وزارة التعليم العالي
و البحث العلمي
المركز الجامعي ميلة

عنوان المذكرة :

التداخل اللغوي في الخطاب الإشهاري

(نموذج جازي ،موبيليس، نجمة)

من اعداد الطالبة :

جوادي نجلاء

بن عثمان شهرزاد

تحت إشراف الأستاذ:

معزوزن سمير

السنة الجامعية2014 - 2015

شكر وتقدير

اللهم لاتجعلني أصاب بالغرور إذا نجحت...ولا باليأس إذا أخفقت..وذكرني أن الإخفاق هو التجربة التي تسبق النجاح

اللهم إذا أعطيتني نجاحا فلا تأخذ تواضعي...وإذا أعطيتني تواضعا فلا تاخذ إعتزازي بكرامتي

اللهم مارزقتني تواضعا فلا تفقدني بتواضعي وعزة نفسي

وإذا أساء الناس يارب إلينا فوسع صبرنا... وامنحنا شجاعة العفو..

اللهم إذا جردتنا من نعمة الصحة فاترك لنا نور الإيمان..

وإذا جردتنا من المال فاترك لنا الأمل

اللهم إذا نسيناك فذكرنا بيك ولاتنسانا...

اللهم اختم بالسعادة احترامنا وحقق أمانينا... ربنا تقبل دعاءنا

آمين

أتقد بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل معزوزن سمير لقبوله الإشراف علينا،والذي أحاطنا بالرعاية الكاملة والمساعدة الوافية في إطار إنجاز هذه المذكرة من بدايتها إلى نهايتهه ، كما نشكره على النصائح التي زودنا بها كما نتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد

خطة البحث

* مقدمة

I. الفصل الأول:ضبط مصطلحات الموضوع

*المبحث الأول: التداخل اللغوي.

1. 1. تعريفه.

أ. لغة.

ب. اصطلاحا.

2.1. أسبابه.

3.1.مستوياته.

4.1. نتائجه.

* المحث الثاني: الخطاب الإشهاري.

1.2. مفهوم الخطاب.

أ. لغة.

ب. اصطلاحا.

2.2. مفهوم الإشهار.

3.2. وظائف الصورة الإشهارية.

4.2. لغة الإشهار.

5.2. أنواع الإشهار.

6.2. الرسالة الإشهارية.

7.2. أهداف الإاهار

*المبحث الثالث: الخطاب الصحافي.

1.3.مفهوم الصحافة.

أ. لغة.

ب. اصطلاحا.

2.3. أشكال التحرير الصحفي.

3.3. لغة الصحافة.

II. الفصل الثاني: الدراسة الميدانية.

1.1. نبذة تاريخية عن مؤسسات متعاملي الهاتف النقال (جازي، موبيليس، نجمة).

2.1. دراسة وصفية تحليلية للنماذج الثلاث للهاتف النقال (جازي، موبيليس، نجمة).

1.2.1.جازي.

أ. على مستوى اللغة.

ب. على مستوى الصورة.

ج. على مستوى اللون.

2.2.1. موبيليس.

أ. على مستوى اللغة.

ب. على مستوى الصورة.

ج.على مستوى اللون.

3.2.1.نجمة.

أ. على مستوى اللغة.

ب. على مستوى الصورة.

ج. على مستوى اللون.

* خاتمة.

* قائمة المصادر والمراجع.

* الفهرس.

مقدمة

مقدمة

بسم الله الذي خلق الإنسان، وعلمه البيان، ووهبه التسيير والحكمة الحمد لله خاق الألسن واللغات، واضح الألفاظ للمعاني بحسب ما اقتضته حكمه البالغات الذي علم آدم الأسماء كلها، وأظهر بذلك شرف اللغة و فضلها،والصلاة والسلام على من بعث بالدلائل الواضحة والحجج القاطعة والراهين الساطعة،من كان أفصح الخلق لسانا وأعربهم بيانا وعلى آله وصحبه أجمعين أما بعد

لقد كثر الحديث في السنوات الأخيرة عن التدهور الذي مس الوسط الإجتماعي وخاصة الإعلامي وعن الضعف اللغوي الذي استفحل في أوساط مختلف الصحفيين الجزائريين،فالأخطاء التي يرتكبونها دوما إنما تعكس عد استطاعتهم على توظيف مااكتسبوه من القواعد اللغوية في ميدان التعبير، وبحكم التكنولوجيا المتطورة فقد أصبح الواقع الإعلامي الجزائري اليوم يشهد نوعا من الفوضى اللغوية والتي أصبحت عنصرا طاغيا في المجتمع، مما أدى إلى مزج بين اللغة العربية والتي أصبح عنصرا طاغيا في المجتمع،مما أدى إلى مزج بين اللغة الفصحى ومختلف اللغات الأخرى كالعامية والفرنسية في ميدان الإشهار،جاعلين بذلك هذه اللغة الممزوجة لغة المجتمع المعاصرة و أنها اللغة التي تفي بالغرض الطلوب وذلك ناتج عن المضمون التعليمي الهزيل من جهة ونقص الثروة اللغوية من جهة أخرى،وفي هذا الجانب يدخل البحث الذي نقدمه وهو بحث لغوي تطرقنا من خلاله إلى معالجة ظاهرة من طواهر الإحتكاك اللغوي وهي ظاهرة التداخل اللغوي وبالتحديد في الخطاب الإشهاري،وقد قصدنا إختيار هذا الموضوع لما له من أهمية قصوى هذا من جهة ومن جهة أخرى شعورنا بخطورة الوضع اللغوي الراهن محاولين من خلال هذا البحث إبراز مدى تأثير هذه الظاهرة على الواقع الإجتماعي الحالي الذي تشهده بلادناااليوم وهو واقع

معقد وخاصة على مستوى الغة الصحفية المتلفزة ومن هذا المنطق نستطيع طرح جملة من التساؤلات المندرجة ضمن التداخل اللغوي في الخطاب الإشهاري لعل أبرزها:

– ماهو التداخل اللغوي؟ وماهي أسبابه؟

– كيف يؤثر هذا التداخل على الوسط الإجتماعي ونخاصة الوسط الإعلامي؟

– ماهي النتائج المترتبة عن هذا التداخل؟

ومنه خلصنا إلى لمجموعة نتائج من بينها نذكر:

1– نقص الملكة اللغوية والضعف اللغوي للغة العربية الفصحى لدى الصحافيين

2– التداخل اللغوي يشكل اليوم في الواقع مايعرف باللغة الإنتقالية خاصة في مجال الإعلام.

وقد اعتمدنا في بحثنا هذا منهج نسير وفقه وهو المنهج الوصفي التحليلي الذي يكثر استعماله في مجال التعليم إذ يسمح لنا بوصف الظاهرة اللغوية كما هي وتحليلها في نفس الوقت وتبعا لكل هذا حاولنا الإجابة عن هذه التساؤلات وفق الخطة التالية:إذ قمنا بتقسيم بحثنا إلى فصلين رئيسيين كل فصل يحوي مباحث، فيما يخص الفصل الأول(النظري) عنوانه: ضبط مصطلحات الموضوع،حاولنا من خلاله الإحاطة بمفهوم التداخل ضمن ثلاث مباحث تطرقنا من خلال المبحث الأول إلى تقديم مفهوم عن التداخل اللغوي، كما بينا الأسباب المؤيدة إليه وأهم مستوياته بأنواعها النحوية و الصوتية والدلالية وختمنا هذا المبحث بالتركيز على أهم النتائج المترتبة عن هذه الظاهرة ومدى تأثيرها في الواقع، أما بالنسبة للمبحث الثاني الذي عنوانه الخطاب الإشهاري فقد تطرقنا من خلاله إلى عرض مفهوم لكلى الطرفين الخطاب والإشهار، ثم بيّنا أنواع الإشهار المعروفة بعدها قمنا بتقديم نظرة نموذجية عن الرسالة الإشهارية والحديث عن لغة الإشهار وختمنا في الأخير الحديث عن أهم أهداف الإشهار، أما فيما يخص المبحث الثالث الذي عنوانه: الخطاب الصحافي فقد بدأنا فيه

بتقديم مفهوم للصحافة ثم أبرزنا مختلف أشكال التحرير الصحفي لنأتي في الأخير للحديث عن لغة الصحافة الحديثة، إذ بيّنا من خلالها مفهوم لغة الصحافة واهم ميزاتها،وختمنا بالحديث عن علاقة اللغة بالصحافة.

أما الفصل الثانب:(التطبيقي) الذي عنوانه الدراسة الميدانية للموضوع قمنا بتقسميه إلى ثلاث مباحث رئيسية بالنسبة للمبحث الأول كان حول تقديم نبذة تاريخية لكل مؤسسة من مؤسسات متعاملي الهاتف النقال(موبيليس،جازي،نجمة) ثم إنتقلنا مباشرة إلى الدراسة التحليلية لكل نموذج وذلك كان على مستوى اللغة، الصورة واللون،لنختم في الأخير بأهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة،وقد أرفقنا هذين الفصلين بمقدمة تمهيدية للموضوع وخاتمة جامعة لأفكارنا ودراستنا النظرية والتطبيقية ثم أضفنا مختلف المصادر والمراجع التي اعتمدناها في بحثنا هذا وتتعلق كلها بموضوع التداخل اللغوي وأخيرا ختمنا بحثنا هذا بوضع فهرس يضم جل الموضوعات التي احتواها وقد فرضت طبيعة الموضوع الإتجاه إلى مجموعة مراجع من اهمها نذكر:

1- إبن منظور في كتابه لسان العرب .

2- كريمة أوستيش: التداخل اللغوي في اللغة العربية.

3- عبد العزيز بن عثمان التويجري: لغة الإعلام وآثارها الإيجابية في تحقيق مزيد من التنمية اللغوية اللهجات العربية(الفصحى والعامية).

وككل باحث نشير إلى أن الصعوبات التي واجهتنا أثناء قيامنا بهذا البحث وهي قلة المراجع والبحوث العلمية التي تناولت موضوع التداخل اللغوي،وفي مساعدتنا على إنجاز هذا البحث وذلك من خلال النصائح والإرشادات التي قدمها لنا،وفي الختام نتمنى أن ينال بحثنا هذا الرضى و القبول، ونسأل المولى عزوجل كامل التوفيق.

الفصل الأول

ضبط مصطلحات الموضوع

المبحث الأول : التداخل اللغوي.

يلجأ مستخدم اللغة المزدوجة أو متعدد اللغات خلال كلامه أو حديثه الى استخدام طرق أخرى، والاستعانة بلغات أخرى مغايرة للغة التي يتحدثها، فنجده أحياناً يبدأ كلامه بجملة، ثم يلجأ في وسطها الى استخدام وتوظيف أساليب وأنماط أخرى قد تكون هذه الأنماط على المستوى الصوتي، والصرفي والمعجمي، والدلالي أيضًا من لغات أخرى، وقد تكون حتى من اللغة العامية، هذا الانتقال من لغة الى أخرى هو ما يصطلحُ عليه اليوم بالتداخل اللغوي وهذا ما سنقوم بتوضيحه من خلال هذا المبحث.

1.1. تعريفه:

أ . لغة: تُعرف المعاجم اللغوية القديمة التداخل اللغوي كما يلي:

جاء في لسان العرب لابن منظور مفهوم التداخل: " إنّ تداخل الأمور هو تشابهها والتباسها ودخول بعضهما في بعض".[1]وبالإضافةإلى تعريف ابن منظور نجد أيضا المعجم الوسيط يُعرف التداخل اللغوي كالتالي: "داخلت الأشياء مداخلة وإدخالاً أي دخل بعضها في بعض وداخلت الأمور أي التبست وتشابهت "[2].ومعنى هذا القول بأن التّداخل هو الإلتباسوالتشابه في الأمور.ومنه فإن التداخل لغةً هو التشابه والإلتباس في الأمور.

ب . اصطلاحا:يُجمع العلماء أن التداخل اللغوي اصطلاحًا هو: تأثر اللغات ببعضها البعض، أي هو نفوذ بعض الوحدات اللغوية من حروف وكلمات وتراكيب ومعاني وعبارات من لغة إلى

(1)– ابن منظور: لسان العرب، المجلد الحادي عشر، دار صادر، بيروت، ط1، 1968، ص 243 .

(2) – مجمع اللغة العربية : المعجم الوسيط، القاهرة، ط2، ج1 1972، ص 275 .

أخرى، ومن تأثر الواحدة في الأخرى، وقد كان التداخل اللغوي عند العرب قديماً يقصد به " تركيب اللغات " ثم " اللحن " ويسمى كذلك بالعدوى اللغوية أو التأثير اللغوي. [1]

أما كلمة التداخل حسب النظرية الخليلية الحدثية فهي تحمل معنى غير المعنى الذي نقصده في هذا البحث وهو:" تداخل العناصر أي تداخل المستوى الأعلى في الأسفل والعكس، وذلك مثل تضمن أوإحتواء وحدة من مستوى اللفظة لوحدات من المستوى الأعلى الخاص ببناء الكلام، بل الوحدات التي هي من نفس مستواها لفظةً في داخل لفظة أو بالأصح، لفظة داخل كلمة ".[2]

1- أسباب التداخل اللغوي:

المستخلص من قراءتنا المتعددة والمختلفة أن أسباباً كثيرةتؤدي إلى ظهور الضعف اللغوي في ألسنة الناس خاصة فئة الشباب.وقد أحصينا ثلاثة أسباب مهمة في ظهور التداخل اللغوي في ألسنة الناس:

ويكمن السبب الأول في نقص الكفاءة اللغوية، وقلة اكتسابها بفتح المجال لدخول الخطأ.

أما السبب الثاني يكمن في تعدد اللغات وتجاورها.

أما السبب الثالث فيكمن في الترجمة التي تعد عاملاً من عوامل الخطأ، لأن الترجمة الحرفية هي استنساخ للغة على حساب لغة ما.

وسنقوم بتوضيح ما ذكر من الأسباب فيما يلي:

2.1 . 1. نقص الكفاءة اللغوية:

(1)- كريمة أوشيش: التداخل اللغوي في اللغة العربية، رسالة ماجستير، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة الجزائر، فيفري 2002 ص 12، 13.

(2) – عبد الرحمان الحاج صالح: منطق النحو العربي والعلاج الحاسوبي للغات، بحث القي في ندوة استخدام اللغة العربية فيتقنية المعلومات بالسعودية، قاعة الملك فيصل للمؤتمرات من 10، 14 ماي، 1992.

ما المقصود بنقص الكفاءة اللغوية:

"إن الأسباب المؤثرة في اللغة عديدة والتأثير يكون حسب الأوضاع إمّاإيجابيًا وإمّا سلبيًا".[1]وما يهمنا في هاته الدراسة هو الجانب السلبي من التأثيرات اللغوية، فابن خلدون يرجع سبب التداخل بين اللغات "إلى نقص الملكة اللغوية".[2]"ويتجلى هذا الضعف في التأدية اللغوية على حد قول تشومسكي:عند جميع شرائح الشباب بمختلف أعمارهم، انطلاقًا من المستوى الإبتدائي إلى غاية المستوى الجامعي، بل ويتعدّاه الى المرحلة الموالية من عمر الإنسان؛ أي إلى مرحلة النضج واكتمال الشّخصية ".[3]

"وما يقصد بالضُّعف اللغوي هو عدم القدرة على استعمال اللغة استعمالاً صحيحًا مناسبًا للمعايير اللُّغوية المطلوبة نطقًا أو كتابةً داخل المجتمع.وهو كذلك عدم التمكن من لغة المدرسة اللغة التي يقضي المتعلم سنوات طفولته ومراهقته وشبابه في محاولة اكتسابها.

ونعني بعدم التَّمكن، العجز في كتابة نص إنشائي، أو نقص في كتابة رسالة أو تقرير عن موضوع ما. وعدم القدرة على قراءة كتاب ما رواية كانت أو كتابًا علميًا، وهو الضُّعف في تأدية اللغة تأديةً تتناسب مع المعايير اللغوية الملقنة في المدرسة، والمقررة في المجالات الرسمية المختلفة".[4]" لقد نال الضُّعف من جميع اللغات المستعملة عندنا، فليست اللغة العربية الرسمية وحدها التي تأثرت بل لم تسلم اللغة الدارجة التي داخلها الخلط بل التهجين الحقيقي الصريح

(1)– يمينة سيتواج: رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الدولة في علم الترجمة، كلية الادب و اللغات،قسم اللغة العربية وآداها، 2006، 2007،ص115.

(2)– ابن خلدون: المقدمة الكتاب اللبناني، بيروت، 1968، مجلد1، 1988.

(3)– مازن الوعر: النظريات النحوية والدلالية في اللسانيات التحويلية والتوليدية، مجلة اللسانيات جامعة الجزائر، 1982 عدد 6، ص 26.

(4) – يمينة ستيواح: رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه للدولة في علم الترجمة جامعة الجزائر، كلية الآداب و اللغات، قسم اللغة العربية و آدابها، 2006–2007 ص 115.

وكذلك حظ الفرنسية يشبه حظ اللغتين السابقتين الذكر، لأن ألسنة الشباب تلوك اللغات دون أن تتكلم بها جيدًا ".[1]

إن حظ النّاس من التعليم والتعلم حظ موفور، وفرصة التعليم مسموحة للجميع.[2]فمن أراد العلم فما عليه إلاّ أن يقدم مجهودًا لينال مطلبه، ويصل إلى تحقيق طموحه العلمي".[3]

تعد اللُّغة بدورها من أعقد المواد تلقينًا واكتسابًا، ففيها الفهم والحفظ والتعليل والوصف والتفكير، كما فيها مواد مختلفة كالأدب والحضارة ومواد دقيقة كالنحو والصرف، ومواد فنية كالبلاغة والعروض. واللغة العربية على سبيل المثال لا الحصر مثل غيرها من اللغات وحدة لسانية وثقافية متكاملة تكون من مواد مختلفة، ولكنها مترابطة الأواصر ترفد كلها إلى مصب واحد ".[4]

وعليه فالواقع اللغوي حسب ما نراه اليوم وما نعيشه، يعكس لنا هذه الحقيقة الموجودة عند الشباب في مجتمعنا، وهي أنّ المستوى اللغوي للتلميذ على العموم، وحتى لو كان على الخصوص ضعيفًا جدًا، والضعف في تزايد مستمر في بعض الحالات إلى درجة العقم اللغوي.

1 . 2 . 2 . أسباب نقص الكفاءة اللغوية:

أ . أسباب تعليمية:

(1-)Khaoulatalebibrahim: les algériens et leur (s) langue(s) édition El- Hikma – Alger 1995 .p 25.51.

(2)-بن علي محمد أكلي: إنعكسات و أبعاد مفهوم التكافؤ في فرص التعليم على الصعيد الحضاري، حوليات الجامعة، العدد5، 1990 – 1991، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 193، 195.

(3)- حنفي بن عيسى: دور الفلسفة في النهوض بالتربية، مجلة الثقافة، العدد 1975، ص 95، 97، 99.

(4)- يمينة ستيواح: رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الدولة في علم الترجمة كلية الآداب واللغات قسم اللغة العربية وآدابها، 2006،2007،ص 116.

" يعود سبب الضُّعف ونقص الملكة الى عوامل تعليمية عموماً عاملها الأساسي المدرسة والأسرة والمحيط الاجتماعي".[1]والترويج السيئ للغة.

أ .1.1البرامج والمناهج:

للتحصيل اللغوي مواد عديدة تلّقن يومياً في المدارس ابتداءً من المستوى الإبتدائي ثم الإعدادي فالثانوي، وأخيراً الجامعي، وتلّقن مادة اللغة العربية من خلال مواد عديدة يمكننا تصنيفها إلى مواد لغوية، أو مواد أدبية، يتحصل عليها المتعلم بمجهوده الخاص، أي بالعمل الفعلي والتطبيقي الناجع، وفي إطار المدرسة تحت إشراف ورعاية مدرّس واعٍ بمسؤوليته متمكن من علومه وذي منهجية صحيحة، متّبعًا في ذلك منهجًا ومعتمدًا على وسائل مادية كالكتاب والوسائل الأخرى".[2]

إذن يرتكز التحصيل اللغوي على ثلاثة أعمدة أساسية تتمثل في دراسة النحو والصرف ودراسة الأدب، " أما الأهداف المتوخاة من تدرسيها:

القراءة والكتابة أي التحرير، فعملية القراءة الصحيحة هي الهدف الأول ثم التحريرأي الإنشاء وهي كتابة النص.

- التعميق في فهم اللغة وإجادة توظيفها، وفهم المحيط الثّقافي والتفاعل معه.
- صقل المواهب وإذكاء الإحساس، وتنمية الذوق الأدبي عامة.

(1)– عبد الر حمان الحاج صالح: مدخل الى علم اللسان الحديث و أثر اللسانيات في النصوص بمستوى مدرسي على اللغة العربية، مجلة اللسانيات، عدد 4، ص 25، 41، 43 .

(2)– يبظر: برنامج اللغة العربية و آدابها في التعليم الثانوي العام، مديرية التعليم الثانوي العام، وزارة التربية والتعليم 1995، ص 14، 15 .

- اكتساب منهجية التفكير والعمل والإعداد للدراسات والبحث العلمي".[1]

أ .2.1. المدرسة ودورها في نشر العلم:

ليس من المعقول أن ننكر فضل المدرسة علينا بالنّظر إلى كل ما قدمته لنا، لكن إذا كان فضل المدرسة فضلاً ما بعده فضل على روادها ومتعلميها، فإن ما نشاهده اليوم هو أنّ مستوى من يتخرجون عمومًا من هاته المدرسة، لا يستجيب للمعايير المطلوبة والمفروضة خاصةً في ميدان اللغة واللغات، فالتلميذ عمومًا بعد البكالوريا لا يعرف حتى كيف يكتب جملةً واحدةً صحيحة، دون أخطاء نحوية وصرفية ودلالية إذ لا يتحكم لا في التعبير الكتابي ولا في التعبير الشفوي إلاّ نادرًا ما يكون ذلك، ومثل هذا الطالب هل يجوز له أن يلتحق بمعهد اللغة والترجمة، إذ تمثل اللغة بالنسبة للمدرسة الهدف بعد الوسيلة، فالمفروض أن تكون وسيلة التلميذ اللغوية مكتسبة حتى يتمكن من بلوغ هدفه في التخصص اللغوي أو الأدبي أو في الترجمة، وفي الصحافة خاصة.

وتعد المؤسسة التعليمية من هذا المنظار وسيلةً لنشر العلم، والمعرفة لكنها لا تستنفذ كلّ طاقاتها في تمكين قدرات المتعلمين بترسيخها ورفعها إلى المستوى المطلوب بل المستوى اللائق.[2]

ب . 2 . صعوبةاللغةالعربية:

(3) – أنظر مقال يمينة ستيواح: الوضع اللغوي العام وتداخل اللغات عند الشباب الجزائري مجلة لغات، جامعة الجزائر العدد 3، السنة 2002، ص 72، 73.

(1)– السادة المذكرة: مقدمة انيل شهادة الدكتورة، االدولة في علم الترجمة كلية الآداب واللغات، قسم اللغة العربية وآدابها 2006،2007، ص 125.

يعاب على اللغةالعربية قِدمها،وعدم سيرورتها للزمن المعاصر ،فإذاكانت اللغة العربية قديمًا طوت حضارة لايشق لها غبار،فإن استمرارها على هذه الوتيرة أمرٌصعب للغاية بلأمر عدا مستحيلاً "[1].

"إن ألفاظ اللغة العربية غزيرة تعجُّبها المعاجم والموسوعات، ولسان العرب لابن منظور"[2] خير شاهد على ذلك ولكن ورغم ذلك كله."إذا أردنا التعبيرعلى أتفه الأمورالخاصة بحياتنا العصرية عجزنا، وإذاأردنا ترجمة نص من لغة أجنبية الى اللغة العربية وقفنا حائرين أمام العجزاللغوي الذي تتخبط فيه العربية"[3].

وهنا كأمثلة كثيرة على ذلك،" يكفي أن نذكر منها نموذجًا صارخًا هوميدان صناعة السيارات بكل أنواعها أوميدان صيانة السيارات حتى ندرك مانقول بل تقريبًا كل الصناعات الحديثة ماعدا الصناعات التعليمية منها".[4]

والملاحظ أيضًا، أنّ صعوبة اللغة العربية تكمن في طريقة كتابتها، بحيث أنّ اللّغة العربية لها طريقة خاصة في كتابتها، عكس اللغات الكثيرة التي تعتمد على حرفين في الكتابة كالفرنسية مثلاً، وعليه فإنّ الكتابة العربية تقتضي درايةً من المستويات الأربعة، الصرف النّحو، الدّلالة والصوت حتى يتمكن الشخص من القراءة الصحيحة والكتابة، وهذا ما لا نجده في تعلّم اللغة الفرنسية.

(1)– ايراهيم بن مراد: المشاكل المنهجية في ترتيب المعجم العربي الحديث، مجلة الآداب، 1986، بيروت، ص 166.

(2)– ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، 1968

(3)– عبد الرحمان الحاج صالح: مدخل الى علم اللسان الحديث و أثر اللسانيات في النهوض بمستوى المدرسي اللغة العربية ص43، 44،45.

(4)– يمينة ستيواح: رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه للدولة في علم الترجمة جامعة الجزائر، كلية الآدابو اللغات، قسم اللغة العربية و آدابها، 2006–2007 ص 126.

ونضرب مثالاً عن ذلك بالصحف والجرائد، فالكاتب أحياناً لا يراعي في كتابة مقالاته الشكل، ما يخلق صعوبةً في قراءة بعض الكلمات المكتوبة، فمثلاً كلمة علم في جملةٍ ما فعند قراءة هذه الكلمة البعض يظن بها عِلْمْ، وآخر يقرأها عُلِمَ، في حين يقرأها البعض الآخر عَلِمَ ففي هذه الحالة يعود القارئ الى السياق، فهو الذي يحدد وضع هذه الكلمة في الجملة، ثمّ يوضّح المعنى المقصود منها.

" إنّ ما يجعل اللغة العربية عويصةً هو طريقة ترتيب القواميس، إذ ليس من اليسير في اللغة العربية، البحث في قاموس عربي لأن ذلك يتطلب درايه سابقة بقضايا الصرف".[1]

ومعنى هذا أنّ القول أنه للحصول على أي كلمة يجب العودة إلى أصل الكلمة في فعلها الثلاثي المجرد مثلاً، لأنه هو الذّي يشكل المفتاح الذّي يدخل منه إلى المادة الأصلية التي تتكون منها الكلمة ثمّ على الترتيب الألف بائي والإشتقاقي.

ب .3 . ضعف مستوى اللغة الأجنبية :

تعتبر اللغة الأجنبية، باعتبارها لغة ثانية، لغة صعبة المنال، والتعلم خاصة لدى المتعلمين الصغار، أي نقصد بهذا الطور الإبتدائي والمتوسطي، وكثيراً ما يلقى الطفل خلال هذه المرحلة صعوبات عديدة تعرقل تفكيره وفهمه لهذه اللغة، مما يخلق له نوعاً من التوتر والقلق فيؤثر ذلك سلباً على العملية التعليمية، وخير نموذج عن اللغات الأجنبية، اللغة الفرنسية لأنها أقرب اللغات إلينا، ولأنها الجانب الثاني والمؤثر في عملية التعليم.

" للغة الفرنسية في تعليمينا العام، نصيباً لا يستهان به من ساعات التدريس، ومن الأمور التي تعقد تعليمها بدلاً من أن تبسطه طريقة تدريس النحو، وهي طريقة جاءت مع

(1)– يمينة ستيواح: رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الدولة في علم الترجمة، جتمعة الجزائر، كلية اللاداب واللغات، قسم اللغة العربية ولآدابها 2006 ، 2007 ، ص 126.

المدرسة الأساسية كما أن هناك اجتهادات وتعديلات كثيرة أدخلت في اللغويات التعليمية وهي نظريات لغوية لم تعهدها الطريقة القديمة في التعليم ولقد أدرجت في تعليم النحو، وقد استعيرت هذه النظريات من اللسانيات الوظيفية والتفريعية والتوليدية كما طُبّق بعضهما في تعليم اللغات، إذ تشرح قواعد النحو للطفل في السنة السابعة والثامنة إعدادي متخذةً النحو التوزيعي منهاجًا وطريقةً للبسط والتبسيط فيقال مثلا:

الفاعل: Sujet – prédical ; groupe nominal sujet ; sujet

المفعول:Groupeprépositionnel , groupenominale C.O.D

الفعل: Group verbel

والمتعلم في خضم القواعد القديمة والحديثة، لا يظفر فكره إلاّ بشيئٍ من المعلومات إلا بأعجوبة".[1] و كثيرا ما ينفر منها لأنها تقلقه وتتعبه.

دون أن يصل إلى لذة الفهم والتحصيل، ثم يضيع القصد مباشرةً للغة." إنّ المراد الأول والأخير في تعليمها هو ما اسمته ربيكا أوكسفورد ب:

. الإنصات (Listning)

. القراءة (Reading)

. التكلم (Speaking)

. الكتابة (Writing)

(1)- يمينة ستيواح: رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه للدولة في علم الترجمة جامعة الجزائر، كلية الآدابو اللغات، قسم اللغة العربية وآدابها، 2006-2007 ص 129.

ولا يخفى لأحد أنّ الغرض من تعلّم اللّغة الأجنبية هو التوصل إلى استعمالها استعمالاً وظيفياً وصحيحًا"[1].

1. 2 .2. تجاور اللغات واحتكاكها:

يمارس اللسان البشري أحيانًا، وضعًا أو وضعين لغويين أو أكثر للتعبير والإتصال في شتى مجالات الحياة. ويسمى هذا التعايش والتجاور بين الأوضاع اللغوية، بمعنى بين لغتين عند الشخص الواحد أو داخل المجتمع" الازدواجية اللغوية "، أو " التعددية اللغوية" والازدواجية اللغوية هي ظاهرة لغوية تعنى: " عددًا كبيرًا من المجتمعات عبر العالم"[2]

" إن الوضعية اللغوية اليوم يعلوها كثير من التناقض والفوضى، إذ أنّ هناك من البلدان مثلاً، من يسعى الى التوحيد اللغوي والتجمع حول وضع لغوي واحد وإهمال لغات الأقليات الى حد محاربتها وقمعها ومحاولة مسحها من على أرض الوجود. كما أنّ هناك من البلدان من يتبنى سياسات معاكسة للأولى أي تحاول ابراز جميع اللغات المتواجدة عندها ".[3]

1 . 2 . 2 .1 أسباب تجاور اللغات واحتكاكها:

أ . قديما: يعود سبب تجاور اللغات واحتكاكها، إلى الحياة التي يعيشها النّاس حسب الزّمان والمكان لأنها وليدة الظروف المختلفة والتنقلات البشرية والفردية والجماعية عبر الطرقات وعبر المدن والقرى وهذا ما وضحه سعيد الأفغاني في كتابه " في أصول النحو " إذ يقول: " كان التجاور اللّغوي عند النّاس قديمًا، يقتضي انتقالهم من مكان إلى مكان لشتّى الأسباب

(1)– ريبكا أوكسفورد: استراتيجية تعلم اللغات، ترجمة محمود عدود، دار النشر مكتبة الأنجلو مصرية 1966، ص17، 18.

(2)– يمينة ستيواح: رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علم الترجمة، جامعة الجزائر كلية الآداب واللغات، قسم اللغة العربية وآدابها 2006، 2007، ص 135.

(3)– يمينة ستيواح: المرجع نفسه، ص136.

والعوامل المادية والمعنوية، إذ عرف العالم العربي الإسلامي مثلاً حركة كبيرة من التنقل والترحال (...) الأمر الذّي دفع هؤلاء الناس إلى تعلم اللّغة العربية الوصول إلى فهم المعاني القرآنية. فالعامل الدّيني إذن كان السبب الرئيسي في تنقل الناس وهجرتهم".[1]

ومن الأسباب أيضًا الحروب، والكوارث الطبيعية، التي كانت تدفع بالسكان الى الهجرة من بلدهم إلى آخر.

ب . حاليا : إن العوامل الحالية تتجاوز تلك النظرة التقليدية بكثير، إذ أصبح الفرد في حياتنا الرّاهنة غير مجبر على الحركة والتنقل من مكان لآخر حتى يتواصل مع الناس. لأنّ الحياة العصرية أفرزت وسائل واعتبارات أخرى غيرت وجه العالم في ميدان الإتصال والتواصل واحتكاك الشعوب وتعلم اللغات.

" فهناك جملة من الدّوافع تقرب بين اللغات من بعضها البعض كالقنوات التلفزيونية والهاتف النّقال، الإعلام الآلي، و كل الوسائل الحديثة المتواجدة حاليًا ".[2]

1 . 2 . 3 . الترجمة سبب في التّداخل اللغوي:

تعتبر التّرجمة من بين العوامل الأساسية التي تتدخل في عملية التداخل اللغوي، وقد أدرجنا موضوع الترجمة في هذا المبحث، نظرًا لما له من أهمية وخطورة في مجال التجاور اللغوي، وما ينجم عنها من تداخلات لغوية كثيرة، سواءًا كانت لغوية، أو ثقافية.

1 . 2 . 3 . 1 . التعريف بالترجمة:

(1)– سعيد الافغاني: في أصول النحو، دار الفكر، دمشق، ص21.

(2)– يمينة ستيواح: رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه للدولة في علم الترجمة جامعة الجزائر، كلية الآداب واللغات، قسم اللغة العربية و آدابها، 2006–2007 ص 146.

أ – **لغة** : ولها تعاريف مختلفة ومتنوعة، وقد عرفها المعجم الوسيط كالتالي: " هي لفظ مشتق من تَرْجَمَ ومنه كذلك تَرْجُمَانْ وتَرْجَمَانْ وتَرَاجِمَة وتَرْجمَة وتَرَاجِمْ، ويحمل لفظ الترجمة من ناحية معانيه العامة:

. معنى التفسير والتعبير والايضاح.

. ترجم للرجل: ذكر سيرته وأخلاقه ونسبه.

. ترجمة الكتاب: فاتحة الكتاب".[1]

ب . أما من ناحية لمعناها الاصطلاحي: فقد تناولها الكثير من الباحثون من بينهم المترجم لادميرال إذ يقول بأن:" الترجمة عملية لغوية يحاول فيها المُتَرجِم إعادة بناء نص بطريقة للنص الأصلي ومعانيه وفاءًا لهذا النص من حيث الأفكار والمعاني، في أول الأمر، ثم التزامًا باللفظ إذ أمكن ذلك ".[2]

فالتّرجمة فعلاً، هي موضع تتلاقى فيه اللغات جميعا عند كل شخص بمعنى أنّ التّرجمة هي نوع من التجاور اللغوي في اللّسان الواحد. وهي تدخل في إطار لغوي تتعاقب فيه لغتان بالتحاور.

وموضوع الترجمة لا يستقر على نحو واحد، فالتّرجمة متنوعة كثيرًا تنوع المواضيع اللّغوية كما أن استعمالاتها كثيرة، وفائدتها هي أن تسمح للقارئ بالإطّلاع على عالم غير عالمه، وبها يكشف الفرد عالمًا من المعلومات والعلوم، وتعدّ الترجمة وسيلة هامة في الإطار التعليمي، إذ تعتبر وسيلة لتعلم الكتابة والإنشاء الصحيح.

(1)– ينظر: المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ط2، 1972 ، ص275

(2)–Danikasleskovitch: traduire les mots et les ideés, introduction de la revue etude e linguistique; didier;N °24 oct/dec 1976, p8.

دون أن ننسى أن للترجمة جانب سلبي " فالتّرجمة لا شك تعد عاملاً أساسيًا من عوامل التّداخل اللغوي، والأمثلة على ذلك تأتي من تجربة التّرجمة والممارسة الفعلية لعملية التّرجمة نفسها أما مجالها فهو جميع المجالات اللّغوية من ألفاظ وتراكيب وأساليب، وليست كل ترجمة عرضةً للتّداخل، ولكنه ما اقتصر على الترجمة الحرفية التي تأخذ بشكل النص أكثر من مضمونه يكون حقلاً خصبًا لهذا التداخل".[1] وعليه نقول بأن المقام وحده من يقوم بتحديد المعنى التام، خاصة إذا تعلق الأمر بالتّرجمة.

1 . 3 . أنواع التّداخل اللغوي:

تقوم الدراسة اللسانية على عدة مستويات نذكر منها: المستوى الصّوتي، المستوى الصّرفي المستوى المعجمي والمستوى الدّلالي، والتداخل اللغوي كظاهرة لغوية شائعة، فإنّه يتجلى في هذه المستويات، وبذلك تحدث مشاكل على مستوى اللغة المنطوق بها.

3.1 .1. المستوى الصوتي:

يعتبر المستوى الصّوتي من أكثر الجوانب اللغوية اهتماماً من قبل اللغويين في مقابل المستوى الصرفي والنحوي. وتمثل الأصوات اللغوية العنصر الأول في تشكيل اللغات، وهو ما عبّر عنه ابن جني في قوله: " اللّغَة هي أصْواتٌ يُعَبِرُ بِها كل قومٍ عن أغراضهم".[2] والأصوات اللغوية هي الحروف، والمادة التي يبنى عليها الكلام فالأصوات من ناحية التقسيم اللغوي تعتبر أصغر جزءٍ في الكلمة. إذ تتجلى وظيفتها في بناء الكلمة والتمييز بينها أيضًا وهذا

(1)- يمينة ستيواح: رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علم الترجمة جامعة الجزائر، كلية الآداب واللغات، قسم اللغة العربية و آدابها 2007،2006،ص 179.

(2ابن حبي: الخصائص، ج1، ص 33.)- (

بسبب تباينها عن بعضها البعض".[1] وكل لغة في العالم تحظى بنظام صوتي خاص بها فاللغة العربية مثلاً تتكون من حروف صامتة يصطلح عليها بالأصوات الصامتة أو الجامدة مثل (أ، ب، ج، د، هـ ...) والأصوات الصائتة أو ما يسمى بالمصوتات (les voyelles) (ففي اللغة العربية توجد ستة صوائت (الضمة والكسرة والفتحة) وتسمى بالصوائت القصار الفتحة الطويلة: وتتوب عنها ألف المدّ، والضمة الطويلة وتتوب عنها واو المدّ، والكسرة الطويلة: وتتوب عنها ياء المدّ فبعض الأنظمة الصوتية قد تتحد في أصواتها الصامتة أو الصائتة كما أنها قد تفترق في عدة حروف، ويكون إذن هذا الإختلاف، خاصة سبباً في تعارض اللغات والأصوات وتداخلها، وقد يؤدي هذا إلى تداخل الألفاظ دون تأثير في معانيها، ولكن قد يؤدي الى تحريف المعنى وتغييره.

وفي هذا المقام يجب أن ننوه بالدّور الكبير للكتابة في ضبط الألفاظ، فإذا لم تكن كتابة الحروف موحدة، فإن هذا ينتج عنه تداخل في بعض الحروف[2]مما يؤدي إلى تشوهات على مستوى اللغة.

1 . 3 .2 . المستوى التركيبي المعجمي:

يعتبر المستوى المعجمي هو الآخر من أكثر المستويات عرضةً للتّداخل اللغوي، ذلك أنّ كل لغة لها معجمها الخاص بها، مما يجعله قابلاً للتغيير. ويحدث التداخل على مستوى المعاجم حينما يكون الفرد في حاجة إلى مفردات معينة يثري بها رصيده اللغوي، وهو الأمر الذي عبّرت عنه سالمي كريمة بقولها: " فالاحتكاك اللغوي في هذا المستوى الذّي يرتبط بالبنية

(1)– عبد الرحمان الحاج صالح، مدخل الى علم اللسان الحديث، مجلة السانيات.

(2)– معزوزن سمير: التدخل اللغوي بين الفرنسية والعربية في السنة الثالثة من تعليم الابتدائي ص90.

الاجتماعية والاقتصادية للفرد، الذي يتغير من فترة زمنية إلى أخرى، وهو الحاجات اللغوية للأفراد".[1]

ومعنى هذا أنّ التّداخل المعجمي يرتبط في أساسه بالحاجات اللغوية للفرد، إذ يتجلّى ذلك من خلال قيام مزدوج اللغة بنقل مفردات من لغة إلى أخرى، فيقوم بإدخال وتوظيف مصطلحات أخرى من معاجم كثيرة ظنًا منه أنّها تساعده على تحقيق وظيفة التبليغ، ومثال ذلك ما يحدث بين اللغة العربية والفرنسية، ففي غالب الأحيان يلجأ الفرد إلى اللغة الفرنسية عند اختصاره لبعض المسميات لأنّ اللّغة العربية تمتاز بالطول ولا يتهيأ لها إختصار ذلك في كلمة واحدة على خلاف اللغة الفرنسية التي تحتوي على قدرٍ كبير من الإختصار في الكلمات مما يسهل عملية المتكلم في نطق بعض المصطلحات مثلاً كلمة(R.N.D)، أحيانًا يلْقَى المتكلم صعوبة في نطقها وترجمتها باللغة العربية، والتي تعني حزب التجمع الوطني الديموقراطي فيلجأ إلى اختصارها بالحروف الفرنسية كما سبق الذكر. وعليه يبقى الاحتكاك اللغوي أحد عوامل وأسباب حدوث التداخل اللغوي في المستوى المعجمي.

1 .3 .3 . المستوى الدلالي:

هنا طرائق عديدة يظهر فيها التّداخل اللغوي في المستوى الدّلالي وهي:

1 . التقليص الدّلالي (التخصيص): إنّ أكثر ما تتعرض إليه الكلمة هو التخصيص، إذ أنّ هناك ألفاظ تدل على العموم ثم تحدد دلالتها و تخصص باختصارها على نوع معين، أو فرد معين، ومثال ذلك:

كلمة الحج التي تعني القصد ⟵ أصبحت (خاصة بالحج إلى بيت الله).

(1)- سالمي كريمة: احتكاك القبائلية بالعربية الدارجة في كلام مزدوجي اللغة،ص 46 .

ايصانص (خاص بالبنزين) ⟵ " Essence "

بروفيسور (خاص بالأستاذ) ⟵ " professeur " [1]

2 . التوسيع الدّلالي (التعميم) :

وهو أقل شيوعًا من الأول، وفيه تتجه الكلمة عكس الحالة الأولى إلى توسيع معناها الدّلالي بعد أن تكون خاصة فيتسع مجالها ومثال ذلك:

كلمة البؤس كانت تعني الحرب ⟵ أصبحت (تطلق على كل شدة).

" vapeur" ⟵ بابور (توسع من الباخرة الى الكانون البترولي).[2]

3 . التحول الدلالي : (الانتقال):

ويعني تغير مجال استعمال الدلالة، بسبب المشابهة بين مدلولين فينتقل معنى كلمة إلى معنى كلمة آخر ومثال ذلك:

" كلمة cailasse التي تعني ⟵ كياس، تحولت من معنى الحجارة الى معنى الطريق المعبد بالحجارة".[3]

4 . التحقير الدلالي (التصغير):

يعد التصغير من الوسائل المستخدمة لإدماج الكلمات الأجنبية، مثال ذلك: " كلمة fabrica" اشتقت للدلالة على "معمل " من الفعل "مفبرك" بمعنى اصطنع".[1]

---

(1)- البكوش الطيب: اشكالية اندماج الدخيل في المعجم، ص 56.

(2) – المرجع نفسه، الصفحة نفسها

(3)- عباس لبصوري: التداخلات اللغوية وأثرها في المجال الثقافي العربي، ص 94 .

كما تحتوي أيضا اللغـــة الفـــرنسية عـــلى الأصوات الصامتة(.....A.B.C.D) وكذلك المصوتات (i.o.e)، وهناك حروف تختص بها لغة دون أخرى، نجد بلاشك في اللغة العربية الحروف التالية (ع.ح.ق) وهي حروف حلقية، غير موجودة في اللغة الفرنسية، فيتم استبدال هذه الحروف بحروف قريبة منها لتسهيل عملية النطق، وفي نفس الوقت نجد في اللغة الفرنسية الحرفين مثلا(v.p) غير موجودين في اللغة العربية، فيتم كذلك تبديلهما بالحرفين القربين اليهما، وهما (ف، ب). وهذا التّحديد في الحروف معيار تلتزم به اللغات فلا يستعمل إلاّ مالها. قد يؤدي الى تداخل على مستوى الكلام واختلاف في المعنى وخلط في المعايير"[2]

فالتفاوت الموجود بين اللغتين هو الذّي يجعل متكلم اللغة الثّانية يدمج أصوات لغته الأولى داخل اللغة الثانية، وبذلك تقع التداخلات بصوت آخر، اعتاد عليه في لغته الأم فيخلط بينهما، وبين أصوات قريبة منها.

كما أنّ النظّام الصوتي العربي لا يتضمن بعض الحروف لذا يتم تعويضها بأقرب الحروف العربية إليها فهذا التعويض يمثل أحد وسائل التّداخل، كأن يتلفظ مزدوج اللغة عربي . فرنسي كلمة(brobleme) بسبب غياب الفونيم "p" في نظام اللغة العربية، فيتم تعويضه بأقرب الفونيمات وهو الفونيم "b" أو "ب"

وكما في كلمة (بابور) ⟵(vapeur) وفيسته ⟵(veste) . [3]

1. 4 . نتائجه الإيجابية والسلبية :

(1)– تومي يمينة ستيواح مظاهر التداخل اللغوي في لغة أخبار التلفزة (تأثير الفرنسية في اللغة العربية)، ص104.

(2) – تومي يمينة ستيواح: مظاهر التداخل اللغوي في لغة أخبار التلفزة،(تأثير الفرنسية في اللغة العربي)، ص 56.

([3])– سالمي كريمة: احتكاك القبائلية بالعربية الدارجة في كلام مزدوجي اللغة، رسالة ماجستير، جامعة تيزي وزو / 1995، ص32.

1. 4 .1. نتائجه الإيجابية :

1. " لا يمكن للفرد أن يفهم لغته إلاّ إذا أتيحت له فرص المقارنة بين نظّام اللّغة التّي يتعلمها، ونظام اللغة الأولى، وبالتالي يتمكن من فهم النظام اللغوي الخاص بلغته الاولى واللغة الثانية، إلى جانب هذا فإنّ تعلم اللغة الأجنبية يثري معجم الفرد في اللغة الأصلية، كما أنه يحسّن مهارة التعبير عنده".[1]

2. إنّ تداخل اللّغات فيما بينها، يمكن الفرد من الإطّلاع على لغات أخرى، والنظام المعيشي لسكانها وبالتالي، فإنّ هذا يكسب الفرد مهارات جديدة ومعارف خاصة في ميدان التعليم بالإضافة الى هذا فإن إطّلاع الفرد على لغة أخرى غير اللغة التي يتواصل بها قد يكون سبباً في تواصله مع الأخرين. ومثال عن ذلك "الحديث باللغة الفرنسية " أحياناً يجد المتكلم صعوبة في فهمها والحديث بها نظراً لأهميتها في التواصل خاصة إذا صادف إنسان آخر يتقن هذه اللغة، فيجد نفسه عاجزاً أمام الحديث والرد عليه، وهذا ما يدفعه الى الإطّلاع عليها ومحاولة تعلمها.

3 . " يجب التنويه على الرّغم من كل الاعتبارات السّلبية التي يقابل بها المشرفون على التعليم وتعلم الأخطاء اللغوية فقد طرح الطاهر لوصيف نظرة جديدة للأخطاء تقوم على اعتبار ايجابي لها، حيث أصبحت دليلاً لا بد من توفره، لكي يهتدي المشرفون على التعليم وصانعو البرامج والطّرائق التعليمية إلى الملائمة بين وسائلهم تلك وبين قدرات المتعلمين واهتمامهم وحاجاتهم اللغوية".[2]

([1])– فلكاوي رشيد: أثر التداخلات اللغوية في الأداء الكلامي عند الطالب الجامعي، ص 114 .

([2])– الطاهر لوصيف: منهجية تعليم اللغة وتعلمها، ص348.

4. الإنسّان كائن اجتماعي بطبعه، بمعنى أنه خلق في مجتمع ويعيش فيه إذ لا يستطيع بأي حال من الأحوال أن ينعزل عن أفراد مجتمعه فتجده دائمًا في أشد الإتصال بمجتمعه، هذا من جهة، وبأفراد المجتمعات الأخرى من جهة أخرى، وذلك نتيجة التبادل العلمي والثقافي والإجتماعي، إذ ينجم عن هذا الإتصال، آثار على مستوى اللغة التي يستعملها يومياً فيظهر ذلك في شكل تداخل لغوي.

1. 4 .2 . نتائجه السلبية:

على الرّغم من الآثار الإيجابية التي يتركها التّداخل اللغوي إلاّ أنه هناك آثار أخرى سلبية تلحق به أهمها:

1- إنّ أهم نتائج التّداخل اللغوي هو ضعف الملكة اللغوية التواصلية لدى الفرد، بسبب التّداخل اللغوي بين اللّغة التي يتواصل بها ولغة أخرى. تكون دخيلة سواء كانت عامية، أو لغة أجنبية، أو غيرها من اللغات.

2- " إنّ التّداخل اللغوي يعتبر أحد العوامل التي تقف كحاجز أمام التّرجمة وبذلك أصبحت الترجمة تختلف من بلد لآخر، وحتى من كاتب وآخر".[1]

3- إن التّداخل اللغوي يعتبر عاملاً حاسمًا في تراجع الفصحى على حساب اللغات الأجنبية الأخرى من جهة واللّغة العامية من جهة أخرى، فغدت العربية الفصحى الفصحى أسيرة جدران المدارس والجامعات والمعاهد فلا تمارس في البيت أو الشارع (...)، وزاد فيها اللحن والخطأ الشيء الكثير وتعود عوامل هذه الزيادة إلى احتكاكها باللغات الأوربية والحضارة العصرية والمستجدات الحديثة".[2]

(1)- معزوزن سمير: التداخل اللغوي بين الفرنسية والعربية في السنة الثالثة من التعليم الإبتدائي، ص96.

(2)- كريمة أوشيس: التداخل اللغوي في اللغة العربية, ص35,36.

4- " إنّ اكتساح العامية ميدان التدريس جعل هذه الأخيرة تستعمل بكثرة، خاصةً في الأقسام فيرى محمود أحمد السيد أنه مما يعزز الأثر السلبي للعامية في اكتساب اللغة أن أغلب مدرسي المواد العلمية يشرحون دروسهم بالعامية، كما أنّ بعض مدرسي اللغة العربية يتحدثون أحيانا بالعامية ".[1]

5- التّداخل اللغوي يُحدث نوعًا من الانفصام اللغوي، لدى الفرد و الذي يؤدي بدوره إلى الإنفصام الثقافي كما أنه يفتح المجال للغة الضّعيفة إذ تسيطر و بقوة على اللغة الأم وتمحي وجودها.

6- " إنّ سيطرة العامية و اللغات الأجنبية على الساحة الثقافية والإعلامية جعل الإعلامي كثير الاستعمال للعامية في مهنته، بل أبعد من ذلك، فهو كثير استعمال اللغات الأجنبية التي يمزجها مع اللغة العربية الفصحى، وبذلك نتج عن هذا الإستعمال دخيل لغوي أجنبي في اللغة العربية الفصيحة أضّر كثيرًا بالعربية وخاصةً إذا علمنا أنّ لغة الإعلام –على حد قول صالح بلعيد في انطلاق اليوم الدراسي حول " اللّغة العربية في الصحافة المكتوبة "– لها أثرٌ في الارتقاء بلغة الجمهور وفي التّوجيه و التجنيد لما تمتلك من وسيلة جماهرية نافدة مخترقة لكل الحواجز و الحجب إذ أنّ الإعلام –على حد قوله– يستخدم قوة الكلمة مشيرًا في السياق نفسه إلى أنّ هذا الأخير يدخل في حركية التنمية اللغوية بإعتبار اللغة ظاهرة إجتماعية تشكل حلقة في النشاط الإنساني المنتظم ".[2]

(1) – محمود أحمد السيد : في طرائق تدريس اللغة العربية ، دمشق 1982 ، ص 648.

(2)– جريدة الخبر: العدد 5945.

المبحث الثاني:

2 .1. مفهوم الخطاب:

أ- لغة:" من خَطَبَ والخَطْبُ: هو الشأن أو الأمر صغُر أو عظُم، وقيل هو سبب الأمر يقال: ما خَطْبُكَ؟ أي ما أَمْرُكَ؟ وتقول: هذا خَطْبٌ جليلٌ وخَطبٌ يسيرٌ .

والخَطبُ: الأمر الذي تقع فيه المُخاطبَة والشّأنُ والحَال ومنه قولهم: جَلَّ الخَطْبُ أي عَظُم الأمر والشَّأنْ، وفي حديث عمر وقد أفطروا في يوم غيمٍ من رمضان، فقال: الخَطبُ يَسيرٌ. وفي التنزيل العزيز قال تعالى: "قَالَ فَمَا خَطْبُكُمْ أيُّها المُرْسَلُونْ" ؟.[1]

والخطابُ والمخَاطبة: " يعني مراجعة الكلام، وقد خَاطبَهُ بالكلام مُخاطبةً وخِطابًا، وهما يتخاطبان ".[2]

ب- اصطلاحا: هو" سلسلة من الملفوظات التي يمكن تجليلها باعتبارها أعلى من الجملة، تكون خاضعة لنظام يضبط العلاقات بين الجمل؛ أي العلاقات السياقية والنصية وذلك عن طريق تحديد النظام المعجمي الدلالي أو التركيبي، الدّلالي للنص أوسلسلة العلاقات المنطقية الاستعدادية التي تتجلى في الشّفرة التي ترتبط ببرهان لغوي يقوم بين عدة أطراف ضمن ظروف محددة ".[3]

(1)- سورة الحجر الآية56.

(2)- ابن منظور: لسان العرب, الدار البيضاء, بيروت, ط1, 2006, ج,خ.

(3) - صالح بلعيد: دروس في اللسانيات التطبيقية, درا هومة الجزائر, ط6, 2011, ص192

2 . 2 . مفهوم الإشهار:

" الإشهار هو نوع من الإعلان يحمل مضموناً اشهارياً دعائياً غرضه التأثير في المتلقى أياً كان نوعه، ومهمته تفعيل الطرف الثاني وحمله على التأثير في غيره من خلال وسائل الإشهار المتاحة، ولاشك أن الإعتماد على الرسالة التي تأخذ قنوات عديدة مثل:التلفاز والملصقات والراديو والمسرح والسّينما، تعمل على نقل الرسالة نقلاً يحقق لها جاذبية خاصة وقدرة عالية على الإقناع، خاصة عندما تكون الرسالة تمت صياغتها بصورة مشوقة جذابة مدعومة بآخر التقنيات الآلية" .[1]

ومعنى هذا أنّ الإشهار منظومة تتشابك فيها عناصر الكلام المختلفة، ويتحرّك في مجراها الخطاب لتأدية الرسالة على أحسن وجه، وعلى رسالة الإشهار أنْ تكون مقنعة فالإشهار يعتمد في المقام الأول على استخدام الصورة الإشهارية التي لها تأثير خاص لدى الملتقى.

2 . 3 . وظائف الصورة الإشهارية:

أ- **الوظيفة الجمالية:** " هدفها إثارة الذوق الدعوة إلى التّأمل في أدق عناصر الصورة حيث تجذب انتباه المشاهد وتحفّزه لشراء البضاعة.

ب- **الوظيفة التوجيهية:** حيث تُرفق الصورة المعروضة لمختلف التأويلات، بتعليق موجز يوجِّه مقصودها.

ج- **الوظيفة التمثيلية:** حيث تقدم صورة الإشهار والأشياء والأشخاص بدقة ووضوح، إذ أنّ المشاهد يغدو ويروح بين النص والصورة ليضل ذهنه معلّقًا بالصورة.

(1)- صالح بلعيد: دروس في اللسانيات التطبيقية, درا هومة الجزائر, ط6, 2011, ص190.

د- **الوظيفة الدلالية:** تتعاون كل الوظائف السابقة لتصل إلى هذه الوظيفة، إذ أنّ مُصمِّم الإشهار يؤسّس الصورة ويُقنِّنها لتأدية معنى معين، ويحاول إبلاغ ما يريد بمختلف الوسائل، وأبرز هذه الوسائل هي اللغة لأنها تُسَير الصور إلى المعنى المقصود".[1]

2 . 4 . لغة الإشهار:

تعد لغة الإشهار موضع اهتمام الكثير من الباحثين نذكر منهم على سبيل المثال لا الحصر علي القاسمي، إذ عالج هذه القضية في إحدى كتاباته قائلاّ:" إنّ العربية الفصحى لها زخْمٌ وجداني تُحرِك فينا أسمى المشاعر وإنَّ التنوع في طبيعة المستمع أو المشاهد فرض تنوعًا في طبيعة اللسان الذي تُقدّم به المادة، وقد نجم عن ذلك تقاليد معينة في استخدام اللغة التي تتقدّم بها برامج الإشهار.

إنّ احترام اللغة لا يعني الإستبقاء على أساليب الجاحظ، بقدر ما تسعى إلى إجادة لغة سهلة فصيحة سليمة ودقيقة في التعبير والأداء، كما أن تطويع اللغة بمقتضيات الحاجة، باعتماد اللهجات أو بالعامية أحياناً وبشكل محدود يُمكن رغم ما يُلحقه من ضرر على مستوى أولادنا واستخدام العامية في وسائل الاتصال مَحَقٌ ضرره لأطفالنا لأنه يؤثر سلباً في تطوير لغتهم في المدرسة، وبالتالي يؤثر تأثيراً سيئاً في قدراتهم في فهم بقية الموضاعات المدرسية والتعبير عنها، لأنها تُدرّس باللغة العربية الفصيحة".[2]

ومن هنا كان ولابد على وسائل الإعلام الالتزام بوضع معايير لاستخدام اللغة العربية الفصحى في التلفاز" لأننا أمام الضخ اليومي لأطنان من الإشهارات بهدف تحقيق التأثير المتعمد على أفكار وسلوك الناس، وأمام الوسائل التي يوجهها المعلنون إلى الجمهور لتعريفه بالسلع والخدمات التي يقدمها المصنع، مستخدمين في ذلك وسائل النشر المتاحة، واللغة

(1)- محمد حسن عبد العزيز: علم اللغة الإجتماعي, دار المكتب المصرية، القاهرة, ط1, ص99, 102.

(2)- علي القاسمي: تخطيط السياسة اللغة في الوطن العربي مجلة أبحاث لسانية, الرباط 1997, العدد الأول, ص81.

المتاحة والبسيطة، ولا غرابة في كل ذلك من أن يكون التهافت على لغة النّاس العادية، والتي هي قابلة للتطور الدّائم حسب مقتضيات الحال والأحوال". [1]

ومن خلال ما سبق يتضح أنَّ لغة الإشهار هي لغة تمتاز بالمزج بين اللغة الفصحى ولغة أخرى سواءً كانت عامة أو غير ذلك، وهذا الغرض معين وهو جلب أكبر قدر من الناس هذا من جهة ومن جهة أخرى لابد على صاحب الدّعاية أن يتقيد بشروط معينة خاصة من الجانب اللغوي وهذا يفرض عليه الإلتزام باللغة العربية الفصيحة كونها تمثل اللغة الركيزة والأساس في المجتمع وذلك لإنشاء جيل متقن و محافظ لها.

2 . 5 . أنواع الإشهار

" يختلف نوع الإشهار باختلاف الزاوية التي ينظر إليه منها أو باختلاف معيار التقسيم.

وعمومًا يمكن أن نختار من بين معايير التقسيم الشائعة الآتية:

2 . 5 .1 . الإشهار حسب نوع المستهلك:

ويمكن تقسيم الإشهار حسب هذا المعيار إلى:

- إشهار موجه إلى المستهلك النهائي ويسمى بالإشهار الاستهلاكي كالنقل مثلاً

- الإشهار الموجه إلى رجال الأعمال ويسمى بإشهار الأعمال كالخدمات المقدمة إلى المؤسسات من استشارات متخصصة وخدمات خاصة.

2 . 5 . 2 . أنواع الإشهار حسب المنطقة الجغرافية:

(1)- صالح بلعيد: دروس في اللسانيات التطبيقة, دار هومه الجزائر, ط6, 2011, ص191.

ونميز فيه بين:

- **إشهار محلي أو** إقليمي والذي يتم على مستوى محافظة أو مقاطعة أو مدينة معينة ومثاله شركة نقل محلي لا تتعدى خدماتها إقليم معين".[1]

- أيضًا **كالإشهار داخل البلد الواحد أي الوطن الواحد مثلاً**: الجزائر الذي يوجه إلى كل أفراد المجتمع المقيمين داخل حدود الدولة الواحدة ويصدر منشآت يغطي نشاطها إقليم الدولة **أو الوطن كالبنوك**.

- أيضًا إشهار عالمي الموجه إلى كل دول العالم دون استثناء والذي يتجاوز حدود إقليم الدولة الواحدة كإشهار شركات الطيران العالمية أو الإتحاد العالمي لحماية حقوق الطفل.

2 . 5 . 3 . أنواع الإشهار حسب الأهداف الإشهارية:

" ويعبر هذا المعيار عن وجهة نظر وكالات الإشهار المتخصصة ونميز فيه بين:

- الإشهار التعليمي.
- **الإشهار الإرشادي.**
- **الإشهار الإعلامي.**
- الإشهار التذكيري.
- **الإشهار التنافسي".**[2]

من خلال هذا المعيار يتضح لنا أنه لكل وكالة إشهارية متخصصة وجهة نظر خاصة بها **بحسب نوع الإشهار** والمعلومة المحتواة فيه، **والتي** تريد هذه الوكالة إيصال **المعلومة** إلى

(1)- كوسة ليلى: واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية, رسالة ماجيتير في العلوم التجارية, جامعة منتوري قسنطينة, كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير, 2007, 2008ص73.

(1)- كوسة ليلى: واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية رسالة ماجستير في العلوم النجارية, جامعة منتوري, قسنطينة كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير, 2007, 2008, ص74.

الجمهور المتلقي والمستهلك من أجل إيصال معلومة تُيسِر له الحصول على الشيء المعلن عنه بأقل جهد وفي وقتٍ قصير، أو يتعلق بتسويق سلعة جديدة وتواجدها في السوق للمستهلك.

2 . 5 . 4 . أنواع الإشهار حسب نوع الاستجابة المطلوبة:

" حسب نوع الإستجابه المطلوبة يمكن التمييز بين:

أ- استجابة سريعة ومباشرة: تستهدف إقبال الجمهور على تلبية الدعوى الإشهارية فوراً كما هو الحال في التخفيضات.

ب- استجابة تدريجية غير مباشرة: وتستهدف التأثير التدريجي والبطئ في سلوك المستهلك اتجاه المنتوج محل الإشهار".[1]

2 .5 . 5 . أنواع الإشهار حسب موضوعه:

"– الإشهار حول المنتوج (سلعة أو خدمة): ويتعلق بالتعريف أو بإعادة بعث صورة منتوج ما اتجاه المستهلكين الحاليين والمرتقبين.

- الإشهار والمؤسساتي: ويهدف إلى خلق صورة حسنة للمؤسسة اتجاه الشركاء كالمساهمين والعمال والزبائن وغيرهم من جماهير المؤسسة.
- الإشهار الجماعي أو المشترك: ويسمى أيضًا الإشهار حسب الفروع، ويتمحور حول نشاط أو منتوج خاص، ويكون الهدف منه رفع مبيعات المؤسسات التي تنتمي إلى نفس القطاع أو على الأقل التي لها اهتمامات مشتركة فيما يتعلق بصورة المنتوج أو صورة النشاط كالسياحة".[2]

(1)- المرجع نفسه، الصفحة نفسها

(1) -chantel Ammi : le marketngoutile de d'exision face à l'incertitude ellipses paris 1993 p 157.

2 . 5 .6. أنواع الإشهار من وجهة نظر اتصاله:

" هناك أربعة اتجاهات مختلفة كل منها يرتكز على تفكير خاص بالمستهلك الذي نود التأثير فيه ونميز فيه بين:

- إشهار إعلامي: حيث يعتبر المستهلك مخلوق رشيد يرتكز فعل الشراء عنده على المنطق والتفكير العميق، هدف هذا النوع من الإشهار هو الإقناع باستعمال الحجج وموضوعه إيضاح الحاجة محل الإشباع.
- الإشهار الإيحائي: مبني على السيميائية، حيث لا يعطى أهمية للمنطق ويهتم بالمشاعر، هذا النوع من الإشهار يمنح للصورة قدرة عالية من خلال تأثيره على اللاوعي، إذ يجعل المستهلك مرتبط بمنتوج العلامة كما يجعله يقوم بفعل الشراء لشعوره بحاجة ليست مبررة بالضرورة".[1]

2 . 6 . الرسالة الإشهارية:

" الرّسالة الإشهارية هي دعوة المؤسسة للمتلقين وحثّهم بتوفير الرغبة والإقناع وتحريكهم لاقتناء المنتجات.

الرّسالة الإشهارية هي المضمون والشكل للإشهار والمراد إرساله وتحتوي الرّسالة الإشهارية على بيانات عن السلعة أو الخدمة.

- خصائص ومواصفات أو وظائف كما قد تتضمن الرسالة أيضًا معلومات عن السعر و أماكن التوزيع".[2]

(1) - كوسه ليلى: واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية رسالة ماجيستير في العلوم التجارية, جامعة منتوري, قسنطينة كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير, 2007, 2008, ص75,76.

(2)- كوسه ليلى: واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية رسالة ماجيستير في العلوم التجارية, جامعة منتوري, قسنطينة كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير, 2007, 2008, ص90,91.

إضافةً على هذا فهي تحمل معلومات أخرى بحيث تقوم على حثّ على اقتناء السلعة أو تفضيل سلعة أخرى على أخرى أو الخدمة المعلن عنها على غيرها من السلع والبدائل المنافسة.

وعمومًا فإنّ الرّسالة الإشهارية هي نوع من الإعلان يحمل مضمونا اشهاريًا دعائيًا غرضه التأثير في المتلقي، وهي أيضًا أحد أهم عناصر نظام الاتصال الذي يتم نقله من المرسل إلى المتلقي،" وإذا كان المعلن يبحث عن تمييز المنتوج أو الخدمة عن المنتجات أو الخدمات المنافسة وذلك من خلال الإشهار، فإن عليه أن يولي الرسالة الإشهارية اهتمامًا كبيرًا ودراسةً وافية وابتكارا وإبداعًا متميزًا".[1]

2 . 6 . 1 . أنواع الرسالة الإشهارية:

من هذا يمكن أن نميز بين الأنواع التالية للرّسالة الإشهارية:

- " الرّسالة الإشهارية التفسيرية: وتعتمد على صياغة المعلومات بصورة حقيقية دون محاولة لإثارة القارئ أو المستمع أو المشاهد بأساليب عاطفية أو خيالية، فهي تبرز أسبابًا واقعية ومنطقية لتبرير دعوة المستهلك إلى استهلاك سلعة معينة.
- الرسالة الإشهارية التذكيرية: تسعى إلى تثبيت اسم الخدمة، المنتج أو العلامة في أذهان المتلقي للمحافظة على المبيعات.
- الرسالة الخفيفة: وهي التي تقدم للمعلن إليه المعلومات في صورة فنية جميلة وصيغة جذابة، تؤثر على العاطفة قبل العقل، كأن تأخذ الرّسالة الطابع الفكاهي مثلاً.

(1)- المرجع نفسه, ص91.

- الرسالة تأخذ شكل قصة: وهي تكون في صورة قصة أو حكاية معينة أو عقدة أو مشكلة ثم يفهم الحل لهذه العقدة أو المشكلة" .[1]

من خلال كل ما سبق، يمكن أن نستخلص بأنّه مهما اختلفت أنواع الرسائل الإشهارية المذكورة وغير المذكورة إلاّ أنّه لابد أن تخدم الهدف الذي تسعى المؤسسة إلى تحقيقه من خلالها، وتأدية الرسالة على أحسن وجه، وعلى رسالة الإشهار أن تكون مقنعة سواء كان الهدف المَرْجُو اتصاليًا أو بيعًا.

2 . 6 . 2 . شروط الرسالة الإشهارية الجيدة:

حتى تضمن الرسالة الإشهارية الفعالية، عليها أن تحترم وتوافق بعض الشروط والتي من بين هذه الشروط أو نستطيع القول الاعتبارات الواجب توافرها في الرسالة الإشهارية نذكر منها:

- " جذب الإنتباه: الإنتباه عملية انتقائية للمثيرات أو المنبهات، والإنتباه عملية إدراكية مبكرة ويلخص العلماء عوامل جذب الإنتباه في فئتين:
  - عوامل تتصل بالمثير: وتشمل حجم الإشهار، ولونه وحركته وغيرها.
  - عوامل تتصل بالشخص الملاحظ: وتشمل ألفة الشخص للإشهار ودرجة جاذبيته له، ودوافعه وميوله نحوه.
- التوافق مع أهداف الإشهار: إذ على الرسالة أن تخدم أهداف الإشهار.
- سهولة الفهم: وذلك بأن تستخدم الرّسالة الألفاظ البسيطة والعبارات المفهومة ويساعد ترتيب عناصر الرسالة وارتباطها المباشر بالخدمة، السلعة، العلامة موضوع الرسالة في تحقيق ذلك".[(1)]

(1) - كوسه ليلى: واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية رسالة ماجيستير في العلوم التجارية, جامعة منتوري, قسنطينة كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير, 2007, 2008, ص92,91.

7.2 . أهداف الإشهار:

للإشهار ثلاثة قيود تتحكم في أهدافه كأي أهداف أخرى هي:

"– النية(القصد): فالهدف يحدد مانريد بلوغه وأمام من؟.

– التناسب(الحجم): لابد أن يكون الهدف رقمياً.

– الأجل(المهلة): إذ لابد من تقييد الهدف بفترة زمنية معينة.

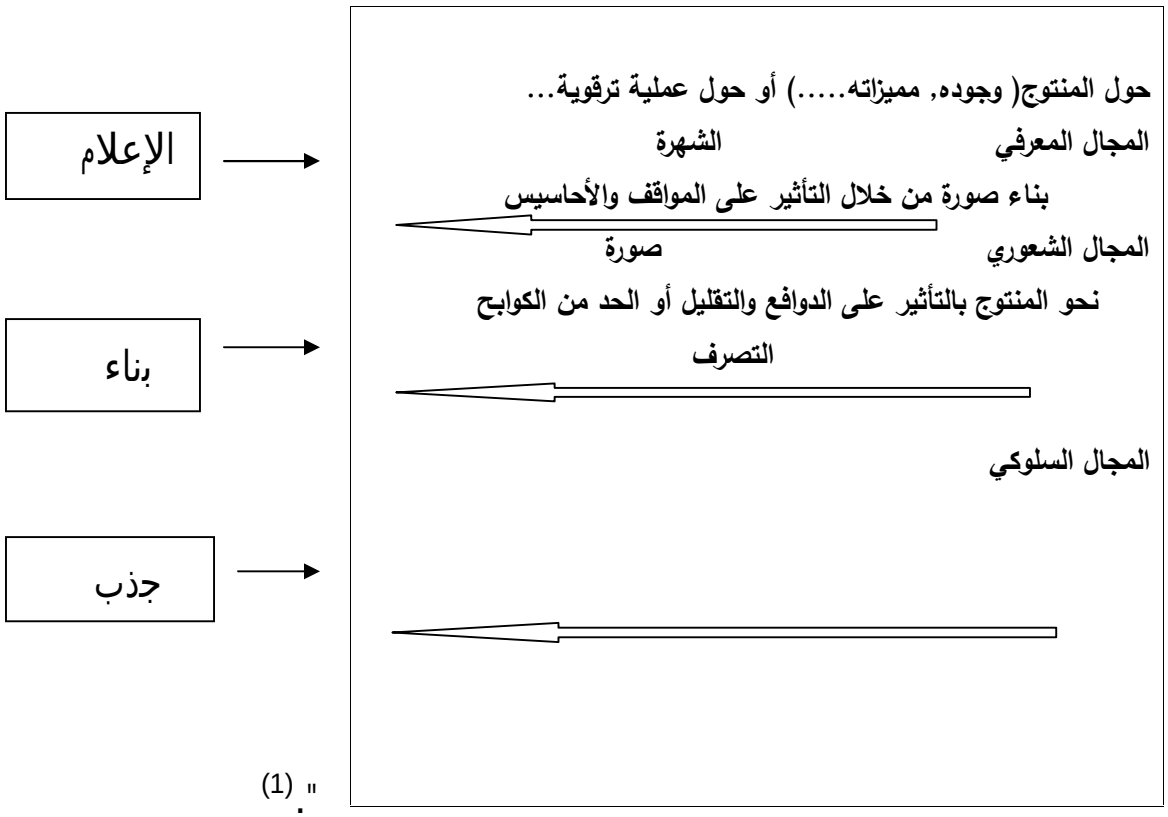
وأهداف الإشهار كثيرة ومتنوعة، ويمكن أن تشمل تدعيم الشهرة، إعلام الجمهور المستهدف بمميزات وخصائص و استعمالات المنتجات محل الإشهار، العمل على تغيير المواقف والأنماط السلوكية السلبية وغيرها.

لقد جمع Joannis Henri أهداف الإشهار في خمسة أهداف مرحلية: الإعلام(التعريف)، ضمان الحضور في الذهن(التذكر)، بناء أو تغيير صورة العلامة، تغيير السلوك الإستهلاكي، الحث على التصرف".[2]

"– مخطط توضيحي يمثل أهداف الإشهار:

(1)- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية, دار الفجر للنشر القاهرة, مجلد03, 2003, ص922.

(2)- كوسه ليلى: واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية رسالة ماجيستير في العلوم التجارية, جامعة منتوري, قسنطينة كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير, 2007, 2008, ص70.



" (1).

من خلال ما سبق نستخلص أن الإشهار باعتباره وسيلة تجارية إتصالية تقوم بين طرفين أساسيين هما المنتج والمستهلك، يسعى من خلاله صاحب السلعة المُشهربها إلى عرض منتوجه عبر قنوات إتصالية عديدة يهدف من خلاله إلى التأثير في المتلقى (المستهلك) متّبعًا في ذلك عدة طرق إغرائية (كاللون، اللغة، الصورة) بهدف ترويج منتوجه واكتسابه الشهرة.

(1) -كوسه ليلى: واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية رسالة ماجيستير في العلوم التجارية, جامعة منتوري, قسنطينة كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير, 2007, 2008, ص72.

الخطاب الصّحافي

3. 1 . مفهوم الصّحافة

أ . لغة: " إنّ الصّحافة بكسر الصاد من صَحِيفة وجمعها صَحائِف أو صُحفْ أو الصَحيفَة هي الصفحة وصَحيفَة الوجه، أو صَفحة الوجه هي بشرة جلده، والصُحفْ و صَحائِف هي الكتاب بمعنى الرسالة ". وفي القرآن الكريم قوله تعالى: : " إن هذا لفي الصُّحُفِ الأولى صُّحُف ابْراهيم وموسى »[1]. [سورة الأعلى الآيتان 19/18].

والمقصود بكلمة الصُّحف في هذه الآية الكريمة هو الكتب المنزّلة كما جاء في المعجم الوسيط الفعل صَحَفَ بمنعى أخطأ في الكتابة والقراءة ويضيف أن الصحافة هي مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة محدثة.

ب . اصطلاحا: " هي إحدى وسائل الإعلام، وهي نشرات يومية أسبوعية تقدم من خلال المعلومات العامة حول الوقائع العامة، ونجد قنوات الصحافة متنوعة من جرائد وإذاعات وفضائيات وأنترنت، وصحافة إلكترونية....."[2].

ويمكن القول بأنَّ الصحافة هي جمع الأخبار ونشرها سواء كان ذلك في جرائد أو مجلات أو رسائل إخبارية، في حين أن الاستعمال الشائع للصحافة ينحصر في إعداد الجرائد وبعض المجلات.

(1)– المنجد في اللغة والإعلام، ط29، دار الشرق، بيروت، 1987، مادة صحف.

(2)– صالح بلعيد: أنقذو اللغة االعربية من الصحافيين، دار الأمل، 2006 ص100

2 .3 . أشكال التحرير الصحفي:

أولا: الخبر:

يعد الخبر أهم أشكال التحرير الصحفي وأقر بها إلى اهتمام القارئ، لذلك تعرف الصحافة المعاصرة بصحافة الخبر.

ويعرف محمد حسن عبد العزيز الخبر بأنه: " وصْفٌ أو تقرير دقيق غير متحيز للحقائق الهامة حول واقعة جديدة تهم القراء.

وينقسم الخبر إلى قسمين هما: الصدر والصلب بالإضافة إلى العنوان، ويهتم الدارسون ببيان الشروط التي ينبغي توفرها في عنوان الخبر أو في صدره أو في صلبه، وهي شروط لها تأثيرها في بناء التراكيب اللغوية التي يتكون منها الخبر، وسوف نبدأ هنا بالحديث عن لغة عنوان الخبر ثم نثني بالحديث عن لغة الخبر فيشترط في لغة العنوان: المطابقة بين عنوان الخبر وموضوعه، الإثارة، والقصر".[1]

ومن الملاحظات اللغوية التي تسهل القارئ التعرف عليها في هذا الإطار :

أن يتألف العنوان في الغالب من كلمة أو عبارة أو جملة بسيطة. كذلك من الملاحظ أن محرر العنوان يهتم بأن يكون العنوان مختصراً لا يتضمن ركنًا يمكن الاستغناء عنه.

" والخبر نوعان خبر داخلي ويحرره المراسل المحلي، وخبر خارجي ويعتمد على المصادر الآتية: وكالات الأنباء، والمراسل الخارجي والإذاعات الخارجية، والصحف الأجنبية ".[2]

(1)– محمد حسن غبد العزيز: لغة الصحافة المعاصرة، القاهرة، دار المعارف، 1119، ص17.

(2) – المصدر نفسه: ص 20.

تمتاز لغة الخبر بشكل عام بمجموعة من الخصائص الفنية التي يحرص الصَّحفي على التقيد بها في كتاباته اليومية، وهذا ما قام بذكره محمد حسن عبد العزيز في كتابه بعنوان لغة الصحافة المعاصرة، ومن الخصائص التي ذكرها هي:

"1- إيثار الجمل القصيرة على الطويلة.

2- إيثار الفقرات القصيرة على الفقرات الطويلة.

ويترتب على هذين الشرطين التخفف من استخدام الروابط التي تصل الجمل بعضها ببعض، وتحقق هذين الشرطين مرجعه إلى أنّ رئيس التحرير قد يرى أن يحذف جملة أو فقرة دون أن يخل ببناء الخبر، ولن يتمكن من ذلك إلاّ بتحقق هذين الشرطين وما ينبني عليهما.

3- الحرص على استعمال الألفاظ المألوفة للقارئ وتجنب الألفاظ غير المألوفة ولهذا كان معجم الصحافة قليلاً ومطرداً نسبياً

4- اصطناع الألفاظ والتراكيب التي يألفها القراء.

5- لا يجوز للخبر الصحفي أن يستعان فيه بالأشعار والحكم و الأمثال ".[1]

وعليه فإن تحقيق هذه الشروط ترجع بدرجة كبيرة إلى حرص الصحف على أن تخاطب قراءها جميعاً بلغة بسيطه يفهمونها جميعاً ولا يشعرون بأنها تختلف عن لغتهم، أي مخاطبة أفراد المجتمع بلغتهم التي اعتادوا التواصل بها.

ثانيا: المقال:

(1)- محمد حسن عبد العزيز: لغة الصحافة المعاصرة، القاهرة، دار المعارف، 1119، ص20،20.

يعرف المقال عادةً ببيان خصائصه التي يمتاز بها، ومن هذه الخصائص، السهولة في التعبير والتنظيم والتفكير، ومن شروط كتابة المقال الصحفي سهولة اللغة، حتى يتمكن أكبر عدد من أفراد المجتمع مهما اختلفت أذواقهم وطريقة فهمهم " ومن أشكال المقال الفنية "العمود" وهو المادة الصحفية التي تتسم بطابع صاحبها أو محررها في أسلوب التفكير وأسلوب التعبير ولا تتجاوز مساحتها عمودًا صحفيًا على أكثر تقدير، وتنشر بانتظام تحت عنوان ثابت وتوقيع ثابت هو توقيع المحرر".[1]

" والعمود له أنواع متعددة تبعًا للموضوع الذي يتعرض له، فهناك العمود السياسي والعمود الرياضي والعمود العلمي.....إلخ ".[2]

ثالثا: التقرير:

والتقرير أيضا يعد من أهم أشكال التحرير الصحفي إذ يمتاز " بفنون خاصة نذكر هي: فن الحديث، وفن التحقيق، وفن الماجريات وفنون المقال نذكرها كالتالي:

أ- الحديث الصحفي

ب- التحقيق الصحفي

ج- الماجريات ".[3]

3 . 3 . لغة الصحافة:

(1) – محمد حسن عبد العزيز: لغة الصحافة المعاصرة، القاهرة، دار المعارف، 1119، ص21،22.

(2) – المصدر نفسه، ص22.

([3]) – المصدر نفسه: 24،25،27.

3. 3 . 1 . تعريف لغة الصحافة:

هي " تلك اللغة التي تكتب بها الصحف وهي بمثابة لغة التخاطب اليومي، تقوم بتوظيف بعض الأساليب من الاستعمال العادي، وتستمد أسلوبها وبنياتها من مستويات لغوية عدة، فهي تتبادل التأثير مع تلك المستويات، وكذا من تأثير اللغات الأجنبية وليست لغة الأدب بمعناه التخيلي لأنها تجعل من اللغة وظيفة للاتصال، كما أنها ليست لغة العلم البحت ، لكنها تستمد من العلم الكثير من الكلمات والتعابير"[1]، يتضح من خلال هذا التعريف أن لغة الخطاب الإعلامي له لغته الخاصة به، بمعنى أنها لغة وسيطة تقترب من لغة الحديث اليومي أي اللغة العامية، كما تنتقي من لغة الأدب أيضا خاصة في كونها تعبيراً لغوياً، دون أن ننسى قروبها من لغة العلم في أنواعها الفكرية.

3 .3. 2 . خصائص لغة الصحافة:

تتميز لغة الصحافة بمجموعة من المواصفات وهي تختلف عن لغة الأدب ولغة العلم وكذلك لغة الشعر وهذه الميزات كما ذكرتها نعيمة حمو هي :

1. **من الجانب النحوي التركيبي والصرفي:** " تعتمد لغة الصحافة على قِصر الجمل الموظفة لأنّ الجمل القصيرة أدعى إلى متابعة الذهن لها بيسر وراحة، أما الجمل الطويلة فإمَّا أن يضيع المقصود منها على القارئ أو المستمع، وإمَّا أن يتسبب له شيئًا من الارهاق إذا اهتم بالموضوع".[2]

([1])– صالح بلعيد: عن الخطأ والصواب في لغة الصحافة والإعلام، مجلة مجمع اللغة العربية، طرابلس، 2006، العدد 4 ص65.

(2)– نعيمة حمو: العدول النحوي في لغة الصحافة، ص68.

ويقول في هذا الصدد عبد العزيز شرف: " إن الفعل القصير النشيط يتلائم بشكل طيبٍ مع الكتابة الصحفية الحديثة وجميع الصحف تستهدف تيسير المطالعة للقارئ بغية التقليل إلى الحد الأدنى من الجهد الذي يبذله، لذلك فهي تفضل اللفظ القصير على الطويل والجملة القصيرة على الطويلة"[1] ؛ ومعنى هذا الحديث أن الجمل القصيرة هي الأصلح والأفضل لنقل الخبر الصحفي.

2 . فعلية الجملة الخبرية: " وتعني الجملة العربية بالحدث قبل المحدث لذلك كثيراً ما يتصدرها الفعل، وحين يقوم أغراض بلاغية تدعو إلى العناية بالمحدث أولاً يقدمونه وهذا غير وارد في الأخبار، لأن الهدف منها اطلاع القراء أو المستمعين على الأحداث الجارية ".[2]

3 . اضطراب الأزمان في الخبر الإعلامي الواحد:" إنّ الغفلة عن دقة المدلول الزمني للأفعال في اللغة العربية يربك القارئ أثناء قراءته للصحيفة "[3]، فمعنى هذا أنّه يجب على كاتب الخبر الصحفي أن يلتزم بصحة التعبير في أسهل أسلوب كما يجب عليه أن يبتعد قدر الإمكان عن الاستعارة والمجاز وغيرها إذ لا فائدة من ذلك لأن لها مقامات أخرى فالاضطراب في الزمن الذي يتضمن خبراً واحداً، قد يخلق نوعًا من الفوضى في استعمال الأفعال.

4 . الفصل بين المتضافين: " إنّ المضاف والمضاف إليه بمنزلة الكلمة الواحدة فلا يفصل بينهما بالمعطوف وحرف العطف، فمن الخطأ الذي تروجه الصحف والإذاعات أمثال قولنا :(على ميدري ومعلمي المدارس الحضور ....) والصواب أن يقال:(على مديري المدارس ومعلميها)"[4] ومعنى هذا الحديث أنه على كاتب الصحيفة أن يتقيد بضوابط اللغة العربية

(1)– مهى قنوات: اللغة العربية، مجلة المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 1999العدد الأول، ص126.

(2) – المصدر السابق: نفس الصفحة.

(3)– المصدر نفسه: نفس الصفحة.

(4)– نعيمة حمو: العدول النحوي في لغة الصحافة، ص69.

وقواعدها فذلك يساعده في كتابة وتحرير مقالاته دون أخطاء وبالتالي يتم إيصال المعلومة لدى القارئ بشكل واضح دون غموض.

5 . **تتابع الإضافات:** " تستسيغ العربية تتابع إضافتين مثل:(خالد تلميذ مدرسة الميدان)، وإذا زيدت إضافة ثالثة في قولنا(كتاب تلميذ مدرسة الميدان) وقع الثقل وكان كل هذا من سوء الترجمة الحرفية"[1] كما تسعى أحياناً لغة الإعلام عن بعض الأفعال التي لا قيمة لها ومثال ذلك: حين يقول: قام بإعداد بحث، بحيث تكون في لغة الإعلام أقوى لو قلنا: أعد بحثًا. وتستغني أيضًا عن الصفات وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وغيرها.

وقد كان من " أثر الترجمة الصحفية وهي جزء هام من أقسام الأخبار الخارجية في الصحف والإذاعات العربية استخدام أسلوب جديد لا علاقة له بالأدب، بل إنّ اللّغة العربية استخدمت تراكيب جديدة مستمدة من طبيعة تعبير اللغات الأجنبية ومثال ذلك شيوع استخدام الجمل الإسمية وتناثرها وكأنّها وحدات مستقلة، فهذه هي طريقة التعبير الأوروبي"[2]

3.3 .3. علاقة اللغة بالصحافة

لقد كثرت الدراسات في عصرنا الحالي حول العلاقة بين اللغة والإعلام والواضح اليوم أن وسائل الإعلام أصبحت تمثل قوة لا يستهان بها " فالعلاقة بين اللغة والصحافة أضحت تشكل ظاهرة لغوية جديرة بالتأمل وهي ذات مظهرين اثنين:

([1]) – سعيد الأفغاني "لغة الخبر الصحفي "اللهجات العربية(الفصحى والعامية) مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، 2006، الجزء2، ص399،401.

(2)– عبد العزيز شرف: العربية لغة الإعلام، ص80.

أولهما: أنّ اللغة العربية انتشرت، وتوسع نطاق امتدادها واشعاعها إلى أبعد المدى بحيث يمكن القول إن العربية لم تعرف هذا الانتشار والذيوع في أي مرحلة من التاريخ، وهذا مظهر إيجابي باعتبار أن مكانة اللغة العربية قد تعززت كما لم يسبق من قبل، وإن الأقبال عليها زاد بدرجات فائقة وأنها أصبحت لغة عالمية بالمعنى الواسع للكلمة ".[1]

ثانيهما: " ويتمثل في شيوع الخطأ في اللغة، وتفشي اللحن على ألسنة الناطقين بها والتداول الواسع للأقيسة والتراكيب والصيغ والأساليب التي لا تمت بصلة إلى الفصحى والتي تفرض نفسها على الحياة الثقافية والأدبية والإعلامية فيقتدى بها وينسج على منوالها على حساب الفصحى التي تتوارى وتنعزل إلا في حالات استثنائية وبذلك تصبح اللغة الهجينة هي القاعدة واللغة الفصيحة هي الاستثناء وهذا مظهر سلبي للظاهرة "[2]. فالإعلام يصبح داعما لمركز اللغة.

وعليه يقول بأن اللغة تتأثر في ارتقائها وازدهارها بمجموعة من العوامل، وأهمها العامل الإعلامي. كما يمكن اعتبار اللغة من أهم وسائل التطور في حياة الإنسان، وكما يقول صالح بلعيد: " أن اللغة سلطة والإعلام سلطة، ويلتقيان في تكوين الجمهورية الرابعة "[3] ومن هنا تظهر أهمية الصحافة للغة فهي التي" لعبت دوراً كبيراً في تطوير اللغة وأساليبها وفي خدمة الأدب والأدباء، الاقتصاد بين والقانون ورجال القانون. فمهدت إلى كثير من الألفاظ والمصطلحات حتى ذاعت على كل لسان "[4] وعليه نقول بأن الصحافة

(1)– نعيمة حمو العدول النحوي في لغة الصحافة، ص72.

(2)– عبد العزيز بن عثمان التويحري: لغة الإعلام وآثارها الإجابية في تحقيق مزيد من التنمية اللغوية اللهجات العربية (الفصحى والعامية)، مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة،2006،ج2،ص752–753.

(3) –صالح بلعيد: اللغة العربية العلمية، الجزائر، 2003، دار هومة ص129.

(4)– محمد زكي عبد القادر: أثر الصحافة ووسائل الإعلام في تطور اللغة العربية مطبوعات الأكاديمية المملكة المغربية،ص196.

ساهمت بالفعل في التطوير والتوسيع اللغوي وذلك بفضل أخذها من الآداب الأجنبية بواسطة حركة الترجمة. كما أن الإعلام هو الطرف الأقوى وهو الذي يهيمن على اللغة . كما تقول نعيمة حمو " إن الإعلام هو الذي يهيمن على اللغة ويقتحم حرمها وينال من مكوناتها فتصبح أمام عنفوانه وطغيانه لبنه تسير في ركابه وتخضع لإدارته وتخدم أهدافه ولا تملك إزاءه سلطة ولا نفودا".[1] معنى هذا أن اللغة جزء من الإعلام وأنه هو الطرف الأقوى ما يجعل تأثيره في اللغة بالغ الأهمية مما يضعف ميزاتها ويلحق بها أضرارا تشوه جمالها وتفقد قيمتها أحيانا.

(1)– نعيمة حمو العدول النحوي في لغة الصحافة، ص75.

الفصل الثاني
دراسة تطبيقية

- ✓ النوع: شركة خاصة.
- ✓ تاريخ التأسيس: جويلية 2001.
- ✓ المالك: شركة فيميلكوم والحكومة الجزائرية.
- ✓ المقر الرئيسي: الجزائر العاصمة.
- ✓ الشركة الأم:GTH/VIMPEL COM.
- ✓ عدد الموظفين:3500.
- ✓ مناطق الخدمة: الجزائر.
- ✓ الصناعة: الإتصالات.
- ✓ المنتجات: خدمات الهاتف المحمول.
- ✓ منتوجات جازي:
  - جازي كارت.
  - جازي إمتياز.
  - جازي ميلينيوم.

مرحبًا بالغد

❖ نبذة تاريخية عن مؤسسة الهاتف النقال جازي

جازي(DJEZZY)، هي فرع لشركة فيميلكوم الروسية، وهي شغل شبكة الجزائر للمحمول بحصة السوق46 بالمائة.

(أكثر من 15 مليون مشترك ومشتركة سنة 2010 وبتغطية شبكية 93 بالمائة من السكان(48 ولاية) اكتسب رخصة جي إس إم الثانية في البلاد في جويلية 2001مع عرض قدرة737 مليون دولار، وأطلق رسميا في15 جويلية 2002. له منافسان: شبكة الجزائر الحكومية للهاتف المحمول موبيليس وأوريدو(فرع أوريدو القطرية).

جازي أهم فرع لمجموعة أوراسكوم تيليكوم على الإطلاق حيث أن أرباحه تمثل أكثر من 38 بالمائة من مجموع أرباح الشركة الأم غير أنها تعرضت لهزة عنيفة إثر الأزمة التي

نشبت بين الجزائر ومصر بعد المباراة الكروية التي جرت بين فريقي البلدين في نوفمبر 2009، مما أدى إلى هبوط شديد في قيمة سهم أوراسكوم تيليكوم في بورصة القاهرة،

بعدها في سنة 2010 تقدمت الحكومة الجزائرية لشراء حصة بنسبة51 بالمائة من أسهم الشركة.

1/ جازي:

جازي عيش la vie

مرحبًا بالغد

أ- اللغة:

مر إشهار جازي بمرحلتين لكل مرحلة شعار خاص بها:

1. فقد كانت تحمل في بدايتها شعار تحت عنوان(جازي عيش la vie) هذا في البداية
2. ثم استبدلت عبارة عيش la vie بعبارة(مرحبا بالغد).

* فالدلالة التي يحملها الشعار الأول (جازي عيش la vie) كان المقصود به هو ضمان العيش في حرية بالإضافة إلى أن إختبار جازي كارت يضمن الإستقلالية التامة والحركية والبساطة وأن كل شخص يعيش حياته كما أراد معناها عيش الحياة، والملاحظ أيضا أن هذه تماشيا مع لغة المجتمع الحالية التي أصبحت في الوقت الراهن لغة ممزوجة بين عدة لغات وخاصة الفرنسية وهذا يعود أيضا وبالدرجة الأولى إلى أسباب استعمارية كون أن الجزائر كانت بلدا مستعمر من طرف فرنسا إذن بالدرجة الأولى فإن أفراد المجتمع تكون اللغة الثانية بعد اللغة الأم الرسمية والتي هي العربية، لغة المستعمر الفرنسية وكل هذا بغرض التأثير.

– أما الشعار الثاني(جازي مرحبا بالغد) نلمس فيه نوعا من الحماس والتحفيز لعيش حياة مستقبلية أفضل كلها إشراق وسعادة، الحياة المنتظرة، الحياة الأفضل من الحالية.

إذن ومن خلال المقارنة بين الشعارين الأول والثاني نستخلص بأن الهدف من استبدال عبارة عيش la vie بعبارة مرحبا بالغد فيها دعوة إلى الإنتقال من زمن الحاضر إلى المستقبل أي إلى غد أفضل وأحسن.

فكلمة(عيش la vie) كان القصد بها عيش اللحظة، في حين كلمة(مرحبا بالغد) تحمل في طياتها دلالة على المستقبل والجيل القادم.

ب– الصورة:

جازي عيش la vie

مرحباً بالغد

1. الصورة كانت صورة المنتوج(جازي) عبارة عن رمز لخريطة الجزائر وكلمة جازي مكتوبة داخل الخريطة باللغتين العربية والفرنسية

2. الصورة أصبحت عبارة عن مثلث في داخله شعار جازي مكتوب باللغة العربية والفرنسية.

* تحليل الصورة:

1) إن دلالة الصورة الأولى(خريطة الجزائر) أن جازي كارت وشبكة جازي كارت في قلب الجزائر وهي الأفضل بحيث تغطي كامل التراب الوطني، والقصد من هذه الصورة أن جازي ترافق كل الجزائريين أينما كانوا داخل التراب الوطني.

2) أما بالنسبة للصورة الثانية(المثلث) فهذه الصورة عبارة عن ترجمة للشعار مرحبا بالغد، أي الإتجاه جميعا نحو شيء واحد نشترك فيه جميعا ألا وهو المستقبل وهي دعوة موجهة خاصة إلى الجيل الثالث جيل المستقبل جيل التكنولوجيا في مجال الإتصال وقد كست عبارة أو كلمة جازي بالفرنسية أيضا وقد كان حرف الفرنسية(y) أكبر حرف من بين حروف الكلمة والذي يشير إلى عمود الشبكة لإتمام مقصدهم بأن شبكتهم توفر أفضل تغطية.

– من خلال المقارنة بين الصورتين الأولى والثانية نستخلص: بأن الصورة الأولى والتي تمثل صورة خريطة الجزائر والصورة الثانية التي تمثل المثلث كلاهما يحمل وظيفة جمالية هدفها إثارة الذوق، ودعوة المتلقي إلى التأمل في عناصر الصورة الإشهارية بهدف جذب انتباه المشاهد للمنتوج وتحفيزه وإثارة عواطفه والإقدام على شراء المنتوج بكل راحة و بكل ثقة دون تردد.

ج– اللون:

DJEZZY جازي

مرحباً بالغد

جازي عيش la vie

كانت ترفق صورة جازي في بداياتها بثلاثة ألوان رئيسية وهي اللون الأبيض والأخضر والأحمر ثم أصبحت حاليا بلونين وهما الأحمر والأبيض فقط.

وقد لجأ صاحب المنتوج إلى توظيف هذه الألوان الثلاث بغرض معين وهو كسب محبة الناس لأن الألوان ألوان العلم الوطني ومن من لايحب علم بلده.

هذا من جهة أما من جهة أخرى فكل لون يحمل دلالة وتأثير على المتلقي فاللون الأبيض هو رمز للسلام والنقاء والعقلانية وأيضا إلى الوضوح، في حين أن اللون الأحمر هو لون الوضوح والمحبة والنشاط، أما اللون الأخضر فهو رمز للطبيعة والحركية وهو أيضا رمز للجزائر الخضراء.

وقد تعمد المنتج استخدام هذه الألوان لأن ربطها مع بعضها البعض فيه تأثير مباشر على المتلقي، بحيث هي ألوان الإستقلالية والحركية والنشاط، كما يمكن القول بأن هذه الألوان الثلاث ماهي إلا جزئيات مساعدة لتحقيق الغرض المطلوب لكنها لا تصل إليه بصفة كاملة إلا إذا تبعت بلغة واضحة سهلة وسليمة.

النوع: شركة عامة.

تاريخ التأسيس:2003.

أهم الشخصيات: موسى بن حمادي وزير البريد واتصالات الجزائر.

المقر الرئيسي: سدر، 07 شارع أماني بلقاسم باردو حيدره.

عدد الموظفين:4200.

الصناعة: هاتف محمول.

المنتجات: جي إس أم، جي بي أر إس، الأنترنيت اللاسلكي

الجيل الثالث بلاك بيري، خدمة التجوال الدولي.الموقع الإلكتروني: www.mobilis.dz

❖ نبذة تاريخية عن مؤسسة الهاتف النقال موبيليس

إتصالات الجزائر للهاتف المحمول موبيليس

(Algérie télécom/Mobile/Mobilis) هي ثاني شبكة للهاتف المحمول في الجزائر تأسست عام 2003 كفرع للمؤسسة العمومية إتصالات الجزائر التي تمتلكها بنسبة مائه بالمائه ولذلك فهي تعتبر شركة الإتصالات العمومية الوحيدة في الجزائر.

تقدم موبيليس خدمات جي أس أم، جي بي آر إس، الأنترنيت اللاسلكي، خدمات الجيل الثالث، بلاك بيري وخدمة التجوال الدولي، تمتلك موبيليس أكثر من 4200 محطة تغطية BTS وشبكتها تغطي 97 بالمائه من مساحة الجزائر، كما تمتلك أكثر من 110 وكالة تجارية و52.000 نقطة بيع معتمدة، مع نهاية عام 2010، أصبح لدى موبيليس 11 ملايين زبون في مختلف خدماتها.

وتسعى موبيليس منذ نشأتها إلى تحديد أهداف أساسية منها:

- تقديم أحسن الخدمات.
- التكفل الجيد بالمشتركين لضمان وفائهم.
- الإبداع.

تسعى موبيليس إلى تقديم الجديد بما يتماشى والتطورات التكنولوجية وهذا ما مكنها من تحقيق أرقام أعمال مهمة وتوصلها في وقت قصير إلى ضم 10 ملايين مشترك وبإختيارها وتبنيها لسياسة التغيير والإبداع تعمل موبيليس دوما على عكس صورة إيجابية وهذا بالسهر على توفير شبكة ذات جودة عالية وخدمة للمشتركين جد ناجحة بالإضافة إلى التنويع والإبداع في العروض والخدمات المقترحة.

شركة موبيليس أرادت التموقع كمتعامل أكثر قربا من شركائها وزبائنها ومازاد ذلك قوة شعارها(أينما كنتم)، ويعد تعهد موبيليس بالإصغاء الدائم، ودليلا على إلتزامها بلعب دورهام في مجال التنمية المستدامة والتقدم الإقتصادي، قيمها أربعة وهي الشفافية، الوفاء الحيوية، الإبداع.

والشيء الذي زاد من إكتساب موبيليس لزبائن أكثر هو إمتيارزها الدائم والإبداع وتطوير لعروضها ولخدماتها المختلفة مثل: قوسطو، سكايب، خدمة الرسائل المصورة والصوتية MMS، وخدمة 3G.....، تفرض اليوم نفسها كشركة حيوية مبدعة وفية وشفافة في محيط جد تنافسي وسليم أساسه ومفتاحه يكمن في الجدية والمصداقية بالإضافة إلى الإتصال المباشر.

2/ موبيليس:

والكل يتكلم

أ- اللغة:

لقد عرف إشهار موبيليس طورين ولكل طور شعار خاص به يختلف عن الآخر.

1. كان الشعار يحمل عنوان(موبيليس والكل يتكلم).
2. حاليا أصبح شعارا آخر بعنوان(موبيليس أينما كنتم)

* إن المعنى الدلالي من الشعار الأول(موبيليس والكل يتكلم) فيه دعوة عامة إلى كافة فئات أو أفراد المجتمع دون استثناء أو ميول لجنس دون آخر أو لسن معين أو محدد فالرجل يستطيع التكلم وكذلك الشاب والطفل وحتى الشيخ والأمر سواء غند الجنس الآخر بالنسبة للأنثى، إذ أن الفرد يستطيع التكلم والتعبير عن ما يريد بكل حرية واستقلالية.

أما الشعار الثاني(موبيليس أينما كنتم): القصد من هذا الشعار أنه أينما كنتم ترافقكم شبكة موبيليس في أي مكان تريدون أن تكونوا فيه وفي أي وقت بفضل خدمتها الجيدة.

من خلال المقارنة بين الشعارين الأول والثاني نستخلص بأن الهدف من استبدال عبارة والكل يتكلم بعبارة أخرى أشمل من العبارة الأولى وهي أينما كنتم.

هنا نلمس بأن عبارة أينما كنتم لها تأثير أكبر من الأولى على المتلقي بحيث تجعله يضمن ويتيقن بأنه عندما يقتني شريحة موبيليس فإنه لا يمكون لديه إشكال مع الشبكة إذ أنها ترافقه 24 ساعة على 24 ساعة، وفي أي مكان هو فيه بكل سهولة ليبين للمستهلك بأن شبكة موبيليس تغطي المكان الموجود فيه دون عناء سواء في أعلى جبل أو في أسفل سهل أو في صحراء أو في الهضاب في المدينة أو خارجها فهي رفيقه الدائم.

ب- الصورة:

والكل يتكلم

إن صورة المنتوج (موبيليس) هي ورة واحدة لم تتغير رم تغير الشعار وصورة المنتوج هي صورة لذبذبات الهاتف النقال، فقد تغير اللون فقط، فهم من خلال هذه الصورة البسيطة تركوا حرية التعبير وحرية الفهم للمستهلك بحيث كتبوا الشعار سواء الأول والثاني ولم يستبدلوا الصورة معدا الألوان، بغية تحقيق هدف يريدون الوصول إليه وهو ترك المتلقي كل يعبر عنها كيفما أراد، وماذا يمثل له هذا الرسم بعد قراءة للشعار وهذا كله لجلب إنتباه المتلقي وجعله يسترسل بذهنه ويبحث عن تغبير خاص به يؤوله هو بحسب وجهة نظره، إذ لم لم يحصروه في صورة معينة ومفهومة وواضحة، فقد تركوا الحرية للمشاهد فكل له رأيه وتعبيره الخاص به المختلف عن الآخرين.

* وذبذبات الهاتف المتتالية وراء بعضها دليل على إمكانية الإتصال دون انقطاع وهذا فيه دلالة على أن شبكة الهاتف النقال لموبيليس تضمن له وصول اتصاله إلى من يريد.

ج- اللون :

والكل يتكلم

إن صورة موبيليس الأولى كانت مرفوقة بلونين وهما الأبيض والأزرق أما حاليا فهي تحمل ثلاث ألوان الأبيض، الأخضر و الأحمر وقد استخدم اللون الأبيض والأزرق لما لهما من تأثير على المتلقي لأن اللون الأبيض هو رمز للسلام والوضوح والنقاء، أما اللون الأزرق فهو لون بارد ورمز للمعاني المطلقة إذ يشير إلى الحب للحياة والمساحات الشاسعة، وقد لجأ المنتج إلى استبدال هذين اللونين الأبيض والأزرق إلى أبيض وأخضر وأحمر على اعتقاد منه أنهما لا يكفيان وحدهما لجذب الإنتباه هذا من جهة ومن جهة أخرى صورة منتوجه بهذا الشكل وبهذين اللونين تكون قاصرة نوعا ما، فاستبدل اللون الأزرق واضعا مكانه اللون الأحمر لما له من دلالة قوية فهو يضيف ضمن الألوان الحارة التي تعمل على جذب إنتباه أكثر وبسرعة من أول نظرة مضيفا اللون الأخضر ليكون بهذا قد رسم ألوان العلم الوطني.

- ✓ النوع: شركة خاصة.
- ✓ تاريخ التأسيس: 2004.
- ✓ المالك: كيوتل.
- ✓ أهم الشخصيات: جوزيف جاد رئيس مدير عام.
- ✓ المقر الرئيسي: الجزائر العاصمة.
- ✓ الشركة الأم: الشركة الوطنية للإتصالات.
- ✓ عدد الموظفين:1900 بالمائه 99 جزائريون.
- ✓ مناطق الخدمة: الجزائر.

الصناعة: الإتصالات.

المنتجات: خدمة الهاتف النقال

الموقع الإلكتروني:OOREDOO.DZ

أوريدو ديما معاكم

❖نبذة تاريخية عن مؤسسة نجمة للهاتف النقال

أوريدو (بالفرنسية: OOREDOO هي نجمة سابقا)

وهو الإسم التجاري لمؤسسة الإتصالات بالهاتف النقال، وهي

فرع من مجموعة الشركة الوطنية للإتصالات الكويتية

وهي مؤسسة تعمل في الجزائر في مجال الإتصالات

بالهاتف النقال مشترك مما يجعلها تحتل

المرتبة الثالثة في سوق الهاتف النقال بالجزائر، وقد بلغت

حصة نجمة في سوق الهاتف النقال25.2 بالمائه من مجموع

الحصص.

3/ نجمة:

نحبها ونحب الي يحبها

أوريدو ديما معاكم

أ- االلغة:

مر إشهار نجمة بشعارين وهما:

1. كان يرفق إشهار نجمة أثناء عرضه بتعليق موجز- نجمة نحبها ونحب اللي يحبها.

2. بعدها استبدلت هذه العبارة فأصبحت أوريدو ديما معاكم.

* فدلالة التعليق الأول"نجمة نحبها ونحب اللي يحبها" هو أن شبكة نجمة تولي إهتماما كبيرا لكل مستخدميها، كما أنها توفر لهم مكالمات عديدة بأسعار معقولة.

- أما بالنسبة للشعار الثاني: "أوريدو ديما معاكم"، فأوريدو هي كلمة عربية في حقيقتها، ترجمت وكتبت باللغة الفرنسية ومعناها، أريد أن أتكلم، ومعنى هذا أن شريحة OOREDOO هي الأمثل لكل مستخدمي الهاتف النقال وأنها دائما في خدمة زبائنها، إضافة إلى هذا نلمس في هذه العبارة ما يسمى بالتداخل اللغوي أو تداخل اللهجات، ويكمن هذا التداخل في كون هذه العبارة قد كتبت باللغة العامية دون الفصحى وهو واقع يشهده اليوم المجتمع الجزائري إذ أضحت العامية هي اللغة الأولى المسيطرة داخل المجتمع هذا من جهة، من جهة أخرى فقد لجأ صاحب المنتوج إلى كتابة شعار منتوجه بهذه اللغة كونها اللغة الأم الأقرب إلى

جميع الناس يفهمها العام والخاص، وهي تمتاز ببساطة أسلوبها وهو ما يساهم في توصيل المعلومة إلى ذهن المستهلك والتأثير فيه وبالتالي يكون بذلك المنتج قد تمكن من تحقيق غرضه.

* أخيرا يمكن القول [ان هناك علاقة بين العبارتين الأولى والثانية، وهي أن صاحب المنتوج تعمد تغيير شعاره من نجمة "نحبها ونحب اللي يحبها" الذي كان مضمونه يقف فقط على محبة الزبائن إذ رأى بأن هذه العبارة قد تكون قاصرة في ايصال الغرض المطلوب لذلك تم استبدالها بتعليق جديد وهو "أوريدو ديما معاكم" والتي تحمل دلالة أقوى من الأولى وذلك أن شبكة نجمة لا تكفي فقط بمحبة زبائنها وإنما تكون دائما معهم حيثما كانوا وهذا كله من أجل التأثير في المتلقي وتوجيهه نحو المنتوج وتحفيزه لشرائه بأي ثمن كان.

ب- الصورة:

نحبها ونحب الي يحبها

أوريدو ديما معاكم

فقد كانت الصورة التي تظهر على ظهر المنتوج عبارة عن نجمة صغيرة ذات اللون البرتقالي مكتوب تحتها نجمة باللغة الفرنسية، وكذلك باللغة العربية، باللون الأسود، هذا كان في البداية ثم استبدلت حاليا بكلمة أوريدو باللون الأحمر مرفوقة بخمس نجمات صغيرة حمراء.

* فدلالة نجمة في الصورة الأول هي رمز من رموز العلم الوطني كما قد تكون دلالة النجمات الخمس في الصورة الثانية رمز لعيد الإستقلال فغالبا ما يلجأ صاحب المنتوج لمثل هذه الرموز ليضفي على صورته الإشهارية طابعا جماليا هادفا بذلك إلى إثارة ذوق المتلقي ودعوته إلى التأمل في أدق عناصر الصورة مما يجذب انتباهه ويحفزه على شراء المنتوج.

ج- اللون:

نحبها ونحب الي يحبها

أوريدو ديما معاكم

كان إشهار نجمة في بداياته يحمل ثلاثة ألوان هي: الأبيض، الأسود والبرتقالي.

* استعمل اللون الأبيض لما له من دلالة على النقاء والعقلانية وكذلك الإتزان الفكري كما يعد رمزا للحيوية والوضوح.

* أما اللون الأسود فهو لون غامض مظلم مغلق يترك غموض في نفسية المشاهد.

* واللون البرتقالي من الألوان المبتهجة فهو لون إجتماعي من الدرجة الأولى لون محبوب عند الإنسان، وقد تم مزج هذه الألوان من طرف صاحب المنتوج اعتقادا منه أنها ألوان بسيطة وسهلة تستطيع مع بعضها البعض أن تجذب المتلقي بمجرد مشاهدتها للمرة الأولى.

وقد لجأ المنتج مرة أخرى إلى استبدال هاته الألوان إلى لونين فقط هما: الأبيض والأحمر معبرا أن هذين اللونين يؤثران بدرجة كبيرة على المتلقي عكس الألوان الأولى بحيث أن اللون

الأحمر هو لون الطاقة والحيوية كذلك يعبر عن الشجاعة والديناميكية والنشاط في حين أن اللون الأبيض أيضا كما ذكرنا سابقا له سمات عديدة تجعل المشاهد يتوه في الصورة بمجرد رؤيتها.

خاتمة

خاتمة

لقد أردنا من خلال هذا البحث الوجيز أن نلقي بعض الأظواء على جانب من جوانب التداخل اللغوي الحاصل في اللغة العربية بين اللغة الفصحى ومختلف اللغات الاخرى في مجال الإعلام وبالتحديد في الإشهار، وما ينجم عن ذلك من فوضى مصطلحية، وقد استندنا في بحثنا هذا إلى دراسة نماذج إشهارية المرفقة بتعليفات كتبت بثلاث لغات ممزوجة بين الفصحى والعامية والفرنسية خاصة بإشهار (موبيليس ، نجمة ، جازي) كما قمنا بتحليل هذه المعطيات تحليلا على المستويات الثلاثة: اللغة، الصورة، اللون،كما رصدنا أهم وجوه وأنواع التداخل اللغوي بمستوياته الأربعة: الصرفية والنحوية و الدلالية وكذلك الصوتية.

وقد استخلصنا من النتائج البحث أن هناك نقص كبير في لغة الصحافة المعاصرة للغة العربية الفصحى ويعود ذلك إلى نقص الملكة اللغوية والضعف اللغوي الذي يعني عدم القدرة على استعمال اللغة استعمالا صحيحا،كما توصلنا أيضا من خلال هذه الدراسة أن التداخل اللغوي يشكل اليوم في الواقع مايعرف باللغة الإنتقالية خاصة بالنسبة للغة الإعلام المعاصرة، إذ أضحى التداخل اللغوي عادة يمارسها أغلب الصحفيين الجزائريين.

وبعد ذلك بحثنا عن الأسباب والعوامل المسببة لهذا الضعف وهذا التداخل وقد تبين أن أغلبها يرجع إلى تأثير لغة المحيط التي هي لغة مركبة مع عدة لغات لا يمكن القضاء والحد منها.

كما حاولنا أيضا خلال هذه الدراسة أن نلم بالوضع اللغوي السائدة في الواقع الإعلامي اليوم ومدى تأثير هذا التداخل غلى شخصية المشاهد(المتلقي) بصفة كبيرة

وفي الأخير نتمنى أن نكون قد ساهمنا بهذه الدراسة في فتح الطريق لمن ياتي بعدنا من الباحثين، لأن البحث في التداخل اللغوي لا يزال حسب نظرنا يحتاج إلى دراسات أخرى تكشف معالمه و الواقع أن ما ورد في هذه الدراسة من أفكار

وآراء يتفاوت من حيث الأهمية،فالكثير منها ليس بجديد،والبعض الآخر قد يكون جديدا من موقع تناول هذه القضية من زاوية أخرى.

وعلى أية حال فالدراسة طرحت بعض الأفكار التي قد تشكل محاور سيرشد بها في بناء أسس سياسة لغوية واضحة ربما تكون بداية لبحوث أخرى مستفيضة تبنى على عينة أوسع وأشمل وإلى جميع المناطق الجزائرية باستعمال أدوات علمية أدق وإمكانات أضخم وأوسع.

واملنا ان يسعى الباحثون إلى تجنب كل النقائص التي نكون قد وقعنا فيها، لنحصل في الأخير على التوظيف الكامل للتداخل اللغوي بين العربية والفرنسية والعامية في ميدان الصحافة و الإعلام.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المصادر

1- **القرآن الكريم**: سورة الحجر، الآية 57.

2- ابن جني: الخصائص:الجزء 1.

3- ابن خلدون: المقدمة، الكتاب اللبناني/ بيروت، 1968، م1.

4- ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط1، م11، 1968.

5- المعجم الوسيط: مجمع اللغة العربية

6- المنجد في اللغة والإعلام: دار النشرق، بيروت، ط2، 1987، مادة صَحَفَ

المراجع

7- البكوش الطيب: إشكالية إندماج الدخيل في المعجم

8- ربيكا أوكسفورد: استراتيجية تعلم اللغات، ترجمة محمد عدود، دار النشر، مكتبة الأنجلو المصرية، 1966.

9- سعيد الأفغاني: في أصول النحو، دار الفكر، دمشق، مجلة

10- – صالح بلعيد: دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، الجزائر ط1، 2011.

11- صالح بلعيد: أنقذو اللغة العربية من يد الصحفيين، دار الأمل 2006.

12- طاهر لوصيف: منهجية تعليم اللغة وتعلمها

13- عباس الصوري: التداخلات: التدخلات اللغوية وأثرها في المجال الثقافي العربي.

14- عد العزيز شرف: العربية لغة الإعلام

15- فلكاوي رشيد: أثر التداخلات اللغوية في الآداء الكلامي عند الطالب الجامعي

16- محمد حسن: علم اللغة الإجتماعي، دار الكتب المصرية، القاهرة ط1.

17- محمد حسن: لغة الصحافة المعاصرة، دار المعارف، القاهرة، 1119

18- محمد زكي عبد القادر: أثر الصحافة ووسائل الإعلام في تطور اللغة العربية، مطبوعات الأكاديمية المملكة المغربية.

19- Damika scheskivitch : traduire les mots et les idées, INTRODUCTION DE LA REVUE ETUDE DE LINGUITIQUE APPLIQUée, didier, n°24 oct/dec 1976.

20- Khaoula Taleb Ibrahim : «les Algérients et leurs langue edition el-hikma- Alger 1995.

21- Chantal Ammi : la Marketimo outile de de descision face à l'incertitude ellipses. Paris, 1993.

قائمة الرسائل

22- سالمي كريمة: إحتكاك القبائلية بالعربية الدارجة في كلام مزدوجي اللغة، رسالة ماجستير، جامعة تيزي وزو، 1995.

23- كريمة أوشيس: التداخل اللغوي في اللغة العربية، رسالة ماجستير قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة الجزائر، فيفري 2002.

24- كوسة ليلى: واقع وأهمية الإعلام في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية رسالة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، 2007، 2008.

25- معزوزن سمير: التداخل اللغوي بين الفرنسية والعربية في السنة الثالثة من التعليم الإبتدائي، رسالة ماجستير في تعليمة اللغة العربية جامعة الجزائر

2010، 2011.

26- يمنية سيتواح: رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علم الترجمة

كلية الآداب واللغات، قسم اللغة العربية وآدابها 2006-2007.

قائمة الموسوعات

27- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر، القاهرة م3 2003 .

قائمة الجرائد والمجلات

28–بن علي محمد آكلي: إنعكاسات وأبعاد مفهوم التكافؤ في فرص التعليم على الصعيد الحضري، حوليات الجامعة، العدد 5، 1990، 1991، ديوان المطبوعات الجامعية.

29– حنفي بن عيسى: دور الفلسفة في النهوض بالتربية، مجلة الثقافة العدد 1975.

30– عبد الرحمان الحاج صالح: مدخل إلى علم اللسان الحديث: مجلة اللسانيات معهد اللسانيات والصوتيات، العدد

32– علي القاسمي: تخطيط السياسة، اللغة في الوطن العربي، مجلة أبحاث لسانية، الرباط، 1997 –العدد الأول.

33– صالح بلعيد: عن الخطأ والصواب في لغة الصحافة والإعلام، مجلة مجمع اللغة العربية، مجلة المجلس الأعلى للغة العربية الجزائر، العدد1، 1999.

35– سعيد قنوات: لغة الخبر الصحافي، اللهجات العربية(الفصحى والعامية) مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ج2، 2006.

36– عبد العزيز بن عثمان التويجري: لغة الإعلام وآثارها الإيجابية في تحقيق مزيد من التنمية اللغوية اللهجات العربية (الفصحى والعامية)، مجلة مجمع العربية، القاهرة، ج2، 2006.

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

- إهداء.

- شكر وعرفان.

- المقدمة.

الفصل الأول: ضبط مصطلحات الموضوع.

المبحث الأول: التداخل اللغوي.....6

1-1- مفهوم التداخل: أ. لغة، ب. اصطلاحا

1-2- أسباب التداخل الغوي.....7

1-2-1- نقص الكفاءة اللغوية.....8

1-2-1-1- ما المقصود بنقص الكفاءة اللغوية.

1-2-1-2- أسباب نقص الكفاءة اللغوية.....10

1- أسباب تعليمية.....10

أ- البرامج والمناهج.....10

ب- المدرسة ودورها في نشر العلم.....11

2- صعوبة اللغة العربية.....12

3- ضعف مستوى اللغة الأجنبية.....13

1-2-2- تجاوز اللغات وإحتكاكها.....15

1-2-2-1- أسباب تجاوز اللغات وإحتكاكها.....15

أ-قديما

ب- حاليا.

1-2-3- الترجمة سبب في التداخل اللغوي.....16

1-2-3-1- التعريف بالترجمة.....17

أ- لغة

ب- اصطلاحا

1-3- أنواع التداخل اللغوي.....18

1-3-1 المستوى الصوتي.....18

1-3-2- المستوى المعجمي.....19

1-3-3- المستوى الدلالي.....20

1-4- نتائجه.....23

1-4-1- نتائجه الإيجابية.....23

1-4-2- نتائجه السلبية.....24

المبحث الثاني: الخطاب الإشهاري

2-1 مفهوم الخطاب.....27

أ- لغة

ب- اصطلاحا

2-2- مفهوم الإشهار.....28

2-3- وظائف الصورة الإشهارية.....28

2-3-1- الوظيفة الجمالية.....28

2-3-2- الوظيفة التوجيهية.....28

2-3-3- الوظيفة التمثيلية.....28

2-3-4- الوظيفة الدلالية.....29

2-4- لغة الإشهار.....29

2-5- أنواع الإشهار.....30

2-5-1- الإشهارات حسب نوع المستهلك.....30

2-5-2- أنواع الإشهارات حسب المنطقة الجغرافية.....31

2-5-3- أنواع الإشهار حسب الأهداف الإشهارية 31

2-5-4- أنواع الإشهار حسب نوع الإستجابة المطلوبة.....32

2-5-5- أنواع الإشهار حسب موضوعه.....32

2-5-6- أنواع الإشهار من وجهة نظر إتصالية.....33

2-6- الرسالة الإشهارية.....33

2-6-1 أنواع الرسالة الإشهارية.....34

2-6- شروط الرسالة الإشهارية الجيدة.....35

2-7- أهداف الإشهار.....36

المبحث الثالث: الخطاب الصحافي

3-1- مفهوم الصحافة.....38

أ- لغة

ب- اصطلاحا

3-2- أشكال التحرير الصحفي.....39

3-2-1- الخبر.....39

3-2-2- المقال.....41

3-2-3 التقرير.....41

3-3- لغة الصحافة 42

3-3-1- مفهوم لغة الصحافة.....42

3-3-2- خصائص لغة الصحافة.....42

3-3-3- علاقة اللغة بالصحافة.....45

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية.

1- نبذة تاريخية لكل مؤسسة من مؤسسة متعاملي الهاتف النقال(جازي، موبيليس، نجمة).....48

2– دراسة وصفية تحليلية للنماذج الثلاث (جازي، موبيليس، نجمة).....62

2–1– على مستوى الغة.

2–2– على مستوى الصورة.

2–3 على مستوى اللون.

– خاتمة.....64

– قائمة المصادر والمراجع.....67

– قائمة الرسائل.....69

– قائمة الجرائد والمجلات.....70

– الفهرس.....73