

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة-



كلية : الآداب واللغات

قسم اللغة والأدب العربي

الموضوع:

اللغة والثقافة في اللافتات الإشهارية التجارية

-دراسة لسانية إجتماعية لنماذج مختارة-

مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر تخصص لسانيات الخطاب

إشراف الدكتور:

بوخيار زهير ✓

إعداد الطالبتين:

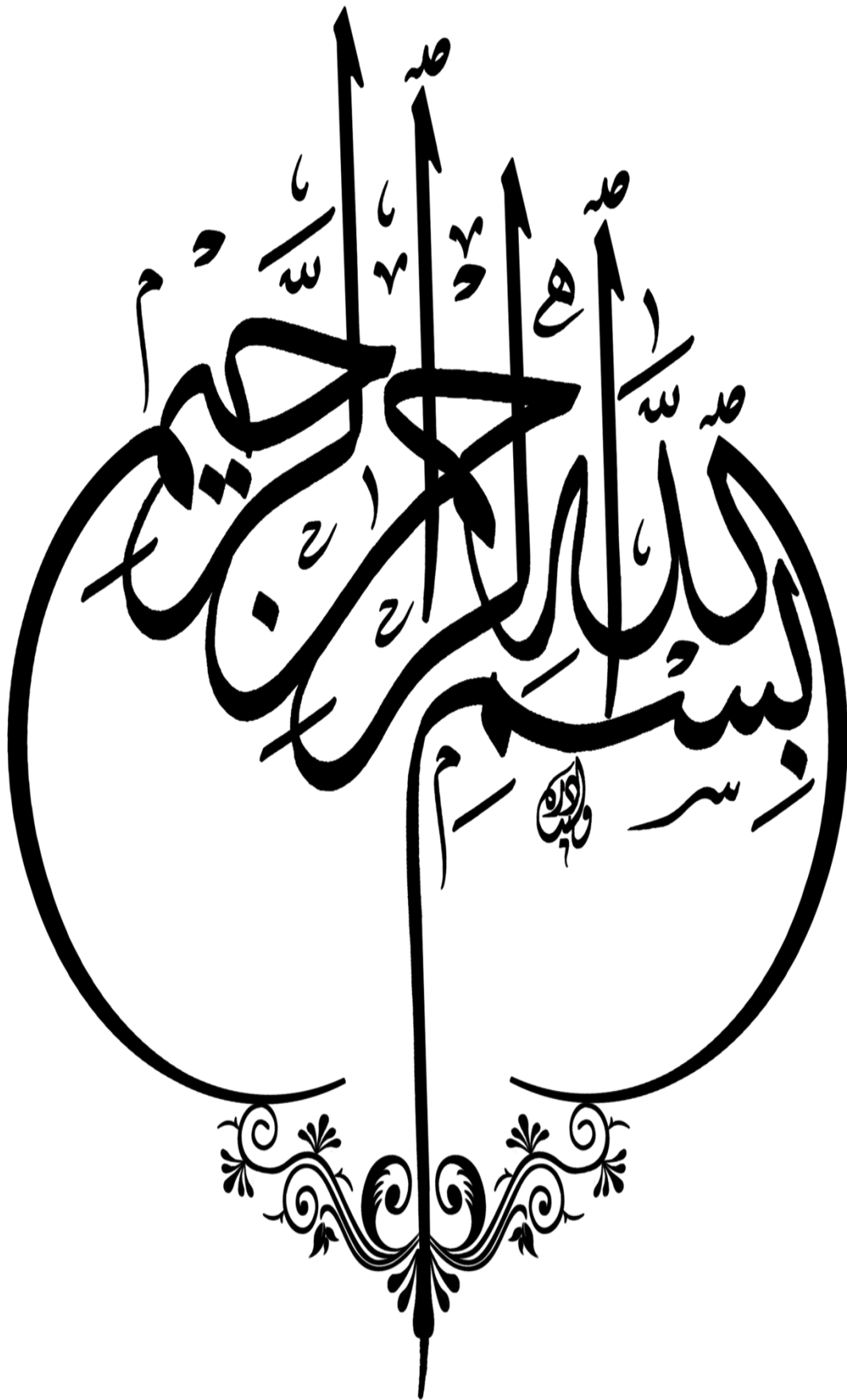
بوخصايم سارة ✓

خنوفي ريمياء ✓

أعضاء لجنة المناقشة:

الإسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
د.لحمانص سفيان	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
د.بوخيار زهير	أستاذ محاضر أ	مشرفا	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
أ.بوعسلة هاني	أستاذ مساعد أ	ممتحنا	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

السنة الجامعية: 2022-2023



# إهداء

الحمد لله الذي وفقنا لتتميم هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه  
بفضل الله تعالى حيث أهدينا إلى الوالدين الكريمين حفظهم الله وأدامهم نورا لدرربي  
ولكل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من إخوة وأخوات  
وإلى رفيقات المشوار اللاتي قاسماني لحظاته ومخام الله ووفقكم جميعا  
أقدم إهداء خاص لتكوتة المنزل أريج حفظها الله ورعاها



سارة

# إهداء

وطني العزيز الجزائر الصامدة بأهلها إلى

أما بعد وصلت رحلتي الجامعية إلى نهايتها ذلك بفضل من الله وتوفيقه، وها أنا ذا أختتم

بعثة تخرجي مع الكثير من الإمتنان والتقدير لكل من كان له فضل في مسيرتي

إلى الإنسان الذي علمني كيف يكون الصبر والكفاح طريق للنجاح....

والذي الحبيب أطال الله عمره.

على منبع العزم الإرادة، إلى رمز التضحية والعطاء....

والذي الحنون أطال الله عمرها.

إلى المحبة التي لا تنضب رفقاء البيت الطاهر...

إخوتي حماهم الله ورعاهم.

إلى عائلتي الثانية وخاصة من قدم لي الكثير في صورة من الصبر، والأمل، والمحبة لن أقول شكرا

بل سأعيش الشكر معك دائما.

إلى كل أحبتي وإلى كل من نسيهم القلم وحفظهم القلب.



رميضاء

# تمكر وتقدير

الحمد والشكر لله أولاً وأخراً الذي وفقنا في إتمام هذه

المذكورة والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى أستاذنا الفاضل المشرف زهير بوخيار على كل ما قدمه لنا من توجيهات

و معلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا هذا بالإضافة إلى

لجنة المناقشة الموقرة

أتقد لكم بجزيل الشكر والإمتنان والعرفان.

كما أتقدم بالشكر لوالدائي وعائلتي الكريمة وكل من كان سندا من قريب أو بعيد وإلى كل

من مد

يد العون ولو بكلمة طيبة.



مقدمة

## مقدمة:

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين أما بعد يعرف المرء من خلال أعماله وإجتهاده فيما يقدمه للآخرين من فائدة عامة.

قمنا من خلال بحثنا هذا بالتطرق إلى معالجة موضوع اللغة والثقافة في اللافتات الإشهارية التجارية حيث تعتبر اللغة وسيلة آلية لا يمكن فصلها عن الإنسان كونها ظاهرة فكرية مرتبطة به دون غيره من الكائنات الحية فهي نظام إجتماعي وموروث مشترك كما تعد أكثر أداة للتواصل الإجتماعي بين الأفراد والتبليغ بمختلف أنواعه كالحطاب والخطاب الإشهاري وهنا يكمن موضوع دراستنا هذه، فالخطاب الإشهاري يعد من أنواع الخطابات التي تستخدم للتأثير على الأفراد و المجتمعات وذلك من أجل إيصال فكرة معينة للمتلقي عبر اللافتات التجارية الإشهارية بغرض إرسال رسالة إشهارية تخاطب الزبون المستهدف، ومن هنا نتطرق إلى طرح الإشكالية المتمثلة في ما هو واقع اللغة والثقافة في اللافتات التجارية الإشهارية وكيف تتفاعل مستويات الإستعمال اللغوي مع الثقافة في إطار مقولات اللسانيات الإجتماعية؟

ولتغطية الإشكالية قسمنا بحثنا هذا إلى فصلين الفصل الأول قدمنا فيه نظرة خاصة حول اللسانيات الإجتماعية أما الفصل الثاني قمنا بتحليل بعض النماذج من أجل تقديم تفسير دقيق أكثر.

أما الهدف من دراسة هذا الموضوع تحديدا فهو كشف الغموض الحاصل في دور اللغة والثقافة في اللافتات التجارية ومدى تأثير المتلقي بها ومدى تفاعل البنية اللغوية وغير اللغوية وقد إستعنا في هذه الدراسة بالإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ولإنجاز ذلك نذكر بعض المصادر والمراجع منها حسان كزار اللسانيات الإجتماعية في الدراسات العربية الحديثة، التلقي والتمثلات، دار الرافدين بغداد، العراق، 2018، ص17.

بالإضافة إلى سعيد بنكراد، الصورة الإشهارية، آليات الإقناع والدلالة، علم اللغة الإجتماعي، محمود عياد، علم الكتب القاهرة، مصر، ط2، 1990، ص12.



ولابد لكل طالب باحث أن يجد صعوبات أثناء القيام ببحثه ومن بينها صعوبة جمع المدونة وصعوبة تصنيفها أثناء التحليل بالإضافة إلى تشعب النظريات المرجعية للموضوع وغيرها وفي الأخير نقوم بتقديم شكر خاص لأستاذنا المشرف زهير بوخيار وكل من ساهم ومد يد العون في إنجاز هذه المذكرة.

الفصل الأول:

اللسانيات الإجتماعية

## تمهيد:

إن دراسة اللغة بوصفها ظاهرة إجتماعية ومكونا من مكونات الثقافة، قد حظيت بنوع من الإستقلال ونوع من الإهتمام الخاص، وأصبح لها علم معترف به، تشيع الإشارة بمصطلح علم اللغة الإجتماعي "sociolinguStics" <اللسانيات الإجتماعية> وهو العلم الذي يدرس اللغة في علاقاتها بالمجتمع، إذ تعتبر اللغة أهم أداة للتواصل الإجتماعي، حيث إهتم الدرس اللساني الحديث منذ أواخر الخمسينات من القرن الماضي إهتماما كبيرا بدراسة العلاقة بين اللغة ومحيطها الإجتماعي ولذلك أصبحت اللغة تكتسي أهمية واضحة وملموسة في حياة الأفراد.

**1- تعريف اللسانيات الإجتماعية:**

علم اللغة الإجتماعي فرع من فروع علم اللغة، لكنه يقع في الجانب التطبيقي منه، إي يقع في مجال علم اللغة التطبيقي، أو اللغويات التطبيقية، بالنظر إلى معظم موضوعاته تقع في هذا الجانب وهذا العلم من العلوم الحديثة التي لم تتضح معالمها ولم تستغل استغلالا في أواخر الخمسينات وبداية الستينات من القرن العشرين.

وهناك تعريفات كثيرة لللسانيات الإجتماعية عند اللغويين، وهذا العلم يعني بدراسة الواقع اللغوي في أشكاله المتنوعة بإعتبارها صادرة عن معان إجتماعية وثقافية مألوفة وغير مألوفة ويشمل أيضا كل ما يتعلق بالعلائق بين اللغة والمجتمع مدخلا في الإعتبار كل الميادين التي تعنى عليها مع علم الأعراف البشرية الذي يدرس اللغة لا لذاتها وإنما بإعتبارها تعبيرا عن سلاسة معينة، عن شعب وعن الحضارة.<sup>1</sup>

ويطلق عليه أيضا "spechcommunities" واستخدم هذا المصطلح بصورة واسعة ومحاذثة الجماعة ونستطيع في

علم اللغة الإجتماعي أن نكشف عن اختطافات بين جماعات المجتمع الواحد والوقوف على خصائص اللغة التي<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - هادي نهر،: علم اللغة الإجتماعي، دار الأم للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، ص 198.

<sup>2</sup> - نور الدين رايب: اللسانيات المعاصرة في ضوء نظرية التواصل، علم الكتب الحديث، الباب الثالث، ط1، 2014، ص 151.

تتكلم بها الجماعة. وعلم اللغة الإجتماعي وهو دراسة اللغة في علاقتها بالمجتمع، وينقسم علم اللغة الإجتماعي مثله مثل الكثير من العلوم إلى جزأين، "الجزء الإختياري، والجزء النظري، فالجزء الإختياري يتم عن طريقه الخروج إلى الميدان لجمع المادة التعليمية، والجزء النظري إلى هذه الحقائق المجمع والتفكير فيها وتمحيصها".<sup>1</sup>

وأصبح هذا العلم يلقي المزيد من الضوء على واقعية اللغة، وطبيعة المجتمع والعلاقات اللغوية داخل المجتمع. وهو موضوع علم اللغة الإجتماعي، كذلك دراسة الواقع اللغوي في أشكاله المتنوعة بإعتبارها صادرة عن معان إجتماعية وثقافية مألوفة، ذلك من خلال التبادل الإجتماعي.

علم اللغة الإجتماعي يطبق " يهتم بالحديث الكلامي بين الأفراد داخل المجتمع. إذ لا يوجد مجتمع يتكلم لغة واحدة أو لهجة واحدة، والإنسان لا يتحول من لهجة إلى أخرى أو من لغة إلى أخرى. لأسباب وعوامل إجتماعية. وإذا كان اللغويون يعزلون بعض الظواهر اللغوية لدراستها يحد ذاتها. فإن علم اللغة الإجتماعي، على دراسة الظواهر في إطار كل ما في المجتمع. كما أنه في النهاية يصل إلى تطوير نظرية تصلح لدراسة أنواع الحدث الكلامي".<sup>2</sup>

وفي مقابل المدرسة الإجتماعية التي ركزت على الطبيعة الإجتماعية للغة، فاللغة مرآة عاكسة للمجتمع، ترتبط بالجماعة في تقدمها وتخلفها. أي أن اللغة تتأثر بأهلها، ففي قوتهم قوة لها وفي ضعفهم ضعف لها.<sup>3</sup>

- فعبارات التحية والإعتذار والتهنئة في المناسبات الإجتماعية، تؤدي احتراماً للتقاليد الإجتماعية بل ويختار الإنسان منها ما يناسب كل بيئة رعاية للجماعة، وأيضاً العبارات الخاصة بتوزيع الأعمال، وطلب المساعدة، وطلب العمل..... إلخ، كل هذه العبارات لا تحمل فكراً جديداً كان يجمله السامع بل هي للترابط الإجتماعي والتعاون الجماعي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - نور الدين رايس: اللسانيات المعاصرة في ضوء نظرية التواصل، علم الكتب الحديث، الباب الثالث، ط1، 2014، ص 151.

<sup>2</sup> - مها محمد فوزي معاذ: الأنثروبولوجيا اللغوية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الأزاريطة، دط، ص 122.

<sup>3</sup> - محمد محمد داوود: العربية وعلم اللغة الحديث، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، دت، 2001، ص 49.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه: ص 50.

- وتعرف اللسانيات الإجتماعية وهو العلم الذي يحاول الكشف عن القوانين والمعايير الإجتماعية التي توضح وتنظم سلوك اللغة وسلوك الأفراد نحو اللغة في المجتمع، وقد تعددت التسميات التي يتفق بعضها في المضمون بشكل أو آخر مع علم اللغة الإجتماعي وتختلف في المنطوق، نذكر منها: علم اجتماع اللغة، أو علم اجتماع اللغوي the sociology of language، علم الأنثروبولوجيا اللغوية linguistic Anthropology ومهما يكن من الأمر هذا الإختلاف فإن هناك نقاط إلتقاط كثيرة بين موضوعات تلك المباحث.

- علم الاجتماع اللغة يهتم بالخطوط العامة التي تميز المجموعات الإجتماعية من حيث أنها تختلف وتدخل في تناقضات داخل المجموعة اللسانية العامة نفسها، والوقوف على القوانين التي تخضع لها الظاهرة اللغوية في حياتها وتطورها وما يعتوها من شؤون الحياة، ومبلغ تأثيرها بما عداها من الظواهر الإجتماعية التي لها تأثير على اختيار الناس للغة، وما تحمله هذه اللغة من طوابع الحياة، وطرائق الإستعمال اللغوي التي يكتسبها الإنسان من المجتمع.<sup>1</sup>

تعتبر اللسانيات الإجتماعية أو علم اللغة الإجتماعي باختلاف المسميات من أهم مجالات النمو والتطور في الدراسات اللغوية من منظور المناهج الدراسية، إذ تهتم بالظواهر الإجتماعية، فاللسان له أساليب معقدة مرتبطة بالظواهر الإجتماعية. واستعمال يكون وفقا للمجالات الاقتصادية. كما جاءت اللسانيات الإجتماعية لتتجاوز وضعا قائمة في الغرب. وتقدم إنتقادات لاذعة لتلك اللسانيات البنيوية التي سطرها فردينارد دوسوسير ومن الممكن أن نعرف اللسانيات الإجتماعية بأنه دراسة اللغة في علاقاتها بالمجتمع، ويتجه إهتمامه بدراسة الوظيفة الإجتماعية للغة، وبهذا يقرر عدد من الباحثين أن القول بأن اللغة ظاهرة إجتماعية، فإنه إقرار بأن اللسانيات لا يمكنها أن تكون إلا علما إجتماعيا وبالتالي فعلم اللغة الإجتماعي هو اللسانيات، ومن بين من حمل هذا المشعل أنطوان مبيت الذي<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - هادي نحر: ص 50.

<sup>2</sup> - هاجر ملاح: اللسانيات الإجتماعية، مجلد2، ع9، 2018، ص85.

تحدث عن الطابع الإجتماعي للغة، بل إعتبرها حدثا إجتماعيا متميزا. وقد قدمت مجموعة من المرادفات لمصطلح اللسانيات الإجتماعية، فلا نكاد نتفق على مصطلح واحد في هذا العلم، وفي غيره من العلوم الحديثة، ومن هذه المصطلحات:

✓ اللسانة الإجتماعية SOCIOLINGUISTIQUE

✓ اللسانة الإناسية LINGUISTIQUE ANTHROPOLOGIQUE

✓ إجتماعيات اللغة SOCIOLOGIE DU LANGUAGE

✓ جغرافيا اللغة<sup>1</sup>

وتذهب جوليت غار مادي أن اللسانيات الإجتماعية في كتابها اللسانيات الإجتماعية > أن اللسانيات الإجتماعية جزء من اللسانة التي يتقاطع التي يتقاطع ميدانها مع ميادين اللسانة الأثنية وإجتماعيات اللغة والجغرافيا اللسانية، وعلم العامية أو نقرأ أيضا من غير المؤكد أن تكون اللسانة الإجتماعية علما حقيقيا، أو أنتكون قد وجدت أسسها ومناهجها وأنها ربما لا تكون سوى ميدان يدعى فيه علم الإجتماع واللسانة إلى التعاون.<sup>2</sup>

وجاء في معجم مفاتيح العلوم الإنسانية للدكتور خليل أحمد خليل: لسانة ناسية أو ناسية لسانية hthnolinguistique واللسانيات الإجتماعية SOCIOLINGUISTIQUE ويصعب التفريق الواضح بين إجتماعيات اللسانة، والناسيات اللسانية ETHNOLINGUISTIQUE لكن هذين العلمين لا يدرسان المجتمعات نفسها: والناسيات اللسانية تهتم بالمجتمعات البسيطة التركيب أي العريقة والبدائية الأولى، أما إجتماعيات اللسانة تدرس المجتمعات المركبة المتحضرة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه: ص 85.

<sup>2</sup> - جوليت غارمادي: اللسانيات الإجتماعية، عرب خليل أحمد خليل، دار الطليعة، بيروت، ط1، 1990، ص 24.

<sup>3</sup> - لطفي بوقرية: محاضرات في اللسانيات الإجتماعية، جامعة بشار، 2003، ص 1.

واللسانيات الإجتماعية كما هو واضح من التعريف السابق: تخصص لمي يجمع كل من علم اللسانيات ، وعلم

الإجتماع ، وعلم السلالات البشرية L ETHNOLOGIE، وعلم الجغرافيا البشرية وعلم اللهجات.<sup>1</sup>

- اللسانيات الإجتماعية تدرس العلاقات القائمة بين اللغة والأفراد من جهة وبينهما وبين المعطيات الإجتماعية

تدرس العلاقات القائمة ما بين إختيار الفرد لنمط محدد من الإتصال والوضعية الإجتماعية التي يوجد فيها الفرد.<sup>2</sup>

- كما تعرف اللسانيات الإجتماعية عند حلمي خليل بأنه يدرس اللغة من حيث هي حدث لغوي إجتماعي،

وبناء على ذلك يقوم هذا العلم بدراسة > التنوع اللغوي في استخدام اللغة في مجتمع ما أو عدة كمجتمعات

تتكلم لغة واحدة، أو ما يسمى باللهجات الإجتماعية، أو اللهجات الطبقية، من حيث خصائصها الصوتية

والصرفية والنحوية والدلالية، كما يدرس أيضا مشكلات الإزدواج اللغوي، أو تعدد المساويات اللغوية مثل :

الفصحى والعامية وطبيعة العلاقة بينهما، ولغة الإذاعة والصحافة، ولغة الدين والسياسة، ولغة التعليم، والعلاقة

بين اللغة والثقافة.<sup>3</sup>

- يعرف أيضا: فإن هذا العلم يدرس التأثير المتبادل بين اللغة والمجتمع، وقد يطلق عليه بعض علماء الإجتماع، لم

الإجتماع اللغوي، غير أن فرقا ي تناول علم اللغة وعلم الإجتماع لهذه العلاقة بين اللغة والمجتمع.<sup>4</sup>

- يعرف عبد الواحد وافي في كتابه علم اللغة: علم اللغة الإجتماعي علم يرمي إلى بيان العلاقة بين اللغة والحياة

الإجتماعية. وأثر المجتمع ومدينته ونظمه وتاريخه وتركيبه وبيئته الجغرافية في مختلف الظواهر اللغوية.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - لطفي بوقربة: مرجع سابق، ص 2.

<sup>2</sup> - لطفي بوقربة: مرجع سابق، ص 3.

<sup>3</sup> - خليل حلمي: دراسات في اللسانيات التطبيقية، جار المعرفة الجامعية، الأزربطة، دط، 2003، ص 77، 78.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه: ص 78.

<sup>5</sup> - عبد الواحد وافي: علم اللغة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ط2، 1996، ص 50.

-غير أن علماء الاجتماع ومن نصح نصحهم ، قد أخذوا على القدامى الباحثين من علماء اللغة، وعلى أعضاء مدرسة >المحدثين من علماء القواعد، تقصيرهم في بيان العلاقة بين الظواهر اللغوية، والظواهر الإجتماعية، وإنحرافهم أحيانا عن جادة الصواب في هذه السبل . تفسيرهم لكثير من الظواهر اللغوية، وخاصة الظواهر الصوتية، تفسيراً خاطئاً يبعد بها عن المجتمع وشؤونه، فعملوا على سد هذا النقص وإصلاح هذه الأخطاء، وأنشئوا فرعاً خاصاً سموه "علم الاجتماع اللغوي": أو > السوسيوولوجيا اللغوية < sociologie linguistique، وتوفروا فيه على كشف العلاقات التي ترتبط بين الظواهر اللغوية ومختلف الظواهر الإجتماعية، فنهضوا بالدراسات اللغوية نفضة مشكورة.<sup>1</sup>

كما عرفه الجاحظ أيضاً بقوله: أنه كلام الناس في طبقات، كما أن الناس أنفسهم طبقات ، فمن الكلام الجزل والسخيف، والمليح والحسن والقبيح والخفيف والثقيل وكله عربي وبكل قد تكلموا، وبكل قد تمادحوا وتعابوا.<sup>2</sup> ويبدو من كلام الجاحظ العلاقة الوطيدة بين الكلام والمجتمع، حيث جعل الكلام في مستويات ومراتب ويعكس ما في المجتمع من طبقية وتفاوت، فمثلا الطبقة الإجتماعية التي ينبثق عنها الكلام الجزل قد تكون الطبقة المتمكنة من اللغة والأدب، في حين قد ينبثق السخيف من الكلام عن الجهال والعوام الذين لم يتأدبوا.

أما تعريف علم اللغة الإجتماعي الذي قدمه جون لاينز قائلا: > هي دراسة اللغة من حيث علاقتها بالمجتمع وبالتالي فاللسانيات الإجتماعية هي التي تركز على الوظيفة الإجتماعية للغة في علاقتها بالمتكلمين من حيث السن والجنس و الفئة والممارسة الإجتماعية (العائلية والدراسية والوظيفية...) ثم تفسير الوظيفة الإجتماعية للغة والإهتمام بقضايا لغوية كبرى تتعلق باللغة الأم، ومن اللغات وعلاقة اللغة باللهجة والثنائية والتعددية...<.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص51.

<sup>2</sup> - الجاحظ: البيان والتبيين، دار الكتب العلمية، بيروت، ج1، ط2، دت، ص144.

<sup>3</sup> - محاضرات في اللسانيات الإجتماعي.

وعرفه أيضا جان لويس كالفلي: فرع من فروع اللسانيات يهتم بالعلاقة ما بين اللغة والمجتمع، والأسباب والظروف الإجتماعية التي تحيط بالحدث اللغوي.<sup>1</sup>

وقد ارتبط مصطلح اللسانيات الإجتماعية بمصطلح علم اللغة الإجتماعي وجاء ذلك نتيجة متوقعة لكثرة الإصطلاحات وتعددتها في هذا المجال، ورغم التنازع الحاصل بين تلك المسميات. إلا أنها كانت تدور حول عنصري اللغة والمجتمع وهي الوسيلة التي تنقل لنا الثقافات والحضارات من زمن لآخر، ويمكن تعريف علم اللغة في علاقتها بالمجتمع:<sup>2</sup>

ويعني علم اللغة الإجتماعي بملاحظة التفاعل بين اللغة والمجتمع وتأثير كل منهما في الآخر معتمدا على مبادئ علم اللغة وعلم الاجتماع، بحيث يؤدي تحليل البنية اللغوية على الكشف عن البنى الإجتماعية في إطار إجتماعي يعرفه بأنه: نسق العلاقات المستقرة والثابتة والمتجددة في صلب مؤسسة المجتمع. التي توزع المراكز. وتحدد المهمات والواجبات والمراجع المختلفة بين أعضاء الجماعة.<sup>3</sup>

وقد كان المصطلحان < علم اللغة الإجتماعي وعلم الاجتماع اللغوي > مدار بين الباحثين من يرى أنهما يدلان على المفهوم الواحد، ومنهم من يرى أنهما لمختلفان في المفهوم، فهليش يرى أن مصطلحي علم اللغة الإجتماعي وعلم الاجتماع اللغوي في أغلب الأحيان لاسيما في الولايات المتحدة الأمريكية مترادفان تقريبا، أما الذي يفرق بينهما فيستند إلى أن علم اللغة الإجتماعي يبحث في العلاقات المتبادلة بين اللغة والمجتمع، وذلك في إطار وجهات

نظر لغوية. في حين علم اجتماع اللغوي يتخذ نقطة إنطلاق في تحديدات إجتماعية، وفي الإتجاهين يمكن أن تبحث العلاقات المتبادلة بين اللغة والمجتمع تبعا لذلك من جانب اللغة و من جانب المجتمع على حد سواء.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه.

<sup>2</sup> - أولاد غسان عبده أصفهاني: نشر نزار القباني في ضوء اللسانيات الإجتماعية، مقدمة لنيل شهادة الماجستير في ميدان اللغة العربية وآدابها، جامعة الشرق الأوسط، 2014، ص 63.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه: ص 64.

<sup>4</sup> - حسن كزار: اللسانيات الإجتماعية في الدراسات العربية الحديثة التلقي والتمثيلات، دار الرافدين، بغداد، العراق، 2018، ص 17.

ويُفرق هُدىن بين مفهوم المصطلحين من علم اللغة الإجماعى إلى دراسة اللغة فى علاقتها بالمجتمع، أما علم إجماع اللغوى فإنه يدرس المجتمع فى علاقاته باللغة ويقرر أن الإختلاف بين العلمين ليس إختلافا فى العناصر وإنما إختلاف فى محور الإهتمام ويسند ذلك إلى الأهمية التى يولها الدارس للغة للمجتمع، وإلى مدى مهاراته فى تحليل البنية اللغوية والإجتماعية.<sup>1</sup>

ويشير توماس لوكمان إلى أن الأسئلة ذات الصلة المباشرة بإهتمامات علم إجماع اللغة هى تلك التى تعالج تأثير الثقافة والتوزيع الإجماعى للمعرفة والبناء الإجماعى للصيغ اللغوية والأساليب، وإستخدام اللغة والتغيير اللغوى... وهى توضح الأفق الواسع للقضايا التى تواجه علم إجماع اللغة.<sup>2</sup>

ويناقش فلوريان > بما أن السوسىولسانيات هى أرضية للغويين وعلماء الإجماع والذين يحاول بعضهم فهم المظاهر الإجماعية للغة، بينما الآخرون يهتمون بالدرجة الأولى بالمظاهر اللغوية للمجتمع. ليس من المفاجئ أن يكون كما كان دائما ، مركزا للجاذبية معروفة بالميكرو والماكرو سوسىولسانيات، أو بعبارة أخرى السوسىولسانيات بالمعنى الضيق وسوسىولوجيا اللغة، وهما يمثلان اتجاهين وبرامج بحث مختلفة، إذ إن الميكرو قضايا يشتغل بها اللغويون وعلماء اللهجات وآخرون معنيون بمجالات محورها اللغة، بينما الماكرو قضايا غالبا ما يشتغل بها علماء الإجماع وعلماء النفس الإجماعيون، ومع ذلك هنالك اتفاق عام أن كلا من البعدين ضروري من أجل فهم كامل للغة بإعتبارها ظاهرة إجتماعية.<sup>3</sup>

وبحسب كمال بشر فإنها العلم الذى يدرس اللغة فى علاقتها بالمجتمع.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه: ص 18.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه: ص 19.

<sup>3</sup> - حسن كزار، مرجع سابق، ص 20.

<sup>4</sup> - كمال بشر، علم اللغة الإجماعى، دار غريب، القاهرة، ط3، 1997، ص 41.

فاللغويون يعدون هذا العلم جزء من علم اللغة العام، وهو يعني تأثير العوامل الإجتماعية بطبقات المجتمع في لغة هذه الطبقات وهذا الإتجاه اللغوي، يقع تحت مظلة علم اللغة العام، ينسجم مع تلك المدرسة اللغوية التي تسمى بالممارسة اللغوية الإجتماعية.

وفي الأخير فرغم تعدد تعريفات اللسانيات الإجتماعية فإنها تؤكد جميعها البحث في مظاهر العلاقة بين اللغة والمجتمع الذي تكون فيه فهما في حالة تأثر وتأثير.

## 2- مجال إهتمام اللسانيات الإجتماعية

لرصد إهتمامات هذا المجال المعرفي نستند إلى التصنيف الذي تقدم به هالداي لحصر مواطن إهتمام اللسانيات الإجتماعية وهو كالتالي:

- تنظم اللسانيات الإجتماعية إلى فروع اللسانيات التطبيقية، إذ تتناول بالتتبع والبحث، دراسة المشكلات اللهجية الجغرافية، والإجتماعية، وطرائق التأثير بين اللغة والمجتمع وتفحص الظواهر الناجمة عن الإزدواج اللغوي، وصولاً إلى الجوانب التطبيقية التي تسهم في حل تلك المشكلات اللغوية في المجتمع، عبر التخطيط اللغوي والسياسة اللغوية، فضلاً عن إيجاد أفضل الصيغ في تعليم اللغات، سواء كانت قومية أم لغات التعدد اللغوي.<sup>1</sup>
- ومن المجالات التي تتطرق إليها اللسانيات الإجتماعية وتعالجها، يمكن الإشارة إلى أن اللسانيات تتقاطع مع العلوم الإجتماعية، ومع العلوم القريبة جداً منها، كعلم إجتماع اللغة، وعلم الأثنولوجي، واللسانيات الأنتربولوجية، كما تلعب دور مهم في حل مشكلات التعليم، والعلاقات الإجتماعية في المجتمعات المتقدمة، لما<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حسن كزار: مرجع سابق، ص 27.

<sup>2</sup> حبيبة بودهوس: ترجمة المصطلحات اللسانية الإجتماعية جهود محمد يحياش أنموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان اللغة والأدب العربي، تخصص مصطلحية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2017، ص 10.

لغة من دور فعال في الإفصاح عن العلاقات الإجتماعية والثقافية للمجتمع، بل لعلها الوسيلة الوحيدة للإفصاح عن هذه القيم وتلك العلاقات عن هذه القيم وتلك العلاقات زيادة عن كونها القناة التي يتعلم بها الأفراد معارفهم وينيون بواسطتها شخصياتهم ويحققون نجاحاتهم العلمية، كما تبرز أهميتها في دراسة وسائل الإتصال المختلفة على أساس أن الإتصال هو الوسيلة الهامة الي تنقل بها الحضارة من جيل إلى جيل.<sup>1</sup>

- ويحدد ديفيد كريستال: اهتمام هذا العلم بقوله > يدرس علم اللغة الإجتماعي الطرق التي تتفاعل بها اللغة مع المجتمع إنه يدرس الطريقة التي تتغير البنية اللغوية، إستجابة لوظائفها الإجتماعية، والتعريف بماهية هذه الوظائف.<sup>2</sup>

تشتغل اللسانيات الإجتماعية بالبحث الوصفي، إذ أن المسائل المنهجية المتعلقة بتحديد وتجميع ومعالجة المعطيات التجريبية. كانت تنصدر الإهتمام إذا أكثر بكثير من بناء النظرية، وقد تم تطوير عينات لإستطلاع وتصاميم الأبحاث والملاحظات والمساهمة، وهندسة الإستثمار، وتقنيات الإستجواب والإستخراج، والتحليل المتعددة الأنواع، وأدوات منهجية أخرى، وتم تكييفها لتلائم المعطيات اللغوية: ونجد المنهج السوسيولساني في غالبته يتعامل مع السلوك اللغوي القابل للملاحظة.<sup>3</sup>

ومن المواضيع الرئيسية التي تركز عليها اللسانيات الإجتماعية

**1-2- التغيير اللغوي:** هناك من الشائع في البحث السوسيولساني يركز على التغيير اللغوي، ويعتبر بعض العلماء الأكثر تأثيرا في مجال أن المهمة الخاصة للسوسيولسانيات هي التنبؤ بالتغيير اللغوي رغم إرتكازها على إفتراضات تختلف كثيرا.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - حبيبة بودهوس: مرجع سابق، ص10.

<sup>2</sup> - حسن كزار: مرجع سابق، ص39.

<sup>3</sup> - فلوريان كويماس: دليل السوسيولسانيات، تر: خالد الأشهب وماجد ولين النهيي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، ط1، 2009، ص23.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه: ص 24.

من حيث التفاصيل يمكن تلخيصها في ثلاث أعمال رئيسية: ماهي أسباب واليات التغير اللغوي؟ لماذا يحتفظ ببعض التمايزات بنما تضيع أخرى؟ ماهي القوى التي تقاوم التغير اللغوي؟ ماهي المبادئ الأساسية التي تجعل تنبؤات التغير في المجموعات المنتقات ممكنة وهذا النوع من الأسئلة التي يتم التعامل معها في اللسانيات السوسيولسانيات.

التنوع: في ارتباط وثيق بمواصلة البحث حول التغير اللغوي نجد البحث في التنوع ، في الواقع، غالبا ما يقع الإثنان تحت نفس العنوان، بإعتبار التغير التاريخي ضربا من التنوع ومن بين الأسئلة المطروحة في إطار هذا الربط: ما هو التنوع اللغوي وماذا يتضمن بالنسبة إلى تصورنا لما هي اللغة؟ ماهي الخصائص الإجتماعية ذات صلة بالموضوع والتي لها وزن في التنوع اللغوي؟ كيف تتفاعل التنوعات الزمنية الجهوية والإجتماعية مع بعضها؟<sup>1</sup>

2-2- التعدد اللغوي: لقد تم تكريس مجهودات كثيرة للبحث في التجمعات الإجتماعية التي يميزها إستعمال لغتين أو أكثر من لدن بعض أو كل أفرادها، ومرة أخرى يلاحظ أن كثيرا من العمل في هذا المجال الوصفي والتصنيفي، مع التأكيد على تحديد وتمييز النماذج المختلفة للكلام التي تقتضي أكثر من لغة واحدة، وقد قدمت تفسيرات عديدة والجماعات، كانت هذه التفسيرات ذات طبيعة نظرية وشكلت فرضيات قابلة للإختبار.<sup>2</sup>

- كما تهتم اللسانيات الإجتماعية بربط المعطي اللساني بالظواهر الإجتماعية، واللسان له أساليب معقدة مرتبطة بالطبقات الإجتماعية وحركتها داخل المجتمع، وترتيبها وانتقال الكلمة من مجتمع إلى آخر يكسبها معنى جديدا، ومن هنا تبرز قضية الإتصال الألسن وأثرها في تشكيل النظام اللغوي والمعجمي للسان متمثلة ممثلة في التداخل الأسلوبي والتركيبى والدخيل المعجمي، لذا فإن مجالات إهتمام اللسانيات الإجتماعية ومتنوعة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - فلوريان كويماس: مرجع سابق، ص 24.

<sup>2</sup> - فلوريان كويماس، مرجع سابق، ص 26.

<sup>3</sup> - حسن كزار: مرجع سابق ، ص 40.

ويمكن الإستناد إلى التصنيف الذي قدمه هاليداي لحصر مواطن إهتمامات اللسانيات الإجتماعية كالاتي:

- الإزدواجية اللغوية والتعدد اللغوي، وتعدد اللهجات.<sup>1</sup>

- التخطيط والتنمية اللغوية.

- ظواهر التنبؤ اللغوي.

- علم اللهجات الإجتماعي

- اللسانيات الإجتماعية والتربية.

- الدراسة الوصفية للأوضاع اللغوية (طريقة وأسلوب الكلام).

- السجلات والفهارس الكلامية والإنتقال من لغة إلى أخرى.

- العوامل الإجتماعية في التغيير الصوتي والنحوي.

- النظرية الوظيفية والنظام اللغوي.

- تطور اللغة عند الطفل.

- اللسانيات العرفية الأثنومنهجية.

- دراسة النصوص.<sup>2</sup>

ويقسم جاك ريتشارد موضوعات اللسانيات الإجتماعية إلى قسمين الأول: يتبادل أفعال الكلام وأحداث الكلام،

والبحوث التي تتعلق بالتنوع اللغوي التي تحدث في الجماعات اللغوية ضمن العوامل الإجتماعية والثاني يتناول دراسة

المجتمعات ثنائية اللغة والتخطيط اللغوي والميول اللغوية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>هادي نحر: مرجع سابق، ص25.

<sup>2</sup>- هادي نحر: مرجع سابق، ص25.

<sup>3</sup>- حسن كزار : مرجع سابق، ص41.

ويرى عبد الرحمان العارف أن القضايا التي يعالجها هذا العلم، هي الإزدواج اللغوي والتعدد اللغوي، ودراسة اللهجات المحلي، واللهجات الإجتماعية، وأثر التغيرات الإجتماعية في اللغة مل الدين والسياسة، والحروب والإقتصاد، ودراسة مستويات الإستخدام اللغوي والثقافة الإجتماعية والمخطوطات اللغوية، وأصول التخاطب بحسب المستويات الإجتماعية واللغة المشتركة واللغة القومية ومواقف التخاطب، والإشارات والحركات الجسمية المصاحبة للغة في المجتمع.<sup>1</sup>

### 2-3- تنوع اللغة والمواقف:

ومن الموضوعات التي ترصدها وتدرسها اللسانيات الإجتماعية تنوع اللغة المعينة بنوع الموقف الذي تكون فيه وهذا تنوع يتغاير مع التنوعات الأخرى.

تنظر اللسانيات الإجتماعية إلى الأساليب اللغوية التي يستعملها الفرد بتغير بتغير الموضوع من جهة والمشاركين بالحديث من جهة أخرى، وهذا يدفع إلى دراسة المواقف الإجتماعية العامة ومراقبة التعابير والكلمات التي يستعملها المتكلم في هذه المواقف لأن المواقف الإجتماعية . لأن المواقف الإجتماعية العامة التي توظف فيها اللغة يمكن حصرها وتقييمها تحت تصنيفات معينة معروفة فقد أفضى إلى تحديد خمسة أنواع: وهي:

- **الأسلوب الجامد:** وهو الذي يستعمل فيه الكلام الرسمي، كأسلوب الخطابة الرسمية والصلوات، والأدعية الدينية وتلاوة الكتب الدينية.

- **الأسلوب الرسمي:** وهو الأسلوب الذي يعد إعدادا جيدا، يقرأ بعناية بالغة، مثل برامج الإذاعة والتلفزيون والمحاضرات الجماعية.

**الأسلوب الإستشاري:** وهو الأسلوب فيه الكثير من أسلوب الرسمي، ولكن لا يخطط له المتكلم بعناية، وفيه يتجنب إستعمال العبارات المعنية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 42.

<sup>2</sup> - حسن كزار: مرجع سابق، ص 49.

- **الأسلوب العادي:** وهو الأسلوب الذي يفترض خلفية من المفاهيم والمعلومات المشتركة بين المتحدثين، وهو ما يستعمله جماعة من الناس حيث يناقشون موضوعا معينا.

- **أسلوب الألفة الشديدة:** وهو أقل الأساليب رسمية، ويتألف عادة من أشباه جمل ومفردات وإيماءات وتستعمل فيه اللغة الشائعة بين المتحدثين ومن أمثلة ما يدور بين الأصدقاء والأقارب ورفقاء العمل من الحديث.<sup>1</sup>

## 2-4- النسبية:

احتلت النسبية موقعا هاما في أعمال سايبير وورف، وقد أدت أيضا دورا مهما في السوسيولسانيات، حيث تعالج مشكل مقارنة العشائر اللغوية ومواردها اللغوية ومواصفاتها بالإستعمال اللغوي وفي هذا الربط ثم تعميم العديد من الأوصاف لظواهر اللياقة في لغات مختلفة خلال السنوات الأخيرة، وقد شجعت هذه الأوصاف على ظهور مناقشات نظرية حول مثل هذه القضايا ومنها: هل يمكن تعريف اللياقة بطريقة مستعملة في لغة ما أو في عشيرة لغوية ما؟ وهل من الممكن قياسها، وكيف يمكن مقارنتها بر اللغات، وهل علينا تأويل اللياقة كمفهوم ينتمي إلى النسق اللغوي، وإلى الإستعمال اللغوي أو الإثنين معا، وعلى أي أساس مراجعة لمجموعة شاملة من الأدبيات يقيم كانبير النتائج في الفصل ويقدم اقتراحات المقاربات الحيوية في دراسة اللياقة اللغوية.<sup>2</sup>

2-5- **المحظور اللغوي:** من الموضوعات التي تدرسها اللسانيات الإجتماعية المحظور اللغوي الذي يعني: تحريم استخدام كلمات أو عبارات لا يحسن نطقها بالمرّة، أو يصعب تقبلها وبقائها في الإستعمال، وهذه الكلمات تتصل بالعيوب والعاهات الجسمية وأسماء الأمراض، وأجزاء معينة من جسم الإنسان، لذا تلجأ المجتمعات إلى التعبير بكلمات أخرى تكون أكثر غموضا وأوسع دلالة، وهذا الخطر في تلك الألفاظ مدفوع بأسباب إجتماعية تخص الطبقات الإجتماعية في المجتمع الواحد كما تختلف بإختلاف الجماعة اللغوية، ولغتها، فاللغة الآتية في التعبير عن<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه: ص50.

<sup>2</sup> - فلوريان كولماس: مرجع سابق، 28.

<sup>3</sup> - حسن كزار: مرجع سابق، ص 50، 51.

الأشياء المحضور بأسمائها المباشرة من دون اللجوء للفظ euphemisme.

أما في اللغة الإنجليزية، فإنها تقترب ما تكون إلى اللغة العربية في تعاملها مع هذه الظاهرة وترجع أسباب الحضر إلى ثلاثة دوافع وهي:

1. الخوف والفرع.

2. الكياسة والتأدب.

3. الخجل والإحتشام.<sup>1</sup>

**2-6- واسم حد:** وهذا محور رئيسي اخر في البحث السوسيولساني هو الوظيفة الرمزية للغة بإعتبار هذه الأخيرة طريقة لتشكيل العشيبة وخلال معالجة هذا المحور، تم إقتراح نظريات حول اللغة في علاقات المجموعة الأثنية، التحالف اللغوي وأفعال الهوية، القومية اللغوية والتحول اللغوي والولاء، ويقدم الفصلان لفيشمان، ولتاوري كيلر النتائج الرئيسية في هذا المجال، بينما يضع الفضل لماكوينل العالم السوسيو لساني للإستعمال اللغوي لدي المجموعات الإنسانية في منظور شمولي.<sup>2</sup>

**2-7- الإزدواجية اللغوية:** تنطلق اللسانيات الإجتماعية في دراستها للتنوع اللغوي يوسم هذا التنوع بمصطلحين الأول الإزدواجية اللغوية، والثاني الثنائية اللغوية ويعرف الأول في أدبياتها بأنه (وضع لغوي مستقر نسبيا يوجد فيه بالإضافة إلى اللهجات للغة ما اللهجات التي يمكن أن تشمل على معيار إقليمي أو أكثر، نمط فوقي عال التقشير، وفي الغالب معقدا لغوي، ومتباعدا جدا، أو هي تعني بوجود نمطين من اللغة يسيران جنبا إلى جنب في المجتمع، يتمثل النمط الأول باللغة النموذجية والثاني هو ما جرى العرف على تسميته باللغة المحلية أما الثنائية فهي الوضع اللغوي لشخص ما أو لجماعة بشرية معينة، وذلك من دون أن تكون لدى أفرادها قدرة كلامية مميزة في اللغة مما هي في<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - حسن كزار: مرجع سابق، ص 50، 51.

<sup>2</sup> - فلوريان كوليماس: مرجع سابق، ص 25.

<sup>3</sup> - حسن كزار: مرجع سابق، ص 45.

اللغة الأخرى، وهي بهذا المعنى تتخذ مظهرين: مظهر فردي يتمثل في المرء الذي يعرف لغتين معرفة متكافئة أو متفاوتة ومظهر إجتماعي يتمثل في المجتمع الذي يستعمل أعضاؤه لغتين مختلفتين. " وبحسب التنوع اللغوي، فإن المصطلحين كثيرا ما يتبدلان ويترادفان إلا أن الشائع في عرفهم أن الإزدواج يكون في اللسان نفسه، أما الثنائية فهي تعدد لغات مختلفة تترجم في محيط لغوي واحد، فيحددون وجود الإزدواجية بمعايير معينة توجد في المجتمع اللغوي وهي الوظيفة، والمنزلة والتراث الأدبي والمعيارية، والثبات والمعجم والأصوات".<sup>1</sup>

## 2-8- اللهجات الخاصة: تلحق اللهجات الإجتماعية أنماط من التنوعات اللغوية تنتمي إليها في إطارها العام

وهذه التنوعات لها نوع من الخصوصيات اللغوية والإجتماعية، بما يسوغ لعلماء اللغة الإجتماعيين أن يشيروا إليها إشارات خاصة، تأثيرا للقول بوجود تنوعات وأنماط من الكلام كثيرة كثيرة عناصر البنية الإجتماعية، وما يدور حول هذه البنية من ظروف بينية وحرفية وأنماط سلوك، وإن اللهجات الخاصة تحدث نتيجة الانفصال الإجتماعي فأرباب المهنة الواحدة الخبازين النجارين والنقاشين قد يستعملون لهجة خاصة فيما بينهم لغرض من الأغراض، واللصوص لهم لهجة خاصة سرية يتفاهمون بها بعيدا عن الرقابة والرجال الذين قد يستعملون أيضا لغة خاصة في أداء الطقوس الدينية ينظرون إليها نظره الاحترام والتفديس فرجال الدين الكاثوليك ما زالوا حتى اليوم يؤدون المراسيم الدينية باللغة اللاتينية واللهجة الاجتماعية العامة لتلك الأصناف، الخبازين والنجارين والنقاشين وغيرهم من أرباب المهن. إنما تكون العامية إلا أنهم يكونون لهجة خاصة حين يستعملون ألفاظها وعباراتها في معاني خاصة بهم، وبهذا يكون لهم لهجة اجتماعية عامه ينتمون إليها بحسب طبقتهم ودورهم في المجتمع يتشاركون بها فئات كثيرة من الناس ينتمون إلى الطبقة نفسها إلى جانب لهجة خاصة تدور ضمن كيانهم الضيق، وقد ذكر علماء اللغة الاجتماعية وأمثلة لهذه اللهجات الخاصة، منها لغة الصغار، ولغة المرأة، واللغة السرية، والرطانة الاصطلاحية والرطانة العامة ولغة الهجين (لهجة الحدود).<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حسن كزار: مرجع سابق، ص45.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص48.

2-9- التخطيط اللغوي: يعد التخطيط اللغوي من الموضوعات التي تعنى بها اللسانيات الإجتماعية التي يبرز فيه

الجانب التطبيقي بشكل واضح، إذ أنه من ميادينها التطبيقية التي تمارس دورها على وجود اللغة ونظامها في جماعة معينة، ويعرف التخطيط اللغوي Language phanning بأنه كل الجهود الواعية التي تهدف إلى تغيير السلوك اللغوي لأي جماعة لغوية وبعبارة أخرى انه يشمل كل ما يؤدي إلى التغيير السلوك اللغوي لأي جماعة لغوية بعبارة أخرى أنه يشمل كل ما يؤدي إلى التغيير السلوك اللغوي من وضع كلمة جديدة، فهو يشمل النشاط الذي يقوم بتحضير إملاء، قواعد، ومعاجم نموذجية لتوجيه الكتاب والمتكلمين في مجتمع لغوي غير متماسك نحو نمط لغوي محدد، وفي هذا التطبيق العملي لغوي محدد، وفي هذا التطبيق العملي للمعرفة اللسانية يتعدى عملها الوصفية إلى مجال تجريبي يجب فيه ممارسة الأحكام في شكل اختبارات بين الأشكال اللغوية المتوافرة.

ويرافق مصطلح التخطيط اللغوي، مصطلح آخر هو السياسية اللغوية oling و يجعله بعض اللغويين الاجتماعيين مرادفاً للتخطيط اللغوي ويرى بعضهم أنه يشير إلى موضوعات، أو يحقق أهدافاً لغوية أو سياسية أو اجتماعية أكثر عمومية تأتي بعد التخطيط اللغوي، وعلى هذا يكون التخطيط اللغوي جزء من مفهوم أكبر هو السياسة اللغوية، وتنظر اللسانيات اللغوية إلى التخطيط اللغوي على أنه لا يحقق منافع لغوية فحسب، بل هنالك منافع سياسية اجتماعية واقتصادية - وترى أن تنفيذ التخطيط المناسب يتطلب مشاركة واسعة من فئات المجتمع المختلفة كرجال الدين . والكتاب والشعراء واللغويين و مدرسي اللغات، و مؤلفي المجمعات، والمترجمين، والجنود وواضعي القانون والإداريين.<sup>1</sup>

2-10- اللغة والمفاهيم الإجتماعية الكبرى : ترصد اللسانيات الاجتماعية في حقل اشتغالها علاقة اللغة بالمجتمع

- من حيث علاقة اللغة بالمفاهيم الاجتماعية الكبرى، التي تمثل الهوية العامة لذلك المجتمع، لما لها من حضور،<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- حسن كزار: مرجع سابق، ص52، 53.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه: مرجع سابق، ص53.

وسطوة ونفاذ على جميع أجزائه ، ومنها اللغة ، لذا تترسم اللسانيات الاجتماعية تتبع أثر هذه العلاقة والكشف عنها ، وقد صنفت هذه العلاقات إلى أنماط متعددة هي اللغة والدين - واللغة القومية ، واللغة والثقافة ، واللغة والسياسة ، وقد تتداخل هذه الأنماط فيما بينها : لأنها تلتقي في مساحات كثيرة وكبيرة في المجتمع الواحد .<sup>1</sup>

## 2-11- السياقية ودراسة المعنى:

من المباحث المهمة في حقل اللسانيات الاجتماعية قضية المعنى ودراسته في ضوء منهجها الخاص بحسب ما قرره (فيرث) ، فهو قد وضع تأكيداً كبيراً على الوظيفة الاجتماعية للغة ، ونظر إلى المعنى بوصفه علاقة بين العناصر اللغوية والسياق الاجتماعي بحيث تحدد اللغة معاني تلك العناصر على وفق استمالتها في المواقف الاجتماعية المختلفة ، وبهذا فادن نظريته في المعنى تدخل بشكل رئيس في طلب المباحث اللغوية الاجتماعية ، إذ إن فحواها الأساسي هو أثر الأشكال الاجتماعية المختلفة في البناء اللغوي . ولقد اتخذ أصحاب هذا المنهج السياق وسيلة مهمة للوصول إلى المعنى الدقيق لأي نص لغوي ، هذا السياق يتكون من قسمين هما السياق الداخلي ( اللغوي ) .

و السياق الخارجي (سياق الحال) ، فالسياق الداخلي هو ما تمثله بنية التراكيب اللغوية بأصواتها و كلماتها وجملةا وعباراتها ، والسياق الخارجي - هو ما يمثلها الطرف الخارجي ، الذي يحيط بالكلام ظروف وملابسات وتمثل عناصره الأساسية في شخصية كل من المتكلم والسامع والعلاقة بينهما ، والمكان وما فيه من شخوص وأشياء ، وكذلك الزمن وما يليق به من العوامل الحياتية أو ، الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية ، فضلا عن الموقف من الكلام من ترحيب أو قبول أو إعراض أو إمتاع وغيرها . وإن دراسة المعنى في ضوء هذه النظرية قد لاقى قبولا و اهتماما من لدن اللغويين لما يتمتع به المنهج السياقي من مميزات فهو يجعل المعنى سهل الانقاد للملاحظة و التحليل الموضوعي وهو أيضا يتعد عن فحص الحالات العقلية الداخلية التي تعد لغزا مهما تكررت المعاونة ، في تفسيرها ، لأنه يعالج الكلمات بوصفها<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حسن كزار: مرجع سابق ، ص 53.

<sup>2</sup> - حسن كزار: مرجع سابق، ص 51.

أحداثا ، وأفعال ، وعادات تقبل الملاحظة في حياة الجماعة اللغوية فمثلا عن أن المنهج السياقي قد نجا من النقد والقصور اللذين - وجها إلى المناهج دراسة المعنى الأخرى السابقة سواء كان المنهج الإشاري أم الموضوعي - أم السلوكي.<sup>1</sup>

### 3- أعلام اللسانيات الإجتماعية:

**3-1- ويليام لابوف:** يعد اللساني الأمريكي ويليام لابوف المؤسس الحقيقي لعلم الاجتماع اللغوي المعاصر بكتابه الذي نشره سنة 1966 تحت عنوان < التنضيد الإنجليزية > في نيويورك، حيث أتت صعوبة فصل اللغة عن المكون الإجتماعي الأساسي فيها، وأشار إلى أهمية رب بنية لغة من اللغات بالسياق الإجتماعي، وإذا كانت اللغة ظاهرة إجتماعية فاللسانيات ذات بعد إجتماعي، ويرى وليام لابوف أن التغييرات اللسانية وتبدلها من شخص إلى آخر تعود إلى الطبقة الإجتماعية، ومن هنا نطق الراء في اللغة الإنجليزية في نيويورك، أنه اختار عينات مختلفة التي تعيش في نيويورك، أي المتاجر الفخمة والمتاجر المتوسطة والمتاجر الشعبية.<sup>2</sup>

**3-2- أنطوان ميليت:** فهو لغوي فرنسي يتحدث عن الطابع الإجتماعي للغة بل يعتبرها حدثا إجتماعيا، وقد كان تلميذا للعالم اللغوي السويسري فردينارد دوسوسير (1857 - 1913) ولاشك تركيز ميليت على الطابع الإجتماعي للغة وكشف عن تنبيه لمقولات دوركايم القائم على إعتبار علم الاجتماع علما قائما بذاته، وحاول ميليت التمييز عن أستاذه سوسير بحديثه عن ضرورة الجمع بين مفهومين، الدياترونية (التعاقبية) والسانكرونية (التزامنية) ضمن نسق متماسك يجمع بين ظواهر اللغة وبين ظواهر المجتمع ، وتتحول بذلك اللغة إلى حدث إجتماعي وفي الوقت نفسه على نظام متكامل.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - حسن كزار: مرجع سابق، ص 51.

<sup>2</sup> - جميل حمداوي: اللسانيات الإجتماعية، المكتبة الشاملة الذهنية، دب، دط، 2021، ص9.

<sup>3</sup> - عبد الكريم بوفرة: علم اللغة الإجتماعي، مقدمة نظرية، مطبوع جامعي، جامعة محمد الأول، جدة، المغرب، 2012، ص09.

**3-3- شارل فيركسون:** يعد الأمريكي شارل فركسون من أهم رواد اللسانيات الإجتماعية، وقد الإزدواجية اللغوية ، واحتكاك اللغات ، كما إهتم بالوضعية في أثيوبيا، وقد درس فيركسون أربع لغات هي العربية، اليونانية، والألمانية السويسرية ، واللغة الهجينية في هايتي، بغية معالجة ظاهرة الإزدواجية... الحالة... نمط ضعي وعامي، المواعظ في المسجد أو الكنيسة، التعليمات للخدم والعمال والكتابة. الرسائل الشخصية، النخبة في مجلس الأمة، الحديث السياسي، الحديث مع الزملاء وأفراد العائلة، إذاعة الأخبار- التمثيلات الإجتماعية .....

كما تحدث عن الطبقات اللغوية في علاقاتها بالبقات الإجتماعية مع التمييز بين المستوى العالي والمستوى المتدني.<sup>1</sup>

**3-4- جان بابتيست مارسيليسي:** يعد جان بابتيست مارسيليسي من أهم مؤسسي اللسانيات الإجتماعية في فرنسا إهتم بالفاعل اللساني بإعتباره حدثا ديناميكيا مهما، كما إهتم بالثنائية اللغوية وإختار لهجة كورسيكا نموذجا تطبيقيا لذلك من أجل إستكشاف منطق الصراع والسلطة والهيمنة، فقد إهتم الباحث بإبستمولوجيا اللسانيات الإجتماعية، بالتوقف عن نظرياتها، وأفكارها، ومفاهيمها، وتاريخها، ومنهجيتها، كما إنصب إهتمامه على اللهجات المحلية، ولاسيما تغيرات لهجة جزيرة كورسيكا، ويعني هذا أنه مهتم باللهجة المحلية المتعددة، ولغة الأم وبناء اللسانيات الإجتماعية.<sup>2</sup>

**3-5- ديل هيمس:** يعد الأمريكي هاتاواي ديل هيمس من أهم رواد اللسانيات الإجتماعية وقد إهتم الأنثربولوجيا والفلكلور، وقد إنصب إهتمامه على لغات الشمال الغربي للمحي الهادي وعرف بالكفاءة التواصلية، أي اللسانيات الإجتماعية تعنى بالكفاية التواصلية بربط اللغة بمحيطها المجتمعي، وفق ثمانية عناصر أساسية شكل الخطاب التواصلية الإجتماعي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - جميل حمداوي: مرجع سابق، ص 13.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه : ص 14.

<sup>3</sup> - عبد الكريم بوفرة: مرجع سابق، ص 12.

**3-6-** بازيل برنشاين: يعد بازيل من الباحثين الذين إهتموا باللسانيات الإجتماعية فقد تحدث عن العلاقة المباشرة

بين الإنتاجات اللغوية الواقعية وبين الوضعية الإجتماعية للمتكلمين أو الناطقين اللغويين، وإنطلق من هذه الملاحظة

لكي يصل إلى إستنتاج عام مفاده أن أبناء الشرائح الإجتماعية المتواضعة يعرفون نسب فشل دراسي أكبر من أولئك

المنتتمين إلى طبقات إجتماعية مستقرة، ويميز هذا التفاوت بين نظامين لغويين:<sup>1</sup>

لغة ضيقة ومفككة وضعيفة عند أبناء الفقراء، ولغة غنية وموسعة عند أبناء الأغنياء.<sup>2</sup>

أي نظام ضيق وآخر متسع، ولمعرفة حجم الفرق بين النظامين، تم إخضاع تلاميذ المستويين الإجتماعيين المختلفين

لتجربة مثيرة للإهتمام، فقد طلب منهم التعليق كتابة على مجموعة من الرسوم المتحركة الصامتة، فماذا كانت

النتيجة؟ كان جواب الفئة الأولى (تلاميذ الفئة الإجتماعية المتواضعة، كالتالي: قذف واحد منهم الكرة، ومرت عبر

النافذة، وكسرت الزجاج... ويمكن الفرق بين النظامين في شكل التعبير من الناحية اللغوية، أي من حيث القواعد و

التركيب أولاً ففي الحالة الأولى نجد جملاً قصيرة تفتقر للضمائر مع معجم محدود، لذا يجد أولئك التلاميذ صعوبة كبرى

في التعبير، فهم عاجزون عن التعلم وعن رؤية العالم، وهذا يعني أن التعلم والتنشئة الإجتماعية تنشأ في الأسرة وليس

في المدرسة.<sup>3</sup>

**3-7-** ويليام بریت: ساهم العالم الأمريكي ويليام بریت في تطوير اللسانيات الوصفية من واللسانيات الإجتماعية

من جهة أخرى، بالتركيز على لغات جنوب آسيا ولغات الهنود الحمر الأمريكيين، وقد جمع الباحث بين اللسانيان

والأنثروبولوجيا وقد درس سلطة اللغات والثقافات الأم في كاليفورنيا، وربط الهوية الإجتماعية للمتكلم بالهوية<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - جميل حمداوي: مرجع سابق، ص 17.

<sup>2</sup> - عبد الكريم بوفرة: مرجع سابق، ص 13.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه: ص 13.

<sup>4</sup> - جميل حمداوي: مرجع سابق، ص 18.

الإجتماعية للمتلقى، ضمن سياق لغوي تواصلية معين، ومن ثم فقد إستعمل ثلاثة مفاهيم: الملقى - المتلقى والسياق.<sup>1</sup>

**3-8- جان لويس كالفى:** يعد لويس كالفى من أهم اللسانيين الفرنسيين الذين إهتموا بالعلاقة الموجودة بين اللغة والمجتمع وقد أعد أطروحة جامعية حول اللغة والجسد والمجتمع، وقد رح مفهوم الغلبة أو الهيمنة أو السيطرة في كتابه (اللسانيات والإستعمار) إذ يتناول الكتاب العلاقة الموجودة بين الخطاب الإستعماري والخطاب اللساني حول اللغات، يرى كالفى أن الخطاب الإمبرالي يجعل لغة المستعمر أفضل من لغة المسيطر عليه، على أساس أن لغة الإستعمار تحمل ثقافة راقية، كما تأثر الباحث أيضا بميشال فوكو، فيما يخص بدناميكية السلطة التي يملكها المتكلمون في أثناء التفاعل والتواصل، وأثار ذلك في المستعملين كما ناقش الدارس علاقة اللغة بالسلطة في كتابه (حرب اللغات 1987) ودور اللسانيات في المدينة (أصوات المدينة ومن جهة أخرى أرسى دعائم اللسانيات.<sup>2</sup>

ومن الباحثين اللذين إهتموا باللسانيات الإجتماعية نذكر: هنرى بويو، حاكي سيمونان، خوصي ماريا سانشيز كاربون، توليودي مورو ديورا تانين، فيلب بلانشي، ماري لويز مورو.

#### 4- أهداف اللسانيات الإجتماعية:

تسعى اللسانيات الإجتماعية إلى دراسة اللغة في ضوء المقاربة الإجتماعية أو السوسولوجية، بربط اللغة بسياقها التواصلية والتفاعلية والتلفظية، أي ربط اللغة بالمجتمع ومن ثم فههدف اللسانيات هو وصف مختلف التغيرات والتبادلات الوصفية الصوتية التي تعرفها اللغات واللهجات المحلية والجغرافية والطبقية والأثنية والمقارنة بينهما، والبحث

3

<sup>1</sup> - جميل حمداوي: مرجع سابق، ص18.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه: ص 18.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه: ص08.

عما هو مشترك ومختلف والبحث عن عوامل هذا التبادل في ضوء المقاربة السوسولوجية، وهذا يعني دراسة الجملة في سياقها التلفظي أو التداولي أو التواصلية أو التفاعلية أو الإجتماعية أو الوظيفية ومن ثم العمل على الجمع بين سياق الجملة والسياق الثقافي، فضلا عن فهم التنوع اللغوي واللهجي وتفسيره حسب السن، والجنس والطبقات الإجتماعية والأثنيات.<sup>1</sup>

كما للسانيات الإجتماعية علاقة وثيقة بعلم اللهجات لأن هدفها هو المقارنة بين اللهجات واللغة المعيارية من حيث الفونيتيك (علم الأصوات)، والفونولوجيا (علم وظائف الأصوات، الصرف، والتراكيب، والدلالة والسياق التداولي أو التواصلية).<sup>2</sup>

- وعليه هدف اللسانيات هو تقديم وصف منظم للتنوع اللغوي واللساني في علاقتها بالتنوع الإجتماعي ودراسة الكفاءة التواصلية في أبعادها السياقية والقافية والتفاعلية.<sup>3</sup>
- كما تحاول اللسانيات الإجتماعية الإجابة عن الأسئلة الآتية:
- من يقول؟ لماذا يقول-أين؟متى- كيف ولماذا؟

ومن أهداف السوسيو ألسني يتفاعل مع القضايا الإجتماعية والسياسية والإقتصادية و التربوية، وبعد إتخاذ القرار لابد من توضيح الخطط لإقناع المعنيين بتقبلها وجدواها وفعاليتها وذلك لتأمين تعاون الجميع لتحقيقها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - جميل حمداوي: مرجع سابق، ص08.

<sup>2</sup> - 23 [https://issanuy at ،blogspot.com.h22:47](https://issanuy.at.blogspot.com.h22:47) جميل حمداوي: اللسانيات الإجتماعية، الموقع الإلكتروني-<sup>2</sup>

يوم 28 -03

<sup>3</sup> - جميل حمداوي: مرجع سابق، ص08.

<sup>4</sup> - ميشال زكريا: قضايا ألسنية تطبيقية، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ط1، 1993، ص13،

## 5- الإستعمال اللغوي في الخطاب الإشهاري:

## 5-1- ماهية الخطاب:

يعد الإشهار غنا تواصليا قديما، إستخدمه الإنسان منذ القديم، ومع تطور المجتمع وتقدمه، إذ أصبح حلقة مهمة في سلسلة التطور الإقتصادي والإجتماعي، والسياسي و الثقافي، وفي جميع مجالات الحياة، إذ تقوم العملية الإشهارية على إستعمال اللغة بإعتبارها واسطة لنقل المادة الإشهارية إلى الجمهور، واللغة هي نظام من العلامات والرموز تمكن من أفراد الجماعة اللغوية من التواصل بينهم، وهي أداة إتصال رئيسية في المجتمع الإنساني، لأنها وسيلة الأكثر فعالية، في تمكين الفرد من الدخول في علاقات وتفاعلات إجتماعية مختلفة، وبحكم أن اللغة مجموعة قوانين وقواعد وأحكام تخضع لها ألفاظها وعبارتها وفي هذه النقطة نتحدث عن اللغة في الإشهار، فهذا الأخير يستخدم اللغة كوسيلة للتأثير يهدف من خلال إلى شد الإنتباه للرسالة الإشهارية وتكون لغة الإشهار ذات مضمون مقنع.

## 5-1-1- تعريف الخطاب لغة:

جاء في لسان العرب: "خطب" الخطب: الشأن أو الأمر، صغر أو عظم، وقبل هو السبب الأمر: يقال ما خطبك؟ أي ما أمرك، وتقول: هذا خطب جليل، وخطب يسير والحال، ومنه قولهم: جل الخطب، أي عظم الأمر والشأن، وفي حديث عمر، وقد أفطروا في يوم غيم من رمضان، فقال الخطب يسير.

وفي تنزيل العزيز: قال تعالى < قال فما خطبكم أيها المرسلون > أي ما أمركم وجمعه: خطوب: فأما الأخطل كلمع الأيدي أمثال مسبقة... يندب بشأن الدهر والخطب وإنما أراد الخطوب فحذف تحفيفا، وقد يكون من باب رهن ورهب، وخطب المرأة يخطبها خطبا، وخطبة بالكسر، قال أبو منصور: هذا خطب محض، وخطبتي هاهنا، مصدر<sup>1</sup>

<sup>1</sup>- ابن منظور: لسان العرب، دار المعارف، تج عبد الله علي الكبير وآخرون، القاهرة، مصر، ط1، دت، ص 1220.

كالخطبة، وقال أبو عبيد والمعنى للخطبة رباء، وهي إمراة غدرت بخديمة الأبرش حيث خطبها، وقال الجوهري: والخطيب الخاطب والخطيبي والخطبة.<sup>1</sup>

وورد في تاج العروس للزبيدي: عن الخطاب <خطب، الشأن، وما خطبك؟ أي ما شأنك الذي تخطبه... والخطب... الحال والأمر صغر أو كبير.<sup>2</sup>

كم ورد في معجم العين للخليل الفراهيدي <خطب الخطب: تشبث الأمر، وفلان يخطب إمراة ويخطبها خطبة... والخطاب مراجعة الكلام، والخطبة مصدر الخطيب.<sup>3</sup>

وجاءت كلمة الخطاب في عدة مواضع من القرآن الكريم نذكر: قوله تعالى في القرآن الكريم <إن هذا أخي له تسع وتسعون نعجة ولي نعجة واحدة فَقَالَ أَكْفَلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ >.<sup>4</sup> وذلك يعنى بالخطاب العلم فصل الخصومات أو قوة الحجة، والمنطلق.

وقال تعالى <إذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما>:<sup>5</sup> أي إذا آسفة عليهم الجاهل لم يقابلوه بمثله، بل يعفون عنه ولا يقولون إلا خيرا.

وقال تعالى <رب السماوات والأرض وما بينهما الرحمان لا يملكون منه خطابا><sup>6</sup>

والمراد بهذه الآية أن الله عز وجل يخبر بعظمته وجلاله وما فيهما، وأنه الرحمان الرحيم ورحمته وسعت كل شيء وأن لا أحد يقدر على مخاطبته.

<sup>1</sup> - ابن منظور: مرجع سابق، ص 1220.

<sup>2</sup> - محمد مرتضى بن محمد الحسيني الزبيدي: تاج العروس، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، دط، ج 1، ص 277.

<sup>3</sup> - الخليل أحمد الفراهيدي: كتاب العين، منشورات محمد علي بيضون، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط 2002، 1، 1.

<sup>4</sup> - سورة ص: الآية 20.

<sup>5</sup> - سورة الفرقان، الآية 63.

<sup>6</sup> - سورة النبأ: الآية 37.

## 5-1-2- تعريف الخطاب إصطلاحاً:

يعتبر الخطاب من المفاهيم التي أثبتت جدارتها وفرضت نفسها على الحقلين الأدبي والنقدي وباقي الحقول التي يتقاطعان مها، وقد حظي هذا المصطلح بإهتمام كبير من طرف الباحثين حيث كانت لهم رؤى مختلفة، وتعددت له المفاهيم بتعدد التخصصات، مما جعلهم يقابلونه بمصطلحات أخرى منها: الكلام، النص، اللغة، القصد...<sup>1</sup>

## أ- الخطاب عند الغرب LE DISCOR

ظهر مصطلح الخطاب في حقل الدراسة اللسانية الغربية، ونمى التطور مع ظهور كتاب لغوي <فردينارد دوسوسير> وقد ورد الخطاب عنده <الخطاب المرادف للكلام الخطاب هو >الوحدة اللسانية التي تتعدى الجملة، وتصبح رسالة كلية أو ملفوظة <.

وهذا يعنى بأن الخطاب هو الكلام وقد يرد شفويا أو مكتوبا.

ونجد أيضا فان دايك وهو من المهتمين أيضا بمصطلح الخطاب، فيذهب إلى أن الخطاب هو فعل الإنتاج اللفظي، ونتيجته الملموسة المسموعة، المرئية.<sup>2</sup>

ونجد أيضا ميشال فوكو في كتابه "نظام الخطاب" حيث يحدد الخطاب بأنه <شبكة معقدة من العلاقات الإجتماعية والسياسية والقافية التي تبرز الكيفية التي يتيح فيها الكلام كخطاب ينطوي على الهيمنة والمخاطرة، ولهذا يقول: إفترض أن إنتاج الخطاب في المجتمع ما هو في الوقت نفسه إنتاج مراقب أو منتقى ومنظم ومعاد توزيعه من خلال<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - بسمة قويسم، إيمان العتيب، الخطاب السنوي في الرواية العربية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان اللغة العربية وآدابها، تخصص نقد حديث ومعاصر،

جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2020، ص5.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه: ص5.

<sup>3</sup> - ميشال فوكو: نظام الخطاب. تر: محمد سيلا، دار التنوير للطباعة والنشر، ط1، 2000، ص4.

عدد الإجراءات التي يكون دورها في الحد من سلطته ومخاطره والتحكم في حدوثه المحتمل وإخفاء ماديته التقليد والرهيبه.<sup>1</sup>

- ونجد الخطاب عند باختين يعني >اللغة المجسدة ذات الشمول والإكمال ويذكر أنها اللغة باعتبارها موضوع دراسة علماء اللغة، والتي يعرفونها من خلال عملية تجريد ضرورية ومشروعة عند شتى جوانب الحياة العملية للكلمة.<sup>2</sup>
- ونجد مصطلح الخطاب عند الباحث ديفيد كريستال: يقول > الخطاب تواصل لغوي ينظر إليه باعتباره عملية تجرى بين المتكلم والمستمع أو تفاعل شخصي يحدد شكله ، عرضه الإجتماعي، والنص تواصل لغوي سواء(شفهي أو مكتوب) ينظر إليه باعتباره رسالة مشفرة في أدواتها السمعية أو البصرية.<sup>3</sup>
- ويعلق هاوثورن على هذا التقابل بين النص والخطاب بقوله: يتعامل مايكل ستانز مع النص والخطاب باعتبارهما مترادفين ولكنه ينود إلى أن النص قد يكون مكتوبا في بعض الإستخدامات، في حين أن الخطاب الشفهي، وقد يكون النص غير تفاعلي بينما الخطاب التفاعلي قد يكون النص قصيرا أو طويلا، أما الخطاب فيدل على طول مؤكد ولا بد للنص أن يتسم بتماسك سطحي في حين لا بد للخطاب أن يتميز بتماسك أعمق وينوه ستانز إلى أن المفكرين لا يتفقون على أي من هذين يمثل مصطلح النص .
- أما بنيفيسيت يعرف الخطاب بأنه نطاق التواصل، ولكنه يواصل ليضع الخطاب في مقابلة مع التاريخ، وهو فارق تطور أدق في الفرنسية عنه في الإنجليزية، وذلك بإستخدام صور شتى في الفعل الماضي لسرد الأحداث في الفصحى وتقديم الأحداث في إطار مرجعي منطوق.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - ميشال فوكو: مرجع سابق، ص4.

<sup>2</sup> - محمد العناني: المصطلحات الأدبية الحديثة، دراسة المعجم الإنجليزي عربي، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة، مصر، ط1، 1996، ص22.

<sup>3</sup> - سارة ميلز: الخطاب، تر: عبد الرحمان علوب، الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية، إدارة الشؤون الفنية، القاهرة، ط1، 216، ص1

<sup>4</sup> - المرجع نفسه: ص16

## ب- الخطاب عند العرب:

يتخذ مفهوم الخطاب في الثقافة العربية بوصفه مصطلحا واضح الدلالة إنطلاقا من القرآن الكريم، ويمكن القول أن ، ويمكن القول أن مفهوم الخطاب قد مر بأدوار ومراحل من التطور حتى وصل إلى مرتبة المصطلح بتشكيل نواة دلالية خاصة به في الثقافة العربية وقد إتخذ مفهوم الخطاب أشكالا في التراث العربي كالتالي:

- يعرفه محمد العليان: على أنه عملية إتصال غير شخصي من خلال وسائل عامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا معيناً لإيصال معلومات معينة إلى المستهلكين بحيث يفصح المعلن عن شخصيته.<sup>1</sup>

ويشير محمد عساف بأنه يشمل مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى النشر وإذاعة الرسائل الإعلانية المرئية والمسموعة على الجمهور لغرض الحث على شراء السلع وخدمات أو من أجل التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عليها.<sup>2</sup>

أما مفهوم الخطاب عند سعيد يقطين أن "الخطاب هو في ان واحد فعل الإنتاج اللفظي ونتيجته الملموسة والموسوعة والمرئية.<sup>3</sup> وتعبير آخر إن الخطاب هو موضوع إمبريقي والمجسد أمامنا كفعل، وفي الوقت نفسه نجد محمد الخطابي في كتابه لسانيات النص: مدخل إلى إنسجام الخطاب، يتعامل مع النص والخطاب كمثل لو كان مفهوما واحدا أو مفهوميين بدلالة واحدة وكان يغلب على دراسته مفهوم الخطاب.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار المجدلاوي، أعمال الأردن، ص103.

<sup>2</sup> - فيصل دليو: إتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، النهضة الجديدة، القاهرة، ط1، 2003، ص2.

<sup>3</sup> - مهى محمود إبراهيم العنوم: تحليل الخطاب في النقد العربي الحديث، دراسة مقارنة في النظرية والمنهج، مذكرة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه في

اللغة العربية وآدابها، الجامعة الأردنية، 2004، ص37.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه : ص38.

## 5-2- مفهوم الإشهار:

## 5-2-1- لغة:

ورد في لسان العرب مادة "شهر" بمعنى الشهرة: ظهور الشيء في شئ حتى يشهره الناس، وعن الجوهري، ظهور الشيء والشهور العلماء، الواحد شهر ويقال لفلان فضيلة أشهره الناس.<sup>1</sup>

- إن الإشهار تقابله باللغة الفرنسية *publicite* وهي مشتقة من كلمة شهر شهرة شهر الشيء، حتى ذكره وعرف به.<sup>2</sup>

## 5-2-2- اصطلاحا:

تعرف منى الحديدية الإشهاري فتقول: هناك تعبيران يستخدمان في مجال الحديث عن الإعلان على مستوى المهن (الممارسة)، وعلى مستوى الأكاديمي التعليمي، والبحث حيث تستخدم كلمة إشهار للتعبير عن المنى نفسه في دول المغرب العربي كتونس والجزائر... ويقابل ذلك في اللغة الفرنسية *la publicite* وفي اللغة الإنجليزية تعبير *advertising* وفي اللغة الألمانية *anEeige* وفي اللغة الإيطالية *publicita*.<sup>3</sup>

ومن تعريفات الإشهار أو الإعلان نجد المعارف الفرنسية بأنه مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية، أو إقناعية بإمتهار منتجاتها والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليها، حيث تظهر أهم الملامح وخصائص الإعلان من وجهة نظر دائرة المعارف الفرنسية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - ابن منظور: لسان العرب، مرجع سابق، ص 487.

<sup>2</sup> - شروق خليل: دور البنية في الخطاب الإشهاري، إشهارات تلفزيونية سياحية أمودجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان اللغة العربية وآدابها، تخصص

لسانيات والسياحة، جامعة محمد خضير بسكرة، 2015، ص 14.

<sup>3</sup> - منى الحديدية: الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط 1، 1999، ص 15.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه: ص 16.

- أما جمعية التسويق الأمريكية فتعرفه على أنه الوسيلة غير الشخصية لتقديم السلع و الخدمات والأفكار بواسطة معلومة ومقابل أجر مدفوع.

ونجد Grow walter يعرف الإشهار تعريفاً جامعاً بقوله > هو فن إغراء الأفراد على سلوكات معينة وضيعف

بأنه الأداة لبيع الأفكار أو السلع أو الخدمات لمجموعة من الناس ويستخدم ذلك في مساحات من الملحقات أو

المجالات أو أوقات إرسالية، الراديو، أو التلفزيون أو دور العرض السينمائي في نظير أجر معين.<sup>1</sup>

### 5-3- تعريف الخطاب الإشهاري:

- تختلف الآراء وتتنوع عادة في تحديد مفهوم شامل لقضية ما، أو ظاهرة أو مصطلح ويظهر ذلك في مجال العلوم

الإنسانية والإجتماعية فقد تعددت التعريفات التي صيغت المصطلح من طرف المهتمين به من الباحثين في عدد

من العلوم الإقتصادية والتجارية والإجتماعية و النفسية والإعلامية والفنية بحيث تشابهت في بعض الجوانب إلى

حد الإتفاق والتطابق ومن حيث المصطلح نجد أكثرها شيوعاً إلى مصطلح الإشهار مطابقاً لمصطلح الإعلان.

- ويعرف بأنه تلك الخطوات التي يحاول بها الفرد أو الجماعة أن تقود المستمع أو المخاطب إلى تبني موقف معين

وذلك بالإعتماد على تماثلات حجاجية ذهنية مجردة أو حسية ملموسة تهدف إلى البرهنة على مشروعيته، بل

هو إستراتيجية تواصلية تسعى إلى التأثير في الآخرين وبمعنى هذا هو نظام تواصلية يتفاعل فيه ما هو لفظي وما

هو غير لفظي وسيلته اللغة وغايته الإقناع.

وبخصوص الوظيفة الأساسية للخطاب الإشهاري تكمن في البعث على القيام بفعل الإقتناء لمنتوج ما، ولتحقيق هذه<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - شروق خليل: مرجع سابق، ص16.

<sup>2</sup> حافظ إسماعيل علوي: الحجاج (مفهومه مجالاته، دراسة نظرية تطبيقية في البلاغة الجديدة)، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، ج4، ط1، 2010، ص274.

الوظيفة يعتمد الإشهار على مجموعة من الآليات والأساليب الإقناعية لتصريف الخبر الإشهاري، من قبل مختلف وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة كالمذيع، التلفزيون، السينما، الملصق هذا في ما يخص آليات الخطاب الإشهاري.<sup>1</sup>

#### 5-4-4- مكونات الخطاب الإشهاري:

يعد الخطاب الإشهاري اليوم من الخطابات التي تندرج ضمن الممارسة الثقافية كالخطاب الأدبي أو السيميائي أو البصري، ويتركب الخطاب الإشهاري من مكونين: مكون لساني ومكون أيقوني.

#### 5-4-1- المكون اللساني:

يتجلى المكون اللساني في البنية اللغوية للخطاب الإشهاري الذي يتكون من المستويات اللغوية المستوى الصوتي والصرفي والتركيبى والدلالي.

المكون اللساني يمثل اللغة التي تمنح هويته البصرية واللفظية، وهي أساس وجود ضمان تداوله وتذكره وتصاحب المكون الأيقوني أنه يضيف على القراءة علامات سيميائية وبعدا دلاليا ووظيفة المكون اللساني إطلاع المتلقي على المعنى المراد بلوغه حتى لا ينزاح مضمون الرسالة الإشهارية.

وفيما يخص الإشهارات التلفزيونية، تكون المكون اللساني في إقناع المشاهد بحاجته إلى السلعة أو الخدمة المشهر عنها. المكون اللساني نستشفه في الإشهار من خلال:

- الإعتماد على التكرار والسجع.
- استخدام الكلمات المألوفة لدى الجميع.
- استعمال الجمل الإسمية أكثر من الفعلية.
- استخدام الكلمات المحفزة التي تعطي ردود فعل المتلقي بأقصى سرعة.
- إبتكار ألفاظ جديدة.
- استعمال كلمات جذابة، ومؤثرة في نفوس المتلقين.
- الإعتماد في بعض الأحيان على الإستفهام، والنداء، من أجل لفت الإنتباه.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حافظ إسماعيل علوي: مرجع سابق، ص 276.

<sup>2</sup> - شروق خليل: مرجع سابق، ص 26.

## - 5-4-2- المكون الأيقوني:

تمثل في العناصر البصرية التي تدخل في تكوين الخطاب الإشهاري وتتكون من الصورة والشكل واللون، وتستغل هذه العناصر وفق سنن خاصة عند السنن اللفظية فهي تقوم بتحويل منظم المجموعة من العناصر كالإطار واللون والشكل، مما يجعل الدليل في الخطاب اللغوي تستغل كلها داخل الخطاب.

- فهو مجموعة التقنيات يعمل المشهر على إستخدامها على جذب إنتباه السائح المفترض لمضمون الرسالة

الإشهارية السياحية كصورة المعالم الأثرية والتاريخية والألوان والأشكال وكل هذه العناصر تساهم في المقومات السياحية.

- وتشير بعض الشواهد الواقعية إلى أن يرسل يركز في خطابه على حاسة البصر تلك التي يتمكن من خلالها من رؤية الأشياء.

- ولهذا فإن مصمم الإشهار يعتمد بالدرجة الأولى على الصورة لأنها تعتبر إستقطابا ولفت إنتباه المشاهد، وذلك من خلال الصورة المتحركة للمناظر والأماكن السياحية.

- يستخدم الإشهار الصورة المتحركة للمناظر والأماكن السياحية وغيرها للتأثير المفترض لكنه يعد فضاء واسعا يفصح عن دلالات متعددة.

الرسالة الإشهارية تتكون من مكونين متكاملين، المكون اللساني والمكون الأيقوني يستخدمها المشهر عن قصد لإحداث تأثير في السائح المفترض وجعله يحس بجمال المعالم السياحية وشعوره بالحاجة إليها.<sup>1</sup>

كما لا يحتاج الخطاب الإشهاري إلى مجموعة من العناصر والوسائل لإيصال الرسالة الإشهارية إلى المتلقي ويتشكل من مجموعة عناصر نوجزها في النقاط التالية:<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- شروق خليل: مرجع سابق، ص 27.

<sup>2</sup>شروق خليل: مرجع سابق، ص 26.

- **المرسل:** وهو الذي يحدث الخطاب ويعمل على شحنه بما يحتاجه من مادة إشهارية لازمة بالنظرة إلى الموضوع الذي يتناوله الإشهار ثم بإرساله نحو المتلقي الذي يتحدد بناء على نوعية المنتج، وعليه فالمرسل هو الذي يسعى إلى تحقيق غاية ما يمكن أن يكون فردا أو جماعة أو غير ذلك.

- **المرسل إليه:** (المتلقي) وهو العنصر الثاني المهم في العملية الإشهارية، ولا يتم تحقيق الوظيفة التواصلية إلا به<sup>1</sup> والمرسل إليه هو الذي يتلقى الرسالة وتكون له ردة فعل حول المنتج، وبهذا يحقق المرسل إليه هدفه الأساسي.

- **الرسالة الإشهارية:** يفترض وجود مرسل أو متكلم يحدث أقوالا ومستقبلا لهذه الأقوال ويعمل على فهم أنساقها الدلالية المختلفة واللسانية والأيقونية البصرية وتحليلها وتأويلها بعد ذلك. والرسالة هي موضوع الإتصال بين المرسل والمرسل إليه.

- **المقال:** إن العلاقة بين المرسل والمرسل إليه لا تتم بشكل إعتباطي أو عشوائي، وإنما تتم حسب ما يقضيه المقام وظروف الخطاب المحيطة بإحداثه وإنتاجه وإرساله وما يتطلب ذلك الخصائص اللغوية وغير لغوية يمكن أن نطلق عليها قرائن الخطاب ومن خلال هذا المقام تتحقق الوظيفة المرجعية بالنسبة لمرسله ولتلقيه بما يحملان من خصوصيات لغوية وثقافية إيديولوجية، إجتماعية نفسية.<sup>2</sup>

### 5-5- الإستعمال اللغوي للخطاب الإشهاري:

يتأسس الخطاب الإشهاري في بعده التأثيري على مبدأ الترويج للسلعة والفكرة المنوطة لها عبر خصائصها ومميزاتها لدفع المستهلك إلى إقتنائها، وهو ما يجعل من العملية الإشهارية تتجسد كفعل إقتصادي إجتماعي يقوم بالدعوة إلى إقتناء المنتج، إنطلاقا من هنا.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - شروق خليل: مرجع سابق، ص 26.

<sup>2</sup> - شروق خليل مرجع سابق، ص 27.

<sup>3</sup> - زكري لحوص ، الخصائص اللغوية للخطاب الإشهاري التلفزيوني، مجلة الخطاب والتواصل، العدد 7، جامعة المسيلة، 2020، ص 30.

لقد إكتسب الخطاب الإشهاري في السنوات الأخيرة مكانة هامة من بين أنواع صراع الخطابات، ولعل الإشهار بإعتماد اللافتات الإعلانية كان من بين أقدم الوسائل التواصلية التي إستخدمها الإنسان منذ العصور السحقية، حيث كانت الآثار والمقابر تعلوها لافتات إما تعويذية، أو تعريفية تبين إسم ذلك الأثر أو صاحب الشراء والغرض الذي شيد له ذلك المعنى أو أعدت له تلك الحجرة أو الضريح.<sup>1</sup>

ولافتات دون عليها بعض الأوامر الملكية أو التشريعات والقوانين تصف معركة من المعارك، أو تسرد نتائجها. أما اللافتات التجارية ذات الطابع الإعلاني فلا تعرف البدايات الفعلية لظهورها، ولكنها حتما قد ظهرت منذ وقت طويل، ويرى بعض المؤرخون أن اللافتات الخارجية على المتاجر وهي أول أشكال الإعلان، فقد إستخدم البابليون الذين عاشوا فيما يعرف الآن بالعراق اللافتات كهذه الدعاية لمتاجرهم وذلك منذ عام 3000 ق. م كما وضع الإغريق القدماء والرومانيون لافتات إعلانية خارج متاجرهم، ولما كان عدد الناس الذين يعرفون القراءة قليلا فقد إستعمل التجار الرموز المنحوتة على الحجارة أو الصلصال أو الخشب عوضا عن اللافتات المكتوبة، فعلى سبيل المثال ترمز حدوة الحصان إلى محل الحداد والحذاء إلى نحل صانع الأحذية ثم تطورت مع مرور السنين حتى أصبحت على ذلك الشكل المتداول.

كانت اللافتات في بدايات القرن التاسع عشر بسيطة ذات أجسام صغيرة وغالبيتها من الخشب المحفور أو الجسم، غير أنها كانت أنيقة جدا في كثير من الأحيان، فمنذ منتصف القرن السابع عشر إلى منتصف القرن الثامن عشر كان العمل متواصلا لتحسينها خاصة بعد إختراع الكهرباء، حيث كان لهذا الإختراع فائدة كبيرة في صناعة الإعلان ، وإلى جانب اللافتات الخشبية ظهر ما يعرف باللافتات الكهربائية، وكان من الضروري إلى الإشارة إلى الدور الذي تلعبه الطباعة في تطوير فن الإشهار، فبعد إختراع مطبعة 1436، ظهرت الحاجة إلى الإعلان أو الإشهار، فقد رافق الإعلان الذي كان يطلق عليه إسم نصائح وإرشادات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - رضا عامر: إشكالية توظيف اللغة العربية في لافتات المحلات التجارية وإعلاناتها، المركز الجامعي، ميله، الجزائر، 2015، ص9.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص9.

ومع تطور الثورة الصناعية التي عرفتها أوروبا في القرن 19 شهد الإعلان أول نقلة كمية ونوعية، وذلك تحت ضغط طلبات القطاع الصناعي الذي إستعان به في الترويج لبضاعته، وتصريف منتجاته الصناعية بطريقة تجذب أكبر عدد من المتلقين المستهلكين.

### 5-6- دور اللغة في الخطاب الإشهاري:

تحتل اللغة مكانة هامة في الخطاب الإشهاري كونها أهم مكون لها وذلك بإعتبار اللغة القناة الضرورية التي تصور عبرها كل العلامات الأخرى ولأن الفرد يستعمل اللغة للتعبير عن مشاعره وعواطفه وإحساساته وما ينشأ في ذهنه من الأفكار، ويستعمل في ذلك الألفاظ الدالة على المعاني التي تساعده ويمكن القول بأنها القدرة الخاصة بالنوع البشري على الإتصال بواسطة النظام من الدلائل الصوتية بإستخدام الطريقة الجسدية المعقدة القائمة على فرضية وجود وظيفة رمزية، ويتم الإشهار ببناء اللغة بأسلوب فصيح أو إدراج قصد إيصال رسالة ما الهدف منها تأثير، ويعود تفصيل اللغة الدارجة على الفصيحة منها إلى تقريب المعنى المقصود إلى المتلقي، ومن هذا المنطلق نشير إلى وجود تقابل صريح بين لغة "الأم" الدارجة هي السبيل الأول للطفل نحو عالم الحياة، وبين لغة فصيحة لا يستطيع الناشئ فك طلاسمها في مراحل تدرسه الأولى، وبناء عليه ليس هناك مدخل لخلق حالات الإنسجام بين هذا الطفل وعالمه سوى اللغة الدارجة، المدعوة إلى التحول من مجرد تسميات أولية خاصة بمحيط مباشر إلى أداة لتدريس وتلقي المعرفة بل يجب إعتماها في التعلم والكتابة والقراءة أيضا.<sup>1</sup>

ولا يمكن للمراسلة اللغوية في اللافتة الإعلانية أن تحقق الأهداف الموجودة ما لم تتوافر على مستويين متكاملين كما أوضحهما عبد العالي بوطيب >الأول يخص مظهرها التشكيلي لما يلعبه هذا المظهر بمختلف تجلياته من دور هام في<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - رضا عامر: مرجع سابق، ص 10.

<sup>2</sup> - رضا عامر: مرجع سابق، ص 13، 14.

التحديد المباشر لمحتوى الرسالة وفي هذا الإطار تكفي الإشارة إلى أن العلاقة الترابية للطباعة على قد يفصلها أحيانا عن محتوى المكتوب، تبقى ذلك فاعلة في تحديد مسار القراءة، عموديا أو أفقيا، يمينا، أو يسارا حسب نوعية اللغة أو الثقافة، وبذلك تسهم إلى حد كبير في توجيه رؤية المشاهد وتبويبها، في أماكن محددة بعينها غالبا ما بشكل إسم المنتج مركزها ظن أما الثاني فيخص المضمون اللساني، وفيه التركيز أساسا على محتوى الرسالة اللغوية.

وإثراء الوجود اللساني في اللافتات التجارية منوط بإستراتيجية التوظيف المحكم للنص اللغوي، والذي يفترض أن يتصف بما يجعله بليغ التأثير في المتلقي، كأن يتم الإعتماد على الإيجاز وذلك للتمكن من كسب ثقة الجمهور بشكل سريع وبأبسط الطرق، وهنا يجب البحث عن العبارات الواضحة بعدها عن غريب اللفظ، دون الإطالة في الشرح إذ لا وجود لجمل إعتراضية أو وصاياها أو تفسيرية للخطاب اللغوي في اللافتات التجارية وذلك مخافة الوقوع في اللبس الدلالي الذي تحدته التراكيب المطولة، كما أنه يفترض إستعمال اللغة الرسمية في الجزائر فالأولوية تكون لهذه اللغة ولا ينبغي الإعتماد على اللغات الأجنبية وحدها للإشهار التجاري، لأن اللافتات باتت تشكل جزء من المظهر العمراني للمدن الجزائرية، وينبغي أن تعكس الهوية العربية الإسلامية للمجتمع الجزائري.<sup>1</sup>

إن لغة الإشهار تسعى بصفة عامة إلى إقناع وتبليغ رسالتها إلى المتلقي، بالطريقة الأحسن والأكثر تأثيرا فيه، والجدير بالملاحظة إنتباه الكثير من الباحثين إلى ظاهرة توظيف أو اللغة الدارجة في الإشهار وإنقسموا في ملاحظاتهم إلى إتجاهين، إتجاه يجيد إستخدامها لأنها لغة التواصل ومقام الإشهار هو مقام تواصل عام وغير رسمي ومن ثم لا يستدعي الشديد، ويجب تفهمها لفهم ما تعاني منه اللغة العربية من مكر لغوي تفتحها في الإقتصاد والسياسة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - رضا عامر: مرجع سابق، ص 13، 14

<sup>2</sup> - زكري لحوص: مرجع سابق، ص 24.

وتعد اللغة العربية أداة تواصل فكري وإجتماعي وإقتصادي بين الأفراد في المجتمعات العربية، حيث يمكن للغة منافسة الخطاب البصري في قوة التبليغ خاصة إذا تعلق الأمر بحضورها في الخطاب الإعلاني والإشهاري في لافتات المحلات التجارية، والمستهلك الذي يبدأ متلقيا للخطاب الإعلاني، هذا الأخير الذي قد يتم التركيز فيه على العرض البصري مصحوبا باللغة الإشهارية التعريفية أو إكتفاء بالخطاب اللساني وحده، لتلعب اللغة هنا دور المعرف والمرغب والمعنوي للمتلقى قصد إستقطابه، غير أن الواقع الذي تعيشه اللغة العربية الموظفة في كتابة حروفها العربية الموظفة في اللافتات الإشهارية للإعلانات التجارية بابا مقلقا، نتيجة التشويه اللغوي والتركيبي في كتابة حروفها العربية من جهة، ومزاحمة اللغة الفرنسية لها من جهة أخرى كأن تغيب اللغة العربية تماما وتستبدل بها اللغة الفرنسية، أو أن تكتب الكلمات العربية بحروف أجنبية أو حتى كتابة كلمات فرنسية باللغة العربية، أو التعميم الدلالي للمعنى الحقيقي بتوظيف كلمات عامية، بالإضافة إلى ضعف التركيب البنائي والخطأ الإملائي.

- كما أن اللغة العربية قد إغتربت ، وصارت تمجن بلغة المستعمر عبر لغة التعاملات اليومية التي يتواصل بها العالم والخاص، الأمي والمتقف حتى إنحسر إستعمال اللغة العربية الفصحى، وإستبدلت به إزدواجية التواصل اللغوي، ومن البديهي، أن تنتقل هذه الحالة اللغوية إلى المساحات الإعلانية التي مهمتها بالأساس التواصل مع المجتمع وإقناعه وقت أقرب طرق التأثير التي تضمن رواج المنتج الإعلاني.

إن أكثر ما يميز المشهد الإعلاني هو إشكالية محاصرة اللغة الفرنسية للغة العربية وتعود إلى فترة الإحتلال الفرنسي للجزائر، أين إنحصر إستعمال العربية في المساجد والزوايا وذلك لفرض اللغة الفرنسية على الجزائريين كأحد المبادئ الأساسية لفرنسا، وبناء على هذا بدأ الأخذ بهذه اللغة الأجنبية في الإستعمال عند مجموعة كبيرة من الجزائريين خاصة الساكنين في الولايات والمدن، ما أدى إلى تغليب إستعمال اللغة الفرنسية وتغيب اللغة العربية، بإستراتيجية<sup>1</sup>

<sup>1</sup>رضا عامر: مرجع سابق، ص 21.

إستعمارية من المستعمر الفرنسي الذي تناول على الهوية اللغوية العربية الجزائرية أن الإدارة الفرنسية تبنت قرارا وزاريا صادر عن وزير داخليتها سودان عام 1939م يعتبر اللغة العربية لغة أجنبية بالجزائر ولا يجوز تعليمها، فمن الطبيعي بعد مرور أكثر من خمسين سنة من الإستقلال أن تظل الجزائر تعاني من مواجهة اللغة الفرنسية للغتها العربية الأصلية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>رضا عامر: مرجع سابق، ص 21.

## خلاصة:

وما يمكن أن نستخلصه من هذا الفصل إن الخطاب الإشهاري نوع من أنواع الخطاب بعامته لإتصاله بالحياة الإنسانية، بشكل مباشر فيؤسس للقيمة الاجتماعية والأخلاقية والحضارية، ناهيك عن القيمة التجارية فهو يرتبط إرتباطاً وثيقاً بالدعاية بمفهوم عام، إلا أنه يظن في الممارسة اللغوية الأيقونية قيمة ثقافية ذات سمة إيديولوجية غالبية تحاول أن ترسخ لدى المستقبلين.

## الفصل الثاني:

دراسة تحليلية نقدية لنماذج من

اللافتات الإشهارية التجارية ولايات:

سكيدة، قسنطينة، عنابة

**تمهيد:**

يعد الخطاب أهم دراسات اللسانيات الإجتماعية حيث يعرف على أنه اللفظ المتواضع عليه كما تعددت أنواع الخطابات من بينها الخطاب الإشهاري وهذا ما سنتطرق إليه في دراستنا الآن

**1-تعريف الخطاب الإشهاري:**

"هو نوع من أنواع الخطابات المستخدمة في العديد من المجالات سواء الإعلامية أم التجارية أم التعليمية ويساهم في توضيح العديد من الأشياء التي لم تكن معروفة عند الأفراد المستهدفين من هذا الخطاب ويعرف الخطاب الإشهاري أيضا بأنه نص مكتوب أو مجموعة من الفقرات التي يحفظها فرد ما من أجل أن يلقبها على مسامع أفراد آخرين وعزز الخطاب الإشهاري القيم المرتبطة به كالتقييم الإجتماعية والإعلاقية ويجب أن يعتمد هذا النوع من الخطابات على التقيد بقواعد الإلقاء اللغوي السلمية حتى يتمكن من تحقيق الأهداف المرتبطة بالخطاب الإشهاري بشكل صحيح".

**2- خصائص الخطاب الإشهاري:**

- يصنف كأسلوب من الأساليب التوضيحية المستخدمة في التعريف بالأشخاص والسلع والخدمات وغيرها من الأشياء الأخرى التي تفيد الناس.
- يعتبر وسيلة من الوسائل المستخدمة في الحديث عن شيء ما عن طريق توضيح كافة التفاصيل والمكونات الخاصة به.
- يشمل كافة الوسائل الإعلامية المستخدمة في الإعلانات التجارية المرئية والمسموعة.
- يعتمد على إستخدام الأدوات التي تفرز من نص الخطاب الإشهاري كالصور والأصوات.
- يعد طريقة من الطرق المستخدمة في الإتصال مع الجمهور أو الأفراد من أجل إرسال فكرة أو توضيح معلومة

معينة.<sup>1</sup>

تم الإستفادة منه يوم: 06—04—2023 //www.alloschool.com -www<sup>1</sup>

**3-أنواع الخطاب الإشهاري:****3-1- الخطاب الإشهاري الأولي:**

هو الخطاب الإشهاري الذي يستخدم في التعريف بشيء جديد غير معروف من قبل وعادة لا يحتوي على كافة المعلومات المتعلقة بالموضوع الرئيسي للخطاب وذلك من أجل تحفيز الأفراد للإهتمام بمتابعته للإهتمام بكامل التفاصيل.

**3-2-الخطاب الإشهاري التذكيري:**

هو الخطاب الذي يذكر الناس بسلعة أو خدمة معينة وخصوصا في حال معاناتها من تدهور إقتصادي مرتبط بقلّة الطلب عليها فتسعى الشركة المنتجة نحو إستخدام الخطاب التذكيري كوسيلة إعلامية من أجل تذكير الأفراد بضرورة وأهمية هذه السلعة أو الخدمة وقد يتضمن هذا الخطاب مجموعة من العروض الجديدة التي تساهم في المساعدة على زيادة الطلب مجددا.

**3-3- الخطاب الإشهاري التنافسي:**

هو الخطاب الذي تستخدمه كافة الشركات والمؤسسات التجارية والخدمية التي تعمل في مجال واحد كالشركات التي تقدم الخدمات الإتصالات أو التي تنتج المشروبات الغازية تقوم هذه الشركة بإستخدام خطابا تحتوي على مميزات تنافسية والهدف منها المحافظة على العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.

**3-4- الخطاب الإشهاري المقارن:**

هو الخطاب الذي يساهم في تعزيز دور الخطاب التنافسي في سوق العمل والهدف منه وضع كمقارنة بين السلع<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - مرجع سابق.

والخدمات التي تعمل بها في مجال متشابه مثل الإعلانات التجارية التي تهتم بمساحيق الغسيل فتقارن الشركة مدى كفاءة وفاعلية المسحوق الخاص بها مع المساحيق التجارية الأخرى.

#### 4- أهداف الخطاب الإشهاري:

يهدف الخطاب الإشهاري إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- تأمين الدعاية اللازمة من أجل الحصول على المستهلكين والعملاء المناسبين لنجاح تقدم الخدمات أو بيع السلع التي تنتجها الشركة وتطرحها في الأسواق.
- المساهمة في تخفيض تكاليف الإعلان من خلال صياغة مجموعة من الأفكار المستحدثة التي تساعد على إستقطاب المستهلكين بالإعتماد على العديد من الوسائل الحديثة والإبداعية في تسويق المنتجات.
- الإستعانة بأراء المدراء والخبراء في مجال التسويق والإشهار مما يساهم في وضع الخط الإستراتيجية المناسبة لتطبيق الخطاب الإشهاري والمساعدة في تحقيق هدفه.
- دعم تطور المؤسسات والشركات وإنشاء مجموعة من التحالفات بينما يساعد ذلك على زيادة حجم الإستثمارات وتطوير الأداء الوظيفي لها الذي ينعكس إيجابا على نسبة طلب المستهلكين للسلع والخدمات.
- تعزيز مصداقية الشركة في ظل المنافسة مع الشركات الأخرى لأن الخطابات الإشهارية عموما تستمد الدعم الخاص بها من خطط العمل التي يتم التخطيط لها مسبقا خلال فترة زمنية معينة فعندما تعلن الشركة عن أفكار حقيقية وقابلة للتطبيق عندها تستطيع النجاح في عملها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>- مرجع سابق.

**5-وظيفة اللغة في اللافتات:**

يؤكد شرف أن الإنسان ينتقل باللغة من معرفة مبعثرة بعناصر الوجود إلى الإنعكاس المعمم Generalized Reflection لها في شكل مفاهيم مجردة محققة الوظائف

الرئيسية التالية:<sup>1</sup>

**1- الوظيفة الإتصالية:** حيث تعمل اللغة كوسيط للتفاعل بين الأفراد ونقل و إستقبال المعلومات.

**2-5- الوظيفة التجريدية:** حيث تعتبر اللغة أداة لتكوين الأفكار التي تجرد الواقع وتحتزله فيشكل رموز تمكن الإنسان من فهمه وضبطه بدرجة أكبر.

**3-5- الوظيفة الموضوعية:** وتظهر هذه الوظيفة عندما يشير الكلام بشكل أساسي إلى الموضوع.

**4-5- الوظيفة التعبيرية أو الإنفعالية:** إذا أثار الكلام بشكل خاص إلى موقف المرسل نفسه من رسالته.

**5-5- الوظيفة التأثيرية:** إذا كانت اللغة تتوجه إلى المستقبل لتؤثر فيه.

**6-5- وظيفة المصطلح اللغوي:** إذا إستخدمت الرسالة لشرح اللغوي.

**7-5- الوظيفة الشعرية:** إذ تركز هدف الرسالة في بناء تركيبها الخاص لذاته.

هذه الوظائف جميعها ليس لها معايير لغوية شكلية حقيقية مما يجعلها قابلة لإضافة وظائف أخرى إليها كالوظيفة الجمالية مثلا: كما أننا لو دققنا في الموضوع لرأينا أن جميع هذه الوظائف تنبعث أصلا من الوظيفة الرئيسية للغة وهي

الوظيفة الإتصالية وقد وضع هالدي halliday عالم اللغة البريطاني ولد عام (1950) وضع قواعد

الوظيفة النفعية(الوسيلة): وهي الوظيفة التي يطلق عليها "أنا أريد" فاللغة تسمح لمستخدميها منذ طفولتهم المبكرة أن يشبعوا حاجاتهم وأن يعبروا عن رغباتهم.

<sup>1</sup>- أيمن الشريف، د أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية، ص24، 22.

**الوظيفة التنظيمية:** وهي تعرف بإسم وظيفة "أفعل كذا" ولا تفعل كذا" فمن خلال اللغة يستطيع الفرد

أن يتحكم في سلوك الآخرين لتنفيذ المطالب والنهي وكذا الالفاظ التي نقرأها وما تحمل من توجيهات وإرشادات.

**الوظيفة التفاعلية:** وهي وظيفة "أنا و أنت" حيث تستخدم اللغة للتفاعل مع الآخرين في العالم الإجتماعي بإعتبار

أن الإنسان كائن إجتماعي لا يستطيع الإنفكاك من أسر جماعته فتستخدم اللغة في المناسبات والإحترام والتأدب مع

الآخرين.

**الوظيفة الشخصية:** من خلال اللغة يستطيع الفرد أن يعبر عن رؤيته الفريدة ومشاعره وإتجاهاته نحو موضوعات كثيرة

وبالتالي يثبت هويته وكيانه الشخصي ويخدم أفكاره للآخرين

**الوظيفة الإستكشافية:** وهي التي تسمى الوظيفة الإستفهامية بمعنى أنه يسأل عن الجوانب التي لا يعرفها في البيئة

المحيطة به حتى يستكمل النقص عن هذه البيئة.

**الوظيفة التخيلية:** تتمثل فيما ينسجه من أشعار قوالب لغوية كما يستخدمها الإنسان لترويج ولشحن المهمة والتغلب

على صعوبة العمل وإضفاء روح الجماعة كما الحال

**الوظيفة الإخبارية:** الإعلامية باللغة يستطيع الفرد أن ينقل المعلومات جديدة ومتنوعة إلى أقران بل ينقل المعلومات

والخبرات إلى الأجيال المتعاقبة وإلى أجزاء متفرقة من الكرة الأرضية خصوصا بعد الثورة التكنولوجية الهائلة ويمكن أن

تمتد هذه الوظيفة لتصبح وظيفة تأثيرية إقناعية لحث الجمهور على إقبال على سلعة معينة والعدول عن نمط سلوكي

غير محبب.

**الوظيفة الرمزية:** يرى البعض أن ألفاظ اللغة تمثل رموزا تشير إلى الموجودات في العالم الخارجي وبالتالي فإن اللغة تخدم

كوظيفة رمزية واللغة كالكائن الحي في تنمو وتترعرع وتشب وتشيوخ وقد تموت إذا لم تتوفر لها عوامل الديمومة<sup>1</sup>

<sup>1</sup>- أيمن الشريف، د أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص24، 22.

والإشتمار مرهونة في ذلك يتنوع الأوضاع الاجتماعية والإقتصادية والسياسية والعلمية فعندما يتطور المجتمع حضارياً وإنتاجاً تتطور اللغة بالعكس فهي في الوسط اليدوي تختلف عنها في المدينة والحضارة وهي في أهل الصحراء خلافاً في الجبال والسهول وبالنسبة للأمم تنطوي اللغة على أهمية إجتماعية ونفسية تتجاوز قيمتها الواضحة كأداة لنقل لنقل المعلومات من شخص إلى آخر إلى معاني موضوعية إشارية صريحة وأخرى وجدانية ضمنية ولاشك أن الإتصال السليم بين الصم وغيرهم القائم على الفهم المتبادل يتطلب الوعي بالمعاني المختلفة الكامنة وراء الكلمات والعبارات وتوظيف الكلمات في خدمة السلوك الإنساني لإيجاد أدوار إجتماعية لها وظائفها عند الأمم.<sup>1</sup>

## 6- خصائص اللغة الإعلامية:

الوضوح، المعاصرة، الملائمة، الجاذبية، الإختصار، المرونة، الإتساع، القابلية للتطور.

### 6-1- الوضوح: تعد هذه السمة من أبرز سمات لغة الإعلام من ناحية وإلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى

فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الراديو فقد المستمع المضمون المقدم ولم يستطع إسترجاعه للتأكد منه أو الإستفهام عما غمض منه.

### 6-2- المعاصرة: يقصد بها أن تكون كلمات والجمل والتراكيب والتغيرات اللغوية متماشية مع روح العصر ومنسقة

مع إيقاعه، فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة وفي حالات محددة.

### 6-3- الملائمة: يقصد بها أن تكون اللغة متلائمة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى ف لغة الراديو

هي لغة ذات طابع وصفي وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة ولغة الصحافة تستهدف فئات إجتماعية وتعليمية وإقتصادية معينة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- أيمن الشريف، د أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 24، 22.

<sup>2</sup> [https://a.R.m.wikipedia.org/wiki/مرجع\\_سابق](https://a.R.m.wikipedia.org/wiki/مرجع_سابق)

**6-4-الاجاذبية:** ويقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الحكى والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية

ومشوقة و وجود يتوق إلى الإستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خال من عوامل الجاذبية والتشويق .

**6-5- الإختصار:** وتنبع هذه الخصخصة من طبيعة الوسيلة المندوجة من ناحية وطبيعة الجمهور غير القادر على

الإستمرار في المتابعة طويلا من ناحية أخرى، فمهما كان حجم الصحيفة كبيرا فإنها محدودة في صفحاتها والمطلوب

أكبر من عدد ورقاتها، ومهما كان وقت البرنامج كبيرا فالموضوعات أكبر منها ولذلك فلا بد أن تكون اللغة قادرة على

الإختصار والإيجاز ومساعدة عليه.

**6-6- المرونة:** ويقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التغير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف ويقصد

بها أن تكون متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبته أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

**6-7-الإتساع:** ويقصد به أن يكون عدد المفردات كبيرا بحيث تلي الاحتياجات المختلفة واللغة الإعلامية متسعة

وتتسع بشكل يومي وقد يكون الإتصال مع الثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره في

زيادة حجم اللغة الإعلامية وإتساعها.

**6-8- القابلية للتطور:** وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية فلغة الإذاعة في الثلاثينات غير مثلها ففي الخمسينات

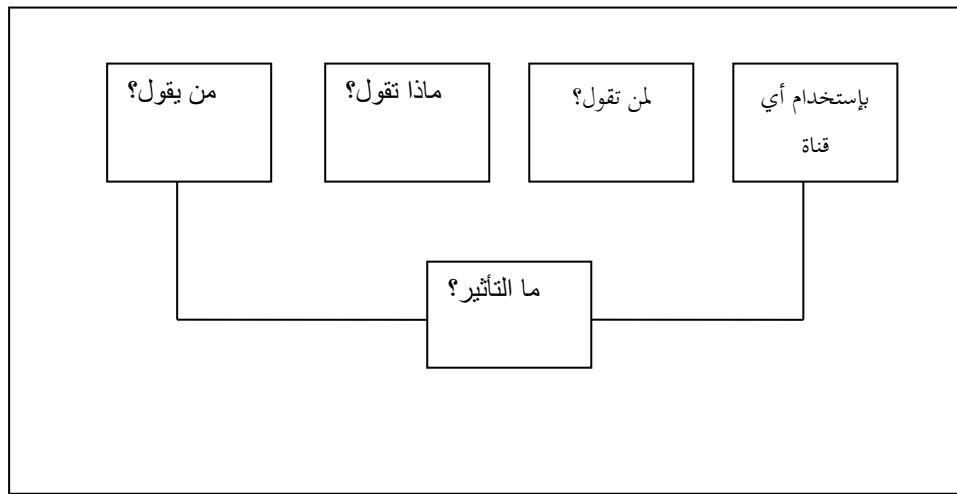
والستينات وهذه بدورها تختلف عن مثلها في التسعينات ولغة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها

صحيح أن بها عناصر ضعف ولكنها أصبحت أكثر قدرة على التغير وأكثر قدرة على الجذب.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - مرجع سابق. <https://a.R.m.wikipedia.org/wiki/>

## 7- اللغة الإعلامية وعناصر الإتصال:

إن اللغة تحتل موقعا رئيسيا في العملية الإتصالية التي تسري في كيان المجتمع على مستويات مختلفة من حيث إستخدام اللغة والرموز وعلى إعتبار أن الرسالة الإعلامية هي من أهم عناصر عملية الإتصال بأبعادها النفسية والإجتماعية والثقافية ولهذا كانت العبارة التقليدية تحدد عملية الإتصال في نموذج لاسويل المشتمل على الأسئلة الستة من؟ ماذا يقول؟ لمن؟ وكيف؟ وبأي تأثير؟



وتبقى أهم عناصر الاتصال تتمثل في اللغة أو الرسالة الإعلامية التي يتصل من خلالها فرد بآخر أو جهة أخرى.<sup>1</sup>

- بحكم أن اللغة تعد شرطا ضروريا لتماسك المجتمع فإن الفرد الواحد من أفراد المجتمع سواء كان مرسلا أو مستقبلا يضطر على الإلتزام بوجهة نظر سائر الأفراد الآخرين والنظر إلى الأمور والبحث عنها بما لا يقتصر على فرديته الذاتية وحده بل تكون العملية مشتركة بينه وبين الآخرين بإعتبارهم شركاء في هذه العملية أو أطراف متعاقدين فهي مشروع مشترك فوسيلة التفاهم بين المرسل والمستقبل تقيم شيئا مشتركا ومن ثم بمقدار ما يكون للغة حظ من هذا الإشتراك

فإن العملية تصبح عامة وموضوعية وعليه فالتفاهم اللغوي السليم الذي يتم عبر الرسالة هو الذي يحقق النجاح لعملية الإتصال.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عبد العزيز، اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ص79.

<sup>2</sup> - السيد محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص17، 18.

كما تتجلى اللغة الإعلامية بمجموعة من الخصائص الأخرى ويحدد الدكتور عبد اللطيف حمزة شروطا للغة التي تكتسب بها المادة الصحفية وتتمثل في:

- إثارة الجمل القصيرة على الطويلة.
- إثارة الفقرات القصيرة على الفقرات الطويلة.
- الحرص على استعمال الأفعال المجردة وتفضيلها على الأفعال المزيدة أو المبالغ التي إنشاقها على صورة من الصور.
- إصطناع الألفاظ والتراكيب التي يألّفها القراء، أو التي تشعره بشيء من .
- استعمال الفعل المبني للمعلوم وتجنب استعمال الفعل المبني للمجهول إلا عند الضرورة القصوى.
- لا يجوز للخبر أن يستعان فيه بالأشعار والحكم والأمثال وكلام الفحول من الكتاب.<sup>1</sup>

## 8- ماهية الإزدواجية اللغوية والثنائية اللغوية:

### 8-1- مفهوم الإزدواجية اللغوية:

عرفت الإزدواجية اللغوية Ferguson1959 على أنها وجود شكلين مختلفين من اللغة ذاتها في المجتمع اللغوي ذاته حيث يكون لكل لهجة أغراض مختلفة عن الأخرى، وتعد اللغة العربية من اللغات التي تشهد إزدواجية لغوية إلى جاني لغات أخرى مثل اليونانية والألمانية وغيرها، وفي اللغة العربية تستخدم العامية (اللهجة المحلية) في التفاعل والتواصل الشفهي خارج السياق الرسمي في الحياة اليومية مع أن اللهجات العربية مفهومة بشكل متبادل إلى حد كبير إلا أنها تباين من مجتمع لغوي إلى آخر، أما اللغة العربية الفصيحة فتستخدم إلى جانب اللهجات المحلية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، ص152-154.

<sup>2</sup> - مؤسسة الملكة رانيا 27 كانون الأول 2020 .

**8-2- مفهوم الثنائية اللغوية:**

إن مصطلح الثنائية اللغوية يرادفه في اللغة الإنجليزية مصطلح *bilingualism* حيث وردت في مراجع هذا الموضوع

عدة تعريفات للثنائية اللغوية منها:

1. أن يتكلم الناس في مجتمع ما لغتين.
2. أن يعرف الفرد لغتين.
3. أن يتقن الفرد لغتين.
4. أن يستعمل الفرد لغتين.

ولكن يمكن أن تدرس الثنائية اللغوية كظاهرة في مجتمع ما وتدعى جيد الثنائية اللغوية المجتمعية *societal*

*bilingualism* ويستدعي ذلك دراسة اللغة المهيمنة ولغة الأكثرية ولغة الأقلية ولغة التعليم وتقرير لغة التعليم أو

لغاية وتقرير اللغة في وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون.<sup>1</sup>

**8-3- الفرق بين الإزدواجية اللغوية والثنائية اللغوية:**

يتداخل المصطلحان "الإزدواجية اللغوية" و "الثنائية اللغوية" بسبب تباين آراء اللسانيين حولهما إذا يعني مصطلح

الإزدواجية اللغوية *Diglossie* وجود مستويين لغويين في بيئة لغوية واحدة أي لغة للعلم والفكر ولغة أخرى للحياة

اليومية العادية ويطلق مصطلح الثنائية اللغوية على هذا المفهوم أيضا *Bilinguisme* بينما يطلق مصطلح

الإزدواجية على لغتين مختلفتين وهكذا نرى تبادل مصطلحي الإزدواجية والثنائية المواقع بوضع أحدهما موضع الآخر ،

تبعاً لمشارب المدارس اللسانية وتوجهات الأفراد.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - الدكتور محمد علي الخولي، الحياة مع لغتين ، الثنائية اللغوية، دار الفلاحة للنشر والتوزيع، ص 17، 18، 19.

<sup>2</sup> - جامعة قسنطينة 1، كلية الأدب واللغات، الفرع الأدبي المجموعة الأولى.

ويذهب اللساني الأمريكي جوشوا فيشمان Joshua Fishman إلى أن الثنائية تعني عنده قدرة الفرد على استخدام عدد من اللغات وهذا يدخل ضمن اللسانيات النفسية وأن الإزدواجية تعني استخدام عدد من لغات المجتمع وهذا يدخل ضمن اللسانيات الاجتماعية ففيشمان لا يولي عناية كبيرة لوجود شفرتين مختلفتين عربية فرنسية .

وقد إختار عبد الرحمان بن محمد مصطلح الإزدواجية للتعبير عن مستويين في لغة واحدة فقال "الإزدواج اللغوي وفق المفهوم الذي إختارناه هو وجود مستويين في اللغة العربية، مستوى الفصيحة ومستوى الدارجة أو مقابلتهما مل العامية أو اللهجة" وهو عكس ما إختاره صالح بلعيد بحيث وظف مصطلح الثنائية اللغوية للتعبير عن وجود مستويين لغويين من أصل واحد كالفصحى والعامية وللتعدد اللغوي نتائج إجتماعية إذ يوجد توتر دائم بين قوى الأحادية اللغوية والتعدد اللغوي.<sup>1</sup>

ومن هنا نذهب إلى:

### – استخدام العامية في اللغة الإعلامية:

إن استخدام اللغة العربية بشطريه الفصحى والعامية في وسائل الإعلام ومدى ملائمة وعدم ملائمة كل منهما في الوقت نفسه أدى إلى ظهور تيار يؤيد استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام والآخر يرفض هذا المبدأ داعياً إلى استخدام العامية بدلاً منها إذ يرى التيار الأول الفصحى أن استخدام العاميات يعتبر تهيجاً للغة والثقافة وأن اللغة العربية الفصحى تؤدي إلى فوائد عدة منها تنمية الحس الجمالي للغة وخلق مناعة مستمرة تجاه عوامل التجزئة على الصعيد القومي والوطني، بينما سيؤدي استخدام العامية إلى تكريس التجزئة الوطنية والقومية وبالتالي فهي إنتحار بينما يرى التيار الآخر أن واقع الحال يفرض استخدام العامية فهي اللغة المشتركة الأقرب إلى فهم الجمهور.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> – جامعة قسنطينة 1، مرجع سابق.

<sup>2</sup> – الحاج كمال: الإعلام النامي، مطبوعات جامعة دمشق، دمشق، ص 406.

-ولبغية توسع الفكرة سنقوم بتقديم عدة نماذج وتحليلها حيث تكون مقسمة على أساس الإستعمال اللغوي من ثلاث ولايات مختلفة تتمثل في كل من ولاية قسنطينة، سكيكدة، عنابة.<sup>1</sup>

## 9- دراسة تحليلية نقدية لنماذج من اللافتات الإشهارية التجارية لولايات: سكيكدة، قسنطينة، عنابة.

يجدر بنا الإشارة إلى أننا قسمنا اللافتات التجارية الإشهارية بناء على المستوى اللغوي المستعمل والمتمثل في (الفصحى، العامية، الإزدواجية اللغوية، الثنائية اللغوية، واللغة الأجنبية)

### 9-1-ولاية سكيكدة:

#### 9-1-1-لافتات تجارية إشهارية بالفصحى:

##### 9-1-1-1- مطعم البيت الدمشقي:



جاء عنوان هذا المطعم باللون الأبيض الذي يرمز إلى كل من النقاء والأمانة والإتقان مع خلفية ذات لون أزرق. حيث يعود سبب تسمية المطعم بهذا السم بإعتباره أحد المطاعم الشرقية الأصلية في سكيكدة وقد نسب إلى إسم المطعم إلى ما يقدمه من أطباق شرقية وهذا ما يعرف بالمزيج الثقافي وذلك بغية تتبع الأبعاد الثقافية المشفرة في لغة الخطاب بإعتبار الثقافة منظومة من الرموز النسقية التي تشغل في أذهان أفراد المجتمع فكلمة بيت هنا توحى بالإنتماء وتعطي نوعا من الراحة.

<sup>1</sup>-الحاج كمال: مرجع سابق، ص406.

## 9-1-2- لافئات إشهارية بالعامية:

## 9-1-2-1- مطعم بنة زمان:



من خلال هذا الإسم يتم لفت إنتباهنا في السنوات الثلاثة أو الأربعة الأخيرة لاحظنا ما يسمى بالدعوة لإعتمادها في التشهير والتسويق الناجح وذلك بإستخدام اللهجة الجزائرية العامية أو ما يعرف بالدارجة في أسماء المطاعم كما ذكرنا سابقا وفي أسماء المحلات والمقاهي وفوق جدران المباني العالية بمختلف أشكالها وأنواعها ومن هنا يمكن الذهاب إلى سبب إستعمال هذا الإسم بالذات للتأثير وجلب المستهلك المحب للتراث التقليدي فبمجرد النظر إلى بساطة ولغة إسم المطعم يتخلل في داخل المتلقي نوع من الإنجذاب و العودة إلى الأصالة القديمة.

## 9-1-3- لافئات إشهارية تحمل ازدواجية لغوية:

## 9-1-3-1- مطعم الباشا Food:



جاء عنوان المطعم متكون من كلمتين كلمة الباشا التي جاءت باللون الأسود وهي كلمة ذات أصول تركية حيث يعتبر فخر في الدولة العثمانية وأما الكلمة الثانية هي كلمة food جاءت باللغة الإنجليزية ويقصد بها الأكل جاءت الكلمة مجسدة باللون الأصفر حيث يمل هذا اللون التوهج والإشراق ويعد أكثر الألوان إضاءة كما جاء العنوان

مصحوبا بشعار متمثل في طربوش جاء باللون الأحمر مع شاربان وهذا ما يعود على عنوان المطعم وبالتحديد الباشا حيث يعتبر جزء من لباس الباشاوات الأتراك ونسمي هذا المزيج من الكلمة مع الصورة كما ذكرنا سابقا continuation .

حيث نذهب من التحليل إلى سبب التسمية فقد إستعمل صاحب المحل هذا الإسم ربما دلالة إلى الأصالة والتأثر بالجانب التركي العريق وذلك لحاجة في نفسه كما أن الشعار المتواجد في عنوان المطعم يلعب على نقطة أيد داخل المستهلك وهي رغباته وإحتياجاته، فالصورة تساعد على تحقيق ذلك أسرع من الكلمة، لذلك تكون صور الإعلانات التجارية من منطلق ما ستحدثه الصورة من تأثير في ذهن المتلقي بشكل لاشعوري ولأن اللعب على المشاعر هو أسهل وسيلة وأكثرها ضمانا حيث تنجح الإعلانات في بيع الشعور الذي تريده وهو ما يسميه بنكراد برمجة الإنسان.

#### 9-1-4- لافتات إشهارية تجارية تحمل ثنائية لغوية:

#### Hotel veneria russicada 1-4-1-9



عادة ما نجد لافتات تجارية إشهارية تحمل أكثر من لغة وفي الغالب توجد في المطارات ومحطات القطار وأسماء الفنادق ومناطق الجذب السياحي فالأصل في إستخدام هذه الثنائية في اللغة هو ربما العودة إلى وجود أشخاص ثنائيون في اللغة بكثرة مثل المناطق التي تستقر فيها تجمعات كبيرة من المهاجرين.

عند البحث والتحليل في عنوان الفندق مثلا نجده مقسم إلى قسمين القسم الأول كلمة veneria وتعني مدينة البندقية أما الجزء الثاني هو كلمة russicada ومن منا لا يعرف تاريخ روسيكادا العريق ويعود هذا الإسم على ولاية سكيكدة حاليا أما معناها فيقصد بها الأرض الحجرية فدلالة المزج بين هذين المصطلحين أو الكلمتين هي التراث الأصيل وتجسيد الواقع الثقافي القديم بالإضافة إلى إستحضار النموذج الحضاري الذي يؤطر الإبلاغ الإشهار

### 9-1-5- لافئات تجارية إشهارية باللغة الأجنبية:

#### Hotel la perle blue 1-5-1-9



هو فندق يقع في ولاية سكيكدة جاء بإسم Hotel la perle blue ويقصد به فندق اللؤلؤة الزرقاء فيما أن ولاية سكيكدة ولاية سياحية ساحلية فهو إسم مناسب يقوم بالتعبير عن جمال الولاية وهذا ما يسمى بالإقناع السري حيث له طرقه الخاصة للوصول إلى لوعي المستهلك فهذا النوع من الإقناع الخفي الذي يلامس الجانب الجمالي والعاطفي من العقل والقلب وهو نوع من الخطاب الإشهاري وكما هو معروف أن لون اللؤلؤ يكون أبيض أما السبب وراء إختيار الأزرق هو مدروس مسبقا حيث أن هذا اللون له عدة دلالات فهو يستخدم للدلالة على الراحة الإسترخاء والهدوء ومن هنا نخلص إلى السبب وراء هذه التسمية فبمجرد قراءة إسم الفندق يتسلل إلى نفس المتلقي نوعا من الرفاه والراحة الداخلية.

## 9-2-ولاية قسنطينة:

## 9-2-1-لافتات تجارية إشهارية بالفصحى:

## 9-2-1-1-مطعم زهرة المدائن



جاء إسم المطعم مكتوب بخط النسخ باللون الأبيض والأحمر مصحوب برمز زهرة مما يعود على الإسم.

من حيث الجانب اللغوي: يمكن تفسير السبب وراء هذه التسمية وذلك من أجل إستدراج المتلقي وترك أثر

التعاطف في النفوس حيث يعود إسم هذا المطعم إلى القدس التي تلقب بزهرة المدائن فبمجرد قراءة إسم المطعم يتخلل

شعور الإلتواء والتضامن في قلب المتلقي مباشرة.

من حيث الجانب النفسي: يعود سم المطعم على القدس ومن منا لا تشير هذه الكلمة طابع في نفسه حيث أنها

كانت و ستظل منا ونظل منها ومن هنا نستطيع الذهاب إلى أن صاحب المطعم قام بهذه التسمية من أجل حاجة

في نفسه ربما كالإلتواء ومد روح الدعم ولو بالقليل.

بالإضافة إلى الحرص على تقديم مأكولات فلسطينية وسورية مما يزيد من الرغبة للتجربة.

## 9-2-2-2-2-2-9 لافتات تجارية إشهارية بالعامية:

## 9-2-2-2-1-2-2-9 مطعم دار الضيف



جاء عنوان المطعم باللون الأحمر داخل مجسم على شكل منزل وهو ما يعود على كلمة دار فدلالة إختيار اللون الأحمر هنا من المعتاد أن نرى شعارات أغلب المطاعم وخاصة مطاعم الوجبات السريعة تكون باللون الأحمر وهو ما يجذب الأشياء بسرعة وإرتباطية بزيادة معدل ضربات القلب وغالبا ما يكون مزيجا مع اللون الأصفر ولهذا يعمل على زيادة الشهية والشعور بالجوع.

أما السبب الرئيسي وراء التسمية هو ما يقدمه المطعم من مأكولات محضرة على الوصفة التقليدية الأصلية كما أن العنوان يوحي نوع من الترحيب وحسن الإستقبال و التميز مما يدفع المتلقي إلى الشعور بالإنتماء والراحة.

## 9-2-3-2-9 لافتات تجارية تحمل ثنائية لغوية :

## Bridge cafeteria 1-3-2-9



جاءت الكافيتريا في ولاية قسنطينة تكون الإسم من كلمتين ذات لغتين مختلفتين الكلمة الأولى Bridge ويقصد بها الجسر وجاءت باللغة الإنجليزية أما الثانية cafeteria يقصد بها مقهى وجاءت باللغة الفرنسية ويد من التداخل بين اللغات من مظاهر تأثير العامل الحضاري المعروف على ولاية قسنطينة هي مدينة الجسور المعلقة فإختيار الإسم جاء مكملا إلى أصالة الولاية وذلك بنقل ثقافة المنتج إلى المستهلك سعيا منه إلى التعمق في هوية الإلتناء إلى المكان بإعتبار الولاية لها مكائنها الجمالية.

كما جاء إسم المقهى متشكلا في رمز جسر وهذا ما يزيد المعنى وتقويته وتوضيحه.

#### 9-2-4- لافتات إشهارية باللغة الأجنبية

#### 9-2-4-1- Restaurant Magic hose



جاء إسم المطعم باللغة الإنجليزية ويقصد به البيت السحري وهذا ما يوحي بالراحة والإستمتاع فبمجرد قراءة إسم المطعم للوهلة الأولى يتخلل في نفس المتلقي شعور الرغبة في التجربة وهذا ما ذكرناه سابقا ما يعرف بالتشفير أو الإرسال المشفر فإستخدام هذه العبارات أو العناوين عادة ما يصنع للفت وجذب المستهلك وذلك نوع من التأثير بإضافة إلى الرموز والأولون والمتنيرات البصرية المصحوبة بالعنوان.

## 9-3-ولاية عنابة:

## 9-3-1-لافتات تجارية إشهارية بالفصحى:

## 9-3-1-1-فندق الريم الجميل hotel rym el djamil عنابة

يطلق إسم الريم الجميل على فندق يقع بولاية عنابة حيث الإسم باللغة العربية الفصحى، يقصد بإسم الريم وهو نوع

من أنواع الغزال وهو الغزال الأبيض الناصع البياض، ويمكن تقسيم سبب التسمية إلى قسمين:

**الجانب اللغوي:** في معظم أسماء الفنادق أو المطاعم يتم إختيار كلمات تترك أثر في النفوس حيث تقوم تلك الكلمات

بمداعبة ومخاطبة مشاعر المتلقي وذلك بتحريك رغباتهم الداخلية في الحصول على ما هو أفضل ومميز فكلمة الريم

الجميل تقوم بنشر نوع من الرقة والحنان في القلوب، حيث يعود هذا الطبع الذي يتسلل في نفس المتلقي بالإيجاب مما

يدفعه إلى التوجه والإقامة دون تردد.

**أما الجانب النفسي:** فالأصل في تسمية الفندق وهذا ما هو ملاحظ في الآونة الأخيرة، حيث أصبحت أغلب

التسميات تنسب إلى شخص من أفراد الأسرة كالأبناء مثلا أو الآباء أو حتى نسبة إلى صاحب المطعم أو المحل أو

الفندق وغيرها....

كما يمكننا إضافة مثال اخر عند تسمية فندق صبري بولاية عنابة أيضا نسبة إلى ابن صاحب الفندق.

كما نلاحظ في العديد أسماء المطاعم والفنادق ووجود مزيج من الصور مع الكلمات أو ربما شعارات فمثلا كما

ذكرنا سابق فندق الريم الجميل يصاحب إسم الفندق شعار لغزال مما يعود على إسم الريم وهو نوع من أنواع الغزال

كما ذكرنا سابقا والذي جاء باللون الأزرق حيث يعطي اللون دلالة على الراحة والشعور بالإسترخاء والتناغم مع

الطبيعة حيث يعرف المزيج بين الصور والكلمات بإسم combination.



9-3-2- لافتات تجارية إشهارية بالعامية

9-3-2-1- مطعم كسرة زمان



جاء إسم المطعم باللهجة العامية الجزائرية أو الدارجة فدلالة توظيف عنوان كسرة زمان يعود على نوع المأكولات المقدمة من طرف المطعم والكسرة هي خبز جزائري أصيل يعود أصلها إلى المناطق الجزائرية عامة فإستعمال هذا المصطلح بحد ذاته يعتبر وسيلة تناقف بين الأفراد والمجتمعات إذ كل مجتمع يحمل قيمة ثقافية خاصة به في عاداته وتقاليد قيمه وهذا ما يوحي بدلالة التسمية وهي المحافظة على كل ما هو أصيل حيث يستهدف العنوان الطبقة الأصلية في البلاد بالإضافة إلى الفئة السياحية المحافظة.

## 9-3-3-لافتات تجارية تحمل ثنائية لغوية:

## Villa le pacha-1-3-3-9



جاء المطعم متكون من كلمتين كلمة Villa هي كلمة ذات أصل إيطالي يقصد بها البيت الكبير وتقطنه في الثقافة العامة الطبقة الراقية من السكان ويتكون من طابق، وطابقين مع المرفقات مثل خاصة بالبيت وغرف خارجية إضافية أما الكلمة الثانية وهي le pacha حيث يعرف على الباشاوات أنهم من الطبقة الراقية والعليا وقد تم المزج بين هذين المصطلحين وذلك بانتساب هذين الكلمتين للطبقة الراقية وهنا نلمس وجه الإشتراك كما أن الزائر لهذا المطعم نلاحظ نوعا من الفخامة والرقي في التصميم العمراني له وهو ما يناسبه تماما وينطبق على عنوانه وخدماته.

## 9-3-4-لافتات إشهارية باللغة الأجنبية

## Restaurant le parisien-1-4-3-9

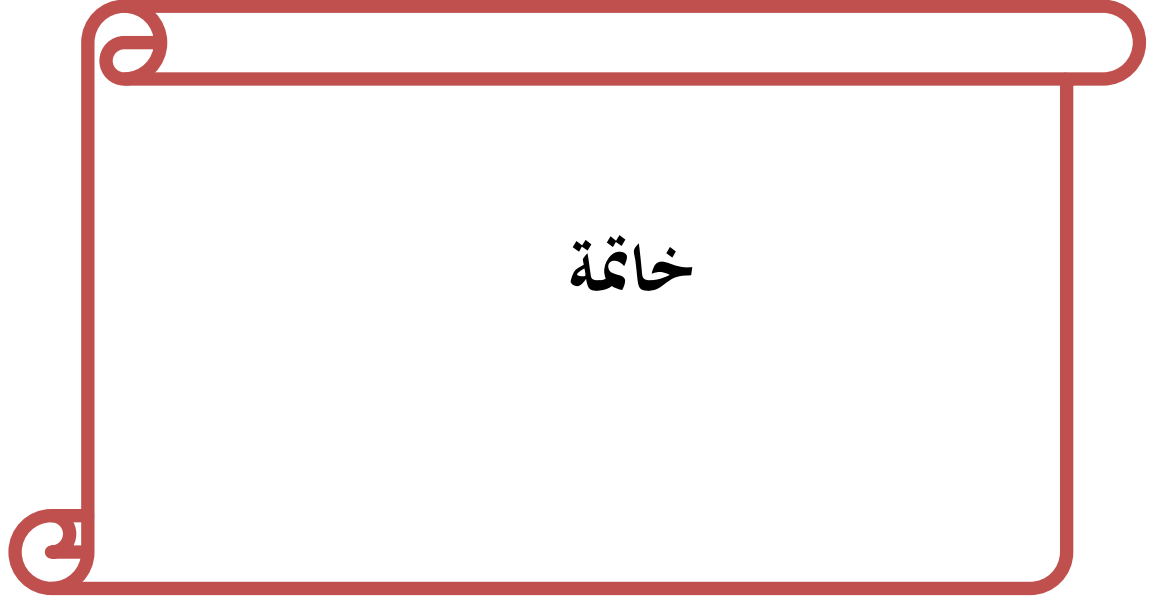


جاء إسم المطعم مكتوب اللون الأحمر والأزرق وقد ذكرنا دلالة هذه الألوان سابقا.

أما معنى العنوان يقصد به المطعم الباريسي يكمن تقسيم وتحلي الشخصية إلى عدة أسباب السبب الأول هو ربما تأثر صاحب المطعم بالغربة فما هو ملاحظ في الآونة الأخيرة نجد تأثر الشباب الجزائري في مختلف الأعمار بالغربة والهجرة فيمكن أن نضع هذا السبب ضمن أسباب التأثير العاطفي الذي طبع في مختلف جوانب الحياة هنا أبسط مثال كتسمية مطعم أو مقهى أو غيرها، أما السبب الثاني فهو مرتبط بالأول نوعا ما حيث يدور في نفس الحلقة ويؤدي إلى نفس المعنى وهو ما يقدمه المطعم من خدمات أشبه بفرنسية وهذا ما يخلق جو من الراحة لكل من تخلل داخله مشاعر وحب الإغتراب.

**خلاصة:**

يعرف الخطاب الإشهاري بأنه نوع من أنواع الخطابات التي تستخدم للتأثير على الأفراد والمجتمعات من خلال استخدام وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة من أجل إيصال فكرة معينة حيث يعد صناعة ثقافية وإعلامية تكمن أهدافه في الوصول لأكبر عدد ممكن من الأشخاص في مدة زمنية قصيرة، التأثير اللاواعي في باطن المستهلك أو المتلقي، التماشي والتنقل عبر الثقافات المختلفة.



خاتمة

خاتمة:

قد تمت دراسة موضوع اللغة والثقافة في اللافتات الإشهارية للإعلانات التجارية بهدف الوصول إلى عدة نقاط نقوم بذكر أهمها المتمثلة في:

- أن الخطاب تلتقي فيه الأيقونات التجارية كما بدر نوع من الربح بالإضافة إلى تعدد مستويات الإستعمال اللغوي حيث تتراوح بين الفصحى والعامية وغيرها من اللغات كما توصلنا إلى ملاحظة تعدد المرجعيات.

بالإضافة إلى بعض الإستنتاجات النظرية المتمثلة في أن الخطاب الإشهاري يتميز بمؤشرات لغوية وغير لغوية كما يتميز بالمرونة.

تعتبر اللغة أداة لتأثير على المتلقي حيث تعتبر علاقة اللغة بالمجتمع علاقة تأثير وتأثر، اللسانيات الإجتماعية هو العلم الذي يدرس اللغة في علاقتها بالمجتمع كما له علاقة في توضيح وتنظيم سلوك اللغة وسلوك الأفراد نحو اللغة في المجتمع كما تقوم بالتفصيل في العلاقة القائمة بين اللغة والأفراد كما تسعى إلى دراسة اللغة والأفراد كما تسعى إلى دراسة اللغة في ضوء المقاربة الإجتماعية.

أما الإستنتاجات التطبيقية نذكر أهمها: كتعدد المستويات اللغوية وذلك راجع لمرجعيات مختلفة ثقافية، جغرافية، فكرية كما أن اللافتات التجارية تتفاعل داخلها مؤشرات لغوية وأخرى غير لغوية كما يتم التمييز بين الثقافات على أساس اللغة.

يقوم الخطاب الإشهاري بمخاطبة العقل الباطن والتأثير في المتلقي مباشرة عن طريق اللافتات الإشهارية والإعلانات وذلك من خلال عدة طرق معتمدة.

## قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

### القران الكريم

#### المعاجم:

هاجر ملاحى: اللسانيات الإجتماعية، مجلد2، ع9، 2018.

#### الكتب:

1. ابن منظور: لسان العرب، دار المعارف، تج عبد الله علي الكبير وآخرون، القاهرة، مصر، ط1، دت.
2. الجاحظ: البيان والتبين، دار الكتب العلمية، بيروت، ج1، ط2، دت.
3. جميل حمداوي: اللسانيات الإجتماعية، المكتبة الشاملة الذهنية، دب، دط، 2021.
4. جوليت غارمادي: اللسانيات الإجتماعية، عرب خليل أحمد خليل، دار الطليعة، بيروت، ط1، 1990.
5. حافظ إسماعيل علوي: الحجاج (مفهومه مجالاته، دراسة نظرية تطبيقية في البلاغة الجديدة)، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، ج4، ط1، 2010.
6. حسن كزار: اللسانيات الإجتماعية في الدراسات العربية الحديثة التلقي والتمثيلات، دار الرافدين، بغداد، العراق، 2018.
7. الخليل أحمد الفراهيدي: كتاب العين، منشورات محمد علي بيضون، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط1، 2002.
8. خليل حلمي: دراسات في اللسانيات التطبيقية، جار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، دط، 2003.
9. الدكتور محمد علي الخولي، الحياة مع لغتين، الثنائية اللغوية، دار الفلاحة للنشر والتوزيع.
10. رضا عامر: إشكالية توظيف اللغة العربية في لافتات المحلات التجارية وإعلاناتها، المركز الجامعي، ميله، الجزائر، 2015.

11. سارة ميلز: الخطاب، تر: عبد الرحمان علوب، الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية، إدارة الشؤون الفنية، القاهرة، ط1.
12. السيد محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة.
13. عبد العزيز، اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت.
14. عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة.
15. عبد الواحد وافي: علم اللغة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ط2، 1996.
16. فلوريان كوماس: دليل السوسiolسانيات، تر: خالد الأشهب وماجد ولين النهيبي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، ط1، 2009.
17. فيصل دليو: إتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، النزهة الجديدة، القاهرة، ط1، 2003.
18. كمال بشر، علم اللغة الاجتماعي، دار غريب، القاهرة، ط3، 1997.
19. محمد العناني: المصطلحات الأدبية الحديثة، دراسة المعجم الإنجليزي عربي، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة، مصر، ط1، 1996.
20. محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار المجدلاوي، أعمال الأردن.
21. محمد محمد داوود: العربية وعلم اللغة الحديث، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، دت، 2001.
22. محمد مرتضى بن محمد الحسيني الزبيدي: تاج العروس، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، دط، ج1.
23. منى الحديدية: الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، 1999.
24. مها محمد فوزي معاذ: الأنتربولوجيا اللغوية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الأزاريطة، دط، دت.
25. ميشال زكريا: قضايا ألسنية تطبيقية، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ط1، 1993.

26. ميشال فوكو: نظام الخطاب. تر: محمد سييلا، دار التنوير للطباعة والنشر، ط1، 2000.
27. نور الدين رايس: اللسانيات المعاصرة في ضوء نظرية التواصل، علم الكتب الحديث، الباب الثالث، ط1، 2014.
28. هادي نهر: علم اللغة الاجتماعي، دار الأم للنشر والتوزيع، الأردن، ط1.

#### المجلات:

1. زكري لحوص، الخصائص اللغوية للخطاب الإشهاري التلفزيوني، مجلة الخطاب والتواصل، العدد 7، جامعة المسيلة، 2020، ص30.

#### المذكرات:

1. بسمة قويسم، إيمان العتيب، الخطاب السنوي في الرواية العربية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان اللغة العربية وآدابها، تخصص نقد حديث ومعاصر، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2020.
2. حبيبة بودهوس: ترجمة المصطلحات اللسانية الاجتماعية جهود محمد يحياش أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان اللغة والأدب العربي، تخصص مصطلحية، جامعة محمد الصديق بن يحي، 2017.
3. شروق خليل: دور البنية في الخطاب الإشهاري، إشهارات تلفزيونية سياحية أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان اللغة العربية وآدابها، تخصص لسانيات والسياحة، جامعة محمد خضير بسكرة، 2015.
4. غسان عبده أصفهاني: نشر نزار القباني في ضوء اللسانيات الاجتماعية، مقدمة لنيل شهادة الماجستير في ميدان اللغة العربية وآدابها، جامعة الشرق الأوسط، 2014.
5. مهى محمود إبراهيم العتوم: تحليل الخطاب في النقد العربي الحديث، دراسة مقارنة في النظرية والمنهج، مذكرة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه في اللغة العربية وآدابها، الجامعة الأردنية، 2004.

## مطبوعات:

1. جامعة قسنطينة 1، كلية الأدب واللغات، الفرع الأدبي المجموعة الأولى
2. عبد الكريم بوفرة: علم اللغة الاجتماعي، مقدمة نظرية، مطبوع جامعي، جامعة محمد الأول، جدة، المغرب، 2012.
3. الحاج كمال : الإعلام النامي، مطبوعات جامعة دمشق، دمشق.
4. لطفي بوقربة: محاضرات في اللسانيات الاجتماعية، جامعة بشار، 2003.
5. محاضرات في اللسانيات الاجتماعي.
6. مؤسسة الملكة رانيا 27 كانون الأول 2020 .
7. الحاج كمال : الإعلام النامي، مطبوعات جامعة دمشق، دمشق، ص 406.

## المواقع الإلكترونية:

1. [https://issanuy](https://issanuy.com) at جميل حمداوي: اللسانيات الاجتماعية، الموقع الإلكتروني يوم 28 - 03 - 23 22:47، [blogspot.com](http://blogspot.com).
2. تم الاستفادة منه يوم: 06—04—2023 [://www.alloschool.com](http://www.alloschool.com)
3. [https://a.R.m.wikipedia.org/wiki/اللغة\\_الإعلامية](https://a.R.m.wikipedia.org/wiki/اللغة_الإعلامية)

# فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

إهداء

شكر وتقدير

مقدمة.....أ-ب

تمهيد.....1

1-تعريف اللسانيات الإجتماعية.....1

2-مجال إهتمام اللسانيات الإجتماعية.....9

3-أعلام اللسانيات الإجتماعية.....19

4-أهداف اللسانيات الإجتماعية.....22

5-الإستعمال اللغوي في الخطاب الإشهاري.....24

خلاصة.....39

تمهيد.....41

تعريف الخطاب الإشهاري.....41

2-خصائص الخطاب الإشهاري.....41

3-أنواع الخطاب الإشهاري.....42

43.....	4-أهداف الخطاب الإشهاري.....
44 .....	5-وظيفة اللغة في اللافتات.....
46 .....	6-خصائص اللغة الإعلامية.....
48 .....	7-اللغة الإعلامية و عناصر الإتصال.....
49.....	8-ماهية الإزدواجية اللغوية والثنائية اللغوية.....
52 .....	9-دراسة تحليلية نقدية لنماذج من اللافتات الإشهارية التجارية ولايات:سكيدة،قسنطينة،عنابة.....
63.....	خلاصة.....
65.....	خاتمة.....
67 .....	قائمة المصادر والمراجع.....