر والمستقبل لارتباطها بالتكنولوجيا والإنتاج المادي، مما حدا بالمدرسة الجزائرية إلى الاعتقاد بأن الاختصاصات التقنية لا بد لها من لغة أجنبية بحجة "تمكين الطلبة من التحكم أكثر فيها لقلة المراجع باللغة العربية" و"أن التدريس باللغة الأجنبية يقتصر فقط على تلك المواد العلمية في حين أن البرنامج العام يتضمن تدريس وحدات باللغة العربية فقط منها المواد الاقتصادية والاجتماعية."

وبما أن المواد التقنية مرتبطة في أذهان العامة وكثير من المثقفين بالتقدم والرفق، فإن تدريسها باللغة الأجنبية يفهم منه أن اللغة العربية قاصرة عن أداء هذه المهمة، وبالتالي فإنها تبقى لغة الأدب والإنسانيات والاجتماعيات، وفي الإطار الأكاديمي البحث. على أن اللغة الفرنسية أو غيرها ليست هي المشكلة في ذاتها، فالخطر آت من الفكر الذي تحمله، والثقافة التي تترجمها إذا تبتت في النفوس والعقول؛ فالاستعمار الذي لم يستطع الحفاظ على مستعمراته بقوة السلاح، خطط للنجاح في ذلك بوسائل أخرى لعل أبرزها الثقافة والاقتصاد. وإذا كانت بعض شرائح المثقفين ثقافة فرنسية واعية بحيث لا تقع فريسة لهذه السياسة التغريبية، فإن فئات كثيرة من المتعلمين وأنصاف المثقفين قد لا تسلم من ذلك، وهي شريحة واسعة أغلبها من المتدربين وخريجي المدارس والمعاهد والجامعات.

إن التغيرات التي شهدتها العالم منذ الحربين العالميتين خاصة، والوضع الضعيف الذي أصبح يعاينه العالم العربي على الصعيدين الثقافي والسياسي، زاد من الضغوط الغربية على العرب والمسلمين بهدف التخلي عن كثير من المبادئ والمقومات التي تدخل في



إطار الهوية، بالإغراءات المادية تارة، وبالتهديدات الاقتصادية، وبالاختراق الثقافي، فوجدوا أنفسهم يلجأون إلى إعادة النظر في عناصر الهوية؛ فقد صور الغرب اللغة العربية رديفة التخلف، كما اختلط مفهوم الجهاد عندهم بالإرهاب، والاستشهاد بالانتحار، والتدين بالتشدد، مما أوقع العرب في حرج كبير.

ولقد جاءت فكرة العولمة "كسياسية تنموية غربية تعمل على سيادة الأيديولوجية الليبرالية الغربية كمنطلق واحد ووحيد في الكون برمته على جميع الأصعدة". تحاول إقناع الشعوب بضرورة الانضواء تحت مظلة عالمية واحدة في مجالات الحياة المختلفة، فتتصهر الثقافات وتتوحد الرؤى والمفاهيم، ويتكلم العالم بصوت واحد هو صوت القوي الذي يفرض إرادته لأنه يقود دواليب الاقتصاد العالم. مما يجعل اللغة الإنجليزية اللغة العالمية التي يجب أن تسود وتنتشر معها ثقافة الغربي المتفوق بكل أبعادها الفكرية والأخلاقية والاجتماعية، ما يؤدي في النهاية إلى تراجع الاهتمام بالثقافات الأخرى أو اعتبارها ثقافات متخلفة، ويصل الأمر في النهاية إلى التشكيك في الثوابت والمقدسات والهوية فيدخل المجتمع متاهات الجدالات العقيمة المفضية إلى مزيد من التمزق والتنافر. وازداد الوضع سوءا بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، حين تغير العالم بطريقة شبه مفاجئة ومخيفة؛ إذ وجهت إلى العالم العربي والإسلامي أصابع الاتهام بالتطرف والإرهاب؛ وهي تهمة ليست سياسية بقدر ما هي ثقافية بالدرجة الأولى. وهكذا أصبح التاريخ واللغة والدين والفكر برمته في قفص الاتهام، وبدأت مطالب التغيير تزداد إلحاحا، خصوصا التغيير الخارجي الذي يهدف إلى تطويع هذه البقعة من العالم وإدخالها الصف تحت طائلة إجراءات قاسية قد تصل إلى التدخل العسكري، فمورست ضغوط لتغيير مناهج التعليم، والتخلص من كثير من المواد التي فهم منها الدعوة إلى التعصب والتشدد وغيرها، ودخلت اللغة العربية لارتباطها بالدين على خط الاتهام بوصفها عامل من عوامل بلورة الفكر المتطرف.

ويمكن أن نستنتج من ذلك أن تدهور اللغة العربية إذن بوصفها الجزء المهم في هوية الإنسان العربي - فردا وجماعة - ضمن إطاره الاجتماعي مرتبط بالوضع العربي العام، فالعرب مازالوا في دائرة الدول المستهلكة للأفكار والبضائع، وآلة الإنتاج المادي والمعنوي ضعيفة، ووضع كهذا لا بد أن ينعكس سلبا على اللغة العربية في تزامنها مع اللغات الأجنبية. بل إن البرامج الدراسية والمناهج المعتمدة في التدريس نفسها من صنع غربي تستقدمها هذه الدول وتحاول التكيف معها، وليس بمقدورها أن تبتدع لنفسها ما تقوم به برامجها، وما يضيفي على لغتها وتاريخها وحضارتها طابع التقدم والرقى. ولقد أصبحت جهود القدامى ضربا من الذكريات التي تثير فينا الحنين إلى ماض ولى، بينما كان علينا أن نوجد لأنفسنا استمرارية لما تركه القدامى نبي به عزا دائما متواصل ينعكس على شخصيتنا ولغتنا ودورنا في صناعة الحضارة الإنسانية. ويؤكد الخبراء بهذا الشأن "أن ما تعانیه لغة الضاد مرده إلى ضعف الوعي السياسي العربي الراهن الذي أشاع نوعا من "التكابر" على لغتنا الأم لصالح لغات أخرى."

وإذا أضفنا إلى ذلك، في مثال الجزائر، تاريخا حديثا مرتبطا في معظمه بحقبة استعمارية قاسية، أمكننا أن ندرك حجم الضغوط التي تمارس على هذا البلد لتغيير هويته أو تشويهها على الأقل، وهذا ما يلاحظه العرب خاصة حين يزورون الجزائر فيلحظون حجم الاختلاف بين الجزائري وغيره في كثير من عناصر الحياة وعلى رأسها اللغة.

وإذا كنا ركزنا هنا على اللغة العربية كعنصر أساس في هوية الإنسان الجزائري، فإننا لا نقصد إلى تهميش اللغة الأمازيغية التي تعتبر عنصرا مهما في تلك الهوية أيضا، ولا مجال لافتنال الصدام بينهما، لأن العناصر الأخرى ستكون الرابط القوي بينهما مثل وحدة الدين والأرض وكثير من المظاهر الاجتماعية التي تجمع الشعب الجزائري في لحمه واحدة.

إن الحضارة الإنسانية تقتضي التنوع والاختلاف بين الشعوب المكونة لها، يجمعها الاحترام المتبادل لمقومات كل أمة، على أن الاحتكاك بينها واستفادة بعضها من بعض تعد ضرورة، ولكن من دون ضغوط أو ازدراء أو محاولة لحو معالم بعضها بحجة المدنية أو القوة أو غيرها. فمقاومة الضغوط التي تمارسها القوى الأخرى حق مشروع في الإطار الحضاري والفكري.



والتعليم عماد قوي من أعمدة بناء المجتمعات، بما يقوم به من تنمية لحس الانتماء والشعور بالهوية، لذا من الضروري أن ينبع من عمق المجتمع وفكره ومرجعياته الفكرية حتى وإن انفتح على المستجدات والمبتكرات الحديثة. فلا يمكن أن يكون الإنسان غيره، ولا أن يتقمص شخصية غير شخصيته، وإذا حاول ذلك فلا يقابل عادة إلا بالازدراء أو الاستخفاف، وعالم اليوم ملئ بالشواهد. لم يقم الآباء والأجداد بثورة التحرير الكبرى إلا ليؤكدوا هويتهم وحقهم في أرضهم ومجتمعهم، وتلك رسالة واضحة لكل ذي عقل سليم، فلو كان الجزائري يستسيغ العقلية الاستعمارية الدخيلة، أو يقبل أن يعيش حياة لا ترتبط بثقافته لما ضحى بكل تلك الأرواح الطاهرة في سبيل الاستقلال والسيادة.<sup>(1)</sup>

لقد أنكر المستعمر الفرنسي هوية المجتمع الجزائري في انتمائه الحضاري إلى الثقافة العربية الإسلامية مستهدفا تذيويه في كيان الأمة الفرنسية وثقافتها، عبرت عن ذلك "سيغريد هونكة" بقولها<sup>(2)</sup>: « لا يوجد هناك بلد عربي نال الاستعمار الأجنبي من صميمه مثل الجزائر، ولا عانى مما عانته الجزائر، أو أحس بحنين أشد وقعا واندفاعا نحو هويته الأصلية، التي اغتصبت منه عمدا وبانتظام خلال 130 سنة من السيطرة الفرنسية ».

بعد الاستقلال كانت هناك إرادة - كما تقول هونكة- نحو استعادة الهوية الجزائرية في مقوماتها، وتم التركيز خاصة على ميدان التربية والتعليم كأحسن قطاع تكفل بمهمة استعادة مقومات الثقافة الوطنية، لاسيما اللغة كوعاء لها، والتاريخ كذاكرة الشعب، لم تكن المهمة سهلة في ظل تراكم الموروث الثقافي الاستعماري، ونلمس هذا في تأكيد ميثاق طرابلس الذي جاء فيه أن "استعادة الثقافة الوطنية والتعريب التدريجي للتعليم اعتمادا على أسس علمية، وهذه المهمة من أصعب مهام الثورة إذ تتطلب وسائل ثقافية عصرية ولا يمكن تحقيقها بالتسرع دون خطر التضحية بأجيال كاملة"<sup>(3)</sup>.

جدال حاد كان حول لغة التدريس في التعليم بين السياسيين أنفسهم أو حتى بين المثقفين، زيادة على ذلك موقف الاستعمار الذي لم يغادر الجزائر كليا، فإن خرج بقوته وجنوده فثقافته ولغته وفكره كلها بقيت، فالفرنسيون ظلوا يلمحون ببقاء الجزائر الفرنسية باستمرار لغتها كوسيلة تخاطب وتدرّس، صرح ديغول في مذكراته بقول<sup>(4)</sup>: « وهل يعني أننا إذا تركناهم يحكمون أنفسهم يترتب التخلي عنهم بعيدا عن أعيننا وقلوبنا، قطعاً لا فالواجب يقتضي منا مساعدتهم لأنهم يتكلمون لغتنا ويتقاسمون معنا ثقافتنا»،

<sup>(1)</sup>د. رمضان حينوني/الهوية والتعليم العربي في الجزائر، مؤتمر اللغة العربية الأول، اللغة العربية وبرمجيات الكمبيوتر، 2016/10/6، تمنغست،

<https://ramadaneblog.wordpress.com/2016/02/06/%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%88%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D9%81%D9%8A-2019/5/05>

تاريخ الزيارة %D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1/

<sup>(2)</sup>سيغريد هونكة: من الاستيلاء إلى استرجاع الهوية، ملتقى الفكر الإسلامي الأول، الجزائر، 1974 ص. 396.

<sup>(3)</sup>جبهة التحرير الوطني: ملفات وثائقية نصوص أساسية، نشر وزارة الإعلام والثقافة، الجزائر، 1976 ص. 46.

<sup>(4)</sup>شارل ديغول: مذكرات الأمل، منشورات عويدات، بيروت، دون تاريخ: ص. 47.

ضمينا نلمس من قول ديغول رغبته في تكريس الهيمنة الثقافية في مشروع الاستعماري الجديد، كونه يسعى إلى " أن تبقى الجزائر فرنسية من عدة أوجه وتحافظ على الطابع الذي أكسبته"<sup>(1)</sup>.

اتخذت استراتيجية ديغول طابعا منظما ومدروسا تجلت بوضوح في اتفاقيات إيفيان، ورد في فصل التعاون الثقافي أن " يشجع كل بلد في أرضه دراسة اللغة والحضارة والتاريخ الخاص بالبلد الآخر"<sup>(2)</sup>، ولعل هذا البند في تطبيقه على أرض الواقع كفيل باستمرار الثقافة الفرنسية في الجزائر لغة وفكرا، حيث لم يتوان الفرنسيون في إرسال البعثات التعليمية تحت غطاء التعاون الثقافي المتفق عليه بين الطرفين، وإنشاء المكتب الجامعي والثقافي لإدارة نحو ستين منشأة ثقافية وتعليمية، ورغم أن الاتفاقية كانت تنص على التبادل بين الطرفين لكن الملاحظ أن العملية ظلت محصورة في طرف واحد هو الأوقى.

لوحظ أثناء المناقشات التي كانت تثار في المجلس التأسيسي سنة 1962 تضارب المواقف وتعددتها بين مختلف النخب السياسية والفكرية، التي تبحث عن فرض اتجاهاتها الفكرية والثقافية، فخلال المداولات الجارية في المجلس التأسيسي طرح أحد النواب سؤالا عن اللغة التي يتم بها التعليم؟ فأجابته النائب " أيت عمران" أن التعليم المقدم بسخاء هو باللغة الفرنسية، أبنائنا تلقى أغلبيتهم الفرنسية، هذا المشكل هام جدا وخطير لا يجب معالجته بسطحية"<sup>(3)</sup>.

تجسد الجدل بين النخب السياسية والفكرية بوضوح سنة الاستقلال بين النواب في المجلس التأسيسي وفي صفوف اتحاد الطلبة المسلمين الجزائريين، وكان الوصول إلى موقف واحد خلال الاجتماعات التي كانت تعقد أمرا يكاد يكون مستحيلا، ورغم تشكيل " لجنة التعريب" سنة 1964، إلا أنه لم يكن هناك مواقف صريحة عند المسؤولين تجاه المسألة بين الغموض أحيانا والتجاهل أحيانا أخرى، فالقرارات التي كانت تصدرها لجنة التعريب تبقى حبرا على ورق، يفسر محمد حربي ذلك بقوله<sup>(4)</sup>: « إن لامبالاة القادة من مسألة التعريب بعد سنة 1962 أصل الارتباك، فمن دون شك لم تكن لديهم إمكانيات مادية وبشرية لحلها، إلا أنه كان عليهم أن يطرحوها وأن يتخذوا إجراءات حتى لا يبقى المثقفون بالعربية الأقارب الفقراء».

والواقع أن مسألة التعريب قد طرحت عكس ما يقوله محمد حربي لكن ليس بجدية وبشكل حاسم يدفع اللغة العربية إلى الأمام، فالنصوص السياسية والتشريعية موجودة، فميثاق طرابلس سنة 1962 و دستور الجزائر سنة 1963 أكدوا على أنها اللغة الوطنية والرسمية، لكن تجسيد على أرض الواقع يعد أمرا ليس بالهين في ظل وجود أطراف معارضة، ولعل هذا ما جعل مواقف القيادة السياسية للبلاد غير واضحة يكتنفها الغموض، فتصريحات الرئيس أحمد بن بلة ظلت لفترة لم تجزم وتفصل عن طبيعة اللغة التي ستختار، بقدر ما أنها كانت تبريرية دائما تصف حالة الوضع المعرقل للتعريب مثل قوله: « بخصوص التعريب أشير إلى أنه مشكل عويص لم يغيب عنا لأننا حاولنا أن نقدم حلا مؤقتا لأنه ليس بالسهل حله بين يوم وآخر»<sup>(5)</sup>.

(1) المصدر نفسه: ص . 55.

(2) بن يوسف بن خدة: اتفاقيات إيفيان، تعريب لحسن زغدار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر: ص . 118.

(3) محمد الطيب العلوي: التربية بين الأصالة والتعريب، منشورات دحلب، الجزائر: ص . 185، 186.

(4) محمد حربي: الثورة الجزائرية سنوات المخاض، ترجمة نجيب عياد، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1994. ص. 117.

ministère de l'organisation Ahmed ben bella: Les discours du président ben bella، (5) ، 1963. 115. ،Alger ،nationale

يرى محمد الطيب العلوي أن الرئيس بن بلة قد بذل جهوداً كبيرة لمعالجة الوضع وتحديد التوجه اللغوي للبلاد، لكن ما أضعف جهوده الضغوط الممارسة عليه وجهله بوضع التعليم وحقوقه، نتيجة المغالطات التي كان يقدمها له المكتب السياسي للحزب<sup>(1)</sup>، أدت به أحيانا إلى تردده في الإسراع في عملية تعريب التعليم، أما من حيث المبدأ فتصريحاته تؤكد تجذر الثقافة العربية الإسلامية وعمقها في الجزائر يقول: «أنا إذا كنا لا نملك بشكل كامل اللغة العربية، فإن هذا لا يبعدها في أن نحس أننا عرب في عمق قلوبنا. . . إن التعريب لا يمكنه أن يكون إلا نمط حياة وتفكير، وليس هناك مستقبل لهذه البلاد إلا في التعريب». (2)

الواقع أن فترة حكم الرئيس بن بلة اتسمت باستمرار الازدواجية اللغوية على المستوى الثقافي لاسيما التعليم، ويعتبر هذا حسب ما نراه أمراً طبيعياً لحدثة الاستقلال من جهة، وتأثير المشروع الاستعماري الثقافي على الثقافة واللغة الجزائرية<sup>(3)</sup>، وسوف تستمر الازدواجية اللغوية حتى في عهد بومدين خاصة المرحلة الأولى من حكمه التي لا تختلف عن عهد سلفه/ وانطلاقاً من ذلك بنى سياسته على النهج الثوري في محاور ثلاثة منها الثورة الثقافية التي كانت اللغة هي أساسها، كضرورة وطنية وثورية وعلمية. شغلت مسألة اللغة اهتمام بومدين - وإن يقول على مستوى الخطاب - يذكر أن<sup>(4)</sup>: «قضية التعريب هي مطلب وطني وهدف ثوري، ونحن لا نفرق بين التعريب وبين تحقيق أهداف الثورة في الميادين الأخرى»، خاصة مكانة العربية في التعليم حيث ستعطى لها الأولوية عن سائر اللغات الأجنبية، فوجودها ضمنه عامل مكمل للشخصية الوطنية.

وهو يرى أن "التعليم وإن كان في مستوى عال لن يكون حقيقياً إلا إذا كان وطنياً، وسيظل ناقصاً إذا لم يركز على لغة البلاد ومن الممكن حتى أن يشكل خطراً على توازن الأمة وتصعد شخصيتها"<sup>(5)</sup>. وحسبه أنه ليس من المنطقي تعلم لغة أجنبية دون التمكن من ناصية اللغة العربية، وهذا لا يعني أن بومدين ضد التفتح على اللغات أو خصم للمتعلمين بالفرنسية من إطارات ومعلمين، فالتعريب لا يقصد به قطع أرزاق الناس الذين يتكلمون اللغة الفرنسية بل حركة تندرج في إطار الثورة الشاملة.

وتجسدت هذه التصريحات في جهود ميدانية بدأت خلالها العربية تنبؤاً مكانتها منذ سنة 1971، حيث انعقدت خلالها الندوة السنوية الأولى لإطارات التربية، وكان موضوع التعريب أحد الانشغالات الأساسية فيها، وقد صادقت على التعريب في مختلف أطوار التعليم، وفي سنة 1973 عقدت الجزائر المؤتمر العربي الثاني للتعريب شاركت فيه 15 دولة عربية، تناول خصائص اللغة العربية والطرق المتبعة لتطويرها وإمكانية توحيد المصطلحات العلمية بين الأقطار العربية، وخلالها تعهدت الجزائر على تنفيذ التوصيات التي أقرت تدعيم اللغة العربية في التعليم، فأصبحت مع مرور الوقت تحقق مكاسب حتى أصبحت اللغة الأولى المعتمدة في التدريس.

(1) محمد الطيب العلوي: م. س. ص. 185.

(2) Ahmed Ben Bella: op-cit2، pp. 116-

(3) هواري بومدين: خطب الرئيس، ج4، نشر وزارة الثقافة والإعلام وإدارة الوثائق والمنشورات، الجزائر 1972 ص. 321.

(4) Mamerikhalfa: Citations du president Boumediene، p. 73، Alger، edition s. n. e. d.

(5) محمد المنجي الصيادي: التعريب وتنسيقه في الوطن العربي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت: 1980 ص. 168.

لكن هذا لا يعني أن النقاش حول مسألة لغة التعليم زال بتصريحات وخطب المسؤولين السياسيين، بل على العكس فقد كان منذ الاستقلال نقطة خلاف بين المثقفين "النخبة المتعلمة"، حيث ظهر توجهان أحدهما يؤمن بالتعريب والآخر يرفض ذلك ويطالب بالازدواجية، وهذا ما فتح المجال للمفاضلة بين اللغتين وطرح مسألة أيهما أصلح للتعليم<sup>(1)</sup>. في الواقع أن معرفة مطالب كل طرف وحججه تستلزم معرفة الخلفية التي ينطلق منها كل واحد والأهداف التي يصبو إليها، تعتبر "خولة الإبراهيمي" Khaouala-Ibrahimi أن الفرق بين الفئتين هو طبيعة الثقافة التي يستلهم منها كل توجه أفكاره، فالأول مناصر للتعريب " يتحكم في قواعد اللغة العربية وآدابها ويمثل نمط الثقافة العربية الإسلامية وله إحساس الانتماء إليها " أما التوجه الثاني " متأثر بالثقافة المنقولة بواسطة اللغة الفرنسية، ويأخذ مصادره من رموز العالم الغربي، الذي لا يمكن الدخول إليه إلا بواسطة اللغة الفرنسية "<sup>(2)</sup>.

وهنا لا يجب أن نأخذ بعين الاعتبار الانقسام اللغوي الداخلي بين عرب وبربر أي ليس جدال إثني، لأننا نجد بين البربر من هم أكثر تحمسا إلى درجة الهوس بالتعريب أكثر من غيرهم نذكر منهم على سبيل المثال مولود قاسم نايت بلقا سم، وعثمان سعدي. . . ونجد من دعاة الفرنسية والتعريب من العرب مثل مصطفى الأشرف وكاتب ياسين وغيرهم<sup>(3)</sup>. لذا، تعتبر إشكالية التعريب أكثر صعوبة في التناول والتحليل لتعدد مكوناتها وجوانبها الإيديولوجية والسوسيو ثقافية، فدعاة التعريب يعتبرون أن العربية تستمد شرعيتها في الجزائر من مصدرين اثنين أولهما الدين الإسلامي وثانيهما كفاح التحرير الوطني، وكلاهما ضد الاستعمار، ومنه فالفرنسية ببساطة لغة المستعمر المحتل، أما العربية هي عنصر أساسي من عناصر الكيان الحضاري للمجتمع الجزائري وشخصيته الوطنية، فهي كما يعتبرها محمد العربي ولد خليفة " هي البداية والنهاية وإلى الأبد، خزان تراثنا المشترك، والرابطة التي تجمع شعبنا وبجملة واحدة هي نحن ضعفا ومهانة، قوة ومهابة هي مرآة ما تحققه من تقدم وازدهار "<sup>(4)</sup>. ويستند دعاة هذا التيار إلى أفكار الفلاسفة والباحثين في قضايا علم الاجتماع والتربية والثقافة والهوية، التي ترى أن اللغة الوطنية بما يكون الإبداع الحقيقي، وأن ما هو وطني لا يمكن أن يكون إلا بما كقول الفيلسوف الألماني "فخته":<sup>(5)</sup> "Ficht" إن اللغة تؤثر في الشعب الذي يتحدث بها تأثيرا لا حد له يمتد إلى تفكيره، وإرادته وعواطفه وتصوراته وإلى أعماق أعماقه، وأن جميع تصرفاته تصبح مشروطة بهذا التأثير ومتكيفة به «.

يمثل التعليم أهم قناة اجتماعية لتلقين اللغة الوطنية، وتنشئة الأجيال على ذوق جمالها وروح ألفاظها، يعرفها علماء اللسانيات وعلم الاجتماع أنها ليست فقط وسيلة التخاطب و التواصل اليومي بين الناس، بل أنها أداة لنقل الثقافة ووعاء لجميع ما تشتمله هذه الثقافة من تقاليد وأعراف وعادات وعقائد وتصورات وقيم ومناهج للحياة، بما يتم بناء الفرد و إعداده بما يتلاءم وتاريخه وانتماءه، ويمتد تأثيرها ليشمل تفكيره وتصرفاته وعقائده ومشاعره وعواطفه وسلوكه وإرادته وجميع تصرفاته، فهي ذات علاقة وثيقة

(1) محمد المنجي الصيادي: المرجع السابق: ص . 164.

(2) Khaouala Taleb Ibrahimi: Les Algériens et leurs langues، Alger، les édition el hikma، 1997، p. 76

(3) محمد عابد الجابري: التعليم في المغرب العربي، دار العلم للملايين: ص . 120.

(4) محمد العربي ولد خليفة: المهام الحضارية للمدرسة والجامعة الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ص. 234.

(5) مولود قاسم نايت بلقاسم: العربية في التعليم العالي وأساليب النهوض بها في الجزائر، مجلة الثقافة: ص . 420.

بالتقافة، والثقافة ذات رباط متين بالهوية والشخصية والوطنية، فمن فقد لغته فقد هويته وتاريخه وتعثر في بناء مستقبله كما أنها وسيلة لبث القيم والسلوكيات الحضارية والإيديولوجية حتى تثبت دعائمها كهوية وطنية.

وعليه استند التيار المعرب إلى جملة من النظريات والأطروحات، وحاولوا إثبات حججهم ببراهين عقلية منطقية منها: - جعل الازدواجية Bilinguisme في النظام التربوي لا ينتج إلا متعلما ضائعا بين التعريب والفرنسة وينشأ على أفكار مبعثرة بين الثقافتين الوطنية والأجنبية، فاللغة " سواء لقنت باعتبارها لغة وحسب أو وسيلة لتدريس مواد، لا بد وأن تحمل ضمنيا مجتمعا أصلي، ذلك أنها أكثر ارتباطا بالحوامل أو الخلفيات الإيديولوجية والحضارية"<sup>(1)</sup>.

ومن ثم فقد يؤدي تعلمها إلى استلاب ثقافي للمتعلم ويصبح ظاهرة اجتماعية وثقافية بين أفراد المجتمع. - اللغة ليست شكلا فقط بقدر ما أنها هي محتوى وروح التربية، فقراءة النص الأدبي لا ينقل منه فقط جميل الأدب بل فكرا وفهما لتجربة معينة في بلد له خصوصياته اللغوية والثقافية، يقول مالك حداد<sup>(2)</sup>: « ليس هناك إلا توافق تقريبي بين فكرتنا العربية، وألفاظنا الفرنسية »، ومنه تصبح اللغة مسألة وطنية نابعة من ذاتية الأمة لا تعار أو تستعار من الغير، وبقية هذا التوجه من يدافع عن الازدواجية في التعليم، ببقاء الفرنسية في الجزائر كغنيمة حرب كونها وسيلة تتيح للجزائر الانفتاح على العلوم الحديثة التي تحتاجها في تنميتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية<sup>(3)</sup>.

وحسب دعاة هذا الاتجاه أن اللغة لا تمثل سوى أداة لنقل المعارف والمضامين والمفاهيم بطريقة محايدة، فالأهم هو نقل المعارف ليس اللغة في حد ذاتها، وحسبهم أن الفرنسية هي الأجدر كلغة حية تمثل منفذا للعصر الحديث والحضارة الغربية، بينما اللغة العربية " متقدمة جدا لا تلائم أبدا الحاضر المبني على العلم والتقدم. . . من هنا يتأتى استعمال الحروف اللاتينية مكان الحروف العربية ".<sup>(4)</sup>

وراجت هذه الأفكار عند الأوساط التي أظهرت عداا صريحا للتعريب والوقوف بصرامة ضده، مدافعين عن الفرنسية وكانت حججهم في ذلك أن: - أن الفرنسية لغة مرنة لها القدرة على التفاعل مع العلوم والتقنية. - اللغة وسيلة للتعبير والاتصال، لذا فالمهم هو نوعية الأفكار التي توفرها. - الفرنسية هي لغة الفكر والعقل والحضارة فقد جاء عن أحدهم قوله<sup>(5)</sup>: « بتعليمي الفرنسي لا أستطيع أن أتخلى بسهولة عن طريقي الديكارتية في الاستنتاج، الأمر الذي يجعلني أختلف عن المتعلمين بالعربية». لهذا التوجه سلبيات كثيرة تضر اللغة العربية التي حسبهم يجب أن تتساوى مع اللغة الفرنسية أو أن تكون أقل شأنًا منها، ولعل هذا تبرير للتبعية الثقافية تجعل الفرنسية لغة العلوم في حين العربية تظل لغة الآداب والشعر والعاطفة، وبصورة عامة العربية لغة الماضي والفرنسية لغة العصر وأداة تبليغ العلوم والحداثة. كانت الفجوة كبيرة بين الطرفين كل واحد متمسك ومتعصب لموقفه، وقد يصح القول أن نصف التيار- أي المعرب- الأول بأنه يقصد الماضي والثاني من دعاة الإستلاب والتعريب، فقد ظلت مسألة

(1) مصطفى محسن: في المسألة التربوية نحو منظور سوسيوولوجي منفتح، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت 2002 ص. 76.

(2) عثمان شوب: "من اللغة تبدأ ثورة التجديد"، مجلة الأصالة، عدد خاص بالتعريب، مطبعة البعث، قسنطينة: 1973: ص. 7.

(3) أحمد معوض نازلي: التعريب والقومية العربية في المغرب العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، 1987: ص. 170.

(4) محمد العربي ولد خليفة: م. س: ص. 98.

(5) صالح فيلاي: إشكالية الثقافة في الجزائر المبادئ الأساسية و الإيديولوجية الممارية، الأزمة الجزائرية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت،

التعريب عالقة بتثبيت كل واحد منهما برأيه، وأصبح الموضوع يثير الحساسية المفرطة هذا ما جعل أسلوب تناوله يتعد عن متطلبات البحث العلمي المنهجي، ليصبح ضربا من الحماس العاطفي المنفعل، الذي لا ينجر عنه سوى إثارة المشاحنات والمناقشات الفارغة يقول عبد الله شريط (1): « إن التعريب عندنا ظل سنوات طويلة محل نقاش بين الطرفين لا يفهم أحدهما الآخر، فكان شبيها بنقاش الصم البكم الذي لا يسمع بعضهم البعض. . . وكل واحد يرد على الآخر بما يتوهم من أفكار أو يظن. . . بحججهم العاطفية في الغالب لدى الطرفين ».

لم يكن الجدل بداية في المستوى العلمي الأكاديمي حيث لم تتناوله الجامعات أو الندوات، ولا في المجالس والملتقيات، وما فتئ أن أصبح علنا يطفو في ساحة الأحداث الوطنية تتناوله الصحافة بالتحليل والنقاش، حينما تجرأ الوزير مصطفى الأشرف، لما عين وزيرا على وزارة التربية الوطنية سنة 1977 على إعلان عداوته للمعربين بجملة من التصريحات والمقالات، التي نشرها بالفرنسية في جريدة المجاهد اليومية في أوت من نفس السنة، وتهمج عليهم ووصفهم بصفات غير لائقة - لا تتناسب مع مستواه كمنقف وكاتب ووزير في دولة أعلنت أن التعريب همها الثقافي الأول - وكلمات جارحة كقوله "حفاري القبور" و"البرجوازية المتخلفة" و"القائعين بالختالة" و"ذوي المعرفة التقريبية"، المتسرعون إلى التعريب حيث تدفعهم "الرغبة المكبوتة في استكمال شخصية الإنسان باستعمال لغته وهذه الأمنية هي التي جعلتهم يتخذون مواقف تتميز بالعجلة والاضطراب والارتجال" (2).

ومنه يتضح موقفه المعادي من التعريب، وقد استخلصنا ذلك من تصريحاته السابقة التي أصدرها في حق المعربين الذي يعتبرهم متهورين ومندفعين إلى استعادة اللغة العربية، التي يراها لغة مقدسة عندهم وفق نظرة يغذيها الجهل وضيق الأفق - حسب - فهم لا يدركون أن الشعب تعلم الفرنسية كي يعوض "ثقافته البائدة بثقافة أخرى، يتوصل إليها عن طريق لغة أجنبية. . . فالعربية غير طبيعية وغير قادرة على نقل الأفكار وعلى توعية الجماهير" (3).

وبناء على هذا يرى الأشرف أنه من الضروري تغيير الذهنيات وإزالة الأحكام المسبقة التي يميلها التطرف، وما ينتج عنه من عواقب وخيمة على الأجيال يقول: (4) «لو فرضنا أن يكون هذا الوجود جامدا ومضرا بالمدرسة وبالأطفال الدارسين، وبذلك سيذهب هؤلاء إلى أقصى حدود التطرف ويلحقون أضرار بلغتهم. . . إنهم بذلك يحتضنوها غير عليها إلى حد يخنقون أنفاسها ولا يعلمون أنهم يحفرون للعربية قبرها ».

يرى الأشرف أن التعريب لم يحن وقته بعد ما دام أن العربية لم تتخلص من مفرداتها الغريبة والحماسية، ومن آلياتها السطحية التي تستعمل في تدريس العلوم، وضرورة إثرائها بالمصطلح العلمي الدقيق المساعد على نقل التكنولوجيا والتقنية الحديثة لكن متى يتم ذلك؟. الحق أن القارئ لكلام الأشرف قد يعتقد أنه صادر من ناقد للوضع اللغوي في الجزائر بعيد دوائر التنفيذ، لا من سؤال عن الجهاز التربوي، فالتعهد بخدمة اللغة - حسب ما نرى - هو العمل على تجسيدها على أرض الواقع لإدراك عوامل قوتها وضعفها، لا الاكتفاء بالتهجم على المعربين من دون إيجاد حلول لذلك.

s. n. e. (1)Abedllahcheriet: Opinion sur la politique de l'enseignement et de l'arabisation p. 8. Alger, d

(2) مصطفى الأشرف: "مشكلات في التربية والتعليم"، ترجمة حنفي بن عيسى، مجلة الثقافة، ع41، الجزائر: 1981: ص. 14.

(3) مصطفى الأشرف: المرجع السابق: ص. 19.

(4) المرجع نفسه: ص. 53.

ما كانت تصريحات الأشراف تمر دون أن تترك زوبعة، فما إن نشرت مقالاته حتى سارعت الأصوات المعارضة له تتكلم وتبدي عن أفكارها، والكشف عن نواياها في حملات إعلامية عبر الصحف والإذاعة والمنتديات، ووصل الأمر إلى حد الترشق بالألفاظ والعبارات، ومثل الاتجاه الثاني العديد من المثقفين مثل "عبد الله شريط" و"عبد الحميد مهري" و"عبد الله الركيبي"، واتسم ردهم على الأشراف أنه ليس بالحدة وقساوة الألفاظ كالتى سبق ذكرها، فكان رد كل واحد عبارة عن تعقيب في نقطة أو مجموعة من النقاط التي أثارها الأشراف، يرد عليه "عبد الله الركيبي" في قوله "أن الشعب فقد لغته وتبني ثقافة الفرنسيين بالتفنيدي، بشواهد تاريخية تدل على المقاومة بمختلف الأساليب المتاحة وتمسكه بلغته"<sup>(1)</sup>.

أما "عبد الله شريط" فقد خصص مجالا واسعا في كتاباته وجعل فيها فصولا ترد على الأشراف، مؤكدا أهمية اللغة الوطنية كمقوم وطني يبيّن شخصية الفرد ويستلزم تعليمها في أولى المراحل التعليمية قبل غيرها من اللغات ومما جاء في ذلك قوله: «عقل الطفل يطبع باللغة التي يتعلمها ويستعملها قبل غيرها من اللغات، فإذا علمناه لغة أجنبية تبقى لغته الوطنية دائما ثانوية في تصوره وسلوكه العقلي»، وينتقده بشأن ادعائه عجز اللغة العربية عن تكوين المصطلحات والرموز العلمية، فهي كما يرى ليست قاصرة بل أن المشكل العجز في إيجاد معلمين أكفاء للمواد العلمية، وأن المشكل لا يمكن حصره في التعريب ولا في المعلم المعرب الذي كان محل سخرية في كتابات الأشراف.

ويعتبر "عبد الحميد مهري" أن الأشراف اكتفى بعرض آرائه وإصدار أحكامه، ولأن مثل هذه القضايا لا يمكن أن تعالج بواسطة مقالات وكلام مثقل بالتحامل، بل يتم بحوث ودراسات ميدانية شاملة، ويوافق أفكار شريط في عدم إلصاق التهم في عجز التعليم لعل أصابته هي التعريب، وحسبه أن التعريب لم يعد يطرح أي إشكال بعد الجهود التي بذلتها الدولة<sup>(2)</sup>.

الحق أن المدرسة الجزائرية الناشئة بحاجة إلى اللغة الوطنية أولا واللغات الأجنبية ثانيا، ولعل هذا موقف متزن ومحيد ينظر إلى التعريب أنه ليس ضد اللغات الأجنبية، خاصة إذا علمنا أن الفكر هو حسيلة التفاعل بين عناصر الثقافة الوطنية والتفتح على ثقافات الغير المتعددة، وهذا منهج تبناه البعض حيث اتخذوا موقفا معتدلا وحلا وسطيا حول النقاش السابق، نذكر منهم أحمد طالب الإبراهيمي الذي اعتبر أن "الازدواجية لا تعني ضرورة وجود لغة بعينها إلى جانب اللغة العربية، فهي بحكم المرحلة الحضارية ضرورة علمية، أما التعريب بالنسبة إليه" هو العودة إلى الأصالة باستعمال العربية لا يعني شرط الازدواجية، ولا ينطلق منها ولا يتحتم أن تكون الفرنسية هي اللغة الثانية"<sup>(3)</sup>.

صرح الإبراهيمي كمسؤول ومثقف على ضرورة الاهتمام بتعليم العربية وتربية العقول على الفكر العربي، فالعربية كلغة ثقافة وعلم يجب أن تحظى بتدريسها في كل الأطوار التعليمية بما فيها التعليم العالي، مع علمه بصعوبة المهمة التي لن تكون سهلة، كون الازدواجية أمر محتوم يفرض نفسه لعقود من الزمن. كل ما سبق مثل الجانب النظري والفكري للمسألة اللغوية في الجزائر، لكن ليس منطقيا أن تقتصر على الحديث النظري العام الذي لا ينفذ إلى جوهر الإشكالية المحللة، فيبقى التحليل سطحيا، ولذلك اعتبرت أن استعراض مراحل التعريب أمر هام.

(1) المرجع نفسه: ص . 31.

(2) عبد الله الركيبي: الفرانكفونية مشرقا ومغربا، دار الأمة، الجزائر: دون تاريخ: ص . 274

(3) عبد الحميد مهري: "بعض نواحي التجربة الجزائرية في ميدان التربية والتعليم"، مجلة الثقافة والثورة، ع4، وزارة التعليم العالي والبحث

العلمي، الجزائر: 1981: ص . 9.



غداة الاستقلال كان هناك نقص محيف في عدد المعلمين والأستاذة المعربين وهذا راجع أساسا إلى سياسة الاستعمار، حيث لم تكن البرامج التعليمية تشتمل على العربية كمادة تدرس، فوَقعت الحكومة سنة 1962 في حيرة من أمرها، أن تعيد للعربية مكانتها كلفة وطنية من جهة وتوفر الإطار المعرب من جهة أخرى، أمام هذه العراقيل ما هي الإجراءات التي ستتبعها الدولة؟ هل تركت الوضع الموروث عن حقبة المستعمر؟ و إلى أي مدى استطاعت نصوص التعريب أن تتوافق مع الواقع؟.

الحق أن الحكومة التزمت ميدانيا بميثاق طرابلس الذي أكد صعوبة التعريب والوصول إليه بطريقة تدريجية لصعوبة المهمة وخطرها على مستقبل المتعلمين، إذ لم تعتمد على أسس علمية ومنهجية ومراعاة الظروف الذي يتميز بوجود أغلبية من المتعلمين باللغة الفرنسية<sup>(1)</sup>، فاستبدال العربية بالفرنسية حيننا ليس أمرا هينا، وعليه عملت وزارة التربية منذ أول موسم دراسي 1962-1963 على إدخال العربية في جميع المستويات التعليمية من الابتدائي حتى العالي بحجم معين من الساعات، بلغت سبع ساعات في التعليم الابتدائي، وخمس ساعات في التعليم المتوسط والثانوي، فرغم الوضع الصعب إلا أن العزم الأكيد يحدوا بعض الأطراف لتغيير المدرسة الجزائرية وإضفاء الطابع الوطني عليها حيث تم توظيف 3452 معلم أسندت لهم مهمة تعليم العربية<sup>(2)</sup>، خاصة في المدرسة الابتدائية كقاعدة للتعليم ينطلق منها التعريب، لأن التجربة تثبت أن هذه المرحلة هي الأنسب لغرس قواعد اللغة وفنونها في ملكة الطفل العقلية فتترسخ وتصبح لغة تفكيره.

وخلال موسم 1963-1964 تقرر تعميم الإجراء السابق في المناطق التي لم يشملها، فارتفع مجمل معلمي العربية إلى 4303 من أصل 26.582<sup>(3)</sup>، تم هذه الأرقام عن الفرق الشاسع بين عدد معلمي العربية والفرنسية، وهذا لا يعني سيادة الازدواجية فقط بل الهيمنة المطلقة للفرنسية في التعليم، وأمام هذا الوضع أخذت بعض الأصوات من المثقفين ورجال التربية يطالبون بتعريب كامل للسنوات الأولى مستدلين في ذلك إلى المشاكل التربوية التي تنجر عن تعلم لغتين متباعدتين.<sup>(4)</sup> تم في الدخول المدرسي الثالث 1964 - 1965 تعريب السنة الأولى من التعليم الابتدائي تعريبا كاملا في سائر البرامج، وفيه تقرر تعريب مادة التاريخ في السنة السادسة ابتدائي وإلغاء تدريس اللغة اللاتينية وخلالها ارتفع عدد معلمي العربية إلى 10961<sup>(5)</sup>.

وفي مرحلة التعليم المتوسط كانت المواد الأدبية تدرس بالعربية عدا الجغرافيا، في حين المواد العلمية تدرس بالفرنسية، وقد أقيمت 15 مؤسسة معربة تماما، وبعض الأقسام المعربة في المتوسطات المزوجة اللغة، في حين أن التعليم الثانوي كان مغايرا للمرحلتين الابتدائية والمتوسط حيث كان يعاني من قلة الإطار المعرب، فالمستعمر لم يسمح للجزائريين مواصلة التعليم المعرب بقدر يمكنهم ممارسته في التعليم الثانوي بعد الاستقلال، لأنهم لا يملكون شهادات تعليمية بمستوى هذه المرحلة، كما أنه لم ينشأ مدارس

(1) حزب جبهة التحرير الوطني: ملفات وثائقية، م. س: ص. 45.

(2) عبد الرحمان سلامة: "التعريب في الجزائر من خلال الوثائق الرسمية"، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر: 1981: ص. 73.

e. n. a. g، (3) Mahfoud Bennoune: Education culture et développement en Algérie

Algérie p. 229. ،marinoor

(4) وزارة التعليم الابتدائي والثانوي: "التعريب في المرحلتين الابتدائية والثانوية"، ملف منشور في مجلة الأصالة، عدد خاص بالتعريب، مطبعة البعث قسنطينة: 1973: ص. 390.

(5) الطاهر زرهوني: التعليم في الجزائر قبل وبعد الاستقلال، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر: 1993: ص. 44.



تكوينية في الجزائر لتخريج الأساتذة المعربين، فظلت تسيطر الفرنسية على معظم البرامج التعليمية فيه<sup>(1)</sup>، ونظرا لوجود عدد هائل من الطلاب الذين زاولوا تعليمهم في مدارس التعليم الحر بالعربية، أنشئت ثانويات معربة\* تضمن استكمال تعليمهم في مناطق مختلفة من الوطن.<sup>(2)</sup>

ومع تولي هواري بومدين السلطة وأحمد طالب الإبراهيمي الوزارة سجلت عملية متواصلة للتعريب، حيث اتخذت تدابير واسعة منها تدعيم السنة الأولى المعربة من توفير الكتب، ووضع المناهج وتكوين المعلمين ورفع مستواهم عن طريق الندوات والملتقيات التكوينية والتربوية التي تعقد دوريا بإشراف مستشارين ومفتشين<sup>(3)</sup>.

وقد أثمرت هذه الجهود بتعريب السنة الثانية من التعليم الابتدائي تعريبا كاملا موسم 1966-1967، وأضحى التعريب أهم انشغال رجال التربية والثقافة، وأصبح النقاش فيه حول كيفية تعميمه وفي الموسم الذي يليه تحصلت أول دفعة معربة من الثانويات المعربة على شهادة البكالوريا في جوان سنة 1968، وأمدت الجامعة بدفعة معربة في التخصصات الأدبية والعلمية.<sup>(4)</sup>

وكان التعليم العالي مشاهما للمراحل السابقة فالتعريب فيه سار بخطوات بطيئة خلال العقد الأول من الاستقلال، وكما أشرنا سابقا أنه لم يكن في جامعة الجزائر سنة 1962 سوى قسم الدراسات الإستشراقية، ثم أخذ يتطور مع إنشاء معهد اللغة العربية سنة 1964، وقسم معرب في مدرسة الصحافة سنة 1965، وقسم معرب للتاريخ إلى جانب القسم المفرنس سنة 1966 وأدخلت على برامج عدة تحويرات، وقسم آخر في القانون سنة 1967.<sup>(5)</sup>

وتدعيما للتعريب أنشئت في ماي 1964 "المدرسة العليا للترجمة"، يكون الغرض منها تكوين هيئة من المترجمين يساعدون على تكوين وخلق جو التفاهم بين المثقفين المعربين والمفرنسين، وفي مرحلة ثانية يقومون بترجمة التراث المكتوب بغير العربية ونقل المصطلحات الفنية إلى اللغة العربية لتصبح في متناول الجميع.<sup>(6)</sup>

وعموما يمكن تقييم الجهود المبذولة بالنتائج المتوصل إليها في مختلف أطوار التعليم من خلال ما توضحه الأرقام والنسب موسم 1967-1968 الواردة في الجدول التالي<sup>(7)</sup>: المرحلة التعريب مجموع التلاميذ عدد المعربين نسبة التعريب التعليم المتوسط 111. 532 5941 5 532 180924 2 506 6 وفي نفس الموسم بلغ عدد المعلمين المعربين (ممرنين، مساعدين،

(1) المرجع نفسه: ص . 72. عددها خمس وهي: ثانوية بن باديس بقسنطينة، وعباس لغرور بباتنة، وثانويتي الثعلبية للبنات وابن خلدون بالعاصمة، وثانوية وهران.

(2) وزارة التعليم الابتدائي والثانوي: التعريب في المرحلتين الابتدائية و الثانوية، ملف منشور في مجلة الأصالة عدد خاص بالتعريب، مطبعة البعث، قسنطينة ص. 394.

(3) المصدر نفسه: ص 391.

(4) Khaoula Taleb Ibrahim: op- cit. p130

(5) رايح تركي: "جهود الجزائر في تعريب التعليم العالي والتقني والجامعي 1962-1984"، مجلة الثقافة، ع91، الجزائر: 1985: ص . 88.

(6) وزارة التعليم الابتدائي والثانوي: "مجموعة النصوص التشريعية والتنظيمية الخاصة بالتعريب"، المؤتمر الثاني للتعريب، الجزائر: 1973: ص . 3.

Mahfoud Bennoune op-cit<sup>(7)</sup>، p. 226.

معلمين) في الطور الابتدائي 42.1 ٪، أما أساتذة التعليم الثانوي والمتوسط المعربين بلغت نسبتهم 20، 3 ٪، فرغم المساعي المبذولة خلال هذه الفترة لا زال التعليم تمزقه الازدواجية التي طبعت برامجه واستحوذت على معظم حجمه الساعي، فكانت مردودية الفرنسية أحسن من العربية، وقد أظهر التلاميذ والطلبة قابلية على تحصيلها وقدرة الأساتذة والمعلمين على توصيلها<sup>(1)</sup>. معنى هذا أن الفرنسية هي لغة التعليم الأساسية ومعلوم أن الهدف هو تعميم التعليم في أنحاء الوطن، فكان كلما أنشئت مدرسة جديدة إلا وانتشرت الفرنسية التي عمت أبناء الجبال والأرياف والمدن، واعتبر البعض أن هذا النجاح الذي وصلت إليه لم يبلغه الاستعمار نفسه الساعي إلى الفرنسية، ولعل هذا يتطابق مع قول محمد الميلي: «الخطر يبدأ دائما بعد الاستقلال عندما يزول ذلك الحاجز الذي يفصل ما بين منبع الثورة والفكر الغربي، عندما تمزج الثورة الوجود الاستعماري عندئذ يتحرك الجهاز الثقافي للمهزوم».

كانت فرنسا تعمل وفق هذه السياسة حيث أنها اتبعت من أجل بقاء لغتها كلغة ثقافة في الجزائر على توسيع نفوذها الثقافي، ومع مرور الوقت اتضح ذلك من ارتفاع عدد المعلمين والأساتذة الذين زاد عددهم سنة 1969 عن 6200 من بينهم 400 أستاذ جامعي، وعدد هام من الثانويات المنتشرة في المدن الكبرى خاصة في العاصمة ضمت 12. 356 تلميذا حصل منهم 813 على شهادة البكالوريا المفرنسة سنة 1970<sup>(2)</sup>.

الحق أن هيمنة اللغة الفرنسية امتدت إلى البرامج التي وظفت لتخدم إيديولوجية فرنسا، هذا ما لاحظته عبد القادر جغلول في برامج التعليم الثانوي التي لم تبين لدراسة الأدب الحقيقي، بل إدخال التلميذ في عالم الثقافة الفرنسية، ومنها إلى تاريخ فرنسا الذي يحتوي على الأدباء البارزين من القرن 17-19، حيث لا يدرس أديب إلا وتم التعرف على عصره وهو طبعا حقبة زمنية من تاريخ فرنسا الحديث (موليير عصر الملك الشمس، وفولتير وروسو عصر التنوير). ومن جانب آخر كانت تدرس بطرق بسيطة وأولية لتمكين التلميذ من حسن القراءة وفهم الكلام كتابيا وشفهيا بلغة حديثة يستوعبها عقله، في حين العربية متذبذبة لم يتمكن التلميذ من استيعابها نتيجة تأثير المحيط الخارجي للمدرسة " الأسرة والمجتمع"، يضاف لها ضعف مدرسيها الذين ينقصهم التحضير البيداغوجي وضعف مستواهم فقد لوحظ الفارق الكبير بين مستوى المعلمين المعربين والمفرنسين، وموقفهم اتجاه العصرية والتقاليد فالمعربين غير قادرين على مواكبة التحول والتطورات الحاصلة، لاسيما المعلمين القادمين من المشرق الذين وجهت لهم عدة انتقادات في عدم قدرتهم على إيصال اللغة العربية إلى التلاميذ، حيث أن وزارة التربية دعتهم إلى تجنب استخدام لهجاتهم والتحدث بالفصحى، ذلك أن الهدف هو إكساب الطفل اللغة، وتجنب تلقف اللهجة التي ستؤثر على نطقهم، فكانت نتائج التعريب الأولى رديئة<sup>(3)</sup>.

لم تكن هناك حوافز لدى التلاميذ للتوجه نحو التعليم المعرب، وهي مشاكل لا يمكن الاستهانة بها، يذكر " Bennoune " أن بعض الأولياء كانوا يطالبون المدرء منح رخص لأبنائهم لعدم حضور دروس اللغة العربية، ولمواجهة هذا المشكل أنشئت أقسام مزدوجة إلى جانب المعربة<sup>(4)</sup>.

(1) أحمد نازلي معوض: المرجع السابق: ص . 100، 101.

(2) المرجع نفسه: ص . 107.

(3) محمد المنجي الصيادي: المرجع السابق: ص . 168.

(4) MahfoudBennoune-cit. p 259

إضافة إلى ما سبق التعليم المعرب لم يكن يستقطب العدد الكبير من التلاميذ، حيث ارتفعت نسب الأقسام المزدوجة في المرحلة المتوسطة بحوالي 12٪ بين سنتي 1964-1965، و 17٪ في الثانوي في نفس الفترة، أما الأقسام المعربة انخفضت بنسبة 12 ٪،<sup>(1)</sup> يذكر عبد الحميد مهري أنها تحتل موقعا هامشيا، لم تعرف تطورا نوعيا ولا كميا فيقول<sup>(2)</sup>: « كانت بناياتها المزرية ومواقعها المنزوية تعاني من مشاكل مادية وتربوية عديدة كسوء التجهيز ونقص المرافق». من خلال هذا الوضع الذي لم يكن في صالح التعريب، استلزم القيام بنظرة علمية شاملة لإصلاح ما عجزت عنه الدولة في ظرف سبع سنوات، واتضحت مساعي ذلك منذ جوان 1969، وفي هذا الشأن يقول وزير التربية "إننا نتقدم تدريجيا دون توقف وباستعجال في سبيل إصلاح اللغة العربية. لا يجب أن تكون ببساطة زينة في حياتنا، بل لا بد من أن تصبح وسيلة تستعمل في مختلف مجالات الحياة الوطنية"<sup>(3)</sup>.

وفي هذا السياق أنشئت اللجنة الوطنية لإصلاح التعليم سنة 1969، تتفرع إلى لجان مصغرة منها لجنة التعريب التي عكفت على إعداد برنامج التعريب، ضمن خطة رائدة في المجال التربوي تتجسد في ظرف عشر سنوات من أهدافها: - جعل اللغة العربية اللغة الوحيدة في التعليم على سائر مراحلها. - اللغة الفرنسية لا تستعمل إلا كمادة أجنبية. - تعريب المدارس العليا ومعاهد تكوين المكونين<sup>(4)</sup>.

وخلالها أجمعت معظم الأطراف على التعريب الشامل، ولم يكن النقاش فيها إلا في إطار هذا المحور كون التعريب أمر حتمي لا رجعة عنه، مع الأخذ بعين الاعتبار عامل الوقت والجهد والإرادة التي ستبذل من أجل بلوغ الغاية و خلالها تم تحديد الطرق المقترحة في النقاط التالية: - إتباع تعريب أفقي يبدأ من السنة الأولى للتعليم الابتدائي، ويأخذ سنة بعد سنة في التوسع حتى يعم مراحل التعليم، لكن ما يعاب على هذه الطريقة أنها تتطلب مجهودات كبيرة في توفير الإطارات - تعريب محلي جغرافي ينطلق من المناطق التي لم تتأثر بالثقافة الفرنسية إلى حد كبير مثل المناطق الجنوبية، لكن ذلك يعمل على تجسيد الجهوية وربط التعريب بالبوادي والأرياف. - تعريب نقطي: يتم في مستويات معينة من التعليم ويعم أنحاء الوطن<sup>(5)</sup>.

واعتبرت الطريقة الثالثة أكثر فعالية ومسايرة لمقتضيات التخطيط، ولم يشرع في تطبيقها إلا بعد تبادل الرأي، ولعل هذا ما جعل تاريخ العمل بها يتأخر إلى سنة 1971 إثر القرار الذي صادقت عليه الندوة الوطنية لإطارات التربية. ولعل العمل الحاسم في دفع عجلة التعريب هو تقلص ملامح الوجود الثقافي الفرنسي، لاسيما بعد سوء العلاقات الثنائية بين الجزائر وفرنسا إثر إعلان الجزائر في 24 فيفري 1974 عن تأميم المصالح النفطية الفرنسية في الجزائر، وإقدام فرنسا على سحب عدد معتبر من معلميه من الجزائر العاملين بصيغة التعاون الثقافي.

وفي غضون ذلك سطرت سياسة وطنية لتعريب الكثير من المستويات التعليمية وبعض الفروع الجامعية، وقد حققت نتائج هامة في ظرف زمني وجيز، ففي موسم 1973-1974 تم الوصول: - تعريب السنتين الثالثة والرابعة ابتدائي تعريبا كاملا، وإبقاء الفرنسية تدرس كلغة أجنبية. - تعريب ثلث الأقسام العلمية في مستوى السنة الأولى ثانوي تعريبا كاملا. - تعريب ثلث

(1) عثمان سعدي: قضية التعريب في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر: 1984: ص . 85.

(2) عبد الحميد مهري: المرجع السابق: ص . 7.

(3) أحمد طالب الإبراهيمي: من الاستعمار إلى الثورة الثقافية، ترجمة عيسى حنفي، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر: ص . 73.

(4) Khaoula Taleb Ibrahim: op-cit. p131

(5) عبد الرحمان سلامة: ص. 76، 77.

الأقسام في مستوى السنة الأولى متوسط في جميع مؤسسات التعليم العام. وقد شرع في نفس الموسم تطبيق برنامج ميداني يهدف إلى تحقيق تعريب جزئي آخر وقد تم التوصل في الموسم الذي يليه إلى: - تعريب ثلث السنوات الرابعة والخامسة والسادسة ابتدائي. - تعريب ثلث التعليم المتوسط والثانوي والثلاثين الآخرين استمر فيهما التعليم المزدوج، واستمرار تدريس المواد العلمية باللغة الفرنسية<sup>(1)</sup>.

لقد تدعم التعريب أكثر منذ سنة 1973 حين احتضنت الجزائر المؤتمر الثاني للتعريب، وقد أكد خلاله وزير التربية على "تعهد الجزائر وفي وزارة التعليم الابتدائي والثانوي، على تطبيق قراراته فعلا في كل المؤسسات التعليمية والمؤلفات المدرسية". لكن التصريح شيء والواقع شيء آخر فالتعليم لا يزال يعرف الازدواجية حيث نجد السنوات الأربع الأولى من التعليم الابتدائي موحدة في لغة التدريس، بينما يصبح في الخامسة معرب ومفرنس، وقد ترتبت عن ذلك نتائج سلبية في التوجه الاعتباطي والفرز الاجتماعي، وتشقق الجهود وإحداث صراع وبلبل.

وعلى صعيد النتائج بدأت نسب التعريب ترتفع مقارنة بالموسم السابقة لموسم 1974-1975 التي كانت كالتالي<sup>(2)</sup>: المستوى إجمالي التلاميذ مجموع المعربين النسبة المتوسط 33.33. 130 007. 38 006. 7٪، الثانوي 75. 38 797. 461. 50٪، لم تدرس مسألة التعريب بجدية إلا في السبعينات، وفيها بدأ يشهد وثبة كبرى وأخذت بوادر الإصلاح اللغوي في الجزائر تظهر لاسيما أن المخطط الرباعي الثاني، أدرج ضمن أهدافه إصلاح التعليم شكلا ومضمونا في إطار مشروع "المدرسة الأساسية" التي تشمل تعليما إجباريا يمتد لمدة تسع سنوات، وتقرر أن تكون العربية هي اللغة الوحيدة للتدريس، أكد ذلك ميثاق التربية الذي نشر في أمية رئاسية بالجريدة الرسمية، نصت المادة الثامنة منه على أن "يكون التعليم بالعربية في جميع مستويات التربية والتكوين وفي جميع المواد".

وكان الهدف هو إضفاء الصبغة الوطنية على المنظومة التربوية من خلال جعل اللغة الفرنسية مجرد لغة أجنبية يتم تدريسها كلغة محايدة لا ترتبط بالمواد الأخرى، وقد اعتبر الميثاق الوطني أن "اللغة العربية عنصرا أساسيا للهوية الثقافية للشعب الجزائري. . . . ولهذا فإن تعميم استعمالها وإتقانها كوسيلة عملية خلاقة يشكّلان أحد المهام الأساسية". ولذا يرى الكثير من الباحثين والمتقنين أن سنة 1976 هي سنة ميلاد المدرسة الجزائرية باستعادة لغتها وجزارة قوانينها وإلغاء العمل بالتشريع الفرنسي، وتجسد عمليا في تعريب عدة متوسطات وثانويات موزعة على مختلف الجهات، لكن هل من السهل تطبيق كل ما ورد في الميثاق دون صعوبات وعراقيل، لاسيما ما يثيره الموضوع من اختلاف الرؤى والتصورات بين مختلف التوجهات خاصة المعربة والمفرنسة.

الحق أن التساؤل يوحى بما سيكون من ردود فعل مضادة للمدرسة الأساسية والتعريب، من طرف التيار المعارض لهما الذي يتزعمه "مصطفى الأشرف"، فبمجرد تعيينه وزيرا للتربية بدأ التعريب يعرف تراجعا بشكل رهيب، حيث أعاد فتح شعب مفرنسة وحول الأقسام المعربة إلى مفرنسة، وأقصى العديد من الإطارات التي تدافع عن التعريب في الوزارة وجمد العمل بميثاق التربية.

وقد عد هذا خرقا للقوانين التشريعية وأوقف العمل بمشروع المدرسة الأساسية، بعد الحماس الذي كان يراود الكثير من المعربين والوطنين وأصابتهم خيبة أمل من جراء التغيير الواسع الذي مس الوزارة، وهو ما عرقل العمل الذي أنجز سنة 1976 حيث أثر ذلك على نسب التعريب في التلاميذ أو الأساتذة أو المعلمين وهو ما يوضحه الجدول سنة 1978: المستوى التعريب مجموع

p. 26. (1)MahfoudBennoune: op-cit

p. 133، (2)Ibid

التلاميذ عدد المعربين نسب التعريب التعليم المتوسط 595. 313 498. 52 120، 6٪ التعليم الثانوي 134. 76 427، 57 819، 6 ٪ أما نسبة المعلمين المعربين بلغت 69، 5 ٪، وبلغت نسبة الأساتذة المعربين في المرحلتين الثانوية والمتوسط 53، 5 ٪. خلال موسم 1977-1978، وقد كان بالإمكان تحقيق نسب أكبر لو كانت السياسة واضحة وذات نتائج ملموسة، في ظرف كان التعريب يحقق إنجازات وتراجعات في وقت واحد وهذا لاختلاف مواقف المسؤولين منه.

أما التعليم العالي فظل إلى سنة 1970 يحتوي على تخصصات قليلة معربة، إذ لم تكن سوى دائرة اللغة والأدب العربي، وبعض الأقسام المعربة حيث كان في بعض الدوائر قسما علميان واحد معرب والأخر مفرنس، ولما أنشئت وزارة التعليم العالي وجدت صعوبات في تدريس اللغة العربية وهي صعوبات موضوعية نذكر منها: - قلة الإطارات الجامعية من الأساتذة الجزائريين القادرين على التدريس بكفاءة. - مشاكل تحويل الأساتذة الجزائريين من مفرنسين إلى معربين. - نقص الكتاب الجامعي اللائق باللغة العربية<sup>(1)</sup>.

وقد وضعت الوزارة خطة شاملة لإصلاح التعليم العالي شرع في تنفيذها موسم 1971-1972، واتخذت تدابير هامة في شأن التعريب وأقرت البدء بالتعليم الواسع للغة العربية لجميع الطلاب الجدد الملزمين بمتابعة دروسهم بها، حيث أنه أوجب كل طالب يدرس بلغة أجنبية متابعة دروس باللغة العربية في مادة تخصصه مقدرة بحوالي 300 ساعة موزعة في سنوات التكوين، واتبه قرار ينص بتعريب العلوم الدقيقة ( الرياضيات، الفيزياء، العلوم الطبيعية ) بالنسبة للذين سيتوجهون أساتذة إلى التعليم الثانوي بعد نهاية المرحلة الجامعية، وأنشئت وحدة بحث للتنسيق مع بلدان عربية في المصطلحات العلمية باللغة العربية.

ولمعالجة هذه التدابير أحدثت لجنة دائمة لتعريب التعليم العالي تتكفل بمهمة تنمية وتنسيق عمليات التعريب، ودراسة كل اقتراح أو رأي يرمي إلى تحسين إنتاج جهاز التعريب الموضوع في مؤسسة التعليم، وإجراء مراقبة دائمة لمختلف عمليات التعريب. سعت الوزارة إلى إيجاد آليات لمواجهة الصعوبات العلمية للتعريب، التي كثيرا ما بالغ فيها المعادون لتعريب المواد العلمية ووصفوا اللغة العربية بالعاجزة عن مسايرة التقدم الحضاري في العلوم والتكنولوجيا، حيث عملت على إيجاد مناهج متطورة لتعليمها وتمكينها من القيام بالوظائف الحية التي تؤديها اللغات العالمية المعاصرة، من خلال تكوين لجان تتولى دور التأليف ووضع المناهج والمصطلحات<sup>(2)</sup>.

الواقع أن اللغة العربية لغة مطواعة لها من القدرة على اشتقاق المصطلح العلمي مهما تعقدت أنساقه، وهي مرنة تمكن من توفير مادة علمية غزيرة مناسبة للأسلوب العلمي، لكن هذا المشروع لا تتكفل الجزائر وحدها به، فهو عمل عربي يتطلب التعاون والتنسيق والتكامل في الجهود، وهذا ما دافع عنه مندوبو الجزائر في مجامع اللغة العربية ومكتب تنسيق التعريب في الوطن العربي. ورغم الاهتمام المنصب على تطوير اللغة العربية إلى لغة علوم وتقنيات، فالواقع يثبت صعوبة ذلك، لأن التعريب كان يمشي ببطء لصعوبة التخلص من الفرنسية، خاصة إذا علمنا أن سياسة الحكومة حولت للمؤسسات الجامعية حرية خيار التعريب الفردي، فصار الأمر شخصا مرتبطا بمهمة العمداء ومشاريهم اللغوية.

<sup>(1)</sup> وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: إصلاح التعليم، مبادئ ونظام دروس الشهادات الجامعية الجديدة، الجزائر، 1972 ص. 128.

<sup>(2)</sup> مولود قاسم نايت بلقا سم: "العربية في التعليم العام والعالي وأساليب النهوض بها في الجزائر"، مجلة الثقافة، ع101، الجزائر 1989: ص

وعلى صعيد العمل الميداني صدر مرسوم 25 مارس 1971 يحدد إدخال العربية بثلاث ساعات أسبوعياً لهدف "جعل الطالب في آخر مرحلته الجامعية يستعمل العربية كأداة عمل في مهنته أو وظيفته"، وكان لهذا المرسوم دفعا قويا في فتح تخصصات بالعربية بكلية العلوم في جامعة الجزائر قصد تخريج دفعات معربة في المواد العلمية. وفي موسم 1972-1973 تم توحيد قسم التاريخ بعد أن كان مقسما إلى قسمين معرب ومفرنس وجعلت اللغة العربية لغة التدريس فيه، وتم أيضا تعريب مادة الفلسفة، وإلى غاية سنة 1979 كانت الدوائر التالية تحتوي على قسم مفرنس وآخر معرب وهي: علم الاجتماع، علم النفس، علم التربية، علوم سياسية، علوم اقتصادية، العلوم التجارية والقانونية، واستمرت الازدواجية بها إلى سنة 1980، حيث تقرر تعريب كل العلوم الاجتماعية والإنسانية تعريبا كاملا.

وتبعاً لتزايد الأقسام المعربة ارتفعت نسب التعريب في صفوف الطلبة كما يوضحها الجدول التالي<sup>(1)</sup>: السنة الجامعية 1971-1972 1974-1975 1977-1978 النسبة 8، 3 % 22 % 30 % يلاحظ من خلال الجدول ارتفاع نسب التعريب في التعليم العالي من موسم لآخر لكنها استقرت في حدود 30 %، ويمكن إرجاع ذلك إلى عدم إقبال الطلبة على الأقسام المعربة من جهة، وبقاء أغلب الدوائر الجامعية مفرنسة، حيث اهتمام الطلبة منصب على مواطن الشغل بعد التخرج فهم يتساءلون عن مستقبل الشعب المعربة في بلد لا تزال الإدارة فيه ومختلف ميادين العمل مفرنسة، فالعربية عندهم تمثل مكسبا وطنيا وحضاريا يستلزم معرفتها لكن الفرنسية هي الأهم كوسيلة وفرصة للترقية الاجتماعية والمهنية. والواقع أثبت أن فرص العمل تمنح للمفرنسين في القطاعات الاقتصادية المختلفة من صناعة وبنوك وتجارة، و هي التي حرم منها الكثير ممن زاول دراسته بالعربية، وهنا لم نجد تطبيقاً لما قاله بومدين: « أن العربية ستكون هي لغة الحديد والصلب »<sup>(2)</sup>.

مما سبق نستخلص بعض مظاهر التحول الثقافي الذي لمسناه من خلال التطور التدريجي للتعريب في مراحل المتعددة، كتعريب معظم سنوات الطور الأول الابتدائي وثلث المرحلتين المتوسط والثانوي وبعض الأقسام والدوائر في التعليم العالي، وهذه النتيجة المتوصل إليها هي قليلة مقارنة بما هو معلن، ويعود السبب إلى عوامل سياسية واجتماعية وثقافية كانت تقف في أمام مسيرته.

### المطلب الثاني: تأثير العوامل الاقتصادية في التطور اللغوي

تعد اللغة كالنقد من الناحية الاقتصادية، فالنقد يستعمل لتسهيل تبادل السلع أو الأصول المادية ورفع كفاءة هذا التبادل وإنتاجيته، واللغة تستعمل لتسهيل تبادل السلع أو الأصول الفكرية، ومن ثم المعرفة، ومنها العلوم والتقنيات. وتجري عمليات التصميم والإنتاج والتجميع الصناعي بفعالية وإتقان باستعمال اللغة العلمية والتكنولوجية.

ومن هذا المنطلق ذهب الاقتصاديون إلى معالجة قضايا اللغة، وخاصة العلمية والتقنية، باستعمال القوانين والمبادئ التي يعالجون بها قضايا النقد أو العملة، فهناك توازٍ بين اللغة والنقد. فكما أن للأمة رصيماً أو ثروة نقدية، لها أيضا رصيماً أو ثروة لغوية، وكلٌّ من العملة واللغة "تصك" ويعتنى بتنظيم "صكها" ولا تترك دون تحكم و متابعة من قبل الدولة، وتأتي قيمة النقد وكذلك قيمة اللغة من تداولها، فإذا أهملت الدولة التداول بعملتها أو بلغتها- مثلاً التعليم بغير اللغة الوطنية- فإن لهذا آثاراً اقتصادية هائلة. إضافة إلى ذلك هناك قيمة وظيفية للنقد أو قيمة استعمالية وتمثلها النقود الورقية، وكذلك هناك قيمة وظيفية للغة

p. 27. (1)MahfoudBennoune: op-cit

p. 176. (2) Paul Balta: Les Algériens viennent ans après، paris، les éditions ouvrières،

تمثلها لغة الحياة اليومية ولغة تبادل المعلومات اليومية من أجل وظائف الحياة العادية. وهناك من جهة أخرى قيمة سلعية للنقد، تمثلها النقود الذهبية أو الفضية مثلاً، التي لها قيمة في ذاتها إضافة إلى قيمتها الرمزية بصفتها نقداً، وكذلك اللغة فهناك معلومات علمية و تقانية لها قيمتها في ذاتها لما لها من قيمة إنتاجية، وهي سلعة في ذاتها لا بد من دفع الذهب للحصول عليها.

كذلك، تعتمد كفاءة عمل المؤسسات في كل قطاع اقتصادي على حسن تبادل المواد والسلع والآلات، ويسهل النقد وآلياته هذا التبادل، وكذلك تعتمد أيضاً على تبادل المعلومات والخبرات و تسهل اللغة العلمية و التقانية هذا التبادل. ويعتمد غنى اللغة المستعملة في كل قطاع اقتصادي على نمو اللغة الوطنية، وعلى كمية الترجمة إليها من المعرفة العالمية للعلوم والتقانيا، وعلى نمو المصطلحات العلمية وتداولها وانتشارها.

كما أن تعدد المصطلح العلمي والتقاني وعدم تداوله هو "تضخم" في اللغة، أي ازدياد كمية مفرداتها دون استعمال لها، ومن ثم دون قيمة لها. ويحدث هذا أيضاً في التضخم النقدي، حيث يزداد النقد ولكن تنقص قيمته الشرائية. وتؤدي وحدة العملة في دولة ما أو في أمة ما إلى مكاسب اقتصادية كبيرة معروفة. وهذا دعا إلى توحيد العملة حتى عبر الدول، لا لدولة واحدة أو لأمة واحدة. وكذلك اللغة، فإن تعدد اللغات المتداولة وخاصة في المجالات العلمية و التقانية في دولة ما يؤدي إلى خسارات اقتصادية كبيرة. أي أن كل دولة يزداد فيها عدد اللغات المستعملة ينقص ناتجها القومي، ومن ثم ينقص دخل الفرد فيها.

وغني عن القول أن تراكم رأس المال في اقتصاد ما يؤدي إلى زيادة نمو هذا الاقتصاد، وكذلك تراكم الرصيد اللغوي الحي للدولة. فرأس مال الأمة ثروة، وهو نتاج عمل الجماعة، وكذلك الرصيد اللغوي، وتداول المصطلحات العلمية والتقانية يوازي تداول السلع. وتوازي صيرفة العملات ونشر استعمال عملة ما خارج دولتها الترجمة بين اللغات ونشر استعمال لغة ما خارج دولتها. كذلك، يجب أن يكون لكل حكومة برامج لدعم استعمال اللغة الوطنية داخلياً، ودعم استعمالها لدى الدول الأخرى أي تصدير اللغة الوطنية، وهذا ما يسعى له العديد من دول العالم، وعائدات ذلك كعائدات استعمال نقد دولة ما من قبل الدول الأخرى. إن الدول التي تتداول بعملة غير العملة الوطنية وبلغة علمية وتقانية غير اللغة الوطنية، تخضع لتبعية اقتصادية تؤدي إلى جمود وعدم تطور العملة الوطنية واللغة الوطنية.

ويكاد يكون إيجاد وتوزيع النقد دون التداول به وظيفياً كإيجاد التعليم ونشر العلوم والتقانيا بغير لغة القوى العاملة، ومن ثم عدم تداول العلوم والتقانيا من قبل هذه القوى. إن تطوير التعليم فقط - وضمناً الإقلال من الأمية - لا يؤدي بالضرورة إلى النمو والتنمية، خلافاً للانطباع العام السائد. فالمطلوب هو محور "الأمية الوظيفية للغة". فالأمية الوظيفية للغة، أي عدم تداول العلوم والتقانيا ضمن كل قطاع وبين القوى العاملة فيه، تجلب خسائر للأعمال تقدر ببلايين الدولارات سنوياً.<sup>(1)</sup>

فالتعليم شرط لازم للنمو، ولكن غير كاف كإيجاد النقد وعدم تداوله. والاستثمار في التعليم الذي لا يرافقه استثمار في تداوله من قبل القوى العاملة، هو استثمار ذو مردود ضعيف على النمو.

واللغة كالنقد، فهي من مسؤوليات الحكومة، إذ لا بد لكل دولة من سياسة نقدية ناجحة. وبالمثل لا بد لها من سياسة لغوية وطنية معلنة، ومن خطط خماسية وسنوية، ومن تمويل لتنفيذ هذه الخطط، وذلك من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية مثلها في ذلك

New York's Columbia ،OCDE Report ،<sup>(1)</sup> Lauren Benton and Thierry Noyelle

<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1992-04-05-mn-828-story> ،University

visité le 23/10/2018 .html



مثل السياسة النقدية. وكما أن هناك آليات لتنفيذ السياسة النقدية، هناك آليات موازية لتنفيذ السياسة اللغوية. والاستثمار في اللغة من مسؤوليات الحكومة بالتعاون مع القطاع الخاص والمجتمع المدني، وهو مشروع استثماري كالأستثمار في الأدوات المالية. ومن أدوات السياسة اللغوية المعاجم والترجمة والآلية وبرمجيات معالجة اللغات الطبيعية والنشر والتعليم، وغيرها. (1)

إن لكل علم لغته الخاصة التي تميزه من حيث الألفاظ والأساليب والتراكيب والمفردات والأدوات. وعلم الاقتصاد الذي هو فرع من فروع العلوم الاجتماعية الأصلية، تعتبر لغته لغة مشتركة وذات علاقات متعددة بالعديد من تلك العلوم وغيرها، فالاقتصادي يتحدث بلغة الاجتماعيين، وكذا يتكلم بلغة الإحصائيين، وأيضاً يحلل بلغة الاقتصاديين البحتة، ويفسر الظواهر بلغة الفلاسفة والمنظرين.

وهكذا تشعبت لغة الاقتصادي، بيد أنها تركز على أدوات رئيسية هي: اللغة الاقتصادية الوصفية النظرية، ولغة الرياضيات والإحصاء، ولغة النماذج القياسية.

وقد أدى ذلك إلى بروز لغة خاصة متخصصة، يتقنها علماءها وباحثوها أكثر من غيرهم، يستخدمونها في كتاباتهم وكتبهم، وفي أبحاثهم ومقالاتهم، وفي منتدياتهم ومناقشاتهم. إنها اللغة الاقتصادية المعاصرة.

وقد طوّرت هذه اللغة لغاتٍ كثيرة أصبحت تدعى اللغات الاقتصادية في عالمنا المعاصر، ومنها: لغة الاقتصاد، لغة الأرقام، لغة الإحصائيات، لغة الدراسات الاقتصادية، لغة التقارير الاقتصادية، لغة النصيحة الاقتصادية، اللغة الاقتصادية للمرأة، اللغة الاقتصادية للزواج، اللغة الاقتصادية للسكان، اللغة الاقتصادية للنقود، اللغة الاقتصادية للخصخصة، اللغة الاقتصادية للفقر، اللغة الاقتصادية للصحة، لغة النساء الاقتصادية.

وفي كل لغة من هذه اللغات، فإن للكلمات معانيها الخاصة عند المتخصصين، وبناء على هذا، فعندما يتحدث الاقتصادي عن دالة الاستهلاك مثلاً، فإنه لن يتقعر في الكلام، بل إنه يستعمل تعبيراً يصف به علاقة حسابية هي زيادة الإنفاق على السلع الاستهلاكية المترتبة على زيادة الدخل.

وتنقطع خطوط الاتصال أحياناً بين الاقتصادي والرجل العادي، لأن ألفاظ اللغة الاقتصادية ينظر إليها كما لو كانت ذات ألفاظ نمطية، مع أن تطويرها بلغة يكمن في الدلالات الجديدة وفي تعدد اللغات حسب التخصص الدقيق من تخصصات الاقتصاد ذي الفروع الكثيرة. وكثيراً ما تعبر الكلمة الاقتصادية عن نموذج حسابي أو عن نظرية اقتصادية يسلم بها رجال الاقتصاد بينما لا يدري الرجل العادي عنها شيئاً. (2)

ورغم أن الانطباع السائد هو أن معالجة اللغة العربية آلياً- أي حاسوبياً- في وضعية متردية، إلا أن الحقيقة هي أن معالجة النصوص العربية المكتوبة والمنطوقة بلغت مرحلة متقدمة. فالعربية تمتلك مدونات حاسوبية عديدة تبلغ ذخيرتها مئات الملايين من الألفاظ، وتتوفر على مُحلِّلات ومركِّبات حاسوبية، صوتية وصرفية ودلالية، تستطيع استيعاب اللغة العربية، وتحليلها، وإعادة إنتاجها مكتوبة أو منطوقة، لفائدة المكفوفين والمعاقين سمعياً، مثلاً، وأن الترجمة الآلية من العربية وإليها، تضاهي الترجمة الآلية للغات الأخرى.

(1) محمد مراياتي، تأثير اللغة في النمو الاقتصادي والاجتماعي في الدول العربية 1 من 2، م. س.

(2) د. زيد بن محمد الرماني، اللغة الاقتصادية المعاصرة، كتاب الرياض، العدد 67، مؤسسة اليمامة الصحفية، الرياض، يوليو 1999م:



والغريب أن معظم بحوث معالجة العربية حاسوبياً لم تتم بتخطيط ودعم من المؤسسات أو الحكومات العربية، بل من طرف الشركات والحكومات الأجنبية. وهذا يتناقض مع توجهات بعض الدول الكبرى في تفتيت الأقطار العربية وتقسيمها والقضاء على العربية الفصيحة، بوصفها عاملاً موجّداً، وإحلال اللهجات العامية مكانها. والدوافع لذلك هي تجارية وأمنية. فشركات إنتاج الحواسيب والبرامج ومحركات البحث الأمريكية، مثل ميكروسوفت وغوغل وغيرها، قامت بأبحاث هامة لإنتاج نظم وبرامج تشغيل ومحركات بحث باللغة العربية، والغرض تجاريّ بحث، أي تسويق منتجاتها في البلاد العربية.

كما أن الإدارة الأمريكية خصّصت أموالاً طائلة لتطوير الترجمة الآلية من العربية إلى الإنجليزية لتسريع وتيرة فهم محتويات الوثائق العربية، لأسباب أمنية واستخباراتية. وفي المقابل، تقوم إذاعات الأقطار العربية وفصائليها ببثّ معظم برامجها باللهجات العامية، على حين تلتزم الإذاعات العربية في أوروبا وأمريكا ببث جميع برامجها باللغة العربية الفصيحة، لأسباب تداولية عملية.<sup>(1)</sup> مهما يكن، فإن اللغة والثقافة، ضمن خمسة معايير - بالإضافة إلى الجنس المشترك والدين والقومية- لتصنيف الأمم والتميز بينها، تعكس جميع أنواع النشاط الإنساني في أي أمة من الأمم. ودرجة الارتباط بين اللغة والثقافة تتوقف على درجة الاختلاف اللغوي والثقافي معاً، والعلاقة بينهما علاقة عكسية، فكلما كان الاختلاف كبيراً بين اللغات، كان الاختلاف بين الثقافات كبيراً وواضحاً، والعكس صحيح إذ تقل درجة الاختلاف الثقافي في حالة التقارب اللغوي.

وهذا ما نراه واضحاً جلياً في الاتحاد الأوروبي القائم الآن رغم عدم بروز لغة واحدة تجمعهم كلغة تخاطب رسمية فيما بينهم، ولكن لا يخفى على أحد أن تقاربهم الثقافي ومن ثم الفكري وتشابه هوياتهم الاجتماعية إنما مرجعه لغتهم اللاتينية اللغة الأم لجميع اللغات الأوروبية، التي ليس مستبعداً أن يؤدي بهم هذا الاتحاد إلى إحيائها وبعثها من جديد لتصبح لغة التخاطب الرسمية بينهم في مواجهة لهيمنة لغة العولمة اللغة الإنجليزية.

وما استمرارية الحروب الثقافية بين الأمم إلا دليل منها على الحفاظ على الهوية اللغوية، حيث تساعد الاقتصادات القوية على صيانة اللغة وتطويرها. والتجربة الفرنسية مشهورة، وما سنّته من القوانين الصارمة للحفاظ على كيان وهوية اللغة الفرنسية وصيانتها من غلبة تأثير التيارات اللغوية المعاصرة لها عبر القرون وحتى عصر العولمة الحالي بما يتضمنه من هيمنة لغوية وثقافية- للإنجليزية وللأمة الأمريكية خاصة- وكيف أن اهتمامها الأول والأجلّ في تاريخها الاستعماري الطويل أينما حلّت من الكرة الأرضية كان منصباً على نشر لغتها القومية الفرنسية وثقافتها.

ومن هنا تنبثق أهمية الاعتبار برأس المال البشري للأمة، ولا يختلف اثنان على أن الاستثمار الموجه للموارد البشرية يعد ركيزة الأمة نحو التطور والتنمية، فالإنسان هو الثروة الأساسية الأولى والأخيرة لتحقيق معدلات التنمية الشاملة التي ترمي إليها الأمة. ولا شك أن جودة التعليم والتعلم في صورة مدخلات ومخرجات إحدى أهم عمليات هذه التنمية.

وأضحى الحديث اليوم لدى الباحثين شائعاً عن رأس المال البشري اللغوي. يطلق ويراد به المعرفة اللغوية المتخصصة الكائنة في ذهن الأفراد القائمين على تعليم اللغة مستقبلاً، كالطلاب الدارسين للغة العربية. ويقصد به تنميته وأسس النمو اللغوية الداخلية والخارجية والعلاقة بين الممارسة اللغوية والنمو اللغوي وتطوره على المدى البعيد.

<sup>(1)</sup> ومع ذلك، ينبغي أن لا ننسى جهود بعض الشركات العربية في تطوير معالجة العربية حاسوبياً، مثل شركة صخر لصاحبها محمد الشارخ في الكويت والقاهرة، وشركة عدنان عيدان وبرنامج المسبار للترجمة الآلية في لندن، ومؤسسة الهندسة اللغوية في القاهرة لصاحبها العالم نبيل علي. راجع: علي القاسمي، م. س.

وتعتمد تنمية رأس المال البشري اللغوي على التدريب باعتباره سياسة تعليمية أساسية في إعادة تكوين وتشكيل محتوى المعارف والمهارات، مما يضمن للأمم رفع المهارات والمعرفة اللغوية اللازمة لبناء العقول مستقبلاً. ويهدف إلى بناء قدرتها على إنتاج الجمل وتوليد الأفكار والتعبير عنها وتحسيد الوعي اللغوي المتميز وإنتاجيته لدى الطلاب، ومن ثم تعبر عن ارتفاع القدرة على الابتكار والتجديد من خلال الإسهامات الذاتية في الأنشطة اللغوية، والبحث ومدى تطبيقها وتوطيد علاقتها بالتكنولوجيا وغيرها.

ومن شأن ذلك أن يعمل مستقبلاً على تحقيق ما يلي:

- تعزيز القدرة اللغوية التنافسية مع اللغات الأخرى.

- مواجهة المنافسة اللغوية العالمية للغات الأخرى.

- البحث عن مصادر جديدة للنمو اللغوي.

- الحاجة إلى تعزيز إنتاجية الفرد اللغوية لمختلف الجوانب الحياتية والعلمية.

أما أسس النمو اللغوي الداخلي والخارجي لرأس المال البشري، فما هي إلا محاولات تفسر مصادر التطور اللغوي، فالأساس أن النمو في المدى البعيد يعتمد على التراكم المعرفي للمعرفة اللغوية أو عوامل الإنتاج اللغوي. أما الابتكار اللغوي والتجديد فيعدان مصدرًا لنمو الإنتاجية اللغوية، وهو ما لا يكون إلا عن طريق البحث والتطوير للمعرفة اللغوية التراكمية.

وللممارسة اللغوية علاقة وطيدة بالنمو اللغوي وتطوره، على المدى البعيد، قائمة على الانفتاح والتجديد خلال الفرص التعليمية اللغوية التي توفرها المؤسسات التعليمية اللغوية ذات التوجه التعليمي اللغوي التواصل المستمر. وهنا فقط تكون التنمية أقوى منها عن غيرها من المؤسسات التعليمية اللغوية ذات التوجه التقليدي النظري فقط. (1)

### المطلب الثالث: الاحتكاك اللغوي والصراع اللغوي والتعدد اللغوي وأثر كل منها على الاقتصاد في الجزائر

يشهد تاريخ اللغة العربية على أهم الهجمات التي تعرضت لها هذه اللغة، وعلى أهم المحطات التي كانت تصارع فيها من أجل البقاء. وكانت أولها ضد اللحن، فقام اللغويون والنحاة بعمل جليل يهدف إلى تحصيل اللسان بالنسبة لأبناء العرب وتحصيله بالنسبة لغيرهم، وفي صدر الدولة العباسية واجهت اللغة العربية تحدياً آخر هو تحدي الشعوبية، فخرجت منه منتصرة بجهود الغيورين والحاملين سماحة الإسلام.

وجاء عصر الركود فأثر سلباً على العربية لزم من ليس بالقصير، يكاد يمتد إلى دولة الأتراك حيث استغل هذا الضعف لتدخل العربية في مواجهة العصبية التركية، خرجت منها بتبني الحرف اللاتيني في كتابة التركيبة عوضاً عن الحرف العربي، فخسرت العربية جزءاً من جغرافيتها.

ثم جاءت الفترة الاستعمارية فكانت المقاومة اللغوية تقف في الجبهات مثلما تقف المقاومة العسكرية، فهذا عبد الحميد بن باديس يرفع شعاره التاريخي في مواجهة الاستعمار وهو «الإسلام ديننا والعربية لغتنا والجزائر وطننا» (2)، فيقرن القومية بالدين وبالقطرية في الدعوة إلى التحرر والاستقلال.

(1) د. عصمت سويدان، م. س.

(2) عبد العالي الودغيري، الفرنكفونية والسياسة اللغوية والتعليمية: ص 1، 1993.

وكان هدف المخطط الاستعماري هو القضاء على العربية، فهذا ليوطي يقول في شأن اللغة: «من الناحية اللغوية علينا أن نعمل على الانتقال مباشرة من البربرية إلى الفرنسية. . . فليس علينا أن نعلم العربية للسكان الذين امتنعوا دائماً عن تعلمها، إن العربية عامل من عوامل نشر الإسلام، لأن هذه اللغة يتم تعلمها بواسطة القرآن، بينما تقضي مصلحتنا أن نظور البربر خارج إطار الإسلام».<sup>(1)</sup>

وإذا كان هدف السلطات الاستعمارية هو إلحاق مستعمراتها لغويًا - أي فَرْنَسَة المحميات الفرنسية، فهو يتخذ لذلك طريقًا يجنبه الخسائر، فيفصل بين العربية واللهجات المحلية وكذا العاميات؛ فتم الفصل في شمال إفريقيا بين العنصر العربي والعنصر البربري<sup>(2)</sup>، ومن ثم تفكيك عرى المجتمع ليفسح المجال أمام سياسة المستعمر ويسهل عليه الانقضاض على الخصم. وبعد الاستقلال تم التخطيط لما يسمى بالتعدد اللغوي في البلدان العربية، والذي كانت معالجته إلى حدود منتصف القرن الماضي من باب العفوية، تحكمها العادة والعرف والاعتباطية. فأصبحت معالجة الملف اللغوي من بين ملفات الشأن العام التي يفصل فيها السياسي قبل العالم، وحتى اللغوي الذي يتصدى للملف إنما يكون يهدف التموّج السياسي على حساب هذا الملف، فكانت الحلول غالبًا ما تكون تعسفية.

ولقد تعايشت اللغة العربية مع العاميات واللهجات المحلية في غالبية البلدان العربية، كالكرديّة في العراق، والأمازيغية في المغرب العربي، وهذا لا يتهدد اللغة العربية لأن هذه الثنائية - ما لم تأخذ طابعًا سياسيًا عرقيًا - فهي متكامل وظيفيًا مع الفصحى ولا تدخل معها في تنافس مصيري.

لكن الخطر الذي يتهدد العربية هو الازدواجية التي تعيشها مع اللغات الأجنبية سواء الفرنسية أو الإنجليزية، حيث ينظر للغات الأجنبية على أنها لغات التقدم والرقي الثقافي والعلمي، فتكون النتائج سلبية على هوية المتعلم وملكته وطاقاته التعبيرية.<sup>(3)</sup> هذا، مع أن اللسان العربي يعتبر أول لسان يعمر طويلاً، حوالي سبعة عشر قرنًا، محتفظًا بكل مقوماته وبنائه الداخلي، وهذا عامل قوة للعرب لمراكمة المعلومات، لأن الخروج من لسان إلى لسان كسقوط الأنظمة والدول يدعو إلى البدء من جديد في سلم الحضارة.

إن اللغة العربية قد ارتبطت في تطورها وتقدمها ولحظات قوتها بالعقيدة والدين الإسلامي، فهي لغة القرآن والسنة، ولذلك ارتبط رصيدها الثقافي والفكري أو معظمه بهذه الأصول وما يتفرع عنها، ومن هنا اكتسبت اللغة العربية عند الخاصة والعامه صبغة القداسة والتوقير.

ولكن اللغة العربية كسائر اللغات كائن اجتماعي حي تسري عليه سنن التطور والتجديد ويتوقف عليها بقاؤه، وقد تبين لعلماء اللغة في صدر الإسلام هذه الطبيعة النسبية للغة في مقابل إطلاقية النص القرآني، فلم يترددوا في إصلاح اللغة العربية وتطويرها بما أقدموا عليه من تأصيل قواعد النحو والصرف والإعراب، ووضع أنظمة الخط كتطوير الخط والشكل والتنقيط والمد والوصل والإمالة، وصناعة المعاجم والرسائل الموضوعاتية من غير أن ينكر عليهم أحد هذا الصنيع<sup>(4)</sup>.

(1) جون جوزيف، اللغة والهوية، ترجمة عبد النور خراقي، عالم المعرفة، عدد 342، سنة 2007.

(2) الحسن مادي، السياسة التعليمية بالمغرب ورهانات المستقبل، منشورات مجلة علوم التربية، - 4 ط 1، 1999.

(3) حلّيم بركات، المجتمع العربي المعاصر، بحث استطلاعي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 2، 1985.

(4) أحمد ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، دار الكتب العلمية، ط 1، 1999.

واليوم، تعيش اللغة العربية، في الجزائر، ثنائية لغوية مزدوجة- إن صح التعبير. أولاها مع اللغة الفرنسية، يكاد يفرضها، من بين عوامل أخرى، انتهاج الدولة سياسة الدخول إلى عالم الاقتصاد الرقمي- العولمي؛ مما جعلها أمام تحديات كبيرة، بعضها يقع في دائرة الجاهزية الإلكترونية وتوفير بنية تحتية معلوماتية محكمة؛ والبعض يتعلق بتعميق قدرة المواطن على استخدام مفردات خطاب التجارة الرقمية التقنية واللغوية؛ لكي ينجح في عملية التواصل مع الزبائن والشركات الرقمية المجهزة على حد سواء. وإذا عمدنا إلى تطبيق نموذج Cachou للدوائر المركزية التي تصف مستويات انتشار اللغة الفرنسية على المستوى المجتمعي، سنجد أن الأقطار المغربية، ومن بينها الجزائر، تقع ضمن نطاق بلدان الدائرة المنبسطة Expanding Circle Countries بسبب استخدامهم لهذه اللغة كلغة ثانية<sup>(1)</sup>.

أما إذا تناولنا الأقطار الخليج المغربية في ظل السعي الدؤوب للحاق بركب مجتمع المعلومات، فإن هذه الأقطار ستقع لا محالة ضمن الدائرة الخارجية؛ نتيجة تغلغل استخدام هذه اللغة بوصفها أداة الاتصال الحيوية المستخدمة في تسيير جل النشاطات العلمية، والصناعية، والاقتصادية.

وبصورة عامة يشيع اعتماد أربعة مستويات وظيفية لاستخدام اللغة الفرنسية وتوظيفها على مستوى المجتمع:

المستوى الأول: وظيفة تنظيمية تشمل استخدامها ضمن البيئات الحكومية، والقانونية، والإدارية.

المستوى الثاني: وظيفة مساعدة تشمل استخداماتها في المؤسسات التعليمية العامة والخاصة لكونها اللغة الأم- إلى جانب الإنجليزية- للخطاب العلمي المعاصر بجميع تجلياته.

المستوى الثالث: وظيفية شخصية عندما يميل المرء إلى استخدامها في نطاق نشاطاته العائلية، أو مجاميع العمل التي ينتمي إليها.

المستوى الرابع: وظيفة ابتكارية يلجأ إليها لتعميق قدراته الإبداعية اللغوية والأدبية.

عموماً فإن السمة الغالبة لاستخدام اللغة الفرنسية، خلال العقد الماضي، كانت متركزة في دائرة المستوى الثاني بوصفها أداة تساعد في نقل المعرفة إلى مكونات المجتمع، وتذلل عقبات اتصاله مع الموارد المنتشرة بكثافة في البلدان الناطقة باللغة الفرنسية، مع وجود استخدامات محدودة في النشاطات الأخرى.

إن سيادة خطاب الإنترنت في الألفية الجديدة، وبروز الحاجة إلى مخاطبة الآخرين عبر أدوات الاتصال، واتساع تأثير المجتمع العولمي والاقتصاد الرقمي الذي بات يحتم الخطاب اللغوي بلغة غير اللغة الأم، وبكثافة تجاوزت النسب التقليدية ضمن أنماط التجارة التقليدية السائدة في هذه الأقطار، قد ساعد في تغيير خارطة أهمية اللغة الفرنسية في هذه المجتمعات، إذ راوحت مكانتها ضمن المستويات الثلاث الأولى، وظلت تنافس اللغة الأم في كثير من النشاطات ذات الصلة بالتجارة الرقمية، والنشاطات ذات الصلة المباشرة بالاتصال مع المجتمع العولمي المنفتح بصورة شبه كلية على مجتمعاتنا المعاصرة.

---

TECHNOLOGICAL AND PEDAGOGICAL ،<sup>(1)</sup> Khalid Al-Seghayer  
،CONSIDERATIONS FOR A MORE EFFECTIVE ELECTRONIC GLOSSARY  
April 2003 ،Vol. 3. No. 1 ،The Reading Matrix

حملت ظاهرة التعدد اللغوي هذه تأثيراً ملموساً على المجتمع الجزائري، الذي تسوده أصلاً ثنائية لغوية- العربية والأمازيغية- بلهجات مختلفة. وكان هذا التأثير محدوداً إلى أن عمّقه الاستعمار، ثم تعمقت العلاقات الاقتصادية والثقافية التي تربط نسيج المجتمعات الإنسانية، فتوجه المجتمع الجزائري المعاصر، وخاصة النخبة الفرانكوفونية، إلى تعميق قدراته على توظيف لغة غير لغته الأم، بدعوى ضمان ديمومة الاتصال مع بقية المجتمعات، والتمتع بميزة تنافسية في ميادين التجارة والأعمال، والثقافة، والتعليم. ولقد قلّص تيار العولمة، وسيادة شبكة الإنترنت، والخدمات الرقمية من حدود العالم الجغرافية، وصهر الحدود السياسية، والهويات الوطنية في بوتقة جديدة أنتجت المجتمع الرقمي المفتوح، الذي لا تسري على كيانه المحددات الإقليمية، أو التضاريس الجغرافية التي طالما ساعدت في الحفاظ على الهوية الحضارية لبلدان الأرض تجاه التأثيرات الجارفة للحضارة القادمة من شمالها. فأصبحت مسألة التعدد اللغوي سمة جوهرية لا تنفك عنها الكيانات القائمة في المنظومات الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، بمجتمعاتنا المعاصرة، فأضحت بحاجة إلى معالجة تنبع عن سياسة وطنية متبصرة، قبل أن ينظر إليها بمنظور اقتصادي صرف.

وبعض النظر عن تغلغل اللغة الفرنسية في المجتمع الجزائري وخاصة النخبة الفرانكوفونية، بفعل طول أمد الاستعمار وسياساته التغريبية، فلعل من أهم العوامل الأخرى التي دفعت بمسألة التعدد اللغوي إلى قائمة الأولويات بوقتنا الراهن هي:

- سيادة الخطاب المعرفي الغربي بوصفه المهيمن (هيمنة شبه مطلقة) على جل موارد المعرفة الكونية المعاصرة في حقول التقنية، والتجارة والأعمال، والثقافة، وغيرها. . .
- اضمحلال تأثير الحدود السياسية أمام النشاطات الاقتصادية في المجتمع العولمي المفتوح، ووجود حاجة ماسة إلى مخاطبة الغير بلسان مشترك لتسيير عربة التبادل التجاري بجميع مستوياته.
- انتشار استخدام الخدمات المعلوماتية في جل النشاطات السائدة بالمجتمع، وافتقار هذه الخدمات إلى لغة سليمة لضمان التواصل الصحيح مع الآخر.
- هجرة عدد كبير من الموارد البشرية الماهرة إلى فرنسا ودول الغرب.
- الرغبة في الحصول على التقنيات الحديثة وتوظيفها داخل كيانات المجتمع بمختلف القطاعات: الاقتصادية، والإدارية، والثقافية، والعلمية قبل أن تتوفر فرصة كافية للخطاب العربي أن يحوّل مفرداتها الغربية إلى كلم عربي يمكن التعامل معه على أرض الواقع. آنذاك ليس هناك خيار سوى إقصاء الخطاب العربي مقابل تكثيف الاعتماد على الخطاب الغربي لضمان امتلاك القدرة على التعامل مع التقنيات الجديدة الواردة.

أما أبرز العوامل التي عملت على تكريس الازدواجية اللغوية في الجزائر المستقلة، فمن بينها:

**أولاً: العامل التاريخي:** و يتجلى لنا دور العامل التاريخي في تكريس الازدواجية اللغوية في جزائر ما بعد الاستقلال فيما يلي:

1. الاحتلال بأشكاله وأساليبه المختلفة: و يتمثل لنا ذلك في تلك الطرائق و الأساليب الجهنمية التي يتعامل بها الاحتلال، أينما وجد، وحيثما حل، إذ أول ما يقوم به المحتل هو ضرب لغة الدولة الميختلة، لأنه يعرف من أين تأكل الكنف، يعرف جيداً أن اللغة عامل توحيد و تفريق في آن واحد، لهذا نراه يركز بإتقان فرض لغته قولاً و فعلاً. فأما القول فيتجلى في تلك الدعوات التي تتعالى هنا وهناك، على ألسنة المستشرقين وأتباعهم الحاقدين على اللغة العربية، كما هو الحال في مصر، وسورية ولبنان. . . والتي تحذر من مخاطر التعامل باللغة العربية باعتبارها سبب تخلف الشعوب التي تتكلم بها. وأما الفعل، فيتجسد في الميدان عن طريق فرض لغة المستعمر بالقوة على الأهالي والسكان الأصليين، وتضييق الخناق على لغتهم الأصلية، كما حدث في الجزائر وغيره من

الدول المغاربية المجاورة، فالاستعمار يدرك إدراكا جيدا أنه: "ما ذلّت لغة شعبيّ إلاّ ذلّ، ولا انحطّت إلاّ كان أمره في ذهابٍ وإدبارٍ، ومن هذا يفرض الأجنبيّ المستعمر لغته فرضاً على الأمة المستعمرة، ويركبهم بها، ويُشعرهم عظمتها فيها، ويستلجِحهم من ناحيتها، فيحكم عليهم أحكاماً ثلاثاً في عملٍ واحدٍ: أمّا الأول فحبس لغتهم في لغته سجنًا مؤبّداً، وأمّا الثاني فالحكم على ماضيهم بالقتل محوًا ونسيانًا، وأمّا الثالث فتقييد مستقبلهم في الأغلال التي يصنعها، فأمرهم من بعدها لأمره تبع" (1).

وكانت فرنسا تعتقد واهمة إحقاق الجزائر بفرنسا الكبرى، حيث كانت تصفعا صمتها بباريس الصغرى ولم يخطر ببال الفرنسيين أن يأتي يوم يضطرون فيه لمغادرة الجزائر "الفرنسية"، لذا فقد حاربت اللغة العربية وحاولت فرنسة الأرض والشعب، كما أجبرت الجزائريين تعلم الفرنسية، ومنعت تدريس العربية حتى في المساجد، بل وحولت الصراع بين العربية والفرنسية إلى تناحر بين العربية والأمازيغية وبين الفصحى والعامية. لأن فرنسا كانت تعتبر بلدنا الجزائر في تلك الحقبة الاستعمارية، جزءا لا يتجزأ من ترابها. وهذا يعني في عبارة مختصرة أن التعليم في الجزائر كان لا يخالف، أو لا يكاد، التعليم في فرنسا، نفس البرنامج، ونفس الإطار، ونفس الهدف. و إذا كان هناك فرق فإنما في كون الطفل الفرنسي كان حرا في تكوينه واختياراته وعواطفه في حين أن الطفل الجزائري كان لا يملك هذه الحرية لا قليلا ولا كثيرا، فقد كان مفروضا عليه أن يتعلم الفرنسية كلغة وطنية، و ممنوعا عليه أن يحاول تعلم العربية لسبب واحد و هو أنها لغة أجنبية في الجزائر، بل هي أقل من اللغات الأجنبية الأخرى كالإنجليزية والإسبانية والإيطالية والألمانية. (2)

فإذا كان الاحتلال في الماضي القريب يسمح للمستعمر برسم سياستنا التعليمية. فإن اليوم ما يسمى بالمعونات الاقتصادية واتفاقيات الشراكة يعطي للمستعمر الجديد الفرصة نفسها. والكلام عن معونات غير مشروطة كلام تنقصه الأمانة والوطنية معا، فلقد "كانت اللغة وما زالت هدفا من أهداف سياسة الاستعمار الإدماجي" (3).

**2. الدعوة إلى التخلي عن اللغة العربية الفصحى، و استبدالها بلهجة أو لغة أخرى أكثر سهولة، وتناسبا مع متطلبات العصر.**  
فلقد تفنن المحتل . في مشارق الأرض ومغاربها. في إقناع بعض العرب بالتخلي عن اللغة العربية الفصحى، متخذا في ذلك طرائق وأساليب جهنمية شتى، مبطنة بكلام معسول، يصوره على أنه المهدي المنتظر، الذي جاء رحمة للعرب كافة، لتخليصهم من جهلهم و تخلفهم وسباتهم العميق، وليأخذ بيدهم إلى بر الأمان، بر الرفاهية والازدهار، فهللت " الأصوات تتعالى بالهجوم على الفصحى والترويج للهجات المحلية، باتهام اللغة العربية أنها عسيرة معقدة، وقواعدها و ضوابطها كثيرة مشتتة، يتعذر استيعابها والانقياد لها في حياتهم اللغوية، إن أرادوا الإبداع والانطلاق في التعبير علما وأدبا وثقافة" (4). ومن بين هذه الصيحات و الدعوات التي تتعالى هنا و هناك، والتي تتهم اللغة العربية الفصحى بالجمود والقصور على الالتحاق بركب الحضارة، والتي تدعو بملء فيها إلى التخلي عنها، نذكر:

(1) مصطفى صادق الرافعي، وحي القلم، المكتبة العصرية، القاهرة، 2002، 33/3-34

(2) محمد مصاييف، في الثورة و التعريب، ط2، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1981م.

(3) محمود عبد المولى، مقالات و أبحاث، تونس، 1982م: ص 69

(4) فخر الدين قباوة، المهارات اللغوية و عروبة اللسان. البحوث و دراسات في علوم اللغة و الأدب. ط1 دار الفكر، دمشق، سورية،

أ . الدعوة إلى التخلي عن حركات الإعراب: وتتجلى في بعض الأصوات المأجورة التي تدعو بين الفينة والأخرى إلى إلغاء الإعراب من اللغة العربية كلية، باعتباره يطبعها . في نظرهم . بالصعوبة والتعقيد، والاستعاضة عنه بتسكين أواخر الكلمات بدعوى الإصلاح والتيسير . مثلها في ذلك مثل اللغات الحية قبلها. " و لكي لا ينخدع شبابنا المثقف بهذه الأكاذوبة الخداعة، أحب أن ألفت نظرهم إلى أن هذا الإعراب المعقد، لا تنفرد به العربية الفصحى وحدها، بل هناك لغات كثيرة، لا تزال تحيا بيننا، و فيها من ظواهر الإعراب المعقد ما يفوق إعراب العربية بكثير، كاللغة الألمانية مثلا. . . " (1). كما أن اللغة العربية قد اعتمد على الإعراب باعتباره أرقى ما وصلت إليه اللغات في الوضوح والإبانة، وذلك لأن اللغة العربية تتوخى الإيضاح والإفصاح وإزالة الغموض واللبس، إذ أن " الإعراب إحدى وسائلها لتحقيق هذه الغاية. . . والإفصاح عن صلات الكلمات العربية بعضها ببعض، وعن نظم تكوين الجمل بالحالات المختلفة لها". (2)

ب . الدعوة إلى العامية على حساب اللغة العربية الفصحى: لقد اتهمت اللغة العربية الفصحى في الداخل والخارج . زورا وبهتانا. بالقصور والعجز، والصعوبة والتعقيد، وتعالق صيحات هنا وهناك من أفواه وأقلام عربية وغير عربية، تدعو إلى التخلي عن العربية الفصحى وإحلال العامية محلها، ف " اتهموها وما زالوا يتهمونها بالصعوبة والتعقيد، وأخذوا يشككون أهلها في قدرة لغاتهم على مجازة العصر، والاتساع للتعبير عن مستحدثات الحضارة، وبذلوا جهودهم في إحلال العامية محلها، بدعوى جمود الفصحى، و انتمائها إلى عصور بادت و انقرضت، و عدم صلاحيتها للحياة وسط هذا الخضمّ الهائل، من النظريات الفلسفية والاجتماعية والسياسية التي يموج بها القرن العشرون " (3). مما رسخ في بعض أذهان رجال الفكر العرب اعتقادا، أن العربية عاجزة عن التعبير عن العلوم الحديثة، وتطور هذا الاعتقاد عند بعض أذئاب المستعمر، من ذوي الأقلام المأجورة إلى حد الدعوة العلنية إلى التخلي عنها بدعوى أنها سبب تخلفنا العلمي والقومي والحضاري. (4)

ولقد بدأت الدعوة إلى العامية سنة 1880م عندما نشر المستشرق الألماني (ولهم سبيتا 1818) (Wilhelm Spita). (1883م) الذي كان مدير دار الكتب المصرية، كتابه المسمى (قواعد اللغة العامية في مصر). وقد رأى سبيتا في كتابه هذا أن العربية الفصحى لغة صعبة، تقعد بالأمة العربية عن التطور والتقدم الحضاري، وطالب بأن تكون العامية لغة التعليم، وبخاصة للمبتدئين. وانتقد ما سماه ( طريقة الكتابة العقيمة بحروف لهجاء المعقدة ) وحاول طمأنة جمهور المسلمين بأن لغة الصلاة والعبادات الدينية ستظل كما هي في كل مكان.

وفي سنة 1881م دعا يعقوب صروف ( 1852 . 1927م ) صاحب مجلة "المقتطف " إلى استبدال العامية بالفصحى، في كتابة العلوم، مدعيا أن الاختلاف بين لغة النطق ولغة الكتابة هو علة تأخرنا. ودعا رجال الفكر إلى بحث هذا الاقتراح و

(1) رمضان عبد التواب، بحوث و مقالات في اللغة، ط2، مكتبة الخانجي بالقاهرة، 1988م: ص 266

(2) محمد محمد الباكيرو البرازي، فقه اللغة العربية، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان، الأردن: ص 26

(3) رمضان عبد التواب، م. س: ص 265

(4) اتهم سلامة موسى اللغة العربية الفصحى بمسؤوليتها عن التخلف و الجنون و الإجماع في مجتمعنا. انظر: سلامة موسى، البلاغة العصرية و

اللغة العربية: ص 55 . 64



مناقشته<sup>(1)</sup>. وفي سنة 1980م، نشر المستشرق الألماني فولرز (1857) (K. Vollers) كتابه (اللغة العامية الحديثة في مصر) مؤكداً فيه أفكار سبيتا السابقة

وفي سنة 1893م، ألقى مهندس الري الإنجليزي (وليام ولكوكس 1852) (William Willcocks. 1932م)، محاضرة في نادي الأزبكية، في مصر، بعنوان "لم توجد قوة الاختراع لدى المصريين الآن"، خلاصتها أن سبب عدم وجود هذه القوة هو استخدام المصريين اللغة العربية الفصحى في الكتابة والقراءة. و دعا إلى نبذ هذه اللغة لصعوبتها، و ذهب إلى القول بأن ما يعيق المصريين عن الاختراع هو كتابتهم بالفصحى. . . وأعلن في آخر المحاضرة عن مسابقة للخطابة بالعامية، ومن تكون خطبته جيدة ناجحة فله أربع جنيهات، كان ذلك عام 1893. ومن العجب أن (وللكوكس) هذا كان يصدرُ مجلة اسمها: (الأزهر)، وكان يدعو إلى العامية من خلالها<sup>(2)</sup> وغيرهم من العرب أذئاب أولئك المستشرقين الحاقدين على اللغة العربية، أمثال: فخري البارودي الذي تولّى في دمشق إصدار صحيفة أسبوعية باللحجة العامية، وكسعيد عقل في لبنان، وآخرون من خريجي الجامعة الأمريكية ببيروت.

ونزد على هذه الصيحات والدعوات، قائلين لهم، أية عامية تقصدون؟ فالعامية عاميات، واللحجة لهجات، ف " اللغة العامية تختلف باختلاف الشعوب، وتختلف في الشعب الواحد باختلاف مناطقه، فعامية العراق لا يكاد يفهمها المصريون والمغاربة. . . وفي البلد الواحد تختلف اللهجات العامية باختلاف طوائف الناس، وباختلاف المناطق. . ." <sup>(3)</sup>. فهل من السهل على المغربي، أو اللبناني، أن يفهم العامية العراقية، أو يكتب بها، إذا اعتمداها فصحى جديدة بدلا من العربية الفصحى<sup>(4)</sup>. هذا بالإضافة إلى أن اللغة العامية مهما بلغت من الرقي، تظل لغة فقيرة في مفرداتها، لا يشتمل متنها على أكثر من الكلمات الضرورية للحديث العادي. <sup>(5)</sup>

ونقول لهؤلاء الحاقدين على اللغة العربية، الذين يتهمونها بالعجز و القصور . مستشرقين وعرب . أن التاريخ لم يسجل لنا أن هناك لغة عاجزة، وإن العجز . إن وجد . يعود في المقام الأول إلى أهل هذه اللغة، ولهذا عوض أن توجه هذه التهم إلى اللغة، توجه إلى أهلها والناطقين بها، فاللغة العربية كانت وما زالت قادرة على مواكبة ركب الحضارة والتقدم، إذ من يتصفح تاريخها بكل موضوعية يجدها قد استطاعت " أن تكون أداة لكل ما نقل من علوم الفرس والهند واليونان وغيرهم. وفي نحو ثمانين سنة من بدء العهد العباسي، كانت خلاصة كل هذه الثقافات مدونة بالعربية. . ." <sup>(6)</sup>. " واللغة العربية التي صمدت دهورا بمواجهة محاولات الغزو الثقافي، واستطاعت أن تكون حاضنة للفكر العربي، والحضارة العربية، كأرقى ما يكون الاحتضان، لم تكن، في يوم من الأيام، جامدة ولا متحجرة. وإنما استطاعت أن تتطور، بيسر وسلاسة، في مفرداتها ومعانيها، وتراكيبها، وأساليبها، وأن تكون

<sup>(1)</sup>مجلة المقتطف، اللغة العربية و النجاح، القاهرة، تشرين الثاني، 1981م: ص 352. 354

<sup>(2)</sup>د. محمد الكتاني، الصراع بين القديم والجديد في الأدب الغربي، دار الثقافة، الدار البيضاء، 1982، ج2، 761. وإسماعيل الكيلاني،

لماذا يزيغون التاريخ ويعبثون بالحقائق؟ دار الغرب الإسلامي، بيروت، 2015م: ص 317.

<sup>(3)</sup>علي عبد الواحد وافي، فقه اللغة، ط11، دار نضضة مصر للطبع و النشر، القاهرة، 1988م ص 158

<sup>(4)</sup>محمد أسعد النادري، فقه اللغة مناهله و مسائله، ط1 المكتبة العصرية: ص يدا، بيروت، لبنان، 1425هـ/ 2005م: ص 356

<sup>(5)</sup>انظر: علي عبد الواحد وافي، م. س: ص 157

<sup>(6)</sup>أحمد أمين، ضحى الإسلام، مكتبة النهضة المصرية، 1933، ج1/ ص 291



معينا ثرا، يغرف منه حتى المتحدثون بالعامية في شؤوهم العادية، من المثقفين، عندما تخذلهم العامية في التعبير عن الأفكار والحقائق (1) ."

**ج . الدعوة إلى استبدال الحرف العربي بالحرف اللاتيني:** فلم يتوقف الأمر بالحاقدين على اللغة العربية عند حد مناداتهم بالتخلي عن الفصحى وإعرابها، لكونهما . في زعمهم . من أسباب صعوبتها، وتخلف أهلها عن الركب الحضاري، بل ذهب بهم الأمر إلى حد الدعوة إلى التخلي عن الكتابة بالحرف العربي، واستبداله باللاتيني، ف "حتى خطها، الذي شرق و غرب واستحسنته أمم غير عربية، فكتبت به لغاتها، لم يسلم هو أيضا من الطعن فيه، والدعاء بأنه هو سبب تأخر العرب، وبذل الجهود في محاولة تنحيته عن الساحة، وأن يستبدل به الخط اللاتيني، حتى إذا ضاعت اللغة، وضاع الخط العربي، فقد تخدمت أقوى قلاع هذا الشرع الشريف" (2). وإن الدعوة إلى الكتابة بالحرف اللاتيني، قديمة نسبيا تعود إلى حوالي سنة 1880م، عندما اقترح ( ولهم سبيتا Wilhelm Spitta) الذي كان مديرا لدار الكتب المصرية آنذاك، كتابة العامية التي يدعو إليها بالحرف اللاتيني. وسار على نهجه . فيما بعد . كل من المستشرق الألماني( كارل فولرز(K. Vollers، سنة 890، الذي كان هو أيضا مديرا لدار الكتب المصرية آنذاك، والقاضي الإنجليزي في مصر ( سلدن ولمور (Seldon Wilmore سنة 1901م. ومن المتحمسين العرب إلى تجسيد هذه الدعوة على أرض الواقع، نذكر: عبد العزيز فهمي، الذي اقترح سنة 1943م على مجمع اللغة العربية في القاهرة، استخدام الحرف اللاتيني بدلا من الحرف العربي، متمثلا بما فعله مصطفى كمال في تركيا. (3)

فبالإضافة إلى الأضرار الجسيمة التي تلحق هذه الدعوة باللغة العربية وأهلها، كمسح كل الإنجازات البشرية المسجلة باللغة العربية، محو الذاكرة العربية والقضاء على فنون الخط العربي التي بلغت عبر القرون غاية الكمال الفني. . . وغيرها من الأخطار التي ترتبص بالأمة العربية كلها جراء هذه الصيحات والدعوات، نقول: إذا كتبنا لغتنا بالحروف اللاتينية فإننا لن نصير أوروبيين، كما أننا لن نبقى عربا. سنصبح كالغراب المطلي بالبياض، أو كالغراب الذي أراد أن يقلد في مشيته مشية الحمامة، فعيجز عن ذلك، وفي الوقت نفسه اختلط عليه الأمر، وفقد مشيته الأولى، وأصبح ينط نطا.

إن الحرف اللاتيني الذي دعا إليه المسترقون وأذناهم من العرب، وأصروا على إحلاله محل الحرف العربي، فيه من العيوب ما جعله سخرية عند الناطقين به، إذ أن " ما تعانیه اللغتان الفرنسية والإنجليزية، مثلا، من جرائه قد يفوق ما في غيرهما، حتى إن بعض لغويهم قد عد مشكلة الرسم عند الناطقين بهاتين اللغتين كارثة وطنية" (4).

فمن خصائص اللغات الأجنبية كالفرنسية والإنجليزية فيها من الحروف التي تكتب في الكلمة دون النطق بها مثل ( gh ) في كلمة ( light )، و(write)، و أن في معظم اللغات التي تكتب بالحروف اللاتينية كلمات تلفظ فيها أصوات دون أن تكون مكتوبة، أو كلمات فيها أحرف بينما تنطق بأصوات لا تدل عليها من قريب و لا من بعيد، مثل كلمة (Rough) تلفظ رف، مع أنه ليس فيها ما يرمز لصوت الفاء ) هذا بالإضافة إلى أن كثيرا من الحروف الأجنبية ( اللاتينية) لها قيم مختلفة، فمثلا حرف

(1) محمد أسعد النادري، م. س: ص 357

(2) رمضان عبد التواب، م. س: ص 165

(3) انظر: إميل بديع يعقوب، م. س: ص 244، 245

(4) عصام نور الدين، علم وظائف الأصوات اللغوية . الفونولوجيا . ط1، دار الفكر اللبناني، بيروت، لبنان، 1992م: ص 134

(C) ينطق سينا مرة كما في كلمة ( cerise ) و كفا مرة أخرى مثل ( . . .chicago . إلخ<sup>(1)</sup> . و هذا ما يجعلها أكثر صعوبة من اللغة العربية في التعلم، لعدم احتوائها مثل هذه الحروف التي تكتب و لا تلفظ إلا في ألفاظ قليلة، و هذا ما جعل الفيلسوف الإنجليزي برنارد شو يسخر من اللغة الإنجليزية لكونها اتخذت الحرف اللاتيني المبهم ربما لها، و " إن سخرية برناردو شو هذه تشير إلى المسألة التي يعاني منها الناطقون باللغة الإنجليزية، فهذه اللغة لا تعتمد مثلها في ذلك اللغة الفرنسية في مواضع كثيرة . حرفا واحدا للصوت الواحد، كما أنها لا تعتمد صوتا للحرف الواحد. بل قد ترمز للصوت الواحد بأكثر من حرف واحد " .<sup>(2)</sup> و لقد أتى الرد على هؤلاء المستشرقين و من حذا حذوهم من أتباعهم العرب الحاقدين على الحرف العربي، على لسان بعض المستشرقين، الذين يعالجون الأمور بكل روية و اعتدال و موضوعية، مثل ما جاء على لسان المستشرق ( شارل بيلا ) الذي اشتغل أستاذا بجامعة السوربون الفرنسية عندما قال: " إن مثل هذا المشروع مكتوب عليه الفشل لأن العربية غير التركية، و أيقنت أن الحرف العربي سيدوم إلى أن يرث الله الأرض و من عليها " .<sup>(3)</sup>

ثانيا . العامل السياسي: و يتجلى لنا بوضوح فيما يلي:

1. غياب الإرادة السياسية الشاملة: فإذا كانت الازدواجية اللغوية في السنوات الأولى لاستقلال الجزائر ضرورة حتمية، لا مفر منها، لغياب الوسائل الضرورية، المادية منها و البشرية، و لوجود اتفاقيات تكفل لها حق الاستمرار في جزائر ما بعد الاستقلال لأجل مسمى، كما هو الحال مع " اتفاقيات إيفيان "<sup>(4)</sup>، فإن الازدواجية في جزائر اليوم، جزائر العزة و الكرامة أصبحت اختيارا، و لكنه اختيار مفروض بطريقة و أخرى، يلجأ إليه الفرد الجزائري مرغما أخوك لا بطل و "إن الازدواجية الخطرة هي التي نفرضها، لا حسب الإمكانيات التي تتوفر عليه من المدرسين أو الكتب، بل التي نفرضها كمبدأ، و ننتقل إليها من مسلمة نفسية لا علمية" .<sup>(5)</sup>

لقد تراوحت نظرة الدوائر الرسمية التي تداولت على السلطة في جزائر ما بعد الاستقلال تجاه هذه القضية الحساسة، وأعني بها (الازدواجية اللغوية) بين المرونة واللين حيناً، والتشدد والتصلب أحيانا أخرى، حسب مذاهب الحكام الذين تداولوا على السلطة ومشاربهم الإيديولوجية. فرفعت الشعارات، وعينت الهيئات، وسنت القوانين والمواثيق والدساتير، التي تمجد التعريب، وتعطي اللغة العربية المكانة التي تليق بها، ولكن كل هذا لا يحقق الهدف المنشود إذا لم تتوفر للسلطات السياسية الحاكمة، نية صادقة، وإرادة فولاذية، تسهر بجد وحزم، على جعل اللغة العربية لغة رسمية يتعامل بها بين مختلف شرائح المجتمع الجزائري، وتوظيفها توظيفا سليما في مختلف المؤتمرات والمحافل الوطنية والدولية المختلفة، وتجسيد ذلك في الميدان تطبيقا وممارسة، لا قولاً وتنظيراً. وحتى وإن توافرت

<sup>(1)</sup> انظر: سميح أبو مغلي، في فقه اللغة و قضايا العربية، ط1 . دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 1987م: ص 62- 63 . و

عصام نور الدين، م. س: ص 134- 135

<sup>(2)</sup> عصام نور الدين، م. س: ص 135

<sup>(3)</sup> عفيف بھنسي، الحرف العربي و جولاته في العالم، مجلة اللسان العربي: ص 77

<sup>(4)</sup> هذه الاتفاقية تكرس الإبقاء على مجموعة كبيرة من مدرء المدارس كانوا فرنسيي الجنسية أو المتمتعين بازدواجيتها، و من ثم، فإنهم كانوا لا يدخرون جهدا في عرقلة كل المساعي الرامية من قريب أو بعيد إلى زحزحة اللغة الفرنسية.

<sup>(5)</sup> عبد الله شريط، نظرية حول سياسة التعليم والتعريب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984م: ص 62

النية الصادقة عند البعض منهم، إلا أنها سرعان ما تختفي، لكونها لم تجد الدعم الكافي الذي يجعلها تتجسد في الميدان، بل على عكس ذلك، تجد صدا من طرف بعض القوى الفاعلة في البلاد، التي تعمل بكل ما أوتيت من قوة لوأدها في المهده، خوفا وطمعا. ف" الموائيق وحدها لا تكفي، وإن البرامج النظرية مهما كانت سعتها ودقتها ومهما بلغت من الكمال والشمولية لا يمكن أن تتمخض عن نتائج إيجابية ما لم تكن هناك الوسائل البشرية والمادية الضرورية لإنجازها في جميع المراحل، ورغم كل المعوقات والعراقيل".<sup>(1)</sup>

ومن بين الدروس والعبر التي تلقاها بعض الجزائريين المشرفين على عقد المؤتمرات، وتوقيع الاتفاقيات الدولية المختلفة، والتي أوقعتهم في حيص بيص، نذكر على سبيل المثال لا الحصر: تلك الحادثة التي تناقلتها معظم الجرائد والصحف الوطنية والتي مفادها: " أن أحد المتدخلين الإيطاليين في مؤتمر دولي عقد في الجزائر، وأثناء إلقائه لمداخلته باللغة الإيطالية . لكونه يجب لغته ويقدها . لاحظ أن المترجم يترجم مداخلته إلى اللغة الفرنسية، حينئذ توقف عن إلقاء محاضرتة وطالب المشرفين على تنظيم ذلك المؤتمر ترجمة مداخلته إلى اللغة العربية باعتبارها اللغة الرسمية في الجزائر المستقلة " مما أحدث إحراجا للمشرفين على تنظيم هذا الملتقى.

من ذلك أيضا ما حدث لبعض الأطراف الجزائرية الفاعلة، بسبب تفضيلهم اللغة الفرنسية عن العربية في عقد الاتفاقيات و إبرام العقود، مثل ما حدث مع وفد ألماني رفيع المستوى امتنع أن يوقع على اتفاقية مع أحد الأطراف الجزائرية لصياغتها باللغة الفرنسية و اشترط هذا الوفد لكي يتم ذلك أن تعاد صياغتها باللغة العربية، فكان لهم ما أرادوا. و السيناريو نفسه نراه يتكرر مع وفد برلماني موريتاني عندما رفض رفضا قاطعا أن يوقع اتفاقية مكتوبة باللغة الفرنسية مع شركة (سوناطراك) الجزائرية يقضي بموجبه استغلال هذه الأخيرة حقول نفط موريتانية إلا بعد أن رضخت هذه الشركة للأمر الواقع و أعادت صياغتها باللغة العربية اللغة الرسمية للجزائر المستقلة.

**2. وجود الفرانكوفونية التغريبية:** التي تتمثل في وجود بعض الدوائر الجزائرية الرسمية القوية، و التي وظفت كل جهودها لعرقلة تطبيق قوانين تعريب العمل بالدوائر الرسمية، بدلا من لغة المستعمر السابق، فقد صدر قانون تعميم استخدام اللغة العربية يوم 5-7-1998 بتوقيع الرئيس السابق الأمين زروال، وجاءت المصادقة على هذا القانون بعد سنوات من تجسيد قانون سابق لتعميم اللغة العربية كان البرلمان قد صادق عليه عام 1990. متحججين بنقص الكفاءات التي بمقدورها القيام بهذه المهمة، و ما يمكن الإشارة إليه في هذا الصدد أن قضية التعريب في بلادنا ظلت " سنوات طويلة موضوع نقاش بين طرفين لا يفهم أحدهما الآخر، فكان شبيها . كما يقولون . بنقاش الصم الذين لا يسمع بعضهم بعضا، و لكن كل واحد يرد على الآخر بما يتوهم من أفكاره، أو ما يظن أنه قاله، أو ما يعتقد أنه خليق بقوله "<sup>(2)</sup>. فهو عبارة عن صراع دائر بين التيار الإسلامي و الوطني من جهة وبين التيار العلماني الفرانكوفوني من جهة أخرى حول قضية تعميم اللغة العربية، و هذا الصراع أتبعه بالضرورة صراع لغوي بين اللغة العربية الوطنية و اللغة الفرنسية الدخيلة.

<sup>(1)</sup> محمد العربي الزبير، الغزو الثقافي في الجزائر ( 62 . 82)، مقال منشور في مجلة الرؤيا، مجلة فصلية تعنى بشؤون الفكر، يصدرها اتحاد

الكتاب الجزائريين، العدد 3، 1983م: ص 18

<sup>(2)</sup> عبد الله شريط، م. س: ص 6

يقول الدكتور محمد العربي الزبيري موضحا أسباب الصراع بين المعربين والمفرنسين، " . . . و من جملة تلك الفقرات واحدة تأتي مباشرة بعد تحديد مفهوم الثقافة، و تشير إلى أن اللغة العربية قد تأخرت باعتبارها وسيلة ثقافة علمية عصرية، و هي بذلك قد تتسبب في شل التعليم و تزيد في خطورة الجهل الموروث عن الهيمنة الاستعمارية"<sup>(1)</sup>. فهذه الفقرة و أمثالها من الفقرات التي تبدو صغيرة في حجمها و بسطة من حيث معناها، إلا أنها في حقيقة أمرها تمثل عائقا أساسيا في طريق البناء و التشييد. " فقد تحول موضوع تعريب التعليم إلى مصدر للصراع بين المعربين و المفرنسين بينما هو، حسب برنامج طرابلس و ميثاق الجزائر و غيرها من الوثائق الرسمية، وسيلة ضرورية و حتمية لبناء الثقافة الوطنية"<sup>(2)</sup>.

3. **ضعف مناهج التدريس** و قصورها في منهجية تعليم اللغة العربية، و النظرة التربوية القاصرة عن إدراك أهمية تعليمية الأطفال في مراحل دراساتهم الأولى، و دورها الفعال في بناء الكيان التربوي السليم للطفولة البريئة. إذ كثيرا ما نجد القائمين على هذا القطاع الحساس . عكس الدول المتقدمة . يعينون معلمين من ذوي المستويات الدنيا لتعليم هذه الشريحة الهامة، جاهلين أو متجاهلين أن فاقد الشيء لا يعطيه، إذ "إننا ما زلنا نظن أن تعليم الطفل أهون أنواع التعليم، و أدى هذا إلى أننا أصبحنا نقيس مقدار المعلم بعمر الطفل الذي يتولى تربيته و تعليمه، صعودا و هبوطا، فمعلم الإعدادي أكثر احتراما من معلم الابتدائي، و أقل مركزا من مدرس المدارس الثانوية. . . و هي فكرة ساذجة مدمرة لنفسية هذا المعلم، الذي وضعنا بين يديه هذه العجينة اللينة . طفل اليوم و رجل المستقبل، ليجعل منه مواطنا صالحا أو شيطانا ماردا"<sup>(3)</sup>. فيجب على الدولة أن تهتم اهتمام كبيرا و جديا في إعداد مدرس اللغة العربية، و معالجة التدريس المتدني بكل قوة و صراحة فمن المؤلم أن نجد معلم العربية سواء في المدرسة الابتدائية، أو الثانوية أو حتى الجامعة يتحدث بالعامية و هو يقوم بواجبه، و من البديهي أنه لا يمكن و الحال هذه أن يحاسب طلبته على أخطائهم اللغوية و النحوية و الإملائية.<sup>(4)</sup>

4. **تنامي سيطرة اللغات الأجنبية،** و ترويج فكرة أهمية اللغة الأجنبية على حساب اللغة العربية، خاصة في السنوات الأولى من التعليم، إذ " لتعجب، حين ترى بعض المتعلمين، ينطق اللغة الأجنبية على وجهها الصحيح، حتى إذا رام الحديث بالعربية الفصحى، تلغثم و ارتبك، و أخطأ و لحن، و صحّف و حرّف، و خلطها بالردّيء من الأساليب العامية، كمن يخلط عملا صالحا بآخر سيء. و ما ذلك إلا لأنه لا يسمع الفصحى إلا فيما ندر في حجرة الدراسة، حتى إذا خرج إلى الشارع، ملأت العامية سمعه و بصره في كل مكان، فخلطت عليه أمره، و ردت الفصحى أما رده، و عاقته عن تملك زمامها، و السيطرة عليها"<sup>(5)</sup>. لقد أثبتت التجارب أن الطفل الذي يقبل على تعلم لغة أجنبية ثانية قبل أن يتعلم بإتقان اللغة الأولى (الأم) ينعكس ذلك سلبا على اكتساب و تعلم اللغتين كلتيهما. ولذا فإن تعليم اللغة الثانية بعد اتقان اللغة الأولى في مصلحة اللغتين في آن واحد. ف"

(1) محمد العربي الزبيري، م. س: ص 18

(2) المرجع نفسه: ص 19

(3) رمضان عبد التواب، م. س: ص 228، 229

(4) هادي نهر، الأساس في فقه اللغة العربية و أرومتها، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2002: ص 317

(5) رمضان عبد التواب، م. س: ص 237

إن ما يتفق فيه علماء التربية أننا نطبع عقل الطفل بطابع اللغة التي يتعلمها و يستعملها قبل غيرها من اللغات الأخرى. فإذا علمناه لغة أجنبية قبل اللغة الوطنية ستبقى دائما ثانوية في ذهنه و تصوره و سلوكه العقلي والنفسي أيضا، و إذا تعلم اللغة الوطنية ثم الأجنبية ما شاء من السنين، فإن اللغة الوطنية ستبقى عنه مستحكمة، حتى ولو تعلم بعدها لغات عديدة أجنبية، لا لغة واحدة".<sup>(1)</sup>

**ثالثا: العامل الاجتماعي:** إذا كانت اللغة نشاطا اجتماعيا، من حيث إنها استجابة ضرورية، لحاجة الاتصال بين الناس جميعا، فإنها تعد . أيضا . من أهم الروابط المتينة التي تربط أفراد الجماعة اللغوية بعضها ببعض، ف" إن وجود اللغة يشترط وجود مجتمع، وهنا يتضح الطابع الاجتماعي للغة، فليس هناك نظام لغوي يمكن أن يوجد منفصلا عن جماعة إنسانية تستخدمه و تتعامل به، فاللغة ليست هدفا في ذاتها، و إنما هي وسيلة للتواصل بين أفراد الجماعة الإنسانية".<sup>(2)</sup>

فإذا نظرنا إلى المجتمع الجزائري وجدناه يتكلم خليطا بين الفرنسية والعربية واللهجات المحلية باختلاف مناطق الوطن، فقد نجد في العائلة الواحدة، المعرب، والمفرنس، والمزدوج اللغة، ومن لا يحسن لا الفصحى ولا اللغة الأجنبية أو يجمع قليلا من الاثنين؛ وليس بمقدور أحد أن يعطي نسبة المتكلمين بهذه اللغة أو تلك. ومهما يكن من أمر، فإن اللغة الفرنسية بمعجمها لهجات محلية كثيرة، تسجل حضورها بقوة في جزائر ما بعد الاستقلال، مما يجعل اللغة العربية و من اتخذها لسانا له محاصرين، و عاجزين عن أداء أبسط وظائفهم المتمثلة في التواصل و التعبير عن رغباتهم وآلامهم، خاصة إذا سلمنا بأن " للغة أثرا فعالا في حياة الفرد و المجتمع، فهي بالنسبة للفرد وسيلة لاتصاله بغيره، و عن طريق اتصاله بغيره يدرك الفرد أغراضه و يحصل على رغباته، كما أنها وسيلته التي يعبر بها عن آماله و آلامه و عواطفه، و اللغة تمهي للفرد فرصا كثيرة للاتفاف بأوقات فراغه، و ذلك عن طريق القراءة و المطالعة و الاستمتاع بالمقروء، فيغذي الفرد بذلك عواطفه، و هي أدواته التي يقنع بها غيره في مجالات المناظرة و المناقشة و تبادل الرأي، كما أنه أدواته التي ينصح بها الآخرين و يرشدهم و ينشر بوساطتها المبادئ بينهم و يؤثر فيهم. . ." <sup>(3)</sup>

فالسواد الأعظم من المواطنين الجزائريين في جزائر ما بعد الاستقلال يعيشون الاغتراب وسط أبناء وطنهم، و لا ذنب لهم في ذلك إلا كونهم اتخذوا اللغة العربية لسانا لهم دون غيرها من اللغات و اللهجات الأخرى المنتشرة في ربوع هذا الوطن، و هي كثيرة. فاللغة العربية عند هذه الفئة من الناس لم تحقق وظيفتها، ليست لكونها قاصرة عن ذلك، و إنما لوجودها محاصرة بين اللغة الفرنسية من جهة، و تلك اللهجات المختلفة من جهة أخرى، مما جعل هذه الفئة و كأنه تسبح ضد التيار، أو تعيش على الهامش. لكن " الظواهر الاجتماعية لها قوة قاهرة آمرة، تفرض بما على أفراد المجتمع، ألوانا من السلوك والتفكير والعواطف، و تحتم عليهم أن يصبوا سلوكهم و تفكيرهم و عواطفهم، في قوالب محدد مرسومة. على حد تعبير علماء الاجتماع. و يدل على وجود القهر في الظواهر الاجتماعية. في نظريهم. أن الفرد إذا حاول الخروج على إحدى هذه الظواهر الاجتماعية، فإنه سرعان ما يشعر برد فعل مضاد من

<sup>(1)</sup> عبد الله شريط، م. س: ص 42

<sup>(2)</sup> محمود فهمي حجازي، م. س: ص 16

<sup>(3)</sup> سميح أبو مغلي، م. س: ص 256

المجتمع الذي يعيش فيه، ذلك لأن المجتمع يشرف على سلوك أفرادها، و يستطيع توقيع العقاب، على كل من تسول له نفسه الخروج عليه، و أهون صور هذا العقاب، هو التهكم الشديد أو السخرية المرة". (1)

و عملا بهذه النظرة الاجتماعية، يكون الخارج عن السلوك اللغوي . في عرف المجتمع الجزائري الحديث . خارجا على الظواهر الاجتماعية نفسها. و إذا استمر الحال على ما هو عليه، دون وضع قوانين ردية، تصلح ما يمكن إصلاحه قبل فوات الأوان، بإمكاننا التنبؤ بأن ما يمكن أن يحدث لأفراد الشعب الجزائر في المستقبل القريب، يشبه تلك الحادثة الطريفة المستنبطة من التراث العربي، التي تحكي قصة أبي علقمة الثقفي، الذي اشتهر باستعمال الغريب و الوحشي من الألفاظ، في حوار مع طبيب جاءه يشكو إليه من مرض ألم به، فقد " دخل أبو علقمة على أَعَيْنَ الطبيب، فقال له: أمتع الله بك، إني أكلت من لحوم هذه الجواز، فَطَسَسْتُ طَسَاءً، فَأَصَابَنِي وَجَعٌ ما بينالوابلة إلى دَائِيَةِ العُنُق، فلم يَزَلْ يَرَبُو وينمي حتى خَالَطَ الخَلْبَ والشَّرَاسيفَ، فَهَلْ عِنْدَكَ دَوَاءٌ؟ فقال أَعَيْنُ: نعم، حُدْ خَزْبًا وشَلْفًا وشَبْرَقًا، فَرَهْرَفُهُ وَرَفْرَفُهُ، واغسلهُ بماء رَوْتٍ واشْرَبُهُ. فقال أبو علقمة: لَمَ أَفْهَمَ عِنَّا، فقال أَعَيْنُ: أَفْهَمْتُكَ كما أَفْهَمْتَنِي" (2)

فهذه القصة تصدق على شرائح معتبرة من أفراد المجتمع الجزائري التي أصبحت تعيش صراعا مريرا مع جبهات شتتصراع مع الذات، لكونها تحس باغتراب داخلي وسط أبناء وطنها و جلدتها و صراع مع الآخر، و الآخر هنا ليس أمريكا أو فرنسا، بل جزائريا تفرنس قلبا و قالبا، و تجلت فرنسيته في تنشئته الاجتماعية، و لغته و ثقافته، و نظرته إلى كل ما هو عربي، خاصة إذا كان هذا العربي جزائريا لا ذنب له إلا أنه تعلم العربية، و حاول أن يتواصل بها مع أفراد مجتمعه.

و هذا أمر خطير يؤجج الخلافات، و يغرس الكراهية، و يفرق أكثر مما يوحد. و الأخطر من هذا و الأنكى هو أننا إذا عرفنا أن اللغة أية لغة، تعد من أهم " عوامل الوحدة السياسية للجماعات، فالجماعة مهما اختلفت في الدين أو الجنس أو البيئة فإن كانت لغتها واحدة تظل متماسكة متحدة. . ." (3).

**رابعا: العامل النفسي:** إن العامل النفسي الذي كرس الازدواجية اللغوية في الجزائر المستقلة . جراء تراكمات كل من العامل التاريخي، و السياسي، و الاجتماعي . يتجلى لنا بوضوح في:

1. الشعور الذي انتاب الجزائريين . شأنهم في ذلك شأن سكان البلاد العربية . بصعوبة اللغة العربية الفصحى، لما تحويه من قواعد نحوية و صرفية و إملائية جامدة معقدة، مما جعلهم يعزفون عنها. و هذا الشعور الذي ولّد عندهم النفور منها، و الرغبة عنها، وليد الاستعمار بأنواعه المختلفة و أذنابه في الداخل و الخارج، فقد أصبح " الاعتزاز باللغة العربية هزيبلا . إن لم نقل منعما . يقابله مد زاخر قاهر من الإعجاب باللغات الأوروبية، و التأثير بها و الاقتباس منها، بمناسبة و غير مناسبة ". (4)

2. الإحساس بالانغماس النفسية لدى مستخدمي اللغة العربية، جراء تلك الصيحات المتعالية هنا وهناك، زاعمة أن اللغة العربية الفصحى ليست لغة علم و تطورو حضارة، بل هي لغة متحفية و ظاهرة انتروبولوجية تُدرّس و فقط. مما أدى إلى توليد مركب

(1) رمضان عبد التواب، م. س: ص 126، 127

(2) انظر: ابن قتيبة، عيون الأخبار، طبعة القاهرة، 1928. 1930: 162 / 2

(3) سميح أبو مغلي، م. س: ص 257

(4) فخر الدين قباوة، المهارات اللغوية و عروبة اللسان، دار الفكر المعاصر، 1999م: ص 18

نقص لديهم، جعلهم يشعرون بالدونية. بل كثيرا ما نلاحظ و نسمع أن طلاب معهد اللغة العربية و آدابها أصبحوا محبطين نفسيا لأنهم يدرسون اللغة العربية التي أصبحت في مجتمعنا ينظر إليها بعين الريبة، و في المقابل نجد طلاب اللغات الأجنبية، يفتخرون ويعتزون، لكونهم يدرسون اللغة الفرنسية أو الإنجليزية باعتبارها لغتي علم و تطور، و أصبحوا يعدون تعلم اللغة العربية موضة قديمة أكل عليها الدهر و شرب، مما أدى إلى العزوف عن تعلمها، بل إلى حد اعتبار ذلك مضيعة للوقت. هذا بالإضافة إلى عقدة النقص التي تجذرت في معظم نفوس الجزائريين جراء الاحتلال الفرنسي المرير، والتي " تعمل فينا دون وعي، و تتعمق منا في اللاشعور، و ينطبق بما علينا قانون ابن خلدون الرهيب من أن المغلوب مولع بتقليد الغالب في ملبسه و مأكله و أحوال معاشه. و بما أننا مغلوبون . حضاريا . للأوروبيين بعد أن كنا مغلوبين لهم سياسيا وعسكريا، فإننا لكي نبرهن لأنفسنا و للفرنسيين أيضا و للعالم المتحضر كله بأننا لسنا متأخرين و متخلفين، لا نكتفي بأن نلبس و نستضيء بالكهرباء بل نحن نتكلم أيضا لغتهم"<sup>(1)</sup>. و لكن هذا الأمر إذا كان مقبولا نوعا ما في السنوات الأولى التي تلت الاستقلال، لوجود الداعي إليه، فإنه أصبح اليوم أمرا مرفوضا، يجب التخلص منه، خاصة إذا حاولنا إجراء مقارنة موضوعية بين جزائر الأمس و جزائر اليوم، ف " بينما كنا في ظل الاحتلال الفرنسي نتكلم العربية في بيوتنا و حياتنا اليومية، والفرنسية في الإدارة و الحياة العامة لوجود الفرنسية كلغة احتلال يسيرنا بها الفرنسيون، حرصنا اليوم على ألا تتغير هذه الوضعية كثيرا، و لكن بدلا من أن يكون الفرنسيون هم الذين يفرضون علينا لغتهم أصبحنا نحن الذين نفرضها على أنفسنا و على أطفالنا "<sup>(2)</sup>.

ولكي نخطو الخطوة الأولى باتجاه تحليل البعد الاقتصادي لظاهرة التعدد اللغوي ينبغي أن نضع نصب أعيننا مجموعة من المسائل:

الأولى: هل نعد ظاهرة التعدد اللغوي سمة من سمات امتلاك المجتمع لموارد إضافية تعزز قدراته في أكثر من ميدان على أرض الواقع- بعد إجراء موازنة بين المنافع المتحققة عنها، والكلف المترتبة على ترسيخها؟ أم أنها تعد سبباً في حدوث خلخلة في هيكلية المنظومة الاقتصادية؟

الثانية: هل هناك متغيرات قابلة للقياس وذات صلة بظاهرة التعدد اللغوي على أرض الواقع، بحيث يمكن توظيفها ضمن نموذج رياضي محكم يذلل أمامنا عقبة دراسة جوانبها المختلفة بمنطق رياضي واقتصادي صارم؟

الثالثة: هل هناك صلة مباشرة بين سياسات التخطيط التي تنتهجها الحكومة إزاء مسألة التعدد اللغوي والمنظومة الاقتصادية؟ وما الآليات المناسبة لكي يكون التخطيط سليماً بحيث يتم تبني مستوى مقبول من التعدد اللغوي، مع ضمان تحقيق وفر اقتصادي يعكس على المنظومة الاقتصادية الوطنية؟

عموماً هناك أكثر من عقبة تظهر أمامنا عندما نريد تحديد المنافع المتحققة، مقابل الكلف الاستثمارية المطلوبة لنيل مستوى مقبول من المهارات اللغوية بدائرة اللغة الأم واللغة الثانوية والشبيهة بالأم. فعدد اللغات، وميدان توظيف اللغة (فردية، أو مؤسسية، أو مكتبي، أو اجتماعي)، وطبيعة التوظيف (منطوق/مدون، أو فعال/غير فعال)، تضيف إلى القائمة مجموعة جديدة من المتغيرات المتشابكة مع نسيج المنظومتين الاقتصادية والاجتماعية على حد سواء.

(1) عبد الله شريط، م. س: ص 11

(2) عبد الله شريط، م. س: ص 12



ولتجاوز هذه الإشكالية، وتسهيل التعقيد الكامن في بنية النموذج الاقتصادي للغة ينبغي أن نسعى إلى توظيف آليات معالجة وتحليل جديدة، تذلل الصعاب الناشئة عن تعقيد البنية الرياضية، وتشابك المتغيرات بنمط يصعب عنده تمييز مسارات خطوطها دون تبني محاولة من نوع جديد.

لقد حاول بعض الباحثين استخدام نموذج إحصائي مبسط بالارتكاز إلى آلية تصميم التجارب Experiment Design مع افتراض أن تبني مبدأ التعدد اللغوي (مهما كان عدد اللغات) سيؤدي إلى زيادة حجم المنافع المتوقعة، مع زيادة حجم الكلف المترتبة على ذلك<sup>(1)</sup>.

وبصرف النظر عن صحة هذه الفرضية أو تمهاتها، فإننا نرى أن طبيعة التعقيد القائم في النموذج الخاص باقتصاديات اللغة بحاجة إلى آلية تحليل من نوع آخر. لأن طبيعة التغيرات المحتملة في النموذج الاقتصادي، وارتباطاته المعقدة مع النسيج الاجتماعي، وميادين التطبيق المتاحة أمام اللغة على أرض الواقع لا يمكن أن نحيط بها، أو ندرجها ضمن النموذج المقترح يمثل هذا النوع من آلية المعالجة.

عمومًا تختلف أساليب تعلّم اللغة الأم كثيرًا عن تلك التي تعتمد في دراسة اللغة الثانوية وتعليمها. ويفرّق الدارسون بين اللغة الثانوية وبين اللغة الأجنبية؛ لأن اللغة الثانوية تستخدم بموازاة اللغة الأم، بغرض تسيير دفة نشاطات مختلفة ضمن حدود الوطن. أما اللغة الأجنبية فتستخدم للتواصل مع الغير سواء كان مقيمًا داخل البلد، أو خارجه بوصفه مواطنًا وافدًا، بالإضافة إلى الحاجة لتسيير دفة التعامل مع الغير الذي لا يحسن الحديث بلساننا العربي.<sup>(2)</sup>

وتتحدد هوية اللغة الثانوية، وطبيعة السياسة المعتمدة في تعلمها في ضوء الموقف الذي تتخذه الحكومة عند اختيارها للغة الثانوية التي ستكون محط اهتماماتها الوطنية، وستدخل في جميع مستويات التعليم.

تنبؤ اللغة الفرنسية عمومًا مكان الصدارة بوصفها اللغة الثانوية التي تنطق بها شرائح كثيرة من المجتمع، وخاصة النخبة الفرانكوفونية، في الجزائر. وتمتلك هذه اللغة تأثيرات ملموسة في اقتصاد الدولة، في ظل الاقتصاد العولمي وسيادة مفردات التجارة الإلكترونية في وقتنا الراهن.

ويبدو لنا أن اللغة تساعد في هذا الميدان بأسلوب مقارب للمتغير الاقتصادي، فهناك جانب تبرز فيه اللغة بوصفها فقرة من الموجودات - مثل القيمة الاقتصادية للخزين اللغوي - في حين تساعد في جوانب أخرى بوصفها رأس مال تسيير النشاط الاقتصادي - مثل أثر اللغة في عمليات الإنتاج والاستهلاك.

هناك جملة من العوامل التي تؤثر بصورة مباشرة في اللغة المستخدمة في مواقع العمل المختلفة<sup>(3)</sup>

وتشمل هذه العوامل: محتوى اللغة من مفردات تخص المنتجات والخدمات السائدة بالسوق، والمفردات السائدة في الأسواق التجارية المختلفة، والمفردات التقنية التي تتداولها القوى العاملة، وأخيرًا لغة أصحاب رؤوس الأموال وصنّاع القرار<sup>(1)</sup>.

F. 1996d. Minority language and socio-economic status: The case of Italian in Switzerland. Cahiers du Département D'économie politique. [Department of Economies Working Papers. ] Geneva: University of Geneva. 96. 10.

96. 10. <sup>(2)</sup> Ibid

op. cit. <sup>(3)</sup> Vaillancourt



وإذا حاولنا معالجة لغة العمل، في الجزائر، سنجد أنفسنا أمام حشد كبير من المفردات اللغوية القادمة إلينا من بلدان غربية، متوسطة بالدرجة الأولى، ولم توفر لها مفردة عربية مناظرة، الأمر الذي يجعل من لغة الخطاب السائد في مواقع العمل عبارة عن خليط هجين من المفردات، التي ربما لا يحسن المرء لفظها بلغتها الأصلية.

ففي مجال لغة الاستهلاك والتجارة والأعمال يميل الفرد عمومًا إلى الاستهلاك بواسطة لغته الأم، لأنها توفر له فرصة مضاعفة لانتقاء ما يريد<sup>(2)</sup>. أما الشركات التجارية فتميل إلى عرض منتجاتها وخدماتها باللغة التي توفر لها وفرًا اقتصاديا مناسبًا، في ضوء حجم السوق المتوفر لأصحاب لغة محددة، والكلف المترتبة على عمليات الترجمة المطلوبة لكل منتج، أو خدمة مطروحة في السوق. وتساعد هذه العوامل في توجيه أنظار منظمات التجارة والأعمال صوب اختيار عرض المنتجات أو الخدمات بلغة واحدة (اللغة الأم)، أو بصحبة اللغة الثانوية لضمان زيادة حجم التوزيع، وتحقيق هامش ربحية مقبول.

وفي مجال لغة الاتصال والمعلومات، برزت الوظائف الاتصالية وتعمق أثرها نتيجة الانتشار المتزايد لأدوات الاتصال والمعلوماتية التي تسللت إلى جميع مرافق حياتنا المعاصرة. وتشير جميع الدلائل إلى أن التواصل عن بعد سيساعد في قلب مفهوم التواصل اللغوي رأسًا على عقب، من حيث العلاقة بين طرفي عملية الاتصال، أو من حيث ثراء أشكال التواصل واتساع نطاق فاعليته في ظل الوسائط الرقمية المستحدثة.<sup>(3)</sup>

يبلغ عدد صفحات الويب المتوفرة على الإنترنت حوالي 313 مليار صفحة وفق إحدى الإحصائيات الحديثة. ويتباين حجم الخطاب اللغوي على هذه الصفحات، بيد أن اللغة الفرنسية تأتي في المرتبة السادسة، بعد الإنجليزية والصينية والإسبانية واليابانية والألمانية.

وتؤثر نسبة سيادة الخطاب اللغوي بوضوح إلى غياب الخطاب العربي من قائمة النسب المعنوية بعد أن أدرجت نسبه مع لغات أخرى، لا تعد حية، موازنة مع بقية اللغات السائدة في خطاب صفحات الويب، لأن مستخدمي الإنترنت من الدول العربية يتوجهون صوب اللغة الثانوية لإدامة تواصلهم مع الغير عند ممارسة نشاطاتهم الأخرى، وعلى رأسها مختلف أشكال النشاطات الاقتصادية؛ لأن نسبة ناطقي اللغة الفرنسية لا تتجاوز 4.5 في المائة من مستخدمي الإنترنت باللغة الفرنسية.<sup>(4)</sup>

ومع أنه ليس هناك اختلاف حول السلطة الكونية التي باتت تمتلكها اللغات الثانوية ومن بينها الفرنسية في ربيع الإنترنت، نتيجة للمكانة والسلطة التي تتمتع به البلدان الناطقة بها<sup>(5)</sup>، إلا أن مسألة الصياغة الجديدة للسياسة الوطنية اللغوية في الجزائر أمر لا مناص منه، وضرورية كضرورة الاهتمام بمكونات البنية التحتية للمعلومات لضمان التفوق في ميادين التجارة الإلكترونية. لأن ما يؤخذ على السياسة الحالية - إن كانت ثمة سياسة - غياب معالم المعالجة الاقتصادية المرتبطة بالسياسة اللغوية، وماهية المحاور التي تحمل معها آثارًا جوهرية على قدرة المتعلم على صناعة القرار في ضوء التعامل مع الخطاب اللغوي، والقدرة على تعميق قدرته على

op. cit.،<sup>(1)</sup> Grin

T. 1975. Equilibria in linguistic minority markets. *Kyklos*. 28. 337-357.،<sup>(2)</sup> Hocevar

<sup>(3)</sup> Ibid.

المصدر: إحصائيات أعدت في تشرين ثاني أكتوبر 2004 من الموقع [InternetWorldStats.com](http://InternetWorldStats.com)

op. cit.،<sup>(5)</sup> Grin

الاتصال مع الغير، وتعميق نجاحه في ظل سيادة آثار التعدد اللغوي، وكثافة استخدام اللغة الثانوية أو الشبيهة بالأم في كثير من النشاطات التي تسود المجتمع وتعاملاته الاقتصادية مع المجتمع الرقمي العولمي.

ولقد بات واضحاً أنه إذا كان بالإمكان تحديد القيمة الاقتصادية للغة ما، أو ظاهرة التعدد اللغوي، فإن هذا الأمر سيعتمد على مجموعة من العوامل المتشابكة، وليس على عامل واحد. كما أن التقلبات في سوق اللغة واقتصادياتها ليست بسرعة التقلبات الحاصلة في سوق العملة الأجنبية، لأن التغيرات في تقدير اللغات لا تحدث على نحو مباغت كما يلاحظ في سوق العملات، الأمر الذي يحتم صياغة واتهاج سياسة طويلة الأمد لضمان تحقيق الأهداف المرجوة.

ولغرض ضمان نجاح سياساتنا اللغوية، وضمان آثار اقتصادية تنعكس بصورة إيجابية على اقتصاديات نشاطات التجارة الإلكترونية بمختلف المستويات، فلا بد من السعي الدؤوب إلى توفير مناخ مناسب يمنح للناشطين في ميادين الاقتصاد عموماً والاقتصاد الرقمي خاصة واللغة لدراسة تفاصيل هذه المسألة وتداخلاتها، بحيث يمكن التنبؤ بدقة عما يحفيه المستقبل، لتوجيه الخطط التنموية، وتغيير معالم الاستراتيجيات بما يخدم منظومة الاقتصاد الوطني ويدعم نشاطاته، ويرقى بها إلى مستويات متقدمة.

ولعل مما يساهم في تحقيق مثل هذا الأمر على أرض الواقع:

- إعادة تشكيل المعلومات المتوفرة عن ظاهرة التعدد اللغوي، وطبيعة الخطاب السائدة في القطاعات الاقتصادية المباشرة، والقطاعات التي تمت بصلة وثيقة إلى المتغير الاقتصادي.

- السعي إلى توفير بيانات دقيقة عن البعد الاقتصادي للنشاطات اللغوية بدءاً من نشاطات التعليم المدرسي إلى المراحل الجامعية، مع الأخذ بعين الاعتبار تفاصيل بيانات النشاطات التجارية ذات الصلة بالمتغير اللغوي، لكي تتوفر لدينا أرضية منطلقية يمكن أن تنمو في تربتها دراسات جديدة تثري الموضوع بدراسات عميقة وشاملة.<sup>(1)</sup>

إن اللغة العربية، إضافة إلى كونها عامل توحيد، من أكثر اللغات الطبيعية استجابة لتطبيقات الهندسة اللسانية، لأنها مبنية وفق ضوابط لسانية مستقرة وثابتة لا تتوافر في كثير من اللغات الطبيعية، إذ فيها الجذر والوزن اللذان يتم توليد المفردات بهما عن طريق التفاعل الخوارزمي الرياضي، كما أن بنيتها التركيبية تنضبط في إطار صوري لا مثيل له، إضافة إلى نظامها الصوتي المتكامل.

أما الدعوة إلى تععيد العامية / الدارجة، فيتطلب عقوداً من الزمن، وهذا يعطي فرصة زمنية أطول للغة الفرنسية من أجل الاستمرار في احتكار الوظائف العليا للسان في مجالات (التعليم، البحث العلمي، الإدارة، الاقتصاد، الإعلام). وهي دعوة تشير إلى الاتجاه المعاكس للتاريخ نحو الكيانات السياسية والاقتصادية الكبرى.

كما أن محاولة إخضاع اللغة العربية لقانون تطور اللغة اللاتينية غير ممكنة؛ لأن قانون تطور الظاهرة اللغوية في الغرب مبني على تععيد اللهجات اللاتينية (الفرنسية، الإيطالية، الإسبانية...) وفي العالم العربي مبني على تفصيح اللهجات وتقريبها أكثر من اللغة العربية الفصحى، كما أن قانون تطور اللغات ليس أحادياً كما يعتقد الغربيون بل متعدد كما تؤكد الحالة العربية.

وتأسس شرعية ومشروعية اللغة العربية على عدة حجج:

- حجة دينية: هي لغة الدين الإسلامي والقرآن الكريم، والدين الإسلامي هو دين الدولة والمجتمع المغربي والعربي.
- حجة تاريخية: باعتبارها لغة المدرسة الوطنية منذ زمن بعيد.

(1) حسن مظفر الرزّو، م. س.

- حجة ثقافية وعلمية: باعتبارها حاملة وناقلة لإرث حضاري، أدبي وعلمي وفني وفلسفي عريق يمتد لأزيد من 14 قرناً من الزمن.
- حجة إيديولوجية: باعتبارها رابطة رمزية وعنصر وحدة وأداة تواصل بين شعوب الأمة العربية والإسلامية.
- وفي هذا الإطار يقول ابن تيمية: «إن اعتبار اللغة يؤثر في العقل والخلق والدين تأثيراً قوياً بيناً، ويؤثر أيضاً في مشاجمة صدر هذه الأمة من الصحابة والتابعين، ومشاجمتهم تزيد العقل والدين والخلق»<sup>(1)</sup>.
- ولقد كرم الله تعالى اللغة العربية ورفعها إلى مقام الشرف الأعلى حين أنزل بها خاتمة الرسالات، واتفقت أقوال العلماء في تصنيف اللغة وعلومها مع علوم الشريعة، وأنزلوها منزلة الفقه والأصول والتفسير<sup>(2)</sup>.
- واعتبروا الاشتغال بها من فروض الكفاية وقد تصل إلى حد الوجوب على الفقيه، يقول ابن جني: "فمطلوب من الفقيه شرعاً أن يعلم العربية؛ لأنها وسيلة واجبة لتأمين الاعتقادات، وما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب؛ ولأن أكثر من ضل من أهل الشريعة عن القصد فيها مرده إلى ضعفه في هذه اللغة الكريمة"<sup>(3)</sup>. ومنهم من ذهب إلى أن العلم هو الدين كما قال عمرو بن العلاء: "علم العربية هو الدين بعينه"<sup>(4)</sup>.
- وهذا ما جعل اللغة العربية ذات رمزية وقدسية بالنسبة لما يقرب من مليار وربع المليار مسلم، بما يقرأ القرآن ويذكر الله وحتى لو ترجمت عبارات الله أكبر والفاخرة فلن تبين بيان لسان القرآن.<sup>(5)</sup>
- إن اللغة الأمازيغية باعتبارها لغة وطنية ورسمية هي اللغة الثانية للتنمية في الجزائر، ويمكن أن تؤدي أدوار أساسية في التوعية المجتمعية وحوو الأمية. على أن يتم إدماجها في التعليم والإعلام والقضاء والإدارة والاقتصاد بالتدرج والتوازي مع عملية التهيئة والتفعيد والتطوير التي تخضع لها، وهذا أمر ضروري تقتضيه الظروف والخصوصيات الثقافية والاجتماعية وضرورات تأهيل العنصر البشري الوطني لإشراكه في جهود التنمية التي لن تتحقق إلا بنشر المعرفة والثقافة العلمية باللغة الأم. والأمازيغية لغة أم لفئة عريضة من المجتمع الجزائري تصل إلى حوالي 30% من سكانه.
- ولعل ضعف الترجمة من وإلى اللغة العربية من مظاهر التخلف الذي تعيشه الأمة، مما يحتم وجود مشروع وطني وقومي للترجمة، ضمن السياسة اللغوية للدولة. لأن كل مشاريع النهضة الحضارية في التاريخ بنيت على الترجمة، والحضارة العربية الإسلامية خير نموذج لذلك من خلال "بيت الحكمة"<sup>(6)</sup>
- ولا يعني خيار الترجمة استبعاد تحصيل اللغة الثانوية لدى عامة المجتمع، فذلك يعدّ من الوطنية المتطرفة، كما لا يعني إعطاء الأولوية للغة العربية على حساب اللغة الثانوية أن يقود إلى اتباع أسلوب التطهير اللغوي، الذي يؤدي إلى نتائج سلبية وخيمة،

(1) سعيد الأفغاني، نظرات في اللغة عند ابن حزم، دار الفكر، بيروت، 1969، ط 2، 1969.

(2) الشريف الجرجاني، التعريفات، مؤسسة الرسالة ناشرون، ط 1، 2006.

(3) ابن جني، الخصائص، تحقيق محمد علي النجار، دار الكتاب العربي، دون تاريخ.

(4) عبد العالي الودغيري، اللغة والدين والهوية، ط 2000.

(5) عبدالرحمن بودراع، مصطلح اللسان في العلوم الشرعية، ندوة الدراسة المصطلحية، 1996.

(6) بوجمة وعلي، م. س: ص 124 وما بعدها

كأن يؤدي إلى نشوء جيل يفتقد التواصل، وتصبح ملكة الحوار لديه مع الآخر محدودة، ويمتلك وجهة نظر قصيرة عن شؤون الدنيا والعالم الذي حولنا.

ولعل مثال دولة السويد ينبئنا عن تجربة ناجحة في التعامل مع اللغة. ففي السويد أكثر من 12 لغة رسمية إضافة إلى السويدية. وللسويديين من الأجانب، ومنهم العرب، الحق في طلب مترجم خاص ينطق لغتهم لدى الاتصال بالمؤسسات التي تديرها الدولة. كما تلزم السويد أطفال الأجانب من مواطنيها تعلم لغتهم الأم، فهي تنظر إلى اللغة من خلال بعدها العلمي والعملية والإنساني. (1)

واللغة هي وسيلة الحركة الإنسانية كلها، في المجال العلمي والسياسي والثقافي والإعلامي والاجتماعي والتربوي، فاللغة وعاء ذلك كله ووسيلة ذلك كله، وإذا تراجعت اللغة توقفت الحركة الإنسانية وانقطع الاتصال والتواصل والتفاهم؛ ذلك أن اللغة هي من أهم وأدق المواصلات وأوعية المعلومات وتواصل الأجيال. (2)

وإذا كان المرء أن يتصور مجتمعًا معاصرًا دون أنظمة الرموز اللغوية المتطورة فإنه لا يتخيله خاليًا من المطابع والمطبوعات ووسائل الإعلام والهاتف والانترنت، ومن المدارس والجامعات ومراكز البحوث ومن الأبنك والأوراق المالية، ومن المواصلات والعلوم بمختلف تخصصاتها. . . فتراكم التجارب والمعارف ما كان ليتم إلا بفضل اللغة. ومن ثم فإن تقدم الإنسان في جميع جوانب الحياة شاهد على تقدم اللغة، وهذا ما دفع اللغوي الشهير اندرسون إلى اعتبار اللغة الأساس الصلد الذي تقوم عليه قصة الأمة. (3)

#### المطلب الرابع: السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي في الجزائر وأثرها في النمو الاقتصادي الوطني

يتصل علم السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي اتصالًا وثيقًا بالعلوم المنبثقة من ميادين المعرفة التي تتفرع منها، ونقصد "اللسانيات التطبيقية" و"اللسانيات الاجتماعية"؛ إذ تعد السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي مجالين من المجالات التي تهتم بمخرجات هذين العلمين، فموضوعهما متداخل مع هذين الفرعين من اللسانيات؛ وذلك لأن اللسانيات التطبيقية تعالج المشكلات اللغوية مستمدة معطياتها من العلوم الأخرى. ومجال دراسات السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي هو اللسانيات الاجتماعية التي يعتبر علماء اللسانيات التطبيقية روادها. (4)

(1) ليون برخو، اللغة وعالم المال والتجارة والاقتصاد، [http://www.aramaic-dem.org/Arabic/Archev/leon\\_barkho/0.htm](http://www.aramaic-dem.org/Arabic/Archev/leon_barkho/0.htm) تاريخ الزيارة 2019/4/23

(2) رولان بارت، البلاغة القديمة، ترجمة عبدالكبير الشوقاوي، نشر الفنك، 1984.

(3) الرمخشري، أساس البلاغة، دار صادر، بيروت، 1979.

(4) هدى صيفي. تعرف اللسانيات التطبيقية بأنها دراسة اللغة في علاقتها بالمشكلات العملية كالصناعة القاموسية والترجمة والاضطرابات

الكلامية إلخ. . . وظهرت كمصطلح لعلم قائم بذاته سنة 1946م، راجع: Longman Dictionary of Language

Jack C. Richards et al. (London: pearson Education ، Teaching and Applied Linguistics

Limited، (2002، p. 28. محمد فتوح، في علم اللغة التطبيقي، القاهرة: دار الفكر العربي، 1989: ص 7.

أما اللسانيات الاجتماعية فقد استعملت من قبل أ. ر. هيدسون 1939 Hudson. R ، وإ. نيدا Nida. E في سنة 1949م، وإ.

هوجن 1951 Haugen. E ، 1952، وغيرهم، فالكلمة كانت مستخدمة رغم أن استخدامها جاء من منطلقات مختلفة واهتمامات

علمية شديدة التباين، غير أنه يجب ألا نخلط بين الكلمة ومدلولها، فاللسانيات الاجتماعية التي نعرفها اليوم لم تحمل دلالتها الحالية إلا من

تُعرّف السياسة اللغوية بأنها تلك الإجراءات التي تتخذها مؤسسات الدولة لمراقبة الموضوع اللغوي والتحكم في مساره وضبط إيقاعه. وأشهر هذه الإجراءات وأقواها سن المواد الدستورية والتشريعية المتعلقة بالحالة اللغوية للمجتمع، وهذه المواد الدستورية والتشريعية بمثابة الموجه لحركة التخطيط اللغوي في البلاد، وما يقتضيه من رسم وتنفيذ يسعى لإحداث تغيير في بنية اللغة ومنزلتها، أو في طريقة تعليمها، وهو مجال يهتم بجميع قضايا اللغة في علاقتها بالمجتمع؛ لأجل ذلك يمكن أن يقال إن السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي يجب أن يقعا بحكم طبيعة موضوعهما في صلب الاهتمامات العلمية للسانيات الاجتماعية، وإن كانا من الناحية الإجرائية يمثلان وجهًا أساسيًا من أوجه "السياسة العامة" للدولة.

ويرى الباحث فلوريان كولماس أنها تدخل في صميم السياسة الاقتصادية، يقول (إن صياغة سياسة لغوية رشيدة في دولة متعددة اللغة هي في ذاتها مسألة اقتصادية؛ ويجب أن تكون لها أسبقية عظيمة مثلها مثل المسائل الاقتصادية الأخرى)<sup>(1)</sup> وهو قول نفهم منه أن رسم سياسة لغوية حكيمة في بلد من البلدان، هو من صميم السياسة الاقتصادية للبلد- أي بلد- لما له من أثر بارز على تنمية الوطن، والمواطنين اقتصاديا واجتماعيا.

وينص الباحثون على أنه من واجب الدول أن تحرص على تحقيق تعايش بين اللغات المتداولة فوق ترابها، وتعمل على تماهي ظاهرة اللاتجانس في المجتمع وكذا زيادة الوعي بتشابك العلاقات الدولية، لهذا تتوخى اليوم الكثير من الدول إيجاد حل لهذه المشاكل، عن طريق تخطيط لغوي واع ومحكم، يشمل هذا التخطيط صياغة وتنفيذ إجراءات رسمية تنظم استعمال اللغات، وتنوعاتها المختلفة داخل البلد الواحد.<sup>(2)</sup>

ويشمل هذا التخطيط عندهم:

- وضعيات لغات الأقليات.
- دور الأكاديميات والمعاجم اللغوية في الحفاظ على معايير اللغة السليمة.
- تأثير وسائل الإعلام على الاستعمال اللغوي.
- جدوى التجديد في القواعد الإملائية.
- تجنب استعمال التعبيرات الجنسية المعيبة.
- تحديث اللغة الدينية.

خلال المؤتمر الأول للسانيات الاجتماعية، الذي نظمه و. برايت Bright. W في جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس. عرف فيشمان اللسانيات الاجتماعية بأنها "علم يبحث التفاعل بين جانبي السلوك الإنساني: استعمال اللغة والتنظيم الاجتماعي للسلوك" وهذا التعريف يتوافق مع تعريف هدسون بأنها "دراسة اللغة في علاقتها بالمجتمع"، ويعرفها محمد الخولي بأنها: "فرع من اللسانيات التطبيقية التي تعنى بمشكلات اللهجات الجغرافية، واللهجات الاجتماعية، والازدواج اللغوي، والتأثير المتبادل بين اللغة والمجتمع". للاستزادة انظر: كالفلي، السياسات اللغوية: ص 8. جرهارد هلبش، تطور علم اللغة منذ عام 1970، ترجمة: سعيد بحيري، القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2007: ص 135. ريتشارد هدسون، علم اللغة الاجتماعي، ترجمة: محمود عياد، مصر: عالم الكتب، 1990: ص 12.

<sup>(1)</sup> فلوريان كولماس، م. س: ص 161.

<sup>(2)</sup> التخطيط اللغوي ومكانته في تدبير الشأن اللغوي، تر: فضل الله كسيكس وزهير سوکاح، الجمعية الدولية للمترجمين العرب. تاريخ 20-

wata2007-11 وهو ترجمة للفصل الواحد والستين من النسخة الألمانية لموسوعة كامبريدج للغة.

- ضرورة وجود لغة واضحة ومفهومة.
  - الحفاظ على مستوى شفاهي وكتابي مقبول في المدارس.
- هذه هي بعض الإجراءات التي تتبعها السياسة اللغوية، أو التخطيط اللغوي في جميع الدول. (1)
- ويرى الباحثون أن الأبحاث المنجزة في مجال التخطيط اللغوي قد فتحت آفاقا جديدة لفهم تطور اللغة، إذ ينظر العديد من اللسانيين إلى تطور اللغة باعتباره ظاهرة طبيعية، تنتجها قوى مجتمعية ولغوية مؤثرة (2)، كما يلاحظ الدارسون أن هناك نوعين من التخطيط اللغوي، هما:
- التخطيط اللغوي الصممي، وبمس بنية اللغة.
  - وتخطيط الوضعية، ويتعلق بالاستعمال اللغوي.
- فالصممي يحدث تغييرات في بنية اللغة، ويعدل القواعد النحوية والإملائية، ويشمل عندهم مجموعة من النقاط نوجزها كما يلي (3):
- اختيار اللغة النموذج، في البلدان المتعددة اللغات في الغالب يتم اختيار لغة واحدة كلغة رئيسية لأغراض إدارية أو تعليمية.
  - عملية الضبط: عندما يتم انتقاء لغة محلية ما فمن اللازم الاستمرار في تطويرها، حتى تستجيب لوسيلة التواصل بشقيها الداخلي والخارجي.
  - عملية التحديث: أي تحديث الرصيد اللغوي.
  - مرحلة التعميم، يلزم الآن تعميم اللغة التي تم اختيارها كلغة معتمدة.
  - السياسة التعليمية: وتتضح السياسة اللغوية لبلد ما، من خلال الكيفية التي توظف بها التربية اللغوية الناشئة. (4)
- وكان قد بدأ تداول مفهومي "السياسة اللغوية" و"التخطيط اللغوي" بالمعنى الحديث للعبارة في مطلع الخمسينيات من القرن الماضي، وكان أحد الأهداف الرئيسية لهذين العلمين إبراز دور اللغة في بناء الدول بعد مراحل الاستعمار التي تعاقبت على دول العالم الثالث. (5) كما ظهر في أعمال فيشمان، وفرجسون وج. داس جوبتا Gupta Das. J عام 1968، تحت عنوان: "المشكلات اللغوية في الدول النامية". (6)

(1) المرجع نفسه

(2) مبارك تريكي، السياسة اللغوية في الجزائر والتنمية البشرية، ج/ الجزائر: ص 8-9

(3) المرجع نفسه

(4) التخطيط اللغوي ومكانته في تدبير الشأن اللغوي، م. س.

(5) إن وضع خطط سياسية للتحكم في الأوضاع اللغوية للشعوب ليس أمرا مستجدا، بل هو قديم قدم اللغة والمجتمع و"الدولة" و"الحكم".

راجع: فلوريان كولماس، م. س.

(6) فواز الزبون، "دور التخطيط اللغوي في خدمة اللغة العربية والنهوض بها"، في: أعمال مجمع اللغة العربية الأردني، ع 50 (2009)، ص

وكانت ملامح السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي قد بدأت تظهر قبل دخول هذين المصطلحين مصطلحات اللسانيات التطبيقية بزمان طويل. ومن مظاهر ذلك ما مارسته الدول الاستعمارية من ضغوط على الشعوب المستعمرة؛ لفرض لغاتها لغات رسمية؛ مما يضمن لها البقاء والسيادة حتى بعد استقلال الشعوب، كما حدث في شعوب آسيا وأفريقيا والأمريكيتين.<sup>(1)</sup> ومنذ ظهور هذين المصطلحين في حيز الممارسة العلمية انصب اهتمامهما على معالجة المشكلات اللغوية الناجمة عن طمس الهوية اللغوية والقومية للدول المستعمرة، وإقصاء لغاتها عن أداء الوظائف المرتقبة منها، وإبراز دور اللغة في بناء الدول خلال مراحل ما بعد الاستعمار على دول العالم الثالث.<sup>(2)</sup>

تدرج مصطلحا السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي في الوصول إلى التحديد الدقيق الذي فصل بينهما، بعد أن كانا مترادفين، كما أوردتهما بعض الأدبيات السابقة. وقد بدأ الحديث حول السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي منذ سنوات عديدة، وذلك منذ أن ظهر اللفظ المركب "التخطيط اللغوي" بوصفه جزءاً من اللسانيات التطبيقية- في عام 1959 على يد اللساني الأمريكي هوجن، عند دراسته المشكلات اللغوية للنرويج، مستهدفاً بناء هوية وطنية بعد قرون من الهيمنة الدانماركية، وإبراز جهود التوحيد اللغوي في النرويج. وعاد هوجن إلى الموضوع نفسه عام 1964 في أثناء الاجتماع الأول لللسانيات الاجتماعية، الذي نظمه برايت في جامعة كاليفورنيا<sup>(3)</sup>.

ومع نهاية الستينيات استعمل هذا المصطلح من قبل مجموعة من باحثي اللسانيات الاجتماعية؛ للإشارة إلى كل تدخل يهدف إلى علاج المشاكل اللغوية الاجتماعية. وفي 1968 نشر فيشمان وفرجسون وداس جوبتا كتاباً جماعياً يتناول القضايا اللغوية في البلدان النامية. كما اجتمع كل من داس جوبتا و ب. جرنود. B Jernaud و ج. روبن. J Rubin في هاواي للنظر في طبيعة التخطيط اللغوي، نظم هذا الاجتماع بحضور أنثربولوجيين ولسانيين وعلماء اجتماع واقتصاديين. . . ؛ إذ اشتغلوا جميعاً في مجال السياسة اللغوية أو التخطيط اللغوي. وقد تمخض عن هذا الاجتماع كتاب عنوانه "هل يمكن تخطيط اللغة؟".<sup>(4)</sup> ومع بداية السبعينيات ظهر مفهوم السياسة اللغوية في الإنجليزية، وذلك في كتاب فيشمان: 1970، Sociolinguistics في فصل عنوانه "لسانيات"، وفي الإسبانية ظهر في كتاب رفايل نينولس: 1975 اجتماعية تطبيقية، Valencia، Estructura social y politicalinguistica.<sup>(5)</sup> وكذلك في العديد من المؤلفات الألمانية والفرنسية.

خلال هذه الفترة بدأت ملامح التمييز بين المصطلحين في الظهور، وبدأ اللسانيون الاجتماعيون يعرفون كلا من السياسة والتخطيط على حدة. فعرفت السياسة اللغوية بالإطار القانوني للغة المحدد من قبل السلطة، والتخطيط اللغوي بالأنشطة التي تستهدف بنية اللغة ووضعها. وتباينت وجهات النظر بين الباحثين الأمريكيين والباحثين الأوروبيين حيال ذلك، إذ مال الأمريكيون إلى التشديد على الجوانب التقنية لهذا التدخل في الأوضاع اللغوية التي يمثلها التخطيط، ولم يعبأوا كثيراً بمسألة السلطة

<sup>(1)</sup>فواز الزبون، "مريثات التخطيط اللغوي: عرض ونقد"، في: أعمال مجمع اللغة العربية الأردني، ع51: ص . 106(1996)

<sup>(2)</sup>المرجع السابق: ص 106.

<sup>(3)</sup>كالفلي، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ترجمة: حسن حمزة، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2008: ص 8.

<sup>(4)</sup>المرجع السابق: ص 9.

<sup>(5)</sup>المرجع نفسه: ص 225.



الموجودة وراء أصحاب القرار، فالتخطيط بالنسبة إليهم أكبر أهمية من السياسة. أما الباحثون الأوروبيون والفرنسيون والإسبان والألمان فهم أكثر عناية واهتمامًا بمسألة السلطة.<sup>(1)</sup>

وقد تزامن مع فترة إدراك التمييز هذه بين المصطلحين ظهور العديد من المصطلحات المرادفة لمفهومى السياسة والتخطيط اللغويين، منها: التنظيم اللغوي وإدارة اللغة وهندسة اللغة والتهيئة اللغوية، وغيرها.

ورغم هذا الزخم من المصطلحات لم يظهر مفهوم جلي لكل من السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي، بل تباينت المفاهيم حسب المدارس وطبيعة المجتمعات ومشاكلها ومعطياتها، فاستعمل المصطلحان بطريقة مبهمه، نجدهما في بعض الأحيان مترادفين يوردهما الباحثون للدلالة على أمر واحد.

تحليل السياسة اللغوية- كما أسلفنا- على نشاطات يمارسها الساسة اتجاه اللغة وصياغتها في شكل قرارات ومواد دستورية وتشريعية. والسياسة اللغوية فرع من علم السياسة العام، الذي عرّفه إي. ديفيد David. E بأنه "ذلك السلوك وتلك المجموعة من التفاعلات التي تصاغ من خلالها القرارات الرسمية الملزمة، ويتم تنفيذها لصالح المجتمع، ويتفرع من علم السياسة العام عدة سياسات، أبرزها السياسة اللغوية والسياسة الاقتصادية والسياسة الثقافية."<sup>(2)</sup>

وعلى الرغم من تعدد مذاهب النظرية السياسية العامة وأصولها فإنها تتفق في مسألة تقاطع أنماطها أي أن كل سياسة منها جزء لا غنى عنه في السياسات الأخرى، فالسياسة اللغوية لا تستقيم دون أن تتجزأها رؤية للسياسة الاقتصادية والثقافية الممارسة في البلاد، والعكس صحيح.<sup>(3)</sup>

وبما أن السياسة اللغوية تعني رزمة الخيارات الوطنية في مجال اللغة والثقافة، فإن سياسة التنمية الاقتصادية ذات علاقة وثيقة بها، بل تشكّل أساس هياكل تسييرها وتنفيذها. وبالتالي، فالسياسة اللغوية ذات أولوية في ميدان تنظيم وهيكله البيئة السوسيو-اقتصادية من أجل تنمية المجتمع اقتصاديا، إذا ما هُيئ لها أن تكون صادرة عن تفكير- تخطيط- وعن إجماع، كي لا تكون مفروضة فرضا ولا غير ملائمة.<sup>(4)</sup>

وتعرف نظرية صنع القرار بأنها "محاولة تحليل العوامل المؤثرة على الاختيارات" وهذا يعني أن ممارسة الساسة لأنشطة اتجاه اللغة وتحديد فلسفة الدولة اتجاه اللغة بطريقة منظمة أيضا يقتضي دراسة كافة المجالات الحيوية المؤثرة فيها وتحليلها<sup>(5)</sup>.

وهكذا، فإن السياسة اللغوية فسيفساء من العوامل المتقاطعة، فهي جزء لا غنى عنه في كافة مجالات السياسات الثقافية والاقتصادية، وليس ذلك فحسب، فهي مجال متعدد التخصصات؛ لاتصالها بعلوم التربية والاجتماع والنفس والجغرافيا واللسانيات الاجتماعية وغيرها؛ وذلك لما للغة من قيمة ثقافية واقتصادية وسيادية على المستوى الفردي والدولي والعالمي، علاوة على كونها أداة تواصل ورمز هوية.

<sup>(1)</sup>المرجع السابق: ص 12.

<sup>(2)</sup>نقلا عن: كوبر، التخطيط اللغوي والتغير الاجتماعي، ترجمة: خليفة الأسود ليبيا: مجلس الثقافة العام، 2006: ص 164.

<sup>(3)</sup>الفاسي الفهري، السياسة اللغوية، م. س: ص 82

<sup>(4)</sup>Khennour Salah، (2007)، op. cit، p. 56-57.

<sup>(5)</sup>كوبر، التخطيط اللغوي، م. س: ص 165، 164.



وتعرف السياسة اللغوية في اصطلاح اللسانيات الاجتماعية بالتدخل السياسي القصدى الواعي؛ لتحديد الاختيارات اللغوية وتنظيم المشهد اللغوي من الناحية الرسمية. وقد عرف ب. لا بورت Laporte. B السياسة اللغوية بأنها: "الإطار القانوني والتهيئة اللغوية كمجموع الأعمال التي تهدف إلى ربط وضمان منزلة ما للغة أو عدة لغات. ويعرفها ح. غازيل Gaziél. H بأنها: "الموجه لحركة الفعل اللغوي في المستقبل، وتحديد اختياراته؛ بما يتيح تحقيق أهداف معينة ونتائج مرغوبة، وهي معيارية وتتضمن أحكاماً قيمة. " (1) فهي الحركة الواعية الموجهة لضبط وضمان منزلة ما للغة أو عدة لغات؛ لتحقيق أهداف معينة في مجتمع معين. (2)

والساسة وأصحاب السلطة في البلاد هم من يمارسون السياسة اللغوية ويصوغون موادها، سواء نص عليها في الدساتير أو القوانين التشريعية، أو القرارات اللغوية التي تخص المؤسسات والمراكز اللغوية والعلمية، أم لم ينص على ذلك، فيستشف من خلال الممارسات الفعلية في البلاد. (3)

ويترب على هذا وجوب تنفيذ القرار اللغوي، وذلك من خلال عدة استراتيجيات. وهنا يأتي دور التخطيط اللغوي، فعملية التنفيذ لا تقتصر على عمل السلطة فحسب، وإنما تشارك فيها أجهزة الدولة ومؤسساتها، والمراكز والجامع العلمية والأدبية والدينية. ومتى ما كان المجتمع متقبلاً لهذه القرارات ولتنفيذها نستطيع القول إنها سياسة لغوية ناجحة.

وعلى الرغم من تعدد تعريفات "السياسة اللغوية" في الصياغة فإنها تتفق في المضمون العام، من حيث كونها قرارات تنطوي على خيارات واعية تتعلق بالحالة اللغوية للدولة والمجتمع. أما التخطيط اللغوي فهو مجموع الإجراءات العملية المتبعة لتنفيذ قرارات السياسة اللغوية وتحقيق أهدافها.

يراعى في بناء نظرية السياسة اللغوية عدة أسس سياسية واقتصادية وثقافية وأيديولوجية تسهم في تحديدها تحديداً دقيقاً موجهاً، فتحديد موضوع نظرية السياسة اللغوية لا يستقيم ولا يقوم ما لم يدرس الاختيارات اللغوية داخل المجتمع وعناصر هذه الاختيارات على جميع مستوياتها الصوتية والصرفية والنحوية والمعجمية والأسلوبية، ومكانتها اللغوية، وليس ذلك فحسب، وإنما تأخذ في حسابها أي مستوى من مستويات التجمع البشري ستكون، مهما بلغ حجمه: قبيلة، قرية، مدينة، تجمع إقليمي. . . كما أن وجود السياسة اللغوية يتطلب محيطاً يتألف من علاقات لغوية وغير لغوية، ودراسة السياسة اللغوية مرتبطة بطبيعة محيطها اللغوي، إذ تهتم السياسة اللغوية بلغات محيطها ووظائفها ومستوياتها، وعدد متكلميها وهوياتهم، والوضع السياسي والاقتصادي.

وبناء على ذلك فإن نظرية السياسة اللغوية تشتق مادتها الأساسية من تفاصيل التفاعلات بين المحاور الأربعة الآتية:

- المجتمع كونه نسيجاً من الهويات الجماعية.
- اللغة أو اللغات التي يتواصل بها أفراد المجتمع.
- الدولة بالمعنى الجغرافي للعبارة.
- السلطة من حيث كونها مؤسسة قادرة على صناعة القرار وتنفيذه. (1)

(1) لويس كالفي، م. س: ص 11.

(2) نادية كمال، "اتجاهات حديثة في صنع السياسة التعليمية،" مجلة مستقبل التربية العربية، 2001م، ع 20: ص 181-214

(3) أحمد عزوز، "التخطيط اللغوي والمصطلحات المحايثة،" في: أعمال الملتقى الوطني حول التخطيط اللغوي، 2012م: 70/1

وتستهدف السياسة اللغوية تنظيم الحثيات الاجتماعية للغة ووظائفها، واستشراف مستقبلها بتطويرها، وحفظ سماتها - بتسليمها وإقرارها في الدساتير والنصوص التشريعية- ولا سيما إن كانت لغة قومية أو ترابية، مرتبطة بهوية جماعة معينة في منطقة معينة؛ لذا فإن الدولة وما تحمله على أرضها من تاريخ وجماعات وهويات وثقافات هي المرجع الذي يتحكم في اتخاذ القرار السياسي ورسم السياسات اللغوية.

ولأجل ذلك، فإن الساسة الذين يصنعون القرارات السياسية المتعلقة بالشأن اللغوي لا يستقيم عملهم في هذا الخصوص إلا بالاحتكام إلى مكونات هذا المرجع وحيثياته بجميع تفصيلاته وتعقيداته، بدءًا بتحديد "النسق اللغوي" المستهدف بالقرار السياسي حاضره ومستقبله وسياقه التاريخي والاجتماعي، والحجم المتوقع بتوفير الإمكانيات لتفاعل المجتمع مع نتائج القرار السياسي ومخرجاته، وانتهاء بالشروط الموضوعية لنجاح القرار السياسي:

- السلطة.
  - المجتمع (هويات جماعية).
  - اللغة (أداة تواصل).
  - دولة (حدود جغرافية).
- وكما مرّ معنا، فإن صناعة القرار السياسي المتعلق بالشأن اللغوي حركة "قصدية" و "واعية" بامتياز؛ ولأجل ذلك يقال إنها تمثل بالنسبة إلى "التخطيط اللغوي" بعدًا نظريًا أساسيًا وعمقًا استراتيجيًا بالمعنى السياسي الدقيق للعبارة.<sup>(2)</sup>
- ويمكن أن نميز في هذا الصدد بين ثلاثة توجهات:
- سياسة "التجنيس اللغوي للمجتمع"؛ وذلك بالاعتراف بلغة رسمية واحدة، ومحاربة مظاهر التنوع اللغوي والثقافي، وعدم السماح لهذا التنوع باحتلال الخطوط الأمامية للمشهد الرسمي العام.
  - سياسة "التعددية اللغوية والثقافية"، التي تقوم على منح اللغات الكبرى الأساسية في المجتمع وضعًا قانونيًا متساويًا.
  - سياسة "حصر التعدد اللغوي" في لغتين رسميتين.

التخطيط اللغوي: يقصد بالتخطيط اللغوي كل الجهود الواعية الرامية إلى التأثير في بنية التنوعات اللغوية أو في وظيفتها، وهذا التحديد هو الذي يحظى بالقبول عامة.<sup>(3)</sup> إذ تشمل هذه الجهود إنشاء قواعد الإملاء، وتحديث البرامج وتوحيدها، أو توزيع الوظائف بين اللغات في المجتمعات متعددة اللغات وإسناد وظائف إلى لغات بعينها. وعرف هوجن 1959 بأول من كتب بطريقة علمية عن التخطيط اللغوي متأثرًا ومحاكيا التخطيط الاقتصادي. ويعرف هوجن التخطيط اللغوي بأنه "عملية تحضير الكتابة وتقنينها وتقييدها وبناء المعاجم. ليستدل ويهتدي بها الكتاب والأفراد في مجتمع ما".<sup>(4)</sup>

(1) محمد غاليم، "اللغة والهوية في ضوء النظرية السياسية"، في: اللغة والهوية في الوطن العربي، (قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2013م: ص 318-319.

(2) ميشال زكريا، قضايا ألسنية تطبيقية، دار العلم للملايين، الطبعة الأولى، 1993م: ص 16.

(3) جيمس طوليفسن، السياسة اللغوية خلفياتها ومقاصدها، ترجمة: محمد خطابي، الرباط: مؤسسة الغني للنشر، 2007: ص 25.

(4) المرجع السابق: ص 25.

إلا أن هوجن نفسه صار ينظر إلى هذه الأنشطة<sup>(1)</sup>، على أنها نتاج التخطيط اللغوي. ويعرف التخطيط اللغوي كل من جرنود وروبين بأنه " تغيير متعمد في اللغة، أي أنه تغيير في بنية اللغة وأصواتها أو وظائفها أو كليهما، ويتمحور حول إيجاد حلول للمشاكل اللغوية، ويتصف بصياغة البدائل وتقييمها لحل مشاكل اللغة وتوفير أفضل الخيارات المحتملة وأكثرها فعالية." <sup>(2)</sup> وقد عرف مفهوم التخطيط اللغوي أول الأمر بأنه اختيار لغة من بين عدة لغات، ومن ثم تطور هذا المفهوم ليشمل التدخل في بنية اللغة، وذلك ما أطلق عليه "تطوير اللغة أو ارتقاؤها." وقد ميز جيرنود بين عملية التدخل في اختيار اللغة والتدخل في إصلاحها وتهذيبها، فسمى العملية الأولى "تحديد اللغة"، وهذه التسمية تقابل تسمية نيوستافي بـ"اتجاه السياسة"، وهي اختيار لغة من بين عدة لغات واستخدامها لغة رسمية أو وسيلة للتعليم. بينما سمي جيرنود العملية الثانية "تطوير اللغة"، ويقابلها تقريباً تسمية ج. نيوستافي " J. Neustuphy اتجاه الصقل أو التهذيب"، وهو كما أسلفنا تدخل لإصلاح اللغة من تنقية أو تحديث أو تقييس، إلخ. . . (3)

واستقر الأمر نسبياً في تحديد مفهوم التخطيط اللغوي، وأصبح يطلق على جميع الأعمال المنهجية والمتسقة للتدخل في اللغة على مستويين أو مرحلتين - إن صح التعبير - السابقة إحداهما على الأخرى، وهما مرحلة رسم السياسة اللغوية قرارات تحدد وضع اللغات ووظائفها تنفيذ السياسة اللغوية وتطبيق القرارات على أرض الواقع. وعليه فإن التخطيط اللغوي هو الجهود العملية المتكاملة للتأثير في الاستعمال والتطور اللغوي بناء على قرار لغوي سابق، فحينما يصادق أصحاب القرار الساسة على هذه الخطة اللغوية أو تلك، فإنها تصبح سياسة لغوية للدولة تلتزم الحكومة تنفيذها<sup>(4)</sup>.

و"التخطيط اللغوي"، تطبيق عملي "للسياسة اللغوية" التي تضعها المؤسسات الرسمية للدولة، وهو أي "التخطيط" مجموعة التدابير المعتمدة والموجهة بالقرارات والإجراءات العملية التطبيقية الكفيلة بتحقيق الأهداف المسطرة لاستشراف المستقبل. والعلاقة بينه وبين بناء المناهج هو أن التخطيط اللغوي يعد تشريعاً مستقبلياً لما ينبغي أن يكون عليه المنهاج اللغوي في التربية والتعليم، مع مراعاة التغيرات الطارئة والتجديد والمراجعات المستمرة تماشياً مع مستجدات الحياة وتطلعات المستقبل، وعملاً على مواكبة الأفضل الذي يرشد إليه البحث وعملية تنبؤ بالمستقبل، والتنبؤ باتجاهاته باستعمال معطيات الحاضر والماضي في ضوء الظروف المحيطة

<sup>(1)</sup>د. عبد الله البريدي، التخطيط اللغوي: تعريف نظري ونموذج تطبيقي، ورقة بحثية ألقيت في الملتقى التنسيقي للجامعات والمؤسسات المعنية باللغة العربية، الرياض: مركز الملك عبد الله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، 7-9 مايو 2013. <http://drber.com/ar/articles/cat-992/content-1917.aspx> تاريخ الزيارة 2018/12/03

"Introduction: language planning as an element in ،" Jerudd Bjorn and Joan Rubin، "Can language Be Planned? Sociolinguistic theory and ،" in: Joan Rubin et al، jernudd p Xvi، 75، 1971، practice for developing nations (Hawaii: The university Press of Hawaii

<sup>(3)</sup> رالف فاسولد، علم اللغة الاجتماعي للمجتمع، ترجمة: إبراهيم صالح، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1995م: ص 437.

<sup>(4)</sup> كاظم المياحي، "التعدد والإزدواج في ضوء السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي"، في: أعمال الملتقى الوطني حول التخطيط اللغوي،

والإمكانات المتاحة، من استغلال للموارد البشرية والطبيعية والفنية المتاحة إلى أقصى حد ممكن، وتحقيق أهدافه من خلال اختيار بين البدائل المختلفة دفعا للنقائص ولإحداث التغيير المنشود كما هو الحال بالنسبة لبقية المؤسسات الرسمية الكبرى للمجتمع. (1)

ونظرا للحاجة إليه فإن جميع الأمم الراشدة تتبنى التخطيط وتأخذ به باعتباره عملية أساسية لا غنى عنها لتحقيق أهداف التنمية البشرية. تلك هي الصورة التي ينبغي أن يكون عليها الوجه العملي للتخطيط. ولنا في تاريخ الشعوب عبرة في العديد من دول العالم، من ذلك: ما فعلته فرنسا عندما أصدرت نظاما لحماية اللغة الفرنسية من المفردات والمصطلحات الدخيلة، وما فعله أتاتورك حين غير حروف اللغة التركية من الحروف العربية إلى الحروف اللاتينية، أو ما حدث في اليابان، وروسيا، وكوريا، والصين، وفيتنام، عندما عملت على إحلال اللغات القومية محل اللغات الأجنبية في التعليم. وتدافع كل الدول عن منزلة لغاتها لتصبح لغة علم وعمل وطنية أو دولية أو إقليمية في المنظمات الدولية. وأبرز مثال على هذا التطبيق استماتة فرنسا لتكون الفرنسية لغة للاتحاد الأوروبي أو لغة رسمية ضمن لغات أخرى للاتحاد. (2)

إضافة إلى هذا يقتضي التخطيط إعداد مناهج تعليمية للحصول على معلومات حول حاجات المتعلمين من معارفهم ومهاراتهم، والعناية بالمعلم والتفطن لحاجاته الحقيقية، وبالجانب الصوتي والأداء الجيد لهذه الأصوات، (3) وغيرها مما يتطلب متابعة مستمرة للأحسن في البرامج والمناهج. وبما أن الأمر أصبح مفصوحا في مقرراتنا اللغوية في بلادنا العربية، وعرفت المنظومة اللغوية فشلا ذريعا في هذا المجال، وظل الترددي هو سيد الوضع اللغوي العربي الراهن، وبمناسبة ما يعرف باحتفال المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (اللكسو) بيوم اللغة العربية الذي يصادف شهر مارس، وفق شعار "يوم اللغة العربية" دعت المنظمة كافة الدول العربية إلى إيجاد الحلول الكفيلة بدعم مكانة اللغة العربية وتقوية حضورها (4) لادراكها بخطورة الوضع اللغوي عربيا وأصدرت المنظمة في نشرتها "أصداء الالكسو" بيانا دعت فيه كل العرب دولاً ومنظمات وأفرادا إلى مواصلة البحث عن الحلول الكفيلة بمزيد دعم مكانة اللغة العربية وتقوية حضورها وتمكينها من أداء وظيفتها على النحو الأمثل في مختلف المجالات.

وذلك بالحرص على التمسك باللغة العربية وصيانتها من الضعف والاندثار لأنها تكاد تكون آخر قلعة من قلاع الهوية يحتمي بها المواطن العربي من خطر فقدان شخصيته وذوبانه في إحدى الثقافات المخالفة. وفي دراسة مقدمة للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، قدمها د. محمد زكي خضر بعنوان "اللغة العربية بحاجة إلى تخطيط وسياسة لغوية منهجية واضحة للمصطلحات لتواكب مجتمع المعلومات" بيّن الباحث "أن المنظمة حثت على ضرورة قيام الدول العربية بوضع سياسة تنمية لغوية خاصة بها وخاصة في

(1) ينظر: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الالكسو، تونس 28 فيفري 2011. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي وأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية، م. س.

(2) ينظر: موقع الملتقى التربوي. [www.arab.mms.com](http://www.arab.mms.com): مفهوم التخطيط التربوي، خالد "محمد حلمي" البكري. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي وأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية، م. س.

(3) ينظر: السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي في العالم العربي، عبد الله الشمري: ص حيفة الاقتصادية الإلكترونية، عدد 5888، بتاريخ: 24 \_نوفمبر 2009. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي وأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية، م. س.

(4) مقال: أثر اللسانيات في النهوض بمدربي اللغة العربية، عبد الرحمان الحاج صالح، مجلة اللسانيات. ع. 1974، جامعة الجزائر. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي وأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية، م. س.

ما يتعلق بالمصطلحات، وتدعو القادة العرب لإصدار القوانين والتشريعات اللازمة لتمكين اللغة العربية وحمايتها. والاستعجال بإنشاء مرصد اللغة العربية المقترح. (1)

أهداف التخطيط اللغوي: تختلف أهداف التخطيط اللغوي ونشاطاته طبقاً لمتطلبات كل لغة واحتياجات مجتمعاتها. وقد اختلف الباحثون في تحديد أهداف التخطيط اللغوي، فرأى فريق منهم أن عملية التخطيط اللغوي تستهدف المشاكل اللغوية، وفريق آخر يرى أن الهدف من عملية التخطيط اللغوي هو تسهيل التواصل، إذ يرى ك. غادليي K. Gadelii أن الناس اليوم لا يستطيعون التواصل فيما بينهم كما كانوا يفعلون سابقاً؛ لذا فإن الهدف من التخطيط اللغوي هو تسهيل التواصل على ثلاثة مستويات: المحلي والإقليمي والدولي. (2)

وعلى الرغم من ضرورة التخطيط لأهداف التواصل فإنها ليست بالأهداف الكافية التي تستهدفها عملية التخطيط اللغوي. ويمكن حصر القضايا المستهدفة بالتخطيط في النقاط الآتية: (3)

- وضع المقاييس للكتابة الصحيحة والكلام الجيد.
- ملاءمة اللغة بوصفها وسيلة تعبير للشعب الذي يستعملها.
- قدرة اللغة على أن تكون أداة الإبداع الفكري والعلمي.
- عدم القدرة على التفاهم بين المجتمعات اللغوية المتنوعة ومن الدولة الواحدة.
- اختيار لغة التعليم.
- ترجمة الأعمال الأدبية.
- اعتماد اللغة المناسبة للتبادل العلمي.
- القيود الموضوعية على الاستعمال اللغوي.
- التنافس بين اللهجات والارتقاء بلهجة إلى مرتبة اللغة الرسمية.
- المحافظة على التوازن بين مصلحة الدولة ومصلحة الأفراد في المجال اللغوي.

جل هذه القضايا تتعلق بالتغيير أو الإصلاح في بنية اللغة، فقد يكون الهدف تنقية لغوية أو إحياء لغة ميته أو التقييس اللغوي. . . أو هي قضايا تتعلق بالاختيارات اللغوية في المجتمعات المتعددة لغوياً، أو تحديد مجال استخدام اللغات ووظائفها في القطاعات المختلفة.

عمليات التخطيط اللغوي: إن الاهتمام بالتخطيط اللغوي داخل الأمة على وجه العموم اهتمام ذو غايات تنموية، تسعى لتطوير دخل الأمة وتوفير الرفاهية لمجتمعاتها، بل أصبح التخطيط ضرورة ملحة لتحقيق التنمية الوطنية المخطط لها؛ لذلك فإن المسؤولية لا تقع على عاتق السياسة والقادة، وإنما هي مسؤولية الجميع. (1)

(1) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (اللكسو)، تونس 28 فيفري 2011. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي وأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية، م. س.

(2) Karl Gadelii، language planning: theory and practice. (Paris: UNESCO، 1999)، p\_ 78

(3) ميشال زكريا، م. س: ص 11.

فالتخطيط اللغوي يمثل عدة عمليات منظمة لإيجاد حلول للمشكلات اللغوية، تتطلب موقفاً ودوراً من جميع أفراد المجتمع ومؤسساته. ويتفق الباحثون على أن التخطيط اللغوي يشمل ثلاث عمليات أساسية: تحديد الأهداف وتطبيقها وتقييمها.<sup>(2)</sup> وهذه العمليات الأساسية تحدد في عدة مراحل، اختلف الباحثون في توحيدها وعلماء اللسانيات الاجتماعية في تقديم نماذجها إلا أن الجميع اتفق في مبادئها.<sup>(3)</sup>

ونستشهد هنا بالمرحلة التي قدمها روبين للتخطيط اللغوي<sup>(4)</sup>:

- تفصي الحقائق: يجب أن تتوفر كمية كبيرة من المعلومات عن خلفية الموضوع قبل أن يتخذ أي قرار تخطيطي بشأنه. إذ ينبغي أن تكون عملية الدراسة وتفصي الحقائق شاملة كافة المستويات التي يتضمنها الإطار المرجعي للدراسة بشواهد من واقع الظاهرة موضوع البحث؛ كأن تؤسس قاعدة كمية بعدد اللغات واللهجات، وعدد متكلميها، ووضع اللغات الاجتماعية والمعجمي والأسلوبي. . . وأوجه الالتقاء والافتراق بين اللغة ولهجاتها<sup>(5)</sup>
- التخطيط: تتخذ القرارات الفعلية، إذ يحدد المخطط الأهداف، ويختار الاستراتيجيات، ويتنبأ بالحصلة. فبناء على إطار المحك المرجعي، يمكن التنبؤ بمن سيخطط ويؤثر في سلوك الآخرين، ومن الآخرون، والتنبؤ بالوسائل وكذلك الفوائد؛ ومن ثم تتخذ القرارات الفعلية.
- التنفيذ: تنفذ قرارات التخطيط، سواء كان التنفيذ حركة إصلاح أو تنقية أو إحياء لغة ميتة، إلخ.
- ردود الفعل: في هذه المرحلة يكتشف المخطط مدى نجاح تنفيذ الخطة، من خلال ردود فعل المجتمعات وتفاعلها مع التطبيق.

علاقة التخطيط اللغوي بالسياسة اللغوية: اختلف الباحثون في تحديد العلاقة بين السياسة والتخطيط اللغويين، وما زال هذا الاختلاف قائماً إلى هذه الساعة، بل إن نظريات كل منهما ليست ثابتة، وإنما نستطيع أن نصفها بالثابتة نسبياً. فكثيراً ما يتبادر إلى الأذهان أيهما أسبق السياسة أم التخطيط؟ وأيها يشمل الآخر: فهل السياسة اللغوية جزء من التخطيط اللغوي أم العكس صحيح؟ إن العلاقة بين السياسة والتخطيط اللغويين علاقة تبعية، فعلى الرغم من اختلاف أصول العلمين العامة فإنهما فرعان متخصصان في المسألة اللغوية.<sup>(6)</sup>

وتفصي هذه العلاقة إلى أن التخطيط اللغوي تابع للسياسة اللغوية، أي أن يكون رسم السياسة اللغوية وتنفيذها من خلال تطبيقاتها" تقييس لغات ميتة وإصلاحها وإحيائها، إلخ" في ضوء ما ينص عليه الدستور وتقتضيه السياسة اللغوية في البلاد،

Problems of the language planning: <sup>(1)</sup> Charles Ferguson and Jyotirindra Das Gupta  
language planning processes (Paris: MOUTON publishers), p4, 1977.

<sup>(2)</sup> المرجع نفسه: ص 4-6

<sup>(3)</sup> للاستزادة حول نماذج التخطيط اللغوي، انظر: كالفلي، م. س: ص 14-52.

<sup>(4)</sup> نقلاً عن رالف فاسولد، م. س: ص 446.

<sup>(5)</sup> لطيفة النجار، "اللغة العربية بين أزمة الهوية وإشكالية الاختيار،" في: اللغة والهوية في الوطن العربي - إشكاليات تاريخية وثقافية وسياسية،  
قصر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2013: ص 220.

<sup>(6)</sup> أي أن السياسة اللغوية فرع من علم السياسة العام، والتخطيط اللغوي فرع لحقل أعم وهو التخطيط الاجتماعي.

فالساسة اللغوية لها أسبقية وسببية بالنسبة إلى التخطيط اللغوي، وهي بمثابة الموجه والمحدد لحركته؛ وذلك لأن السياسة اللغوية إطار نظري وقانوني بالنسبة إلى التخطيط اللغوي، فلا يمكن للمخططين التخطيط دون وجه قانوني. والواقع أن مفهوم التخطيط اللغوي يفترض وجود سياسة لغوية، والعكس ليس صحيحًا، وذلك لأن للسياسة اللغوية وظيفتين:

- عملية.
- ورمزية.

أما الوظيفية العملية فتتمثل في إتباع القرار اللغوي بتخطيط، أي أن يوضع القرار موضع التنفيذ، أما القول إن للقرار وظيفة رمزية فذلك يعني أنه لم يوضع قط موضع التنفيذ، أو لأنه لا يمكن تنفيذه في مرحلة أولى. (1)

وإذا كانت السلطة والقوى السياسية في البلاد هي من توجه السياسة اللغوية إلى اختيارات لغوية بعينها، فالأمر لا يقل في التخطيط اللغوي؛ إذ يحظى رسم السياسة اللغوية وتنفيذها باهتمام الدولة وأصحاب السلطة في البلاد، وذوي الشأن اللغوي ممن يصرح لهم بذلك. وبما أن الرسم والتخطيط للسياسة اللغوية شأنهما شأن التخطيط لأي سياسة ثقافية أو اقتصادية فإن ما ينطبق على السياسات ينطبق عليهما، فمتخذو القرارات السياسية عامة ينحصرون بين ثلاثة أطراف:

- النخبة الرسمية.
- المؤثرين.
- الحكومة.

ويميز أ. ايلزورث وج. ستانكي. J and Ellsworth. A Stahnke بين الأطراف الثلاثة " تمثل النخبة الرسمية أولئك المفوضين رسميًا لرسم السياسات واتخاذ القرارات، مثل الرؤساء وحكام الأقاليم وأعضاء البرلمان وممثلي التجمعات المختلفة والمدراء العامين ومدراء المدارس. أما المؤثرون فهم الطبقة المترفة في المجتمع، وهم الذين يحصلون على أكثر ما يمكن الحصول عليه مما هو متوفر.

ويقصد بالحكومة أصحاب القرار الحقيقيين، ويكونون عادة وليس بالضرورة من بين أفراد النخبة الرسمية، وقد ينتمون أيضًا إلى شريحة المؤثرين، وأحيانًا أخرى يجمعون بين شريحتي النخبة والمؤثرين. كما أن ذلك لا ينحصر في الأطراف الثلاثة فحسب، بل متى ما تقدم عدد من الأفراد أو مجموعة معينة بمقترحات أو توصيات لم يعترض أحد عليها أو يزاحم على إضعافها فإن هؤلاء الأفراد أو تلك المجموعة هم صناع القرار الحقيقيين". (2)

السياسة اللغوية الوطنية في الجزائر: رغم القرارات ورغم دسترة اللغتين الوطنيتين العربية والأمازيغية، مع جعل العربية لغة رسمية، إلا أن الكثير من الباحثين يصفونها بالسياسة القاصرة؛ وقد لا يكون هذا خاصًا بالجزائر وحدها، إذ التخطيط اللغوي السليم شيء معدوم في جل البلدان العربية كما يرى بعضهم، يقول الباحث وليد العناني في هذا الشأن: " التخطيط اللغوي السليم وهو يكاد

(1) كالفني، م. س: ص 222.

(2) نقلا عن: كوبر، التخطيط اللغوي، م. س: ص 166-167.

يكون معدوما في البلاد العربية ويتمثل في غياب سياسات لغوية عربية تسهم في حل كثير من القضايا اللغوية العالقة في المجتمع العربي، وتحدد موقفنا من كثير من الموضوعات الحاسمة المرتبطة لتنمية مجتمعاتنا وترقيتها<sup>(1)</sup>.

ويقول المسدي: " قضيتنا المستعصية نحن العرب اليوم، هي أن الوعي اللغوي لدينا ينبري حاضراً مادام الأمر متعلقاً بمستوى المعرفة، التي تحملها الحرف المكتوب، فإذا غاب النصُّ والمتنُّ والخطُّ غاب بغياهما وعينا بوزن اللغة، ووعينا بخطر اللغة، ووعينا بأن اللغة سلاح حضاري بأيدينا، فإذا زهدنا فيه انقلب علينا وغدا الرامي مرمياً، وأمسى القنّاصُ فريسة".<sup>(2)</sup>

ويقول الباحث عز الدين المناصرة عن الوضع الجزائري: " ظلّت الفرنسية هي المهيمنة وازداد نفوذها بعد الاستقلال. . . ولم تكن الدولة الجزائرية جديّة في قرارها بتحويل اللغة الفرنسية من لغة استعمارية تشكل عائقاً أمام العربية والأمازيغية إلى لغة معرفة إنسانية وحداثة يمكن أن تكون لها شرعية اللغة الأجنبية الضرورية للمعارف الحديثة ولم تلجأ الدولة إلى تعددية اللغات الأجنبية للتخفيف من هيمنة الفرنسية"<sup>(3)</sup>.

وفي دراسة أعدها صالح بلعيد قدّم فيها العديد من التساؤلات والتأملات والأجوبة حول مسألة القرار السياسي للتعريب في الدول العربية، وهو يصنف وضع القرار السياسي للتعريب في الدول العربية صنفين:<sup>(4)</sup>

- دول عربية نجح فيها التعريب دون قرار سياسي، وهي: سوريا والسودان وليبيا واليمن.

- دول عربية نجح فيها التعريب بقرار سياسي وأخفق، وهي: مصر والعراق والجزائر والأردن.

وتخلص الدراسة إلى أن إخفاق معظم الدول العربية التي استصدرت القرار السياسي يعود إلى عدة عوامل، منها: عدم الإيمان بمبدأ التعريب لربط العربية بالتخلف، وجعل التعريب حملة مؤقتة، وكذلك الفجوة بين القوانين والتطبيق، أي بين السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي، فغياب السياسة اللغوية يحتم خلافاً في التخطيط للغة.<sup>(5)</sup>

وتُصنّف الجزائر في خانة الدول التي تتبنى سياسة إعلاء اللغة الرسمية رسمياً فقط لا واقعا، وهي ما يمكن تسميتها في الوطن العربي بـ"سياسة التعريب"، وتتبعها أيضا كل من الأردن ولبنان والكويت والبحرين وقطر والإمارات ومصر وتونس والصومال من الناحية الرسمية المعلنة؛ لإعلاء اللغة العربية وتعزيزها.

ولا يكفي إصدار قوانين حماية اللغة العربية والنهوض بها، ولا الإقرار برسمية اللغة العربية في الدساتير للاطمئنان على وضع اللغة العربية، فامتداد آثار الاستعمار في بعض الدول العربية ما زال قائماً إلى يومنا هذا، واكتساح اللهجات المجال الحيوي للفصحى في المنابر الإعلامية والحوارات الثقافية وتسلسلها إلى الفصول الدراسية، علاوة على اقتحام العولمة للأسواق ولا سيما "السوق اللغوي"، وما يترتب عليها من امتيازات ممنوحة للغة العصر في مجالات الاقتصاد والعمل والوظائف، كل ذلك أسباب

(1) وليد العناني، مستقبل العربية في ظل العولمة، مقال منشور في الموقع <http://www.arabiyah.ws>. تاريخ الزيارة 2019/5/13

(2) عبد السلام المسدي، العرب والانتحار اللغوي، دار الكتاب الجديد المتحدة، الطبعة الأولى، 2011: ص 201.

(3) د عز الدين المناصرة، الهويات والتعددية اللغوية، دار مجدولاي للنشر والتوزيع الاردن، ط 1 سنة 2004م ص 169.

(4) صالح بلعيد، "لماذا نجح القرار السياسي في الفيتنام وفشل في... !"، مجلة التعريب 12، عدد 24، 2002، ص 50-59

(5) المرجع نفسه: ص 43-48.



كافية للتنبه بأن ثمة خطراً يحدق باللغة العربية في مواطنها، ويقتضي الحفاظ عليها وحمايتها بإصدار قوانين تتكفل ذلك، مثلما فعلت بعض الدول، كما في القانون الجزائري 91-5 لعام 1991 حول تعميم استعمال اللغة العربية.<sup>(1)</sup>

ولكن هذا التعميم لم ير النور، فما تزال اللغة الفرنسية حاضرة بكثافة رغم محاولات التعريب. ولقد حرصت الجزائر على تعريب التعليم بعد الاستقلال، إذ عربت التعليم تدريجياً، من الصفوف الأولى في المرحلة الابتدائية ابتداءً، وصولاً إلى تعريب التعليم الثانوي سنة 1980، إذ عم التعريب المواد الاجتماعية، بينما تدرس العلوم والرياضيات باللغة الفرنسية.<sup>(2)</sup>

ومنذ العام الأول بعد استقلال الجزائر 1963، والدولة تبذل جهودها لتوطين اللغة العربية على أرضها، لا سيما في مرافق الدولة وإدارتها التي استحوذ عليها الفرنسيون، وكانت الفرنسية لغة المعاملات والإدارات والبرلمان والقضاء، إلخ. بدأت حملات التعريب في البلاد من قبل أصحاب السلطة في البلاد.<sup>(3)</sup>

فعلى صعيد البرلمان اعتمدت الجمعية الوطنية الاقتراح المتداول لإدخال اللغة العربية في المناقشات والاجتماعات في البرلمان، وأصدر ابن بلة الرئيس الأول للجزائر بعد الاستقلال المرسوم رقم 64-147 المؤرخ في 28 مايو 1964 من أجل تنفيذ القوانين واللوائح، وأقر باستخدام اللغة العربية في صياغة القوانين واللوائح، واستخدام الفرنسية مبدئياً بشكل مؤقت، إلا أنها ظلت إلى اليوم رغم صدور قوانين تالية للقانون السابق، وفيها خرجت الفرنسية من وضعها المؤقت إلى حظر استعمالها، وفقاً للقانون رقم 91-15 لعام 1991 بشأن تعميم استعمال اللغة العربية في جميع الوثائق الرسمية والمداخرات ومحاورات الحكومات والمؤسسات والشركات، وحظر استخدام أي لغة أجنبية في مداخرات ومناقشات رسمية، يليه القانون العضوي رقم 99-02 المؤرخ في 8 مارس 1999، وفيه تنص المادة 6 على أنه: "تجري أشغال البرلمان ومناقشاته ومداخراته باللغة العربية".<sup>(4)</sup>

رغم صدور عدد من القوانين التي حددت لغة البرلمان فإن المرسوم 64-146 لا يزال سارياً في البرلمان الجزائري إلى اليوم، ذلك أن اللغة الفرنسية ما زالت حاضرة فيه، لا سيما عبر التخاطب والنقاشات البرلمانية إلى جانب المحكية الجزائرية. أما العربية الفصحى فيقتصر حضورها في المدونات والوثائق المكتوبة.

كذلك هو الحال في العدالة ودور القضاء حيث كانت الفرنسية هي لغة المحاكم والقضاة والوثائق، إلى أن أصدر الأمر 66-155 عام 1966 المتعلق بالإجراءات الجنائية، وبموجبه أجزيت الترجمة إلى العربية واللغات واللهجات في البلاد داخل دور القضاء. وفي عام 1999 حظر استخدام أية لغات أخرى غير العربية في المشاورات والنشر والقرارات الصادرة، تلاه القانون 08-09 المتعلق بالإجراءات المدنية والإدارية عام 2008، وفيه فرض استخدام اللغة العربية.<sup>(5)</sup>

(1) محمود حجازي، "المحور الأول المشكلة والرؤية"، في: لنهض بلغاتنا- مشروع لاستشراف مستقبل اللغة العربية: ص 172-193.

(2) هدى الشمري، "واقع اللغة العربية وآلية النهوض بها"، نادي حائل الأدبي، 2018م: ص 27.

(3) Jacques Leclerc، "Algérie" dans L'aménagement linguistique dans le monde، Québec، [http://www.axl.cefanelaval.ca/afrique/algerie.htm]، 19 oct. 2012، Université Laval، TLFQ visité le 19/4/2019، (30 Mars 2015).

(4) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، البرلمان، مجلس الأمة، القانون العضوي رقم 99-02. 1999

(5) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمانة العامة للحكومة، قانون الإجراءات المدنية والإدارية 2008.

وعلى الرغم من أن اللغة العربية الفصحى هي في الواقع اللغة الوحيدة المسموح بها في المحاكم، فإن اللغة المتداولة في المحاكم هي المحكية الجزائرية والأمازيغية في المناطق، التي يكثر فيها الأمازيغ، وتستخدم مع المواطنين الذين لا يتكلمون العربية. (1)

أما التعريب في الإدارة العامة، فقد بذلت العديد من الجهود على المستوى السياسي، وأصدرت القرارات والقوانين التي تلزم المسؤولين في الإدارات والمرافق الحكومية بمعرفة اللغة العربية واستخدامها في الشؤون العامة، بل أيضا جعلت معرفة اللغة العربية وإجادتها شرطا أساسيا للالتحاق بالقطاع العسكري الجزائري، وتقليد المناصب العليا في الإدارات والوزارات والتعليم، وذلك بعد الخضوع لاختبارات اللغة العربية كما جاء في القانون. ورغم كل هذا، ما تزال الفرنسية شائعة في جميع المرافق العامة للدولة، ونستطيع أن نصف الوضع اللغوي فيها بالثنائي "العربية- الفرنسية". (2)

وليس وسائل الإعلام الجزائرية التي تحظى بسيطرة الدولة، في معزل عن هذا الواقع، رغم ترسانة القوانين التي صدرت في صالح اللغتين الوطنيتين؛ إذ تنسم وسائل الإعلام بالتنوع اللغوي والمهجين الذي يخالف القرار السياسي المتعلق بلغة النشر، فقانون الإعلام الصادر بموجب القانون العضوي رقم 12 05 - المؤرخ في 12 يناير 2012 يكفل حرية النشر في مادته 11: " إصدار كل نشرة يتم بحرية. . . . "، لكن المادة 20 من القانون نفسه تحدد لغة النشر وجوبا بأن يكون باللغات الوطنية "العربية والأمازيغية" أو إحداها. (3)

إذ تنص المادة 20 على ما يلي: " تصدر النشرات الدورية للإعلام العام التي تنشأ، ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون العضوي بإحدى اللغتين الوطنيتين أو كليهما. غير أن النشرات الدورية الموجهة للنشر والتوزيع وطنيا أو دوليا، والنشرات الدورية المتخصصة - يمكن أن تصدر باللغات الأجنبية بعد موافقة سلطة ضبط الصحافة المكتوبة. " (4)

وتسيطر الحكومة على نشر قرابة 50 صحيفة يومية في الجزائر، أغلبها صحف مدونة بالفرنسية، تليها صحف بالعربية والأمازيغية، إلا أن الأخيرة لا تحظى بقدر مناسب من النشر. بالإضافة إلى عدد من المجلات العربية والأمازيغية المحلية والفرنسية. واليوم، تشهد الجزائر إصدار عدد من المنشورات والصحف بالفرنسية أكثر مما كانت عليه فترة الاحتلال الفرنسي، فالعاصمة الجزائرية وحدها تنشر ست صحف باللغة الفرنسية يوميا. (5)

من جانب آخر، وفيما يتعلق بالإعلام والإعلان المرئي والمسموع فالشركات المسؤولة عن البث توفر قنواتها التلفزيونية ومحطاتها الإذاعية بعدة لغات. وتعد مؤسسة الإذاعة الوطنية الجهة المسؤولة عن البث الإذاعي، حيث تبث 3 محطات وطنية الأولى بالعربية والثانية بالأمازيغية والثالثة بالفرنسية، و3 محطات موضوعاتية (قرآنية وثقافية وموسيقية)، بالإضافة إلى محطة دولية تذاع بالإنجليزية والإسبانية، وكذلك 19 محطة جهوية. (6)

(1) Leclerc، "op. cit.، "Algérie.

(2) المرجع نفسه.

(3) أحمد محمد الضبيب، "اللغة في الإعلام،" ص 264، <https://articles.islamweb.net/media/index.php?page=article&lang=A&id=1759>

(4) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، رئاسة الجمهورية - الأمانة العامة للحكومة، قانون الإعلام، 2012

op. cit.، (5) Jacques Leclerc

(6) الجمهورية الجزائرية، التلفزيون الجزائري، المرسوم التنفيذي 91-02 بشأن وسائل الإنتاج النشر الإذاعي، 1986.

والغافل عن الوضع القانوني للإذاعات ولغة البث فيها يظن أن التنوع الثقافي طبيعي، إلا أن الحقيقة والسياسات القانونية واللغوية في الإذاعات الجزائرية أمرٌ يؤكدان ضرورة تعزيز اللغة الوطنية في وسائل الإنتاج والنشر الإذاعي، ففي نص المادة 7 من المرسوم التنفيذي 91-02. . . : "الدفاع عن اللغة الوطنية وتطويرها والنهوض بها، وتطوير الثقافة الوطنية بجميع مكوناتها وتنوعاتها وترقيتها. . ." (1)

مهما يكن، فإنه يلاحظ على السياسة اللغوية في الجزائر جملة أمور، من بينها:

- أنها تندرج في إطار خيارات ثورية مبنية على الهوية بحيث تناست البعد الإنساني. هذا، موازاة مع خيار ثوري آخر جعل الاهتمام منصباً خصيصاً على التنمية الاقتصادية، مما جعل مفهوم التعريب مثاليا نظريا غير مطبق على أرض الواقع (2).
- أنها لم تصل في تخطيطها إلى مرحلة التعميم التي ينص عليها الباحثون، إذ يقر الباحثون أنه إذا تبنت السلطة الوطنية سياسة لغوية، واختارت لغة وطنية، يجب أن تعمم هذه اللغة (3) وهو ما لم يحدث في الجزائر، إذ لم يتم تعميم استعمال اللغة العربية، على الرغم من أن الدولة تنص في جميع دساتيرها التي صدرت منذ الاستقلال وإلى يومنا هذا على أنها اللغة الرسمية للدولة الجزائرية وعلى الرغم من أنها اعتمدتها لغة التربية والتعليم، إلا أننا نلاحظ أنها لم تعمم على التعليم الجامعي الذي يتم فيه تدريس العلوم الطبية والصيدلانية، وجميع العلوم التقنية بلغة المستعمر، بحيث لم تترك للعربية غير حجرات الدرس في ما قبل الجامعة، على ذلك أيضا (4)، فهذا دليل واضح على عدم وجود سياسة وطنية لغوية ناجحة.
- أن الجزائر الرسمية متعددة اللغات، فهنالك ازدواجية رسمية تتعارض مع الدستور، وإذا كان الباحثون يحددون مفهوم الازدواجية اللغوية انطلاقاً من مجموعة من المقاييس أهمها الانتماء الجينيكي للغتين، والتوزيع التكاملي لوظائفهما، بحيث تكون إحداها في وضعية رفيعة والأخرى في وضعية وضيفة، (5) فإننا نجد هذا الوصف ينطبق علينا تماما وعلى لغتنا العربية، ولغتنا الامازيغية أيضا، إذ تقع العربية في وضعية وضيفة مقارنة باللغة الفرنسية، كما تقع الامازيغية في مرتبة وضيفة، مقارنة بالعربية أو الفرنسية؛ فالتداخل الازدواجي لمجموعة من اللغات التي تدخل في صراع تنافسي وهيمني، كما هو ملاحظ بين العربية والفرنسية من جهة، والعربية والدارجة من جهة ثانية، والدارجة والامازيغية من جهة ثالثة، مردّه السلطة والنفوذ.
- أن الميثاق الوطني اكتفى بالعموميات في ترسيمه للغة العربية، فكان مجرد إعلان مبادئ، ومن شأن غياب تشريح وتفسير العموميات، في خضم التوجيه الثوري، أن يهيئ الأرضية لتناقض التفسيرات في ميدان التطبيق (6).
- غياب البعد اللغوي في علاقته بالتنمية البشرية، في نفس الميثاق الذي تجاهل تحت تأثير حمى الثورة دور المواطن الجزائري في التنمية، بينما جعل كل صغيرة وكبيرة في أيدي الدولة. (7)

(1) Leclerc, "op. cit.", (1)

Khenhour Salah (2), (2007), p. 57-58-59.

(3) التخطيط اللغوي ومكانته في تدبير الشأن اللغوي، ترجمة: فضل الله كسيكس وزهير سوکاح، م. س. .

(4) مبارك تريكي، م. س.

(5) المرجع نفسه

Khenhour Salah (6), (2007), p. 59.

Khenhour Salah (7), (2007), p. 59.

- تصنيف الجزائر من قبل فرنسا كالثالث دولة فرنكوفونية، ويرى اللسانيون أن وضعية اللغة ووظائفها السوسولوجية هي التي تحدد قيمتها في السوق اللسانية وحظها من الاستفادة من السلطة المادية، فهي تكتسب هذه القيمة من خلال دورها كأداة للانتفاع الاجتماعي وتستمد قوتها من المكانة السوسيوثقافية للناطقين بها والذين يعملون على تكريسها وتخصيصها بوظائف متعددة، تستجيب لمصالحهم الاجتماعية والاقتصادية، يقول الأستاذ الحاج عبد الرحمن صالح رئيس المجمع الجزائري للغة العربية: " اللغة ليس لها معنى إذا لم تستغل في الحياة الاقتصادية والعلمية والاجتماعية".<sup>(1)</sup> ويقول أيضا: " إن الأسبقية في استيعاب اللغة يجب أن يكون للغة الأصلية لأن إهمالها والاقتصار على تعلم لغة ثانية يجعل الفرد ينتمي للآخر ويكتسب قيمة يفقد هويته لأن زاوية النظر تكون مبنية على ثقافة مغايرة تستوطن أفكاره وتجعله أسيرا لعصبية مفترضة".<sup>(2)</sup> ومعلوم أن هذا شيء لم يحدث للعربية فكيف نقنع الناس بتعلم لغة غير نافعة؟<sup>(3)</sup>
- أن السياسة اللغوية أنتجت إنسانا جزائريا، يتعصب للغة الآخر، ولأفكاره، وقيمه أكثر مما يتعصب للغة وقيم مجتمعه، وهو أمر غريب، ولكن قد تزول هذه الغرابة إذا أدركنا مهمة اللغة وقدرتها العجيبة في التأثير على من يتكلمها، وعموما ما يمكن قوله هنا هو أن اللغة تنمي الفكر والفكر ينمي اللغة فلقد قال الباحثون (إن اللغة والفكر يؤثر كل منهما في الآخر)<sup>(4)</sup>.
- أن التخطيط اللغوي الرسمي، وإن وجد، فإنه لا يلبى الطموحات اللغوية، فهناك تخلف إبلاغي وبلاغي في المجتمع، ومن ثم فالتخطيط اللغوي المتبع يجب مراجعته فهو تخطيط غير ناجح.
- أن السياسة اللغوية المتبعة في الجزائر لم ولن تكون قادرة على تحقيق تنمية اجتماعية تتسم بالعدالة.<sup>(5)</sup>
- أن المواطن الجزائري نفسه مشدود بعامل الهجرة إلى الآخر، ومن المعروف أن أهم العوامل التي تساعد على انتشار اللغة - لغة - إضافة إلى العوامل الاقتصادية - هي: الغلبة والهجرة الكثيفة والاستعمال والتحول الديني والتخطيط اللغوي الرسمي وكذلك النقل والتجارة<sup>(6)</sup>. إذ بعد الاستقلال ارتبط المجتمع الجزائري اجتماعيا بالأرض الفرنسية، فصارت هناك هجرة كبيرة نحو فرنسا، وهو عامل مساعد، ولا يزال يساعد على انتشار اللغة الفرنسية في الجزائر.
- كرسست هذه الازدواجية بين العربية الرسمية دستوريا وبين الفرنسية الرسمية واقعا تشتيت فكر المواطنين الجزائريين، فلم تعد نظرتهم للكثير من المفاهيم الحساسة موحدة، كمفهوم الوطن، ومصالح الوطن العليا، ومفهوم الأمة، ومفهوم الاستقلال والوطنية، وغيرها من المفاهيم التي يفترض أن تكون موحدة عند الجزائريين، فالتعريب رسمي والفرانكوفونية مجتمعية، والأمازيغية دستورية. وهي حالة ناجمة عن مضاربات نخبة المثقفين.<sup>(7)</sup>

(1) عبد الرحمن الحاج صالح، جريدة الشروق اليومي، عدد 2341، تاريخ 1 جويلية 2008م.

(2) عبد الرحمن الحاج صالح، م. س.

(3) مبارك تريكي، م. س.

(4) د نايف خرما، أضواء على الدراسات اللغوية المعاصرة، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سنة 1978 م: ص 219.

(5) د. مبارك تريكي، م. س.

(6) فلوريان كولماس، م. س: ص 235.

لقد نصت الدساتير الجزائرية في عهد الجزائر المستقلة كلها في بنودها على أن اللغة العربية هي اللغة الرسمية، وهي الوحيدة التي تتمتع بهذه الصفة الدستورية إلى جانب الأمازيغية في الدستور الأخير. وهي بهذه الدسترة نالت صفات لا بد من الإشارة إليها كما هي مستنبطة من الدستور وكما هو شأنها عند الدارسين وهي<sup>(1)</sup>:

- أنها رمز الوحدة الوطنية.
- ورمز الانتماء القومي.
- ورمز الانتماء الإسلامي.

إلا أن الواقع الاستعمالي الذي يتجسد بطبيعة الحال في أرض الواقع، نجده يرسم سياسة لغوية، تتعارض تماما مع الدستور. إن الواقع الاستعمالي للغة العربية في الجزائر، يجعل العربية محصورة في الطبقة المتعلمة بالعربية دون سواها، وهي النخبة التي تختص في العلوم الإنسانية، ومن ثم كانت هذه النخبة محصورة في وظائف معينة كالحامات والقضاء والتعليم والإمامة. وبالمقابل نجد الفئة المتعلمة بالفرنسية هي النخبة المسيطرة على دواليب الحياة العامة في الجزائر.

ومن هنا فقد نتج، عن هذا الواقع الاستعمالي، نموذجان مختلفان في النظر إلى الواقع وإلى الأشياء، نستطيع القول إنهما نموذجان متنافران وإن حاولا أن يكونا غير ذلك في الظاهر.

ومن شأن ذلك أن يعيق التنمية الاقتصادية في البلد، كما يعيق التنمية العادلة لأبنائه، ويحرمهم من العدالة الاجتماعية، أو تساوي الفرص والحظوظ للمواطنين.

والواقع الأعمق أنه يتم التكوين في التقنيات بلغة غير اللغة القومية، وفي الإنسانيات باللغة القومية على غير إطلاق في الأخير. فصار المجتمع مجتمعاً معوقاً اتصالياً، وفكرياً وإبداعياً بسبب هذه السياسة اللغوية المتبعة.

لهذا، ولغيره من العوامل، ذهب بعض الباحثين إلى القول أن الاستقلال لم يكن كاملاً ما لم تسترجع اللغة العربية مكانتها باعتبارها لغة رسمية في واقع الحال للدولة الجزائرية؛ فالواقع يشبه الواقع الذي كانت عليه هذه اللغة أثناء الاحتلال الفرنسي، أو يقترب منه؛ إذ سمح المستعمر للمحاكم الأهلية استعمال اللغة العربية في تسيير الأحوال الشخصية فقط، وما يتعلق بالزواج والطلاق والميراث.<sup>(2)</sup>

ويرى بعض الباحثين، في هذا الشأن، أن ثمة معوقات حالت دون نهوض الاقتصاد الجزائري، مردّها إلى جملة أمور:

- الواقع اللغوي والوظيفية التبليغية الاتصالية للغة، وهو ما يعبر عنه بالإعاقة التبليغية (الإبلاغية): فوجود لغة للإنسانيات ولغة أخرى للتقنيات أفرزت نخبتين كل منهما في واد.

- الواقع اللغوي والوظيفية الفكرية للغة، أي الإعاقة الفكرية: يقول منير الحافظ في هذا الشأن: " إن التطور التقني يغني اللغة ويمنحها عمقا عقليا ومعرفيا وجماليا"<sup>(3)</sup>، ومعلوم أن لغتنا العربية مبعدة من الحقول العلمية والتقنية، أي من مجالات التفكير. يقول سابير (sapir): " إن البشر لا يعيشون في العالم الموضوعي فقط، ولا في عالم النشاط الاجتماعي فقط، كما يفهم

(1) د. مبارك تريكي، م. س.

(2) المرجع نفسه

(3) المرجع نفسه

عادة. ولكنهم يعيشون أيضا تحت رحمة اللغة المعنية"<sup>(1)</sup> وينقل عن الألماني (von wilhelm(humbold) قوله: " إن اللغة هي التعبير عن الشكل الذي بموجبه يرى الفرد العالم ثم يحمله إلى داخل نفسه".<sup>(2)</sup> ويقول اللساني الأمريكي وورف (whorf): " كل لغة تتضمن بالإضافة إلى مفرداتها وجهات نظر وأحكاما مسبقة ضد وجهات نظر أخرى"<sup>(3)</sup>.

- الواقع اللغوي والوظيفة الاجتماعية للغة (إعاقة اجتماعية): ولعلها ناتجة عن الازدواجية اللغوية المتبعة في البلد، إذ تُقضي هذه الازدواجية اللغة الوطنية من الاستعمال، واللغة إذا لم تستعمل لم تصر ملكة عند أهلها؛ إذ الملكة صفة تكتسب بالدرجة والممارسة. كما تقضي هذه الازدواجية من تعلم باللغة العربية من وظائف ذات مراكز اجتماعية هامة.
- الواقع اللغوي والوظيفة الاقتصادية للغة (إعاقة اقتصادية): وهي إعاقة ناتجة عن الإعاقات السابقة، إذ يُحرم من تولي الوظائف السامية في إدارات المؤسسات الوطنية والاقتصادية بسبب عدم إتقانه اللغة الفرنسية. كما أن الاقتصاد الجزائري مرهق للاقتصاد الفرنسي بسبب الارتحان اللغوي الفرنكوفوني الذي تعاني منه النخبة الفرنكوفونية الحاكمة.
- الواقع اللغوي والوظيفة الأدبائية الحضارية للغة (إعاقة إبداعية وحضارية): وهي نتيجة حتمية للإعاقات السابقة، إذ تعوقت الأمة بلاغيا وفكريا واجتماعيا واقتصاديا، وهي الوظائف التي تبنى بها الحضارة -أية حضارة- تكون قد تعطلت عن الإبداع الفكري، والاجتماعي، والاقتصادي بعد أن تعطلت عن الإبداع البلاغي<sup>(4)</sup>.

مهما يكن، فإن التحدي الذي أصبح يمثل التراكم السريع للمعرفة الحديثة والمعلومات المتنوعة يقود بإلحاح واستعجال إلى تهيئة اللغات من أجل المواكبة والاستيعاب والإنتاج. وتشمل التهيئة اللغوية وضع اللغة في المجتمع، من جهة، ومنتها اللساني الداخلي من جهة أخرى. فتهيئة الوضع الاجتماعي للغة يقتضي بلورة استراتيجيات لتحسين وضعها وضمان قيامها بوظائفها دون تهديد أو تهميش، والحفاظ على السلم والأمن اللغويين في إطار سياسة لغوية تحافظ على التوازنات اللغوية داخل البلد.<sup>(5)</sup>

وتهيئة اللغة العربية لا ينفصل عن السياسات اللغوية ودور المؤسسات الساهرة على شؤونها، وعن المبادرات والمواقف الإيجابية منها، وعن تطوير البحث العلمي عموما، وخاصة البحث اللساني بتداخلاته مع العلوم المعرفية الأخرى الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والديداكتيكية والحاسوبية.<sup>(6)</sup>

يقول عبد السلام المسدي: " من له أدنى قدر من الحصافة، يعرف أنه من المتعذر على أي مجتمع أن يؤسس منظومة معرفية، من دون أن يمتلك منظومة لغوية تكون شاملة، مشتركة، متجدرة، حاملة للأبعاد المتنوعة فكرياً وروحياً وإبداعاً، فاللغة هي الحامل الضروري للمحايث لكل إنجاز تنموي".<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup>د جمعة سيد يوسف، سكولوجية اللغة والمرض العقلي، المدى: ص 153.

<sup>(2)</sup>الدكتور عبد الجليل مرتاض، رحاب اللغة العربية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004 م: ص 37.

<sup>(3)</sup>المرجع نفسه، 2004 م: ص 36.

<sup>(4)</sup>مبارك تريكي، م. س.

<sup>(5)</sup>برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية البشرية في العالم العربي، سنة 2003: نحو إقامة مجتمع المعرفة. -http://www.arab.org/hdr.org/arabic/reports/regionalarab.aspx تاريخ الزيارة 2018/11/01م

<sup>(6)</sup>ملخصات مؤتمر اللغة العربية والتنمية البشرية الواقع والرهانات، وحدة الدراسات اللغوية - وجدة - المغرب، http://atida.org/forums/showthread.php?t=3801 تاريخ الزيارة 2019/5/11م

ويتساءل المسدّي مرة أخرى، في سياق كلامه على معادلة التنمية باللغة كمشروع: " ثم متى يُسلم أصحاب الأمر في وطننا العربي بكلّ أطراف المعادلة: أن السيادة الاقتصادية رمز للسيادة السياسية، وأن السيادة السياسية مستحيلة من دون سيادة ثقافية لغوية، وأن امتلاك لغة الآخر سلاح ليس له اعتبار تقديري في السياسة والاقتصاد والثقافة، إلا إذا استند إلى مرجعية لغوية قومية تُعين الأنا على أن يقف ندّاً للآخر؟ ولكننا - في كلّ ما هو بادٍ على السطح الدولي - أمة بلا مشروع لغوي، نحن مُجتمع يريد أن يبني منظومة تنموية، وهو يُغمض العين عن مأزقه اللغوي المكين". (2)

إن السياسات اللغوية لم تعد ترفاً فكرياً أو سياسياً أو مضيعة للوقت والجهد، بل ضرورة سياسية واقتصادية وثقافية وعلمية وتربوية، هدفها تنظيم استعمال اللغات في كل البلاد وتوزيع الأدوار بينها في إطار التكامل وليس التنافس والصراع، وهي جزء أساسي من السياسة العامة للدول.

إن التعدد اللغوي والثنائية اللغوية ظواهر إنسانية عرفتتها العديد من المجتمعات البشرية، لها وجهان:

- **وجه إيجابي:** حينما تكون منظمة ومؤسسة ومقننة، تُحدد فيها وظائف كل لغة على أساس التكامل وليس التنافس، وحينما تصبح عامل إغناء وإثراء للمجتمع، ومن الدول التي تعيش التعدد اللغوي الإيجابي: بلجيكا ألمانيا، سويسرا، وهي كلها دول متقدمة ومتطورة.

- **وجه سلبي:** حينما تكون عشوائية وفوضوية وغير مؤسسة، تتداخل فيه وظائف اللغات، في إطار التنافس المؤدي إلى الصراع والحرب، وحينها يكون عامل فرقة وتمزيق وصراع إثني ولغوي، يهدد وحدة الدول وتماسكها الاجتماعي، وهذا النوع نجده في الدول المتخلفة والنامية. (3)

إنّ التنمية اللغوية تبدأ بتفعيل كلّ النصوص والقرارات الرامية إلى تمكين اللغة في الحياة العامّة، والهادفة إلى القضاء على الفوضى اللغوية، والعمل على جعلها لغة فاعلة في جميع القطاعات، ومنفصلة مع كلّ التغيّرات، بغية تحقيق نموّ لغويّ تبني عليه كل الأشكال التنمويّة الأخرى البشريّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة. وهو أمر يتطلّب سياسة لغويّة واضحة المعالم، وتخطيطاً لغويّاً متّزناً مبنياً على أساس المصلحة الوطنيّة، وعلى أساس الثوابت الدينيّة والتاريخيّة والحضاريّة، والوطنيّة والقوميّة، وذلك بتحويل التعدّد اللغويّ إلى تعدّد فاعل يحفظ للغة العربيّة مكانتها، ويؤهلها للقيام بوظيفتها أحسن قيام، ويضمن للغات المحليّة وجودها واستمرارها، ويكبح جماح التنافس اللغويّ، والهيمنة اللغويّة، والاحتكار اللغويّ الذي يتبعه احتكار الحقيقة واحتكار السّلطة، واحتكار الموارد.

إنّ ما يطبع الوضع اللغويّ في الوقت الزاهن لا يعدو أن يكون هدنة لغويّة، وهي ليست بالأمن اللغويّ المنشود المبني على سياسات لغويّة متوازنة، تستثمر التعدّد اللغويّ لأجل الفعل الثقافيّ، وتستثمر اللغة في البعد التنمويّ؛ تنمية الإنسان الجزائريّ بلغته ودينه وثقافته وعلمه وحضارته ومجتمعه. (4)

ونستطيع الجزم بأن المعوقات التي تقف حائلاً دون كل ذلك لا ترجع إلى جوهر اللغة، ولا إلى بنيتها، بقدر ما تعود إلى ذهنية القائمين على الأمر، ونستطيع أن نصنف هذه المعوقات إلى صنفين:

(1) عبد السلام المسدي، العرب والانتحار اللغوي، م. س.

(2) عبد السلام المسدي، م. س: ص 199

(3) بوجمة وعلي، م. س: ص 175/153

(4) عبد الرحمان يجوي، تنمية اللغة ولغة التنمية في الوطن العربيّ، المركز العربي للدراسات، 12 ديسمبر، 2011



- صنف يتعلق بالضعف في تطوير المنظومة اللغوية، كصناعة المعاجم وتيسير قواعد النحو والصرف وتوحيد المصطلح ودعم الترجمة والتأليف بالعربية وإصلاح برامج التعليم.
- وصنف يتعلق بمعوقات ذات مصدر غير لغوي.
- والصنف الأخير له مظاهر عديدة، من بينها:
- التعددية اللغوية التي تصل إلى حد التصارع، كما هو الحال بين العربية واللغات الأجنبية في المواقع الإدارية والتعليم العلمي، ويتخذ طابعاً تنافسياً مع اللهجات المحلية كالأمازيغية والعامية مثلاً، وهذا يحتاج إلى قرار سياسي وسياسة لغوية رشيدة تمكن اللغة الرسمية وظيفياً وعملياً في مجالات الحياة الاجتماعية كالتعليم والإعلام والمعلومات.
- عدم الاستثمار في اللغة العربية.
- عدم تعميم التعليم الأولي باللغة الرسمية.
- عدم تكافؤ الفرص في الشغل بالنسبة للمتعلّم بالعربية مع غيره الذي تعلم باللغة الأجنبية.
- تقصير المجتمع في حماية اللغة.
- ضعف استعمال اللغة في عالم المعلومات والانترنت.

وتلاشي كل هذه المظاهر كفيلاً بأن يحدث، حين تتحمل الدولة مسؤوليتها وكذا المجتمع في تأهيل اللغة في مختلف ميادين المعرفة والثقافة والحياة العامة والأنشطة الفنية والإعلامية والإشهارية؛ من خلال اتخاذ الحكام للتدابير التشريعية اللازمة والقرارات الحاسمة والملزّمة باستخدام العربية في كل مجالات التواصل والتعليم الأساسية، ورسم الخطط التنفيذية والإجرائية لبلورة هذا الاختيار، ووضع حد للسياسات المزدوجة القائمة على سياسة صريحة رسمية (في النصوص التشريعية)، وسياسة ممارسة في الواقع قائمة على الاستعمال الفعلي للغة الأجنبية الذي يكاد يكون أحاديّاً في المعاملات الاقتصادية أو الإدارية أو التعليم العلمي والتقني، وتبني سياسة لغوية تنظر إلى اللغة على أنّها مسألة هوية وخصوصية ينبغي الذود عنها لأسباب ثقافية وحضارية وتاريخية مرتبطة بالتنمية المعرفية والاقتصادية، ودعم التعريب من الروضة إلى الجامعة وتعميم التعليم بالعربية، مع ضرورة تنمية اللغة العربية وارتباطها بالتنمية الاقتصادية وتنمية مجتمع المعرفة بما لا يتنافى وإتقان اللغات الأجنبية.<sup>(1)</sup>

إن اللغة العربية لن تتقدم إلا بنبض الشارع المتكلم بما والغيور عليها، والذي يعتبرها رمزاً للهوية التي ينبغي اعتبارها الجزء الأهم في أي دراسة أكاديمية ميدانية تجري حول اللغة إذا ما أريد للنظرية اللغوية أن تتطور<sup>(2)</sup>، وتصبح فاعلة في تطوير المجتمع لما يوجد بين الاثنين من تكامل يصل إلى درجة الانعكاس، كما ذهب إلى ذلك كل من ابن حزم وابن خلدون عندما نص كل منهما على أن قوة اللغة في قوة أهلها، وغلبتها غلبة أهلها.

يقول الأول: " إن اللغة يسقط أكثرها ويبطل بسقوط دولة أهلها ودخول غيرهم عليهم في مساكنهم، أو بنقلهم عن ديارهم واختلاطهم بغيرهم، فإنما يقيد لغة الأمة علومها وأخبارها وقوة دولتها ونشاط أهلها وفراغهم، وأما من تلفت دولتهم وغاب عليهم

<sup>(1)</sup> نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، ع 276.

<sup>(2)</sup> نبيل علي، الفجوة الرقمية، عالم المعرفة، أغسطس 2005.



عدوهم، واشتغلوا بالخوف والحاجة والذل وخدمة أعدائهم فمضمون منهم موت الخواطر، وربما كان ذلك سبباً لذهاب لغتهم، ونسيان أنسابهم وأخبارهم وبيود علومهم، هذا موجود بالمشاهدة ومعلوم بالعقل ضرورة".<sup>(1)</sup>

ويقول ابن خلدون: " اعلم أن لغات أهل الأمصار إنما تكون بلسان الأمة أو الجيل الغالبين عليها أو المختطين لها، ولذلك كانت لغات الأمصار الإسلامية كلها بالمشرق والمغرب لهذا العهد عربية، وإن كان اللسان العربي المضري قد فسدت ملكته وتغير إعرابه، والسبب في ذلك ما وقع للدولة الإسلامية من الغلب على الأمم. والدين والملة صورة للوجود وللملك وكلها مواد له، والصورة مقدمة على المادة، والدين إنما يستفاد من الشريعة، وهي بلسان العرب لما أن النبي ﷺ عربي، فوجب هجر ما سوى اللسان العربي من الألسن في جميع ممالكها".

إن هذه الترسانة من التقارير والقوانين تحتاج إلى تفعيل، من خلال رؤيةٍ وسياسةٍ لغويةٍ وطنيةٍ فاعلة، تأخذ النواحي الاقتصادية بالحسبان، وتقرر دعم الترجمة العلمية وتعليم العلوم والتقانيا باللغة العربية، ودعم تعلم اللغة الثانية العلمية والتقانية. مع الحاجة الماسة إلى أن يدرك الأساتذة والطلاب دور العوائد الاقتصادية الناجمة عن إتقان اللغة العربية العلمية والتقانية وكذلك اللغة الثانية، ومراعاة عدم ترك عملية بناء رأس المال البشري، ومنها تعليم العلوم وترجمتها بلغة الأم، لقوانين السوق وللأفراد، إذ سيتحكم بها مبدأ تحقيق العائد الشخصي السريع.<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup>وجيه حمادة عبد الرحمان، اللغة العربية والحضارة الإنسانية، مجلة اللسان العربي، ع 35، 1991.

<sup>(2)</sup>محمد مراياتي، تأثير اللغة في النمو الاقتصادي و الاجتماعي في الدول العربية- الجزء الثاني، دراسات - العدد (10) - شهر كانون الأول

الفصل الثالث:

أثر اللغة في التنمية

الاقتصادية

في شركات الاتصال

(الإطار التطبيقي)

### الفصل الثاني: أثر اللغة في التنمية الاقتصادية في شركات الاتصال (الإطار التطبيقي)

**تمهيد:** تشهد بيئة الأعمال المعاصرة جملة من التغيرات والتطورات التكنولوجية وتزايداً في حدة المنافسة، وتغيراً في أذواق ومطالب العملاء، الشيء الذي أفرز الكثير من الاضطرابات والتعقيدات لمنظمات الأعمال التي أصبحت مضطرة للتكيف مع تحديات البيئة للمحافظة على موقعها التنافسي وتطويره. يقول شارل داروين: " لا يضمن البقاء للكائنات الأكثر شراسة ولا للأكثر ذكاءً وإنما لتلك الأكثر تكيفاً مع التغيير".<sup>(1)</sup>

ولغرض تحقيق وتعزيز ميزات التنافسية تتعدد الوسائل التي تستخدمها موبيليس، وتتعدد تبعاً لذلك أيضاً الاختيارات اللغوية للمؤسسة: من الوثائق، إلى الإشهار شفهيًا ومكتوبًا، والرسائل القصيرة، والاستعلام، والترميز. . . الخ. ويُعتبر الإشهار أو الإعلان أو الخطاب الإشهاري أبرز تلك الوسائل، نظراً لمخاطبته للجمهور ومواكبته للمستجدات الحديثة؛ فهو واجهة الشركة ولسان حالها والمؤشر على مسيرتها للتطور الرقمي ولمواسم المشتركين. كما تحتلّ فيه اللغة حيزاً مهماً وإن كانت الصورة أكبر فهي التي تمكن الإشهار من أجل تبليغ بعض الطاقات الانفعالية. فالإشهار لا يشيد رمزيتته فقط استناداً إلى مصادر أسطورية تقتات من الصور النمطية وحدها، بل يبلور إرساليته استناداً إلى الحاجة بمفهومها الواسع، إنه يؤسس لرمزية عائمة تتغذى من كل الصور المبهمة.<sup>(2)</sup>

لذا، ارتبط الإعلان بتاريخ التصوير، وإنتاج الصورة عموماً وتبلور الحدائث البصرية ووسائلها الصورة. وهو ما يفسر أن الإرهاسات الأولية للإشهار ارتبطت بالانتقال من اللغة إلى الصورة وابتكار الجسد منتهي إلى سلطة الصورة. بحكم أن هذه الأخيرة مركزية في الخطاب الإشهاري.

ولا تخلو حياتنا اليومية من الحضور القوي للإشهار فيها، داخل البيت، في الشارع، في الراديو، على التلفاز، في الانترنت. . . وغيرها من وسائل الاتصال، بصفة عامة إن العلامة الإشهارية تغزو وتحتل فضاء حياتنا اليومية ومن تم تمارس تأثيرها وسلطتها علينا.

والمؤكد أن " الخطاب الإشهاري ارتبط نوعياً بالمجتمع الصناعي وما بعد الصناعي، إنه أحد أصناف التواصل الجماهيري الأكثر انتشاراً ورسوخاً في جميع وسائل الإعلام وكذا في الفضاءات العمومية".<sup>(3)</sup>

وبوصف المجتمع الرأسمالي مجتمعا يطبعه الإنتاج القوي، فقد فطن العقل الرأسمالي (مالكو وسائل الإنتاج والثروة) إلى بناء إستراتيجية لتسويق أكبر عدد ممكن من السلع فمع " التطور المهول لوسائل الإنتاج فاضت الأسواق عن الطلب والحاجة. لقد أصبح الشغل

(1) نعيمة غلاب، زغيب مليكة، إدارة التغيير في مؤسسة اتصالات الجزائر حالة موبيليس، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الثامن حول إدارة

التغيير ومجتمع المعرفة، جامعة الزيتونة- المملكة الأردنية الهاشمية، أبريل 2008

(2) محمد خاين، الإشهار الدولي والترجمة إلى العربية- رهانات الاحتواء وإكراهات اللغة والثقافة، المركز العربي للأبحاث ودراسات السياسات،

الدوحة، 2015: ص 17

(3) يوسف أحنصال، هشام الهاشمي، الخطاب الإشهاري: البنية- البعد الخيالي- مشكلات الترجمة، <http://ichehar.com>

ahlamontada.com/t35-topic، تاريخ الزيارة 2019/02/25

الشغل للرأسمالية هو كيفية ترويض الناس على الاستهلاك. بل أصبحت منشغلة بجعل الناس يقتنعون بضرورة الاستهلاك/التملك التي يخلقها الإشهار". (1)

وهذا يمثل المظهر الأول لظهور الإشهار وانتشاره، أما المظهر الثاني فتمثله الوسيلة أو الآلية التي عبرها ينتشر الإشهار ليصل إلى مجموع الناس. وهذه الوسيلة لن تكون إلا "ثورة وسائل الاتصال: الراديو، والتلفزيون، والسينما، والصحافة، والملصقات في الأماكن العمومية وأخيرا الانترنت". (2)

ويستدعي تحليل الاختيارات اللغوية الوقوف ملياً عند لغة الإعلان، لمحاولة معرفة كنه الاختيارات اللغوية التي تتبناها الشركة. ولعل أول ما ينبغي تناوله، عندما نريد تحليل لغة الإعلان من وجهة نظر لغوية، هو تحديد وسيلة الاتصال التي هي هنا: الإعلان. وتجدر الإشارة إلى أن عملية الاتصال قد لا تقتصر على الجانب اللغوي، ولكنها لا يمكن أن تستغني عنه بحال من الأحوال. كما يجب أن نستحضر أن مصطلح "اللغة"<sup>(3)</sup> يتجاوز المكون اللغوي اللفظي، إلى جميع السلوكيات التواصلية، سواء كانت لفظية أو شبه لفظية أو حتى غير لفظية.

ولكي نكون أكثر دقة، يتحتم علينا التسليم بأن أي تحليل للغة الإعلان يفترض حتماً وجود نموذج للاتصال، سواء تم الرجوع إليه صراحة أم ضمناً. عدا عن عملية النقل البسيط للمعلومات بين المحاورين البادية للعيان، فإننا مطالبون بأن نسعى جاهدين لفهم لغة الإعلان بأبعاد أكبر من خلال التأكيد على طابعها الدائري<sup>(4)</sup>، بدلاً من مجرد التركيز على رمز لغوي هو، في حقيقة الأمر، الهدف النهائي من معظم المقاربات. وذلك حتى لا يبدو التواصل الإعلاني أحاديًا، بل مادة تفاعلية.

هذا، وإن كان الباحثون يحكمون بتناص الإعلان والأدب من حيث مقصدية الاستحالة والإقناع في كليهما، وكذلك تقنيتنا الانحراف والتوازي اللتان وإن كانتا من خصائص الخطاب الأدبي، إلا أنهما موجودتان في الإعلان بدرجات متفاوتة وأشكال متنوعة. وي طرح الباحثون استحداث مفهوم أدبية الإعلان، مما قد يثري النظريات الأدبية. (5)

وقد قارب بعضهم التركيب في الصورة الإشهارية ووظائفها الاستدلالية والإقناعية من خلال استفزاز آليات التلفظ في الصورة الإشهارية، والإقناع. (1) بل ذهب آخرون إلى رسم مسارات الخطاب الإشهاري من بلاغة الكلمة إلى بلاغة التكنولوجيا،

(1) المرجع السابق

(2) المرجع السابق

(3) تعتبر اللغة المنطوقة إحدى أقدم الوسائل التواصلية والتعبيرية والتوضيحية بدائية. راجع: ابن جني، أبو الفتح عثمان، الخصائص، تحقيق: محمد علي النجار، دون طبعة - دون تاريخ، عالم الكتب، بيروت: ص 46.

(4) تُعتبر بنية الإعلان نفسه دائرية لأنها تركز على المشاركة. راجع: Stefanie Brandt، Le langage publicitaire: une approche sémiologique et didactico-linguistique

Université de Nice-Sophia، une approche sémiologique et didactico-linguistique sciences، Ecole doctorale Lettres، arts et sciences humaines، UFR Lettres، Antipolis (Nice)، humaines et sociales، 2007، p. 103.

(5) جميل عبد المجيد، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

وبالوقوف على هذه المتغيرات وانكسار تركيبية الإعلان اللغوي نكاد نقارب الإعلان المعولم والدعاية المعولمة ومنطقها<sup>(2)</sup>، وإلى أي حد يمكن للترجمة أن تخلق ظروفًا تواصلية متباينة رغم أن المجازات والاستعارات الكلامية الخاصة بثقافة ما حبيسة لبنية ثقافية أصلية.<sup>(3)</sup>

## المبحث الأول: مفاهيم ومصطلحات

### المطلب الأول: مفهوم الخطاب

#### الفرع الأول: مفهوم الخطاب لغة:

ورد في لسان العرب في مادة (خ ط ب) « أن الخطاب والمخاطبة: مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابًا، وهما يتخاطبان. . . ». <sup>(4)</sup> أما الزمخشري فيقول: « خطب: خاطبه أحسن الخطاب، وهو المواجهة بالكلام. . . وكان يقوم الرجل في النادي في الجاهلية فيقول: خطب. . . واختطب القول فلانا: دعوه إلى أن يخطب إليهم. . . ». <sup>(5)</sup>

#### الفرع الثاني: مفهوم الخطاب اصطلاحًا:

لقد تعددت مفاهيم ومدلولات هذا المصطلح نظرا لتعدد اتجاهات الدراسات اللسانية الحديثة، فهناك من يرى أن الخطاب (discours) مرادف لمفهوم الكلام (parole) عند دي سوسور، بالمعنى المتعارف عليه في علم اللغويات البنوية أي دراسة الكلام وليس اللغة بما يستتبع ذلك من وضع المتكلم في الاعتبار دون الاهتمام باللغة كبنية وكقواعد. <sup>(6)</sup> أما « ديوا » فقد عرفه في معجم اللسانيات بأنه «وحدة لسانية تساوي الجملة أو تفوقها. » <sup>(7)</sup> في حين أن بنفنيست يرى بأنه « كل تلفظ يفترض متحدثًا ومستمعًا، تكون للطرف الأول نية التأثير في الطرف الثاني بشكل من الأشكال. » <sup>(8)</sup>

<sup>(1)</sup> عبد المجيد النوسي، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

<sup>(2)</sup> هادي نهر، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

<sup>(3)</sup> أوبيدي كانبونيل أكورطيس، "التمثل الثقافي في ترجمة الإعلانات التجارية"، في "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

<sup>(4)</sup> ابن منظور، (أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم)، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ط1، د. ت. مجلد 12: ص 361

<sup>(5)</sup> الزمخشري، أسرار البلاغة، بيروت، لبنان، ط1، 1992: ص 167-168

<sup>(6)</sup> محمد شومان، « تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية »، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2007: ص 118

<sup>(7)</sup> Jean Dubois et autres: Dictionnaire de linguistique، Paris، 1994، P. 150

<sup>(8)</sup> محمد الباردي، إنشائية الخطاب في الرواية العربية الحديثة، مركز النشر الجامعي، تونس، 2004: ص 1

وعموماً، فالخطاب هو «كل إنتاج ذهني منطوق أو مكتوب يقوله فرد أو جماعة رسمية اعتبارية، وقد يأتي هذا الخطاب في شكل محادثة عادية مشافهة أو حوار رسمي أو مقال مكتوب أو رسالة أو خطبة أو وثيقة أو تصريح أو تعليق، وغير ذلك من الأحاديث الموجهة في التواصل الجمعي أو الزوجي (بين اثنين)». (1)

### المطلب الثاني: مفهوم الإشهار

تعدد أنواع الخطاب تبعاً للمجال الذي تنتمي إليه فهناك الخطاب التعليمي، القرآني، السياسي، الإعلامي، والأدبي. . . ولكل نوع من هذه الخطابات خصائص يتميز بها عن غيره.

### الفرع الأول: تعريف الإشهار لغة:

جاء في لسان العرب في مادة (شهر): «الشُّهُرَةُ ظهور الشيء. . . ووضوح الأمر، وقد شَهَّرَهُ يشهَرُهُ شَهْرًا وشُهْرًا فاشتهر. . . والشهرة الفضيحة. . . ورجل شَهِيرٌ ومَشْهُورٌ: معروف المكان مذكور. . . قال ثعلب: ومنه قول عمر بن الخطاب T: «إذا قدمتم علينا شَهْرنا أحسنكم اسماً، فإذا رأيناكم شهرنا أحسنكم وجهاً، فإذا يلوناكم كانا لاختيار. والشهر: القمر، سمي بذلك لشهرته وظهوره. وأشهر القوم: أتى عليهم شهر. . . وشَهَرَ فلان سيفه يَشْهَرُهُ شَهْرًا، أي سلَّهُ. . .» (2)

### الفرع الثاني: تعريف الإشهار اصطلاحاً:

يقابل كلمة إشهار في اللغة الفرنسية كلمة (publicité)، ولقد تباينت تعريفاته وتعددت، لعل أبرزها:

- الإشهار هو عملية الاتصال غير الشخصي من خلال وسائل الاتصال العامة، بواسطة معلنين يدفعون ثمنًا معينًا لإيصال معلومات معينة إلى فئات معينة من المستهلكين، بحيث يفصح المعلن عن شخصيته. (3)
- هو مجموعة الطرق والوسائل الفنية المتبعة من قبل المنشآت التجارية في سبيل ترويج وتوسيع المبيعات، وفي سبيل الحصول والمحافظة على عملاء كثيرين. (4)
- هو «عملية اتصال إقناعي تهدف إلى نقل التأثير من بائع إلى مشتر على أساس غير شخصي يحثه على الإقبال على السلعة والانتفاع بخدماته، مع إرشاده إلى مكان البضاعة ونوعها وطرق استعمالها مقابل قيمة مالية. (5)
- استراتيجية إبلاغية قائمة على الإقناع، وتستعمل لذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة وصورة ورمز في أفق التأثير على المتلقي والدفع به إلى اقتناء منتج ما. (6)

(1) محمد عكاشة، «خطاب السلطة الإعلامي نحو تجديد لغة الخطاب»، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، ط1، 2005: ص

(2) ابن منظور، م. س: ص 431-433

(3) محمد جودت ناصر، «الدعاية والإعلان والعلاقات العامة»، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، ط1، 1998: ص 103

(4) جوزيف عبود كبة، «محاضرات في علم النفس التجاري»، دار النشر، حلب، سوريا، 1980: ص 183

(5) ف، فريز بوند، «مدخل إلى الصحافة»، ترجمة راجي صهيون، مؤسسة بدران، بيروت، 1964: ص 453

(6) محمد الصائفي، «الخطاب الإشهاري والدعاية السياسية»، علامات، ع7: ص 71

إذن وبالجمع بين تعريفات الخطاب والإشهار نجد أنّ الخطاب الإشهاري هو تركيب لغوي غايته الإقناع يعتمد على فنون أخرى لإيصال رسالته، وهو أشكال متعددة ومتباينة. ونظرا للانتشار الذي يعرفه الإشهار فلقد استحوذ على المشهد المعاصر، وغدا جزءا لا يتجزأ من حياة الإنسان اليومية حتى قيل " إن الإنسان يتنفس الأكسجين والنيوتروجين والإشهار".<sup>(1)</sup>

### الفرع الثالث: خصائص الإشهار

يمكن إجمالها في ما يأتي:

- الاستمالة والإغراء؛
  - السيطرة على المتلقي عن طريق التشويق.
  - التهويل والمبالغة.
  - دغدغة العواطف.
  - تسهيل الحصول على ما يتمناه الإنسان وتسهيل الطرق نحو ذلك.
- يصاغ الإشهار غالبا بعامية سهلة الحفظ وفي متناول كلام الناس اليومي.<sup>(2)</sup>

### المطلب الثالث: مفهوم الإعلان وأهدافه

#### الفرع الأول: مفهوم الإعلان

هناك تعريفات كثيرة قدمها الباحثون لمصطلح الإعلان، فقد عرّف بعضهم الإعلان بأنه: " مجموعة الأنشطة التي تهدف الى الاتصال والمخاطبة الشفهية أو المرئية لمجموعة مستهدفة من الأفراد، بغرض إخبارهم والتأثير عليهم لشراء سلعة أو خدمة، أو تغيير اتجاهاتهم، وذلك نظير أجر مدفوع لجهة إعلانية محددة".<sup>(3)</sup>

وجاء في دائرة المعارف الفرنسية بأن الإعلان هو: "مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية وإقناعه بامتياز منتجاتها والإيعاز إليه بطريقة ما يحتاجه إليها".<sup>(4)</sup>

وقد عرّفه بعضهم، فقال إن الإعلان هو: "الوسيلة المدفوعة لخلق حالة من الرضا النفسي في الجماهير لغرض بيع أو المساعدة في بيع سلعة أو خدمة معينة أو كسب موافقة الجمهور على قبول فكرة أو توجيهه وجهة بذاتها".<sup>(5)</sup>

Avril، Méthodes، Le discours en action dans la relation interlocutive،<sup>(1)</sup>KerbitFawzya p. 71، 2015

<sup>(2)</sup>وليد إبراهيم الحاج، « اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة »، دار البداية، ط1، 2007: ص 149

<sup>(3)</sup>عصام نور الدين، الإعلان وتأثيره في اللغة العربية، مجلة الفكر العربي، العدد 92، 1998: ص 21.

<sup>(4)</sup> Lucien Febvre، Paris، Encyclopédiefrançaise، Société des gestion de، p. 257، tome 12، [1935-66]، l'Encyclopédiefrançaise

<sup>(5)</sup>عصام نور الدين، م. س: ص 22.

وفي تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق: "الإعلان هو مختلف الأنشطة التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع أو خدمات، أو من أجل التقبل الطيب لأفكار أشخاص أو منشآت معلن عنها". وقد أورد بعضهم ما أسماه التعريف الشامل للإعلان فقال: "الإعلان نشاط للاتصال اللاشخصي، التفاعلي واللاتفاعلي، يمارس لحساب معلن معين مقابل ثمن معلوم، لأجل نقل رسالة عبر وسائط اتصال مختارة إلى جمهور مستهدف، بهدف استئثاره فعل معين، يحقق منفعة للمعلن".<sup>(1)</sup>

ومن خلال التعريفات السابقة نرى أن الإعلان هو نشاط يهدف إلى التأثير على المستهلك أو (الجمهور) لحثه على شراء منتج أو طلب خدمة أو تقبل فكرة، اعتماداً على معرفة بنفسية هذا المستهلك وعقليته وطرق التأثير عليه لإقناعه (أو بالأحرى لدفعه بوعي أو بدون وعي) للقيام بسلوك استهلاكي معين أو لقبول فكرة معينة. والغاية بالطبع هي فائدة صاحب السلعة أو الخدمة أو الفكرة، الذي يدفع المؤسسة تقوم هي بتقديم فكرة الإعلان والترويج له بغض النظر عن قناعتها بفائدة هذه السلعة أو ضرورة هذه الخدمة أو صوابية هذه الفكرة أو خطئها، فالمهم عند هذه المؤسسة هو المبلغ الذي يدفعه صاحب السلعة أو الخدمة أو الفكرة. وكذلك فإن المعلن يقدم هذا المال لهذه المؤسسة ليحقق غايته التي يسعى إليها وهي التأثير على المستهلك لحثه على تصرف ما يحقق له الفائدة سواء المادية أم المعنوية.

ومن أهم وسائل الإعلان: النشرات والكتيبات والمطويات التي توزع على المستهلكين. والصحف والمجلات التي تخصص صفحات كاملة للإعلانات. والملصقات واللافتات التي يخصص لها أماكن بالمباني والشوارع. وهناك نوافذ العرض الخاصة لعرض المنتج. بالإضافة طبعاً إلى الإذاعة والتلفزيون والسينما.

هذه الوسائل تعتمد في تقديمها للمنتج بمجملها على الدراسات النفسية التي يُعرف منها إلى أحسن الطرق للتأثير على آراء الناس وتغيير اتجاهاتهم الاستهلاكية. وكما يقول الاقتصاديون فإن الإعلان هو التحكم في السلوك بهدف إثارة دوافع المستهلك للشراء. ويمكن أن نضرب بعض الأمثلة المؤثرة على المستهلك بما يلي:<sup>(2)</sup>

1. إعطاء الإعلان صبغة علمية أكاديمية، وذلك باستعمال بعض الألفاظ الطبية أو المصطلحات الكيميائية. وهذا ما نراه في كثير من الإعلانات الخاصة بمعاجين الأسنان مثلاً، بل إن الدواء الذي كنا نُحذّر دائماً من استعماله دون وصفة طبية أصبح له إعلان خاص أيضاً.
2. استغلال بعض الخدع السينمائية في التصوير لإبحار المستهلك بنتائج استعمال السلعة، مثل إعلانات زيوت الشعر مثلاً أو الشامبوهات أو منتجات القوة.
3. محاولة إشعار المستهلك أن ما لديه من سلع وبضائع أصبح غير صالح أو لم يعد مواكباً للتقدم. كثير من الإعلانات توازن بين منتج قديم وآخر جديد أكثر مفعولاً أو أقوى تأثيراً، أو حتى بعبوة أجمل! وكأن مفعول المنتج يتغير بتغير عبوته.
4. استخدام الخدع اللفظية التي تشد انتباه المستهلك. كسؤال المتلقي هل جربت كذا؟ أو هل عانيت من كذا؟ أو هل سمعت عن كذا؟ . . . .

<sup>(1)</sup> المرجع السابق: ص 21.

<sup>(2)</sup> دافيد فيكتوروف، الإشهار والصورة: ص ورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف: ص 79



5. ربط استخدام السلعة بإثارة غرائزية لدى المشاهد كلقطات مثيرة أو ألفاظ مثيرة حتى، وهذا ما يبرر ظهور النساء الجميلات بشكل شبه دائم لتمثيل الإعلانات.

وبانتشار وسائل الإعلان المختلفة والتقدم التكنولوجي الحديث الهائل في مجالات التصوير السينمائي والتلفزيوني، وفي الطباعة والكمبيوتر والإنترنت وغيرها من هذه الوسائل والتقنيات، أصبحت الإعلانات قوة هائلة وصناعة مؤثرة تأثيراً كبيراً على سلوك المستهلك، وتزايدت أهميتها وتزايد يوماً بعد يوم؛ مما جعل الشركات والأفراد ينتبهون لخطورتها ويصرفون وقتهم وجهدهم ومالهم للاستفادة منها بأقصى صورة ممكنة.

### الفرع الثاني: أهداف الإعلان:

عرفنا، في ما سبق، أن الإعلان وسيلة اتصال غير شخصية تستخدم لنقل المعلومات من المرسل إلى المستقبل، أو نقل آراء المستهلكين المستهدفين حول السلعة للمنتج. ومن الأهداف التي يسعى الإعلان إلى تحقيقها هي: ضمان شهرة المنتج أو العلامة، الإخبار بقيمة المنتج، وإعطاء صورة واضحة ومميزة للمنتج والعلامة والمؤسسة، وإتمام العملية التجارية للمنتج، وتدعيم مختلف أشكال الاتصال<sup>(1)</sup>، والتأثير في اتجاهات و سلوكيات مختلف الجماهير المستهدفين، فمن خلال الاتصال يمكن تداول مجموعة من المعلومات والآراء ومفاهيم حول طبيعة المؤسسة، لذلك تقوم المؤسسة بإرسال توجيهات إلى الجماهير المستهدفة من خلال الاتصال باستخدام مجموعة من الوسائل، وبالتالي من الأكثر أهمية على المؤسسة أن تعطي نظرة شاملة حول سياستها الاتصالية لتضمن التكيف والتفاعل على أقصى حد مستخدمة كافة إمكانياتها للتواصل،<sup>(2)</sup> وكذلك من أهم ما يصبو إليه الإعلان هو ترسيخ الرسالة أي مدى تمكن المستهلكون من تذكر الرسالة (الشعار)، وإبقائها في أذهانهم، فالمنتج مهما كان معروف من قبل إلا أن المشتركين يبقون مختلفون نوعاً ما، فمثلاً إذا كان موقف المستهلك سلبياً اتجاه المنتج، فهدف الشركة هنا يكون إعادة عكس هذا الموقف.<sup>(3)</sup>

### الفرع الثالث: الإعلان كعملية اتصال:

ويقصد به كل ما ينشر من معلومات وأخبار من خلال وسائل الإعلام المختلفة (المرئية وغير المرئية، وذلك بقصد تزويد الجمهور بالأخبار ونشر الثقافة وتنمية الوعي الاجتماعي والاقتصادي والثقافي)، وبالتالي فهو نقل المعلومات من المرسل إلى المستقبل أو المرسل إليه، تنتقل هذه المعلومات في صورة رسالة والتي تمثل نوع المعلومات التي يرغب المرسل في نقلها إلى المرسل إليه والمستهدف،

(1) Catherine Viot، Le Marketing، Gualino éditeur، paris، 2005، p. 181.

(2) Jacques Lendervie، MERCATOR، Denis lindon، 6<sup>ème</sup> édition، Dalloz، paris، 2000، p. 411.

(3) Jean-Pierre Helfer، Marketing، Jacques Orisoni، 11<sup>ème</sup> édition، Magnard-Vuibert، paris، 2009، p. 417.

كما يتم نقل هذه الرسالة عبر قنوات الاتصال، وتكتمل عملية الاتصال باستقبال المرسل ردود الفعل الناتجة عن استقبال المرسل إليه للرسائل ومعانيها وتفسيره لها، وهذا ما يطلق عليه بالأثر الرجعي.<sup>(1)</sup>

إضافة إلى ذلك - فإن مما يبرر أهمية الإعلان في الاتصال عن بقية عناصر الاتصال الأخرى كذلك هو الدراسات الأخيرة التي أوضحت أنه من أكبر وسائل الاتصال جنبا إلى جنب هي: الصحف والتلفاز، فقد صنفت من أكبر وسائل الإعلام، ويوزعون كليا إلى 03 أصناف: التلفاز، الصحف، والأربع وسائل الإعلام الأخرى تدمج ضمن الصنف الثالث. ففي 2009 ولأول مرة التلفاز انخفضت نسبة الاستثمار فيه ب 11%، حيث تعد أول وسيلة إعلامية للمعلنين، ثم تليها الصحف التي تراجعت بنسبة 17%، كما أوضحت نتائج خاصة بالسداسي الأول لسنة 2010م، أكدت هذه الأهمية، حيث سجل التلفاز نتيجة حساسة وجد مهمة، بالإضافة إلى الصحف.<sup>(2)</sup>

يستخدم الإعلان عدة أدوات، سواء عن طريق الراديو، أو التلفاز، المطبوعات اللاصقة، الانترنت، . . . إلى آخره<sup>(3)</sup>، للقيام ببيع ماركة معينة. وهذا لا يعني بأنه هذا هو الهدف الوحيد للعلامة، هناك مجموعة من الأهداف الأخرى منها: التعريف بالعلامة كالمزايا ونوعية المنتجات التي تحملها هذه العلامة، تحسين صورة المنتج والمؤسسة للمشككين في أشياء معينة، كسب ولاء الزبائن، . . . إلى آخره<sup>(4)</sup>، وبالتالي يسمح بتنقل الرسائل بين المؤسسة وزبائنها المستهدفين وهذا مما يساعد المؤسسة على فهم اتجاهاتهم والقدرة على التأثير عليها.<sup>(5)</sup>

لقد أصبح الإعلان ظاهرة ثقافية تتعايش مع الإنسان في منامه ويقظته، وتصاحبه أينما حل وارتحل، وتدغدغ مشاعره بكل ما هو جميل وبديع في الكون، وتعده بالسعادة والأحلام الوردية. في حين أنها، في الواقع، تستغفله وتستبدله لتبيع له أوهاما، وتسخره لخدمة أغراض تجارية، وتطوح به في مد الاستهلاك وجزره سعيا إلى إشباع غرائزه المنفلتة والهارية.<sup>(6)</sup> والوصلة الإشهارية خطر على الوجود البشري؛ فهي تضرب بقوة في لا شعور المرء في وقت استرخائه وإعيائه وتعبه وتشتت ذهنه. تحضه، في غفلة منه، على سوغ ما يتلقاه دون رد أو مناقشة أو مقاومة. أي أنها تمارس، حسب فانس باكار، وظيفة الإقناع

<sup>(1)</sup> زكرياء أحمد عزام، عبد الباسط حسونة، وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر، الطبعة 2، عمان، 2011: ص 365.

<sup>(2)</sup> Nathalie Van Lathem، Corinne Billon، Olivier Bertin، L'Atlas Du Marketing، Groupe Eyrolles، 2011-2012، p. 377.

<sup>(3)</sup> Gary Armstrong، Philip Kotler، Principes de marketing، 10<sup>ème</sup> édition، Pearson، France، Education، 2010، p. 343.

<sup>(4)</sup> Eric Vernet، L'ESSENTIEL DU MARKETING، 3<sup>ème</sup> édition، Groupe Eyrolles، Paris، France، 2010، p. 423.

<sup>(5)</sup> Sébastien Soulez، Thierry Himber، Said Halla، Marketing stratégique (Exercices de)، Gualno، 2<sup>ème</sup> édition، France، Paris، 2010، p. 187.

<sup>(6)</sup> محمد الداوي، ندوة "الإشهار والآليات والدلالة" كلية الأداب، عين الشق الدار البيضاء، 2010م

السري أو ما يصطلح عليه بالتطويع لترسيخ علامة تجارية أو خدماتية في ذهن المستهلك، وتعويده على الإقبال عليها وإثارةها على غيرها من العلامات. (1)

ولقد قارب بعض الباحثين الإشهارَ من الرواية التواصلية للتمييز بين التواصل بوصفه فعلا إقناعيا (التفاهم اللغوي) لتنسيق المصالح المشتركة وبين التواصل باعتباره تطويعا (الكذب المنظم) لإشاعة قيم وهمية لمغالطة الآخر ومخاطلته وخدعه. لبيان كيف يخلق الإشهار رغبات واستهجمات وأوهاما سعيا إلى كسب مزيد من الأرباح. فهو يهم كل تفاصيل حياة الإنسان، ويحفز أخايد وقنوات في غيبه ذاته لدغدغة مشاعره، والاستجابة لأحلامه المغفية. (2)

لذا، ينبغي الفصل بين الجانب العقلي والدينامية النفسية في كينونة الإنسان. فهناك عينة من الإشهارات تستدعي من المرء أعمال عقله (الإشهار الإقناعي) لتبين مدى فاعلية المنتج وصلاحيته وجودته. وهناك عينة أخرى تراهن على انفعالات المستهلك وتقديراته العاطفية لحفزه على التجاوب بطريقة ميكانيكية مع سلعة ما (على نحو الإشهار الميكانيكي). (3)

ويبين الباحثون أن الإشهار يعد حالة من حالات "التواصل الفعال" الذي يوهم بالقياس والتجربة والمقارنة لتلبية حاجات المرء والسعي إلى إشباعها، في حين يستثمر الحوافز السلوكية لتلقي استجابات فورية، وتحويل الإنسان إلى آلة موجهة ومبرمجة تميل، على نحو ميكانيكي، إلى علامات تجارية وخدماتية معينة.

والصورة الإشهارية التي أصبحت حقيقة داخل المشهد السمعي والبصري والسوسيو ثقافي، هي في ذاتها عمل سيميائي يضم أنساقا يجتمع فيها اللغوي والبصري؛ مما يستدعي التأمل والتفكير في السيرورات التواصلية المعتمدة من طرف المشهريين في بناء الوصلات الإشهارية، وذلك من خلال الوقوف على بعض مكوناتها وقوانينها وتركيباتها. بتفكيكنا لهذه الآليات وخاصة طرق اشتغالها وتأثيراتها، ندرك غايات المشهري وتطلعاته التي لا تكفي بإقناع المستهلك بشراء المنتج لإشباع حاجاته (إشباع العطش مثلا) وإنما تعمل على إقناعه بالمزيد ثم المزيد من الاستهلاك وذلك من خلال مخاطبة ميوله وأحلامه ورغباته أي حاجاته المصطنعة. (4)

إن دوافع فعل شراء منتج ليست دائما دوافع الضرورة (ضرورة الحياة) وإنما أيضا البحث عن وضع اجتماعي يتسم بالتميز والتفرد (البحث عن وضع اجتماعي خاص). وهذان المفهومان هما الممر السري لفهم المضمون الحقيقي لإستراتيجية المشهري في تواصله مع المستهلك. فالمشهر، من منظور بعض الباحثين، يعي جيدا أن نجاح وصلته الإشهارية مرهون كثيرا بقدرتها على بلورة نمط حياتي مشروط باستعمال المنتج "س" الذي يروج له ويدعو المستهلك إلى اقتنائه. وهنا تكمن خطورة الإشهار وقدرته على التسلل إلى الأذهان واختراقها ومن ثمة تغيير سلوك المستهلك وعلاقاته الاجتماعية وقيمه. وهو الأمر الذي يجعل دراسة آلياته المستعملة في الإقناع أمرا ملحيا ومستعجلا لأن وظيفته وظيفته إيديولوجية أكثر منها تواصلية مع المستهلك أو تعريفية بالمنتج. (5)

(1) سعيد بنكراد، "الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة"، مجلة علامات، العدد 7، 1997م

(2) دافيد فيكتوروف، م. س: ص 55

(3) المرجع السابق: ص 57

(4) سعيد بنكراد، "الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة"، م. س.

(5) المرجع السابق

## المبحث الثاني: أبعاد الإشهار

### المطلب الأول: البعد الثقافي في الإشهار

لا جدال أن الخطاب الإشهاري يعد من الخطابات "التي تندرج ضمن الممارسة الثقافية كالخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري، فهو يؤثث فضاءات اليومي، ويستهلك إلى جانب الخطابات الأخرى. فإلى جانب بعده الاقتصادي-الاجتماعي المرتبط بالدعاية التجارية، يكتسي هذا الخطاب طابعا ثقافيا يتمثل في مكوناته اللغوية والأيقونية".<sup>(1)</sup>

هنا، من حيث مكوناته. فهو ثقافي لاعتماده اللغة في المقام الأول. وهو أيضا ثقافي في مدلوله ومرماه إذ هو، في نهاية المطاف، خطاب إيديولوجي. إذ يتبين لنا من خلال تحليل الإرسالية الإشهارية - على المستويين التقريبي والإيجائي - أن "ضبط آليات التدليل داخل عالم الصورة [...] هو خطوة جبارة نحو ضبط آليات التناسل الإيديولوجي في رحم الصورة، تناسل يقود إلى التطبيع وإلى التكريس وإلى التبرير".<sup>(2)</sup> يقول بارت R. Barthes: "إن تطور الإشهار والصحافة الكبيرة، وتطور الراديو وفن الديكور دون أن نتعرض لبقايا عدد لا نهائي من الطقوس التواصلية، وهي طقوس المظهر الاجتماعي، يجعل تشكيل علم سيميائي مهمة أكثر استعجالا من ذي قبل".<sup>(3)</sup>

من هنا، فإن الحديث عن الخطاب الإشهاري يفرض التمييز بين قطبين أساسيين متباينين ومتكاملين في الآن نفسه، ويتمثلان في البعد السوسيو-اقتصادي الذي يوجد خارج الخطاب؛ والبعد الخطابي بصفته نسيجا تتشابك فيه مجموعة من العلامات وفق قواعد تركيبية ودلالية. فالمسار السوسيو-اقتصادي يمثل الإطار العام الذي تمارس داخله عملية الإشهار. و"يعطي الخطاب الإشهاري لنفسه كمهمة الإخبار عن خصائص ومميزات هذا المنتج أو ذاك بهدف الدفع بالمتلقي إلى القيام بفعل الشراء. هذه الوظيفة "الموضوعية" تبقى وظيفته المبدئية".<sup>(4)</sup>

وتتحكم في تكوين المسار السوسيو-اقتصادي ثلاثة عناصر:<sup>(5)</sup>

. الإشهاري Le publiciste ، يكون المنتج عنده بمثابة نقطة الانطلاق لصياغة الإرسالية الإشهارية، [ويمثل] المتلقي إزاءها ] أي الإرسالية] فاعلا إجرائيا محتملا.

. المستهلك Le consommateur : الفاعل الإجرائي المحتمل الذي يتحول إلى فاعل إجرائي حقيقي في حالة إقدامه على اقتناء المادة موضوع الإعلان.

. المنتج Le produit هو موضوع التبادل بين المنتج والمستهلك.

<sup>(1)</sup> سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية المرجعية والجمالية والمدلول الإيديولوجي، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 112، 113، 2000: ص 101.

éd. ،une histoire du regard en occident ، Vie et mort de l'image،<sup>(2)</sup> Régis Debray ، Gallimard ، 1992 ، p. 64

،<sup>(3)</sup> Roland Barthes ، L'aventure sémiologique ، éd. seuil ، 1985 ، p. 259

<sup>(4)</sup> سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية، م. س: ص 103

،<sup>(5)</sup> Jean Baudrillard ، Le système des objets ، éd. Gallimard ، 1968 ، p. 232

أما المستوى الثاني، فهو مستوى الخطاب الذي "يفترض وجود قائل ينجز مجموعة أقوال، ومتلق [...] يستقبل أساسا خطابا له مجموعة من المكونات والخصائص التي تجعل منه قارئا ومؤولا لهذا الخطاب".<sup>(1)</sup>

ويتكون الخطاب الإشهاري من نسقين دلاليين أساسيين: النسق اللساني، والنسق الأيقوني البصري. أما النسق اللساني فتكمن أهميته بالنسبة للنسق الأيقوني، من حيث كونه يوجه القارئ نحو قراءة محددة، ويربط بين مختلف مقاطع النسق الأيقوني، لا سيما عندما يتعلق الأمر بصورة ثابتة.

إلا أن أهمية النسق اللساني تبقى رغم ذلك قاصرة أمام بلاغة الصورة وإوالياتها المتفاعلة والمؤثرة، فهي ذات التأثير في نفس المتلقي، كما تستوقف المشاهد لتثير فيه الرغبة والاستجابة، وبلغة التجربة البافلوفية "أمام لعاب يسيل لمجرد سماع صوت الناقوس". ويكتسي النسق الأيقوني هذه الأهمية نظرا لوظائفه المتعددة، التي يمكن اختزالها في النقاط الآتية:<sup>(2)</sup>

.أولا، الوظيفة الجمالية: ترمي إلى إثارة الذوق قصد اقتراح البضاعة.

- ثانيا، الوظيفة التوجيهية: الصورة فضاء مفتوح على كل التأويلات، لهذا تكون مرفوقة في أغلب الأحيان بتعليق لغوي قد يطول أو يقصر. وفي هذا الإطار تحيلنا الصورة على قراءة النص الذي يثبت فيه الداعي أفكاره وحججه.

-ثالثا، الوظيفة التمثيلية: تقدم لنا الأشياء والأشخاص في أبعادها وأشكالها بدقة تامة، الشيء الذي تعجز عنه اللغة، في كثير من الأحيان، أي أنها تبقى المرجع الأول والأخير الذي يجد فيه النص تجسيده وتقويمه، إذ أن المشاهد يغدو ويروح بين النص والصورة، ليظل باله معلقا بهذه الأخيرة.

- رابعا، الوظيفة الإيحائية: الصورة تعبير يغازل الوجدان، ويغذي الأحلام، لأنها عالم مفتوح على مصراعيه لكل التأويلات والتصورات، وهي تحاور اللاوعي وتوحي بمشاعر تختلف في طبيعتها من مشاهد إلى آخر.

- خامسا، الوظيفة الدلالية: إن الوظائف الأربعة الأولى تتضافر لخلق عالم دلالي معين، وهذه الدلالة التي تتأنتى نتيجة التفكير والتأمل الذي أسسته الصورة لدى المشاهد.

وداخل هذين النسقين اللساني والأيقوني، تتمظهر مجموعة من الآليات الفاعلة داخل نسيج الخطاب الإشهاري، والتي تشكل استراتيجية أساسية لمشاهدة لاستراتيجية المحارب، حيث تتغنى إفضال الطاقة النقدية لدى المتلقي/المشاهد، عبر استمالاته لفعل الشراء. ومن بين الآليات والميكانيزمات المعتمدة في ذلك "آليات الإقناع المنطقي" وبعض الآليات الأخرى التي تستند إلى العلامات والرموز والصور التي تجد مرجعيتها في المتخيل العام للمجتمع.<sup>(3)</sup>

فإذا كان إشهار "إيزيس" يتوسل الإقناع المنطقي من خلال إخضاع المنتج المرغوب ترويجه إلى تجارب دقيقة تجعل منه مادة فريدة من نوعها، فإن إشهار منتجات الحضنة، وخاصة حليب الأطفال منها" يعتمد الرمز لخلق التميز عند الفرد، ويلحقه بفئة تمثل المرجعية على المستوى الاجتماعي". ونتيجة لذلك تصبح البضاعة فنطرة على كل من يرغب في الالتحاق بصف الأبطال، وبالتالي

<sup>(1)</sup> ميشال أريفيه، جان كلود جيرو، السيميائية أصولها وقواعدها، ترجمة رشيد بن مالك، مراجعة وتقديم عز الدين المناصرة، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2003: ص 23.

<sup>(2)</sup> بيير غيروز، السيميائية، ترجمة أنطون بن زيد، منشورات عويدات، بيروت، ط 1، 1984: ص 50.

<sup>(3)</sup> عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاري مكوناته وآليات استقباله، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 84 . 85، مركز الإنماء القومي: ص

الاندماج مع فئة نموذجية. وهذا ما نلاحظه أيضا بشكل جلي في الإرساليات الإشهارية التي توهم المتلقي أن بإمكانه التميز عن غيره في حالة استعمال هذا المنتج دون غيره: كنوع السيارات، أو الصابون، أو مساحيق التجميل. .  
ومن خدع آليات الإشهار كذلك محاولته الظهور بمظهر البراءة، وبمظهر الصديق الذي لا يحركه هاجس المنفعة (الجانب الاقتصادي)، وإنما هدفه تقديم مساعدات وخدمات. لذا غالبا ما يلجأ الإشهاري إلى المطابقة بين المرسل والمرسل إليه بتوظيف لعبة الضمائر: (من شيمنا كرم الضيافة، فلنتشبت بكرمنا؛ مع. . . نشعر بالأمان. . .).

وتلعب الصور البلاغية، كانزياحات عن تعبيرية متعارف عليها، دورا مهما في آفتان المتلقي، مما جعل رولان بارت يحدد البلاغة كإيحاء. "فالخطاب الإشهاري -حسب بارت- يتميز بالازدواجية التي يكون فيها التقرير الأول بكليته، على المستوى اللساني، بمثابة الدال بالنسبة للخطاب الثاني الإيحائي الذي يحيل على المدلول: جودة البضاعة، والذي يحفز المستهلك على الشراء".<sup>(1)</sup>  
لكن السؤال المطروح: لماذا لا يقتصر الإشهاري على الدعوة مباشرة إلى اقتناء منتج معين، ببساطة؟ لأن المستوى الأول (التقري) يعتمد في بنيته فقط على الإخبار عن المنتج، وعن صفاته التقنية، ومدى جودته. هذه المقومات، وإن كان لها دورها الأساسي في عملية الإقناع بالتدليل على أهمية المنتج، تبقى قاصرة على إقناع المرسل إليه.

من هنا، تفرض مسألة الإيحاء نفسها، بحيث إن الحديث عن البلاغة الإشهارية هو إلى حد بعيد حديث عن الإيحاء: الذي يعني حضور وإدماج الذاكرة السياقية في سيرورة الدلالة.

فنجاح إرسالية معينة رهين بكثافة الشحنات التي تحملها، وصورها الشعرية الإيحائية، بحيث "تكتسي لباسا أنيقا من المعاني، وتتقل من طبيعة مادية إلى عالم من القيم والدلالات بفضل تلك الهالة التي يضيفها عليها الإشهاري، لأنه يعرف مواطن الإغراء و"الاغترار" لدى الزبناء"<sup>(2)</sup>، فيستعمل لذلك الاستعارة، والتشبيه المناسب، والكناية الموقفة، والأسلوب الغنائي الذي يلتزم السهولة والعدوية، علاوة على مكونات بلاغية أخرى (بلاغة الصورة الحية، بلاغة الجسد، بلاغة الحركة، بلاغة الصوت المشكل، بلاغة الموسيقى، بلاغة الفضاء... الخ). فكل مقوم من هذه المقومات الإيحائية بنيته الداخلية، أو في علاقته بالمقومات الأخرى، يلعب دورا مهما في تكوين وخلق صور اصطناعية، تتراءى للمتلقي باعتبارها أشياء طبيعية. من هنا يتجاوز الخطاب الإشهاري عبر آلياته المعتمدة "فعل الشراء إلى احتضان وتمثل اجتماعي لمقولات وتصورات ومسكوكات [...] تتم صياغته في أشكال بلاغية سحرية، ويقدم على أنه الواقع والحقيقة".<sup>(3)</sup>

انطلاقا من هذه الاعتبارات المشار إليها، تكمن خطورة الخطاب الإشهاري كحقل غني بإيحاءاته وأساليبه وانزياحاته في استحوذاه على اهتمام معظم الفئات الاجتماعية في عصرنا الراهن، إذ يشكل مهد علم الأساطير الحديثة، وبؤرة ثقافية للحياة اليومية، وهو الشيء الذي أكده "روبير كيران" بقوله: "إن الهواء الذي نستنشقه مكون من الأوكسجين والنيتروجين والإشهار".<sup>(4)</sup>

p. 2، 1985، op. cit،<sup>(1)</sup> Roland Barthes

p. 2، 1985، op. cit،<sup>(2)</sup> Roland Barthes

p. 25، 1985، op. cit،<sup>(3)</sup> Roland Barthes

<sup>(4)</sup>عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاري. . . م. س: ص 97.

من هذا المنظور تأتي مشروعية المنهج السيميائي في الكشف عن الأبعاد الإيديولوجية التي تتسرب داخل نسيج الخطاب الإشهاري، أي "تحديد نمط وجود هذه الإيديولوجيا لا كجهاز مفهومي عام ومجرد، بل باعتبارها سلسلة من السلوكيات البسيطة التي تتميز "ببديهيته"، لأنها تعد جزءاً من إرغامات النشاط اليومي، وهذا ما يجعلها، في غالب الأحيان، تنفلت من الدرس والمراقبة".<sup>(1)</sup>

وبداهتها هاته هي نتاج عملية معقدة تقوم بها الأسطورة. فهي تشبه، إلى حد ما، عملية من عمليات خفة اليد، حيث تقلب الواقع، وتفرغ التاريخ، ثم تملؤها بالطبيعة (Naturalité)، وتسحب من الأشياء معناها الإنساني، بصورة تجعلها تدل على تفاهة إنسانية. وإذا كانت الأسطورة، حسب بارت، أداة رئيسية في يد الطبقة البورجوازية لتكريس سيادتها وإيديولوجيتها، فإن دراستها كنسق سيميائي كفيل بالكشف عن حيل وخدع هذه الطبقة التي تستتر خلف الوجه الطبيعي والبديهي. فما هي إذن الأسطورة؟ وكيف تتبين؟<sup>(2)</sup>

الأسطورة نسق خاص في كونه ينبنى انطلاقاً من سلسلة سيميائية موجودة قبله: إنها نسق سيميائي من الدرجة الثانية، يحتوي الأول ويتجاوزه. فالعلاقة الرابطة بين الدال والمدلول في النسق الأول هو ما يشكل المعنى التقريري. إن هذا المعنى الأول لا يتجاوز حدود ما يسميه شارل ساندرس بيرس (CH. S. PIERCE) بالمؤول المباشر، المؤول الذي يعطي نقطة انطلاق الدلالة. ولكي يتم تجاوز هذا المستوى، علينا أن ننتقل إلى نسق سيميائي ثان، يسمى بالإيحاء. وتشكل هذه المقولة أهم أداة اعتمدها بارت في مقارنة ما يسميه بالأسطورة. فالدال الجديد (مجموعة العلامة في النسق الأول) يمكن النظر إليه من زاويتين:<sup>(3)</sup> أولاً، كحد نهائي لنسق لساني. ثانياً، كحد بدئي لنسق أسطوري.

فهو كحد نهائي يشكل معنى، معنى التقرير، الذي لا يتطلب سوى الشروط الأولية لعملية الإدراك المباشر القائم على التجربة المشتركة؛ وكحد بدئي سيكون شكلاً، وهو كشكل يعد قالباً مفتوحاً على مجموعة من الدلالات المتعددة. "إلا أن النقطة الرئيسية في كل هذا تكمن في كون الشكل لا يلغي المعنى، بل يقتصر على إفقاره وإبعاده، ويجعله رهن إشارته [...] إن لعبة الاختباء الهامة هذه بين المعنى والشكل هي ما يحدد الأسطورة".<sup>(4)</sup>

بناء على ما سبق، يمكن القول إن وظيفة الأسطورة - حسب تصور بارت - هو تحويل المعنى إلى شكل، وداخل هذه العملية المعقدة يتم إفراغ البعد التاريخي والثقافي وتطبيعهما بما يخدم مصالح الطبقة البورجوازية. ويتحدد مفهوم التطبيع Naturalisation في سيميولوجيا بارت، في تحويل العلامات من طابعها الثقافي (إنتاج يتم داخل التاريخ، أي داخل الزمنية الإنسانية) ومنحها طابعاً طبيعياً (علامات توجد خارج الزمنية ولا تتأثر بها). هذا ما يجعلنا نعيش الأسطورة وكأنها كلام بريء. "والواقع أن ما يتيح للقارئ استهلاك الأسطورة استهلاكاً بريئاً، هو أنه لا يرى فيها نسقاً سيميائياً، بل نسقاً استقرائياً [...] والحال أن مستهلك الأسطورة يعتبر الدلالة نسقاً من الوقائع".<sup>(5)</sup>

<sup>(1)</sup> محمد السرغيني، محاضرات في السيميولوجيا، دار الثقافة، الدار البيضاء، ط 1، 1987م: ص 55.

<sup>(2)</sup> Roland Barthes، 1985، op. cit، p. 2.

<sup>(3)</sup> عادل فاخوري، علم الدلالة عند العرب، دراسة مقارنة مع السيميائية الحديثة، دار الطليعة، بيروت ط 2، 1994: ص 70.

<sup>(4)</sup> فيردناند دي سوسير، محاضرات في علم اللسان العام، ترجمة عبد القادر قنيني، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، ط 1، 1987م: ص 88.

<sup>(5)</sup> عبد الرحمن جبران، مفهوم السيميائيات، الحوار الأكاديمي والجامعي، العدد الأول يناير 1988: ص 7.



من هنا تكمن خطورة الإشهار في تمرير خطابه عبر مجموعة من الصور التي يستهلكها المتلقي بشكل طبيعي، ما دام أن كل صورة من هذه الصور تقدم دائما كنسخة ميكانيكية لوضعية واقعية، الشيء الذي يجعلها تكون مغلفة بمجموعة من القيم (كالفوز، والسعادة، والحب، والأمومة، والانتماء الاجتماعي... الخ)، والتي تجد مرجعيتها في المتخيل العام للمجتمع. من وجهة النظر هذه، تقرأ هذه الصور باعتبارها التسجيل الخالص لواقعة من الحياة اليومية. ولعل القيام بتحليل بعض الإرساليات، عبر مستوياتها التقريرية والإيحائية، يساعدنا على الكشف عن آليات إنتاج الأثر الإيديولوجي عبر الوحدات الصغرى التي تؤثت فضاءاتها. (1)

وستتناول كنموذج إشهار "قهوة أروما". إن هذه الإرسالية، على غرار الوصلات الإشهارية، تتشكل من نسقين: نسق تقريرية ونسق إيحائي. الأول يتكون من الدال (مجموع الصورة)؛ والمدلول النهائي (الغاشي كاع فالحومة يشرب قهوة أروما). والثاني محتشم، وخجول، وخفي -على حد تعبير بارت- ويكمن في المدلولات التوسيطية.

إن المدلول النهائي في النسق الأول يشكل الأرضية الخصبة لتجربتنا المشتركة، المحصل عليها داخل المتخيل العام للمجتمع. فلما لا يقتصر عليه الإشهاري إذن؟ ولماذا لم يقل ببساطة: "اشربوا قهوة أروما"؛ لأننا في حقيقة الأمر أمام خدعة، فالإرسالية إذا توقفت عند هذا المستوى لن تبلغ هدفها المنشود. لذا يتم تغليف المعنى الأول بسلسلة من المدلولات الإيحائية، توهم بإلغاء الجانب الاقتصادي، وذلك عبر خلق وضعية إنسانية تظهر بمظهر الطبيعة البريئة، حيث إن الصورة تكفي بسرد قصة عادية على المشاهد/المتلقي، من خلال التركيز على استعمال "قهوة أروما". لذلك كان لزاما علينا أن ندفع هذا المعطى المباشر إلى التراجع، لاستجلاء الدلالات الإيحائية. فما من شك أن هذه الإرسالية الإشهارية -بشقيها اللغوي والأيقوني- تريد أن تقول شيئا آخر، غير ما يعطيه التقرير البخيل، وهو ما سنحاول انتشاله من تحت أنقاضه (التقرير)، وذلك بالكشف عن المدلولات التوسيطية، باعتبارها البؤرة التي تتسرب من خلالها الإيديولوجيا كإيجاء.

تقدم لنا الوصلة الإشهارية "قهوة أروما" وسط وضعية إنسانية تعمل على تطبيع هذا المنتج، من خلال تماهي المتلقي/الضحية مع هذه الوضعية، التي تتجسد أساسا في عرض وتقديم صورة حية مستقاة من البيت الجزائري: صورة جد وأب وحفيد تغمرهم نشوة السعادة.

فعلى مستوى السلوك، تظهر الصورة أن العلاقة التي تربط بين الجد والأب والحفيد هي علاقة تطبعها الحميمية والاندماج: فبينما يجلس الجد على الكرسي، ويتذوق نسمة "أروما" بعد أن تيقن من جودتها، ويشاركه ابنه في نفس العمل ونفس الشعور، نجد الحفيد سرعان ما يهرول في اتجاههما، ليشاركهما فرحتهما وسعادتهما. كما أنه داخل الصورة مجموعة من الإشارات التي في تأليفها وتداخلها، تولد سلسلة من المعانم Sèmes والمدلولات الإيحائية:

فمعنم "الغنى" يتمثل أساسا في البناء العصري في المنزل، كما يظهر في لباس الجد التقليدي ولباس الأب والحفيد العصري. لذلك فإن المنتج هنا مرتبط بشريحة اجتماعية متميزة، ما دام أن الفضاء الذي تدور فيه الأحداث ينم عن الثراء، الشيء الذي يعطي لقهوة "أروما" مكانة خاصة، مستمدة أساسا من قيمة من يستهلكها.

(1) سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية، م. س.



أما معنم "الأصالة"، فإنه يتمظهر من خلال هندسة المنزل (النقش)، ولباس الجد (جلباب والقبعة) الذي ينسجم مع الواقع المعطى لأسرة جزائرية عاصمية مترفة *Algéroise*، كما أن توظيف اللغة العربية، وحضور الجد، وهو يحمل القرآن بيده، إلى جانب الأب والحفيد لدليل على هاته الأصالة وعلى أصولها التاريخية (تعاقب الأجيال). من هنا تكتسي قهوة "أروما" قيمتها الخاصة، وهي قيمة مستمدة من ارتباطها بالشرائح ذات الخطوة الاجتماعية، وبأصالتها وجودتها الذي يدين بها التاريخ لها، حيث تبقى شامخة أمام توالي وتعاقب الأجيال. هكذا يتبين أن الإرسالية الإشهارية تحاول أن تخلق لنا فضاء مألوفاً، حيث السعادة والحب والاستقرار والاندماج الذي تنعم به العائلة وهو استقرار مستمد أساساً من ثبات جودة المنتج (أروما). لذلك فهو يشكل (المنتج) حارساً أميناً لاستمرارية الالتحام في هذا الوسط الأسروي، وهو ما يقابله من جهة أخرى أصالة "أروما" وسرمديتها. فإذا كان جوهر الوجود والموجودات هو التغيير واللاثبات، فإن قهوة "أروما" تشد عن هذه القاعدة، حيث تقدم كمالك للقيم الموروثة وكحارس على المصالحة في زمن غياب الصراع بين الأجيال: مصالحة القديم مع الجديد، مصالحة الجد مع الأب والحفيد، مصالحة القيم القديمة مع أنماط الحياة الجديدة، ليصبح التثبيت بالأصالة هو التثبيت بالمنتج. من هنا تسعى الإرسالية إلى تكريس ما هو سائد. فالدور الذي يلعبه الحفيد فيها دور هامشي، كما أن غياب المرأة عن هذا الإشهار لم يكن بريئاً، بل له ما يبرره على مستوى الخطاب المراد تمييزه، حيث تساهم الإرسالية في إعادة إنتاج نمط الأسرة الأبيسية *Paternalisme* في المجتمع الجزائري وتأييد قيمها. هكذا يتبين من خلال تحليلنا للإرسالية الإشهارية – على المستويين التقريبي والإيجائي – أن "ضبط آليات التدليل داخل عالم الصورة [...] هو خطوة جبارة نحو ضبط آليات التناسل الإيديولوجي في رحم الصورة، تناسل يقود إلى التطبيع وإلى التكريس وإلى التبرير".

### المطلب الثاني: البعد اللغوي في اللغة الإشهارية

إن الخطاب الإشهاري من حيث بنيته أقرب إلى بنية النص الشفوي الذي يتم بناؤه وفقاً للهجة المتداولة غير المدونة التي تتجارب مع متغيرات الأحداث اليومية والتطورات السريعة التي يعيشها اللاهجون بتلك اللهجة. (1) فحسب علم النفس اللغوي كما يؤكد ذلك حنفي بن عيسى «لغة الكلام تحرر فينا آلية التلقظ عندما يقتضي المقام ذلك، بحيث أنا لمفردات تنطلق من عفوية تامة، من غير تكلف ولا إجهاد خاطر. فكل كلمة نسمعها هي بمثابة حافر، ولا تكاد تبلغ من الأذن حتى نستجيب لها استجابة لفظية تناسبها. وأما لغة الكتابة، فهي تستلزم – زيادةً على العملية النفسية الأولى – حدوث عملية أخرى هي التذكر، إذ لا بدّ عندما نمسك القلم من أن نستدعي إلى ساحة الشعور مفردات مخزونة في الذاكرة، ومفردات أخرى راسبة في اللاشعور». (2)

ولكي يكون الخطاب الإشهاري ناجحاً لا بدّ أن يكون هادفاً وموجّهاً إلى العموم من أجل التأثير في مستهلك المنتج. وسعياً ليحقق وظيفته الإقناعية، «يوظف الإشهار الذاكرة الجماعية و ما تحتزنها من نصوص غائبة، ويساهم في خلق ذاكرة جديدة خاصة

(1) محمد عيلان، «بنية النص الإشهاري»، مجلة اللغة العربية، منشورات ثالثة، عدد 7، الجزائر، 2002، 215.

(2) حنفي بن عيسى، «محاضرات في علم النفس اللغوي»، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، ط3، 1990، 228.

عند الجيل الجديد الذي يتفاعل معه أكثر، بتكريس فكرة قوة التأثير السحرية للاستهلاك الذي يجلب السعادة ويحقق الذات ويغيّر المصائر. . .» (1)

وهذا ما يحاول الإشهار أن يوظفه كمعطيات نفسية وتأويلية تستقي مرجعياتها من المحيط الاجتماعي حيث نجده يوظف التعدد اللغوي داخل المجتمع من فصحي وعامية ولهجات محلية في مختلف اللغات. كما يوظف لغة بسيطة واضحة مناسبة للجمهور تستميل خواطره وتشهيه في مواد غذائية واستعمالية مرتبطة باحتياجاته، ويميل أكثر فأكثر إلى استعمال لغة شعبية قريبة من الجمهور المستهدف لتحقيق المشاركة الوجدانية معه، وينوع أساليبه بين السرد و الوصف والحوار. .

وتوظف وصلات الإشهارية الغناء الجماعي والغناء الفردي لمغن مشهور، أو أغنية مشهورة لها حضور في الذاكرة الجمعية، بحيث يتم تحويل هدفها لتعبّر عن قيمة وأهمية المنتج.

ويستعمل الإشهار في سياق التنافس أسلوب التفضيل من خلال استعمال نسق من عبارات الاستحسان والاستهجان، ويوظف في الإقناع البدلات البيضاء والتظارات الطبية والشيب والتجاعيد... أو كلام أحد الفنانين أو الرياضيين المعروفين، وبعض العبارات التي تجلب ثقة المستهلك كـ« مصادق على المنتج من طرف مجموعة، جمعية، هيئة...». ويعتمد أسلوب الإيجاز والتّرميز اتجاه المنتج الأخرى المنافسة، ويكرّر نفس العبارة للحضور في ذاكرة المستهلك.

هكذا فالترسيمة السردية في الإشهار تتمّ عن طريق عرض الوضعية البدئية التي تتميز بالانفصال عن الراحة والسعادة، وجعل التحول الى الوضعية النهائية السعيدة يتحقق بفضل تدخل المنتج البطل الذي ينقل الشخص من الشقاء والحرَج إلى الراحة والانتعاش الداخلي والخارجي، والحقة والسعادة. (2)

المبحث الثالث: التواصل اللغوي، والرمز والوظيفة الدلالية للغة

### المطلب الأول: التواصل اللغوي

لقد جذبت النظرية الإحصائية للاتصال انتباه بعض اللغويين (3). وكان رومان جاكوبسون (4) من أوائل الذين اقترحوا مخططاً للتواصل اللغوي، مع الإشارة إلى وجود صلة وثيقة بين نظريات المهندسين ودراسة التواصل اللفظي. بالنسبة لجاكوبسون، فإن اللغة المعبر بها ذات فحوى ثنائية تستوجب في أي عملية اتصال وجود العوامل المكونة التالية: (5)

السياق

(1) محمد فخر الدين، « الإشهار والتراث الشعبي المغربي »: <http://www.maghress.com/khbarbladi/3492>، تاريخ الزيارة: 2019/7/13م

(2) المرجع السابق.

(3) يميز كارل بوهلر بالفعل في عام 1934 ثلاث وظائف للغة (التعبير، الدعوة، التمثيل) والتي يضيف إليها جاكوبسون أخيراً في مخططة الخاص بالاتصال ثلاث وظائف أخرى: الوظيفة الانفعالية والإحالة والشفوية. K. Bühler

.Iena: Fischer، (1934): Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache  
Paris: Minuit. ،rééd. 2003): Essai de linguistique générale، (4) R. Jakobson (1963  
p. 214. ،rééd. 2003): op. cit، (5) R. Jakobson (1963

المرسل — الرسالة — المستقبل

نقطة الاتصال

الرمز

وتجدر الإشارة إلى أن المصطلحات قد تختلف دون تغيير جوهري؛ فقد نجد أيضاً المتحدث بدلاً من المرسل، المرسل إليه بدلاً من المستقبل، والقناة بدلاً من نقطة الاتصال، واللغة بدلاً من الرمز، إلخ.

ويضيف جاكوبسون مصطلحات وظيفية توضيحا وإمعانا في استغلال مخططه السابق، وذلك على النحو التالي: (1)

المرجع

السياق

يتم التركيز هنا على الوظيفة الدلالية

المستقبل

الرسالة

المرسل

المتلقي

المنطوق

المتفوه

بصمة المرسل في الرسالة - التركيز على مضمون الرسالة - التوجيه نحو المستقبل

وظيفة قصدية

وظيفة شاعرية

وظيفة انفعالية

القناة (نقطة الاتصال)

انعكاس ظروف الاتصال

وظيفة شفهمية

اللغة (الرمز)

انعكاس الوازع اللغوي للمرسل

وظيفة دلالية اللغة

وسنحاول التركيز هنا على الرمز (اللغة) ووظيفة دلالية اللغة.

### المطلب الثاني: الرمز والوظيفة الدلالية للغة

يُطلق الرمز ويراد به مجموعة الإشارات المكونة للرسالة وقواعد جمعها. وهذه الإشارات هي التي يعتمد المرسل إلى تشفيرها رجاءً أن يتم فك التشفير من قبل المستقبل. تتركز الوظيفة الدلالية للغة في الرمز؛ وتعتمد على التفسير والدقة، وتهمين على التعليم واللسانيات والمنطق والعلوم.

نستطيع القول إن هناك وظيفة دلالية للغة عندما نتحدث اللغة بوعي عن نفسها، من خلال توظيف إعادة الصياغة أو النصية. ثم إن الوظيفة اللغوية، مثل الوظيفة المعنوية التي تقابلها، لا تنفصل عن الوظيفة المرجعية والانفعالية والموصلة؛ وهذه الوظائف إنما هي تقليعات تعبيرية عن المنطوق أو المتفوه به. (1)

p. 214. ،rééd. 2003): op. cit (1) R. Jakobson (1963

## المبحث الرابع: الخطاب الإشهاري

### المطلب الأول: الخطاب الإشهاري: البنية والوظيفة

ويقودنا هذا الكلام لرصد بنية الخطاب/التواصل الإشهاري ثم تحديد وظيفته، وهذه البنية والوظيفة متداخلة (كما في عدد من الخطابات)، إذ لا يمكن فصل بنيتة عن وظيفته، ولا دراسة للوظيفة دون البنية. " فالرسالة الإشهارية تقوم على بنية تواصلية مركزة ودقيقة غايتها خلق علاقة بين المستهلك والسلعة يجعل هذه الأخيرة موضوع حاجة ورغبة لديه. " (2)

لذلك نجد الخطاب الإشهاري يبني عامة على مقامين خطابين هما: مقام العقل والعاطفة، محاكيا بذلك البلاغة التي تشتغل وفق قطبي العقل والعاطفة، العقل بهدف التأثير في المتلقي، والعاطفة بهدف الإقناع. والملاحظ أن " الإشهار المعاصر يلجأ إلى المقام الأول [أي التركيز على البعد العاطفي في بناء الإرسالية الإشهارية] ويتم تحويل اتجاه الإجراءات المنطقية (العقلية) ذاتها لصالح الإجراءات العاطفية التي تنتمي إلى مجال الحساسية الجماعية والاستيهامات والأساطير" (3) وهو ما يفسر كون الصورة الإشهارية تعمل على استدعاء انفعالات المتلقي/المتفرج ومنطقه على السواء.

ويدخل ذلك في صميم التسويق الذي يعتمد استراتيجيات محددة لكسب رهان المنافسة عبر آليات الخطاب الإشهاري من خلال توظيف الأبعاد الجمالية المتحكمة في أفق الإرسال ودغدغة أحاسيس الإقناع لكسب رهانات الإشهار في نهاية المطاف. وهذا يوضح كذلك تشكل الإرسالية الإشهارية من موضوعات تحاكي العاطفة الإنسانية من صورة: القلق، والتخوف من الفقد والبقايا الطفولية (مرطبات للحفاظ على البشرة الشابة مثلا)، والجنس، والجمال، والضحك، والحب، والكرهية، وغيرها من العوامل التي تحرك عاطفة المتلقي وتشدده بمجالها إلى فتنة المنتج موضوع الإشهار.

وتفرغ هذه الموضوعات على شكل علامات تحمل مدلولات، أي أن هناك ما هو أبعد من الإخبار و الإبلاغ عن واقعة واقعية أو خيالية إلى ما هو مخفي ومضمّر " فالإشهار مثلا بالنسبة لسيارة يكون شكل جانبها وطلاؤها وغشاء مقاعدها دوالا، يدعم ضمنا مدلولات من طبيعة أخرى كالرفاهية مثلا، والوضعية الاجتماعية والسلطة والقوة إلخ، إن الأسطورة تفهم هنا على شكل كلام مخادع يخفي الرسالة الإيديولوجية خلف البدهة الهادئة للعقل السليم، أي الطبيعي، وأن ماتعطينا إياه إتصالات الجماهير والإشهار بشكل خاص "ليس هو الحقيقة وإنما ضلال الحقيقة " بتعبير جون بودريار. (4)

(1) A. Culioli (1965-1983): « Conditions d'utilisation des données issues de plusieurs », in: Quelques articles sur la théorie des opérations énonciatives, langues naturelles »

p. 92-98. Paris: Dunod

(2) مراد عبد الرحمن مبروك، أثر التقنيات المعلوماتية في لسانيات النص الأدبي (النص النقدي خاصة)، المجلة العربية للعلوم الإنسانية العدد 6، 1997: ص 62.

(3) عبد الرحيم مودن، الصورة الإشهارية والخطاب الأدبي، علامات، العدد 18، 2002، المغرب ص 43.

(4) Jean Baudrillard، 1968، op. cit، p. 23،

ومما يلاحظ كذلك على الخطاب الإشهاري باعتباره رسالة تواصلية موضوعها المنتج مصحوبا بسنن لساني وأيقوني وثقافي غايته إقناع المتلقي ليتحول إلى مستهلك للمنتج، أنه لا يأخذ شكل التواصل المبني على التفاعل الذي قد يكون إما بالسلب أو الإيجاب، فالتواصل الإشهاري لا يترك مجالاً لاختيارات المتلقي ومن ثمة يقصي كل تفكير في الرفض، ورد الفعل السلبي من المتلقي، بكل بساطة لأن غايته الرئيسية هي الربح والتسويق الاقتصادي وإن كان مصحوبا بخلفية إيديولوجية أو ثقافية فإنها ثانوية هامشية.

### المطلب الثاني: البعد الخيالي في الإشهار

يورد بعض الباحثين أن المعجم المتعلق بالخيال في ثقافتنا العربية القديمة محدود، وكلمة خيال تعبر عن "الشكل والهئية والظل، كما تشير إلى الطيف والصورة التي تتمثل لنا في النوم وأحلام اليقظة." (1) ونجد الخيال حاضرا في عدد من الخطابات ( الشعر، الخطبة، مسرح. . ) إذ تقدم لنا التجربة الخيالية عالما ممكنا بشكل جوهري تماما، فهو نوع من الإمكان (المتاح) المفكر فيه والمسلم به في ذاته، فهو من ثم عالم ممكن وليس وهما أو انعكاسا أو هديانا.

ويمكن رصد ذلك بشكل مباشر في أغلب الوصلات الإشهارية التي تبث على وسائل الإعلام، فنلاحظ سيطرة ما هو إيجابي رمزي إذ يأخذ المنتج وضعا اعتباريا خياليا فيصير ممدوحا مبجلا جليل الأوصاف قصد ترغيب الناس فيه. ولذلك "يشغل خطاب الإشهار دائما، من خلال الإحالة على واقع ما. لكنه يجري تحويلات وتغيرات على هذا الواقع ليصير معطى متخيلا يرتبط بالمجال النفسي بمختلف تشكيلاته الواعية واللاواعية الغريزية والثقافية. . . فالإشهار يستعير، لحسابه الخاص، كثيرا من الصور والقيم الرمزية." (2)

والغاية من توظيف ما هو خيالي في خطاب واقعي من المفروض أن تغلب عليه اللغة التقريرية، هو السعي لإضفاء طابع المعقولة و الواقعية على المنتج وبذلك محاولة محو كل المؤشرات المادية و الدعائية التي تشكل طبيعته. و أكثر من ذلك محو ما هو اصطناعي في بعض الإشهارات.

وحاصل القول أن الطبيعة الخيالية للإشهار، إذا توظف مكونات ورموز معتادة ومحتزلة، تختلف لدى المتلقي موقف مترددا بين قبوله ورفضه بين تصديقه وعدمه، فالمتلقي إذا استثنينا الطفل، في بعض الحالات، يعرف أنه أمام خطاب تمويهي خيالي لكنه مع ذلك يجد نفسه منجذبا إلى تلبية الرسالة الإشهارية لأنها تمس الرغبة واللاوعي عنده.

### المطلب الثالث: سيميائية الخطاب الإشهاري

ينتهي الإشهار اليوم الى خلق نمط خاص من خطاب تتفاعل داخله العديد من الأنساق الخطابية. فآليات التواصل الإشهاري محكومة إلى الخلفيات التسويقية التي تؤطرها. ويتجلى ذلك من خلال المنظور التواصلية. الحجاجي. التسويقي للإعلان. (3)

(1) عادل فاخوري، م. س: ص 73.

(2) عبد العالي بو طيب، آليات الخطاب الإشهاري، مجلة علامات في النقد، المجلد 13 الجزء 49، نادي جدة الأدبي، المملكة العربية السعودية، 2003: ص 312.

(3) محمد فارسي، "المقاربة التسويقية للخطاب الإشهاري"، في "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20،

الهئية العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

كما أن صيرورة الخطاب الإشهاري وسيلة تطويعية في الإشهار الإيحائي، الأمر الذي يبدو جلياً عند تتبع ظهور الإشهار وتطوره وأنماطه الكبرى انتهاء بالتأثير الإشهاري الإيحائي في المتلقي واشتغال الصورة. (1) ومن خلال مقارنة أدبية للإعلان يتبدى لنا تأثيره على متخيل المتلقي وعاطفته. (2)

ومن خلال أسئلة المفهوم الإعلاني وتطوره نجد أن البنيات الاقتصادية والتسويقية للإشهار الى جانب الجوانب الجمالية التي غيرت النظرة الى الإشهار من مرحلة تقليدية الى مرحلة ثانية حيث الماركيتينغ وتشكل خطاب جديد يهتم المنتج الوسيط، والمتفرج المستهلك، كلها حاضرة فيه - أي البنيات الاقتصادية التسويقية والجوانب الجمالية. (3)

والإعلان يؤسس أيضاً لخطاب تواصل جديد في مجالات حيوية، من حيث خطابة الإقناع وتشكيل مبادئ جديدة للغة التواصل خصوصاً عندما يتعلق الأمر بالحملات الإشهارية الحمائية والتحذيرية. (4)

وعبر مقارنة اللاوعي والإشهار ينقلنا هذا الأخير الى مجال آخر مفصلي في الخطاب الإشهاري يتعلق الأمر بعلم النفس. فهناك علاقة تقاطع ممكنة بينهما من خلال تحديد البعد النفسي في الخطاب الإشهاري كمبدأ مفصلي ومركزي في تحقيق مبادئ التواصل وإقناع المستهلك، ومن خلال دراسة الرمز والجانب الإيروتيكي. (5)

ولدى تحليل وصلة إشهارية حيث تتوحد عدة زوايا في التحديد لسانية وسوسولوجية وسيميائية نصل في النهاية الى تكوين معرفة بمحل الماركيتينغ الثقافي. وإذا ما قاربنا الخطاب النقدي وقنوات التحليل ومبادئه في أفق تكوين أوليات لفهم استراتيجية التواصل الإشهاري ندخل حينئذ في الحقل الإعلامي. (6)

وأخيراً، ومن خلال التناول السيميائي، نستطيع تلمس البعد الأيقوني والرمزي داخل الصورة الإشهارية. وهو ما يترجم، لدى التوقف ملياً عند التأطير النظري، البعد السيميائي للصورة الإشهارية. (7)

(1) إدريس القرني، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

(2) نجاة ليمام تاني، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

(3) برونو ترونتيني، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

(4) فانسو كوبولا، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

(5) دوانة مايكيلا بوبا، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

(6) أحمد بوعود، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

(7) مصطفى الشاذلي، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م

#### المطلب الرابع: السيمياء في معاجم اللغة

تتفق المعاجم اللغوية أن السُومة والسِمة والسِماء والسيمياء تعني العلامة. فقد جاء مثلاً في الصحاح: السيمياء من سَوَمَ ومنها السُومة بالضم: وهي العلامة على الشاة، وفي الحديث ( تَسَوَمُوا فَإِنِ الْمَلَائِكَةُ قَدْ تَسَوَمَتْ ) والخيل المسومة المرعية. والمسومة أيضا المعلّمة وقوله تعالى: ( مسوّمين ) قال الأخفش يكون معلمين ويكون مرسلين. و(السيمى) مقصور من الواو قال الله تعالى: (سيماهم في وجوههم) وقد يجيء(السيماء) و(السيمياء) ممدودين.<sup>(1)</sup>

و جاء في معجم اللغة العربية المعاصرة: وسَمَ، يَسِمُ، سِمَ، وسَمًا، وسمة، فهو واسم، والمفعول موسوم وسَمَ المرأة أو الدابة: جعل له علامة يعرف بها "وسم فرسه كواه فأثر فيه علامة) سنسّمه على الخراطوم ("ووسم فلانا بكذا: ميزه به "وسمه بالخير - وسّم فلانا بطابعه أي طبعه - وسّم صحيفة معدنية دمغها" واتسم الشخص بكذا: جعل لنفسه علامة أو صفة يعرف بها واتسم وجهه بالحنن بمعنى بدت عليه علامة شعوره بموتوسم الشيء: أي طلب علامته أو تفرسه وتأمل فيهِهولسمة: هي العلامة وصورة من صور الكي تعرف به الإبل والسُومة: ج سيمات، وسِمة علامة فنقول هذه السلعة تحمل سُومة شركة أجنبيةوسيماء مفرد سِمة وهي العلامة أو الهِية. وسيمياء: سحر وحاصلة إحداث مثالات خيالية لا وجود لها في الحس أو تعبير الوجه لشخص ما والسيمياء: (كم) الكيمياء القديمة وكانت غايتها تحويل المعادن الخسيسة إلى ذهب واكتشاف علاج كلي للمرض ووسيلة لإطالة الحياة.<sup>(2)</sup>

و كذا في المعجم الوسيط جاء: وسّم الشيء يسمه وسما وسمة: كواه فأثر فيه علامة ويقال وسمه بالهجاء وهو موسوم بالخير والشر واتسم مطاوع، ويقال جعل لنفسه سمة يعرف بها. والسِمة هي ما وسّم به الحيوان من ضروب الصور. ورادف السيمياء للسحر فقال: "حاصله إحداث مثالات خيالية لا وجود لها في الحس".<sup>(3)</sup>

#### المطلب الخامس: السيمياء كمصطلح

لقد تعددت وجهات النظر بين قديم ومحدث وعربي وغربي والباحث في أصل المصطلح يجد أنه موضوع قديم جديد وكان للعرب دور هام في إثرائه وإفادته المعاصر منه انطلاقاً من أصل التسمية مروراً بمقولاتهم في العلامة والدلالة. ففي أصل التسمية نجد أن المعاجم الأجنبية قد فرقت بين مصطلحين الكيمياء وهي العلم المعروف ((chemistry) وعلّم آخر (Alchemy) وهو يرمز لما كان يسمى عند العرب بعلم السيمياء وهو علم كيمياء القرون الوسطى. وربما سموه (الخيمياء) لقرب اللفظتين لفظاً ومعنى.<sup>(4)</sup>

وقد كان مفهوم العلم عند العرب قديماً مرتبطاً بالسحر كما ذكر سابقاً يقول صاحب كتاب معجم اللغة العربية المعاصرة "سيمياء: سحر وحاصلة إحداث مثالات خيالية لا وجود لها في الحس أو تعبير الوجه لشخص ما والسيمياء: (كم) الكيمياء القديمة وكانت غايتها تحويل المعادن الخسيسة إلى ذهب واكتشاف علاج كلي للمرض ووسيلة لإطالة الحياة".<sup>(1)</sup>

(1) الرازي، مختار الصحاح، تحقيق أحمد إبراهيم زهوة، دار الأصاله، بيروت، 2005: ص 163.

(2) أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، م1، عالم الكتب القاهرة، ط1، 2008، : ص 1140، 2441، 2442

(3) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط4، 2004: ص 469. 1032

(4) The American Heritage Dictionary of the English Language، Fourth Edition، 2009،

p. 159، T. 3، Houghton Mifflin company

فعلم السيميائية قديما قصد به كيفية تمزيج القوى التي هي جواهر العالم الأرضي ليحدث لها قوة يصدر عنها فعل غريب، وهو أيضا أنواع فمنه ما هو مرتب على الخيل الروحانية والآلات المصنوعة على ضرورة عدم الخلاء ومنها ما هو مرتب على خفة اليد وسرعة الحركة، والأول من هذه الأنواع هو السيميائية بالحقيقة والثاني من فروع الهندسة ...". (2)

أما ابن خلدون فقد خصص فصلا في مقدمته لعلم أسرار الحروف ويقول عنه: "المسمى بالسيميائية نقل وضعه من الطلسمات إليه في اصطلاح أهل التصرف من غلاة المتصوفة، فاستعمل استعماله الخاص وظهر عند غلاة المتصوفة عند جنوحهم إلى كشف حجاب الحس، وظهور الخوارق على أيديهم والتصرفات في عالم العناصر وتدوين الكتب والاصطلاحات ومزاعمهم في تنزيل الوجود عن الواحد... فحدث بذلك علم أسرار الحروف وهو من تفاريع السيميائية لا يوقف على موضوعه ولا تحاط بالعدد مسائله، وتعددت فيه تأليف البوني وابن العربي، ومن فروع السيميائية عندهم استخراج الأجوبة من الأسئلة بارتباطات بين الكلمات حرفية يوهون أنها أصل في المعرفة...". (3)

وبالرغم من غموض بعض ما جاء في هذه النصوص، إلا أنه يكفينا منها أنما دليل ساطع على ريادة علماء العربية في تقديم مفاهيم للمصطلح - قبل دو سوسير بقرون طويلة - وتفصيلهم له بدقة تحدد أنواعه المختلفة، وتبين ارتباطاته بعلوم أخرى مثل الهندسة والطب والفلك والتصوف والسحر والطلاسم. وهكذا نجد أن السيميائية موجودة في علوم المناظرة والأصول والتفسير والنقد، فضلا عن ارتباطها الوثيق بعلم الدلالة الذي كان يتناول اللفظة وأثرها النفسي كذلك، وهو ما يسمى بالصورة الذهنية والأمر الخارجي عند المحدثين.

فالواقع يقول أن: "المساهمة التي قدمها المناطقة والأصوليون والبلاغيون العرب مساهمة مهمة في علم الدلالة انطلاقا من المفاهيم اليونانية، وقد كانت محصورة ضمن إطار الدلالة اللفظية، وتوصل العرب إلى تعميم مجال أبحاث الدلالة على كل أصناف العلامات، ومن الواضح أنهم اعتمدوا اللفظية أنموذجا أساسيا. كما أن أقسام الدلالة عند العرب قريبة من تقسيم بيرس، وتبقى أبحاثهم التي تتناول تعيين نوعية دلالة الألفاظ المركبة أو بوجه عام العلامات المركبة وتحليل الدلالة المؤلفعة من تسلسل عدة توابع دلالية مدخلا جديدا ذا منفعة قصوى للسيميائية المعاصرة" (4)

وحديثا على رأي عبد الرحمن جبران تعددت وجهات النظر في تعريف المصطلح فهو يقول: "أية محاولة للتعريف لا بد لها أن تصطدم بتعدد وجهات النظر في تحديد هوية هذا الحقل المعرفي تحديدا قارا. خصوصا إذا أدركنا الحيز الرمزي الذي يستغرقه وهو حيز قصير". (5)

لكن ورغم الاختلاف في التسمية لم يخرج موضوع العلم عن دراسة أنظمة العلامات، ويعود الفضل في الفهم الجديد لهذا العلم إلى فرناند دوسوسير الذي أطلق على العلم مصطلح السيميولوجيا وقال عنه في كتابه محاضرات في علم اللغة: "أنما العلم الذي يدرس حياة العلامات من داخل الحياة الاجتماعية ونستطيع -إذن- أن نتصور علما يدرس حياة الرموز والدلالات المتداولة في الوسط

(1) أحمد مختار عمر، م. س: ص 1140

(2) ميشال أريفييه، جان لكود جيرو، م. س: ص 24.

(3) ابن خلدون، مقدمة ابن خلدون، ج 1، دار نهضة، مصر، ط 3، 1979م: ص 556.

(4) عادل فاخوري، م. س: ص 71.

(5) عبد الرحمن جبران، م. س: ص 9.



المجتمعي، وهذا العلم يشكل جزء من علم النفس العام. ونطلق عليه مصطلح علم الدلالة (السيمولوجيا) وهو علم يفيدنا موضوعه الجهة التي تقتنص بها الدلالات والمعاني. وما دام هذا العلم لم يوجد بعد فلا نستطيع أن نتنبأ بمصيره، غير أننا نصح بأن له الحق في الوجود. وقد تحدد موضوعه بصفة قبلية. وليس علم اللسان إلا جزء من هذا العلم العام وسيبين لنا هذا العلم ما هو مضمون الإشارات، وأي قوانين تتحكم فيها. ” وشاركه في المصطلح مارتينييه. (1)

أما بيرس فأطلق عليه مصطلح السيميوطيقا ورأى أن النشاط البشري بمجمله نشاط سيميائي يقول بيرس عن نفسه: "إنني وحسب علمي الرائد أو بالأحرى أول من ارتاد هذا الموضوع المتمثل في تفسير وكشف ما سمّيته السيميوطيقا أي نظرية الطبيعة الجوهرية والأصناف الأساسية لأي سيميوزيس محتمل. إن هذه السيميوطيقا التي يطلق عليها في موضع آخر المنطق تعرض نفسها كنظرية للدلائل وهذا ما يربطها بمفهوم السيميوزيس الذي يعد على نحو دقيق الخاصية المكونة للدلائل". (2)

فالسيميائية بهذا كله تعنى بنظرية الدلالة وإجراءات التحليل التي تساعد على وصف أنظمة الدلالة. (3)

وقد حاول البعض العودة بالمصطلح إلى سياق الكيمائية ومن هؤلاء الدكتور محمد صلاح الدين الكواكبي مؤلف كتاب السيميائية الحديثة ولكن المحاولات لم تفلح لأن المصطلح خرج من الكيمائية إلى اللسانية.

#### مبادئها واتجاهاتها:

تتم السيميائية بنظرية الدلالة وإجراءات التحليل التي تساعد على وصف أنظمة الدلالة. (4) ولا يتم ذلك إلا وفق المبادئ التالية:

**مبدأ المحايثة:** يشكل النص كلا دلاليا ويهدف هذا الوصف لإبراز التنظيم الخاص بهذه الوحدة المضمونية. ففي هذا التحليل لا ننظر إلى العناصر الخارجة عن النص وإنما نتم بالبحث عم يكوّن الدلالة داخليا والعلاقة بين العناصر المنتجة للمعنى. أي أن التحليل المحايث هو الذي يبحث في عناصر الدلالة المصغرة التي تشكل المضمون الذي يدرك بالدرجة الأولى بواسطة القراءة.

**المبدأ البنوي:** لإدراك المعنى لا بد من وجود نظام من العلاقات تربط بين عناصر النص، ولذا فإن الاهتمام يجب أن يوجه إلى ما كان داخلا في نظام الاختلاف الذي يسمى شكل المضمون وهو التحليل البنوي. فالتحليل البنوي هو الذي يبين كيفية إبراز التمثيل الداخلي للمضمون وتحيل إلى نظرية المعنى وبها يتأسس المعنى المدرك على الاثر الخلافي ويتم فصل المعنى المدرك على مون النص على أساس الاختلافات. (5)

فلإدراك المعنى لا بد من وجود نظام من العلاقات تربط بين عناصر النص، ولذا فإن الاهتمام يجب أن يوجه إلى ما كان داخلا في نظام الاختلاف الذي يسمى شكل المضمون وهو التحليل البنوي.

(1) بيير غيرو، م. س: ص 51.

(2) فيردناند دي سوسير، م. س: ص 89.

(3) ميشال أرفيه، جان كلود جيرو، م. س: ص 105

(4) المرجع نفسه: ص 107

(5) المرجع نفسه: ص 105

**تحليل الخطاب:** يعد الخطاب في مقدمة اهتمامات التحليل السيميائي الذي يهتم بالقدرة الخطابية وهي القدرة على بناء نظام لإنتاج الأقوال على عكس اللسانيات البنيوية التي تهتم بالجملة. (1)  
وكما أن للسيميائيات مبادئ خاصة بها فلها توجهات عدة ويمكن تمييز توجهين رئيسيين:

● **التوجه الأمريكي:**

رائده بيرس وهو المؤسس الحقيقي للفكر السيميائي الغربي الحديث في نظر الدارسين وقد قال عن نفسه: "إنني وحسب علمي الرائد أو بالأحرى أول من ارتاد هذا الموضوع المتمثل في تفسير وكشف ما سمته السيميوطيقا أي نظرية الطبيعة الجوهرية والأصناف الأساسية لأي سيميوزيس محتمل. إن هذه السيميوطيقا التي يطلق عليها في موضع آخر المنطق تعرض نفسها كنظرية للدلائل وهذا ما يربطها بمفهوم السيميوزيس الذي يعد على نحو دقيق الخاصية المكونة للدلائل". (2)  
وتتأسس النظرية السيميائية عنده على عدة عناصر وهي التطورية الواقعية والبراغماتية وانسجاماً مع هذه العناصر أسس بيرس فلسفته على الظاهرية *Phanérosopie* التي تعنى بدراسة ما يظهر. (3)  
وهو بذلك يدخل في نطاق العلامة اللغة وغيرها من الأنظمة التواصلية غير اللغوية وبهذا يعد منظور بيرس الأنسب والأصلح لدراسة الخطابات البصرية ومنها الإشهار.

● **التوجه الفرنسي:**

بريادة دو سوسير ورولان بارت وقد كان تركيز دوسوسير على العلامة اللغوية لذا كان مفهوم بيرس أوسع. وهناك اتجاه آخر يعرف بمدرسة باريس ورائده جوزيف كورتيس وغريماس وجوليا كريستيفا. (4)  
وينقسم التوجه الفرنسي حسب البعض إلى فرعين:  
- سيميولوجيا التواصل والإبلاغ: عند جورج مونان.  
- سيميولوجيا الدلالة: لها عدة توجهات منها توجه بارت الذي يحاول تطبيق اللغة على الأنساق غير اللغوية وتوجه باريس الذي مثله غريماس وميشال أريفي والتوجه المادي الذي مثله جوليا كريستيفا. (5)

**المطلب السادس: السيميائية الإشهارية**

رأينا في المعاجم اللغوية في ما سبق أن السومة والسيمة والسيمي والسيمياء والسيمياء تعني العلامة، ويعرف المعجم الوسيط علم السيمياء بأنه علم يبحث دلالة الإشارات في الحياة الاجتماعية وأنظمتها اللغوية. وهناك عدة تعريفات لهذا العلم، من بينها أنه

(1) محمد السريغيني، م. س: ص 57.

(2) فيردناند دي سوسير، م. س: ص 90.

(3) مراد عبد الرحمن مبروك، م. س: ص 62.

(4) مبارك حنون، دروس في السيميائيات، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، ط 1، 1987: ص 85.

(5) جميل حمداوي، سيميولوجيا التواصل وسيميولوجيا الدلالة، مجلة فكر ونقد، المغرب، العدد 88، أبريل 2007: ص 27.

نظام الشبكة من العلامات النظامية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئة معينة، أو دراسة الأنماط والأنساق العلاماتية غير اللسانية، أو علم الإشارة الدالة مهما كان نوعها وأصلها. (1)

و باختصار هو علم شمولي له علاقة بكل ما ينتجه الإنسان من علامات لغوية وغير لغوية. (2) ويهدف إلى دراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي في كنف الحياة الاجتماعية<sup>(3)</sup>، وقد يشكل فرعاً من فروع علم النفس الاجتماعي، ومن أبرز أعلامه دي سوسير وشارل بيرس ورولان بارت الذي يقول: " إن التطور الكبير الذي شهده الإشهار والصحافة، والراديو وفن الديكور دون أن تتعرض لبقايا عدد لا نهائي من الطقوس التواصلية\_وهي طقوس المظهر الاجتماعي\_ يجعل تشكيل علم سيميائي مهمة أكثر استعجالاً من ذي قبل". (4)

ولا جدال أن الخطاب الإشهاري يعد من الخطابات التي تندرج ضمن الممارسات الثقافية اليومية كالخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري، فإلى جانب بعده الاقتصادي-الاجتماعي المرتبط بالدعاية التجارية، يكتسي هذا الخطاب طابعاً ثقافياً يمثّل في مكوناته اللغوية والأيقونية والسيميائية والتداولية. (5)

ويعتبر هذا الخطاب صناعةً إعلاميةً وثقافيةً بآتم معنى الكلمة، ولذلك فهو يحظى باهتمام كبير في المجتمعات المتطورة لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي وتشكيل الوعي وفي التأثير على الثقافة وتوجيهها في أبعادها المختلفة الأخلاقية والفلسفية، أما في المجتمعات المتخلفة فلا يزال هذا الخطاب مغموراً وبعيداً عن الدراسة إلى حدٍ ما رغم هيمنة الصورة على الحياة المعاصرة وتوجيهها لأهم استراتيجيات التواصل الإنساني. و يعزو الدكتور قدور عبد الله ثاني هذا إلى سيادة ما يسميه علماء الاتصال بالثقافة اللفظية أو الشفوية. (6)

ويمكننا أن نقول إن أقوى مستوى ظهور للخطاب الإشهاري وأكثره أداءً هو مجال الصورة بتشكلاتها المتنوعة، فهي تجد لنفسها مكاناً في الجريدة والمجلة والتلفزيون والسينما واللوحات التشكيلية واللباس والكتاب وعلى واجهة الجدران والحفلات والسيارات وعلى صدر لوحات منصوبة على أعمدة بجانب الطريق، بل وفي بعض المدن والبلدان المتقدمة، تنصب لها شاشات عملاقة تقوم فيها على مبدأ التناوب وفق ما يقتضيه ظرف ومصدر وهدف إنتاجها.

وفي ظل هذه الثقافة: ثقافة الصورة واستهلاكها بعفوية وإطلاقية غير واعية، أصبح لزاماً على متلقيها التعامل معها بوصفها خطاباً موازياً للخطاب اللغوي الكلاسيكي، وهنا نذكر المثل الصيني القائل (الصورة بألف كلمة). (7)

(1) قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2005: ص 52.

(2) د. محمد بصل، نحو نظرية لسانية مسرحية" مسرح سعد الله ونوس نموذجاً تطبيقياً"، دار الينابيع، الطبعة الأولى: ص 16.

(3) سعيد بن كراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، منشورات الزمن، الكتاب 11: ص 6.

(4) جميل حمداوي، م. س: ص 29.

(5) عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاري، م. س. : ص 88.

(6) قدور عبد الله ثاني، م. س: ص 112

(7) <https://aawsat.com/home/article/1679086/%D9%87%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9->

فإذا اقتنعنا بعدم وجود إبداع بريء، ولما كانت الصورة إبداعاً في بيئة ثقافية، فكيف نتصور خروجها عن منطق هذه القاعدة الثابتة، إننا نعيش في عالم الصورة وعولمتها، فنكون مضطرين لاستهلاكها بل وابتلاعها، سواء أكانت صوراً مؤطرة أي تلك التي تدخلت فيها اليد البشرية، فتم تسخيرها للتأثير على الجمهور في مختلف المجالات والأغراض، أم صوراً طبيعية خاضعة لقوانين فيزيائية. والصورة المؤسسة والمؤطرة، إبداع بشري يوظف للإبلاغ عن مشروع حياتي: فكري، ثقافي، واقتصادي تجاري، وفي إبداعي. وذلك تبعاً لمجال اشتغال مبدع هذه الصورة، فما نشاهده في صورة ما ليس هو حقيقة ذلك الشيء الذي تمثله، بدعوى اختلاف وتعدد المنظور الرؤيوي البصري، أي تبعاً لزاوية أخذ الصورة وظرف التلقي، وأنها أيضاً تتأسس على مبدأ الجمال والجودة: صورة جيدة تمهد إلى حصول التأثير في أقل فترة زمنية ممكنة، وعلى الأخص لما يكون الموضوع يستهدف تقديم منتج أو استقطاب جمهور، كما في حالة الملصق الإشهاري.

وهناك عناصر تجعل من الإشهار خطاباً سيميائياً وتداولياً بالنظر إلى صورته الثابتة والمتحركة بما تحمله من كفاءة وقوة على التبليغ والتواصل وما يكمن فيها من عناصر جمالية وفنية وطاقية وفاعلية في التأثير على المتلقي. وذلك أن الإشهار فن إعلامي يستند على مؤشرات مرئية مثل العناوين في كتابتها ومضامينها وأنواع الطباعة والصورة. . . من خلاله يمكن تأسيس تعارف وعلاقة بين المخاطب والمتلقي أو بين المنتج والمستهلك. فهدفه . أولاً وقبل كل شيء . هو تبليغ خطاب، ولذلك يتوخى أن تكون أفكاره واصفة وهادفة ويستعمل وسائل تبليغ متنوعة ومتناسقة يسخرها كلها في سبيل تحقيق الهدف المحدد.

#### المطلب السابع: أشكال الخطاب الإشهاري

الإشهار متنوع الأشكال والأهداف، فقد يتم توجيهه إلى فرد أو جماعة أو حزب أو أمة. . . وقد يكون علمياً أو ثقافياً أو سياسياً أو اقتصادياً، وقد يكون مسموعاً أو مكتوباً أو سمعياً . بصرياً. إنه كما يقال: فن مركب يضع العالم بين يديك. (1)

#### الفرع الأول: الإشهار المسموع

ويتم من خلال الكلمة المسموعة في الإذاعات والمحاضرات والندوات والخطب. . . وتعد الكلمة المسموعة أقدم وسيلة استعملها الإنسان في الإشهار، وأهم ما يميزها هو طريقة أدائها، إذ يلعب الصوت دوراً بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبر والجره والهمس، وتصحب الكلمة المسموعة أحياناً الموسيقى فتزيد طاقتها كبرى على الإيجاء والوهم والتخيل، وعملاً على استثارة الحلم وإيقاظ الراقد في الأعماق.

–%D8%A8%D8%A3%D9%84%D9%81-

%D9%83%D9%84%D9%85%D8%A9%D8%9F%الاتنين - 9 شعبان 1440 هـ - 15 أبريل 2019 م، رقم

العدد 14748، تاريخ الزيارة 2019/5/15م

(1) عصام نور الدين، م. س: ص 2.

### الفرع الثاني: الإشهار المكتوب

ويتخذ وسيلة له الصحف والمجلات والكتب والنشرات والتقارير والملصقات على جدران المدن أو في ساحاتها العامة حيث يكثر الناس<sup>(1)</sup> وذلك ما نلاحظه من صور لزجاجات العطر أو أنواع الصابون أو الساعات. . . الخ. والأمر نفسه لما نلاحظه من إشهار على اللوحات الإعلانية الثابتة أو المتحركة في ملاعب كرة القدم مثلاً، لأن ذلك يجعلها تشيع ويتسع مداها وتصل إلى أكبر قدر ممكن من المتلقين.

### الفرع الثالث: الإشهار المسموع والمكتوب (السمعي . البصري)

وسيلته الأساسية التلفزة، ويتم بالصورة واللون والموسيقى وطريقة الأداء والحركة والموضوع، فهو فيلم صغير يتعاون على إنتاجه وإنجازه فريق عمل متخصص في: الإخراج والديكور ووضع الأثاث، والحلاقة والتجميل، والإضاءة والتسجيل وضبط الصوت والتركيب والتمثيل. . . الخ.

### المطلب الثامن: أنواع الخطاب الإشهاري

وهذا يبين . بما لا يدع مجالاً للشك . أهمية الإشهار كخطاب سارٍ في المجتمع له خصوصياته وأبعاده، وأهمية الدور الذي تلعبه التلفزة كوسيلة إعلامية في المجتمع. . . أما أنواعه فهي: (2)

### الفرع الأول: الإشهار التجاري

ويرتبط بالاستثمار والمنافسة، ولذلك فإن استراتيجيات التسويق واستراتيجيات الإشهار في ارتباطٍ شديد، وسيكون لهذا النوع خاصةً قسطاً وافراً من جهدنا في هذا البحث نظراً لأهميته وخطورته.

### الفرع الثاني: الإشهار السياسي

ويرتبط بالتعبير عن الآراء المختلفة ومحاولة التأثير في الرأي العام بتقديم الإشهار في شكل يبرز أهمية الرأي بأنه هو الأحسن وهو الأفضل من بين كل الآراء الأخرى المتواجدة في الساحة، كما هو الحال في الدعاية للحملات الانتخابية.

### الفرع الثالث: الإشهار الاجتماعي

ويهدف إلى تقديم خدمة أو منفعة عامة للمجتمع، مثلاً: الإعلان عن مواعيد تلقيح الأطفال أو إسداء نصائح للفلاحين، أو الدعوة إلى الوقاية والحذر من أمراض معينة.

### المطلب التاسع: عناصر الخطاب الإشهاري

إن الحديث عن الخطاب الإشهاري يفرض التمييز بين قطبين أساسيين متباينين ومتكاملين في الآن نفسه، ويتمثلان في البعد النفسي الاجتماعي - الاقتصادي الذي يوجد خارج الخطاب؛ والبعد الخطابي بصفته نسيجاً تشابك فيه مجموعة من العلامات وفق

(1) عصام نور الدين، م. س: ص 24

(2) بشير إبرير، قوة التواصل في الخطاب الإشهاري دراسة في ضوء اللسانيات التداولية، مجلة اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية،

عدد 13، 2005: ص 229.

قواعد تركيبية ودلالية. فالمسار السوسيو-اقتصادي يمثل الإطار العام الذي تمارس داخله عملية الإشهار. ويعطي الخطاب الإشهاري لنفسه مهمة الإخبار عن خصائص ومميزات هذا المنتج أو ذلك بهدف الدفع بالمتلقي إلى القيام بفعل الشراء. ويتأسس على جملة من العناصر المترابطة ببعضها باعتباره نسيجاً لغوياً وغير لغوي تتشابك فيه مجموعة من الوسائل والعلامات وفق قواعد تركيبية ودلالية<sup>(1)</sup>، وتمثل هذه العناصر في:

#### العنصر الأول: المرسل أو الإشهاري

وهو الذي يُحدث الخطاب ويعمل على شحنه بما يحتاجه من مادة إشهارية لازمة بالنظر إلى الموضوع الذي يدور حوله الإشهار، ثمَّ يقوم بإرساله نحو المتلقي الذي يتحدد بناء على نوعية المنتج: فالروائح والعطور والورود... ترسل إلى النساء والحبلى والجين وأنواع الحلوى واللُّعب ترسل إلى الأطفال... والحقائب البراقة والمكاتب الفاخرة والسيارات اللامعة غالباً ما يتم إرسالها إلى رجال الأعمال... وهكذا يعمل المرسل الإشهاري على تحقيق الوظيفة التعبيرية في الخطاب الإشهاري، فيضمنه ما يثير ذوق المرسل إليه أو المتلقي ويسيل لعبه نحو المنتج، ولذلك يكيّف صيغته حسب الأحوال والمقامات التي يقتضيها.

#### العنصر الثاني: المرسل إليه (المتلقي)

وهو العنصر الثاني المهم في العملية الإشهارية وهو المقصود بالإشهار ولا تتم العملية الإشهارية إلا به ومن خلاله تتحقق الوظيفة الإفهامية أو الطلبية إذ يعمل المرسل على إفهام المرسل إليه بجدوى المنتج وأهميته بأي طريقة، فيقدم على استهلاكه ويحقق الهدف الأساسي الذي يريده المرسل.

#### العنصر الثالث: الخطاب أو الرسالة الإشهارية

ويفترض وجود مرسل أو متكلم يُحدث أقوالاً، ومتلقياً يستقبل هذه الأقوال ويعمل على فهم أنساقها الدلالية المختلفة واللسانية والسيميائية (الأيقونة البصرية) وتحليلها وتأويلها بعد ذلك. وهنا تتحقق الوظيفة الأساس في الخطاب عامة وفي الإشهار خاصة وبقية الوظائف خدم لها إن جاز القول.

#### العنصر الرابع: المقام (السياق)

إن العلاقة بين المرسل والمرسل إليه أو بين المخاطب والمتلقي لا تتم بشكل اعتباطي، وإنما تتم بحسب ما يقتضيه المقام وأحوال الخطاب وظروفه المختلفة المحيطة بإحداثه وإنتاجه وإرساله واستقباله، وما يتطلب ذلك من خصائص لغوية وغير لغوية يمكن أن نطلق عليها "فرائن الخطاب أو الحديث"<sup>(2)</sup> وهي كما يرى الدكتور عصام نور الدين "الإطار أو الموضوع الذي يقع تحته الحديث . سواء أكان فكاهة أم رواية أم خطبة أم شعراً أم أي مرسلية أخرى . ولكل إطار سمات تميزه عن بقية الأطر وتؤثر لغوياً في الموضوع وفي اختيار الكلمات وضروب الاستعمال وطول التراكيب اللغوية أو قصرها..."<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup>عمراني المصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيجاء، مجلة فكر ونقد، عدد 34، 2000: ص 27

<sup>(2)</sup>عصام نور الدين، م. س: ص 22.

<sup>(3)</sup>المرجع نفسه: ص 22.

ومن خلال عنصر المقام تتحقق الوظيفة المرجعية بالنسبة لمسله وملتقيه بما يحملان من خصوصيات لغوية وغير لغوية وثقافية وإيديولوجية واجتماعية ونفسية. . .

#### العنصر الخامس: الوضع المشترك بين المتخاطبين

ويتمثل في أن ينطلق طرفا الخطاب من الأوضاع نفسها، فهناك علاقات وثيقة بينهما. ويمكن أن تراعى في تحليل الخطاب الإشهاري واتخاذها سمات تجمع بين مرسل الخطاب وملتقيه وهي:

- وحدة اللغة: فالإشهاري يستثمر في خطابه الكلمات والجمل التي يعبر بها مجتمعه عن أغراضه المختلفة.
- وحدة الثقافة: أي التراث الثقافي المشترك والعقيدة الفكرية العامة المشتركة.
- وحدة البداهة: أي مجموع الأفكار والمعتقدات وأحكام القيمة التي يفرزها الوسط فيتقبلها كأمر بديهية لا تحتمل التبرير أو الاستدلال. وعن هذا العنصر تتولد الوظيفة الماوراء لسانية.<sup>(1)</sup>

#### العنصر السادس: قناة التبليغ

وهي الوسيلة المستعملة في إيصال الحديث سواء أكانت صوتية أو أي وسيلة أخرى. وفي الخطاب الإشهاري، إما أن تكون وسائل مكتوبة مثل الجرائد والمطبوعات والملصقات. . . أو تكون سمعية بواسطة الراديو مثلاً. . . أو بواسطة التلفاز. . الخ. أو بوسائل أخرى بحسب ما تقتضي الظروف وتستدعي الضرورة، وهنا تتحقق الوظيفة الانتباهية؛ وذلك أن الإشهار يعمل على أن يثير ردود أفعال الملتقي وانتباهه نحو الموضوع.<sup>(2)</sup>

#### المطلب العاشر: شعار الإشهار التجاري (SLOGAN)

هو جملة قصيرة مختصرة تتخذها الشركة شعاراً في الحملات الإشهارية، وينبغي لهذا الشعار أن يكون مدروساً بحيث يحقق الهدف النهائي المرجو منه، وهو ترك أثر نفسي إيجابي في نفس الزبون (المحتَمَل).  
وهنا يجتمع الأثر الذي يتركه الإشهار اللساني مع أثر الإشهار الأيقوني للشركة ليعكس الصورة التي تريد الشركة ترسيخها داخل العقل الباطن للمتلقي (المستهدف).

وتختار الشركات الكبيرة شعاراتها بشكل بالغ الدقة والحذر، فالشعار هو من أخطر الأمور التي قد تضر بالشركة في حال تبين فشله أو عدم تركه الأثر المطلوب. ومن شروطه<sup>(3)</sup>:

- 1- أن يكون بسيطاً سهل الحفظ ذو لهجة انسيابية موسيقية معينة.
- 2- أن يفهم المستهلك ما تريد الشركة قوله من وراء هذا الشعار دون أن يعكس بالضرورة نشاط الشركة بشكل مباشر. فحتى يترك الشعار أثره المطلوب لا بد أن يكون سلساً يعلق في الذاكرة دون جهد يُذكر من قبل المستهلك، فعلى سبيل المثال شعار علي غرار: (نحن الأفضل في عالم الاتصالات) هو شعار ناهيك عن كونه مبتذلاً فسينسى على الفور، وخصوصاً إذا ما

<sup>(1)</sup> رشيد بن حدو، قراءة في القراءة، مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد 48، 49، سنة 1988: ص 15.

<sup>(2)</sup> بشير إبرير، م. س: ص 229.

<sup>(3)</sup> سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية. . م. س: ص 113.

قورن بشعار شركة الثريا للاتصالات الفضائية: ( نذهب بعيداً لتبقى قريباً). وليس بالضرورة أن يكون الشعار موزوناً ومباشراً، ولتأخذ مثلاً شعاراً لشركة Crossfire المعروفة في مجال صناعة الأحذية We Lead، Other's Follow نحن نقود، الآخرون يلحقون).<sup>(1)</sup>

لا بد لكل متلقي لهذا الشعار أن يفكر في الثقة المفرطة التي تدعيها هذه الشركة والتي لا تعتبر نفسها الأفضل فحسب، بل تعد نفسها رائدةً وأن بقية الشركات تقوم بمحاولة تقليدها والحقاق بها، هذا النوع من الشعارات نستطيع أن نضعه في خانة شعارات التحدي، والتي قد تترك أثراً جيداً في نفس الزبون بشرط ألا تستخدمها شركات مغمورة أو ناشئة، لأنها قد تتحول إلى مثار سخرية الزبون بدل إعجابه.

وليس بالضرورة أن يعكس الشعار نشاط الشركة التجاري بشكل مباشر، بل على العكس فإن هذا النوع يعد من أردأ أنواع الشعارات، لأن أكثر الشعارات عبقريةً هي تلك التي تمتاز بالانزياح، وهي ما نسميها بالإشهارات البلاغية والتي تلعب دوراً مهماً في افتتاح المتلقي وبالتالي استحالة نسيانه للشعار.<sup>(2)</sup>

وتقسم الشعارات إلى أنواع ثلاث هي: <sup>(3)</sup>

1- شعارات تعكس نشاط الشركة أو خصائص المنتج بشكل مباشر.

2- شعارات تعكس النشاط بشكل غير مباشر.

3- شعارات لو نظر إليها بشكل مجرد لوجد أنها لا تعكس شيئاً مما تقدمه الشركة.

بالنسبة لشعارات النوع الأول، فهي كما ذكرنا سابقاً من أسوأ أنواع الشعارات ومثالاً عليها: (الأفضل في عالم التكييف). إن الزبون في هذا العصر لن يُصدق أن تلك الشركة هي الأفضل في عالم التكييف مجرد أنها تقول هذا عن نفسها، فالزبائن في هذا العصر أصبحوا صعبى الإقناع لا ينجذبون إلا بعد أن تُجهد الشركة نفسها باحثة عن عبارات ملتفة تؤثر في نفس الزبون وعقله الباطن دون أن يشعر.

أما النوع الثاني من الشعارات فهو على غرار شعار شركة الثريا ( نذهب بعيداً لتبقى قريباً) يشير الشعار بشكل غير مباشر إلى نشاط الشركة المتمثل في تقديم خدمة الاتصال عن طريق الأقمار الصناعية.

النوع الثالث وهو أصعب أنواع الشعارات بالنسبة للشركات، ولا تغامر باستخدام هذا النوع سوى الشركات العملاقة والمشهورة عالمياً، وهذا يجعلنا هنا نتطرق إلى نقطة هامة، وهي أن هذا النوع من الشعارات يتم إرساله استناداً إلى تدرج الشركة في بناء سمعتها على مدى أعوام<sup>(4)</sup>.

فلنتخيل أن تقوم شركة جديدة ومغمورة في مجال الالكترونيات بطرح الشعار التالي كأول شعار لها: ( Ideas For Life )  
( أفكار من أجل الحياة) لا يعتقد أن شعاراً كهذا سيكون عاملاً مساعداً على نجاح شركة جديدة لم يسمع بها إلا القليل. لكن عندما تستخدم شركة مثل Panasonic هذا الشعار فهو سوف يتحول إلى بذرة إلهام عند المتلقي لدى قراءته أو السماع به،

<sup>(1)</sup>عبد العالي بو طيب، م. س: ص 312.

<sup>(2)</sup>المرجع نفسه: ص 317.

<sup>(3)</sup>عمراني المصطفى، م. س: ص 72.

<sup>(4)</sup>المرجع السابق: ص 77.



فالانطباع الذي تريد شركة عملاقة كهذه تركه عند الزبون هو أنها شركة تطور وتبتكر وتنتج في سبيل جعل الحياة أسهل وأكثر متعة<sup>(1)</sup>.

وللنظر كيف يمكن للإشهار أن يذهب بعيداً ويكسر منتجه كصفة خالصة في الذهنية الاجتماعية ومثال هذا شعار شركة سوني SONY IT'S ( . . إنه سوني). هذا الشعار يمثل قمة التألق لهذه الشركة، فمن المستحيل لشركة عادية أن تستخدم هذا الشعار، فلننظر إلى تلك الثقة المفرطة في كل شيء كُتِب عليه Sony . فهي استخدمت كلمة Sony وكأنها صفة فبدل أن تقول عن منتجها إنه رائع أو ممتاز أو . الخ. نراها تقول: إنه سوني، It's Sony. وهذا أمر مفاده أن ماركة بمذه الجودة والشهرة لم تعد هنالك من كلمة لوصف جودتها إلا اسم الماركة بحد ذاته. فلو سُئل أحدهم: هل جهاز التلفزيون الذي تملكه جيداً؟ فحينها سيجيب: إنه سوني، وبهذا ينتهي النقاش<sup>(2)</sup>.

ولم تول الشركات العربية في ما مضى أهمية للشعارات في حملاتها التسويقية، ثم في ما بعد بدأت الشركات باستخدام الشعارات دون أن يكون لها ذلك الاهتمام المطلوب، ولهذا نرى غالبية الشعارات سخيفة ومبتذلة على غرار: للجودة عنوان، لأننا نهتم، وغيرها.

إلا أن الشركات الأجنبية العملاقة التي توجهت لسوق الشرق الأوسط قامت بإضافة الشعارات لحملاتها التسويقية باللغة العربية، منها ما جاء ترجمة حرفية للشعارات الانكليزية لتلك الشركات، ومنها ما تمت كتابته خصيصاً باللغة العربية.

#### المطلب الحادي عشر: الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيجاء (البلاغة الإشهارية)

لا يقوم الإشهاري بالدعوة المباشرة إلى اقتناء منتج معين، لأن المستوى التقريري يعتمد في بنيته على الإخبار عن المنتج فقط، وعن صفاته التقنية، ومدى جودته، هذه المقومات وإن كان لها دورها الأساسي في عملية الإقناع بالتدليل على أهمية المنتج تبقى قاصرة عن إقناع المرسل إليه. من هنا، تفرض مسألة الإيجاء نفسها بحيث إن الحديث عن البلاغة الإشهارية هو إلى حد بعيد حديث عن الإيجاء، الذي يعني حضور وإدماج الذاكرة السياقية في سيرورة الدلالة<sup>(3)</sup>.

فنجاح إرسالية معينة رهين بكثافة الشحنات التي تحملها، وصورها الشاعرية الإيجائية، بحيث تكتسي لباساً أنيقاً من المعاني، وتنتقل من طبيعة مادية إلى عالم من القيم والدلالات بفضل تلك الهالة التي يضيفها عليها الإشهاري، فهو يعرف مواطن الإغراء والاعتزاز لدى الزبائن (سيارة تسمى بها)، فيستعمل لذلك الاستعارة، والتشبيه المناسب، والكناية الموفقة، والأسلوب الغنائي الذي يلتزم السهولة والعدوية، علاوة على مكونات بلاغية أخرى كبلاغية الصورة الحية، وبلاغية الحركة، وبلاغية الصوت المشكل، وبلاغية الموسيقى، وبلاغية الفضاء، وبلاغية الجسد (كتوظيف صورة المرأة، كاسية كانت أو عارية، والتي أصبحت نموذجاً في بعض المجتمعات

(1) سراج أحمد، دور الصحافة في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة دراسات عربية، عدد 7، مايو 1985: ص 44.

(2) المرجع السابق: ص 46.

(3) عمراني المصطفى، م. س: ص 31.

لترويج السلع والبضائع، من خلال أبعاد صورتها الجسمانية، وما يتداعى عنها من غرائز جنسية، تستدعيها في نفسية المشاهد، ليكون بعد ذلك أحد المستهلكين للبضاعة التي مرت إلى عقله عبر قناة الجسد، جسد المرأة المشتته والأمثلة كثيرة. . . (1).

فكل مقوم من هذه المقومات الإيحائية ببنيته الداخلية، أو في علاقته بالمقومات الأخرى، يلعب دوراً مهماً في تكوين وخلق صور اصطناعية، تتراءى للمتلقى باعتبارها أشياءً طبيعية. من هنا يتجاوز الخطاب الإشهاري عبر آلياته المعتمدة فعل الشراء إلى احتضانٍ وتمثلٍ اجتماعيٍّ لمقولاتٍ وتصوراتٍ ورؤىٍ، تتم صياغته في أشكال بلاغية سحرية، ويقدم على أنه الواقع والحقيقة.

انطلاقاً من هذه الاعتبارات المشار إليها، تكمن خطورة الخطاب الإشهاري كحقل غني بإيجاءاته وأساليبه وانزياحاته في استحواده على اهتمام معظم الفئات الاجتماعية في عصرنا الراهن، إذ يشكل مهد علم الأساطير الحديثة، وبؤرة ثقافية للحياة اليومية، وهو الشيء الذي أكده "روبير كيران" بقوله: "إن الهواء الذي نستنشقه مكون من الأوكسجين والنيتروجين والإشهار". (2)

من هذا المنظور تأتي مشروعية المنهج السيميائي في الكشف عن الأبعاد الإيديولوجية التي تتسرب داخل نسيج الخطاب الإشهاري، أي تحديد نمط وجود هذه الإيديولوجية باعتبارها سلسلة من السلوكيات البسيطة التي تتميز بديهيته، لأنها تعد جزءاً من إرغامات النشاط اليومي، وهذا ما يجعلها \_ في غالب الأحيان \_ تنفلت من الدرس والمراقبة. ومن هنا تكمن خطورة الإشهار في تمرير خطابه عبر مجموعة من الصور التي يستهلكها المتلقي بشكل طبيعي، ما دام أن كل صورة من هذه الصور تقدم دائماً كنسخة ميكانيكية لوضعية واقعية، الشيء الذي يجعلها مغلفةً بمجموعة من القيم (كالفوز، والسعادة، والحب، والأمومة، والانتماء الاجتماعي... الخ)، والتي تجد مرجعيتها في المتخيل العام للمجتمع. (3)

#### المطلب الثاني عشر: المقاربات المنهجية في تحليل الخطاب الإشهاري

توجد عدة مقاربات منهجية لتحليل الخطاب الإشهاري، وهي متداخلة مع بعضها ولا يخلو منها أي خطاب إشهاري وهي: (4)

#### الفرع الأول: المقاربة اللسانية

أي دراسة الإشهار اللساني (الشعار التجاري) وهي البوابة التي ندخل من خلالها عالم الإشهار، إذ قلما يوجد - كما بيّنا سابقاً - إشهارٌ من دون لغة منطوقة أو مكتوبة بحسب ما تقتضيه الصورة الإشهارية في ثباتها وسكونها أو في حركاتها ونموها

(1) أحمد يوسف، سيميائيات التواصل وفاعلية الحوار، المفاهيم والإجراءات، منشورات مخبر السيميائيات وتحليل الخطاب، جامعة وهران، ط 1، 2004: ص 11.

(2) عبد المجيد نوسي، م. س: ص 97.

(3) مراد بن عياد، قراءة الصورة المصورة من خلال المنهاج البلاغي في التراث العربي تقبلاً وتأييلاً، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 2928، ديسمبر 1995: ص 113.

(4) بشير إبرير، م. س: ص 229. عمراني المصطفى، م. س: ص 28.

وتغيرها. وتكتسي هذه المقاربة المنهجية الانطلاق من النظام أو النسق اللساني فيبحث في مستوياته الصوتية والصرفية والمعجمية والتركيبية والدلالات الناتجة عن هذه المستويات كلها. (1)

إلا أن أهمية النسق اللساني تبقى رغم ذلك قاصرة أمام بلاغة الصورة وأوليئها المتفاعلة المؤثرة، فهي ذات التأثير الأكبر في نفس المتلقي حين تستوقفه لتثير فيه الرغبة والاستجابة.

#### الفرع الثاني: المقاربة النفسية

وتكتسب أهميتها القصوى في كون الخطاب الإشهاري يركز على إغواء المتلقي واستدراجه بأن يتسلط على الحساسية المتأثرة لديه ويهيمن على أفق انتظاره فيجعله لا يرى شيئاً غيره، فهو المناسب وهو الأجل والأحلى والأجمل وهو الجديد الذي لم يصنع من قبل بل صنع لأجل المتلقي دون غيره. . . (2)

#### الفرع الثالث: المقاربة التداولية

وتتمثل في كون الخطاب الإشهاري يهدف إلى تحقيق منفعة أو ربح أو فائدة ولا يكتفي بتبليغ الخطاب فقط، وإنما يحرص على أن يلبس خطابه أجمل حلة ويتزيّن بأحلى الأزياء ويتأنق ويتألق من أجل تحقيق المبتغى. ويبرز ذلك في لغته المكثفة وجمله المختصرة وكلماته المشعة البراقة التي تتوجه نحو المستقبل فهو الذي يعينها أكثر من غيره، ولا تتوجه نحو الماضي إلا بما يخدم مصلحة الإشهاري ويتعلق بمستقبل المتلقي. (3)

#### الفرع الرابع: المقاربة الاجتماعية الثقافية

تحمل رؤى المجتمع المختلفة وثقافته، إذ يعد الإشهار إنتاجاً لغوياً اجتماعياً يبرز العلاقات الاجتماعية المختلفة (سياسية - ثقافية - اقتصادية - اجتماعية) وتعد العلامات والسمات المختلفة التي تميز الإشهار مرآة تعكس ما يجري في المجتمع من أحداث وتفاعلات سلباً أو إيجاباً يحاول الإشهاري تأكيدها أو الإقناع بها أو تعريتها وكشفها أمام الجماهير، ويمكن للإشهار أن يُمكننا من معرفة بنية الوعي الاجتماعي، إلى جانب شرح العناصر المكونة له وتحليل الروابط المتبادلة ودراسة قوانين تطوره. (4)

فالمعنى في الإشهاريات الخليجية مثلاً يخلص إلى كم هائل من الصفات التي تسم مجتمعاً بكامله بالاستهلاكية والسطحية، بعكس ما يمكن أن يلاحظ في المجتمع الألماني على سبيل المثال لا الحصر. . .

(1) Francis Balle (2003): Médias et sociétés. Edition – Presse – Cinéma – Radio – p. 99, Paris: Montchrestien, Télévision – Internet

(2) J. -M. Adam et M. Bonhomme (1997): L'argumentation publicitaire. Rhétorique de p. 119, coll. « fac. Linguistique », Paris: Nathan, l'éloge et de la persuasion, Paris: Denoël, in: Aujourd'hui 1917-1929, (3) B. Cendrars (1987): « Publicité = poésie » p. 115.

in: « usages et socialisation », « Interactivité: attentes, (4) Stefanie Brandt p. 25-87, Paris: Armand Colin, n°137, Communication et langages

### الفرع الخامس: المقاربة السيميائية

وهي أهم المقاربات وأنسبها لتحليل الخطاب الإشهاري إلى جانب المقاربة التداولية، لأنها تجمع بين الصوت والصورة والموسيقى والحركة والأداء واللون والإشارة والأيقونة والرمز واللغة والديكور. الشيء الذي يجعلنا نقول إن الخطاب الإشهاري، وخصوصاً السمعي . البصري، عبارة عن فيلم قصير جداً يقوم بإنجازه أعوان كثيرون من مهندسين في اختصاصات مختلفة. ثمّ إننا نزعم أن المقاربة السيميائية تشمل كل المقاربات السابقة وخصوصاً التداولية منها. (1)

تتفرع السيمياء إلى فرعين كبيرين هما:

- سيمياء التبليغ.

- وسيمياء الدلالة.

ولها اتجاهات كثيرة منها:

- الاتجاه الإيطالي الذي يتزعمه أميرتو إيكو ولاندي.

- والاتجاه الروسي الذي يشمل الشكلانية الروسية ومدرسة تارتو.

- والاتجاه الفرنسي بمختلف تفرعاته.

- والاتجاه الأمريكي بزعامة بيرس وهو المؤسس الحقيقي للفكر السيميائي الغربي الحديث في نظر بعض الدارسين. (2)

تتأسس النظرية السيميائية على عدة عناصر عند بيرس، وهي التطورية الواقعية والبراغماتية. وانسجاماً مع هذه العناصر يؤسس بيرس فلسفته على الظاهرية التي تعنى بدراسة ما يظهر، (3) وهو بهذا يوسع من نطاق العلامة لتشمل اللغة وغيرها من الأنظمة التبليغية غير اللغوية، فكل ما في الكون بالنسبة لبيرس علامة قابلة للدراسة.

ولهذا يعد منظور بيرس الأنسب والأصلح لدراسة الخطابات البصرية ومنها الإشهار؛ فلقد عملت الثورة التقنية في مجال تمثيل وإعادة إنتاج الواقع على قلب تاريخ التمثيل البصري التقليدي. . . فمن جانب سوف تحتكر الصورة الفوتوغرافية مجموعة مجالات التعبير التي كانت من نصيب الفنون التشكيلية من مثل رسم الطبيعة والصور الشخصية إلى غير ذلك، ومن جانب آخر ستعمل السينما والتلفزيون على تطوير استعمال الطرائق الفوتوغرافية وبخاصة في ما يتعلق بتمثيل الوقائع والمشاهد المتحركة موسعة بذلك من مفهوم الفرجة العرض الذي كان مقتصرًا على المسرح. (4)

(1) أحمد يوسف، م. س: ص 11.

(2) مبارك حنون، م. س: ص 85.

(3) مراد عبد الرحمن ميروك، م. س: ص 62.

(4) المرجع نفسه: ص 62.

الفصل الرابع:

اللغة في مؤسسة الاتصال

(موييليس)

## المبحث الأول : موبيليس

مؤسسة موبيليس وتسمى أيضا [الجزائر للاتصالات موبيليس "AT M"] هي عبارة عن شركة عمومية اقتصادية ذات أسهم وبرأسمال قدره: 100.000.000 دج مقسم إلى 1000 سهم، وهي مملوكة بشكل كلي للاتصالات الجزائرية. أصبحت مستقلة في أوت 2003، ومقرها الاجتماعي موجود بالجزائر العاصمة.



سعت هذه المؤسسة إلى تصميم اسم تجاري خاص بها، وكان تحت اسم " موبيليس "، وهو مكون من كلمتين: "موبيل" وتعني الهاتف النقال، و "يس" وتعني امتلاك الآخر للشيء، أما المعنى الكامل ل "موبيليس" فهو هاتفك النقال، أما الرمز فقد اقتبس من رمز مؤسسة اتصالات الجزائر، مع القيام ببعض التعديلات التي تتناسب مع أهداف المؤسسة. وكانت الدولة محتكرة لقطاع البريد والمواصلات حتى سنة 2000، ونتج عن هذه الوضعية مشاكل كثيرة منها غياب المنافسة، وضعف التمويل الذاتي الذي يرجع بالأساس إلى المعدلات المتدنية لتسديد الديون، وكذا خدمات سيئة وبطيئة. كل هذا انعكس سلبا على أداء هذا القطاع محليا وبالمقارنة مع الدول المجاورة والعالم، مما أدى بالسلطات العمومية إلى اتخاذ جملة من التدابير لإصلاح هذا القطاع بهدف تطويره وتقديم خدمة ذات نوعية وبتكلفة معقولة. وتجدر الإشارة إلى أن القانون رقم 03-2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 قد أنهى سنوات من الاحتكار، وحدد القواعد الجديدة التي تسيّر نشاط البريد والمواصلات تحت رقابة الدولة من خلال سلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية<sup>(1)</sup>، مع فتح هذا النشاط للمنافسة.

تم إصلاح هذا القطاع من خلال إعادة هيكلة رأسمال المتعامل التاريخي (اتصالات الجزائر) إلى متعاملين هما:  
- اتصالات الجزائر، وتعتبر موبيليس فرعا من هذه المجموعة وهي شركة ذات أسهم مختصة في مجال الهاتف النقال، وأول مزود لخدمة الاتصال بالجزائر، حصلت على استقلاليتها سنة 2003.  
- بريد الجزائر.

واللذان ينشطان اليوم في محيط تجاري تحكمه متطلبات السوق منذ دخول أوراسكوم تيليكوم في جويلية 2001. وبعد ثلاث سنوات من فتح المنافسة في مجال الهاتف النقال، تجاوزت نسبة النمو 900% خلال هذه الفترة. وكانت النتائج جد مشجعة، حيث بلغ عدد المشتركين 4 ملايين زبون موزعين بين المتعاملين الثلاثة (جيزي، موبيليس ونجمة) كما يأتي:  
جيزي: 2718000 مشترك أي 78% من سوق الهاتف النقال.

<sup>(1)</sup>هيئة تنظيم القطاع ومراقبة وجود منافسة فعلية وشريفة، وتحكيم النزاعات التي تنشأ بين المتعاملين في هذه السوق، ومعاينة المخالفات المرتكبة للتشريعات المعمول بها.

موبيليس: 640000 مشترك أي 19% من سوق الهاتف النقال.

نجمة: 105000 مشترك أي 3% من سوق الهاتف النقال.

إن الأرقام السابقة تجاوزت بكثير توقعات المشرفين على القطاع اللذين كانوا يتوقعون 3 ملايين مشترك نهاية 2004، كما شهدت تكاليف هذه الخدمة انخفاضا مستمرا حيث وصل سعر شريحة موبيليس 0 دج سنة 2007 مقابل 26000 دج سنة 2000، هذه القفزة النوعية للأسعار كانت دون شك لصالح المستهلك.

لقد ارتفع عدد مشتركى خدمات الهاتف المحمول في الجزائر إلى ما يقرب 28 مليون مستخدم، وفقا لما أعلنه رئيس مجلس سلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية الحكومية، وبهذا فالجزائر تأتي في المرتبة الثانية بعد مصر من حيث عدد المشتركين في شبكة المحمول، بعد أن كان هذا العدد في حدود 86 ألف مشترك سنة 2000.

بعد دخول أوراسكوم تيلكوم إلى السوق الجزائرية وتصدره المرتبة الأولى دون منازع، تبنت موبيليس إدارة التغيير منذ سنة 2003 وكانت تهدف من خلالها إلى:

-زيادة فرص المنافسة واستقطاب المزيد من المشتركين.

-سرعة الاستجابة للتغيرات.

-تنمية الوعي الفني والثقافي لدى العاملين.

-تطوير عرض الخدمات الهاتفية تنوعها وترقيتها.

-تحسين جودة الخدمات المقدمة والوصول إلى المناطق الريفية والمجزولة.

ولتحقيق الأهداف السابقة، كان لزاما على شركة موبيليس العمل على دعم عملية التغيير من خلال:

-رصد ومواكبة جميع التطورات في مجال الهاتف النقال.

-التنسيق ومتابعة التقدم في تنفيذ برامج التغيير.

-تدريب العمال من أجل اكتساب مهارات ومعارف جديدة تساعدهم على التحكم الجيد في التغييرات الحاصلة في أساليب العمل.

يمكن اعتبار التحول الذي عرفه المشغل الرئيسي في الجزائر موبيليس سنة 2003 استقلالا كرد فعل طبيعي لما آلت إليه أوضاع سوق المحمول بالجزائر، حيث استحوذت عليها "جيزي" بفضل مرونتها وتسهيلها للحصول على خط محمول، ووجدت موبيليس نفسها في وضعية لا تحسد عليها، فكان لزاما عليها إدخال تغييرات كثيرة على نمط تسييرها قبل أن تغلق أبوابها، فبدأت تقتفي أثر "جيزي" وتعرض بدورها خدمات كبيرة للعملاء من تخفيضات كبيرة في الأسعار وتوسيع شبكة التغطية.

ومرور الوقت بدأت موبيليس تستعيد ثقة الجزائريين وتمكنت خلال عام واحد من تحقيق المشترك رقم مليون في نهاية 2004، بعدما كانت تحوز على حوالي 200 ألف مشترك فقط بنهاية 2003، وتغطي شبكة موبيليس حسب تصريحات مسؤوليها تقريبا المساحة الإجمالية للجزائر.

ولم تكن هذه الشركة في جوان 2004 إلا شركة فنية تملك شبكة صغيرة ورثتها عن إدارة البريد والمواصلات ثم اتصالات الجزائر، حيث كان عدد عمالها 300، أما اليوم فيبلغ عدد مشتركها أزيد من 9 ملايين بشبكة تجارية تفوق 76 وكالة وأكثر من 20000 نقطة بيع موزعة عبر التراب الوطني.

تقدم شركة موبيليس العديد من الخدمات منها: كلمني، موبي كونكت، موبي بليس (+) وغيرها، وهي تحتل المرتبة الأولى من حيث نوعية التغطية، حيث تغطي هذه الشبكة كامل التراب الوطني بنسبة تغطية تقدر بـ 96.7% وهي ذات نوعية جيدة إلى مقبولة.

واستطاعت هذه المؤسسة بفضل إدارة التغيير التي انتهجتها منذ سنة 2003 كسب المزيد من الحصة السوقية، حيث إنها استطاعت خلال عام واحد أن تنتقل بعدد المشتركين من 1 مليون إلى 5 مليون (من 2004 إلى 2005)، والذي ترجم بزيادة في رقم الأعمال وعدد المشتركين.

ومن الأهداف التي تسعى إلى بلوغها مؤسسة موبيليس:

- تصدر قمة السوق، واستعمال مختلف التكنولوجيا الحديثة.
- الوصول إلى تغطية جيدة على الأقل 95% من المواطنين.
- تعدد نقاط البيع.<sup>(1)</sup>

حسنت الجزائر مرتبتها مقارنة بالدول العربية باحتلالها المرتبة التاسعة سنة 2005 (الكثافة الهاتفية) بنسبة 50.41% بعدما كانت تحتل المرتبة 13 سنة 2004 بمعدل 26.15% بالمقارنة مع الدول المجاورة حيث تحتل تونس المرتبة السادسة 56.35% والمغرب المرتبة العاشرة 34.41%.

كما تضاعف حجم سوق المواصلات السلكية واللاسلكية النقالة ما بين سنة 2005 و 2006، بالانتقال من 07.11 مليون مشترك في سبتمبر 2005 إلى 24.19 مليون مشترك في سبتمبر 2006 مما أدى إلى ارتفاع معتبر في الكثافة الهاتفية النقالة التي انتقلت من 95.33% إلى 47.58% خلال نفس الفترة. وبمعدل ارتفاع شهري يقدر بـ 3.5%، ارتفع عدد المشتركين بـ 8.17 مليون، وكانت أغلبية الأرقام المحصل عليها خلال هذه الفترة لصالح أوراسكوم تليكوم الجزائر 47% مقابل 39% لاتصالات الجزائر للهاتف النقال و14% للوطنية لاتصالات الجزائر.

وبالرغم من كون اتصالات الجزائر للنقال تحتل المرتبة الثانية في سوق الهاتف النقال إلا أنها نتيجة الإستراتيجيات المتبناة استطاعت أن تضاعف عدد مشتركها خلال هذه الفترة أيضا من 3.37 مليون إلى 6.88 مليون.

وتحقق الهاتفية النقالة عائدات جد معتبرة وهي في ارتفاع مستمر مع تزايد للمشاركين والخدمات المقدمة SMS، MMS، WAP، JPRS وغيرها من الخدمات، وتأتي اتصالات الجزائر للهاتف النقال في المرتبة الثانية بنسبة 24.17% من قيمة إجمالية تقدر بـ 8.41 مليار دينار جزائري.

وقد شهدت اتصالات الجزائر للنقال ارتفاع حصتها من السوق بـ 2.03% بالانتقال من 47.33% إلى 49.77% خلال نفس الفترة وشهدت حدا أقصى قدر بـ 81.38% خلال شهر مارس 2006.

من خلال ما سبق يتضح أن شركة موبيليس تبنت إستراتيجيتين وهما إدارة الجودة الشاملة والهندرة: فقد سعت إلى تلبية احتياجات ومتطلبات الزبائن المتزايدة وذلك عبر تنويع وتطوير خدماتها إذ تقدم هذه الشركة اليوم العديد من الخدمات وهي تحتل المرتبة الأولى من حيث نوعية التغطية.

www. mobilis. dz<sup>(1)</sup>، le journal، n 3، 2006، p 10، 11-12.



أما بالنسبة للأسعار فقد شهدت تكاليف خدماتها انخفاضاً ملحوظاً ومستمرًا إلى أن وصل إلى مجانية الشريحة سنة 2007، كما استطاعت أن تصل إلى حوالي 10 ملايين مشترك نهاية 2007، وتمكنت من الحصول على 35.60% من سوق الهاتف النقال بالجزائر نهاية 2006.

قفز عدد العمال في شركة موبيليس من 300 عامل إلى 2111 عامل نهاية 2006، أي بزيادة 11% مقارنة بسنة 2005، منهم 1393 عامل دائم و 718 عامل بعقود مؤقتة، و قد مكنت عمليات التدريب المستمرة من تطوير المهارات حسب مقتضيات التكنولوجيا الحديثة، سمحت عمليات التوظيف بتغطية التراب الجزائري في نقاط البيع المختلفة. قلصت عملية التغذية المرتدة من وقت الانتظار وخفضت شكاوي المستهلكين إلى حوالي 60%، وبذلك استعادت هذه الشركة ثقة المستهلكين الجزائريين من خلال جودة خدماتها وعروضها المتنوعة إضافة إلى إبرامها العديد من الاتفاقيات مع شركات تشغيل أجنبية مثل شركة فودافون، موريتل، وسورياتيل، لتوفير الخدمة للمشاركين في جميع أنحاء العالم علاوة على تسهيل اتصالات الأجانب المتواجدين بالجزائر.

وفي نهاية 2007 توصلت الشركة إلى:

- 4200 محطة ربط.

- 35000 نقطة بيع لتغطية كامل التراب الوطني.

- ارتفاع رقم الأعمال بـ 50%.

- مواصلة تدعيم التغطية كأولوية للشركة لتصل إلى كل الجزائريين مع الحفاظ على الخدمة التقنية وتدعيمها.

- تحسين العلاقة مع الزبائن والانطلاق في مخطط الاتصال.

### المطلب الأول: الدراسة التطبيقية للاختيارات اللغوية لموبيليس (الدراسة الوصفية التحليلية للإشهارات)

هي عبارة عن عشر نصوص إخبارية، سمعية بصرية، من صفحة موبيليس على اليوتيوب. قمنا بإفراغها وذلك بكتابتها حسب نطقها ومن ثم دراستها وتحليلها.

### النص الأول: Publicité mobilis Aïd adha<sup>(1)</sup>

المدة: 19 ثانية



يبدأ الفيديو بولد و بنت يرحان، وفي الخلفية ثلاث نساء يعملن على تحضير وجبة حول نافورة في باحة المنزل، ولدى ظهور المرأة الثالثة يظهر في الخلفية رجلان ومعهما ولد و بنت يمسكون بكبشين وتظهر يد تمسك بهاتف نقال يصور المشهد. ثم لمة عائلية حول مائدة وفي الوسط رجل يضرب على عود ثم يقول - عند الثانية 12: عيد سعيد مع موبيليس واتصالات الجزائر. كل ذلك مع موسيقى وغناء للأغنية المعروفة: زين نهار اليوم صحّ عيدكم زين نهار اليوم مبروك عيدكم. ثم يأتي شعار موبيليس ومعها موسيقى جديدة ويتحدث صوت يقول: موبيليس أينما كنتم اتصالات الجزائر. كلمات النص: زين نهار اليوم صحّ عيدكم زين نهار اليوم مبروك عيدكم. عيد سعيد مع موبيليس واتصالات الجزائر. موبيليس أينما كنتم اتصالات الجزائر.

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=plOgsypJPGk>

## النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet<sup>(1)</sup>

المدة: 36 ثانية



أب في المطار، قادماً لتوّه من السفر، يتحرّك خارج المطار، يستقل سيارة أجرة، إلى العاصمة، حيث زوجته التي وضعت مولوداً، كل ذلك وهو يتحدث في الهاتف بالعربية الدارجة، ثم يدخل إلى مستشفى الولادة، حيث يقابل زوجته وفي حضنها المولود، تحدّثه قائلة: اسميتو مهدي. ثم يتحدث صوت باللغة العربية الفصحى عن الميزة الجوّرافية لخط 0661، على خلفية كُتب عليها بالفرنسية، مع موسيقى هادئة وحاملة، ثم شعار موبيليس بالصورة والصوت: الكل يتكلم.

كلمات النص: بصّح اش حال كانت الساعة. . خلاص خلاص راني بزّه. . يا أخي لابس. . هذا رايبك ولّ صح. . من الصباح راني انعط لك. . ما على باليش آسنّاي. . راني جوايا ديدوش مراد. . بصح عندنا قريب ساعتين احنا نهدرو. . تعرني واش تعرني واش. . اسميتو مهدي. . لرقم أو رقمين من موبيليس من اختياريكم حسب اشتراكم 061 الآن مكالمات مجانية وغير محدودة. . موبيليس والكل يتكلم.

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=TMadPHIBocc>

### النص الثالث: Plans Mobtasim<sup>(1)</sup>

المدة: 31 ثانية



يبدأ الفيديو بهاتف مرسوم مع خلفية صوتية لمكالمات عديدة مدعمة بكتابات لفحوى المكالمات أكثرها فرنسية، ثم يأخذ شحن بطارية الهاتف في النفاذ ومعه عبارة مكتوبة: هذا العرض سوف ينفذ بطارية هاتفكم. ثم تعليق صوتي باللغة العربية الفصحى مدعم بالكتابة لمزايا العرض ثم يعود الهاتف مشحونا من جديد مع عبارة بالصوت والكتابة: مع موبيليس خذوا شاحن بطارياتكم (البطارية) أينما ذهبتهم. ثم شعار موبيليس بالصوت والصورة: أينما كنتم.

كلمات النص: ألو وي الصحة سلام عليكم ألو اسمع واش خو اخلاص لك لكريدي لا لا اخلاصت لي لاباتري. . العرض مبتسم يعود بقوة شكّلوا إيتوال سيستان ادييز بتسعين دينار استفيدوا من مائة وعشرين دقيقة نحو موبيليس أو ثلاثين دقيقة نحو باقي الشبكات بخمسين دينار لديكم خمسين دقيقة نحو موبيليس أو خمسة عشر دقيقة نحو باقي الشبكات. . ألو راني شرجيت التلفون كصّر كيما تحب. . مع مبتسم خذوا شاحن بطارياتكم أينما ذهبتهم. . موبيليس أينما كنتم.

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=znkWwSk6Gm0>

## النص الرابع: **Plans Awel de Mobtasim**<sup>(1)</sup>

المدة: 41 ثانية



يبدأ الفيديو برسم لمكبّر صوت وصورة اليد التي ترسمه مع خلفية صوتية مزدوجة تعليقا باللغة العربية الفصحى وموسيقى غربية مدعومة بالكتابة باللغة العربية الفصحى، تتحدث عن مزايا عرض أول لمبتسم.

كلمات النص: عند موبيليس مع إبتوال 600 ادييز والعروض أول لمبتسم إذا عبأت مائة دينار ستتحصل على ثلاثمائة دينار رصيد. . بتعبئة خمسمائة دينار ستتحصل على ألفين وخمسمائة دينار. . وإذا عبأت ألفين دينار ستتحصل على سبعة آلاف دينار رصيد نحو كل الشبكات. . موبيليس أينما كنتم.

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=Sz1yjyG5rOM>

## النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan<sup>(1)</sup>

المدة: 26 ثانية

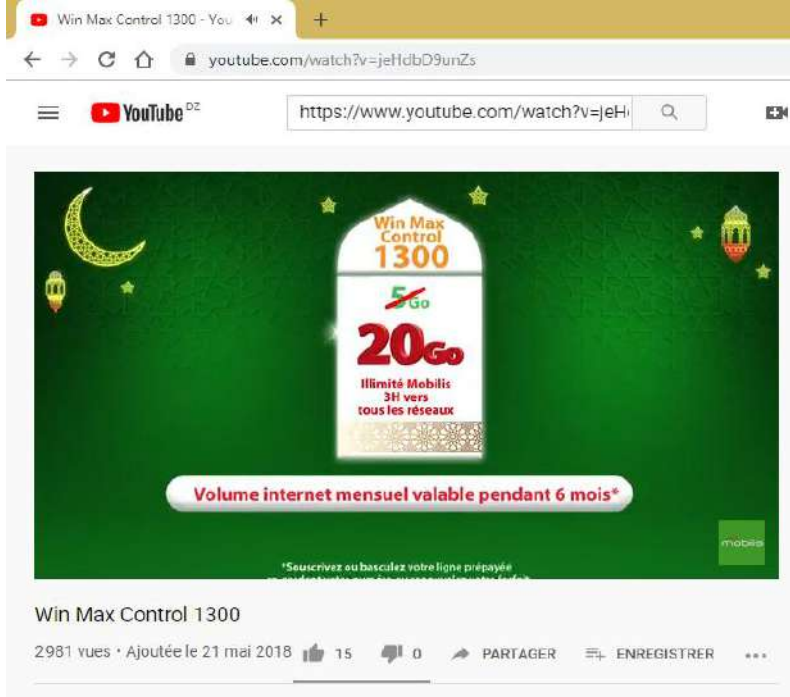


تعليق بالصوت باللغة العربية الفصحى ينطقها المعلق أحيانا كما تُنطق الدارجة وخلفية موسيقية غربية مع صورة شابة ثم شاب ينظران للأعلى ويمدّان كلتا أيديهما ثم تمببط عليهما باقة عروض مكتوبة باللغة الفرنسية. ثم شعار موبيليس: أينما كنتم. كلمات النص: خلال شهر رمضان موبيليس يضاعف عرض بيكس ثلاث مرات ثلاث مرات مع بيكس ألف استفيدوا من مكالمات واس ام اس غير محدودة نحو موبيليس ثلاثة آلاف دينار رصيد إضافي نحو كل الشبكات وخمسة عشر جيغا انترنت مع الانترنت مضاعف عشر مرات كل هذا صالح لمدة شهر بيكس بيكس بيكس هو العرض اللي يوالكم. موبيليس أينما كنتم.

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=NBGxH2VTVkg&list=PLSyokeUK7LFiz7oIMXTzbSQdHO18mDezn&index=2>

## النص السادس: Win Max Control 1300<sup>(1)</sup>

المدة: 20 ثانية



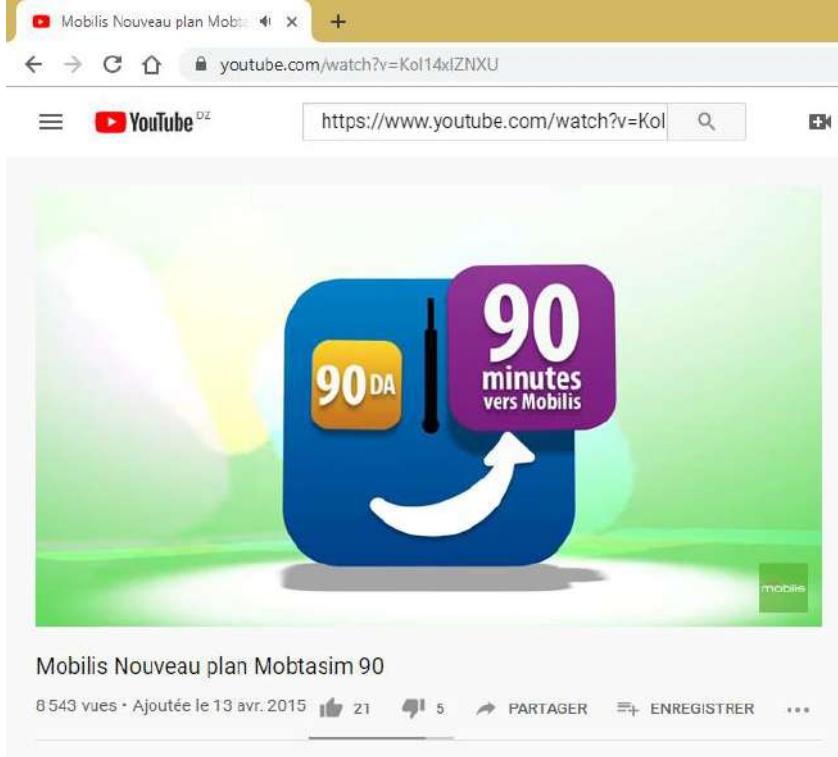
تعليق صوتي رجالي بالعربية الدارجة والعربية الفصحى ومعه موسيقى إيقاعية. يتحدث عن عروض وين ماكس كونترول مع كتابة باللغة الفرنسية لفحوى التعليق. ثم تعليق بصوت نسائي لنفس المزايا مدعم بكتابة باللغة الفرنسية لمضمون التعليق. ثم شعار موبيليس: معكم أينما كنتم.

كلمات النص: عروض وين ماكس كونترول لموبيليس رايحه ادهشكم اشترك ألف وثلاثمئة ليكم خمسة جيغا عشرين جيغا انترنت بالزيادة على المكالمات غير المحدودة والاس ام اس. سجلوا أو حولوا خطكم للدفع المسبق إلى وين ماكس كونترول مع الاحتفاظ برقمكم واستفيدوا بهذه المزايا لمدة ستة أشهر. موبيليس أينما كنتم.

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=jeHdbD9unZs>

## النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90<sup>(1)</sup>

المدة: 25 ثانية



تعليق صوتي رجالي باللغة العربية الفصحى لمزايا العرض مدعم بكتابة باللغة الفرنسية لفحوى التعليق ثم تعليق نسائي عن طريقة الاستفادة من العرض ثم شعار موبيليس ثم تعليق رجالي عن موعد انتهاء العرض. كلمات النص: مع عروض مبتسم الآن عبثوا تسعين دينار وتحصلوا على 90 دقيقة من المكالمات صالحة لمدة أربع وعشرين ساعة اليوم كله مبتسم للاستفادة من العرض شكلوا إيتوال سيسّان ادييز. لمزيد من المعلومات زوروا موقعنا على موبيليس بوان دي زد. موبيليس أينما كنتم. وأيضاً تحصلوا على ثلاثين دقيقة إضافية زيادة على تسعين دقيقة وهذا إلى غاية 29 آفريل.

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=Kol14xlZNXU>



## النص الثامن: (1) Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

المدة: 42 ثانية



يتحدث الكوميدي كمال بوعكاز بالصوت والصورة وبالعربية الدارجة عن مزايا 3G++ de Mobilis مع صورة لصفحته على الفيسبوك تبدو فيها صورته يجري حوارا مع نفسه حول نفس الموضوع. ثم شعار موبيليس وتعليق بالصوت رجالي بالعربية الدارجة يقول: كل شي راح يتبدل مع 3G++ de Mobilis. . .

كلمات النص: لا تروا جي أنا درتھا قبل اصحابي. . والانترنت تاع موبيليس حاجة ما تحفالي. . أطلع. . واش انزیدو انخوسو اليوم. . كمال بوعكاز. . آو هاذو كاع أنا. . انلعبوا ليه ليه انوي برك واش كمال راك شایفهم كاع؟ انشوفهم مع لحاب على بالك آي والله. . زیدني مع أحبابك. . ماشي كاع وقتك قول لي ومن بعد حاب انكونكتي. اتراو جي ابلیس من موبيليس كل شي راح يتبدل في الجزائر ورقلة وهران قسنطينة. . .

(1) <https://www.youtube.com/watch?v=tU7y2CLLXQ4>

## النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé (1)

المدة: 40 ثانية

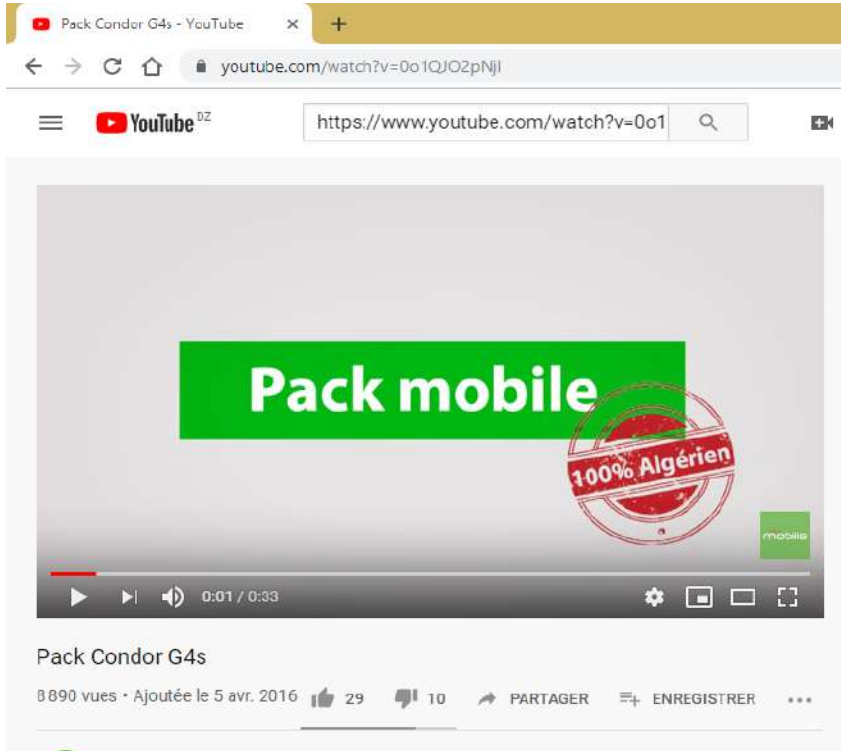


تعليق صوتي رجالي بالعربية الفصحى مدعم بكتابة باللغة الفرنسية عن مزايا العرض مع موسيقى غربية ثم شعار موبيليس. كلمات النص: عند موبيليس عندكم دائما أكثر هاتف ذكي زائد هاتف ثان زائد تسع آلاف دينار رصيد مكالمات اس ام اس وانترنت وهذا بتسع آلاف دينار فقط. موبيليس أينما كنتم.

<sup>(1)</sup>[https://www.youtube.com/watch?v=RxSooK\\_fcac](https://www.youtube.com/watch?v=RxSooK_fcac)

## النص العاشر: Pack Condor G4s<sup>(1)</sup>

المدة: 33 ثانية



تعليق صوتي رجالي ثم آخر نسائي كلاهما باللغة العربية مع موسيقى غربية وكتابة باللغة الفرنسية ثم باللغة العربية وهي الأكثر عن مزايا العرض ثم شعار موبيليس.

كلمات النص: لى باك موبيل مايه بالمايه جزائري يعود من جديد عند موبيليس تمتعوا بالهاتف الذكي كوندور تروا جى مرفوق باثنين جيغا انترنت صالحة لمدة شهرين. وهناك المزيد ولمدة ستة أشهر كل أحجام جوازات الانترنت ستضاعف الباك ماية بالمائة جزائري يُقترح عليكم بسبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار نعم سبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار فقط إذن لا داعي للتفكير مرتين. لباك موبيل سبب آخر للاختيار والبقاء عند الرقم واحد. موبيليس أينما كنتم.

المطلب الثاني: التحليل

الفرع الأول: المستوى اللساني

أولا: التحليل الصوتي

- إن للصوت دورا بالغ الأهمية في لفت انتباه المتلقي والتأثير فيه لما يحمله من خصوصيات كالنبر الذي يؤدي إلى وضوح نسي للصوت أو المقطع، والتنغيم الذي تظهر من خلاله المشاعر الإنسانية (الفرح، الغضب، التهكم، الاستغراب، النفي

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=0o1QJO2pNjI>

والإثبات)، فكلما كان الصوت حاملاً لرموز مشحونة بالدلالة والمعاني كلما كانت له القدرة على الإقناع الذي هو غاية النصوص الإشهارية. وهذا ما نجده في النصوص السابقة؛ إذ تنوعت فيها طرق الأداء الصوتي للكلام لتظهر الفرح أو الراحة أو الاستغراب. -السجع: هو من الظواهر المتكررة في الخطاب الإشهاري والتي تحدث جرساً موسيقياً تطرب له أذن المتلقي، وهو من الأدوات المعينة على حفظ الإشهار واسترجاعه.

## ثانياً: التحليل الصرفي

### 1. الضمير

تنوع استعمال الضمير في النصوص المختارة، فنجد توظيف ضمير المتكلم المفرد الذي يتصل بالأفعال المضارعة، وضمير المخاطب المفرد الذي يرتبط بأفعال الأمر وهو الأكثر، وقلّ استعمال ضمير الغائب الذي اتصل بالأفعال الماضية. في حين نجد بعض الخطابات التي لم تستعمل الضمير على الإطلاق.

### 2. أزمنة الأفعال

يغلب على النصوص السابقة استعمال أفعال الأمر، التي تجعل المتلقي يتفاعل ويتعايش معها، تليها أفعال المضارع وهي تدل على الحاضر أو المستقبل، والغرض منها التوجيه والإرشاد إلى ما هو أفضل بهدف اقتناء المنتج المعروض. وتأتي في الدرجة الثالثة الأفعال الماضية التي تتناسب عادة مع السرد.

### 3. صيغ التفضيل

تم استعمالها لأن المبالغة في لغة الإعلام التجاري أمر مهم للتعبير عن جودة المنتج وتميزه عن المنتجات المنافسة له.

## ثالثاً: التحليل النحوي

تراوحت الجمل المستعملة في النصوص السابقة بين الجمل الاسمية والفعلية وشبه الجمل، أما الأولى فهي تدل على الثبات والاستمرارية والتي عادة ما تبدأ بذكر اسم المنتج. في حين أنّ الجمل الفعلية وردت للدلالة على التجديد والحركة وإضفاء الحيوية على الإشهار.

استعمال بعض العبارات التي تشعر المتلقي بالاطمئنان فور تلقي الإشهار، وهذه غاية الإشهار، فالإشهاري يستشعر العبارات المؤثرة التي تدفع المستهلك للقيام بفعل الشراء.

الأساليب: تمت المزاجية بين الأسلوبين الخبري والإنشائي، فأما الأول فيوظف عند السرد أو وصف المنتج أو عند تقرير الحقائق. أما الأسلوب الثاني (الإنشائي) فيكثر فيه استعمال الجمل الطلبية مثل الأمر والنهي والاستفهام غير الحقيقي الذي يستخدم للفت الانتباه وفتح باب الحديث.

## رابعاً: المستويات اللغوية

تتميز لغة الإشهار بصفة عامة بجمل بسيطة قصيرة موجزة مكثفة من حيث الدلالة، تحمل فكرة رئيسية واحدة، غالباً ما تود تبليغها إلى المتلقي في أحسن الظروف والأحوال. إن ما يهم الإشهاري من اللغة هو أن يبلغ خطابه ويحقق الهدف منه مهما يكن المستوى اللغوي المستعمل، فقد يكون فصيحاً أو تتداخل فيه الفصحى بالعامية، أو يكون خليطاً بين الفصحى والعامية وكلمات أجنبية. . .

والمأمل لهذه النصوص يجد لغة فصحي وأخرى دارجة تترجم الوسط الاجتماعي الذي تنتمي إليه وتوضح طبقاته المختلفة. وهذه طبيعة الحياة المبنية على التناقض الذي هو أساس انسجامها وديمومتها واستمرارها. كما أن هذه اللغة ذات مستوى دلالي بين الجماعة المتحدثة بها وتظهر تداوليتها على مستويات عديدة منها:

#### أ. مستوى العناصر الرابطة:

التي تؤدي وظيفة التأليف بين أوصال النص وتساهم في تحقيق انسجامه، فمن ذلك الربط بالحرف "مع" الذي مارس حضوره في النصوص بتواتره مرات عديدة. إن الدور الذي يؤديه هذا الحرف هنا يتعدى وظيفته إلى غرض أبعد منه يتناسب مع نفسية الإشهاري المتلهف على تسويق خدماته من خلال إلقاء عروض كثيرة في باقة واحدة. ويتناسب من جهة أخرى مع ما يقتضيه الإشهار من سرعة في تداوله وأداء وظيفته بين الجمهور.

#### ب. على مستوى بعض الأساليب:

يركز في هذا النمط من النصوص على ما له علاقة بالأبعاد التداولية المتمظهرة أساساً في أفعال اللغة التي يُبتغى منها إحداث أثر إيجابي لدى المتلقي المفترض، ويتبدى من خلال التصرف إيجابياً اتجاه المادة/الخدمة المشهر لها، وذلك بسلب إرادته في التفكير، ومن ثم القدرة على الاختيار. (1)

في حين يتم الابتعاد عن الإكراهات التي تمثل قيوداً لسانية ضاغطة تمارس تأثيراتها في اختيارات الإشهاري، وبذلك تصير عقبة في وجه التسويق الإشهاري الساعي دوماً إلى تنميط طبائع الاستهلاك، وترويج ثقافة استهلاكية نمطية (2).

وقد وظفت في النصوص السابقة أيضاً أساليب لغوية تداولية أخرى منها:

. الطلب: استفيدوا. . . خذوا. . . سجلوا. . . حوّلوا. . . عبّوا. . . تحصّلوا. . . شكّلوا. . . زوروا. . . تمتعوا. . .  
 . الخبر: خلال شهر رمضان المبارك موبيليس يضاعف عرض بيكس ثلاث مرات. . . الآن المكالمات مجانية وغير محدودة. . .  
 اسميتو مهدي. . . كل شي راح يتبدّل. . . عند موبيليس عندكم دائما أكثر. . . وهناك المزيد. . .  
 . التأكيد: هذا هو العرض اللي يوالكم. . .

- الاستفهام: واش انزيدو لك؟ انلعبوا؟

- القسّم: والله. . .

. الالتفات: ويتمثل في الانتقال من المخاطب إلى الغائب إلى المخاطبة. (3)

تتماشى كل هذه الأساليب مع ما يقتضيه الخطاب الإشهاري الذي كثيراً ما يوظف أساليب الطلب والنداء والتوكيد. . . في التعبير عن نفسه والتقرب من المتلقي شيئاً فشيئاً واستدراجه لتقبل الرسالة بسهولة ولذّة ومتعة، ذلك أن اللقطة الإشهارية لا

(1) محمد خاين، م. س: ص 19.

(2) المرجع نفسه: ص 21.

(3) المرجع نفسه: ص 28.

تتضمن الإكراه بل تتركنا أحراراً لقول لا، فنحن في نظرها لسنا مستسلمين بل شركاء مسترخين ولاعبين وأطراف متورطة معها بإصرار مسبق.<sup>(1)</sup>

كما تميز الخطاب الإشهاري في النماذج المختارة باستخدام ثلاثة مستويات لغوية هي: الفصيح، العامي، والدخيل. وهذا راجع إلى واقع الاستعمال اللغوي في المجتمع الجزائري الذي يشهد خليطاً من اللغات والعاميات، فجاءت معظم الإشهارات التي تستخدم الصور الحية باللغة الدارجة لتصل إلى أكبر قدر من المشاهدين لأن وجود الحاجز اللغوي قد يعرقل وصول الرسالة، وأحياناً قليلة بلغة عربية فصيحة وخاصة في الصور غير الحية والرسوم، أو خليطاً بين الفصحى والعامية والكلمات الأجنبية، هذه الأخيرة التي اقتصرت على اسم المنتج أو الشركة المنتجة له أو العروض المكتوبة. كذلك بروز ظاهرة التكرار في النماذج المختارة بالتركيز على تكرار اسم المنتج عدة مرات وهذا ليترسخ في ذهن المتلقي.

وإذا كانت المنظومة الفكرية للعالم المتعدد هو فرض كلاً ثقافته والعمل على سيادتها، فإن الحاجة إلى اللغة المحلية تفرض ذاتها في مجال الإشهاري أمام الحاجة إلى تسويق المنتج وتقريبه إلى مستهلكين مفترضين لا يتكلمون اللغة الأصل للمنتج، وهذا اعتراف ضمنى باللغة المحلية لكنه في الحقيقة اعتراف نفعي اقتصادي.

وتعيد هذه الإشكالية إلى السطح الأدوار الوظيفية التي ينبغي للغة العربية الاضطلاع بها في واحد من المجالات المعولة وهو "الإشهار" الذي تأسست نماذجه الإبداعية في سياقات لغوية واجتماعية بعيدة عن اللغة العربية وفيها أيضاً سبكت رسائله الإشهارية التي تعدّ تحدياً رئيساً للقائمين على ترجمتها إلى اللغة العربية.<sup>(2)</sup>

ويعتبر الإشهار فعلاً لغوياً، مما يعكس مهماته التداولية، ليس من حيث البنى اللسانية في ذاتها، ولكن أيضاً الاهتمام بعمليات تحليل اللغة بمختلف طبقاتها المقامية، على أساس "أما كلام محدد صادر عن متكلم معين، وموجه إلى مخاطب بذاته، بلفظ واضح، في مقام تواصل معلوم، بغية تحقيق غرض تواصل بين. وكذلك لكونه يمثل نمطاً متفرداً ومتميزاً. ".<sup>(3)</sup>

والفعل اللغوي يتمظهر من خلال الطريقة التي يقدم بها المنتج لسانياً، حيث: "يجري تغييب جميع المقاصد النفعية والتجارية، ويعاد تحميله بمجموعة من القيم مثل الصحة والطبيعة. ". فتوظيف اللغة في آليتي التقرير والابحاث في تمرير رسائله، وفق نمطية ما يسميه بارت بالمفارقة، باعتادها، أي اللغة، وسيلة للتدليس، تتحول "من مجرد كونها وسيلة اتصال مثلى بين الفاعلين الاجتماعيين، إلى آلية لمجموعة من الادعاءات التي تعدم الإثبات، وذلك بوساطة بعض الحالات اللسانية".<sup>(4)</sup>

وارتدادات هذه المفارقة البارتيية على الهوية والسلوك اللغوي، في أبعادها الثقافية والتربوية، مع تأثيرات ذلك على الخصوصيات المحلية، نابع من فجوة المؤثرات العولمية، التي تصير النص بنية سطحية في شكل فيزيائي يكون عرضة لتقاطعات لسانية وغير لسانية.

ومن ثم، فإنه ينبغي تصحيح مفاهيم التحولات الكبرى في مجال الاعلام والاتصال، وانحراف تحوير مفهوم المحلية بفعل تكريس ثقافة الاختراق والاحتواء للآخر المستلب؛ من خلال تجاوز التحويرات المتمثلة في إكراهات العولمة.

(1) نصر الدين العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، آراء ورؤى، سلسلة معالم، دار القصة للنشر، الجزائر: ص 45.

(2) محمد خاين، م. س: ص 23.

(3) محمد خاين، م. س: ص 27.

(4) المرجع نفسه: ص 21.

ولعل من أهم الاختراقات العولمية للنص الإشهاري ما اصطلح بعض الباحثين على تسميته بـ "التعاقب اللغوي" وهو ما يعرف بتجاوز تراكيب تنتمي للغتين مختلفتين أو أكثر، مشكلة بذلك نصا مكتملا على مستوى بنيته السطحية من دون أن يشعر المتلقي أن فيه إقحاما أو عدم تجانس بين اللغات الموظفة. وقد قدمت المعاجم المختصة قدمت هذا الاختراق، كظاهرة لسانية اجتماعية، على أنها استراتيجية تواصلية، يستخدم من خلالها الفرد أو الجماعة تنوعين لسانيين أو لغتين مختلفتين في المقام الاتصالي الواحد. (1)

ويمثل الباحث لهذه التعاقبات اللغوية بمجموعة من النصوص التي أطلقها العاملون في سوق خدمة الهاتف المحمول، في السياق السوسيواقتصادي الجزائري، والتي اعتمدوا فيها عملية المزج والتهجين بين مجموعة من الأنساق اللسانية العائدة إلى العربية الفصحى، والعامية الجزائرية والفرنسية والانكليزية. الأمر الذي يدل على أن التهجين أصبح يشكل للإشهاريين الجزائريين مادة أساس يستفدون منها بغية جذب انتباه المستهلكين وحملهم على الامساك بواقع صنع بوساطة اللغة، مع أن هذا الواقع في حقيقة الامر هو الذي صنع نفسه.

ولا يخفي الباحثون قلقهم من تأثيرات تلك الاختراقات على منظومة القيم والسلوكيات المحلية، على الأقل في الوعي بالمؤشرات والقرائن ذات الطبيعة الثقافية الايديولوجية من أجل مقارنة المكوّن الثقافي.

### الفرع الثاني: المستوى الأيقوني

مما يسهم في تكوين العلامة الإشهارية الدالة في الخطاب الإشهاري الصورة والصوت واللون والحركة والموسيقى والديكور، وتهدف هذه العلامات السيميائية إلى إعادة صياغة المعنى اللساني المثبت باللفظ، وإضفاء الحياة والدينامية عليه فيضحي حركة مشهدية نامية، ولعل أهم الوظائف التبليغية التي تحققها الصورة أنها تخرج القيم المجردة من حيز الكمون إلى حيز التجلي فتصبح واقعا ماديا محسوسا في ضوء ما ينتج من مشاهد إشهارية تتخلل أو توازي الخطاب اللساني، وربما حولت الصورة العوالم المجردة والمثالية إلى عوالم ممكنة.

إن القيمة الإقناعية للصورة في الخطاب الإشهاري لا تتحقق نجاحها إلا في ضوء النسق اللغوي، فأنظمة الحركة واللباس والموسيقى لا تكتسب صفة البنية الدالة إلا إذا مرت عبر محطة اللغة التي تقطع دواها وتسمي مدلولاتها، وفي هذا السياق يذهب إيريك بريسنس (E. Bryssens) إلى أن الصورة نسق دلالي قائم بذاته، لها وظيفة أساسية في التواصل، وليست حشوية فيه، بالنسبة إلى العلامة اللسانية الطبيعية، بل إن اللغة في كثير من الأحيان تحتاج إلى مثل هذه النظم السيميولوجية لتحقيق وظيفتها التبليغية، فهي وإن كانت دالة دلالة رئيسة إلا أنها لا تستطيع احتكار الدلالة. (2)

و"الإشهاري" هنا، الذي هو موبيليس، وخاصة في النصين الأول والخامس، يرتدي اللباس الذي يناسب محتوى موضوع الإشهار وبما يتعلق به من إثارة وإبحار، هي عبارة عن نظام من العلامات ذات علاقة بالثقافة التي يحملها الجمهور المشاهد للإشهار تمكنه من قراءتها ومتابعتها.

(1) المرجع نفسه: ص 23.

(2) عادل فاخوري، م. س: ص 70. عبد الرحمن جبران، م. س: ص 7.

وما قبل عقدة النص التي هي في النص الأول " مبروك عيدكم" وما بعدها ليس "حشوا يمكن الاستغناء عنه، وإنما يجب أن نجعله سبباً ونتيجة، وليس لنا من مقياس علمي لضبطها وإنما هي موكولة إلى حس القارئ وذوقه. . . ". (1)

إن عقدة كهذه "تمدنا بزيادة ثمين لتفكيك النص ودراسته، ونقول هنا: إنها تقدم لنا معونة كبرى لضبط انسجام النص وفهم ما غمض منه؛ إذ هي المحور الذي يتوالد ويتنامى ويعيد إنتاج نفسه". (2) وتمثل صورة صور حيوية العيد واللغة في النص الأول صورة نابضة بالحياة ناطقة بالرغبة، تمارس الإغراء على المتلقي وتعمل على استدراجه وإدخاله إلى ملكوتها.

وهي العلامة الأساسية في هذا النص، لأن هذه العلامة تلبس لباس الأمة وتكتسي بطابعها وتمثل قيمة إسلامية مهمة لها خصوصياتها ومرجعياتها الدينية والاجتماعية التي ترتبط في وجدان من يتلقاها أو يستهلكها "بعوالم ثقافية ودوائر قيمية يتحول المفتوح من خلالها وفيها إلى مثير نفسي يحتكم إليه السلوك الفردي والجماعي". (3)

ثم إن ما يثيرنا هو بلاغة الصورة في ثباتها وسكونها وما تحمله من تعابير ومعان وما تتأسس عليه من خلفيات معرفية واجتماعية، وهذا ما يذهب رولان بارت إليه عندما يقول " لا تقف البلاغة عند حدود النص المكتوب، بل إن الصورة أيضاً تتضمن أحداثاً بلاغية على عكس ما هو سائد عند البعض من أن البلاغة حكر على اللغة، وأن الصورة هي نسق جد بدائي قياساً إلى اللغة، ويرى البعض الآخر أن الدلالة تستنفذ ثراء الصورة الذي لا يمكن وصفه". (4)

إن البلاغة لا تقف عند حدود النص اللغوي المكتوب أو المنطوق، بل إن الصورة أيضاً تتضمن أحداثاً بلاغية على عكس ما هو سائد من أن البلاغة حكر على اللغة، وأن الصورة نسق بدائي قياساً إلى اللغة، ويرى البعض الآخر أن الدلالة تستنفذ ثراء الصورة الذي لا يمكن وصفه، ومن ناحية ثانية يمكن النظر إلى العلامة اللغوية في الخطاب الإشهاري من زاوية وظيفية بحتة وذلك في مستوى كفاءتها التفسيرية المحققة للوظيفة المعجمية (الميتالغوية) فهي تحدد دلالة الصورة كي لا يجمح الخيال الفني بالمتلقي فيبعد عن الأغراض الأساسية للصورة الإشهارية المنجزة في الخطاب». (5)

فلا يمكن للإشهاري، في تصور كل الفاعلين الجدد في هذا الميدان، أن يقول أي شيء دون الاستعانة بالنافذة البصرية وقدرتها على استثارة الحسي من خلال الحسي ذاته، بعيداً عن عقلانية المفاهيم وسلطتها في التحديد المسبق للأحاسيس، فكل إحساس هو في الأصل نسخة من نفسه قبل أن يستوطن اللفظ الذي يُجلى مضمونه، "فلا وجود لمعادل لفظي لإحساس ملون"، كما يقول بول فاليري. (6)

وهذا ما تؤكد طبيعة الوصلات الإشهارية التي تعج بها الشوارع وتبثها القنوات التلفزية وتنشرها المجلات المكتوبة. فلم يعد اللفظ يلعب سوى دور بسيط في عملية إثارة انتباه المستهلك المحتمل إلى منتج موضوع للبيع. وهو ما يعني أن الإشهاري لا يصب

(1) محمد مفتاح، دينامية النص تنظير وإنجاز، المركز الثقافي العربي بيروت، ط2، 1990: ص 73.

(2) المرجع السابق: ص 72.

(3) سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية: ص 102.

(4) محسن بوعزيزي، سيميولوجيا الأشكال الاجتماعية عند رولان بارت، مجلة الفكرة العربي المعاصر، عدد 112 / 113، 2000: ص 64.

(5) سمير الزغيبي، سيميولوجيا الصورة الإشهارية، الحوار المتعدن-العدد: 3617 - 2012 / 1 / 24

(6) Régis Debray، op. cit، p. 65.



مضامين جاهزة في صورة خرساء، بل يُضمن سيرورة التمثيل البصري واللفظي كتلة هائلة من الانفعالات هي أصل الرغبة وأصل الحاجات وهي السبيل إلى تليتها أيضا.

والذين شككوا في قدرة الصورة على قول شيء آخر غير استنساخ موضوعات تعرضها على العين بشكل محايد، يعتبرون أن الإشهار هو لفظ في المقام الأول، إنه يمدح ويعدد مزايا المنتج وفوائده على الذات الفردية والجماعية استنادا إلى تعليقات "تشرح" سياق الشراء ودواعي الاستهلاك؛ وتلك وسيلتها في الإقناع والاقتناء. بعبارة أخرى، إن الصورة للإيضاح فقط، أما المضمون الحقيقي للوصلة فمودع في الإرسالية اللسانية، إذ من خلالها وحدها يستطيع المتلقي معرفة ما تود الوصلة قوله. وهو الموقف التي عُرف به بعض دعاة الإشهار المرجعي في الثمانينيات من القرن الماضي. (1)

وهي صيغة أخرى للقول، إن الصورة "ظاهرة سلبية لارتباطها بالحواس"، إنها تحتل مرتبة ثانية في علاقتها باللفظ. إن اللغة وحدها تمتلك القدرة على التجريد وتسمية مناطق النفس والوجود والفصل بينها. فنحن، حسب هذا التصور، لا ندرك مضمون الصورة إلا إذا قمنا بتحويله إلى وجه مفهومي مجرد، هو ما تحتفظ به الذاكرة والقابل وحده للتداول. والحاصل أن المستهلك لا يتوقف عند الصورة إلا من أجل "قراءة" ما يقوله النص اللفظي في الوصلة بشكل صريح.

وهذا أمر تفنده طبيعة التمثيل البصري ذاته. فعلى عكس ما توهم به حالات الاستنساخ، هناك دائما فاصل بين الصورة والعالم المرئي في الخارج، تُعد الأولى لوحة ممتدة في العين واستيهاماتها، أما الثاني فمتحول في الطبيعة وحدها، إنه أسير زمنية تستوعب كل واجهات الوجود داخل منطق التتابع اللامتناهي داخلها. لذلك، لا تقدم الصورة منتجا "حافيا" لا يحتمل أي سياق، بل تعيد صياغته ضمن انفعالات الذات ورغبتها في أن تكون أكثر من مجرد "أنا" معزولة تستهلك النفعي في المواد وفي القيم. فهذه الرغبة وحدها قادرة على دفع المتلقي إلى الانتشاء بما يتم تمثيله في الصورة باعتباره تجربة حسية مصدرها العين لا المفاهيم. فما يقوله الخطاب اللفظي لا يشكل، في حقيقة الأمر، سوى "تبرير بَعْدِي" يكتفي بصب مضمون الصورة في كلمات تُرسي قاعدة لمعنى قد يبدو "جليا" في الذهن، ولكنه لن يكون هو الباعث على الشراء في جميع الحالات.

وهو ما يعني أن الصورة لا "تستثير" فحسب، ولا تشرح البعد اللفظي من خلال إضافة "جزئية بصرية" تتعرف عليها العين في ما هو مودع في التسميات والتعليق المصاحب، إنها مستقلة في طرائق الإقناع والإبلاغ، وفي استثارة ما توده من انفعالات. إنها لغة بنحوها وتركيبها وتأليفاتها الدلالية المتنوعة. فهي في الأصل حاصل تسنينات اجتماعية مسبقة لقيم أودعها الإنسان في الشكل واللون والخط وزوايا الرؤية. قد لا يتعلق الأمر بخاصيات لها صرامة اللفظي وأحكامه، ولكنها مع ذلك لا تُسلم نفسها إلا من خلال استنفار معرفة تستعيد الذات من خلالها ما هُرب في غفلة منها في تفاصيل العادي والمألوف والمتداول. لذلك عادة ما يلتقط المتلقي "كلية" الصورة قبل أن ينتبه إلى "خطية" الخطاب اللفظي.

بعبارة أخرى، إن الصورة لا تقترح مضمونا جاهزا، إنها تداهم الوجدان وتوجهه نحو ما نسيه أو تناساه أو استبطنه خلسة. وبذلك، فإن قوتها الإقناعية تكمن في قدرتها على التأثير المباشر دفعة واحدة في اللاشعور، على عكس المضمون اللفظي الذي يستدعي "طولية" في الزمان. إنها ليست لحظة "للتأمل" العقلي، بل هي اندفاع "حسي" نحو الفعل، ما يسميه ريجيس دوبري، "طفولة

(1) سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية. . ، ص104

العلامة"، فهي من طبيعة رمزية ولكنها لا تمتلك الخصائص الدلالية للسان<sup>(1)</sup>. وتلك ميزة تؤكد أن مصدر نجاح الوصلة هو استعمالها الجيد للطاقت التعبيرية للصورة، لا "جزالة" اللفظ وقوة الشرح المصاحب.

وهذا معناه أن مصدر الإقناع في الإشهار لا يكمن في ما يمكن أن يقدمه "منطق الملفوظ أو الحجة، بل ما يمكن أن يقوله منطق الحكاية والانخراط. فنحن لا نصدق ما يقال لنا في الحكايات، ولكننا نحرص مع ذلك على سماعها"<sup>(2)</sup>. وتلك هي القوة الضاربة "للمحتمل"، إنه لا يُقنع بالبينة والبرهان، بل يُغري بالتمثيل المشخص، سواء كان ذلك من خلال الحكيم أو من خلال حسية الصورة.

إن رفض فكرة الاستنساخ البصري هاته هي في الواقع رفض للفكرة القائلة إن المنتج مجرد شيء مادي تحكمه "نفعية" صريحة. فلا يشكل الطابع المادي فيه سوى واجهة عرضية قد تكون بلا قيمة في غالب الأحيان، ذلك أن ما تلتقطه العين هو لون وشكل وخط وامتداد وإيقاع ووضع. وهو ما يعني أن الصورة لا تقدم للعين أشياء، بل تستعير من الوجود واجهات هي ما تقوم بتمثيله استنادا إلى خاصيات الإدراك البصري. فالماء واحد في الوجود، ولكنه متعدد في المظاهر، إنه شلالات وسيول وبحار ووديان، إن الأساسي فيه ليس "مادة" بل كونه منعشا وجارفا عنيفا، ومالحا ورقاقا وعذبا زلالا. وقد يكون مصدر ذلك هو طبيعة تمثلنا للكون ذاته، فالتمثيل البصري متأصل فينا، فنحن لا ندرك "سر" المفاهيم إلا من خلال تمثلها متحيزة في فضاء متعاقبة في زمان.

تؤكد حالات التمايز هاته أن ما يتم تمثيله في الإشهار والترويج له ليس المنتج في حقيقته المادية ذات النفع الأكيد، بل فقط مظهر من مظاهره. فنحن نبحث في محيطنا عن "الليونة" و"الرقية" و"النعمية" و"الصلابة" و"النقاء" و"الطهارة" و"البياض"، ونشتري مع السيارة المظهر والزهو والرقي الاجتماعي. تماما كما نتطهر بماء البحر ونلهو ونحبي الطفولة فينا، أو قد نطلق، من خلال امتداد الماء وعمقه، رغبة دفينية من إسارها في العودة إلى الأصل الأول.

إننا في جميع الحالات، في الإشهار وخارجه، نستهلك قيما ومواقف ولحظات وجودية. فلأننا لا نكتفي باستهلاك مواد تلي حاجة مباشرة، فإن "الإشهار يدلنا على ما يجب أن نستهلكه من خلال هذه المواد"<sup>(3)</sup>. هناك في ما هو أبعد من السلوك النفعي رغبات أخرى لا يمكن أن تشبعها سوى صور مفتوحة على الحلم والشعر والاستيهامات. وهو ما يعني أن موضوعات العالم وأشياءه ليست مكتفية بذاتها، إنها تتضمن غاية أخرى غير وجهها العملي، ولو لم يكن الأمر كذلك لما بحثنا في الصورة عما لا يمكن أن يوجد إلا فيها.

بعبارة أخرى، تبدو موضوعات العالم موزعة بين استعمال يربطها بالنفعي في الوجود، وبين دلالات تمنحها موقعا ضمن المخيال الإنساني، ما كان يسميه بارث حالات "التوتر الذي يفصل بشكل دائم بين وظيفة الشيء ومعناه، فالوظيفة متحركة فيه، أما معناه فتأبث، إنه ما يودع ضمن خزان ما نسميه الرمزية"<sup>(4)</sup>، فاستنادا إلى هذه الرمزية وحدها يمكن للصورة أن تقترح على العين شيئا آخر غير ما ألفتته في معيشها اليومي.

p. 67, op. cit, (1) Régis Debray

p. 232, op. cit, (2) Jean Baudrillard

(3) دافيد فيكتوروف، م. س: ص 80.

p. 259, op. cit, (4) Roland Barthes

وخلاصة ذلك أن الإشهار لا يدعونا إلى شراء منتجات، إنه "يضيف إليها" دفناً، ودون هذا الدفن ستظل المنتجات بلا روح<sup>(1)</sup>. وهي صيغة أخرى للقول إن الأساسي ليس مادة الاستهلاك، بل الخطاب الحامل لها.

وإذا ما عدنا إلى النصوص السابقة نجد أن هناك بعض الإشهارات التي ركزت على الصورة والتمثيل والموسيقى والألوان، ولم توظف المعطى اللغوي كثيراً. في حين أن الإشهارات الأخرى مزجت بين العناصر اللغوية وغير اللغوية، وكثيراً ما ارتبطت الصور المعروضة بمناظر طبيعية أو بالحياة الأسرية وأفراد العائلة أو بالحياة اليومية للإنسان، فعكست هذه الإشهارات واقع المستهلك ورجباته وهذا من أجل أن يتفاعل معها أكثر.

ولا يضم النص الأول المتعلق بالعيد تعريفاً ولا ترويجاً بعرض من عروض موبيليس، ولا يحتوي من الإشهار إلا على شعار الشركة الذي يبرزه الإشهار في شكل "ماركة" قد تحولت إلى "ميثاق اجتماعي وثقافي واقتصادي يجبل على قيم مثل الثقة والتركيبة والارتباط والأمانة"<sup>(2)</sup>.

وعلى هذا الأساس يمكننا أن نعد الإشهار خطاباً حيوياً سعيداً خالياً من الهموم مملوءاً بالأمال الوردية، يعمل على تأسيس الألفة وبناء الثقة بينه وبين المتلقي، فمن هذه الزاوية ليس الإشهار "سوى صيغة أخرى من الصيغ "التطهيرية" التي تمكن الذات من الانتشاء بنفسها عبر المزيد من الانغماس في الوهم. ويتم هذا التطهير عبر السوق وفعل الشراء"<sup>(3)</sup>، وبخاصة عندما يركز الإشهاري الانتباه على الزوايا والمثيرات التي قد لا يلاحظها المتلقي.

ولقد حَبَرَ مضموم الإشهار العناصر والألوان التي تلفت الأنظار وتؤثر في الاستجابات العاطفية لمشاهدي الإشهار، فاستعملوا الألوان الدافئة المفرحة التي تنبض بالحركة والحيوية لدفع الناس إلى الإقبال على شراء السلع، وبخاصة إذا تكاملت في سحرها وتناغمها مع الصورة في تأثيرها وتناسق ألوانها.

ويكمن مفعول الأغنية في الوصلة الإشهارية في كون "للحن يحمي الكلمات من كل حكم ومن الرقابة؛ فالغناء يضمّد الجسم الاجتماعي مثلما تفعل الأناشيد والتراتيل الكنائسية. . ." <sup>(4)</sup>، ويجعل المتلقي يعيش الحلم، حلم اليقظة ويخلق مع ما تنطق به رجباته ومخيلته.

هذا، في الإعلانات بالصوت والصورة، وكذا في اللافتات الإشهارية. أما في الصحافة المكتوبة فيتم التركيز على اللغوي أكثر وخاصة الفصيح؛ نظراً لأن جمهور الجرائد متمكنين من القراءة، فيما يعدّ الأميون غالبية مشاهدي التلفزيون خاصة والفيديوها عامة.

### المبحث الثاني: الأداء اللغوي

بحسب اللسانيين في الأداء اللغوي للخطاب الإشهاري من خلال نسقه اللساني. فظهرت مجموعة من التوجهات النظرية والمنهجية التي توصلت إلى صياغة قوالب؛ يمكن القول إنها لم تستقر في وضعها النظري النهائي، بفعل ارتباطها بظاهرة تسويقية

(1) دافيد فيكتوروف، م. س: ص 87.

(2) سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية. م. س: ص 102.

(3) المرجع نفسه: ص 102.

(4) نصر الدين العياضي، م. س: ص 46.

شديدة التطور وثورة رقمية سريعة الابتكار. وقد تدرّجت هذه المناهج من الوصف إلى التفسير، ممّا أدّى إلى صقل الأدوات العلمية التي تلامس ظاهرة المعرفة اللغوية على الأقل في بعض من جوانبها المتعلقة ببعض أوجه الظاهرة اللسانية الإبداعية عامة. ولذا كان البحث في الآليات التي يوظفها الإشهار لإنتاج العلامة في شكل أداء لغوي قادر على إنجاز عملية التّواصل بين البشر، مع ممارسة الرقابة القاعدية عليها، أو ما يسمى المعرفة اللسانية.<sup>(1)</sup>

### المطلب الأول: مفهوم الأداء اللغوي

لقد ميّز دوسوسير بين ثنائية اللغة والكلام، فاللغة انسانية وليست عملاً للمتكلّم بل إنتاج تمثله بطريقة مجهولة. أمّا الكلام فهو فردي، وهو الجانب الأدائي التنفيذي الذي ينتجه الفرد<sup>(2)</sup>.

وقد التقى تشومسكي في مفهومه (الكفاية) و(الأداء) مع دوسوسير في مفهومه (للغة) و(الكلام)<sup>(3)</sup>، وبخاصة لدى التحول من المستوى الثابت في اللغة إلى المستوى المتحرك منها. فعرفت اللغة عنده بالكفاية (Competence) وهي معرفة المتكلّم بلغته، والكلام بالأداء والإنجاز الكلامي (Performance) وهو ما ينتج عن هذه المعرفة من كلام متحقق في مواقف ملموسة<sup>(4)</sup>.

وفُرق تشومسكي بالتالي بين الكفاية والأداء، وعدّ الفرق بينهما فرقاً أساسياً، فلا يعدّ الأداء عنده انعكاساً مباشراً للقابلية بل يعكسها تحت جملة من الشروط المثالية التي ترتبط بالمتكلّم والسامع<sup>(5)</sup>.

فالكفاية عنده قدرة المتكلّم - المستمع - المثالي على أن ينتج - انطلاقاً من قواعد ضمنية - عدداً غير متناهٍ من الجمل تقود عملية التّكلّم<sup>(6)</sup>. . . . وهذه القواعد الضمنية التي تتسم بالكفاءة (adequacy) الكاملة يجب أن تعطي كل جملة من المدى اللانهائي من الجمل وصفاً بنيوياً (structural description) يشير إلى كيفية فهمها من قبل المتكلّم - السامع المثالي<sup>(7)</sup>. وتكون هذه القواعد التوليدية "نظام قوانين يمكن أن يعاد استعمالها باستمرار للحصول على عدد غير محدود من البنى"<sup>(8)</sup>، ونظام القوانين هذا يقسم إلى المكونات الرئيسة الثلاث في القواعد التوليدية وهي - المكونات النحوية وال fonولوجية والدلالية<sup>(9)</sup>.

(1) نعم تشومسكي، جوانب من نظرية النحو: ص 28، و دوجلاس براون، أسس تعلم اللغة وتعليمها، ترجمة: عبده الراجحي وعلي شعبان، بيروت، ط دار النهضة العربية، 1994م ص 244، وعبد القادر الفاسي الفهري، اللسانيات واللغة العربية، 43/1، نهاد الموسى، الأساليب في تعليم اللغة العربية، ط1، عمان، دار الشروق، 2003م ص 123.

(2) دوسوسير، فصول في علم اللغة العام، ترجمة: أحمد نعيم الكراعين، ط1، الإسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 1985م ص 37.

(3) خالد بسندي، مصطلح الكفاية وتداخل المفهوم في اللسانيات التطبيقية، عمان، المجلة الأردنية في اللغة العربية وآدابها، المجلد 5 العدد 1، محرم 1430هـ/كانون الثاني 2009م: ص 53-55.

(4) محمد سليمان العبد، النص والخطاب والاتصال، ط1، القاهرة، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2005م: ص 16.

(5) نعم تشومسكي، جوانب من نظرية النحو: ص 28.

(6) المرجع السابق ص 28.

(7) المرجع السابق ص 28.

(8) المرجع السابق ص 39.

(9) ميشال زكريا، العقل واللغة في النظرية الألسنية التوليدية التحويلية، مجلة الثقافة النفسية، العدد التاسع، المجلد الثالث، 1992م: ص 39.

أمَّا الأداء الكلامي، فهو الاستعمال الآني للغة ضمن سياق معين. . . فهو إذن انعكاس للكفاية اللغوية، وبه تنتقل من الوجود بالقوة إلى الوجود بالفعل. ومن هنا نجد أنَّ هذه الثنائية قد شغلت اللغويين منذ أن أدخلها تشومسكي إلى الآن<sup>(1)</sup>، ولذا فإن ثمة فرقاً بين معارف المتكلم الذهنية، وهو ما يسميه تشومسكي بكفايته (His competence) وما ينجزه من أداء وكلام، وهو ما يسميه بأدائه<sup>(2)</sup> (His performance) فمفهوم الكفاية عند تشومسكي لا يحاذي محاذاة تامة مفهوم اللغة عند دوسوسير، ذلك أنَّ اللغة عند دوسوسير ليست إلا مخزناً ونظاماً نحويًا يوجد بالقوة في كل عقل<sup>(3)</sup>.

غير أنَّ الكفاية اللغوية التي نادى بها تشومسكي وأتباعه مقصورة كما ذكر بعضهم على الكفاية النحوية (Grammatical Competence). في حين يعرف الأداء الكلامي باستعمال الفرد هذه المعرفة في عملية التَّكلم<sup>(4)</sup>. فهو انعكاس - كما يذكر ميشال زكريا<sup>(5)</sup> - للكفاية اللغوية، فيه بعض الانحرافات عن قوانين اللغة، وبإمكانه أن يكشفها في أدائه بناء على معرفته الضمنية بقواعد اللغة، أي: بالعودة إلى كفايته اللغوية بالذَّات.

ومن هنا وجدت البنية العميقة والبنية السطحية، وحنة تشومسكي في ذلك أنَّه من المستحيل الإتيان بقواعد تُطابق أو تُماثل كفاية المتحدِّث الأصلي للغة، في علاقات المعنى، بالنَّظر فقط إلى البنية السطحية للجمل، أي: الترتيب الذي تظهر به الكلمات في الجملة.<sup>(6)</sup>

وباختصار شديد عرفنا أنَّ شومسكي ميِّز بين الكفاية اللغوية والأداء اللغوي، وهما من أهم الآراء لدى البنيويين التحويليين أو المدرسة التوليدية التحويلية، فالكفاية تعني: قدرة ابن اللغة على فهم تراكيب لغته وقواعدها وقدرته من الناحية النظرية، على أن يُركَّب ويفهم عددًا غير محدودٍ من الجُمَل، ويُدرك الصَّواب منها أو الخطأ. وأمَّا الأداء: فهو الأداء اللُّغوي الفعلي لفظاً أو كتابة. والنحو عند البنيويين التحويليين يتمثل في مجموع المحصول اللساني الذي تراكم في ذهن المتكلم باللغة يعني الكفاءة اللسانية (compétence). والاستعمال الخاص الذي ينجزه المتكلم في حال من الأحوال الخاصة عند التخاطب والذي يرجع إلى القدرة الكلامية (performence).<sup>(7)</sup>

### المطلب الثاني: مستويات تحليل الأداء اللغوي

يقصد بتحليل الأداء اللغوي تفكيك الظاهرة اللغوية إلى عناصرها الأولية التي تتألف منها. . . وتنوع طرق التحليل اللغوي تبعاً لتنوع المستوى اللغوي الذي تنتمي إليه الظاهرة اللغوية المراد تحليلها إلى المستوى الصوتي أو التحليلي أو النحوي أو الصرفي،

(1) محمد سليمان العبد، النص والخطاب والاتصال: ص 16.

(2) المرجع السابق: ص 23.

(3) المرجع السابق: ص 27.

(4) زكريا، ميشال، العقل واللغة في النظرية الألسنية التوليدية التحويلية: ص 157.

(5) المرجع السابق ص 157.

(6) جودث جرين، التفكير واللغة، ترجمة: عبد الرحمن عبد العزيز العبدان، الرياض، ط دار عالم الكتب، 1990م: ص 146، 154،

213.

(7) ينظر: أهم آراء المدرسة التوليدية التحويلية

فتحليل الظاهرة التي تنتمي إلى المستوى الصرفي مثلا يختلف عن تحليل الظاهرة التي تنتمي إلى أحد المستويات اللغوية الأخرى كالمستوى الدلالي والتركيبي.

### الفرع الأول: المستوى الصوتي:

لدى إحصاء الأصوات اللغوية في نماذج المدونة الإشهارية لموبيليس بغية حصرها في أعداد وتصنيفها<sup>(1)</sup> نلاحظ ما يلي:

#### أولاً: الأصوات أو الحروف الأصلية أو الوحدات الصوتية التي يطلق عليها(فونيمات)

وتشتمل على الأصوات الصامتة والأصوات الصائتة - الحركات. إن هذه الفونيمات سواء على مستوى الصوامت أو الصوائت تمثل الهيكل الأساسي للغة ولذا يطلق عليها فونيمات أساسية.

#### الفونيم الأساسي

يطلق على أصغر وحدة صوتية ذات أثر في الدلالة، أي إذا حلت محل غيرها مع اتحاد السياق الصوتي تغيرت الدلالة واختلف المعنى، ومثالها في نماذج موبيليس:

اختياركم-اشتراكمم، أينما ذهبتم- أينما كنتم، عبأت- بتعبئة، مضاعف- مضاعف، يومكم- كنتم، لحباب- أحبابك، مايه- بالمياه، بسبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار- نعم سبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار.

#### الفونيم الثانوي

تتمثل في العناصر الأدائية للأصوات بشقيها الصامت والصائت، مثل:

\* النبر:

هو ابراز جزء من المنطوق: وفي نماذج موبيليس يتم إبراز عقدة الإشهار أكثر من غيرها مع تخفيف الموسيقى، ويظهر ذلك جليا في النماذج كما يلي( تم تفخيم حروف الكلمات التي جرى إبراز نطقها أكثر من غيرها):

#### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

كلمات النص: زين نهار اليوم صحّ عيدكم زين نهار اليوم مبروك عيدكم. عيد سعيد مع موبيليس واتصالات الجزائر. موبيليس أينما كنتم اتصالات الجزائر.

#### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

كلمات النص: بصّح اش حال كانت الساعة. . خلاص خلاص راني بزّه. . يا أخي لا باس. . هذا رايبك ولّ صح. . من الصباح راني انعط لك. . ما على باليش آسنّاي. . راني جوايا ديدوش مراد. . بصح عندنا قريب ساعتين احنا نهدرو. . تعرني واش تعرني واش تعرني واش. . اسميتو مهدي. . لرقم أو رقمين من موبيليس من اختياركم حسب اشتراككم 061 الآن مكلمات مجانية وغير محدودة. . موبيليس والكل يتكلم.

#### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

<sup>(1)</sup>المستوى الصوتي هو علم الفونولوجيا الذي يعنى بالأصوات وإنتاجها في الجهاز النطقي وخصائصها الفيزيائية. مرت الكتابة في عدة مراحل وتطورات فمن الكتابة التصويرية بالنقوش والرسوم إلى أن وصلت إلى الكتابة المعروفة. علم الأصوات في اللغة يهتم بالجانب الصوتي فيها. ويأخذ هذا العلم على عاتقه امورا كثيرة منها: إحصاء الأصوات اللغوية وحصرها في أعداد وتصنيفها.

كلمات النص: آلو وي الصحة سلام عليكم آلو اسمع واش خو اخلاص لك لكريدي لا لا اخلاصت لي لاباتري. . العرض مبتسم يعود بقوة شكّلوا إيتوال سيستان ادييز بتسعين دينار استفيدوا من مائة وعشرين دقيقة نحو موبيليس أو ثلاثين دقيقة نحو باقي الشبكات بخمسين دينار لديكم خمسين دقيقة نحو موبيليس أو خمسة عشر دقيقة نحو باقي الشبكات. . آلو راني شرجيت التلفون كصّر كيما تحب. . مع مبتسم خذوا شاحن بطايرتكم أينما ذهبتم. . موبيليس أينما كنتم.

#### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

كلمات النص: عند موبيليس مع إيتوال 600 ادييز والعروض أول لمبتسم إذا عبأت مائة دينار ستتحصل على ثلاثمائة دينار رصيد. . بتعبئة خمسمائة دينار ستتحصل على ألفين وخمسمائة دينار. . وإذا عبأت ألفين دينار ستتحصل على سبعة آلاف دينار رصيد نحو كل الشبكات. . موبيليس أينما كنتم.

#### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

كلمات النص: خلال شهر رمضان موبيليس يضاعف عرض بيكس ثلاث مرات ثلاث مرات مع بيكس ألف استفيدوا من مكالمات واس ام اس غير محدودة نحو موبيليس ثلاثة آلاف دينار رصيد إضافي نحو كل الشبكات وخمسة عشر جيغا انترنت مع الانترنت مضاعف عشر مرات كل هذا صالح لمدة شهر بيكس بيكس بيكس هو العرض اللي يوالكم. موبيليس أينما كنتم.

#### النص السادس: Win Max Control 1300

كلمات النص: عروض وين ماكس كونترول لموبيليس رايحه ادهشكم، اشتراك ألف وثلاثمائة ليكم، خمسة جيغا عشرين جيغا انترنت بالزيادة على المكالمات غير المحدودة والاس ام اس. سجلوا أو حولوا خطكم للدفع المسبق إلى وين ماكس كونترول مع الاحتفاظ برقمكم واستفيدوا بهذه المزايا لمدة ستة أشهر. موبيليس أينما كنتم.

#### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

كلمات النص: مع عروض مبتسم الآن عبثوا تسعين دينار واتحصلوا على 90 دقيقة من المكالمات صالحة لمدة أربع وعشرين ساعة اليوم كله مبتسم للاستفادة من العرض شكّلوا إيتوال سيستان ادييز. لمزيد من المعلومات زوروا موقعنا على موبيليس بوان دي زد. موبيليس أينما كنتم. وأيضا اتحصلوا على ثلاثين دقيقة إضافية زيادة على تسعين دقيقة وهذا إلى غاية 29 أفريل.

#### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

كلمات النص: لا تروا جي آنا درتها قبل اصحابي. . والانترنت تاع موبيليس حاجة ما تحفالي. . أطلع. . واش انزيدو انخوسو اليوم. . كمال بوعكاز. . آو هاذو كاع أنا. . انلعبوا ليه ليه انوي برك واش كمال راك شايهم كاع؟ انشوفهم مع لحباب على بالك آي والله. . زيدي مع أحبابك. . ماشي كاع وقتك قول لي ومن بعد حابّ انكونكتي. اتراو جي ابليس من موبيليس كل شي راح يتبدل في الجزائر ورقلة وهران قسنطينة. . .

#### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

كلمات النص: عند موبيليس عندكم دائما أكثر هاتف ذكي زائد هاتف ثان زائد تسع آلاف دينار رصيد مكالمات اس ام اس وانترنت وهذا بتسع آلاف دينار فقط. موبيليس أينما كنتم.



### النص العاشر: Pack Condor G4s

كلمات النص: لى باك موبيل مايه بالماليه جزائري يعود من جديد عند موبيليس تمتعوا بالهاتف الذكي كوندور تروا جى مرفوق باثنين جيغا انترنت صالحة لمدة شهرين. وهناك المزيد ولمدة ستة أشهر كل أحجام جوازات الانترنت ستضاعف الباك مايه بالمالية جزائري يُقترح عليكم بسبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار نعم سبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار فقط إذن لا داعي للتفكير مرتين. لى باك موبيل سبب آخر للاختيار والبقاء عند الرقم واحد. موبيليس أينما كنتم.

**\*التنغيم:**

تنوع في النطق حسب الحاجة ارتفاعا وانخفاضاً لغرض: في نماذج موبيليس يتدرج التنغيم ويبلغ ذروته مع عقدة الإشهار (تم تغليظ التنغيم المرتفع):

### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

كلمات النص: زين نهار اليوم صحّ عيدكم زين نهار اليوم مبروك عيدكم. عيد سعيد مع موبيليس واتصالات الجزائر. موبيليس أينما كنتم اتصالات الجزائر.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

كلمات النص: بصّح اش حال كانت الساعة. . خلاص خلاص راني بّزه. . يا أخي لا باس. . هذا رايك ولّ صح. . من الصباح راني انعطّ لك. . ما على باليش آسنّاي. . راني جوايا ديدوش مراد. . بصح عندنا قريب ساعتين احنا نهدرو. . تعري واش تعري واش تعري واش. . اسميتو مهدي. . لرقم أو رقمين من موبيليس من اختياركم حسب اشتراككم 061 الآن مكالمات مجانية وغير محدودة. . موبيليس والكل يتكلم.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

كلمات النص: آلو وي الصحة سلام عليكم آلو اسمع واش خو اخلاص لك لكريدي لا لا اخلاصت لي لاباتري. . العرض مبتسم يعود بقوة، شكّلوا إيتوال سيستان اديز بتسعين دينار استفيدوا من مائة وعشرين دقيقة نحو موبيليس أو ثلاثين دقيقة نحو باقي الشبكات بخمسين دينار لديكم خمسين دقيقة نحو موبيليس أو خمسة عشر دقيقة نحو باقي الشبكات. . آلو راني شرجيت التلفون كصّر كيما تحب. . مع مبتسم خذوا شاحن بطايرتكم أينما ذهبتم. . موبيليس أينما كنتم.

### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

كلمات النص: عند موبيليس مع إيتوال 600 اديز والعروض أول لمبتسم إذا عبّأت مائة دينار ستتحصل على ثلاثمائة دينار رصيد. . بتعبئة خمسمائة دينار ستتحصل على ألفين وخمسمائة دينار. . وإذا عبّأت ألفين دينار ستتحصل على سبعة آلاف دينار رصيد نحو كل الشبكات. . موبيليس أينما كنتم.

### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

كلمات النص: خلال شهر رمضان موبيليس يضاعف عرض بيكس ثلاث مرات ثلاث مرات مع بيكس ألف استفيدوا من مكالمات واس ام اس غير محدودة نحو موبيليس ثلاثة آلاف دينار رصيد إضافي نحو كل الشبكات وخمسة عشر جيغا انترنت مع الانترنت مضاعف عشر مرات كل هذا صالح لمدة شهر بيكس بيكس بيكس هو العرض اللي يوالكم. موبيليس أينما كنتم.

### النص السادس: Win Max Control 1300



كلمات النص: عروض وين ماكس كونترول لموبيليس رايحه ادهشكم، اشتراك ألف وثلاثمئة ليكم، خمسة جيجا عشرين جيجا انترنت بالزيادة على المكالمات غير المحدودة والاس ام اس. سجلوا أو حولوا خطكم للدفع المسبق إلى وين ماكس كونترول مع الاحتفاظ برقمكم واستفيدوا بهذه المزايا لمدة ستة أشهر. موبيليس أينما كنتم.

### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

كلمات النص: مع عروض مبتسم الآن عبئوا تسعين دينار وتحصلوا على 90 دقيقة من المكالمات صالحة لمدة أربع وعشرين ساعة اليوم كله مبتسم للاستفادة من العرض شكلوا إيتوال سيسان اديز. لمزيد من المعلومات زوروا موقعنا على موبيليس بوان دي زد. موبيليس أينما كنتم. وأيضا تحصلوا على ثلاثين دقيقة إضافية زيادة على تسعين دقيقة وهذا إلى غاية 29 أفريل.

### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

كلمات النص: لا تروا جي أنا درتها قبل اصحابي. . والانترنت تاع موبيليس حاجة ما تحفالي. . أطلع. . واش انزيدو انخوسو اليوم. . كمال بوعكاز. . أو هاذو كاع أنا. . انلعبوا ليه ليه انوي برك واش كمال راك شايفهم كاع؟ انشوفهم مع لحباب على بالك أي والله. . زيدني مع أحبابك. . ماشي كاع وقتك قول لي ومن بعد حاب انكونكتي. اتراو جي ابليس من موبيليس كل شي راح يتبدل في الجزائر ورقلة وهران قسنطينة. . .

### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

كلمات النص: عند موبيليس عندكم دائما أكثر هاتف ذكي زائد هاتف ثان زائد تسع آلاف دينار رصيد مكالمات اس ام اس وانترنت وهذا بتسع آلاف دينار فقط. موبيليس أينما كنتم.

### النص العاشر: Pack Condor G4s

كلمات النص: لي باك موبيل مايه بالمياه جزائري يعود من جديد عند موبيليس تمتعوا بالهاتف الذكي كوندور تروا جي مرفوق باثنين جيجا انترنت صالحة لمدة شهرين. وهناك المزيد ولمدة ستة أشهر كل أحجام جوازات الانترنت ستضاعف الباك ماية بالمائة جزائري يُقترح عليكم بسبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار نعم سبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار فقط إذن لا داعي للتفكير مرتين. لباك موبيل سبب آخر للاختيار والبقاء عند الرقم واحد. موبيليس أينما كنتم.  
ثانيا: الأصوات أو الحروف الفرعية التي يطلق عليها (فونات).

والفون: هو بمثابة تنوع نطقي للفونيم أو الصوت الأصلي لا يؤثر في الدلالة. ومثاله في النماذج في ما يلي:

### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

صحّة عيدكم - مبروك عيدكم.

جرت العادة في العربية الدارجة في الجزائر على أن كلمة (صحّة) ترادف كلمة مبروك. اختلف النطق هنا وكذلك الحروف واتحدت الدلالة.

### النص الثاني: Plans Mobtasim 2015

اخلاص - اخلاصت

### النص الثالث: Plans Awel de Mobtasim 2015

عبأت - بتعبئة

### النص الرابع: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

يضاعف - مضاعف

## النص الخامس: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

مع لحباب - مع أحبابك

## النص السادس: Mobilis pack LG prépayé

عند موبيليس - عندكم

هاتف ذكي - هاتف ثان

زائد هاتف ثان - زائد تسع آلاف دينار

## النص السابع: Pack Condor G4s

مايه - بالمايه

بسبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار - نعم سبع آلاف وتسعمائة وتسعين دينار.

ويبدو هنا جلياً الفرق بين الخصائص الصوتية التي تميز الصوت الأصلي (الفونيم) عن صوره الفرعية (الفونات) من النواحي

الآتية:

- كيفية نطقها أو إنتاجها من جانب المتكلم.

- كيفية انتقالها من فم المتكلم إلى اذن السامع.

- كيفية سمعها.

- كيفية إدراكها.

التنغيم: ويبدو من خلال النماذج المختارة أهمية التنغيم في أداء المعنى، من حيث تعدد ذبذبات الأوتار الصوتية في الثانية، الذي يدلّ على درجة توترها. مع تعاقب مستويات التنغيم الأربعة التي هي:

- النغمات المنخفضة: التي هي أدنى النغمات، حيث تحتتم بها النماذج.

- النغمات العادية: التي بدأت بها كل النماذج واستمر الكلام على مستواها من غير انفعال، إلا في ما يخص العقدة.

- النغمة العالية: التي نجدها في النماذج قبل النغمة المنخفضة وفي العقدة أيضاً.

- النغمة فوق العالية: التي تأتي مع الانفعال - العقدة.

وتبدو مظاهر النبر واضحة في النماذج من حيث:

- الوضوح، نتيجة الضغط على الكلمة أو العبارات المراد إبرازها؛ لتكون أوضح من غيرها من كلمات الجملة أو العبارات،

وذلك للاهتمام بها أو التأكيد عليها ونفي الشك عنها من المتكلم أو السامع.

- تأثيره على فهم المسموع.

- مساعدته على زيادة الإحساس بانفعالات المتكلم أو الحالة النفسية المصاحبة للنص.

## الأصوات النطقية:

تعددت مخارج الأصوات ( الحروف ) في النماذج ما بين:

المخرج الأول: الجوف:

وهو مخرج حروف المد الثلاثة المجموعة في كلمة نُوحِيهَا في قوله تعالى: ﴿تِلْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْعَيْبِ نُوحِيهَا إِلَيْكَ﴾ وهي التي تخرج من الجوف أي من وراء الحلق وتنتهي بانتهاء الصوت في الهواء تقديرا.

### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

في 18 كلمة من أصل 21 كلمة: زين - نهار - اليوم - عيدكم - عيد - سعيد - موبيليس - اتصالات - الجزائر - موبيليس - أينما - اتصالات - الجزائر.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

في 43 من أصل 64 كلمة: حال - كانت - الساعة - خلاص - خلاص - راني - يا - أخي - لا باس - هذا - رايك - الصباح - راني - ما - باليش - آستاي - راني - جوايا - ديدوش - مراد - عندنا - قريب - ساعتين - احنا - نهدرو - تعري - واش - تعري - واش - تعري - واش - اسميتو - مهدي - موبيليس - اختياكم - اشتراككم - واحد - ستين - الآن - مكالمات - مجانية - محدودة - موبيليس.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

في 46 من أصل 71 كلمة: آلو - وي - سلام - آلو - واش - خو - اخلاص - لكريدي - لا - لا - اخلاصت - لي - لا باتري - يعود - شكّلوا - إيتوال - سيستان - اديز - بتسعين - دينار - استفيدوا - عشرين - دقيقة - موبيليس - ثلاثين - دقيقة - باقي - الشبكات - بخمسين - دينار - خمسين - دقيقة - موبيليس - دقيقة - باقي - الشبكات - آلو - راني - شرجيت - التلفون - كيما - خذوا - شاحن - أينما - موبيليس - أينما.

### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

في 19 من أصل 42 كلمة: موبيليس - إيتوال - سيستان - اديز - العروض - إذا - دينار - ثلاثمائة - دينار - رصيد - دينار - دينار - دينار - آلاف - دينار - رصيد - الشبكات - موبيليس - أينما.

### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

في 32 من أصل 54 كلمة: خلال - رمضان - موبيليس - يضاعف - بيكس - ثلاث - مرات - ثلاث - مرات - بيكس - استفيدوا - مكالمات - محدودة - موبيليس - ثلاثة - آلاف - دينار - رصيد - إضافي - الشبكات - جيغا - مضاعف - مرات - هذا - صالح - بيكس - بيكس - بيكس - اللي - يوالكم - موبيليس - أينما.

### النص السادس: Win Max Control 1300

في 26 من أصل 44 كلمة: عروض - وين - ماكس - كونترول - لموبيليس - رايحه - اشتراك - ثلاثمائة - ليكم - جيغا - عشرين - جيغا - بالزيادة - المكالمات - المحدودة - سجّلوا - حوّلوا - وين - ماكس - كونترول - الاحتفاظ - استفيدوا - بهذه - المزاي - موبيليس - أينما.

### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

في 36 من أصل 57 كلمة: عروض - الآن - عبثوا - تسعين - دينار - اتحللوا - تسعين - دقيقة - المكالمات - صالحة - عشرين - ساعة - للاستفادة - شكّلوا - إيتوال - سيستان - اديز - لمزيد - المعلومات - زوروا - موقعنا - موبيليس - موبيليس - أينما - أيضا - اتحللوا - ثلاثين - دقيقة - إضافية - زيادة - تسعين - دقيقة - هذا - غاية - عشرين - أفريل.

### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

في 45 من أصل 67 كلمة: لا- تروا- أنا- درتھا- اصحابي- تاع- موبيليس- حاجة- ما- تخفالي- أطلع- واش- انزيدو- انخوسو- اليوم- كمال- بوعكاز- آو- هاذو- كاع- أنا- انلعبو- واش- كمال- راك- شايْفهم- كاع- انشوفهم- لحباب- بالك- آي- زيدي- أحبابك- كاع- قول- لي- حاب- انكونكتي- اتروا- ابليس- موبيليس- راح- الجزائر- وهران- قسنطينة.

### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

في 16 من أصل 26 كلمة: موبيليس- دايمًا- هاتف- زائد- هاتف- ثان- زائد- آلاف- دينار- رصيد- مكالمات- هذا- آلاف- دينار- موبيليس- أينما.

### النص العاشر: Pack Condor G4s

في 37 من أصل 68 كلمة: باك- موبيل- جزائري- يعود- جديد- موبيليس- تمتعوا- بالهاتف- كوندور- تروا- مرفوق- جيغا- صالحة- هناك- المزيد- أحجام- جوازات- ستضاعف- الباك- جزائري- آلاف- تسعين- دينار- آلاف- تسعين- دينار- لا- داعي- للتفكير- لباك- موبيل- آخر- للاختيار- البقاء- واحد- موبيليس- أينما.

### المخرج الثاني: الحلق أو الحلقوم

بمخارجه الثلاثة للحروف الستة: الهمزة والهاء والعين والحاء والغين والحاء:

#### 1. أقصى الحلق:

مما يلي الصدر وهو الأبعد عن الفم: ويخرج منه الهمزة والهاء (ء - ه). ويخرج الهمزة أبعد من مخرج الهاء.

### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الهمزة: 3 مرات: اتصالات- أينما- اتصالات.

الهاء: 2 مرتان: نهار- نهار.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الهمزة: 11 مرة: اش- أخي- رايك- انعيّط- آستاي- احنا- اسميتو- أو- اختياركم- اشتراككم- الآن.

الهاء: ثلاث 3 مرات: هذا- نهدرو- مهدي.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الهمزة: 14 مرة: آلو- آلو- اسمع- اخلاص- اخلاصت- إيتوال- ادييز- استفيدوا- مائة- أو- أو- آلو- أينما- أينما.

الهاء: 1 مرة واحدة: ذهبتم.

### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الهمزة: 16 مرة: إيتوال- ادييز- أول- إذا- عبّأت- مائة- ثلاثمائة- بتبعبة- خمسمائة- ألفين- خمسمائة- إذا- عبّأت- ألفين-

آلاف- أينما.

الهاء: صفر.

### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الهمزة: 10 عشر مرات: ألف- استفيدوا- اس ام اس- آلاف- إضائي- انترنت- الانترنت- أينما.

الهاء: أربع 4 مرات: شهر- هذا- شهر- هو.

### النص السادس: Win Max Control 1300

الهمزة: 14 مرة: ادهشكم- اشتراك- ألف- ثلاثمة- انترنت- الاس ام اس- أو- إلى- الاحتفاظ- استفيدوا- أشهر- أينما.  
الهاء: ثلاث مرات: ادهشكم- بهذه- أشهر.

### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الهمزة: 13 مرة: الآن- عبثوا- اتحصلوا- أربع- للاستفادة- إيتوال- ادييز- أينما- أيضا- اتحصلوا- إضافية- إلى- آفرييل.  
الهاء: مرتان: كله- هذا.

### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الهمزة: 18 مرة: اتروا- أنا- اصحابي- الانترنت- أطلع- انزيدو- الخوسو- آو- أنا- انلعبو- انوي- انشوفهم- آي-  
أحبابك- انكونكتي- اتروا- ابليس- الجزائر.  
الهاء: 8 مرات: درتھا- هاذو- ليه- ليه- شايفهم- انشوفهم- الله- وهران.

### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الهمزة: 11 مرة: دائما- أكثر- زائد- زائد- آلاف- اس ام اس- انترنت- آلاف- أينما.  
الهاء: 3 مرات: هاتف- هاتف- هذا.

### النص العاشر: Pack Condor G4s

الهمزة: 20 مرة: مائة- بالمائة- جزائري- بائنين- انترنت- أشهر- أحجام- الانترنت- مائة- بالمائة- جزائري- آلاف-  
تسعمائة- آلاف- تسعمائة- إذن- آخر- للاختيار- البقاء- أينما.  
الهاء: 4 مرات: بالهاتف- شهرين- هناك- أشهر.

### 2. وسط الخلق:

ويخرج منه حرفا العين والحاء (ع - ح) ومخرج العين أبعد من الحاء.

### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

العين: 5 مرات: عيدكم- عيدكم- عيد- سعيد- مع.  
الحاء: 1 مرة واحدة: صحّ.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

العين: 8 مرات: الساعة- انعط- على- عندنا- ساعتين- تعري- تعري- تعري.  
الحاء: 9 مرات: بصّح- حال- صح- الصباح- بصح- احنا- حسب- واحد- محدودة.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

العين: 7 مرات: عليكم- اسمع- العرض- يعود- بتسعين- عشرين- عشر.  
الحاء: 7 مرات: الصحة- نحو- نحو- نحو- نحو- نحو- نحو- شاحن.

### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

العين: 10 مرات: عند- مع- العروض- عبّأت- على- بتعبئة- على- عبّأت- على- سبعة.  
الحاء: 4 مرات: ستتحصل- ستتحصل- ستتحصل- نحو.

### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

العين: 8 مرات: يضاعف- عرض- مع- عشر- مع- مضاعف- عشر- العرض.

الحاء: 4 مرات: محدودة- نحو- نحو- صالح.

**النص السادس: Win Max Control 1300**

العين: 5 مرات: عروض- عشرين- على- للدفع- مع.

الحاء: 4 مرات: رايحه- المحدودة- حولوا- الاحتفاظ.

**النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90**

العين: 17 مرة: مع- عروض- عبثوا- تسعين- على- تسعين- أربع- عشرين- ساعة- العرض- المعلومات- موقعنا- على- على- على- تسعين- عشرين.

الحاء: 3 مرات: اتحصلوا- صالحة- اتحصلوا.

**النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis**

العين: 11 مرة: تاغ- أطلع- يوعكاز- كاع- انلعبو- كاع- مع- على- مع- كاع- بعد.

الحاء: 7 مرات: اصحابي- حاجة- الخوسو- لهاب- أحبابك- حاب- راح.

**النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé**

العين: 4 مرات: عند- عندكم- تسع- بتسع.

الحاء: صفر.

**النص العاشر: Pack Condor G4s**

العين: 14 مرة: يعود- عند- تمتعوا- ستضاعف- عليكم- بسبع- تسعمائة- تسعين- نعم- سبع- تسعمائة- تسعين- داعي- عند.

الحاء: صالحة- أحجام- يُقترح- واحد.

**3. أدنى الحلق:**

وهو أقربيه إلى الفم ومنه يخرج حرفا الغين والحاء (غ - خ) ويخرج الحاء أقرب إلى الفم من مخرج الغين.

**النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha**

العين: صفر.

الحاء: صفر.

**النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019**

العين: مرة واحدة: غير.

الحاء: 4 مرات: خلاص- خلاص- أخي- اختياركم.

**النص الثالث: Plans Mobtasim 2015**

العين: صفر.

الحاء: 7 مرات: خو- اخلاص- اخلاصت- بخمسين- خمسين- خمسة- خذوا.

**النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015**

العين: صفر.

الحاء: مرتان: خمسمائة- خمسمائة.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الغين: مرّتان: غير - جيغا.

الخاء: مرّتان: خلال - خمسة.

النص السادس: Win Max Control 1300

الغين: 3 مرات: جيغا - جيغا - غير.

الخاء: مرّتان: خمسة - خطكم.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الغين: مرة واحدة: غاية.

الخاء: صفر.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الغين: صفر.

الخاء: مرة واحدة: تخفالي.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الغين: صفر.

الخاء: صفر.

النص العاشر: Pack Condor G4s

الغين: مرة واحدة: جيغا.

الخاء: مرّتان: آخر - للاختيار.

المخرج الثالث: اللسان

بمخارجه العشرة للثمانية عشر حرفا. وهي:

1. أقصى اللسان: (أبعده مما يلي الحلق) مع ما يقابله من الحنك العلوي:

ويخرج منه حرف القاف (ق)

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

القاف: صفر.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

القاف: 3 مرات: قريب - لرقم - رقمين.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

القاف: 11 مرة: بقوة - دقيقة - دقيقة - باقي - دقيقة - باقي.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

القاف: صفر.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

القاف: صفر.

النص السادس: Win Max Control 1300

القاف: مرتان: المستبق - برقمكم.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

القاف: 7 مرات: دقيقة - موقعنا - دقيقة - دقيقة.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

القاف: 5 مرات: قبل - وقتك - قول - ورقة - قسنطينة.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

القاف: فقط.

النص العاشر: Pack Condor G4s

القاف: 5 مرات: مرفوق - يُقترح - فقط - البقاء - الرقم.

2. أقصى اللسان قبل مخرج حرف القاف قليلا مع ما يقابله من الحنك العلوي:

ويخرج منه حرف الكاف (ك) ومخرج الكاف أقرب إلى الفم من مخرج القاف.

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الكاف: 4 مرات: عيدكم - مبروك - عيدكم - كنتم.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الكاف: 8 مرات: كانت - رايبك - لك - اختياركم - اشتراككم - مكالمات - الكل - يتكلم.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الكاف: 11 مرة: عليكم - لك - لكريدي - شكّلوا - الشبكات - لديكم - الشبكات - كصّر - كيما - بطاريتكم - كنتم.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الكاف: 3 مرات: كل - الشبكات - كنتم.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الكاف: 10 مرات: بيكس - بيكس - مكالمات - كل - الشبكات - كل - بيكس - بيكس - يوالكم - كنتم.

النص السادس: Win Max Control 1300

الكاف: 11 مرة: ماكس - كونترول - ادهشكم - اشتراك - ليكم - المكالمات - خطكم - ماكس - كونترول - برقمكم - كنتم.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الكاف: 4 مرات: المكالمات - كله - شكلوا - كنتم.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الكاف: 14 مرة: كمال - بوعكّاز - كاع - برك - كمال - راك - كاع - بالك - أحبابك - كاع - وقتك - انكونكتي - كل.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الكاف: 5 مرات: عندكم - أكثر - ذكي - مكالمات - كنتم.

النص العاشر: Pack Condor G4s



الكاف: 10 مرات: باك- الذكي- كوندور- هناك- كل- الباك- عليكم- للتفكير- لباك- كنتم.

3. وسط اللسان مع ما يحاذيه من اللثة العليا:

ويخرج منه ثلاثة حروف وهي الجيم والشين والياء غير المدية. (ج - ش - ي) والياء غير المدية هي الياء المتحركة أو الياء الساكنة التي لا يسبقها كسر. ويكون مخرج الجيم بإصاق وسط اللسان باللثة العليا إصاقا معتدلا أما الياء والشين فيكون بتجاف.

أولا: الجيم:

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الجيم: صفر.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الجيم: مرتان: جوايا- مجانية.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الجيم: مرة واحدة: شرجيت.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الجيم: صفر.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الجيم: مرة واحدة: جيغا.

النص السادس: Win Max Control 1300

الجيم: 3 مرات: جيغا- جيغا- سجلوا.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الجيم: صفر.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الجيم: 4 مرات: جي - حاجة- جي - الجزائر.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الجيم: صفر.

النص العاشر: Pack Condor G4s

الجيم: 7 مرات: جزائري- جديد- جي - جيغا- أحجام- جوازات- جزائري.

ثانيا الشين:

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الشين: صفر.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الشين: 7 مرات: اش- باليش- ديدوش- واش- واش- واش- اشتراكم.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الشيخين: 8 مرات: واش - شكّلوا - عشرين - الشبكات - عشر - الشبكات - شرجيت - شاحن.

### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الشيخين: مرة واحدة: الشبكات.

### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الشيخين: 5 مرات: شهر - الشبكات - عشر - عشر - شهر.

### النص السادس: Win Max Control 1300

الشيخين: 4 مرات: ادهشكم - اشتراك - عشرين - أشهر.

### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

المدة: 25 ثانية

الشيخين: مرتان: عشرين - شكّلوا.

### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الشيخين: 6 مرات: واش - واش - شايفهم - انشوفهم - ماشي - شي.

### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الشيخين: صفر.

### النص العاشر: Pack Condor G4s

الشيخين: مرتان: شهرين - أشهر.

ثالثا: الباء غير المدّية:

### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الباء غير المدّية: 1 مرة واحدة: أينما.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الباء غير المدّية: 11 مرة: يا - رايك - انعط - آسّاي - جوايا - ساعتين - رقمين - اختياركم - مجانية - غير - يتكلم.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الباء غير المدّية: 8 مرات: عليكم - لكريدي - يعود - لديكم - شرجيت - بطايرتكم - أينما - أينما.

### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الباء غير المدّية: 3 مرات: ألفين - ألفين - أينما.

### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الباء غير المدّية: 4 مرات: يضاعف - غير - يوالكم - أينما.

### النص السادس: Win Max Control 1300

الباء غير المدّية: 5 مرات: رايجه - بالزيادة - غير - المزاي - أينما.

### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الباء غير المدّية: 6 مرات: اليوم - أينما - أيضا - إضافة - زيادة - غاية.

### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الباء غير المدّية: 3 مرات: شايْفهم - آي - يتبدل.

#### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الباء غير المدّية: مرة واحدة: أينما.

#### النص العاشر: Pack Condor G4s

الباء غير المدّية: يعود - بائنين - شهرين - يُقترح - عليكم - داعي - مرتين - للاختيار - أينما.

4. إحدى حافتي اللسان مع ما يحاذيها من الأضراس العليا:

ومنه يخرج أدق حروف العربية نطقا وهو حرف الضاد (ض). وخروج الضاد من حافة اللسان اليسرى أسهل وأكثر استعمالا من الحافة اليمنى.

#### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الضاد: صفر.

#### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الضاد: صفر.

#### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الضاد: مرة واحدة: العرض.

#### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الضاد: مرة واحدة: العروض.

#### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الضاد: 6 مرات: رمضان - يضاعف - عرض - إضافي - مضاعف - العرض.

#### النص السادس: Win Max Control 1300

الضاد: مرة واحدة: عروض.

#### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الضاد: 3 مرات: عروض - العرض - إضافية.

#### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الضاد: صفر.

#### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الضاد: صفر.

#### النص العاشر: Pack Condor G4s

الضاد: مرة واحدة: ستضاعف.

5. إحدى حافتي اللسان (أو كليهما) مع ما يحاذيها من لثة الأسنان العليا (لثة الضاحكين والنايين والرباعيتين

والثنتين):

ويخرج منه حرف اللام (ل).

#### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

اللام: 8 مرات: اليوم- اليوم- موبيليس- اتصالات- الجزائر- موبيليس- اتصالات- الجزائر.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

اللام: 15 مرة: حال- خلاص- خلاص- لابس- ولّ- لك- على- باليش- لرقم- موبيليس- الآن- مكالمات- موبيليس- الكل- يتكلم.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

اللام: 22 مرة: آلو- سلام- عليكم- آلو- اخلاص- لك- لكريدي- لا- لا- اخلاصت- لي- لاباتري- العرض- شكّلوا- إيتوال- موبيليس- ثلاثين- لديكم- موبيليس- آلو- التلفون- موبيليس.

### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

اللام: 17 مرة: موبيليس- إيتوال- العروض- أول- لمبتسم- ستتحصل- على- ثلاثمائة- ستتحصل- على- ألفين- ألفين- ستتحصل- على- آلاف- كل- موبيليس.

### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

اللام: 19 مرة: خلال- موبيليس- ثلاث- ثلاث- ألف- مكالمات- موبيليس- ثلاثة- آلاف- كل- الانترنت- كل- صالح- لمدة- العرض- اللي- بيوالمكم- موبيليس.

### النص السادس: Win Max Control 1300

اللام: 21 مرة: كونترول- لموبيليس- ألف- ثلاثة- ليكم- على- المكالمات- المحدودة- الاس ام اس- سجلوا- حولوا- للدفع- المسبق- إلى- كونترول- الاحتفاظ- المزاي- لمدة- موبيليس.

### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

اللام: 26 مرة: الآن- اتحللوا- على- المكالمات- صالحة- لمدة- اليوم- كله- للاستفادة- العرض- شكّلوا- إيتوال- لمزيد- المعلومات- على- موبيليس- اتحللوا- على- ثلاثين- على- إلى- آفريل.

### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

اللام: 25 مرة: لاتروا جي- قبل- الانترنت- موبيليس- تحفالي- آطلع- اليوم- كمال- انلعبو- ليه- ليه- كمال- لحباب- على- بالك- الله- قول- لي- ابليس- موبيليس- كل- يتبدل- الجزائر- ورقلة.

### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

اللام: 5 مرات: موبيليس- آلاف- مكالمات- آلاف- موبيليس.

### النص العاشر: Pack Condor G4s

اللام: 24 مرة: لي باك- موبيل- بالمايه- موبيليس- بالهاتف- صالحة- لمدة- المزيد- لمدة- كل- الانترنت- الباك- بالمائة- عليكم- آلاف- آلاف- لا- للتفكير- لباك- موبيل- للاختيار- البقاء- موبيليس.

6. طرف اللسان مع ما يقابله من لثة الأسنان العليا:

ويخرج منه حرف النون (ن).

### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

النون: 6 مرات: زين- نهار- زين- نهار- أينما- كتتم.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

النون: 17 مرة: كانت - راني - راني - انعط - آسناي - راني - عندنا - ساعتين - احنا - نهدرو - رقمين - من - من - ستين - الآن - مجانية.

#### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

النون: 18 مرة: بتسعين - دينار - من - عشرين - نحو - ثلاثين - نحو - بخمسين - دينار - خمسين - نحو - نحو - راني - التلفون - شاحن - أينما - أينما - كنتم.

#### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

النون: 12 مرة: عند - دينار - دينار - دينار - ألفين - دينار - ألفين - دينار - دينار - نحو - أينما - كنتم.

#### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

النون: 11 مرة: رمضان - من - نحو - دينار - نحو - انترنت - الانترنت - أينما - كنتم.

#### النص السادس: Win Max Control 1300

النون: 9 مرات: وين - كونترول - عشرين - انترنت - وين - كونترول - أينما - كنتم.

#### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

النون: 14 مرة: الآن - تسعين - دينار - تسعين - من - عشرين - من - من - موقعنا - أينما - كنتم - ثلاثين - تسعين - عشرين.

#### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

النون: 17 مرة: آنا - الانترنت - انزيدو - الحوسو - أنا - انعبو - انوي - انشوفهم - زيدني - من - انكونكتي - من - وهران - قسنطينة.

#### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

النون: 9 مرات: عند - عندكم - ثان - دينار - انترنت - دينار - أينما - كنتم.

#### النص العاشر: Pack Condor G4s

النون: 20 مرة: من - عند - كوندور - باثنين - انترنت - شهرين - هناك - الانترنت - تسعين - دينار - نعم - تسعين - دينار - إذن - مرتين - عند - أينما - كنتم.

7. طرف اللسان مع شيء من ظهره وما يجاذبه من لثة الأسنان العليا:

يخرج منه حرف الراء (ر). ومخرج الراء قريب من مخرج النون إلا أنه أدخل إلى ظهر اللسان.

#### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الراء: 5 مرات: نهار - نهار - مبروك - الجزائر - الجزائر .

#### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الراء: 17 مرة: راني - بره - رايك - راني - راني - مراد - قريب - نهدرو - تعري - تعري - تعري - لرقم - رقمين - اختياركم - اشتراككم - صفر - غير .

#### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الراء: 11 مرة: لكريدي - لاباتري - العرض - دينار - عشرين - دينار - عشر - راني - شرجيت - كصّر - بطاريتم.

#### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015



**النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis**

الطاء: مرتان - أطلع - قسنطينة.

**النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé**

الطاء: 1 مرة واحدة: فقط.

**النص العاشر: Pack Condor G4s**

الطاء: 1 مرة واحدة: فقط.

ثانيا: الدال:

**النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha**

الدال: 4 مرات: عيدكم - عيدكم - عيد - سعيد.

**النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019**

الدال: 9 مرات: ديدوش - مراد - عندنا - تحدرو - مهدي - واحد - محدودة.

**النص الثالث: Plans Mobtasim 2015**

الدال: 11 مرة: لكريدي - يعود - اديز - دينار - استفيدوا - دقيقة - دقيقة - دينار - لديكم - دقيقة - دقيقة.

**النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015**

الدال: 10 مرات: عند - اديز - دينار - دينار - دينار - دينار - دينار - دينار - رصيد.

**النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018**

الدال: 6 مرات: استفيدوا - محدودة - دينار - رصيد - لمدة.

**النص السادس: Win Max Control 1300**

الدال: 7 مرات: ادهشكم - بالزيادة - المحدودة - للدفع - استفيدوا - لمدة.

**النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90**

الدال: 10 مرات: دينار - دقيقة - لمدة - للاستفادة - اديز - لمزيد - دي - زد - دقيقة - زيادة - دقيقة.

**النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis**

الدال: 5 مرات: درتها - انزيدو - زيديني - بعد - يتبدل.

**النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé**

الدال: 8 مرات: عند - عندكم - دايم - زائد - زائد - دينار - رصيد - دينار.

**النص العاشر: Pack Condor G4s**

الدال: 13 مرة: يعود - جديد - عند - كوندور - لمدة - المزيد - لمدة - دينار - دينار - داعي - عند - واحد.

ثالثا: التاء:

**النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha**

التاء: 3 مرات: اتصالات - كنتم - اتصالات.

**النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019**

التاء: 15 مرة: كانت - ساعتين - تعريفي - تعريفي - تعريفي - اسميتو - اختياركم - اشتراككم - ستة - ستين - مكالمات - مجانية - محدودة - يتكلم.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

التاء: 22 مرة: اخلاصت - لاباتري - مبتسم - بقوة - إيتوال - بتسعين - استفيدوا - مائة - دقيقة - دقيقة - الشبكات - دقيقة - خمسة - دقيقة - الشبكات - شرجيت - التلفون - تحب - مبتسم - بطاريتكم - ذهبتم - كنتم.

### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

التاء: 20 مرة: إيتوال - ستمائة - لمبتسم - عبأت - مائة - ستتحصل - ثلاثمائة - بتعبئة - خمسمائة - ستتحصل - خمسائة - عبأت - ستتحصل - سبعة - الشبكات - كنتم.

### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

التاء: 15 مرة: مرات - مرات - استفيدوا - مكالمات - محدودة - ثلاثة - الشبكات - خمسة - انترنت - الانترنت - مرات - لمدة - كنتم.

### النص السادس: Win Max Control 1300

التاء: 16 مرة: كونترول - اشتراك - ثلاثمائة - خمسة - انترنت - بالزيادة - المكالمات - المحدودة - كونترول - الاحتفاظ - استفيدوا - لمدة - ستة - كنتم.

### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

التاء: 23 مرة: مبتسم - تسعين - اتحصلوا - تسعين - دقيقة - المكالمات - صالحة - لمدة - ساعة - مبتسم - للاستفادة - إيتوال - المعلومات - كنتم - اتحصلوا - دقيقة - إضافية - زيادة - تسعين - دقيقة - غاية - تسعة.

### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

التاء: 10 مرات: لاترواجي - درتها - الانترنت - تاع - تحفالي - وقتك - انكونكتي - اترواجي - يتبدل.

### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

التاء: هاتف - هاتف - تسع - مكالمات - انترنت - بتسع - كنتم.

### النص العاشر: Pack Condor G4s

التاء: 26 مرة: تمتعوا - بالهاتف - اترواجي - انترنت - صالحة - لمدة - لمدة - ستة - جوازات - الانترنت - ستضاعف - يُقترح - تسعمائة - تسعين - تسعمائة - تسعين - للتفكير - مرتين - للاختيار - كنتم.

9. طرف اللسان وفوق الثنايا السفلى (مع إبقاء حيز ضيق بين سطح اللسان والحنك الأعلى لممر الهواء هاربا):

ويخرج منه السين والصاد والزاي (س - ص - ز).

أولا: السين:

### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

السين: 3 مرات: سعيد - موبيليس - موبيليس.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

السين: 10 مرات: الساعة - لابس - آستاي - ساعتين - اسميتو - موبيليس - حسب - ستة - ستين - موبيليس.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015



السين: 14 مرة: سلام- اسمع- مبتسم- سيستان- بتسعين- استفيدوا- موبيليس- بختمين- خمسين- موبيليس- خمسة- مبتسم- موبيليس.

#### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

السين: 11 مرة: موبيليس- سيسان- لمبتسم- ستتحصل- خمسمائة- ستتحصل- ستتحصل- سبعة- موبيليس.

#### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

السين: 12 مرة: موبيليس- بيكس- بيكس- بيكس- بيكس- بيكس- موبيليس- خمسة- موبيليس- موبيليس.

#### النص السادس: Win Max Control 1300

السين: 11 مرة: ماكس- لموبيليس- خمسة- الاس ام اس- سجلوا- المسبق- ماكس- استفيدوا- ستة- موبيليس.

#### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

السين: 12 مرة: مبتسم- تسعين- تسعين- ساعة- مبتسم- للاستفادة- سيستان- موبيليس- موبيليس- تسعة.

#### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

السين: 5 مرات: موبيليس- انخوسو- ابليس- موبيليس- قسنطينة.

#### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

السين: 6 مرات: موبيليس- تسع- اس ام اس- بتسع- موبيليس.

#### النص العاشر: Pack Condor G4s

السين: 11 مرة: موبيليس- ستة- ستضاعف- بسبع- تسعمائة- تسعين- سبع- تسعمائة- تسعين- سبب- موبيليس.

ثانيا: الصاد:

#### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الصاد: 3 مرات: صح- اتصالات- اتصالات.

#### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الصاد: 6 مرات: بصح- خلاص- خلاص- صح- الصباح- بصح.

#### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الصاد: 4 مرات: الصحة- اخلاص- اخلاص- كصّر.

#### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الصاد: 5 مرات: ستتحصل- رصيد- ستتحصل- ستتحصل- رصيد.

#### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الصاد: 2 مرتان: رصيد- صالح.

#### النص السادس: Win Max Control 1300

الصاد: صفر.

#### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الصاد: 3مرات: اتحلوا- صالحة- اتحلوا.

#### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الصاد: اصحابي.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الصاد: رصيد.

النص العاشر: Pack Condor G4s

الصاد: صالحة.

ثالثا: الزاء:

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الزاء: 4 مرات: زين - زين - الجزائر - الجزائر.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الزاء: صفر.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الزاء: ادبيز.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الزاء: ادبيز.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الزاء: صفر.

النص السادس: Win Max Control 1300

الزاء: مرتان: بالزيادة - المزايا.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الزاء: 4 مرات: لمزيد - زوروا - زد - زيادة.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الزاء: 4 مرات: انزيدو - بوعكاز - زيدني - الجزائري.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الزاء: مرتان: زائد - زائد.

النص العاشر: Pack Condor G4s

الزاء: جزائري - المزيد - جوازات - جزائري.

10. طرف اللسان وأطراف الثنايا العليا:

ومنه يخرج الثاء والذال والظاء (ث - ذ - ظ)

أولا: الثاء:

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الثناء: صفر.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

النساء: صفر.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

النساء: مرتان: ثلاثين.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

النساء: مرتان: ثلاثمائة.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

النساء: 9 مرات: ثلاث - ثلاث - ثلاثة.

النص السادس: Win Max Control 1300

النساء: مرتان: ثلاثمائة.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

النساء: مرتان: ثلاثين.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

النساء: صفر.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

النساء: ثان.

النص العاشر: Pack Condor G4s

النساء: باثنتين.

ثانيا: الذال:

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الذال: صفر.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الذال: صفر.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الذال: مرتان: خذوا - ذهبتم.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الذال: مرتان: إذا - إذا.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الذال: هذا.

النص السادس: Win Max Control 1300

الذال: بهذه.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الذال: هذا.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الذال: هاذو.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الذال: مَرّتان: ذكي - هذا.

النص العاشر: Pack Condor G4s

الذال: مَرّتان: الذكي - إذن.

ثالثا: الظاء:

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الظاء: صفر.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الظاء: صفر.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الظاء: صفر.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الظاء: صفر.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الظاء: صفر.

النص السادس: Win Max Control 1300

الظاء: الاحتفاظ.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الظاء: صفر.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الظاء: صفر.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الظاء: صفر.

النص العاشر: Pack Condor G4s

الظاء: صفر.

المخرج الرابع: الشفتان

وفيها مخرجان تفصيليان لأربعة حروف:

1. ما بين الشفتين: ويخرج منهما:

- الباء والميم (ب - م) بانطباع الشفتين، والباء أقوى انطباقا.
- الواو غير المدّية (و) بانفتاح الشفتين. والواو غير المدّية هي الواو المتحركة والواو اللينة.

أولا: الباء:

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الباء: 3 مرات: مبروك - موبيليس - موبيليس.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الباء: 10 مرات: بصّح - برّه - لابس - الصباح - باليش - بصح - قريب - موبيليس - حسب - موبيليس.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الباء: 16 مرة: لاباتري - مبتسم - بقوة - بتسعين - موبيليس - باقي - الشبكات - بخمسين - موبيليس - باقي - الشبكات - تحب - مبتسم - بطايرتكم - ذهبتكم - موبيليس.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الباء: 8 مرات: موبيليس - لمبتسم - عبّات - بتعبئة - عبّات - سعة - الشبكات - موبيليس.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الباء: 9 مرات: موبيليس - بيكس - بيكس - موبيليس - الشبكات - بيكس - بيكس - بيكس - موبيليس.

النص السادس: Win Max Control 1300

الباء: 6 مرات: لموبيليس - بالزيادة - المسبّق - برقمكم - بهذه - موبيليس.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الباء: 7 مرات: مبتسم - عبثوا - أربع - مبتسم - موبيليس - بوان - موبيليس.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الباء: 14 مرة: قبل - اصحابي - موبيليس - بوعكّاز - انلعبو - برك - لحباب - بالك - أحبابك - بعد - حابّ - ابليس - موبيليس - يتبدل.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الباء: 3 مرات: موبيليس - بتسع - موبيليس.

النص العاشر: Pack Condor G4s

الباء: 15 مرة: لبك - موبيل - بالمايه - موبيليس - بالهاتف - باثنين - الباك - بالماية - بسبع - سبع - لبك - موبيل - سبب - البقاء - موبيليس.

ثانيا: الميم:

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الميم: 10 مرات: اليوم - عيدكم - اليوم - مبروك - عيدكم - مع - موبيليس - موبيليس - أينما - كنتم.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الميم: 18 مرة: من- ما- مراد- اسميتو- مهدي- لرقم- رقمين- من- موبيليس- من- اختياركم- اشتراككم- مكالمات- مجانية- محدودة- موبيليس- يتكلم.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الميم: 23 مرة: سلام- عليكم- اسمع- مبتسم- من- مائة- موبيليس- بخمسين- لديكم- خمسين- موبيليس- خمسة- كيما- مع- مبتسم- بطاريتكم- أينما- ذهبتم- موبيليس- أينما- كنتم.

### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الميم: 13 مرة: موبيليس- مع- لمبتسم- مائة- ثلاثمائة- خمسمائة- موبيليس- أينما كنتم.

### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الميم: 21 مرة: رمضان- موبيليس- مرات- مرات- مع- من- مكالمات- اس ام اس- محدودة- موبيليس- خمسة- مع- مضاعف- مرات- لمدة- يوالكم- موبيليس- أينما- كنتم.

### النص السادس: Win Max Control 1300

الميم: 21 مرة: ماكس- لموبيليس- ادهشكم- ثلاثمائة- ليكم- خمسة- المكالمات- المحدودة- الاس ام اس- خطكم- المسبق- ماكس- مع- برقمكم- المزاي- لمدة- موبيليس- أينما- كنتم.

### النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الميم: 20 مرة: مع- مبتسم- من- المكالمات- لمدة- اليوم- مبتسم- من- لمزيد- من- المعلومات- موقعنا- موبيليس- موبيليس- أينما- كنتم.

### النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الميم: 13 مرة: موبيليس- ما- اليوم- كمال- كمال- شايههم- انشوفهم- مع- مع- ماشي- من- من- موبيليس.

### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الميم: 9 مرات: موبيليس- عندكم- دائما- مكالمات- اس ام اس- موبيليس- أينما- كنتم.

### النص العاشر: Pack Condor G4s

الميم: 23 مرة: موبيل- مايه- بالمايه- من- موبيليس- تمتعوا- مرفوق- لمدة- المزيد- لمدة- أحجام- ماية- بالماية- عليكم- تسعمائة- نعم- تسعمائة- مرتين- موبيل- الرقم- موبيليس- أينما- كنتم.

ثالثا: الواو غير المدّية:

### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الواو غير المدّية: مرة واحدة.

### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الواو غير المدّية: 9 مرات.

### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الواو غير المدّية: 8 مرات.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الواو غير المدّية: 6 مرات.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الواو غير المدّية: 6 مرات.

النص السادس: Win Max Control 1300

الواو غير المدّية: 7 مرات.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الواو غير المدّية: 8 مرات.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الواو غير المدّية: 12 مرة.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الواو غير المدّية: 2 مرّتان.

النص العاشر: Pack Condor G4s

الواو غير المدّية: 10 مرّات.

2. 2. بطن الشفة السفلى مع أطراف الثنايا العليا:

ويخرج منه حرف الفاء (ف)

النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha

الفاء: صفر.

النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

الفاء: 4 مرات: تعريفي - تعريفي - تعريفي - صفر.

النص الثالث: Plans Mobtasim 2015

الفاء: 2 مرّتان: استفيدوا - التلفون.

النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015

الفاء: 3 مرات: ألفين - ألفين - آلاف.

النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

الفاء: 6 مرات: يضاعف - ألف - استفيدوا - آلاف - إضافي - مضاعف.

النص السادس: Win Max Control 1300

الفاء: 4 مرات: ألف - للدفع - الاحتفاظ - استفيدوا.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

الفاء: 3 مرات: للاستفادة - إضافية - أبريل.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

الفاء: 4 مرات: تخفالي - شايهم - انشوفهم - في .

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé

الفاء: 5 مرات: هاتف - هاتف - آلف - آلف - فقط.

النص العاشر: Pack Condor G4s

الفاء: 7 مرات: بالهاتف - مرفوق - ستضاعف - آلف - آلف - فقط - للتفكير.

صفات الحروف:

1. الهمس والجهر:

الهمس:

جريان النفس بالحرف عند النطق به لضعفه وضعف الاعتماد عليه في مخرجه. وحروفه عشرة مجموعة في ( فحثة شخص سكت):  
نلاحظ في نماذج مدونتنا أن تكرار حروف الهمس يتفاوت كما يلي: الفاء من 7 إلى صفر، الحاء من 9 إلى 1، التاء من 9 إلى صفر، الشين من 8 إلى 0، الحاء من 7 إلى 0، الصاد من 6 إلى 0، السين من 14 إلى 3، الكاف من 14 إلى 3، التاء من 26 إلى 3.

الجهر:

ظهور الحرف وانجباس النفس معه عند النطق به لقوة الاعتماد عليه في مخرجه وحروفه تسعة عشر وهي الباقية من أحرف الهجاء بعد حروف الهمس العشرة:

وفي نماذج مدونتنا، ورغم أن المقام مقام إعلان وجهر وتأکید، إلا أن الغين قليلة، وكذلك القاف، والجيم، والياء غير المدية، والضاد، والطاء، والزاء، والتاء والذال، والطاء. بينما تتفاوت حروف الجهر الأخرى في النماذج، ولا يُداني حروف الهمس في التكرار في النموذج الواحد منها إلا حرف اللام ثم حرف النون.

وتظل حروف المد هي الأكثر في نماذج مدونتنا بوتيرة تكرارية تفوق سائر الحروف، ونظراً لأنها حروف هوائية يتم التحكم في درجة مداها من حركتين فما فوق، فهي تضيف على الإعلان أريحية لولا عامل وقت الإعلان الذي لا يكاد يبلغ الدقيقة أو يتجاوزها إلا قليلاً.

الفرع الثاني: المستوى الصرفي

يُعنى الدرس الصرفي الحديث، وهو فرع من فروع اللسانيات ومستوى من مستويات التحليل اللغوي بتناول البنية التي تمثلها الصيغ والمقاطع والعناصر الصوتية التي تؤدي معاني صرفية أو نحوية. ويطلق الدارسون المحدثون على هذا الدرس مصطلح (المورفولوجيا) وهو يشير عادة إلى دراسة الوحدات الصرفية أي: "المورفيمات" دون أن يتطرق إلى مسائل التركيب النحوي.

وتأتي دراسة الصرف على هذا النحو ضمن تسلسل العناصر اللغوية الذي انتهجته اللسانيات الحديثة. وهو يبدأ من الأصوات إلى البنية فالتركيب النحوي ثم الدلالة التي تمثل قمة هذه العناصر وثمرتها.

ومع أن هذا الدرس درس محدث. فإن معظم اللغات المعروفة الحديثة والقديمة عبرت عما تشير إليه المورفيمات كالصيغ والمقولات الصرفية والنحوية كما حفلت بالجدول التصريفية التي حددت أزمنة الأفعال. وهذا الدرس التقليدي للصرف لم يكن مستقلاً بذاته لأنه كان يُتناول ضمن القواعد النحوية. ومعروف أن هذا الدرس غلب عليه المنهج المعياري الذي زادت الطرق التعليمية حدة باحتكامها إلى قواعد الخطأ والصواب وحدها. والصرف عند النحاة كان يعد قسماً للإعراب. إذ عد معظم الدارسين القدامى النحو علماً شاملاً للصرف والإعراب مع أن كلاً منهما يحظى باستقلال المسائل ووضوح الحدود الفاصلة بين هذا وذاك.



ولأن الإعراب لا يقوم إلا على معطيات الصرف فإن النحاة القدامى مهدوا لأبواب الدراسة بالحديث عن اللفظ وأقسامه. وعن الشروط الصرفية التي لا يصح بها هذا الإعراب أو ذلك. وقد تنبه علماءنا القدامى إلى الصلة الوثيقة بين الأصوات والتغييرات الصرفية حين قدموا لأبواب الإدغام والبدل ونحوهما بعرض الأصوات العربية ومخارجها وصفاتها وما يتألف منها في التركيب وما يختلف.

وقد ذكر ابن جني: أن الأولى تقديم درس الصرف على درس الإعراب: "فالتصريف إنما هو لمعرفة أنفس الكلمات الثابتة والنحو إنما هو لمعرفة أحواله المتنقلة".

#### المسائل الصرفية:

وسنكتفي ها هنا بالوحدات الصرفية. فلن نتعرض لتصريف الكلمة لغاية معنوية كالاشتقاق وأنواعه، والنسب والتصغير، ومسائل التعريف والتنكير، ولا لوحدات التغيير التي تدخل على الكلمات لغير غاية معنوية، كالإعلال والإبدال والقلب والنقل والإدغام والمسائل الأخرى كالوقف والإمالة والتقاء الساكنين.

#### الوحدات الصرفية أو المورفيمات:

المورفيم هو أصغر وحدة ذات معنى. وتنقسم الوحدات الصرفية (المورفيمات) إلى ثلاثة أقسام، هي:

#### الأول - المورفيمات الحرة "المستقلة":

التي تقوم بذاتها وتعبّر عن محتواها الدلالي بذاتها؛ كالكلمات غير المزيدة والضمائر المنفصلة. وقد تنوعت في النماذج المختارة ما بين الأسماء الجامدة والمشتقة ومنها أسماء الأعلام، والأفعال (نتيجة اتصال الضمائر بما ذكرناها مع المورفيمات المقيدة).

#### النص الأول: Publicité mobilis 2019 Aïd adha<sup>(1)</sup>

زين، نهار، اليوم، صحة، عيد، الجزائر، الجزائر.

#### النص الثاني: PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019<sup>(2)</sup>

حال، الساعة، خلاص، الله، صحة، الصباح، مراد، احنا، حسب، صفر، الآن، غير، الكل.

#### النص الثالث: Plans Mobtasim 2015<sup>(3)</sup>

الصحة، سلام، العرض، دينار، مائة، دقيقة، عشر، التلفون.

#### النص الرابع: Plans Awel de Mobtasim 2015<sup>(4)</sup>

أول، مائة، دينار، رصيد.

#### النص الخامس: Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=plOgsypJPGk>

<sup>(2)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=TMadPHIBocc>

<sup>(3)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=znkWwSk6Gm0>

<sup>(4)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=Sz1jyG5rOM>

شهر، رمضان، عرض، ألف، دينار، رصيد، عشر، انترنت، هو، العرض.

النص السادس: Win Max Control 1300<sup>(2)</sup>

ألف، انترنت.

النص السابع: Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90<sup>(3)</sup>

الآن، دينار، دقيقة، أربع، ساعة، اليوم، العرض، غاية.

النص الثامن: Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis<sup>(4)</sup>

أنا، الانترنت، حاجة، اليوم، الله، شيء، الجزائر، ورقلة، وهران، قسنطينة.

النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé<sup>(5)</sup>

دائما، ذكي، ثان، تسع، دينار، رصيد.

النص العاشر: Pack Condor G4s<sup>(6)</sup>

الذكي، انترنت، كل، مائة، دينار، نعم، سبع، سبب، آخر، البقاء، الرقم، واحد.

الثاني - المورفيمات المقيدة:

التي لا يمكن أن تقوم بذاتها ولا تعبر عن معناها بذاتها وإنما تقترب بما يوضح معناها، مثل: الضمائر المتصلة، السوابق واللواحق. ويبدو من خلال النماذج السابقة أن هذه الوحدات الصرفية التي ترد إما قبل الكلمة أو بعدها أو في وسطها على شكل مبانٍ زائدة عن الأصل، تنوعت ما بين:

أ. الصدور أو السوابق:

مثل حروف المضارعة (أنبت): انعط، نهدرو، تعرفي، يتكلم، يعود، تحب، ستحصل، يضاعف، يوالكم، انزيدو،

انخوسو، انشوفهم، انكونكتي، يتبدل، يعود، ستضاعف، يُقترح.

ب. الدواخل: مثل التضعيف: كصّر، ستحصل، عبّأت، سجلوا حولوا، عبّئوا، شكّلوا، يتبدّل، تمتّعوا.

ج. الأعجاز أو اللواحق: مثل: الضمائر المتصلة في أواخر الكلمات التالية: عيدكم، كنتم، كانت، راني، رايك، آسنّاي، تعرفي،

اختياركم، اشتراككم، لك، شكّلوا، استفيدوا، خذوا، ذهبتم، كنتم، عليكم، لديكم، عبّأت، يوالكم، ادهشكم، سجلوا، حولوا،

خطكم، عبّئوا، انشوفهم، شكّلوا، زوروا، درتها، شايفهم، انشوفهم، زيدني، تمتّعوا.

<sup>(1)</sup>https://www.youtube.com/watch?v=NBGxH2VTVkg&list=PLSyokeUK7LFIz7oIMXTzbSQdHOt8mDezn&index=2

<sup>(2)</sup>https://www.youtube.com/watch?v=jeHdbD9unZs

<sup>(3)</sup>https://www.youtube.com/watch?v=Kol14xlZNXU

<sup>(4)</sup>https://www.youtube.com/watch?v=tU7y2CLLXQ4

<sup>(5)</sup>https://www.youtube.com/watch?v=RxSooK\_fcac

<sup>(6)</sup>https://www.youtube.com/watch?v=0o1QJO2pNjI

وعلامات التأنيث: مجانية، محدودة، خمسة، رايحة، المحدودة، ستة، صالحة، إضافية.  
وعلامات التنئية والجمع: اتصالات، ساعتين، رقمين، مكالمات، الشبكات، العروض، ألفين، آلاف، مرات، المزايا، أشهر،  
المعلومات، اصحابي، لحباب، شهرين، أحجام، جوازات، مرتين.

#### الثالث- المورفيمات الوظيفية:

التي ليست مستقلة ولا مقيدة: مثل: الظروف وحروف المعاني والأدوات بشكل عام. وقد حفلت النماذج بحروف الجر أكثر من  
غيرها تليها الظروف ثم حروف العطف ثم أسماء الإشارة، ثم الأدوات الأخرى كالاستفهام والشرط:

#### النص الأول: (1)Publicité mobilis 2019 Aïd adha

مع، و، أينما.

#### النص الثاني: (2)PUB Mobilis - 0661 Forfait illimité juillet 2019

بالصّح، اش، يا، عندنا، و، من، ما، على، واش، أو، هذا.

#### النص الثالث: (3)Plans Mobtasim 2015

واش، من، و، أو، كيما، مع، نحو، أينما.

#### النص الرابع: (4)Plans Awel de Mobtasim 2015

عند، مع، و، إذا، لمبتسم، على، بتعبئة، نحو، أينما.

#### النص الخامس: (5)Mobilis PixX 1000 Ramadan 2018

خلال، مع، من، و، نحو، لمدة، أينما، هذا.

#### النص السادس: (6)Win Max Control 1300

لموبيليس، و، ليكم، بالزيادة، على، أو، للدفع، مع، برقمكم، بهذه، لمدة، أينما.

#### النص السابع: (7)Mobilis Nouveau plan Mobtasim 90

مع، و، على، من، لمدة، للاستفادة، لمزيد، أينما، إلى، هذا.

#### النص الثامن: (1)Kamel Bouakkaz et la 3G++ de Mobilis

(1)<https://www.youtube.com/watch?v=plOgsypJPGk>

(2)<https://www.youtube.com/watch?v=TMadPHIBocc>

(3)<https://www.youtube.com/watch?v=znkWwSk6Gm0>

(4)<https://www.youtube.com/watch?v=Sz1yjyG5rOM>

(5)[https://www.youtube.com/watch?v=NBGxH2VTVkg&list=PLSyokeUK7LFIz7oIMXTzbSQdHOr8mDe\\_zn&index=2](https://www.youtube.com/watch?v=NBGxH2VTVkg&list=PLSyokeUK7LFIz7oIMXTzbSQdHOr8mDe_zn&index=2)

(6)<https://www.youtube.com/watch?v=jeHdbD9unZs>

(7)<https://www.youtube.com/watch?v=Kol14xlZNXU>

قبل، و، تاع، ما، واش، أو، مع، على، أي، ماشي، لي، من، بعد، في.

### النص التاسع: Mobilis pack LG prépayé<sup>(2)</sup>

عند، و، بتسع، هذا، أينما.

### النص العاشر: Pack Condor G4s<sup>(3)</sup>

بالمياه، من، عند، بالهاتف، باثنين، لمدة، و، بسبع، هناك، لا، للتفكير، للاختيار، عند، أينما.

### الفرع الثالث: المستوى النحوي (التركيب)

لا تكتفي بنية اللغة بمجرد صياغة المفردات وفق القواعد الصرفية، بل تحتاج إلى وظائف معينة تسمى: (الوظيفة النحوية) وهي التي تحتل الكلمات فيها مواقع معينة "رتباً"، وتشير إليها علامات معينة نسميها علامات الإعراب في العربية، والتي تدل على نوع العلاقة الوظيفية والدلالية التي تربط بين الكلمات أو المفردات داخل التركيب. فالموقع هو ذاته وظيفة: فاعل، مفعول به، تمييز، صفة. . فهو إشارة إلى وظائف، والوظائف هي علاقات دلالية تربط الكلمات بعضها ببعض في الكلام أو وسط الكلام، وتزيد هذه العلاقات الدلالية تحديداً بالعلامات الإعرابية التي هي (مؤشرات رئيسية) وبالتالي تزيد في بيان نوع العلاقة النحوية والوظيفية والدلالية.

وهناك مؤشرات إضافية لغوية تستعين بها اللغة لبيان نوع العلاقة الوظيفية الدلالية التي تربط الكلمات بعضها ببعض داخل التركيب أو الجمل، وهي نوعان:

أولاً- قرائن لفظية، وهي:

#### 1. العلامات الإعرابية:

يغلب تسكين أواخر الكلمات التي تظهر عليها علامات الإعراب، في النماذج المختارة. وحيث إنه ليس في النماذج المذكورة تقديم لمعمول أو عامل عن رتبته، فإنه يمكننا القول إنه لم تكن هنالك ضرورة، في النماذج، لتحريك أواخر الكلمات، لأن الرتب قد تم احترامها.

#### 2. حروف العطف:

تشكّل إلى جانب حروف الجر أكثر المورفيمات المقيدة استعمالاً في النماذج.

#### 3. صيغة الماضي:

تم في النماذج المختارة استعمال أدوات الشرط التي تخرج بالماضي عن زمنه: إذا عبأت. . .

#### 4. الصيغة:

التي هي المبنى الصرفي للأسماء والأفعال والصفات: ليس في النماذج المختارة من الصيغ ما يدعو إلى تكلف التأويل.

<sup>(1)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=tU7y2CLLXQ4>

<sup>(2)</sup>[https://www.youtube.com/watch?v=RxSooK\\_fcac](https://www.youtube.com/watch?v=RxSooK_fcac)

<sup>(3)</sup><https://www.youtube.com/watch?v=0o1QJO2pNjI>

## 5. الرتبة:

الرتبة نوعان:

### أ- رتبة محفوظة:

تم في النماذج المختارة احترامها بحيث تقدم الموصول على الصلة والموصوف على الصفة والفعل على الفاعل والمضاف على المضاف إليه، وكانت لأدوات الشرط والاستفهام والجزم والنفي الصدارة.

### ب- رتب غير محفوظة:

تقدم المبتدأ على الخبر والفاعل على المفعول به والفعل على الحال؛ بحيث لم تكن القرينة الوحيدة لكشف علامة الاسناد.

## 6. المطابقة:

هنالك مطابقة في النماذج المختارة في العلامات الإعرابية، الشخص، العدد، النوع، بحيث كانت التراكيب تامة المطابقة صحتها.

## 7. الربط:

هنالك في النماذج المختارة إبراز للمطابقة بين أجزاء الكلام من خلال الربط بالضمير مستترًا وبارزًا وهو الأغلب.

## 8. التضام:

تم احترامه في النماذج المختارة، وخاصة بين الموصول والصلة وحرف الجر ومجروره واو الحال وجملة الحال وحرف العطف والمعطوف.

## 9. الأداة:

احتوت نصوص النماذج على استخدام الأدوات التالية:

أ. أدوات أصلية: وكانت هي الأكثر، مثل: حروف الجر، وحروف العطف.

ب. أدوات محولة: كأدوات الاستفهام: أينما، التي لم يخل منها إلا نماذج قليلة.

## 10. النغمة:

شكل الإطار الصوتي الذي تنطق به الجملة في السياق سمة مميزة في النماذج المختارة. وخاصة تنغيم الجملة الإستفهامية والمنفية والمؤكد والعرض. فكانت لكل جملة من هذه الجمل أشكالها وصيغها التنغيمية الخاصة بها، بحيث كانت النغمة قرينة أكيدة على المعنى النحوي.

## ثانياً- القرائن المعنوية:

وهي:

### 1. الإسناد:

لم يكن القرينة الوحيدة على احترام الرتب ومواقع الكلمات في النماذج المختارة.

### 2. التخصيص:

كان حاضرا في النماذج المختارة بأشكال ثلاثة مثل: التعدية، الغائية، الظرفية.

#### رابعاً: المستوى الدلالي:

كل المستويات اللغوية السابقة من أصوات وأبنية صرفية وأنساق تركيبية كانت حاملة لمعاني أي "دلالات" واضحة، زادتها الصورة تبلورا وجلاء. بحيث كانت الألفاظ المستعملة سالمة من التعدد الدلالي والتضاد. وكانت المكونات الدلالية للفظ الواحد مؤدية للدلالة المتوخاة منه.

وتم استبعاد الكلمات ذات الدلالة الترادفية التي تطوِّح بالمتلقي بعيدا عن الدلالة المرادة. وكذلك الاشتراك التام في المعنى والتضاد كأن يكون للدالّ الواحد معنيان متضادان.

#### المبحث الثالث: البحث التسويقي

ما دامت المؤسسة تعمل في بيئة تتميز بمنافسة قوية لا بد من أن تهتم بكل خطوة تقوم بها. فمن الناحية التسويقية يتوجب عليها أن تعطي اهتماما كبيرا إلى زبائنها، فإن لم توطد العلاقة بينهم، فستجد نفسها أمام عواقب وخيمة ولا مآل من الإفلاس، وبالتالي لا مناص من عملية الاتصال والتواصل، وفهم كل ما يرغب فيه الزبائن واتجاهاتهم وحتى سلوكياتهم هو أساس وسر نجاحها، وذلك بوضع أهداف المؤسسة وفق ما يتماشى مع تغيراتهم.<sup>(1)</sup>

وهذا لا يمكن أن يكون إلا بالاهتمام بالبحوث التسويقية التي أصبح دورها يتسع إلى درجة أن اعتمدها الكثير من المؤسسات الرائدة في تحسين الاتصال بينها وبين زبائنها. وذلك ما تقوم به الشركات الصينية حيث تعتمد بنسبة 75% من عملياتها الانتاجية والتسويقية على آراء زبائنها، هذا من خلال التواصل معهم عن طريق البحوث التسويقية هذا من جهة.<sup>(2)</sup>

كما يتوجب على المؤسسة - أية مؤسسة - أن تحسن في تكوين عمالها وتوضح لهم أهمية الاتصال وأشكاله وطرقه ومكانته ومدى مساهمته في تحقيق أهدافها والمحافظة على استقرارها فوسائل الاتصال مكتملة لبعضها البعض. فبمجرد تحسين الإعلان يمكن أن يؤثر هذا بشكل ايجابي على باقي وسائل الاتصال الأخرى.<sup>(3)</sup>

وللقيام ببحث تسويقي يتطلب من المؤسسة إمكانيات مادية وبشرية معتبرة. ومن الممكن أن يكون هذا البحث داخل المؤسسة أو خارجها (في السوق المستهدفة) وفي عدة مجالات، وهذا ليس بالأمر السهل، وبالتالي لا بد أن يعود هذا البحث بنتائج قيمة أي قياس قيمة هذا البحث ومدى أهميته، فالقيمة الصافية للبحث التسويقي تساوي القيمة المتوقعة للقرار الذي سوف يتم اتخاذه بمساعدة البحث مطروحا منها القيمة المتوقعة لنفس القرار إذا ما تم اتخاذه بدون مساعدة هذا البحث، مطروحا مما سبق كله تكلفة البحث<sup>(4)</sup> أي:

publié par Gary Armstrong<sup>(1)</sup>, Philip Kotler, principes de marketing, 10e edition, France, pearsoneducation, 2010, p343.

Eric Vermette<sup>(2)</sup>, L'ESSENTIEL DU MARKETING, 3e édition, France, groupe eyrolles, 2010, p423.

Sébastien Soulez<sup>(3)</sup>, Thierry Himber, Said Halla, Marketing stratégique (Exercices de Marketing), 2e édition, France, paris, Gualno, 2010, p187.

ثابت عبد الرحمن إدريس، بحوث التسويق "أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض"، الدار الجامعية للنشر، بدون طبعة، الإسكندرية، 2003: ص 68.

$$ق س = (ق ح - ق ب) - ت ح$$

حيث أن:

$$ق س = \text{القيمة الحقيقية للبحث التسويقي.}$$

$$ق ح = \text{قيمة القرار بمساعدة البحث.}$$

$$ق ب = \text{قيمة القرار بدون البحث.}$$

$$ق ح = \text{تكاليف البحث.}$$

وهناك طرق مختلفة لتقدير قيمة المعلومات، منها طريقة التركيز على الخسارة، ويكمن مضمونها أنه عند تقدير قيمة معلومات البحث التسويقي، حيث تركز على الخسارة المحتملة في حالة اتخاذ قرار خاطئ، وبالتالي يمكن تقدير هذه الخسارة، فإذا كان من الممكن الحصول على معلومات تساعد على تقليص فرص اتخاذ القرار الخاطئ، ومنه يمكن تقدير القيمة الصافية لمثل هذه المعلومات. (1)

فلو فرضنا أن مؤسسة موبيليس تريد طرح شريحة جديدة في السوق "شريحة عائلي" (هي شريحة للنساء على وجه الخصوص لا يمكن أن تستقبل المكالمات إلا بين النساء مع أربعة أرقام للرجال تختارهم صاحبة الشريحة كالأب والأخ والزوج والابن هذه الشريحة هي خصيصا لتفادي الإزعاجات والمشاكل من طرف الآخرين وتتماشى مع تقاليد ومبادئ السوق المستهدفة)، غير أن المؤسسة لا تعرف ما إذا كان هذا المنتج (شريحة عائلي) سوف ينجح أم يفشل، ولكن هذا المنتج سوف يكلف المؤسسة حوالي 90.000.000 د. ج، وتدرك المؤسسة أن فرص النجاح لهذا المنتج هي 60% (أي فرص فشله هي 40%)، وفي حالة إجراء بحث تسويقي بتكاليف 1.000.000 د. ج فان ذلك سوف يؤدي إلى تحسين فرص المؤسسة في اتخاذ القرار الصحيح بخصوص المنتج الجديد.

والإشكال الذي نواجهه هنا هو هل يجب القيام بالبحث التسويقي إذا كانت فرص اتخاذ القرار الصحيح مع وجود البحث يمكن أن تتحسن إلى 75%؟

لحل هذا الإشكال يمكن القيام بالعمليات التالية:

$$\text{التكاليف المتوقعة بدون بحث تسويقي} = 90.000.000 * 40/100 \text{ (فرصة القرار الخاطئ)}$$

$$\text{الخسارة} = 36.000.000 \text{ د. ج.}$$

$$\text{التكاليف المتوقعة مع وجود البحث التسويقي} = 90.000.000 * 25/100 \text{ (فرصة القرار الخاطئ مع الاستعانة بالبحث)}$$

$$\text{الخسارة} = 22.500.000 \text{ د. ج.}$$

$$\text{قيمة البحث التسويقي} = 36.000.000 - 22.500.000 = 13.500.000 \text{ د. ج.}$$

ومنه القيمة المتوقعة للبحث هي: 135.000.000 د. ج أي تحسين فرص القرار من 60% إلى 75% فان البحث ذو التكلفة 1.000.000 د. ج يجب القيام به في هذه المؤسسة.

(1) Catherine Viot، Le Marketing، Gualino éditeur، Paris، EJA، 2005، p 181.

كذلك لا بد أن نشير بأنه لبحوث التسويق دور في تدعيم قرار المؤسسة حول اختيار قطاع سوقي معين ومدى قدرتها على تغطية التكاليف اللازمة لدخوله وما إذا كان هذا الدخول سيحقق الربح المناسب وفق أهداف المؤسسة. وهذا ما يسمى العائد المشروط GC والذي يتم احتسابه وفق المعادلة التالية<sup>(1)</sup>:

$$GC = (P - C) * (CP * \alpha) - RI$$

حيث إن:

GC العائد المشروط أو الجهد اللازم للدخول إلى قطاع سوقي معين.

CP يمثل عدد المستهلكين الموجودين داخل القطاع السوقي الذي يعبر عن اهتمامه بالمنتج.

P سعر بيع الوحدة الواحدة من السلعة.

C تمثل تكلفة إنتاج وتسويق الوحدة.

RI العائد على الاستثمار.

$\alpha$  تمثل نسبة السوق المحتمل دخوله إلى مجمل السوق.

نلاحظ بأنه بالرغم من أن هذه المتغيرات أغلبها يمكن الحصول عليها من داخل المؤسسة، إلا أن المتغير "CP" لا يمكن الحصول عليه من دون اللجوء إلى البحوث التسويقية، فلو أرادت مؤسسة موبيليس معرفة مدى تغطية تكاليفها اللازمة لدخول هذه السوق (تقسيم السوق على أساس الجنس "نساء") بهذا المنتج الجديد "شريحة عائلي" لا بد أن تحدد عدد المستهلكين الموجودين داخل القطاع السوقي اللواتي يعبرون عن مدى اهتمامهم بالمنتج، وهذا العدد لا يمكن تحديده إلا باللجوء إلى القيام ببحوث تسويقية.

أي أنه حين ترغب شركة موبيليس في بيع هذا المنتج الجديد في إحدى القطاعات السوقية الجديدة (سوق النساء)، وقد توفرت لدى تلك الشركة بعض المعلومات المهمة عن هذا السوق وهي: عدد سكان القطاع 10.000.000 نسمة، بلغت نسبة المهتمين بمنتج الشركة نحو 40% من مجمل السكان، بلغت تكلفة إنتاج الشريحة الواحدة 300 د. ج، وسعر بيع الوحدة 600 د. ج، كما وصلت تكاليف العائد المشروط 600.000.000 د. ج،

فالإشكال المطروح هنا هو هل يمكن الدخول إلى السوق وفقاً للمؤشرات السابقة؟

أولاً: نحدد عدد المستهلكين الفعلي المهتمين بالمنتج = 10.000.000 \* 40%

$$= 4.000.000$$

ثانياً: حساب فرق السعر FP:

$$FP = 600 - 300 = 300 \text{ da/u}$$

ثالثاً: النقطة الميتة PM وهي النقطة التي يكون فيها العائد المشروط = صفر، وهنا يجب حساب عدد الوحدات (الشرائح) الواجب إنتاجها وتسويقها للوصول إلى هذه النقطة ونرمز لها بالرمز "X" حيث:

$$X = RI / FP$$

$$X = 600.000.000 / 300 = 2.000.000 \text{ unit}$$

وهي الكمية التي تغطي التكاليف للوصول إلى النفقات:

<sup>(1)</sup> إياد عبد الفتاح النصور، أساليب التحليل الكمي "مدخل لدراسة التسويق الحديث"، دار صفاء للنشر، الطبعة 1، عمان، الأردن،



$$\alpha = 2.000.000/4.000.000 = 0.05$$

حيث  $\alpha$  تمثل نسبة السوق المحتمل دخوله إلى مجمل السوق. وعليه فإن العائد المشروط يمكن الحصول عليه كما يلي:

$$GC = (FP * CP * \alpha) - (RI)$$

$$GC = (300 * 4.000.000 * 0.05) - 600.000.000 = 0$$

إذا أرادت الشركة الدخول إلى القطاع السوقي فيجب أن تكون مبيعتها أكثر من 2.000.000 وحدة لكي تحقق الربح.

### المطلب الأول: العلاقة بين المنظور الإعلاني والنمو الاقتصادي

يلاحظ من خلال المعطيات المتاحة أن عدد المشتركين يزداد من سنة إلى أخرى، إلا أنه قد نقص عددهم في سنة 2008، لكن سرعان ما زاد العدد في السنة الموالية (2009)، كما نلاحظ بأن زيادة عدد المشتركين كانت أكثر ما بين سنة 2004 وسنة 2005 بحوالي تقريبا 4 ملايين مشترك مقارنة بالسنوات الأخرى، كما كانت نسبة الانخفاض بشكل رهيب أي أن المؤسسة فقدت حوالي 02 مليون من المشتركين في سنة 2008م، كما كانت كذلك الحصة السوقية للمؤسسة في هذه الفترة تقريبا تسير بنفس السياق<sup>(1)</sup> أنظر إلى الجدول (3).

كما نلاحظ هنا بأننا أمام مشكلتين هما: لماذا كانت الزيادة أكبر بكثير في السنة 2005 ولم تستمر هذه الزيادة بشكل متوازن مقارنة بالسوق الإجمالية؟

ولماذا انخفض عدد المشتركين بشكل كبير في السنة ما قبل الأخيرة (2008)؟

سنعالج هاتين المشكلتين من خلال المنظور الإعلاني، أي ما هي أهم الرسائل التي كانت توجهها مؤسسة موبيليس في السنتين 2005، و2008؟

فلو نقارن هذه الرسائل مع ما تهدف إليه المؤسسة نجد هناك عدم تناسق بين أهدافها ورسائلها الإعلانية الموجهة لزيائنها، فمن بين أهدافها وأهمها هو الريادة والسيطرة على السوق، وذلك بتغطية السوق على الأقل بنسبة: 95%.

لكن من خلال كل ما لاحظناه من هذه الرسائل من 2004 إلى غاية 2009، نجد أن المؤسسة توجه رسائلها إلى فئة معينة كأصحاب الشركات أو المشتركين الذين يملكون الأرقام 0661، وذوي الأرصدة التي تفوق 1000 دج، هذا كله يمس فئة ذوي الدخل المرتفعة وهي تمثل نسبة قليلة في السوق الجزائرية التي تسيطر عليها الطبقة المتوسطة، أو ذوي القدرة الشرائية المتوسطة.

فلو نبدأ مثلا بأصحاب الاشتراكات 0661 فهم الذين اشتروا الشرائح في وقت كان سعرها يفوق 2000 دج، وأصحاب الشركات أي رجال الأعمال، وذوو الأرصدة التي تفوق 1000 د. ج. كل هذه الخصائص لا تعني إلا الطبقة الغنية، وهي تمثل نسبة قليلة - كما قلنا - في السوق المستهدفة.

<sup>(1)</sup> www.arpt.dz، Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications

وبالتالي يمكننا القول بأن هدف المؤسسة وشعارها (الكل يتكلم) كان متعارضا بشكل كبير مع الرسائل التي كانت توجهها إلى الزبائن المستهدفين؛ مما أحدث تموقعا لدى أذهان الزبائن المنتمين إلى الطبقة المتوسطة بأن خدمات هذه المؤسسة لا تعينهم. وهذا ما سهّل على المؤسسات المنافسة استقطاب هذه الفئة، وبالتالي فقدان مؤسسة موبيليس أكبر فئة كانت ضمن زبائنها المستهدفين. أما في ما يخص محتوى الرسائل الإعلانية نجد أنه: في سنة 2005 أطلقت المؤسسة رسالة في مضمونها هو أنه يمكن لزبائنها التكلم بدون أي تعبئة لمدة شهرين، ويكون الدفع بعد انتهاء هذه المدة (الدفع المؤجل)، كما وجهت رسالة خاصة لأصحاب المؤسسات ومختلف النشاطات أنه يمكنهم التمتع ببعض المزايا وذلك بمنحهم التكلم مجانا مع أرقامهم المفضلة فكلما زاد عدد المشتركين في المؤسسة كلما زاد عدد الأرقام المفضلة، وخصصت عرضا لزبائن الحساب الجاري البريدي، كما نجد أنه في سنة 2008م كان فيه خمسة أرقام مفضلة أي مكالمات مجانية نحو هذه الأرقام طيلة نهاية السنة لأصحاب الدفع البعدي.

لذلك يمكن أن نستنتج مما لاحظناه بأن للمؤسسة سياسة إعلانية واضحة ومحفزة تجعل الزبون ينظر إلى المؤسسة رؤية إيجابية من خلال الثقة التي منحتها إياها المؤسسة، فهي من خلال الرسالة الخاصة بسنة 2005، تريد أن تقول لزبائنها المستهدفين إني أضع الثقة فيكم فستستفيدون من خدمتي قبل أن تدفعوا نقودكم، وهذا له مدلول آخر يمكن أن يستنتجه الزبون من خلال هذه الرسالة وهو أن المؤسسة واثقة من جودة خدماتها وبالتالي لا يمكن للزبون أن يتهاون في الدفع المؤجل مادام أنه مقتنع بنوعية الخدمة المقدمة، فهو ما يجعله يبادل المؤسسة بنفس التعامل الذي غرزه في ذهنه، وهو عامل الثقة. بالإضافة إلى طريقة الدفع المميزة لزبائن الحساب الجاري البريدي.

أي أن المؤسسة تمكنت من تقسيم السوق حسب طريقة حصول الزبون على دخله. وهو تقسيم في غاية الأهمية والدقة، مما جعل عروضها تتلقى استجابة واسعة داخل هذه الشريحة من الزبائن: زبائن CCP .

أما فيما يخص الرسالة الإعلانية الخاصة بسنة 2008م فهو يعكس نظرة سلبية إلى حد ما حول المؤسسة؛ وذلك لعدم قدرتها على الفهم الصحيح لما يرغب فيه زبائنها. فرسالتها كانت دائما تتمحور حول الأرقام المفضلة، أي أن المؤسسة كانت ترى بأن الأرقام المفضلة التي وضحتها في رسالة 2005 هو ما دفع الزبائن إلى التوجه بكثرة نحو خدماتها، في حين حسب ما رأينا في المعطيات السابقة أن عامل الخدمة ثم الدفع هو أهم ما جعل الزبائن يتوجهون بشكل كبير نحو خدماتها.

وبالتالي فإن المؤسسة قد أخفقت نوعا ما في تحديد رسالتها الخاصة بسنة 2008م مما جعل الزبائن ينظرون إليها نوعا ما باللامبالاة وعدم الاهتمام والتماشي مع ما يرغبون فيه لاحقا.

وهذا ما دفع بالمؤسسة لإعادة سياساتها الإعلانية من خلال ما قدمته في سنة 2009 من رصيد إضافي قدره 50%، واشتراك مجاني طول السنة وغير محدود لمن يملكون شريحة الهاتف ذات الرقم 0661 لإعادة تحسين صورتها وتموضعها في أذهان زبائنها واسترجاع مكائنها نوعا ما وهو ما كان قد حدث فعلا.

ملحق الجداول

الجدول (1)<sup>(1)</sup> مختلف ما تضمنته الرسائل الإعلانية لموبيليس من 2004 إلى غاية 2009

<sup>(1)</sup>المصدر: الموقع الإلكتروني لموبيليس، www.mobilis.dz، 13. 03. 2012

السنوات

مضمون الرسائل الإعلانية

2004

تخفيض سعر الشريحة إلى 1000 دج مع رصيد يبلغ 1000 دج، مع تخفيض الأسعار على المستوى الدولي يصل إلى 75%،  
SMS باتجاه الخارج، ثلاث بطاقات تعبئة: 500 دج، 1000 دج، 2000 دج

2005

عرض موبيليت Mobilight هذا العرض يتكيف مع إمكانيات الزبون المادية وكذا الرسائل من موبيليس إلى موبيليس، الدفع  
المؤجل، أي لا يقوم الزبون بدفع قيمة المكالمات التي يجريها إلا بعد انتهاء المدة المخصصة لكل عرض وذلك عن طريق فاتورة،  
العرض الجزائري 08 ساعات من المكالمات مجاناً محتواة في الاشتراك (شهرين)، عرض المؤسسات flotte وهو عرض موجه بالدرجة  
الأولى للمؤسسات ويمكن الاستفادة من هذا العرض بالاشتراك على الأقل في 10 خطوط وتخفيض أسعار الخدمات كلما زاد عدد  
الخطوط المستغلة من طرف المؤسسة. عرض موبيوست Mobiposte هذا العرض مخصص لزبائن الحساب الجاري البريدي

(CCP)

2006

طرح منتج جديد يسمى gosto، مع تخفيض أسعار المكالمات في السهرات، ونهاية الأسبوع إلى 50% بشرط أن تكون  
من gosto إلى gosto

موبيليس تعلن عن مكالمات مجانية للأرصدة الأكثر من 1500 دج، وتخفيض الأسعار إلى 3 دج للمكالمات لأصحاب الأرصدة ما  
بين 500 دج و 1500 دج، وهذا طيلة شهر رمضان، وذلك بالنسبة للمشاركين في الدفع المسبق.

عرض آخر من موبيليس، مكالمات مجانية لأصحاب الدفع ألبعدي الجزائري إلى رقم أو رقمين مختارين من طرف المشترك.

2007

موبيليس تمنح مكالمات مجانية من منتصف الليل إلى منتصف النهار ابتداء من الدقيقة 3 أو 5 في إطار عرض "الليالي الزرقاء  
لموبيليس، وهذا يخص عرض gosto mobilis la carte

2008

عرض ترويجي آخر لأصحاب الدفع ألبعدي premium مكالمات مجانية إلى 5 أرقام المفضلة وهذا إلى نهاية السنة.

2009

50% رصيد إضافي على كل التبعثات صالحة نحو كل الشبكات، الاشتراك الجديد 0661 مجاني وغير محدود كل ليلة ونهاية  
والأسبوع، موبيليس تقترح نتائج شهادة التعليم المتوسط عن طريق الرسائل القصيرة.

الجدول (2)<sup>(1)</sup> عدد المشتركين أو زبائن المؤسسة من 2004 إلى غاية 2009،

Autorité de Régulation de la Poste et des ،<sup>(1)</sup> Source: www. arpt. dz

20-11- 2011. ،p48 ،rapport annuel 2009 ،Télécommunications

السنوات	عدد المشتركين	عدد المشتركين الإجمالي
2004	1176485	4882414
2005	4907960	13661355
2006	7476104	20997954
2007	9692762	27562721
2008	7703689	27031472
2009	10079500	32729824

الجدول (3)<sup>(1)</sup> نسبة الحصة السوقية لمؤسسة موبيليس

السنوات	الحصة السوقية لموبيليس %
2004	24. 10
2005	35. 93
2006	35. 60
2007	35. 17
2008	28. 50
2009	30. 80

#### المطلب الثاني: العلاقة بين الاختيارات اللغوية والنمو الاقتصادي

تميز الخطاب الإشهاري في النماذج المختارة- كما مرّ معنا آنفا- باستخدام ثلاثة مستويات لغوية هي: الفصحى، العامي، والدخيل. وهذا راجع إلى واقع الاستعمال اللغوي في المجتمع الجزائري الذي يشهد خليطا من اللغات والعاميات. فجاءت معظم الإشهارات التي تستخدم الصور الحية باللغة الدارجة لتصل إلى أكبر قدر من المشاهدين؛ لأن وجود الحاجز اللغوي قد يعرقل وصول الرسالة، وأحيانا قليلة بلغة عربية فصيحة وخاصة في الصور غير الحية والرسوم، أو خليطا بين الفصحى والعامية

Autorité de Régulation de la Poste et des ،<sup>(1)</sup> Source: www. arpt. dz  
Télécommunications ،rapport annuel 2009 ،p50 ،20-11-2011.

والكلمات الأجنبية، هذه الأخيرة التي اقتضرت غالبا على اسم المنتج أو الشركة المنتجة له أو العروض المكتوبة، بَعْضَ النظر عن الكلمات الأجنبية التي أصبحت من نسيج العامية؛ فيما أصبح يُسمى بـ "التعاقب اللغوي" وهو ما يعرف بتجاور تراكيب تنتمي للغتين مختلفتين أو أكثر، مشكلة بذلك نصا مكتملا على مستوى بنيته السطحية من دون أن يشعر المتلقي أن فيه إقحاما أو عدم تجانس بين اللغات الموظفة. وقد قدمت المعاجم المختصة هذا الاختراق، كظاهرة لسانية اجتماعية، على أنها استراتيجية تواصلية، يستخدم من خلالها الفرد أو الجماعة تنوعين لسانيين أو لغتين مختلفتين في المقام الاتصالي الواحد.<sup>(1)</sup>

وتبدو العلاقة بين الاختبارات اللغوية وبين النمو الاقتصادي واضحة جليّة من خلال فرض اللغة المحلية ذاتها في مجال الإشهاري أمام الحاجة إلى تسويق المنتج وتقريبه إلى مستهلكين مفترضين لا يتكلمون اللغة الأصل للمنتج، وهذا اعتراف ضمني باللغة المحلية لكنه في الحقيقة اعتراف نفعي اقتصادي.

وتترجم كلٌّ من اللغة الفصحى والأخرى الدارجة وكذلك اللغة الأجنبية الوسط الاجتماعي الذي تنتمي إليه وتوضح طبقاته المختلفة.

ولقد لاحظنا- من خلال الجداول السابقة- كيف يُجَدِّد الجمهور المخاطب طبيعة اللغة المستعملة في الإشهار. فحين كانت المؤسسة تعرض بكثرة، في بداياتها، خدمات الدفع المؤجل، كان الجمهور المستهدف أساسا من رجال الأعمال، وهم في غالبيتهم ذوو ميول فرانكوفونية؛ لذا جاء الخطاب الإشهاري باللغة الدارجة أو بالفرنسية في أكثر الحالات.

وقد أثر ذلك في مبيعات المؤسسة وفي عدد مشتركها، بحيث لم تتحقق القفزة النوعية في عدد المشتركين ولا في حصة المؤسسة من السوق إلا عندما توسّع الجمهور المستهدف بخدمات المؤسسة إلى ذوي الدخل المتوسطة، فأصبحت الشريحة مجانية، انخفض ثمن شرائها بنسبة 2.000% .

وهنا تكثف الخطاب بالفصحى وبالدارجة، بحيث انحصرت الفرنسية في زاوية محدودة اقتضرت على مصطلحات ومسميات منتوجات وكلمات دخيلة أصبحت جزءا من نسيج العامية- كما أسلفنا.

وأضحى التركيز على أسلوب لغة الإشهار، وهذا في المقام الثاني، واردا بل مطلوبا. بحيث يُدرك الدارس لإشهارات ما بعد مرحلة الدفع المؤجل، أو لِنَقُلْ: مرحلة مجانية الشريحة أو مرحلة الدخل المتوسطة، انتقائية في الأسلوب الدلالي وتداولها ما بين الخبر والإنشاء، أي بين الجُمْل الخيرية التي تعرض الخدمات والمنتوجات، وما بين الجُمْل الإنشائية التي تُغري المتلقي بالمبادرة إلى الاستفادة من العروض والخدمات التي تقدمها المؤسسة.

ولقد ساعدت السياسة الإعلانية للشركة، من بين عوامل أخرى، خاصة بعد توسيع دائرة المستهدفين بالخدمات والعروض، على زيادات ضخمة في أعداد المشتركين، في الهاتف النقال؛ إذ زاد هؤلاء بما يناهز مليوني وثمانمائة ألف مشترك في سنة 2016 مقارنة مع سنة 2015، كما زاد عدد المشتركين في خدماتها بحوالي مليون ونصف المليون مشترك في سنة 2017 مقارنة بسنة 2016. وتجاوزت مؤسسة موبيليس بذلك منافستها اللتين لم تسجلا زيادة في أعداد المشتركين في السنوات المذكورة، بل تراجعت أعدادهم. فتراجعت إحداها بحوالي سبعمائة ألف مشترك ثم بحوالي مشترك تباعا في سنتي 2016 و 2017 مقارنة مع سنة 2015 والتي تليها. في ما كانت في المقدمة. وتراجعت الأخرى تراجعا طفيفا في السنوات المذكورة وظلت بعيدة وراء مؤسسة موبيليس.

<sup>(1)</sup> المرجع نفسه: ص 23.

كما قفزت حصة موبيليس السوقية إلى أكثر من 40 في المائة سنة 2017 لتصبح الأولى بعيدا أمام المنافستين الآخرين.<sup>1)</sup>

---

<sup>(1)</sup> [https://www.arpce.dz/fr/doc/pub/raa/raa\\_2017.pdf](https://www.arpce.dz/fr/doc/pub/raa/raa_2017.pdf)

خاتمة

## خاتمة

حاولنا في هذا البحث الكشف عن دور اللغة في التنمية الاقتصادية في الجزائر من خلال سياسة الإشهار في مؤسسة موبيليس. كما حاولنا تلمس ملامح التخطيط اللغوي في الجزائر من خلال الاختيارات اللغوية لهذه المؤسسة وأدائها اللغوي، عبر دراسة تطبيقية على نماذج إعلانية أصدرتها نفس المؤسسة.

وذلك رجاء الكشف عن مدى تفعيل اللغة في مؤسسة الاتصال هذه، من أجل تحقيق نموها الاقتصادي. وتعرضنا، في خضم ذلك لمعرفة أثر التعدد اللغوي على النمو الاقتصادي.

ولقد تبين لنا أهمية رسم الملامح العامة لتخطيط لغوي ناجح، يأخذ النواحي الاقتصادية للغة بالحسبان. ورغم سوء تدبير التعدد اللغوي، في الجزائر، فإن تعايش المتصلين اللغويين الكبيرين: العربي والأمازيغي - وكذلك المتصل الثالث، لم يعرف أي نزاع لغوي يذكر بين ألسن الهوية.

وتعكس مظاهر وعوامل عديدة غياب سياسة لغوية واضحة المعالم، من بين تلك المظاهر والعوامل:

- أن السياسة اللغوية تدرج في إطار خيارات ثورية مبنية على الهوية بحيث تناست البعد الإنساني هذا، موازاة مع خيار ثوري آخر جعل الاهتمام منصباً خصيصاً على التنمية الاقتصادية، مما جعل مفهوم التعريب مثاليا نظريا غير مطبق على أرض الواقع.

- أنها لم تصل في تخطيطها إلى مرحلة التعميم التي ينص عليها الباحثون، إذ يقر الباحثون أنه إذا تبنت السلطة الوطنية سياسة لغوية، واختارت لغة وطنية، يجب أن تعمم هذه اللغة، وهو ما لم يحدث في الجزائر.

- أن الجزائر الرسمية متعددة اللغات، فهناك ازدواجية رسمية تتعارض مع الدستور.

- أن السياسة اللغوية أنتجت إنسانا جزائريا، يتعصب للغة الآخر، ولأفكاره، وقيمه أكثر مما يتعصب للغة وقيم مجتمعه، مع أن المواطن الجزائري نفسه مشدود بعامل الهجرة إلى الآخر، ومن المعروف أن أهم العوامل التي تساعد على انتشار اللغة - أية لغة - إضافة إلى العوامل الاقتصادية هي: الغلبة والهجرة الكثيفة والاستعمال والتحول الديني والتخطيط اللغوي الرسمي وكذلك النقل والتجارة .

- أن التخطيط اللغوي الرسمي، وإن وجد، فإنه لا يلبي الطموحات اللغوية، فهناك تخلف إبلاغي وبلاغي في المجتمع.

- أن السياسة اللغوية المتبعة في الجزائر لم ولن تكون قادرة على تحقيق تنمية اجتماعية تتسم بالعدالة نظرا لغياب البعد اللغوي في علاقته بالتنمية البشرية، في نفس الميثاق الذي تجاهل تحت تأثير حمى الثورة دور المواطن الجزائري في التنمية، بينما جعل كل صغيرة وكبيرة في أيدي الدولة.

- تكريس الازدواجية اللغوية غير المتكافئة التي كرّست بدورها تشتيت فكر المواطنين الجزائريين، فلم تعد نظرهم للكثير من المفاهيم الحساسة موحدة، كمفهوم الوطن، ومصالح الوطن العليا، ومفهوم الأمة، ومفهوم الاستقلال



والوطنية، وغيرها من المفاهيم التي يفترض أن تكون موحدة عند الجزائريين، فالتعريب رسمي والفرانكوفونية مجتمعية، والأمازيغية دستورية.

- هيمنة غير العربية على بعض القطاعات الحيوية والمنتجة التي لها تأثير كبير في الحياة العامة.
- عدم وجود سياسة لغوية واضحة، وتخطيط لغوي له أبعاده ومقاصده وغاياته.
- الارتجال المتعمد في معالجة القضايا والمعضلات اللغوية في التعليم والإعلام والإدارة وغير ذلك من القطاعات الوازنة والمؤثرة في الحياة العامة.
- عدم تفعيل نصوص من قبيل الميثاق الوطني الجزائري الذي ينص على " أن الخيار بين اللغة العربية ولغة أجنبية أمر غير وارد البتة ولا رجعة في ذلك، ولا يمكن أن يجري النقاش حول التعريب بعد الآن، إلا فيما يتعلق بالمحتوى والمناهج والمراحل".<sup>(1)</sup> والدستور الذي تنص المادة الثالثة منه على أن " اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية... وتمازغت هي كذلك لغة وطنية"<sup>(2)</sup>.
- أن الميثاق الوطني اكتفى بالعموميات في ترسيمه للغة العربية، فكان مجرد إعلان مبادئ، ومن شأن غياب تشريح وتفسير العموميات، في خضم التوجيه الثوري، أن يهيئ الأرضية لتناقض التفسيرات في ميدان التطبيق.
- قلة الإلمام بمنهجية البناء اللغوي أي أنه لا يوجد منهج علمي مدروس لتدريب التلاميذ والطلبة على تفعيل اللغة الصحيحة وجعلها لغة التعليم وكفاءة العملية التعليمية.
- النقص الملحوظ في الحوافز المادية والمعنوية.
- الغياب التام للبحوث الجيدة ذات المستوى الرفيع.
- استنزاف الموارد البشرية المؤهلة ونهبها، بمعنى هجرة الأدمغة.
- السعي البطيء لتوطين المعرفة باللغة الوطنية.
- ضعف الترجمة وانحصار الرصيد المعرفي في العلوم الدينية والتراث.
- الخلط بين أهداف التنمية والقوانين المنظمة لها.
- إهمال التدريب وتنمية المهارات.
- غياب الكتاب الجامعي.
- عدم تخصيص ميزانيات خاصة بنشر المجالات العلمية في مختلف الجامعات الجزائرية.

<sup>(1)</sup> الميثاق الوطني الجزائري (1986، ص 14)

<sup>(2)</sup> (المادة 3 من دستور 1996)

وبناءً على التجارب المتعددة والخبرات المتراكمة وعلى الأسس العلمية التي يؤكدتها الباحثون، نرى أنه ينبغي بالضرورة التوجه نحو الجانب التطبيقي العملي لتعليم اللغة العربية. لأنه لا مناص من مواجهة المشكلات الكبرى التي تواجه اللغة العربية في طريقها نحو النمو والتوسع، إلا بالسعي بحثاً عن أفضل السبل والتقنيات التعليمية الصائبة في عالم تزدهم فيه اللغات وتتنافس بل وتتصارع إلى حد التقاتل، لتحيا لغات وتموت أخرى.

ومن بين النتائج الرئيسة التي توصلنا إليها في هذا البحث:

- ضرورة وجود سياسة لغوية واضحة المعالم.
- حتمية التخطيط اللغوي.
- تفعيل وتعميم السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي.
- تبني المؤسسات للسياسة اللغوية الرئسية.
- وضع سياسة إعلانية لمؤسسة موبيليس محددة بدقة، فهناك عدم تناسق بين شعارها الرئيسي ومحتوى رسائلها الإعلانية.
- يمكن للمؤسسة تتبع مدى تقبل زبائن هاته الرسائل ومواقفه ما تجاهها، وذلك من خلال بوث تسويقية واسعة.
- توسيع محتوى رسالتها الإعلانية لتصل إلى أكبر شريحة موجودة في السوق وهذا ما يساعدها في تحقيق أهدافها.

## خاتمة

- الاهتمام ببحوث الإعلان وبووث سلوك المستهلك، ما يساعدها في صياغة رسائلها الإعلانية التي قد تغير مواقف الزبائن الذين فقدتهم المؤسسة ولاسيما الزبائن الذين فقدتهم في سنة 2008 م، ولم لا استقطاب زبائن جدد.
- بوث التسويق اللغوية تمكن المؤسسة من تقسيم السوق بطرق دقيقة وبالتالي توجيه منتجات تناسب مع هاته التقسيمات والذي يؤدي بدوره في نفس الوقت إلى تلقي استجابة واسعة من طرف الشريحة المستهدفة.

وعلى العموم يمكن القول بأن رسم معالم سياسة لغوية له مزايا عديدة في تحسين الاتصال بين المنتج والمستهلك، وذلك باستخدام كافة مجالات بوث التسويق وتوسيعها في الميدان الاتصال، لتفعيله وتضييق الفجوة الاتصالية بين المنتج والمستهلك.

# المصادر والمراجع

المصادر والمراجع  
القرآن الكريم.

المصادر والمراجع باللغة العربية

1. إبراهيم أنيس، في اللهجات العربية، مطبعة أبناء وهبة حسان، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2003
2. إبراهيم دسوقي أباطة، الاقتصاد الإسلامي مقوماته ومناهجه، دار لسان العرب، لبنان، منشورات يوسف خياط
3. إبراهيم مصطفى. أحمد الزيات. حامد عبد القادر. محمد النجار، المعجم الوسيط، دار الدعوة، تحقيق ونشر: مجمع اللغة العربية
4. ابن جني، أبو الفتح عثمان، الخصائص، تحقيق: محمد علي النجار، دون طبعة - دون تاريخ، عالم الكتب، بيروت.
5. ابن خلدون عبد الرحمن بن محمد بن خلدون الحضرمي، المقدمة، دار القلم، 1984، بيروت
6. ابن خلدون، مقدمة ابن خلدون، ج1، دار نفضة، مصر، ط3، 1979م
7. ابن قتيبة، عيون الأخبار، طبعة القاهرة، 1928. 1930
8. ابن منظور، (أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم)، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ط1، د. ت. مجلد 12
9. أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي، المحكم والمحيط الأعظم، تحقيق عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلمية، 2000م، بيروت
10. أحمد الضبيبي، اللغة العربية في عصر العولمة، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1422هـ/2001م
11. أحمد أمين، ضحى الإسلام، مكتبة النهضة المصرية، 1933
12. أحمد بن أبي بكر بن إسماعيل البوصيري، إتحاف الخيرة المهرة بزوائد المسانيد العشرة، دار الوطن، 1420هـ - 1999م
13. أحمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي، المصباح المنير، المكتبة العلمية، بيروت
14. أحمد بوعود، وآخرون، "آليات الخطاب الإلهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
15. أحمد طالب الإبراهيمي: من الاستعمار إلى الثورة الثقافية، ترجمة عيسى حنفي، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر
16. أحمد عزوز، "التخطيط اللغوي والمصطلحات الحايثة"، في: أعمال الملتقى الوطني حول التخطيط اللغوي، ج1 (2012، )
17. أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، م1، عالم الكتب القاهرة، ط1، 2008
18. أحمد معوض نازلي: التعريب والقومية العربية في المغرب العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، 1987
19. أحمد يوسف، سيميائيات التواصل وفاعلية الحوار، المفاهيم والإجراءات، منشورات مخبر السيميائيات وتحليل الخطاب، جامعة وهران، ط 1، 2004
20. أحمد، ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، دار الكتب العلمية، ط1، 1999
21. إدريس القرني، وآخرون، "آليات الخطاب الإلهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
22. إسماعيل الكيلاني، لماذا يريفون التاريخ ويعبثون بالحقائق؟ دار الغرب الإسلامي، بيروت، 2015م
23. إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت، الطبعة الرابعة، 1407 هـ - 1987 م،
24. إميل بديع يعقوب، فقه اللغة العربية وخصائصها، ط1، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1985م

25. أنيس فريجة، نحو عربية ميسرة
26. أنيس، إبراهيم، الألفاظ ومعانيها كانت رموزاً للدلالات، مجلة العربي الكويتية، العدد: 100، آذار 1967م
27. أوبيدي كانريونيل آكورطيس، "التمثل الثقافي في ترجمة الإعلانات التجارية"، في "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
28. إياد عبد الفتاح النسور، أساليب التحليل الكمي "مدخل لدراسة التسويق الحديث"، دار صفاء للنشر، الطبعة 1، عمان، الأردن، 2011
29. باتريك سميث، اليابان (رؤية جديدة)، ترجمة سعد زهران، عالم المعرفة. ع 268.
30. برونو ترونيني، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
31. بشر، كمال، (1997)، علم اللغة الاجتماعي: المدخل، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع
32. بشير إبرير، قوة التواصل في الخطاب الإشهاري دراسة في ضوء اللسانيات التداولية، مجلة اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية، عدد 13، 2005،
33. بلوغ الأرب في معرفة أحوال العرب: محمود شكري الألوسي، الطبعة الثانية، 1924م، الجزء الأول
34. بن يوسف بن خدة، اتفاقيات ايفيان، تعريب لحسن زغدار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
35. بوجمعة وعلي، (2018)، اللغة العربية والتنمية: المسيرات والمعيقات، دار إي كتب، لندن
36. بيبير غيروز، السيمياء، ترجمة أنطون بن زيد، منشورات عويدات، بيروت، ط 1، 1984
37. بيتر بي سيل، الكون الرقمي - الثورة العالمية في الاتصالات، ترجمة ضياء وزاد، مراجعة نيفين عبد الرؤوف، مؤسسة هنداي، 2017
38. تاريخ آداب اللغة العربية، جرجي زيدان، مراجعة الدكتور شوقي ضيف، دار الهلال، الجزء الأول
39. التخطيط اللغوي ومكانته في تدبير الشأن اللغوي، تر: فضل الله كسيكس وزهير سوكاح، الجمعية الدولية للمترجمين العرب
40. تقرير المعرفة العربي 2009، نحو تواصل معرفي منتج، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، المكتب الإقليمي للبلدان العربية ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، دار الغرير للطباعة والنشر، دبي، 2009
41. ثابت عبد الرحمن إدريس، بحوث التسويق "أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض"، الدار الجامعية للنشر، بدون طبعة، الإسكندرية، 2003
42. جبهة التحرير الوطني: ملفات وثائقية نصوص أساسية، نشر وزارة الإعلام والثقافة، الجزائر، 1976
43. جرهارد هلبش، تطور علم اللغة منذ عام 1970، ترجمة: سعيد بحيري، القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2007
44. جلال أمين، خرافة التقدم والتأخر: العرب والحضارة الغربية في مستهل القرن الواحد والعشرين، دار الشروق، 2005
45. جمال الدين لعويسات، العلاقات الاقتصادية الدولية والتنمية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2000.
46. جمعة سيد يوسف، سكولوجية اللغة والمرض العقلي، المدى
47. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمانة العامة للحكومة، قانون الإجراءات المدنية والإدارية 2008.
48. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، رئاسة الجمهورية - الأمانة العامة للحكومة، قانون الإعلام، 2012

49. الجمهورية الجزائرية، التلفزيون الجزائري، المرسوم التنفيذي 91-02 بشأن وسائل الإنتاج النشر الإذاعي، 1986.
50. جميل حمداوي، سيميولوجيا التواصل وسيميولوجيا الدلالة، مجلة فكر ونقد، المغرب، العدد 88، أبريل 2007
51. جميل عبد المجيد، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
52. جودث جرين، التفكير واللغة، ترجمة: عبد الرحمن عبد العزيز العبدان، الرياض، ط دار عالم الكتب، 1990م
53. جورج بوليتزر، المادية والمثالية في الفلسفة، ترجمة وتعليق إسماعيل مهداوي، المكتبة التقدمية، د. ت.
54. جوزيف عبود كبة، «محاضرات في علم النفس التجاري»، دار النشر، حلب، سوريا، 1980م
55. جون جوزيف، اللغة والهوية، ترجمة عبد النور خراقي، عالم المعرفة، عدد 342، سنة 2007.
56. جيمس طوليفسن، السياسة اللغوية خلفياتها ومقاصدها، ترجمة: محمد خطابي، الرباط: مؤسسة الغني للنشر، 2007
57. الحاج، كمال يوسف، في فلسفة اللغة، الطبعة الثانية - 1978م، دار النهار - بيروت
58. الحسن مادي، السياسة التعليمية بالمغرب ورهانات المستقبل، منشورات مجلة علوم التربية، - 4 ط 1، 1999.
59. حسين حمدي الطوبجي، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، الكويت، دار القلم، 1982
60. حشماوي محمد، النظام الاقتصادي العالمي الجديد، جامعة الجزائر، 2006
61. حلیم بركات، المجتمع العربي المعاصر، بحث استطلاعي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 2، 1985.
62. حمزة المزيني، مراجعات لسانية، الجزء الأول. كتاب الرياض العدد 79 1421هـ-
63. حنفي بن عيسى، «محاضرات في علم النفس اللغوي»، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، ط 3، 1990
64. خالد بسندي، مصطلح الكفاية وتداخل المفهوم في اللسانيات التطبيقية، عمان، المجلة الأردنية في اللغة العربية وآدابها، المجلد 5 العدد 1، محرم 1430هـ/كانون الثاني 2009م
65. خلفي عبد السلام، (2000)، اللغة الأم وسلطة المؤسسة، مبحث في الوضعية اللغوية والثقافية بالمغرب
66. خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، المكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، 2001
67. دافيد فيكتوروف، الإشهار والصورة، صورة الإشهار، ترجمة سعيد بنكراد، منشورات ضفاف
68. دانييل بونيو: الاتصال ضد الإعلام، ترجمة نصر الدين لعباضي، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع: آراء ورؤى، دار القصة، الجزائر 1999
69. دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية 1996
70. الدكتور عبد الجليل مرتاض، رحاب اللغة العربية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004 م.
71. دوانة مايكيلا بوبا، وآخرون، " آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
72. دوغلاس بروان، أسس تعلم اللغة وتعليمها، ترجمة: عبده الراجحي وعلي شعبان، بيروت، ط دار النهضة العربية، 1994م
73. دوسوسير، فصول في علم اللغة العام، ترجمة: أحمد نعيم الكراعين، ط 1، الإسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 1985م
74. ديتريش، البرت، الدراسات العربية في ألمانيا- تطورها التاريخي ووضعها الحالي-، فرانز شتاينر، فيسبادن، 1962م
75. رابح تركي: "جهود الجزائر في تعريب التعليم العالي والتقني الجامعي 1962-1984"، مجلة الثقافة، ع 91، الجزائر: 1985
76. الرازي، مختار الصحاح، تحقيق أحمد إبراهيم زهوة، دار الأصاله، بيروت، 2005

77. راشد البراوي، التفسير الاشتراكي للتاريخ، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1947م
78. رالف فاسولد، علم اللغة الاجتماعي للمجتمع، ترجمة: ابراهيم صالح، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1995م
79. راي تريكر، الالكترونيات البصرية وتكنولوجيا الألياف البصرية، ترجمة إنعام عجاج، منشورات مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية والمنظمة العربية للترجمة، الطبعة الأولى، بيروت، 2011
80. رشدي أحمد طعيمة، تعليم العربية لغير الناطقين بها، مناهجه وأساليبه، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، الرباط، 1989
81. رشيد بن حدو، قراءة في القراءة، مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد 49.48، سنة 1988
82. رفعت محجوب، الاقتصاد السياسي، ج1، دار النهضة العربية، مصر، 1975.
83. رمضان عبد التواب، بحوث و مقالات في اللغة، ط2، مكتبة الخانجي بالقاهرة، 1988م
84. رولان بارت، البلاغة القديمة، ترجمة عبدالكبير الشرقاوي، نشر الفنك، 1984.
85. رولان، بارت، (2002)، درجة الصفر في الكتابة، ترجمة محمد نديم خشفة، حلب، مركز الإنماء الحضاري
86. ريتشارد هدسون، علم اللغة الاجتماعي، ترجمة: محمود عياد، مصر: عالم الكتب، 1990.
87. رمي ريفيل، الثورة الرقمية ثورة ثقافية، ترجمة سعيد بلمبخوت، مراجعة الزاوي بغورة، عالم المعرفة، منشورات المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت
88. زكرياء أحمد عزام، عبد الباسط حسونة، وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر، الطبعة2، عمان، 2011
89. الزمخشري، أساس البلاغة، دار صادر، بيروت، 1979.
90. الزمخشري، أسرار البلاغة، بيروت، لبنان، ط1، 1992
91. زيتون محيا، التجارة بالتعليم في الوطن العربي- الإشكاليات والمخاطر والرؤية المستقبلية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013
92. زيد بن محمد الرماني، اللغة الاقتصادية المعاصرة، كتاب الرياض، العدد 67، مؤسسة الإمامة الصحفية، الرياض، يوليو 1999م
93. ساطع الحصري، "أبحاث مختارة في القومية العربية"، القاهرة، دار المعارف، 1964
94. سالم توفيق النجفي، أساسيات علم الاقتصاد، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2000
95. سراج أحمد، دور الصحافة في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة دراسات عربية، عدد7، مايو 1985
96. سعيد الأفغاني، نظرات في اللغة عند ابن حزم، دار الفكر، بيروت، 1969، ط 2
97. سعيد بن كراد، السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها، منشورات الزمن، الكتاب 11
98. سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية المرجعية والجمالية والمدلول الإيديولوجي، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 112، 113، 2000
99. سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية المرجعية والجمالية والمدلول الإيديولوجي، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 112، 113، 2000
100. سعيد بنكراد، " الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة "، مجلة علامات، العدد 7، 1997م

101. سلامة موسى، البلاغة العصرية و اللغة العربية
102. سميح أبو مغلي، في فقه اللغة و قضايا العربية، ط1. دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 1987م
103. سمير الزغي، سيميولوجيا الصورة الإشهارية، الحوار المتمدن-العدد: 3617 - 2012 / 1 / 24
104. سيغريد هونكة: من الاستيلا ب إلى استرجاع الهوية، ملتقى الفكر الإسلامي الأول، الجزائر، 1974
105. شارل ديغول، مذكرات الأمل، منشورات عويدات، بيروت، دون تاريخ
106. الشريف الجرجاني، التعريفات، مؤسسة الرسالة ناشرون، ط1، 2006.
107. شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال - قضايا معاصرة - التأثيرات السياسية والاجتماعية لتكنولوجيا الاتصال، المدينة برس، القاهرة، الطبعة الأولى، 2003، محمود علم الدين، ثورة المعلومات ووسائل الاتصال، السياسة الدولية، السنة 32، العدد 123، يناير 1996م
108. صالح بلعيد، "لماذا نجح القرار السياسي في الفيتنام وفشل في... !"، مجلة التعريب 12، عدد 24 (2002).
109. صالح فيلاي: إشكالية الثقافة في الجزائر المبادئ الأساسية و الإيديولوجية الممارية، الأزمة الجزائرية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1999
110. الطاهر زرهوني: التعليم في الجزائر قبل وبعد الاستقلال، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر 1993
111. الطيب البكوش، إشكاليات الفصحى و الدارجات، بحث جاء في كتاب "من قضايا اللغة العربية المعاصرة"
112. عادل فاخوري، علم الدلالة عند العرب، دراسة مقارنة مع السيميائية الحديثة، دار الطليعة، بيروت ط 2، 1994
113. عبد الحميد أبو سليمان، الأمة وأزمة الثقافة والتنمية، ندوة برنامج حوار الحضارات، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، القاهرة، دار السلام ط1، 2007.
114. عبد الحميد مهري: "بعض نواحي التجربة الجزائرية في ميدان التربية والتعليم"، مجلة الثقافة والثورة، ع4، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الجزائر: 1981
115. عبد الحى أحمد محمد سالم (1996)؛ السواحيلية بالحروف العربية، بحث منشور بمجلة كلية اللغات والترجمة، جامعة الأزهر، العدد 27، القاهرة.
116. عبد الرحمان الحاج صالح، أثر اللسانيات في النهوض بمدرسي اللغة العربية، مجلة اللسانيات. ع. 1974، جامعة الجزائر. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي وأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية
117. عبد الرحمان سلامة: "التعريب في الجزائر من خلال الوثائق الرسمية"، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر: 1981
118. عبد الرحمان يجوي، تنمية اللّغة ولغة التّسمية في الوطن العربيّ، المركز العربي للدراسات، 12 ديسمبر، 2011
119. عبد الرحمان يجوي، تنمية اللّغة ولغة التّسمية في الوطن العربيّ، المركز العربي للدراسات، 12 ديسمبر، 2011
120. عبد الرحمن الحاج صالح، جريدة الشروق اليومي، عدد 2341، تاريخ 1 جويلية 2008م.
121. عبد الرحمن بودراع، مصطلح اللسان في العلوم الشرعية، ندوة الدراسة المصطلحية، 1996.
122. عبد الرحمن جبران، مفهوم السيميائيات، الحوار الأكاديمي والجامعي، العدد الأول يناير 1988
123. عبد الرحمن حاج صالح: المدرسة الخليلية ومشاكل علاج العربية
124. عبد الرحيم مودن، الصورة الإشهارية والخطاب الأدبي، علامات، العدد 18، 2002، المغرب.
125. عبد السلام المسدي، العرب والانتحار اللغوي، دار الكتاب الجديد المتحدة، الطبعة الأولى، 2011،



126. عبد السميع سالم الهراوي، لغة الإدارة العامة في صدر الإسلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986
127. عبد العالي الودغيري، الفرنكفونية والسياسة اللغوية والتعليمية، 1993.
128. عبد العالي الودغيري، اللغة والدين والهوية، ط 2000
129. عبد العالي بو طيب، آليات الخطاب الإشهاري، مجلة علامات في النقد، المجلد 13 الجزء 49، نادي جدة الأدبي، المملكة العربية السعودية، 2003
130. عبد القادر الفاسي الفهري، اللسانيات واللغة العربية
131. عبد القادر الفاسي الفهري، اللغة والبيئة، منشورات الزمن، كتاب 38.
132. عبد القادر الفاسي الفهري، دعم اللغة العربية، تقرير للألكسكو، مارس 2004.
133. عبد الله البريدي، التخطيط اللغوي: تعريف نظري ونموذج تطبيقي، ورقة بحثية أقيمت في الملتقى التنسيقي للجامعات والمؤسسات المعنية باللغة العربية، الرياض:
134. عبد الله الركيبي: الفرنكفونية مشرقا ومغربا، دار الأمة، الجزائر: دون تاريخ
135. عبد الله الشمري، السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي في العالم العربي، صحيفة الاقتصادية الالكترونية، عدد 5888، بتاريخ: 24\_نوفمبر 2009. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي وأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية
136. عبد الله شريط، نظرية حول سياسة التعليم والتعريب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984م
137. عبد المجيد النوسي، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
138. عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي وأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة
139. عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاري مكوناته وآليات استقباله، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 84 . 85، مركز الإنماء القومي
140. عثمان سعدي: قضية التعريب في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر: 1984
141. عثمان شوب: "من اللغة تبدأ ثورة التجديد"، مجلة الأصالة، عدد خاص بالتعريب، مطبعة البعث، قسنطينة: 1973
142. عز الدين المناصرة، الهويات والتعددية اللغوية، دار مجدولاي للنشر والتوزيع الاردن، ط1 سنة 2004م
143. العشري، محمد نافع، (2007-2008)، المشهد اللغوي المغربي، دراسة في ضوء الازدواجيات المترابطة، رسالة دكتوراه، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة فاس ظهر المهرار
144. عصام نور الدين، علم وظائف الأصوات اللغوية . الفونولوجيا . ط1، دار الفكر اللبناني، بيروت، لبنان، 1992م
145. عصام نور الدين، الإعلان وتأثيره في اللغة العربية، مجلة الفكر العربي، العدد 92، 1998
146. عفيف بهنسي، الحرف العربي و جولاته في العالم، مجلة اللسان العربي
147. علي بن أحمد بن حزم الأندلسي أبو محمد، الإحكام في أصول الأحكام، دار الحديث، 1404هـ، القاهرة،
148. علي عبد الواحد وافي، فقه اللغة، ط11، دار نضضة مصر للطبع و النشر، القاهرة، 1988م
149. علي عبد الواحد وافي: اللغة والمجتمع، الطبعة الرابعة، شركة مكتبات عكاظ للنشر والتوزيع
150. عمار بوحوش، لغة التنمية وتنمية اللغة، محاضرة أقيمت بالمجلس الأعلى للغة العربية ضمن منبر حوار الأفكار في يوم 2010/04/13

151. عمارة، اسماعيل أحمد، المستشرقون ونظرياتهم في نشأة الدراسات اللغوية، دار حنين، عمان- الأردن، ط2، 1992م
152. عمر عبيد حسنة، اللغة وبناء الذات، تقديم كتاب الأمة، ع 101، سنة 1425هـ.
153. عمراني المصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، مجلة فكر ونقد، عدد 34، 2000
154. ف، فريز بوند، «: مدخل إلى الصحافة»، ترجمة راجي صهيون، مؤسسة بدران، بيروت، 1964
155. الفاسي الفهري عبد القادر، 2007، حوار اللغة، منشورات زاوية، الرباط.
156. فانسو كوبولا، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم 20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
157. فخر الدين قباوة، المهارات اللغوية و عروبة اللسان . البحوث و دراسات في علوم اللغة و الأدب . ط1 دار الفكر، دمشق، سورية، 1420هـ/ 1999م
158. فريدريك انجلز، ضد دوهرنك، ترجمة محمد الجندي وخيري الضامن، دار التقدم، موسكو، 1984م
159. فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ترجمة د. أحمد عوض، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد 263، نوفمبر 2000م
160. فؤاد بو علي، مكانة اللغة العربية في الدراسات اللسانية المعاصرة، عمان، مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، العدد 53 السنة الحادية والعشرون، ذو القعدة 1417هـ، ربيع الآخر 1418هـ
161. فواز الزبون، "دور التخطيط اللغوي في خدمة اللغة العربية والنهوض بها، " في: أعمال مجمع اللغة العربية الأردني، ع 50 (2009)
162. فواز الزبون، "مرثيات التخطيط اللغوي: عرض ونقد، " في: أعمال مجمع اللغة العربية الأردني، ع 51 (1996)
163. فيردناند دي سوسير، محاضرات في علم اللسان العام، ترجمة عبد القادر قنيني، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، ط 1، 1987م
164. فيصل الحفيان: العلاقة بين اللغة والهوية، ضمن " اللغة والهوية وحوار الحضارات"، جامعة القاهرة، برنامج حوار الحضارات، 2006
165. فينيغان إدوارد، (2009)، السوسيولسانيات والقانون: دليل السوسيولسانيات، فلوريان كولماس، ترجمة خالد الأشهب، ماجدولين النبيهي، الطبعة الأولى، منشورات المنظمة العربية للترجمة، بيروت
166. قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2005
167. قدور، أحمد محمد، 2008، مبادئ اللسانيات، دار الفكر، دمشق
168. قدور، أحمد، المدخل إلى فقه اللغة العربية، جامعة حلب، دون طبعة، 2003م
169. كاظم المياحي، "التعدد والإزدواج في ضوء السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي، " في: أعمال الملتقى الوطني حول التخطيط اللغوي، ج1 (2012)
170. كالفلي، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ترجمة: حسن حمزة، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2008
171. كمال الحاج، في فلسفة اللغة، دار النهار للنشر، بيروت، لبنان، 1967
172. كوبر، التخطيط اللغوي والتغير الاجتماعي، ترجمة: خليفة الأسود ليبيا: مجلس الثقافة العام، 2006
173. لطيفة النجار، "اللغة العربية بين أزمة الهوية وإشكالية الاختيار، " في: اللغة والهوية في الوطن العربي- إشكاليات تاريخية وثقافية وسياسية، قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2013م

174. مبارك تريكي، السياسة اللغوية في الجزائر والتنمية البشرية، ج/ الجزائر
175. مبارك حنون، دروس في السيميائيات، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، ط 1، 1987
176. مجد محمد الباكرو البرازي، فقه اللغة العربية، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان، الأردن
177. مجلة المقتطف، اللغة العربية و النجاح، القاهرة، تشرين الثاني، 1981م
178. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط4، 2004
179. مجموعة من العلماء والباحثين، الموسوعة العربية العالمية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، 1419 – 1999، الطبعة: 2،
180. مجموعة مؤلفين، تكنولوجيا مستقبلات الأقمار الاصطناعية، ترجمة د. عبد الرحمن وهيب، شعاع للنشر والعلوم، الطبعة الأولى، 2000، حلب- سورية
181. مجموعة، اللغة العربية أسئلة التطور الذاتي والمستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية ط 1، 2005.
182. محسن بوعزيزي، سيميولوجيا الأشكال الاجتماعية عند رولان بارت، مجلة الفكرة العربي المعاصر، عدد 112 / 113، 2000
183. محمد أسعد النادري، فقه اللغة مناهله و مسائله، ط1 المكتبة العصرية، صيدا، بيروت، لبنان، 1425هـ/ 2005م
184. محمد الباردي، إنشائية الخطاب في الرواية العربية الحديثة، مركز النشر الجامعي، تونس، 2004
185. محمد الداوي، ندوة "الإشهار والآليات والدلالة" كلية الآداب، عين الشق الدار البيضاء، 2010م
186. محمد الذواوي، المنظور الإسلامي والرموز الثقافية كمفهوم متعدد الاستعمال في التخصصات المعرفية الحديثة، 2004، ضمن  
المجلة التركيبية للدراسات الإسلامية. Islam ArastirmalariDergisi
187. محمد السرغيني، محاضرات في السيميولوجيا، دار الثقافة، الدار البيضاء، ط 1، 1987م
188. محمد الصافي، « الخطاب الإشهاري والدعاية السياسية »، علامات، ع7
189. محمد الطيب العلوي: التربية بين الأصالة والتغريب، منشورات دحلب، الجزائر
190. محمد العربي الزبير، الغزو الثقافي في الجزائر ( 62 . 82)، مقال منشور في مجلة الرؤيا، مجلة فصلية تعنى بشؤون الفكر، يصدرها اتحاد الكتاب الجزائريين، العدد 3، 1983م
191. محمد العربي ولد خليفة: المهام الحضارية للمدرسة والجامعة الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر
192. محمد الكتاني، الصراع بين القديم والجديد في الأدب الغربي، دار الثقافة، الدار البيضاء، 1982
193. محمد المنجي الصيادي: التعريب وتنسيقه في الوطن العربي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت: 1980
194. محمد باقر الحكيم، دور الفرد في النظرية الاقتصادية الإسلامية، الثقافة الجديدة، العدد 11، السنة 7
195. محمد باقر الصدر، اقتصادنا، دار التعارف للمطبوعات، بيروت، الطبعة الثانية،
196. محمد بصل، نحو نظرية لسانية مسرحية" مسرح سعد الله ونوس نموذجاً تطبيقياً"، دار الينايع، الطبعة الأولى
197. محمد بن أحمد بن الأزهر الأزهر الهروي أبو منصور، الزاهر في غريب ألفاظ الشافعي، تحقيق: د. محمد جبر الألفي، منشورات وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية - الكويت، الطبعة الأولى، 1399هـ،
198. محمد بن السيد حسن، الرموز على الصحاح، تحقيق: د محمد علي عبد الكريم الرديني، دار أسامة - دمشق - 1986،  
الطبعة الثانية
199. محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت

200. محمد جودت ناصر، «الدعاية والإعلان والعلاقات العامة»، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، ط1، 1998
201. محمد حربي: الثورة الجزائرية سنوات المحاض، ترجمة نجيب عياد، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1994
202. محمد خاين، الإشهار الدولي والترجمة إلى العربية- رهانات الاحتواء وإكراهات اللغة والثقافة، المركز العربي للأبحاث ودراسات السياسات، الدوحة، 2015
203. محمد سبيلا، اللغة، دار توبقال للنشر، سلسلة دفاتر فلسفية، ط 1994.
204. محمد سليمان العبد، النص والخطاب والاتصال، ط1، القاهرة، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2005م
205. محمد شومان، « تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية »، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2007
206. محمد عابد الجابري: التعليم في المغرب العربي، دار العلم للملايين
207. محمد عبد الرؤوف المناوي، التوقيف على مهمات التعاريف، تحقيق: د. محمد رضوان الداية، دار الفكر المعاصر، دار الفكر - بيروت، دمشق، الطبعة الأولى، 1410هـ
208. محمد عكاشة، « خطاب السلطة الإعلامي نحو تجديد لغة الخطاب»، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، ط1، 2005
209. محمد علي الخولي "الحياة مع لغتين"، ط 1، جامعة الملك سعود، الرياض، 1988
210. محمد علي الخولي، قواعد تحويلية للغة العربية
211. محمد علي العمري، مظاهر الثورة الرقمية ونتائجها، مجلة أقلام، العدد السادس عشر، السنة الرابعة، نوفمبر - ديسمبر 2005.
212. محمد عمارة، الأمة العربية وقضية الوحدة، دار الوحدة، بيروت، 1984م
213. محمد عيلان، « بنية النص الإشهاري »، مجلة اللغة العربية، منشورات ثالثة، عدد 7، الجزائر، 2002
214. محمد غاليم، "اللغة والهوية في ضوء النظرية السياسية"، في: اللغة والهوية في الوطن العربي، (قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2013، )
215. محمد فارضي، "المقاربة التسويقية للخطاب الإشهاري"، في "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
216. محمد فتيح، في علم اللغة التطبيقي، القاهرة: دار الفكر العربي، 1989
217. محمد فوزي أبو السعود، مقدمة في الاقتصاد الكلي، الدار الجامعية الإسكندرية، 2004
218. محمد كامل حسين، اللغة والعلوم، مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع 12.
219. محمد محمد داود، العربية و علم اللغة الحديث، دار غريب للطباعة و النشر والتوزيع، القاهرة، 2001م
220. محمد محمد داود، اللغة والسياسة في عالم ما بعد 11 سبتمبر، دار غريب القاهرة، 2003
221. محمد مراياتي، تأثير اللغة في النمو الاقتصادي و الاجتماعي في الدول العربية 1 من 2، المحتوى الرقمي - العدد (9) - شهر تشرين الثاني - نوفمبر 2006م
222. محمد مراياتي، تأثير اللغة في النمو الاقتصادي و الاجتماعي في الدول العربية- الجزء الثاني، دراسات - العدد (10) - شهر كانون الأول 2006
223. محمد مصاييف، في الثورة و التعريب، ط2، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1981م.
224. محمد مفتاح، دينامية النص تنظير وإنجاز، المركز الثقافي العربي بيروت، ط2، 1990

225. محمد ناصر الدين الألباني، إرواء الغليل في تخريج أحاديث منار السبيل، المكتب الإسلامي - بيروت، الطبعة الثانية - 1405هـ - 1985م
226. محمود أحمد السيد، شؤون لغوية، دمشق، دار الفكر، 1989
227. محمود السيد، قضايا راهنة للغة العربية، وزارة الثقافة - الهيئة العامة السورية للكتاب
228. محمود حجازي، "المحور الأول المشكلة والرؤية"، في: لنهض بلغاتنا - مشروع لاستشراف مستقبل اللغة العربية
229. محمود عبد المولى، مقالات و أبحاث، تونس، 1982م
230. محمود فهمي حجازي، مدخل إلى علم اللغة - المجالات و الاتجاهات . ط4، دار قباء الحديثة للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 2007م
231. محمود فهمي حجازي، علم اللغة العربية، الكويت، وكالة المطبوعات، 1973
232. محيي الدين عبد العليم، فنون الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، 2009
233. مراد بن عياد، قراءة الصورة المصورة من خلال المنهاج البلاغي في التراث العربي تقبلاً وتأويلاً، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 2928، ديسمبر 1995
234. مراد عبد الرحمن مبروك، أثر التقنيات المعلوماتية في لسانيات النص الأدبي (النص النقدي خاصة)، المجلة العربية للعلوم الإنسانية العدد 6، 1997
235. المرزوقي أبو يعرب، آفاق النهضة العربية ومستقبل الإنسان في مهب الريح، دار الطليعة بيروت، ط1، 1999
236. مسعود ظاهر، النهضة العربية والنهضة اليابانية: تشابه المقدمات واختلاف النتائج، عالم المعرفة، ع 252
237. مسفر بن علي القحطاني، النظام الاقتصادي في الإسلام، جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، 1423هـ / 2002م
238. المسيري عبد الوهاب، اللغة والمجاز بين التوحيد ووحدة الوجود، دار الشروق، 2002
239. مصطفى الأشرف: "مشكلات في التربية والتعليم"، ترجمة حنفي بن عيسى، مجلة الثقافة، ع41، الجزائر: 1981
240. مصطفى الشاذلي، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
241. مصطفى صادق الرافعي، وحي القلم، المكتبة العصرية، القاهرة، 2002، 33/3-34
242. مصطفى محسن: في المسألة التربوية نحو منظور سوسيوولوجي منفتح، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت 2002
- المعجم الطبي الموحد، الطبعة الأولى، 1973، المجمع العراقي، بغداد
243. مليكة بودالية فريفو، المدرسة الجزائرية من ابن باديس إلى بافلوف، الجزائر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1989.
244. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الالكسو)، تونس 28 فيفري 2011. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغويأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية
245. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الألكسو، تونس 28 فيفري 2011. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغويأسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية
246. الموسى، نهاد، (2005)، اللغة العربية في مرآة الآخر، مثل من صورة العربية في اللسانيات الأمريكية، الطبعة الأولى، المؤسسة العربية للدراسات والنشر

247. مولود قاسم نايت بلقاسم: "العربية في التعليم العام والعالى وأساليب النهوض بها في الجزائر"، مجلة الثقافة، ع101، الجزائر 1989
248. مولود قاسم نايت بلقاسم: العربية في التعليم العالى وأساليب النهوض بها في الجزائر، مجلة الثقافة
249. الميثاق الوطني الجزائري (1986)
250. ميشال أريفيه، جان كلود جيرو، السيميائية أصولها وقواعدها، ترجمة رشيد بن مالك، مراجعة وتقديم عز الدين المناصرة، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2003
251. ميشال زكريا، العقل واللغة في النظرية الألسنية التوليدية التحويلية، مجلة الثقافة النفسية، العدد التاسع، المجلد الثالث، 1992م
252. ميشال زكريا، قضايا ألسنية تطبيقية، دار العلم للملايين، الطبعة الأولى، 1993م
253. نادية كمال، "اتجاهات حديثة في صنع السياسة التعليمية"، مجلة مستقبل التربية العربية، ع20 (2001)
254. ناهد عز الدين، الشباب العربي ورؤى المستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2006
255. نايف خرما، أضواء على الدراسات اللغوية المعاصرة، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سنة 1978م
256. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، ع276.
257. نبيل علي، الفجوة الرقمية، عالم المعرفة، أغشت 2005.
258. نجاة ليمام تاني، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
259. الندوة السنوية لجمعية اللسانيات بشيكاغوا، سنة 1972م
260. نصر الدين العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، آراء ورؤى، سلسلة معالم، دار القصة للنشر، الجزائر
261. نعمة الله نجيب إبراهيم، أسس علم الاقتصاد، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000.
262. نعوم شومسكي، جوانب من نظرية النحو، ترجمة: مرتضى جواد باقر، البصرة، 1985م
263. نعيمة شومان، الإسلام بين كينز وماركس وحقوق الإنسان في الإسلام، دار الرسالة، دمشق، 1996م
264. نعيمة غلاب، زغيب مليكة، إدارة التغيير في مؤسسة اتصالات الجزائر حالة موبيليس، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الثامن حول إدارة التغيير ومجتمع المعرفة، جامعة الزيتونة - المملكة الأردنية الهاشمية، أفريل 2008
265. نجاد الموسى، الأساليب في تعليم اللغة العربية، ط1، عمان، دار الشروق، 2003م
266. نجر، هادي، (1997)، علم اللغة الاجتماعي عند العرب، الطبعة الأولى، الجامعة المستنصرية، بغداد
267. هادي نجر، الأساس في فقه اللغة العربية و أرومتها، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2002
268. هادي نجر، وآخرون، "آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"، سلسلة ندوات ومناظرات، رقم20، الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري، الدار البيضاء، 2009م
269. هدى الشمري، "واقع اللغة العربية وآلية النهوض بها"، نادي حائل الأدبي، 2018م
270. هيربرت أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة والإعلان ووسائل الإتصال الجماهيري
- خيوط الرأي العام؟ ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، 243
271. هوارى بومدين: خطب الرئيس، ج4، نشر وزارة الثقافة والإعلام وإدارة الوثائق والمنشورات، الجزائر 1972

272. وجيه حمادة عبد الرحمان، اللغة العربية والحضارة الإنسانية، مجلة اللسان العربي، ع 35، 1991.
273. وزارة التعليم الابتدائي والثانوي: "التعريب في المرحلتين الابتدائية والثانوية"، ملف منشور في مجلة الأصالة، عدد خاص بالتعريب، مطبعة البعث قسنطينة: 1973
274. وزارة التعليم الابتدائي والثانوي: "مجموعة النصوص التشريعية والتنظيمية الخاصة بالتعريب"، المؤتمر الثاني للتعريب، الجزائر: 1973
275. وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: إصلاح التعليم، مبادئ ونظام دروس الشهادات الجامعية الجديدة، الجزائر، 1972
276. وليد إبراهيم الحاج، « اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة »، دار البداية، ط1، 2007
277. ويليام ستانلي جيفونس، الاقتصاد السياسي، مؤسسة هندواي، 2012

#### المراجع الالكترونية

1. سعيد أحمد بيومي، اللغة العربية والنشاط الاقتصادي، 16 حزيران (يونيو) 2006م، <https://diwanalarab.com/spip.php?article4795>
2. محاضرة علمية أقيمت في 27 أيار 2015، بمجمع اللغة العربية، في الرابط: <http://alwatan.sy/archives/4914>
3. بن قادة أسماء، اللغة والسوق: الواقع والتحديات، <https://brahmiblogspotcom.blogspot.com/2014> نقلا عن صحيفة الخبر الجزائرية، الاثني 20 جمادي الأول 1434هـ - 1 أبريل 2013م
4. اعويش، عبد المالك، قراءة في تقرير التنمية واللغة العربية، <http://atida.org/forums/showthread.php?t=3801>
5. Patrick-Yves Badillo et Dominique Roux ،L'ère du numérique: réseaux du futur et nouvelles applications ،Dans Les 100 mots des télécommunications (2009) ، <https://www.cairn.info/les-100-mots-des-telecommunications--9782130574767-page-89.htm#>
6. Bastien Bonnard ،Téléphonie mobile: l'évolution du réseau de la 1 à la 5G ، (enligne)،<https://bastienbonnard.com/1444-2>
7. حسن مظفر الرزّو، دراسة الآثار الاقتصادية للتعدد اللغوي في التجارة والأعمال في دول الخليج العربي، <https://www.alukah.net/culture/0/8628/> تاريخ الإضافة: 2009/12/3 ميلادي - 1430/12/16 هجري
8. غابرييل هوجان بران، كيف تؤثر اللغة التي نتحدثها على النمو الاقتصادي، <https://blogs.aljazeera.net/blogs/2018/11/2/>
9. برنامج المشاء، حلقة (2014/7/17)، <https://www.aljazeera.net/programs/almashaa/2014/7/17/> مع-الفاشي-الفهري-في-رباط-اللسان



10. محمود السيد، الاستثمار في اللغة العربية ثروة قومية في عالم المعرفة، محاضرة علمية أقيمت في 27 أيار 2015، بمجمع اللغة العربية، في الرابط: <http://alwatan.sy/archives/4914>
11. Organisation des Nations Unis pour l'Education, la Science et la Culture: „VITALITE ET DISPARITION DES LANGUES „Groupe d'expertsspécial de l'UNESCO sur les languesen danger,, ; in [https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:d\\_ew9-7r2wEJ:https://ich.unesco.org/doc/src/00120-FR.pdf+&cd=3&hl=fr&ct=clnk&gl=dz](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:d_ew9-7r2wEJ:https://ich.unesco.org/doc/src/00120-FR.pdf+&cd=3&hl=fr&ct=clnk&gl=dz),
12. محمد بن عبدالله الحارثي، اللغة العربية وصناعة المعرفة، مجلس الدولة، عُمان، <http://www.omandaily.om/?p=679356>
13. د. محمد فوزي المرابطي، اللغة العربية وصناعة المعرفة، مجلس الدولة، عُمان، <http://www.omandaily.om/?p=679356>
14. علي القاسمي، هل تصلح لغتنا للتنمية أم تعرقلها؟ 1 كانون الأول (ديسمبر) 2006م، [https://lahajat.blogspot.com/2015/04/blog-post\\_612.html](https://lahajat.blogspot.com/2015/04/blog-post_612.html)
15. نائف نبيل حاجي، النقود صفاتها وخصائصها، الحوار المتمدن - الإدارة والاقتصاد، 2006، في الرابط <http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=77752&r=0>
16. زيد بن محمد الرماني: اقتصاديات اللغة، في الرابط، <http://www.alukah.net/web/rommany/0/118434>
- <http://www.albankaldawli.org/ar/topic/education/overview>
17. بلال حسن التل، ندوة "اللغة والاقتصاد"، مركز البيرق الأردني للدراسات والمعلومات. <http://alrai.com/article/566454> (اللغة-والاقتصاد)-ندوة-في-(البيرق-الأردني-للدراسات-والمعلومات)-
18. إدريس مقبول، اللغة العربية من سؤال الهوية إلى رهان التنمية، 17 كانون/يناير 2009 22 آذار/مارس 2017، [http://aklaam.net/newaqlam/index.php?option=com\\_content&view=article&id=408:2009-01-17-20-34-11&catid=69:2008-10-18-21-02-33&Itemid=112](http://aklaam.net/newaqlam/index.php?option=com_content&view=article&id=408:2009-01-17-20-34-11&catid=69:2008-10-18-21-02-33&Itemid=112)
19. عصمت سويدان، الاهتمام بتعليم اللغة القومية يرفع معدلات التنمية الاقتصادية، 2018/7/22، [http://www.arabiclanguageic.org/view\\_page.php?id=6019](http://www.arabiclanguageic.org/view_page.php?id=6019)
20. عمر برمان، لا تنمية من دون اللغة وسيادتها، <https://br-9.blogspot.com/2013/06/2657.html>
21. مبارك تريكي، السياسة اللغوية في الجزائر والتنمية البشرية، <https://www.diwanalarab.com/spip.php?auteur1522>
- <http://alwessal.alafdal.net/t205-topic>
22. موقع الفصحح في علوم اللغة، بتاريخ: 16-05-2010 في الموقع المذكور آراء متعددة حول دور الإعلام في اللغة URL: Global Reach (global-reach.biz/globstats) في 30 أيلول 2004



23. رمضان حنينوني/الهوية والتعليم العربي في الجزائر، مؤتمر اللغة العربية الأول، اللغة العربية وبرمجيات الكمبيوتر، 2016/10/6،  
تمنغت، <https://ramadaneblog.wordpress.com/2016/02/06/%D8%A7%D9%84%D9%87%D9%88%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1/>
24. Lauren Benton and Thierry Noyelle ،OCDE Report ،New York's Columbia University ،<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1992-04-05-mn-828-story.html>
25. إحصائيات أعدت في تشرين ثاني أكتوبر 2004 من الموقع InternetWorldStats.com
26. ليون برخو، اللغة وعالم المال والتجارة والاقتصاد، [http://www.aramaic-dem.org/Arabic/Archev/leon\\_barkho/0.htm](http://www.aramaic-dem.org/Arabic/Archev/leon_barkho/0.htm)
27. عبد الله البريدي، التخطيط اللغوي: تعريف نظري ونموذج تطبيقي، ورقة بحثية أقيمت في الملتقى التنسيقي للجامعات والمؤسسات المعنية باللغة العربية، الرياض: مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، 7-9 مايو 2013. <http://drber.com/ar/articles/cat-992/content-1917.aspx>
28. موقع الملتقى التربوي. [www.arab.mms.com](http://www.arab.mms.com): مفهوم التخطيط التربوي، خالد "محمد حلمي" البكري. نقلا عن عبد المجيد عيساني، التخطيط اللغوي أسس اختيار مفردات المقررات الدراسية للغة العربية
29. وليد العناني، مستقبل العربية في ظل العولمة، مقال منشور في الموقع <http://www.arabiyah.ws>
30. Jacques Leclerc ،"Algérie" dans L'aménagement linguistique dans le monde ، Québec ،TLFQ ،Université Laval ،19 oct. 2012 ،[<http://www.axl.cefan.ulaval.ca/afrique/algerie.htm>]،(30 Mars 2015)
31. أحمد محمد الضبيب، "اللغة في الإعلام"، <https://articles.islamweb.net/media/index.php?page=article&lang=A&id=1759>
32. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية البشرية في العالم العربي، سنة 2003: نحو إقامة مجتمع المعرفة. <http://www.arab-hdr.org/arabic/reports/regionalarab.aspx>
33. ملخصات مؤتمر اللغة العربية والتنمية البشرية الواقع والرهانات، وحدة الدراسات اللغوية - وجدة - المغرب، <http://atida.org/forums/showthread.php?t=3801>
34. يوسف أحنصال، هشام الهاشمي، الخطاب الأشعاري: البنية- البعد الخيالي - مشكلات الترجمة، <http://ichehar.ahlamontada.com/t35-topic>
35. محمد فخر الدين، «الإشهار والتراث الشعبي المغربي»: <http://www.maghress.com/khbarbladi/3492>

36. <https://aawsat.com/home/article/1679086/%D9%87%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D8%A8%D8%A3%D9%84%D9%81-%D9%83%D9%84%D9%85%D8%A9%D8%9F>، الاثنين - 9 شعبان 1440 هـ - 15 أبريل 2019 م، رقم العدد 14748
37. <https://www.youtube.com/watch?v=plOgsypJPGk>
38. <https://www.youtube.com/watch?v=TMadPHIBocc>
39. <https://www.youtube.com/watch?v=znkWwSk6Gm0>
40. <https://www.youtube.com/watch?v=Sz1ygyG5rOM><https://www.youtube.com/watch?v=NBGxH2VTVkg&list=PLSyokeUK7LFIz7oIMXTzbSQdHOr8mDezn&index=2>
41. <https://www.youtube.com/watch?v=jeHdbD9unZs>
42. <https://www.youtube.com/watch?v=Kol14xlZNXU>
43. <https://www.youtube.com/watch?v=tU7y2CLLXQ4>
44. [https://www.youtube.com/watch?v=RxSooK\\_fcac](https://www.youtube.com/watch?v=RxSooK_fcac)
45. <https://www.youtube.com/watch?v=0o1QJO2pNjI>
46. [www.arpt.dz](http://www.arpt.dz) ،Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications ، rapport annuel 2009

47. الموقع الإلكتروني لموبيليس، [www.mobilis.dz](http://www.mobilis.dz)، 13. 03. 2012  
[https://www.arpce.dz/fr/doc/pub/raa/raa\\_2017.pdf](https://www.arpce.dz/fr/doc/pub/raa/raa_2017.pdf)

## المراجع باللغات الأجنبية

1. Khennour Salah ,(2007).Langues et développement humain durable enAlgérie ,Thèse de doctorat ,Univers. Aix–Marseille1،
2. : Stefanie Brandt ،Le langage publicitaire: une approche sémiologique et didactico–linguistique ،Université de Nice–Sophia Antipolis ،UFR Lettres ،arts et sciences humaines ،Ecole doctorale Lettres ،sciences humaines et sociales (Nice) ، 2007.
3. The American Heritage Dictionary of the English Language ،Boston: Houghton Mifflin Company. Third Edition ،1992.
4. The American Heritage Dictionary of the English Language ،Fourth Edition ،2009 ،Houghton Mifflin company
5. Ennaji M. Sadiqi F.(1994) ،Applications of modern linguistics ،Casablanca ، Afrique orient
6. Dubois et autres ،(1973).Dictionnaire de linguistique ،Paris ،Larousse
7. Jean Dubois et autres: Dictionnaire de linguistique ،Larousse ،Paris ،1994
8. Fishman Joshua ،(1970)،Sociolinguistics ،a brief introduction ،Rowley ، Mass ،Newbury House
9. Darwin ،C. (1871). "The Descent of Man ،and Selection in Relation to Sex ،2 vols. London: Murray ،p. 56.
10. Brunet–Jailly Joseph ،La contribution des langues au développement ،in Cah. Sci. Hum. 27(3–4)1991
11. Marshall ،Alfred et Mary Paley (1879). The Economics of Industry ،Bastian Books
12. William Stanley (1879). The Theory of Political Economy ،Jevons
13. Barr ،Nicholas (2004) Economics of the Welfare State ،4th ed،Oxford University Press
14. Stiglitz ،Joseph (2000) Economics of the Public Sector ،3rd ed،Norton Press
15. The Encyclopaedia Britannica ،Vol. 3 ،Micropedia ،15th ed ،1986.
16. 1986. The new Encyclopaedia Britannica Macropedia،
17. Carrol ،P. et al. :Interactive Approaches to Second Language Reading ، Cambridge ،Cambridge University press ،1989

18. Savignon S. Communicative Competence ,Theory and Classroom Practice , Reading ,Adison – Wesley Publishing Company ,1983
19. Wilkins D. Some Issues in Communicative Language Teaching and their Relevance to the Teaching of Languages in Secondary School in Johnson ,K. and D. Rorler (eds) Prespective in Communicative Language Teaching ,London ,Academic Press ,1983
20. Finocchiaro ,M. English as a Second Language from Theory to Practice , New York ,Regents Publishing Company ,SNC ,1974
21. Crystal ,D. :The Cambridge Encyclopedia of Language ,Cambridge , Cambridge University Press ,1989.
22. Rivers ,W. Communicating Naturally in a Second Language ,Cambridge , Cambridge University Press ,1983
23. Howatt ,A. P. :A History of English Language Teaching ,Oxford ,Oxford University Press ,1974.
24. Richards ,G. & T. Rodgers: Approaches and Methods in Language Teaching ,Cambridge ,Cambridge University Press ,1986
25. Rivers ,W. :A Practical Guide to the Teaching of English ,Cambridge , Cambridge University Press ,1978.
26. François Grin and François Vaillancourt ,The Economics of Multilingualism: Overview and Analytical Framework ,Cambridge University Press , 1997
27. Linguanomics What is the Market Potential of Multilingualism ,Gabrielle Hogan–Brun ,Published: 09–02–2017 ,Edition: 1st ,Bloomsbury Academic
28. Ali A. Mazrui & Alamin M. Mazrui ,(1995); Swahili State & Society ,The Political Economy of an African Language ,East African Educational Publishers , Nairobi ,Kenya.
29. Sayyid Abdallah A. Nasir ,(1992); Al Inkishafi ,The Soul’s Awakening , Oxford University Press ,East Africa.
30. Louis–Jean Calvet ,Il étaitunefois 7 000 langues ,Paris ,Fayard ,2011
31. André Martinet ,Elements of General Linguistics ,1982 ,University of Chicago Press

32. M. Daouadi ،Toward Islamic Sociology of cultural Symbols(Kuala Lumpur: A. S. Nordeen1996) محمد الداودي، اللغة باعتبارها أرقى الرموز الثقافية
33. Versteegh ،Kees ،2001. The Arabic Language ،Edinburgh University Press.
34. Organization for Economic cooperation and developpement (OECD) ،The Knowledge Based Economy ;1996.
35. Vaillancourt ،F. 1980. *Différence in earnings by language groups in Quebec. 1970. An economic analysis* (Ph. D. Thesis ،1978). Québec: Centre international de recherche sur le bilinguisme.
36. SélimAbou; le Bilinguismearabefrançais au Liban ;P. U. F. Paris; 1962
37. Vincent Monteil ;L'arabemoderne ; Librairie C. Kinckseick; Paris; 1960
38. Ahmed ben bella: Les discours du président ben bella ،ministère de l'organisationnationale ،Alger ،1963
39. Mamerikhalfa: Citations du president Boumediene ،edition s. n. e. d ،Alger
40. KhaoualaTalebIbrahimi: Les Algériens et leurslangues ،les édition el hikma ،Alger ،1997
41. Abedllahcheriet: Opinion sur la politique de l'enseignement et de l'arabisation ،s. n. e. d ،Alger
42. MahfoudBennoune: Education culture et développementenAlgérie ،e. n. a. g marinoor ،Algérie
43. Paul Balta: Les Algériensviennentans après ،les éditionsouvrières ،paris
44. Khalid Al-Seghayer ،TECHNOLOGICAL AND PEDAGOGICAL CONSIDERTATIONS FOR A MORE EFFECTIVE ELECTRONIC GLOSSARY ،The Reading Matrix ،Vol. 3. No. 1 ،April 2003
45. Grin ،F. 1996d. Minority language and socio-economic status: The case of Italian in Switzerland. Cahiers du DépartementD'économie politique. [Department of Economies Working Papers. ] Geneva: University of Geneva. 96. 10.
46. Hocevar ،T. 1975. Equilibria in linguistic minority markets. *Kyklos*. .
47. Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics ،Jack C. Richards et al. (London: pearson Education Limited ،2002)،p 28.
48. Jerudd Bjorn and Joan Rubin ،"Introduction: language planning as an element in jernudd ،" in: Joan Rubin etal.Can language Be Planned? Sociolinguistic

- theory and practice for developing nations (Hawaii: The university Press of Hawaii , 1971)
49. Karl Gadelii , language planning: theory and practice. (Paris: UNESCO , 1999)
50. Charles Ferguson and Jyotirindra Das Gupta , Problems of the language planning: language planning processes (Paris: MOUTON publishers , 1977).
51. Kerbit Fawzya , Le discours en action dans la relation interlocutive , Méthodes , Avril 2015
52. Lucien Febvre , Encyclopédie française , Paris , Société des gestion de l'Encyclopédie française , [1935-66], tome 12
53. Jacques Lendervie , Denis Lindon , MERCATOR , 6<sup>ème</sup> édition , Dalloz , Paris , 2000
54. Jean-Pierre Helfer , Jacques Orisoni , Marketing , 11<sup>ème</sup> édition , Magnard-Vuibert , Paris , 2009
55. Nathalie Van Lathem , Corinne Billon , Olivier Bertin , L'Atlas Du Marketing , Groupe Eyrolles , 2011-2012
56. Gary Armstrong , Philip Kotler , Principes de marketing , 10<sup>ème</sup> édition , Pearson Education , France , 2010
57. Régis Debray , Vie et mort de l'image , une histoire du regard en occident , éd. Gallimard , 1992
58. Roland Barthes , L'aventure sémiologique , éd. Seuil , 1985
59. Jean Baudrillard , Le système des objets , éd. Gallimard , 1968
60. K. Bühler (1934): *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache* , Iena: Fischer.
61. R. Jakobson (1963 , rééd. 2003): *Essai de linguistique générale* , Paris: Minuit.
62. A. Culioli (1965-1983): « Conditions d'utilisation des données issues de plusieurs langues naturelles » , in: *Quelques articles sur la théorie des opérations énonciatives* , Paris: Dunod
63. Francis Balle (2003): *Médias et sociétés. Edition – Presse – Cinéma – Radio – Télévision – Internet* , Paris: Montchrestien

64. J. -M. Adam et M. Bonhomme (1997): *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion* ,Paris: Nathan ,coll. « fac. Linguistique»
65. B. Cendrars (1987): « Publicité = poésie » ,in: *Aujourd'hui 1917-1929* , Paris: Denoël ,p. 115.
66. Stefanie Brandt « Interactivité: attentes ,usages et socialisation » ,in: *Communication et langages* ,n°137 ,Paris: Armand Colin ,p. 25-87.
67. David Peterson "Some Explanatory Methods of the Arab Grammarians" ,in Paul M. Peranteau ,Judith N. Levi ,and Gloria C. Phrase eds. *Papers from the 8th Regional Meeting of Chicago Linguistic Society* ,1972
68. Gary Armstrong ,Philip Kotler ,principes de marketing ,10e edition ,publié par pearson education ,France ,2010
69. Eric Vernet ,L'ESSENTIEL DU MARKETING ,3<sup>ème</sup> édition , groupeeyrolles ,paris ,France ,2010
70. Sébastien Soulez ,Said Halla ,Thierry Himber ,Marketing stratégique (Exercices de Marketing),2<sup>ème</sup> édition ,Gualno ,paris ,france ,2010
71. Catherine Viot ,Le Marketing ,Gualinoéditeur ,EJA- paris ,2005

# فهرس المحتويات



## فهرس المحتويات

إهداء.....	
شكر وتقدير.....	
مقدمة.....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.....	الفصل الأول: مفاهيم عامة.....
4 .....	المبحث الأول: اللغة والاقتصاد ( تحديد المفاهيم).....
4 .....	المطلب الأول: اللغة.....
7 .....	المطلب الثاني: الاقتصاد.....
12 .....	المطلب الثالث: اللغة والأقتصاد.....
16 .....	المبحث الثاني: اللغة والاتصال.....
16 .....	المطلب الأول: الاتصال.....
20 .....	المطلب الثاني: الاتصال اللغوي .....
20.....	الفرع الأول: اللغة والاتصال.....
24.....	الفرع الثاني: مجالات الاتصال اللغوي.....
30.....	الفصل الثاني: علاقة اللغة بالاقتصاد في الجزائر ( الإطار النظري).....
30 .....	المبحث الأول: الاهمية والبعد الاقتصاديين للغة ووظيفتها ودورها في ارتفاع مستوى المعيشة لدي الفرد.....
30.....	المطلب الأول: الاهمية الاقتصادية للغة.....
36.....	المطلب الثاني: البعد الاقتصادي للغة.....
44.....	المطلب الثالث: وظيفة اللغة الاقتصادية .....
52.....	المطلب الرابع: دور اللغة في ارتفاع مستوى المعيشة لدي الفرد وتحقيق الأرباح.....
60.....	المبحث الثاني: سوق اللغات في الجزائر وتأثير العوامل الاقتصادية في التطور اللغوي.....
60.....	المطلب الأول: سوق اللغات في الجزائر من خلال التعدد اللغوي.....

86.....	المطلب الثاني: تأثير العوامل الاقتصادية في التطور اللغوي.....
90.....	المطلب الثالث: الاحتكاك اللغوي والصراع اللغوي والتعدد اللغوي وأثر كل منها على الاقتصاد في الجزائر.....
108.....	المطلب الرابع: السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي في الجزائر وأثرها في النمو الاقتصادي الوطني.....
131.....	الفصل الثالث: أثر اللغة في التنمية الاقتصادية في شركات الاتصال ( الإطار التطبيقي).....
134.....	المبحث الأول: مفاهيم ومصطلحات.....
134.....	المطلب الأول: مفاهيم الخطاب.....
134.....	الفرع الأول: مفاهيم الخطاب لغة.....
134.....	الفرع الثاني: مفاهيم الخطاب اصطلاحا.....
135.....	المطلب الثاني: مفهوم الأشهار.....
135.....	الفرع الأول: تعريف الأشهار لغة.....
135.....	الفرع الثاني: تعريف الأشهار اصطلاحا.....
136.....	الفرع الثالث: خصائص الأشهار.....
136.....	المطلب الثالث: مفهوم الإعلان وأهدافه.....
136.....	الفرع الأول: مفهوم الإعلان.....
138.....	الفرع الثاني: أهداف الاعلان.....
138.....	الفرع الثالث: الإعلان كعملية اتصال.....
141.....	المبحث الثاني: أبعاد الأشهار.....
141.....	المطلب الأول: البعد التقني في الأشهار.....
146.....	المطلب الثاني: البعد اللغوي في اللغة الأشهارية.....
147.....	المبحث الثالث: التواصل اللغوي والرمز والوظيفة الدلالية للغة.....
147.....	المطلب الأول: التواصل اللغوي.....
148.....	المطلب الثاني: الرمز والوظيفة الدلالية للغة.....
149.....	المبحث الرابع: الخطاب الإشهاري.....

149.....	المطلب الاول: الخطاب الاشهاري ( البنية والوظيفة).
150.....	المطلب الثاني: البعد الخيالي في الاشهار.
151.....	المطلب الثالث: سيميائية الخطاب الاشهاري.
152.....	المطلب الرابع: السيمياء في معاجم اللغة.
152.....	المطلب الخامس: السيمياء كمصطلح.
156.....	المطلب السادس: السيميائية الاشهارية.
158.....	المطلب السابع: أشكال الخطاب الإشهاري.
158.....	المطلب الثامن: أنواع الخطاب الاشهاري.
159.....	المطلب التاسع: عناصر الخطاب الاشهاري.
161.....	المطلب العاشر: شعار الاشهار التجاري.
163.....	المطلب الحادي عشر: الخطاب الاشهاري بين التقرير والايحاء ( البلاغة الاشهارية).
164.....	المطلب الثاني عشر: المقاربة المنهجية في التحليل الخطاب الاشهاري.
166.....	الفصل الرابع: اللغة في مؤسسة الاتصال ( موبيليس).
166.....	المبحث الاول: موبيليس:
166.....	المطلب الأول: الدراسة التطبيقية للاختيارات اللغوية لموبيليس (الدراسة الوصفية التحليلية للإشهارات).
179.....	المطلب الثاني: التحليل
179.....	الفرع الأول: المستوى اللساني.
183.....	الفرع الثاني: المستوى الأيقوني.
187.....	المبحث الثاني: الأداء اللغوي.
188.....	المطلب الأول: مفهوم الأداء اللغوي.
189.....	المطلب الثاني: مستوى التحليل الأداء اللغوي.
190.....	الفرع الأول: المستوى الصوتي.
217.....	الفرع الثاني: المستوى الصرفي.

221.....	الفرع الثالث:المستوى النحوي (التركيبى)
222.....	المبحث الثالث: البحث التسويقي
225.....	المطلب الأول: العلاقة بين المنظور الإعلاني والنمو الاقتصادي
229.....	المطلب الثاني: العلاقة بين الاختيارات اللغوية والنمو الاقتصادي
231.....	خاتمة
235.....	المصادر والمراجع
255.....	فهرس المحتويات



## Résumé

Language was, and still is, a means of exchange, like money, but the language does not run out. One of the manifestations of the overlap between language and economics is the so-called linguistic export of programs and technologies that treats its system. So, especially in the digital revolution, we must all be convinced that there is a conceptual parallel between language and economics based on the fact that they are both instruments of exchange.

Language also converges with economics and they intersect in their definitional components. In definitions of language, we find that it is an inherent ability that makes the individual able to achieve himself, which is in turn one of the definitions of the economy and specifically the currency. According to sociologists, there is a parallel between the development of language and the development of currency, and the similarity between the use of words and the use of money, especially since both of them derive their value from the exchange, and that both of them have a value and a social need, and they are both a social system., on the other hand, Economists argue that language is the common denominator of trade and communication, and therefore an element of the economic prosperity.

Therefore, the introductory topic: language and economics (definition of concepts) in the presented research in front of you, attempts to approach the two concepts from a purely linguistic point of view and then the concept of language in the custom of linguists and the term social linguists and in the custom of social linguistics and psychology, with some exposure Concise theories of the origin of language. It also attempts to approach the concept of economics from a purely linguistic point of view, and then in terms of a concept that has many definitions depending on the scientific methods on which the researchers are based. With an attempt to root the historical origin and the most prominent economic theories. This topic also includes in general an attempt to approach the relationship between the language and the economy and then the relationship between the Arabic language and the economy in particular.

At the end, there is a sub-requirement on the concept of communication in the linguistic and practical terms, and a brief overview of the stages of the communication process and its components and its values, with exposure to the relationship between language and communication and the fields of linguistic communication, and finally modern means of communication with a focus on the phone, especially mobile.

In the first chapter, entitled “The Relationship Between the Language and the Economy in Algeria” (the theoretical part of the research) includes two topics, each one deals with four requirements, as follow:

The first topic:

- The 1<sup>st</sup> requirement: the economic importance of language.
- The 2<sup>nd</sup> requirement: the economic dimension of language.
- The 3<sup>rd</sup> requirement: The function of the economic language.
- The 4<sup>th</sup> requirement: The role of language in the rise the individual level of the living standards of, and the achievement of profits.

The second topic:

- The 1<sup>st</sup> requirement: the market of languages in Algeria through multilingualism.
- The 2<sup>nd</sup> requirement: the impact of economic factors on language development.
- The 3<sup>rd</sup> requirement: linguistic friction, linguistic conflict and multilingualism and the impact of each on the economy in Algeria.
- The 4<sup>th</sup> requirement: Language policy and language planning in Algeria and its impact on the national economic growth

In the second chapter, entitled “The Impact of Language on Economic Development in Mobilis”, which represents the practical Part of the research, it includes three topics, as follows:

The 1<sup>st</sup> topic : the language choices of Mobilis institution.

The 2<sup>nd</sup> topic : the linguistic performance Mobilis institution.

The 3<sup>rd</sup> topic : the relationship between language choices for mobilis institution. And that by examining the relationship between language choices at the institution (through advertisement) and the indicators of the economic growth (cost, profits, supply and demand law, expansion and spread)

At the end of the research there is a conclusion which is an attempt to make recommendations that represent the outputs of the research, which focuses on the abstracts of the theoretical and practical parts of the research.

Then the biographies and references of the research are arranged and classified in Arabic, foreign languages and electronic references.

The content of the research is included in the conclusion of the introduction of the research– at the beginning of the research - and it also includes the reasons for the selection and the methodology used in the research and so on.

The emphasis has been placed on the language policy and the linguistic planning in the theoretical part of research, because the economic dimension of the language is procedural and organizational, which comes from the perception of language policy and its relationship with economic policy; and it is the relation of the thought and the research.

As well as, the emphasis has also been placed in the applied part of the research on the advertising, because the economic dimensions of the language first reflected in: the communicative field of the language. The process of communication which is not limited to the linguistic aspect, but it cannot be done without it in any way. The term "language" goes beyond the verbal linguistic component, to all communicative behaviors, whether



verbal, semi-verbal or even non-verbal. As the researchers who judge the adherence of advertising and literature and even among them who put forward the development of the concept of literary advertising, this may enrich literary theories.

All in all the research is an attempt to answer a series of questions centered on the language and the economy as well the relationship among them, especially in Algeria, in particular through the linguistic choices of the Mobilis communication institution and its negative or positive impact on the variables of the supply and demand law.

This, and the success from Allah

The Student Moulay Omar Hassani

Ouargla on October 1<sup>st</sup>, 2019