

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف  
كلية الآداب والفنون  
قسم اللغة العربية



## أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه

الشعبة: دراسات لغوية

التخصص: اللسانيات التطبيقية وآفاق الدرس اللغوي

العنوان

اللغة العربية في المجال الاقتصادي بين الوظيفية والإبداعية

حقل الإشهار نموذجا

إعداد الطالب: **حذيفة عزيزي**

المنافشة بتاريخ 2021/05/26 من طرف اللجنة المكونة من:

رئيسا	جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف	أستاذ	أ. د. أحمد بن عجمية
مقررا	جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف	أستاذ محاضر (أ)	د. أحمد سعدي
ممتحنا	جامعة المدينة	أستاذ محاضر (أ)	د. عبد الرحمان زاوي
ممتحنا	جامعة بومرداس	أستاذ محاضر (أ)	د. نور الدين لبصير
ممتحنا	جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف	أستاذ	أ. د. عبد القادر حمراني
ممتحنا	جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف	أستاذ	أ. د. يوسف بن نافلة

السنة الجامعية 2021/2020

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

## الإهداء

أهدي هذا العمل إلى:

والديّ الكريمين.

إلى إخواني وعائلي وأصدقائي وأساتذتي.

إلى كل من اطلع على هذا العمل.

## شكر وعرافان

أولا أحمد الله عز وجل وأشكره على أن وفقني في إتمام هذا البحث.

أشكر والديّ على ما قدمه لي.

أشكر مشرفي الأستاذ أحمد سعدي على ما قدمه لي وما أسداه لي من توجيهات ونصائح

طيلة فترة إنجاز البحث.

أشكر كل من ساعدني وساندني من قريب أو بعيد.

# مقدمة

### مقدمة:

إن اللغة هي أساس التواصل والتعامل الإنساني، وهي أساس في التبادل والتعامل التجاري والاقتصادي، وصاحب النشاط الاقتصادي هو الذي يُمكن للغته وينشرها، وهذا ما يحدث اليوم مع انتشار اللغة الإنجليزية وهيمنتها في العالم، وهذا راجع أساسا إلى قوة اقتصاديات الدول المتحدثة بالإنجليزية وعلى رأسها أمريكا، هذا بالإضافة إلى العولمة التي تتعدى مجال اللغة الإقليمي والمحلي إلى بلدان ومناطق بعيدة، وهذا كله أثر على استعمال اللغة العربية في المجال الاقتصادي، وإعادة الاعتبار للغة العربية في هذا المجال والتمكين لها ضرورة ملحة.

فاللغة العربية تحظى بمكانة خاصة في قلوب الملايين من البشر على وجه المعمورة، فهي لغة القرآن الكريم، وهي لغة أدب عظيم، ولغة علم وهي كذلك لغة التعاملات التجارية والاقتصادية قديما وحديثا، رغم ذلك فإن كثيرا من الأفراد والجماعات والهيئات العربية في العصر الحالي لا يتعاملون اقتصاديا باللغة العربية إلا نادرا، في المقابل نجد انتشارا وإقبالا على تعلم العربية من غير العرب وتوظيفها في شتى المعاملات، ويعود هذا الإقبال إلى عدة أسباب أهمها السبب الديني و السبب الاقتصادي التجاري، فالبائع واجب عليه تعلم لغة الزبون وذلك وفق مبدأ إذا أردتُ بيعك سلعتي فعليّ تعلم لغتك وإذا أردتُ بيعي سلعتك فعليك تعلم لغتي.

كما تتخذ عدة وسائل لإبراز السلعة للزبون وإقناعه بشرائها في الإشهار، ولا بد في ذلك من مخاطبة الجمهور بما يفهم، أي توصيل المعلومة بلغة يفهمها المتلقي، حيث يتم هذا الإشهار في شتى وسائل الإعلام المختلفة من تلفاز وإذاعة وجرائد وحتى في الطرقات والأماكن العامة، ويختلف نشر وإذاعة الإشهار من دولة لأخرى، أما استعمال مستويات اللغة العربية في الإشهار فيتباين من إشهار لآخر ومن بلد لآخر، فهناك إشهارات تستعمل

فيها العربية الفصحى وهناك إشهارات تستعمل فيها العربية الدارجة أو الوسيطة أو لهجة ذلك البلد.

وقد جاءت هذه الأطروحة الموسومة بـ"اللغة العربية في المجال الاقتصادي بين الوظيفية والإبداعية، حقل الإشهار نموذجاً" كمحاولة تطمح إلى تبيين العلاقة بين اللغة العربية والاقتصاد وحال اللغة العربية في المجال الاقتصادي، وأما في المجال التطبيقي فقد تمت دراسة مستويات اللغة العربية في المجال الإشهاري، كون الإشهار حقلاً اقتصادياً تطبيقياً بارزاً يتميز بالحيوية و المعاصرة والتجدد، وتم اختيار هذا المجال محاولة لتطوير وتفعيل ممارسة اللغة العربية في هذا الميدان.

بناء على هذا حاول البحث الإجابة على عدة أسئلة أهمها:

- ما علاقة اللغة بالاقتصاد؟
- كيف هو حال اللغة العربية في المجال الاقتصادي؟
- ما مستويات اللغة العربية المستعملة في الإشهارات الجزائرية؟

كما تم الانطلاق من عدة فرضيات:

-أولاً: أن اللغة العربية قادرة على مسايرة هذا التطور الهائل في شتى الميادين.

-ثانياً: استعمال اللغة العربية في المجال الاقتصادي يساهم في ازدهارها.

-ثالثاً: الإشهار من أكثر المجالات الاقتصادية تأثيراً على لغة المتلقي.

سعى البحث إلى الإجابة عن هذه التساؤلات وفق منهجية واضحة، حيث كان

المنهج المتبع مزيجاً بين المنهج الوصفي التحليلي والتاريخي كما استعمل الإحصاء الوصفي في الجانب التطبيقي.

أما خطة البحث فقد قُسمت إلى مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة. ففي الفصل الأول تم التطرق للعلاقة بين اللغة بصفة عامة بالاقتصاد، فكانت هناك تعريفات أساسية للغة والاقتصاد ولللاقات القائمة بينهما.

أما الفصل الثاني فقد كان عنوانه: اللغة العربية في المجال الاقتصادي، حيث كانت لنا لمحة تاريخية عن اللغة العربية عموماً، ثم علاقتها بالاقتصاد في مختلف الأزمنة، بعد ذلك تم التطرق إلى اللغة العربية في العصر الحديث في ظل الاقتصاد الجديد الذي يُعرف باقتصاد المعرفة.

ثم جاء الفصل الثالث وهو تحت عنوان مستويات اللغة العربية في الإشهارات التلفزية، تناول فيه الباحث مقدمات حول الإشهار والإعلام وعلاقتها باللغة بصفة عامة وباللغة العربية خاصة، وبعد ذلك عرّج الباحث إلى مستويات اللغة العربية في المجال الإشهاري خاصة، وتطبيقاً لهذا فقد تم دراسة عدة إشهارات تم بثها في عدة قنوات إعلامية جزائرية واستنبط منها مستويات اللغة العربية المستعملة فيها.

اعتمد الباحث في بحثه هذا على عدة مصادر ومراجع أهمها:

المراجع المؤلف بالغة العربية فمنها: السياسة اللغوية في الوطن العربي لعبد القادر الفاسي الفهري، العربية في اللسانيات التطبيقية لوليد العناتي.

المتجمة منها: اللغة والاقتصاد لفلوريان كولماس، حرب اللغات والسياسة اللغوية لجان كالفي.

إضافة إلى بعض المصادر والمراجع الأجنبية، أما الدراسات الأكاديمية فقليلة جداً ومن بين الأطروحات التي وجدناها:



اللغة والتنمية: مدينة خنيفرة نموذجاً من إعداد بوجمعة وعلي جامعة ابن الطفيل بالقنيطرة بالمغرب.

الخطاب والمقاصد: الإعلان الصحفي نموذجاً من إعداد فاطمة محمد أمين العمري الجامعة الأردنية بعمان بالأردن.

وقد كانت هناك صعوبات أثناء القيام بالبحث لاسيما أن البحوث التي تمزج بين المجالين اللغوي والاقتصادي نادرة، من هذه الصعوبات قلة المراجع في هذا المجال المدونة باللغة العربية وندرتها، وأن البحث يتطلب الاطلاع على مجالات مختلفة كاللسانيات وعلم الاقتصاد وعلم الاجتماع وعلم السياسة..

وفي الأخير أحمد الله عز وجل الذي وفقني في إتمام هذا البحث، وأتقدم بالشكر للمشرف الذي قدم لي النصائح والتوجيهات، كما أشكر جامعة الشلف على ما قدمته لي من تسهيلات ومنح، كما أتوجه بالشكر إلى كل من ساعدني في إتمام هذا البحث من بعيد أو من قريب.

# الفصل الأول:

## علاقة اللغة بالاقتصاد

أولاً: تعريفات ومفاهيم أولية حول اللغة والاقتصاد.

ثانياً: السياسات اللغوية والاقتصاد

ثالثاً: اللغة والنشاط الاقتصادي

رابعاً: اللغة والشغل والدخل

خامساً: اللغات والعولمة الاقتصادية

إن اللغة أداة تواصلية بالدرجة الأولى وعلى هذا الأساس فإن لها علاقة بالمجالات التي تقوم على التواصل، والاقتصاد من أهم هذه المجالات، وتبرز العلاقة بين اللغة والاقتصاد في أشكال متعددة تحركها المنفعة المادية بالدرجة الأولى، ولا شك أن هذا ينتظم في إطار منظم وفق سياسة لغوية واضحة تؤدي للمنفعة لغويا واقتصاديا، لذلك تسارع الأمم في رفع اقتصادها من جهة ورفع قيمة لغاتها من جهة أخرى.

### أولاً: تعريفات ومفاهيم أولية حول اللغة والاقتصاد

تعد اللغة عند الإنسان الأداة الأساسية للتواصل، فيها يعبر عن أفكاره ورغباته ومشاعره، وقد تطرق الباحثون في مختلف الشعوب واللغات وفي مختلف المجالات والاختصاصات إلى دراسة هذه الظاهرة، وكما أن اللغة العصب الاتصالي للإنسان فإن الاقتصاد يعد العصب المعيشي له، وبهذا فإن اللغة والاقتصاد يشكلان بنيانا أساسا عند الإنسان.

## 1. اللغة

### 1.1. تعريف اللغة: عُرِّفَت اللغة تعريفا لغويا واصطلاحيا:

#### 1.1.1. لغة

تنوعت التعريفات لمصطلح (اللغة)، فعرفها العديد من العلماء والباحثين قديما وحديثا، من خلال الكتب والمعاجم، جاء في لسان العرب مادة [لغا]: "واللُّغَةُ: اللُّسْنُ... وهي فُعْلَةٌ من لَعَوْتُ أَي تَكَلَّمْتُ"<sup>1</sup>. حيث ربط ابن منظور بين مصطلح (اللغة) ومصطلح (اللسن أو اللسان) المستعمل قديما للدلالة على المفهوم نفسه.

<sup>1</sup> - ابن منظور أبو الفضل جمال الدين محمد، لسان العرب، مجلد 13، دار صادر، بيروت، لبنان، ط4، 2005، ص214.

أما الزبيدي (ت 1205هـ) فقد عرفها في فصل اللام مادة [ل غ و]: "(اللُّغَةُ) بِالضَّمِّ... هو الكلامُ الْمُصْطَلَحُ عليه بينَ كُلِّ قَبِيلٍ، وهي فُعْلَةٌ من: لَعَوْتُ، أي: تَكَلَّمْتُ"<sup>1</sup>، وهو هنا ربط بين المعنى اللغوي بين المعنى الاصطلاحي ذلك أنهما يشتملان على (الكلام)

أما في معجم تاج اللغة وصحاح العربية فقد جاء في فصل اللام مادة [لغا]: "واللُّغَةُ أصلها لُغِيٌّ أو لُغَوٌّ، والهاء عوض، وجمعها لُغَى مثل بُرَّةٍ وَبُرَى، ولُغَاتٌ أيضا"<sup>2</sup>. وهنا التعريف أتى بأصول الكلمة وذكر جمعها ولم يذكر التعريف الحقيقي لها.

### 2.1.1 اصطلاحا:

أما اصطلاحا فقد جاء في تعريف اللغة: "اللُّغَةُ هي الألفاظ الدالة على المعاني وطريقها الكلامُ والكتابة"<sup>3</sup>، وقد تم تعريفها أيضا بأنها: "كل وسيلة لتبادل المشاعر والأفكار كالإشارات والأصوات والألفاظ"<sup>4</sup>، نلاحظ أن التعريف الثاني لم تُحصر فيه اللغة في الجانب الصوتي فقط بل شملت أيضا الإشارات بالتالي فهو أشمل.

أما أشهر التعريفات فهو تعريف ابن جني (ت 392هـ): "أما حدّها (فإنها أصوات) يعبر بها كل قوم عن أغراضهم"<sup>5</sup> فهو هنا يقر بالجانب الأهم والأساس في اللغة وهو الجانب

<sup>1</sup> - الزبيدي السيد محمد مرتضى الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، تح عبد المجيد قطامش، ج 39، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ط 1، 2001، ص 462.

<sup>2</sup> - الجوهري إسماعيل بن حماد، تاج اللغة وصحاح العربية، تح أحمد عبد الغفور عطار، ج 06، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ط 4، 1990، 2484.

<sup>3</sup> - شوقي حماد، معجم عجائب اللغة، دار صادر، بيروت، لبنان، ط 1، 2000، ص 9.

<sup>4</sup> - أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الثالث، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط 1، 2008، ص 2020.

<sup>5</sup> - ابن جني أبو الفتح عثمان، الخصائص، تح محمد علي النجار، ج 1، المكتبة العلمية، القاهرة، مصر، ص 33.

الصوتي الذي يعد اللبنة الأساسية في اللغة، كما أشار إلى أنها وسيلة التعبير والتواصل في المجتمع، وهذا مهم لتبيين الطبيعة الاجتماعية للغة.

وقد اشتهر تعريف ابن جني بين الدارسين فاعتبره طائفة منهم أكثر التعاريف مُلاءمة، لدقته وبساطته، إلا أن هناك من يرى عكس ذلك ويراها تعريفا ناقصا، فها هو فؤاد ترزي يقر بأن هذا التعريف يعبر بشكل عام عن مفهوم اللغة لكنه يرى أنه يفتقر إلى شيء من الدقة وهذا بالنظر إلى مفهوم اللغة الحديث، ويعطي مثلا عن الصراخ والضحك، فالإنسان قد يعبر عن السرور بالضحك وعن الألم بالصراخ، والطفل قد يعبر عن الجوع بالبكاء، واعتبر بأن كلا من الضحك والبكاء والصراخ ليسوا من اللغة في شيء<sup>1</sup>.

هذا لدى المتقدمين، أما في العصر الحديث فقد سعى إلى تعريفها العديد من الباحثين؛ من بين تعريفاتها أنها " نظام عربي لرموز صوتية يستغلها الناس في الاتصال بعضهم ببعض"<sup>2</sup>، ويتضح أن هذا التعريف مشابه لتعريف ابن جني، ويمكن القول إنه التعريف نفسه بصياغة مختلفة.

وهناك تعريفات حديثة أخرى أبرزت الجانب الاجتماعي للغة، من هذه التعريفات أن "اللغة هي أساس الحياة في المجتمع، فهي وسيلة التفاهم والتخاطب، وتبادل الأفكار والآراء والمشاعر، بل هي الركن الأول في تقدم الفكر، وارتقاء الحضارة، واتساع التأليف في ميادين العلم والمعرفة"<sup>3</sup>.

1 - ينظر: فؤاد حنا ترزي، في أصول اللغة والنحو، دار الكتب، بيروت، لبنان، ط1، 1969، ص15-16.  
2 - إبراهيم أنيس، اللغة بين القومية والعالمية، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1970، ص11.  
3 - عبد اللطيف الصوفي، اللغة ومعاجمها في المكتبة العربية، طلاسدار للدراسات والترجمة والنشر، دمشق، سوريا، 1986، ص30.

ومن نظرة اجتماعية أنثروبولوجية ترى مها محمد فوزي معاذ أن " اللغة رمز، بل هي مجموعة رموز تستخدم للاتصال بين أفراد المجتمع الواحد من أجل تيسير أنشطة الحياة المختلفة، وقد تستخدم فيما بعد في حفظ التراث الإنساني وإثراء الثقافة ونقلها إلى الأجيال، وهي لذلك تتفاوت بين الرموز الحسية أي التي تشير إلى المحسوسات، وبين الرموز التي تشير إلى المجردات وثراء اللغة وفقرها فيما يبلغ لديها من تلك الرموز الأخيرة"<sup>1</sup>، كما وضع علي عبد الواحد وافي الطبيعة الاجتماعية للغة حين أكد بأن اللغة تصنعها طبيعة الاجتماع، فهي تنبعث من حياة الجماعة، واعتبر اللغة في المجتمع عبارة عن نظام، يتبعه الأفراد ويكون أساسا للتعبير والتفاهم فيما بينهم<sup>2</sup>.

وقد نالت حظها من التعريف عند الدارسين الغربيين، ففرديناند دي سوسير (ferdinand de saussure) قد عرفها بأنها "نظام من الإشارات system of signs التي تعبر عن الأفكار"<sup>3</sup>. أما جوزيف فندريس (joseph vendryes) رأى بأنها: "مجموعة الإجراءات الفسيولوجية والسيكولوجية التي في حوزة الإنسان لتمكنه من الكلام"<sup>4</sup>، وهو بهذا ركّز على الجانب النفسي.

ولفظة (لغة) لم يستعملها العرب قديما في كلامهم وإنما سمي العرب الضوضاء التي لا طائل منها لغوا، كما أن هذه اللفظة (اللغة) لم تستعمل في القرآن الكريم بل استعملت لفظة اللسان للدلالة على اللغة، وذلك كقوله تعالى: ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ ﴾ سورة إبراهيم الآية 04.

1 - مها محمد فوزي معاذ، الأنثروبولوجيا اللغوية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 17.  
 2 - ينظر: علي عبد الواحد وافي، اللغة والمجتمع، شركة مكنتات عكاظ، السعودية، 1983، ط 4، ص 6.  
 3 - فرديناند دي سوسور، علم اللغة العام، ترجمة يوثيل يوسف عزيز، دار آفاق عربية، بغداد، العراق، 1985، ص 34.  
 4 - ج. فندريس، اللغة، ترجمة عبد الحميد الدواخلي ومحمد القصاص، المركز القومي للترجمة، د. ط، القاهرة، مصر، 2014، ص 297.

وكقوله تعالى أيضا: ﴿بِلِسَانٍ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ﴾ سورة الشعراء الآية 195.  
 ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ أَلْسِنَتِكُمْ وَأَلْوَانِكُمْ ۚ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ  
 لِّلْعَالَمِينَ﴾ سورة الروم الآية 122.

## 2.1. وظائف اللغة:

يقع الخلط لدى العديد في تعريف مصطلح (وظائف اللغة)، لذلك حاول هاليداي تبسيط هذا المصطلح بقوله إن مصطلح وظيفة مرادف لكلمة استعمال، وأن وظيفة اللغة هي: "الطريقة التي يستعمل بها الناس لغتهم أو لغاتهم، إن كان لهم أكثر من لغة"<sup>2</sup>، ويشرح هاليداي وظائف اللغة بصورة عامة بطريقة مبسطة أكثر بقوله: "إن الناس ينجزون بلغتهم أشياء كثيرة، أي أنهم يتوقعون أن ينجزوا، بالكلام والكتابة والاستماع والقراءة، عدداً كبيراً من الأهداف المختلفة والأغراض المتباينة"<sup>3</sup>، وبهذا يرى هاليداي أن الإنسان ينجز أشياء مختلفة عن طريق مهاراته اللغوية، بل يؤكد أنه حتى الاستماع يهدف الإنسان من خلاله إلى تحقيق أهداف محددة.

وقد صنّف الباحثون وظائف اللغة وفق تصنيفات مختلفة، فمنهم من يرى أن "وظيفة اللغة الأساسية هي التعبير عن الأحاسيس وتبليغ الأفكار من المتكلم إلى المخاطب"<sup>4</sup> وهي بهذا تصنف على أنها الأداة الأساسية للتواصل، بدوره نفى حاتم صالح الضامن أن تكون وظيفة التواصل الوظيفة الوحيدة التي تقوم بها اللغة، وإنما لها وظائف أخرى هي:<sup>5</sup>

1 - حسن ظاظا، اللسان والإنسان، دار القلم دمشق والدار الشامية بيروت، ط2، 1990، ص120.

2 - م.أ.ك. هاليداي، وظائف اللغة، ترجمة أحمد محمود نخلة، مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 54، ديسمبر 2002، ص105.

3 - نفسه، ص105.

4 - حاتم صالح الضامن، علم اللغة، بيت الحكمة للنشر والتوزيع، جامعة بغداد، العراق، 1989، ص132.

5 - ينظر: نفسه، ص133-134.

- 1- الوظيفة الاجتماعية: فاللغة تبلور تجارب الأمم والخبرات الإنسانية في كلام مفهوم يمكن أن يستفيد الآخرون منه، كما أن لها دورا في تدوين التراث الثقافي، وأن تحتفظ به للأجيال القادمة، وهي تعمل على مساعدة الفرد على تعديل سلوكه كي يتلاءم مع المجتمع فهي تزوده بالعبارات التي تناسب كل مقام.
  - 2- الوظيفة النفسية: يستطيع الفرد بواسطة اللغة أن يحلل أي فكرة إلى أجزائها فهي خير وسيلة للتحليل، فاللغة عبارة عن أداة تستعمل لإثارة الأفكار والعواطف لدى الآخرين.
  - 3- الوظيفة الفكرية: فالإنسان يمتاز بالفكر والقدرة على التصور والتخيل والتركيب والتحليل، وربما سنجد عند بعض الحيوانات كالطيور والكلاب مثلا خاصة تلك الخاضعة للتدريب سلوكا ينم عن شيء من الذكاء والفكر ولكن ليس بنفس الدرجة التي استطاع الإنسان المفكر أن يصل إليها، واللغة عند الإنسان هي وسيلة لإبراز الفكر من الكتمان إلى التصريح، كما أنها عماد للتفكير الصامت والتأمل.
- ويذهب محمود السعران في كتابه اللغة والمجتمع رأي ومنهج أن اللغة ليست مجرد تعبير ونقل للأفكار والانفعالات والعواطف والرغبات وهو ينتقد أصحاب هذه النظرية، من جانب آخر يؤيد نظرية العالم الأنثروبولوجي مالينوفسكي (malinowski) الذي توصل بعد دراسته لأمثال المجتمعات البدائية إلى أن وظيفة اللغة ليست مجرد وسيلة للتفاهم أو التوصيل، إنما هي جزء من السلوك الإنساني المنتظم وهي ضرب من العمل وليست أداة عاكسة للفكر فقط<sup>1</sup>.
- ويذكر السعران ضربا آخر من وظائف اللغة<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> - ينظر: محمود السعران، اللغة والمجتمع رأي ومنهج، دار المعارف، الإسكندرية، مصر، ط2، 1963، ص17.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص17-18-19-22-23.



- 1- المونولوج: هو الكلام الانفرادي بصوره المختلفه كالقراءة الانفرادية بصوت عال، ويعرف المونولوج أحيانا بأنه تحديث الإنسان نفسه أو التفكير بصوت عال.
  - 2- السلوك الجماعي: كتلك اللغة المستعملة في الاجتماعات الدينية كالصلاة والدعاء وقراءة القرآن
  - 3- المخاطبات الاجتماعية التي لا تستهدف غاية كلفة التأدب والتحيات والكلام عن ظاهرة الجو.. وغاية هذا النوع من المخاطبات هو تبادل الكلمات، وهذا الاستعمال اللغوي في أساسه صورة من صور العمل الاجتماعي، والغرض منها هو أنها تسلك المتخاطبين في علاقة اجتماعية.
  - 4- اللعب بالأصوات: والهدف والغرض هنا هو المتعة، إذ تستعمل وسيلة للتلذذ والانتشاء والسرور.
  - 5- إخفاء أفكار المتكلم: ويظهر جليا هذا في لغة السياسة، أشار سورين كيركجارد إلى هذه الوظيفة بقوله إن اللغة تستعمل من لدن كثير من الناس بغرض إخفاء فقرهم إلى الأفكار.
- وعموما فإن وظائف اللغة متنوعة ومتعددة تتداخل فيما بينها، لاسيما الوظيفة الاتصالية التي لها ارتباط مع مختلف نشاطات الحياة، وأهم هذه النشاطات هي النشاطات الاقتصادية، التي تحاول فيها الانتقال من الوظيفة الاتصالية التواصلية إلى الوظيفة الإنجازية.

## 2. تعريف الاقتصاد

يسعى الإنسان منذ القدم لسد حاجاته المختلفة، لاسيما الأساسية منها كالمأكل والمشرب والمأوى، واقتضى هذا القيام بعدة أنشطة تعمل على تلبية احتياجاته كالتصنيع أو الزراعة والفلاحة أو التجارة التي تعد حركة تبادلية بين طرفين أحدهما مالك للمنتج أو الخدمة وثان محتاج للمنتج أو الخدمة التي يمتلكها الأول، ومن هنا نشأت هذه الأنشطة التي تعمل على تلبية حاجة من حاجيات الإنسان وأصبح يصطلح على مختلف هذه الأنشطة بالاقتصاد. وأصبحت تتردد في هذا العصر لفظة اقتصاد كثيرا بين الناس وفي وسائل الإعلام المختلفة، فهي مرتبطة بحياة الأفراد والمجتمعات، فنسمعها في التلفاز والمذياع ونقرأها في الصحف والمجلات.

## 1.2 لغة:

جاء في المعجم الوسيط في باب القاف مادة [قصد]: "(اَقْتَصَدَ) في أمره: تَوَسَّطَ فلم يُفْرِطْ ولم يُفْرِطْ. ويقال: اقتصد في النفقة: لم يُسرف ولم يفتّر"<sup>1</sup>.

## 2.2 اصطلاحا:

أما اصطلاحا فقد تم تعريف علم الاقتصاد بأنه: "علم اجتماعي يبحث الاستخدامات المتعددة للموارد المحدودة لإنتاج السلع وتوزيعها للاستهلاك بين أفراد المجتمع وبين الحاضر والمستقبل"<sup>2</sup>، ففي هذا التعريف تأكيد على أن علم الاقتصاد علم اجتماعي، وهذا من الأشياء التي يختلف فيها الباحثون كثيرا، إلا أنه يبقى لهذا العلم بصمة اجتماعية واضحة.

<sup>1</sup> - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر، ط4، 2004، ص738.

<sup>2</sup> - حسام علي داود، مبادئ الاقتصاد الكلي، دار المسيرة، عمان، الأردن، ط2، 2011، ص20.

أما في المعجم الوسيط فقد عُرِّف علم الاقتصاد بأنه: "علم يبحث في الظواهر الخاصة بالإنتاج والتوزيع"<sup>1</sup>.

ويلاحظ أن التعريفات تصب في تعريف (علم الاقتصاد) وليس (الاقتصاد) وهذا ما وجدته الباحث في المراجع التي بحث فيها، ويمكن أن نستشف تعريف (الاقتصاد) من تعريف المعجم الوسيط، فيصير تعريف الاقتصاد هو: "الظواهر الخاصة بالإنتاج والتوزيع".

### 3. اقتصاديات اللغة

لاشك أن اللغة وسيلة هامة في حياة الإنسان باعتبارها أداة تواصلية بالدرجة الأولى، لذا تجدها موجودة في شتى المجالات التي تتطلب عملية اتصالية تواصلية بين طرفين سواء أكانوا أفراداً أو مؤسسات، والأنشطة الاقتصادية المختلفة من ضمن هذه المجالات التواصلية، وتزداد أهمية اللغة في المجال الاقتصادي لكونها الوسيلة الأساسية التي تؤدي إلى المنفعة وبالتالي إلى الربح.

فعلاقة اللغة بالاقتصاد تكمن في أنها "أداة إنتاج وتبادل، وتنمية وصناعة، وعملة ورأسمال ورصيد"<sup>2</sup>، أي أن لها وظيفة اقتصادية بارزة، كما أنه "أصبح الحديث عن الأسواق اللغوية، وتوفير السلع والخدمات اللغوية، ونفادها من السوق، والتقييم الاقتصادي الضروري لكل سياسة لغوية"<sup>3</sup>، فاللغة أصبحت سلعة ومنتجا له سوقه ومصدره ومستورده، وهذا يفضي بالضرورة إلى اتباع سياسة لغوية تراعى فيها الجوانب الاقتصادية للغة خاصة لدى الدول والشركات الكبرى، ويعبر عبد القادر الفاسي الفهري عن مفهوم اللغة (كسلعة) بمفهوم اللغة

<sup>1</sup> - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ص738.

<sup>2</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلاد العربية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، لبنان، ط1، 2013، ص8.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 8.

(خير): "اللغة ليست سلعة بالمعنى المتداول، لأن السلعة حينما تستهلك تنتهي، واللغة حينما تستهلك ترتفع قيمتها... اللغة ليست سلعة مادية، وإنما هي سلعة غير مادية، وأفضل مفهوم خير على مفهوم سلعة"<sup>1</sup>، وهذا يوضح قيمة اللغة العالية التي تزداد بالاستعمال والاستهلاك عكس السلع والمنتجات المادية التي تنقص وتنفذ كلما استعملت واستهلكت.

كما أن الاقتصاد بدوره يساهم في كثير من الأحيان في نشر اللغة ويعمل على تقويتها والتمكين لها، وهذا واضح في الدول المتقدمة والتي في طريق النمو، ف"التوسع الاقتصادي للأمم يؤدي إلى التمكين للغتها في بيئات ومدائن لم يكن لها بها علم أو سلطان"<sup>2</sup> ومثال ذلك ما حدث مع الصين وتركيا، حيث ساهم النمو الاقتصادي في الصين مثلاً إلى زيادة الاهتمام وانتشار اللغة الصينية.

ولدراسة اللغة في المجال الاقتصادي أهمية كبيرة؛ فهي المفتاح الأساسي للعملية الاتصالية الاقتصادية التي يكون وفقها ميزان الربح، وتنال دراسة اللغة اقتصادياً من قبل اللغوي و من قبل الاقتصادي، فقد رأى السعران أن "اللغة المستعملة في الجوانب المختلفة والمستويات المختلفة للحياة الاقتصادية تقدم للباحث اللغوي مادة خصبة يؤدي تحليلها إلى نتائج قيمة"<sup>3</sup>، وهناك حاجة ماسة لهذا النوع من البحوث في الوطن العربي خاصة المكتوبة باللغة العربية.

### 1.3 مفهوم اقتصاديات اللغة:

يقول عبد القادر الفاسي الفهري وهو يتكلم عن مفهوم اقتصاديات اللغة بأنه ينتمي "إلى أ نموذج الاقتصاد النظري، ويطبق مفاهيم العلوم الاقتصادية وأدواتها المعتادة في

<sup>1</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلاد العربية، ص 43.

<sup>2</sup> - بوجمعة وعلي، اللغة والتنمية مدينة خنيفرة نموذجاً، أطروحة دكتوراه، كلية الآداب والعلوم الإنسانية القنيطرة، جامعة ابن الطفيل، المغرب، إشراف عبد النور الحضري، 2015-2016.

<sup>3</sup> - محمود السعران، اللغة والمجتمع رأي ومنهج، ص 99.

دراسة العلاقات التي تظهر فيها متغيرات لغوية. إنه يهتم بوجه خاص بالعلاقات التي تلعب فيها المتغيرات الاقتصادية دورا ملحوظا<sup>1</sup>، وهذا المفهوم يعتبر أن المناهج والأدوات الاقتصادية تُطبق على اللغة من ناحية دراسة العلاقات، كما أشار إلى أن اللغة تُدرس بمتغيرات اقتصادية تقليدية عدة منها: الناتج الداخلي الخام، كمية المنتجات المتبادلة في الأسواق، الأجور، الربح، الكلفة، كما تدخل الفوارق التي تكون في التأجير بين الأفراد في المجموعات اللغوية المتميزة وكذا العلاقة بين تحديد الدخل والمؤهلات اللغوية<sup>2</sup>.

ويتقاطع مجال اقتصاديات اللغة مع فروع علمية متنوعة كاللسانيات وعلوم الاقتصاد والسياسة والاجتماع، لذلك نجد السياسيين والاقتصاديين والمفكرين يهتمون بالمسألة اللغوية وتبعاتها الاقتصادية، ومن أمثلة ذلك ما ذكره الفاسي الفهري على لسان وزير التربية الفرنسي السابق جان بيير شفينمان (jean pierre chevènement) حين قال "إن الاحتكار اللغوي الأنجلو-أمريكي غير مقبول، وإن سياسة تقوم على التنوع في تعليم اللغة الأجنبية تعتبر مكونا أساسيا من قوتنا الضاربة الاقتصادية"<sup>3</sup>، وهذا الاحتكار اللغوي الاقتصادي يتجلى في انتشار اللغة الإنجليزية الذي يتبعه هيمنة اقتصادية خاصة من لدن الولايات المتحدة الأمريكية.

وتتجلى المظاهر اللغوية في الاقتصاد في أسماء المنتجات والمخترعات؛ فسياسة التسمية تختلف بين المنتج والمستهلك، فالمنتج هو الذي يسمي ما ينتجه وعادة ما تكون هذه المسميات وفق لغته وثقافته، وإن كان هذا الأمر لا يحدث دائما في التسميات، وهذا نظرا للعملة التي غزت العالم، فكم من منتجات وخدمات أُنتجت في الوطن العربي سُميت بأسماء غير عربية، ويُلاحظ أن هذه العملة اللغوية الاقتصادية لم تؤثر على البلاد الناطقة بالعربية فقط بل على

<sup>1</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، اللغة والبيئة، منشورات الزمن، الرباط، المغرب، 2003، ص71.

<sup>2</sup> - ينظر: عبد القادر الفاسي الفهري، اللغة والبيئة، ص71.

<sup>3</sup> - نفسه، ص75.

جميع العالم، فهاتما موقعا: أمازون (amazon) وعلي بابا (alibaba) اللذان يعدان من أكبر مواقع التجارة الإلكترونية في العالم لم يسميا بأسماء تدل على لغة وثقافة بلاد مؤسسيهما، فموقع أمازون أمريكي مؤسسه أمريكي لكنه سُمي نسبة إلى نهر الأمازون الواقع في أمريكا الجنوبية، وكذلك موقع علي بابا موقع صيني مؤسسه صيني لكنه سُمي بتسمية غير صينية.

وقد يكون للغة ذاتها دور في اكتساب مكانة اقتصادية معينة أي أن للعناصر اللغوية الداخلية دورا في تحقيق المكانة الاقتصادية، وذلك مثل ما ذكره نبيل علي حين تكلم عن "الميزة النسبية الهائلة التي تتمتع بها الولايات المتحدة في تنافسها الشديد مع اليابان للسيطرة على سوق البرمجيات العالمي، وذلك نظرا لشيوع اللغة الإنجليزية وبساطتها وانغلاق اللغة اليابانية وصعوبتها"<sup>1</sup>، وهذا المثال يوضح بأن بنية اللغة الداخلية ونظام الكتابة يساهمان في تفوق لغة على أخرى وبالتالي تفوق اقتصاد يستخدم تلك اللغة على آخر.

### 2.3 تاريخ وواقع دراسات اقتصاديات اللغة

لم يكن لدى الباحثين اهتمام حقيقي بالعلاقة بين اللغة والاقتصاد إلا في بدايات القرن العشرين كما ذكر عبد القادر الفاسي الفهري بقوله: "لقد حظيت علاقة الاقتصاد باللغة وعلاقة اللغة بالاقتصاد باهتمام خاص لدي الباحثين الأمريكيين والكنديين منذ بداية القرن العشرين، وتبعهم الأوروبيون بعد ذلك، ثم شرع العرب مؤخرا في هذا الاهتمام بكيفية خجولة"<sup>2</sup>، ولعل ما دفع الدارسين الأمريكيين والكنديين للريادة والسبق في هذا المجال هو التعدد اللغوي والثقافي الموجود هناك، خاصة في كندا التي يوجد بها قوانين لحماية الثنائية اللغوية

<sup>1</sup> - نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص 329.

<sup>2</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، اللغة والبيئة، ص 70.

الرسمية: الفرنسية في مقاطعة الكيبك والإنجليزية في باقي المقاطعات، وفي الوقت الحاضر نجد جل الباحثين المختصين باقتصاديات اللغة من البلدان متعددة اللغات أو دراساتهم على البلدان متعددة اللغات كسويسرا وكندا.

وقد عقد في عام 2014 مؤتمر اقتصاديات السياسة اللغوية (the economics of language policy) صدرت بحوثه عام 2016 في كتاب أعمال المؤتمر وكان من بين الأوراق البحثية بحث للأستاذ بجامعة جنيف فرنسوا غرين (francois grin) بعنوان: خمسون عاما على اقتصاديات السياسة اللغوية، التقييم النقدي والأولويات (fifty years of economics in language policy, critical assessment and priorities)<sup>1</sup>، موضحا بأن اقتصاديات اللغة بوصفه حقلا علميا برزت قبل خمسين عاما من انعقاد المؤتمر أين "ظهر اصطلاح اقتصاديات اللغة (economics of language لأول مرة سنة 1965 عند مارشاك marschak"<sup>2</sup>

ومن البحوث التي قُدمت في المؤتمر بحث مشترك بين ثلاثة باحثين يتحدث باختصار عن البحوث التي عُنت بدراسة العلاقة بين اللغة والاقتصاد عنوانه: بيبليوغرافيا موجزة لاقتصاديات اللغة (a concise bibliography of language economics)<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> -francois grin, fifty years of economics in language policy, critical assessment and priorities, the economics of language policy, seminar series, the MIT press, cambridge, massachusetts, london, england, 2016.

<sup>2</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلاد العربية، ص251.

<sup>3</sup> -michele gazzola and others, a concise bibliography of language economics, the economics of language policy, seminar series, the MIT press, cambridge, massachusetts, london, england, 2016.

وإذا كان هناك إقرار بأن دراسات اقتصاديات اللغة بدأت مع بداية القرن العشرين، فإن هذا لا يعني أنه لم يكن هناك دراسات للعلاقة بين اللغة والاقتصاد قبل القرن العشرين.

ويلاحظ أن البحث في هذا المجال باللغة العربية نادر وإن كان معدوماً في كثير من الأحيان سواء عند اللسانيين أو الاقتصاديين في الوطن العربي، في مقابل ذلك "تمثل دراسات اقتصاد اللغة ولغة الاقتصاد مواد تخصص في شعب الاقتصاد والتدبير أو العلوم السياسية في البلدان المتقدمة، بل حتى في بعض البلدان الثالثة"<sup>1</sup>، وهذا يبرهن أننا متأخرون في ولوج هذا الحقل العلمي ونشره باللغة العربية.

برزت مع بداية الألفية الجديدة دراسات مهمة في هذا المجال باللغة العربية، من ذلك الكتاب الذي تُرجم إلى العربية ويحمل عنوان: اللغة والاقتصاد لمؤلفه فلوريان كولماس (Florian Coulmas)، كما انبرى للتأليف في هذا المجال عدد قليل من الباحثين على رأسهم اللساني عبد القادر الفاسي الفهري الذي نشر عدة دراسات تخص هذا المجال، ومن أهم هذه الدراسات ما نشره في كتابيه: (اللغة والبيئة) و (السياسة اللغوية في البلاد العربية)، كما نجد اللساني الأردني وليد العناتي قد تطرق لهذا المجال وسماه باللسانيات الاقتصادية، أما من غير اللسانيين فنجد محمد مراياتي له بحث بعنوان: اللغة والتنمية المستدامة تكلم فيه عن العلاقة الموجودة بين اللغة والاقتصاد وأهمية كل منهما للآخر خاصة في ظل اقتصاد المعرفة.

ثانياً: السياسات اللغوية والاقتصاد

### 1. السياسة اللغوية:

تبرز علاقة اللغة بالاقتصاد، عند الشروع في وضع سياسة لغوية تساهم في تحقيق عدالة مجتمعية، فالجانب الاقتصادي من أكثر الجوانب مراعاة من أجل وضع سياسة لغوية ناجعة

<sup>1</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، اللغة والبيئة، ص 70.



ذلك أن "النظرية الاقتصادية تتيح نظرة جديدة، وتزوّد بأدوات ومناهج فاعلة تمكّن من التقييم العلمي لسياسة لغوية معينة"<sup>1</sup>، ويتضح هذا خاصة في البلدان المتعددة اللغات التي تحاول الموازنة بينها.

وقد عرف لويس جان كالفي (Louise Jean Calvet) السياسة اللغوية بقوله: "مجموعة من الاختيارات الواعية المتعلقة بالعلاقات بين اللغة/اللغات والحياة الاجتماعية"<sup>2</sup>، وهذا يوضح أن تنظيم الحياة اللغوية في المجتمع من قبل الدولة من خلال التشريعات والقرارات والمبادرات والهيئات العلمية... كله يدخل ضمن السياسة اللغوية.

وهناك مصطلح آخر متعلق بمصطلح السياسة اللغوية؛ هو مصطلح التخطيط اللغوي الذي جاء في تعريفه: "التطبيق الفعلي لسياسة لغوية بعينها"<sup>3</sup>، وبهذا التعريف يعتبر كالفي أن السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي متلازمان ومكملان لبعضهما أحدهما في التنظير والآخر تطبيق للتنظير.

وعادة ما يستعمل مصطلح التخطيط اللغوي ويقصد به السياسة اللغوية، والعكس صحيح، أي يستعملان هنا باعتبارهما مصطلحين لمفهوم واحد، وهناك من يفرّق بينهما ويجعلهما مصطلحين لمفهومين مختلفين، وهذا ما أكدّه محمود المحمود فبعد استقرائه لعدد من الدراسات تبين لديه "وجود تداخل مفاهيمي كبير بين مصطلحي السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي.

<sup>1</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلاد العربية، ص 256.

<sup>2</sup> - لويس جان كالفي، علم الاجتماع اللغوي، ترجمة محمد بيجاتن، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص 111.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 111.

فكثير من الباحثين يستخدمونهما بشكل تبادلي... بل وينصُّ بعض الباحثين على أنهما مترادفان لمعنى واحد"<sup>1</sup>.

وأشار كوبر (robert leon cooper) أن أول مصطلح استعمل للدلالة على ما يمارسه المخططون اللغويون من أنشطة هو الهندسة اللغوية<sup>2</sup>

## 2. الإنفاق على اللغة

تتجلى العلاقة بين السياسة اللغوية والاقتصاد، في المجالات التي يتم الإنفاق فيها على اللغة، وتظهر جليا على الإنفاق المؤسسي سواء في القطاع الحكومي العام أو في القطاع الخاص، ويقسم فلوريان كولماس الإنفاق على اللغة إلى قسمين: الإنفاق الحكومي العام، وإنفاق القطاع الخاص.

### 1.2. الإنفاق على اللغة في القطاع العام

تظهر تكاليف الإنفاق على اللغة في القطاع العام وتخصص له ميزانية تتجلى في عدة مظاهر منها:

#### 1.1.2. التعدد اللغوي الرسمي:

كثير من الدول لديها أكثر من لغة منصوص عليها في دستورها بأنها لغة رسمية، وهذا يحتم عليها أن تضع سياسة لغوية مراعية لهذا التعدد، لأن هذا يخدم اقتصاديات تلك الدول،

<sup>1</sup> - محمود بن عبد الله المحمود، التخطيط اللغوي والسياسة اللغوية: تأصيل نظري، مجلة التخطيط والسياسة اللغوية، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، السعودية، العدد السادس، أبريل 2018، ص23.

<sup>2</sup> - ينظر: روبرت.ل. كوبر، التخطيط اللغوي والتغير الاجتماعي، ترجمة خليفة أبو بكر الأسود، مجلس الثقافة العام، سرت، ليبيا، 2006، ص67.

وعند النظر للخريطة اللغوية لدول العالم نجد أن أغلب الدول فيها تعدد لغوي، لكن هناك دول أقرت هذا التعدد اللغوي بصفة رسمية كبلجيكا وسويسرا والمغرب والجزائر، وهناك دول اتخذت لغة واحدة مشتركة على الرغم من تعددها اللغوي كإندونيسيا وفرنسا، وهذا التعدد اللغوي سواء أكان رسمياً أم لا فإنه يقتضي تخصيص ميزانية بالنسبة للتعليم والتكوين أو للطباعة أو النشر أو غيرها من المصاريف، غير أن التعدد اللغوي الرسمي يقتضي سياسة لغوية اقتصادية سديدة نظراً للنفقات الكبيرة التي يتم إنفاقها بالمقارنة مع التعدد اللغوي غير الرسمي، فما تنفقه فرنسا على لغاتها مثلاً بوصفها بلداً متعدد اللغات بصفة غير رسمية لا يقارن أمام ما تنفقه بلجيكا بصفقتها بلداً متعدد اللغات بصفة رسمية.

من بين الدول التي لها تعدد لغوي رسمي كندا؛ التي عندها لغتان رسميتان هما الفرنسية والإنجليزية، واللتان تتميزان بحقوق وامتيازات معينة، ووجد أنه من الضروري توفير أدوات قانونية لتنظيم العلاقة القائمة بين اللغتين وتنظيم استعمالهما، وذلك نتيجة لكون اللغة الفرنسية أصبحت في موقع الدفاع في مواجهة الإنجليزية، وهذا راجع لأسباب اقتصادية في الأساس<sup>1</sup>، ومن أجل تحقيق التوازن وإعادة الاعتبار للغة الفرنسية في كندا، فقد تم سن العديد من القوانين التي تعمل على تحسين فرص الكنديين الناطقين بالفرنسية من أجل المشاركة في الحياة الاقتصادية ولا سيما في مقاطعة كيبيك والتي تعد المنطقة الوحيدة التي تنطق بالفرنسية أولاً ثم الإنجليزية بعكس المقاطعات الأخرى لكندا التي تحتل فيها اللغة الإنجليزية المرتبة الأولى ثم تأتي الفرنسية، ومن تلك القوانين نجد مرسوم اللغة الفرنسية لسنة 1977 الذي يعرف بمشروع قانون 101، يجعل اللغة الفرنسية اللغة الرسمية لكيبك، والهدف من المشروع كما وُضِّح في الديباجة هو جعل اللغة

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 122.

الفرنسية لغة الدولة والقانون مثلما هي اللغة الطبيعية المعتادة في العمل والتدريب والاتصالات والأعمال والتجارة<sup>1</sup>.

وكلفت هذه السياسة اللغوية نفقات كبيرة، وصلت نفقات الثنائية اللغوية للسنة المالية 1978/ 1979 إلى 1 بالمائة من الميزانية الفيدرالية والذي يعادل 503 مليون دولار أمريكي<sup>2</sup>، وفي تقرير أصدره معهد فراسر (FRASER institute) عام 2012 عن التكاليف والعوائد من الثنائية اللغوية في كندا، وُجد أنه تم إنفاق حوالي 2.4 مليار دولار على الثنائية اللغوية في موسم 2006/2007، أي ما يعادل 85 دولار للفرد، وهذا المبلغ هو مجموع ما أنفقته الحكومة الفيدرالية الكندية الذي كان حوالي 1.5 مليار دولار مع ما أنفق على المستوى المحلي وعلى مستوى المقاطعات الذي كان حوالي 868 مليون دولار<sup>3</sup>.

أما أهم مكونات النفقات الناشئة عن السياسة الكندية للثنائية اللغوية الرسمية على أساس النصوص التشريعية التي وضعت في السبعينيات، وخاصة من أجل فرنسة كيبيك فقد كانت كما يلي<sup>4</sup>:

1- المصالح الحكومية التي تم إنشاؤها من أجل تحقيق السياسة اللغوية لكيبيك وهي:

هيئة حماية اللغة الفرنسية، مكتب اللغة الفرنسية، مجلس اللغة الفرنسية، إضافة إلى نفقات أنشطة الفرنسية والتي تشمل نفقات المصالح الفيدرالية المضطرة لتقديم خدمات ثنائية اللغة.

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 123.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 123-124.

<sup>3</sup> - vaillancourt, francois and others. 2012. official language policies of the canadian provinces costs and benefits in 2006, fraser institute, xii.

<sup>4</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 124-125.

- 2- التدريب اللغوي للموظفين الحكوميين: فدورة اللغة لمدة ستة أشهر تكلف 10 آلاف دولار كندي على الأقل للشخص الواحد، وهذا لا يشمل مرتبات الموظفين الحكوميين في أثناء التدريب.
- 3- مكافآت الثنائية اللغوية للموظفين الحكوميين: بلغ عددهم حوالي 48 ألف موظف حكومي، أنفق لهذا الغرض حوالي 38 مليون دولار كندي في السنة المالية 1982-1983.
- 4- ترجمة الوثائق الرسمية: بلغ عدد أعضاء هيئة مكتب الترجمة 1492 في عام 1986/1987 وكانت الميزانية 87 مليون دولار كندي.
- 5- التغييرات في الإشارات العامة ولوحات الإعلانات: ويلزم القانون أن تكون مكتوبة باللغة الفرنسية وحدها في منطقة الكيبك.
- 6- منح برامج مساعدة الأقليات اللغوية.
- 7- منح تدريب اللغة الفرنسية للمهاجرين.
- وكندا مثال واحد على الدول التي تتبنى سياسة لغوية قائمة على تعددية لغوية رسمية، ومن الدول الأخرى نجد بلجيكا، سويسرا..

### 2.1.2. التعليم ثنائي اللغة:

وهو يتيح لجماعات سكانية محددة فرصة التعليم المدرسي لاستعمال لغتها الأم إضافة إلى استعمال لغة البلد أو المنطقة التي يكونون أقلية فيها بدون أن يتأثر التحصيل الدراسي فيها للطلاب على نحو عكسي بالكفاية اللغوية الناقصة، كما أنهم يكتسبون مقدرة في كلتا اللغتين، وهذه الجماعات قد تكون أقليات وافدة كالعمال المهاجرين في أوروبا، أو أقليات محلية تعيش

في إطار لغة رسمية أو قومية وذلك كما هو الحال مع الويلزيين في بريطانيا. ويكلف إعداد برامج ثنائية اللغة وإنشاء مدارس عبئا ماليا على النظام التعليمي<sup>1</sup>.

ومن أمثلة الدول التي تعنى بالتعليم ثنائي اللغة الولايات المتحدة الأمريكية، ففي عام 1968 أُقرّ قانون التعليم الثنائي اللغة الذي يسمح بتبني برامج تعليم ثنائي اللغة للطلاب غير المتحدثين بالإنجليزية في بيوتهم، وفي نفس السنة خصص مبلغ 15 مليون دولار من أجل تطوير المناهج ومواد التدريس للتعليم ثنائي اللغة، وفي العام التالي ضوعف هذا المبلغ، وبعد عشر سنوات تم الزيادة في مخصصات الميزانية إلى 200 مليون دولار مع احتمالية زيادة تصل إلى 400 مليون دولار عام 1983<sup>2</sup>، ومع مجيء رونارد ريغان إلى سدة الحكم بتوليته رئاسة الولايات المتحدة الأمريكية، تغير هذا الاتجاه، وتم خفض بنود الميزانية المخصصة للتعليم ثنائي اللغة، ووجد أنه ذو تكلفة عالية، ففي عام 1985 خفض البند إلى 130 مليون دولار، وتم إضافة إلى ذلك تغيير تعريف ومحتوى التعليم ثنائي اللغة وتم ضمه إلى شؤون الأقليات، وتعلق أساسا بالمهاجرين واللاجئين الجدد<sup>3</sup>.

### 3.1.2. تعليم اللغة الأجنبية:

تستنفد رواتب المدرسين القسم الأكبر من النفقات، وأمام العدد الهائل للغات مقابل المخصصات المالية المحدودة، فإنه يتم اختيار اللغة الأجنبية التي يتم تعليمها بناء على عدة عوامل من ذلك البرامج الدراسية والأبنية المؤسسية والتقاليد والاعتبارات السياسية، وأكبر

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 129.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 130.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 130.

الدوافع لتعليم لغة معينة هو المنفعة الاقتصادية لها؛ فليس هناك اقتصاد قومي يمكنه أن يمول تعليماً جماهيرياً طويل الأمد ليس له عائد<sup>1</sup>.

ومن البلدان التي تشكل لها مسألة تعليم اللغة الأجنبية ضرورة اقتصادية هولندا، فقد اعتمدت في اقتصادها منذ قرون على التجارة الخارجية، وهي بلاد صغيرة المساحة، ولا يتحدث بلغتها بشكل واسع خارج حدود الدولة، فهذا كان لها دافعا قويا لاكتساب لغات أهم شركائها التجاريين، وهي الفرنسية والإنجليزية والألمانية، وبالتالي فإن تعليم هذه اللغات وجعلها مقررات إجبارية في التعليم العالي ضرورة اقتصادية بالنسبة لهولندا<sup>2</sup>، وهولندا نموذج مميز على مراعاة الجانب الاقتصادي في تعليم اللغات الأجنبية.

أما الصين ذات التعداد السكاني الهائل، فقد جعلت حكومتها اللغة الإنجليزية مادة إلزامية على الصعيد الوطني ابتداء من السنة الثالثة الابتدائية في عام 2001، وأصبحت مادة اللغة الإنجليزية لها نفس الأولوية؛ على قدم المساواة مع الرياضيات واللغة الصينية، حتى أنها أصبحت تدرس للأطفال الصغار في مدارس رياض الأطفال الصينية، وفي الصين عدد هائل من المؤسسات التي تعنى بتعليم اللغة الإنجليزية، فهناك - طبقاً لبعض الإحصاءات - ما لا يقل عن 30000 مؤسسة أو شركة تقدم دروس تعليم اللغة الإنجليزية خارج المدارس في الصين، ووفقاً لنشرة الإحصائي الوطني لتطوير التعليم فإنه قد تضاعف الإنفاق على تعلم اللغة الإنجليزية تقريباً في السنوات الماضية قبل 2010 إلى نحو 4.4 مليار دولار مع وجود أكثر من 400 مليون متعلم للغة الإنجليزية في الصين<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص134.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص134.

<sup>3</sup> - ينظر: محمد مازن جلال، مراجعة كتاب: اللغة الإنجليزية لغة عالمية في الصين: تفكيك الخطابات الأيدولوجية للغة الإنجليزية في إطار تعليم اللغات، مجلة التخطيط والسياسة اللغوية، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، المملكة العربية السعودية، العدد الخامس، أكتوبر 2017، ص152-153.

إذن فتعليم اللغة الأجنبية مسألة حساسة، تحتاج لتخطيط لغوي مُحكم، ففي البلدان العربية يُلاحظ فشل في تعليم اللغة الأجنبية في جُلها، وذلك لعدم وجود سياسة لغوية حكيمة تعمل على تعليم اللغات الأجنبية وفق الحاجة، بل العديد منها تُعامل اللغات الأجنبية وفق مبدأ (غنيمة حرب)، ويذكر عبد القادر الفاسي الفهري أن تعلمها بوصفها غنيمة تم اغتنامها من محتل الأمس قد تساهم في كثير من الأحيان "في تمديد عهد التبعية الاقتصادية"<sup>1</sup>، وقد يؤدي تعليم لغة أجنبية معينة أو التعليم بلغة أجنبية، إلى هجرة الأدمغة إلى تلك البلدان الحاضنة التي تعلّم لغتها في الصغر، فتصير البلد تخدم بلدا آخر لا نفسها، فمثلا في إنجلترا 30% من الأطباء هنود أو باكستانيون، وسبب هذا يرجع لأنهم تعلموا بلغة مستعمرهم بالأمس<sup>2</sup>، ولا تختلف البلدان المغاربية (خاصة الجزائر والمغرب وتونس) عن هذه المقاربة، فتعلّم العلوم باللغة الفرنسية يفتح الباب واسعا أمام المتخرجين - لاسيما الذين لم يجدوا عملا في بلدانهم أو ربما وجدوا عملا متدني الدخل لا يلي تطلعاتهم - للبحث عن عمل في البلدان والمناطق الغربية الناطقة بالفرنسية، أو ربما يجدون امتيازات وإغراءات من فرنسا أو إحدى الدول الأخرى الناطقة بالفرنسية (منطقة الوالون المتواجدة بجنوب بلجيكا، المنطقة الناطقة بالفرنسية المتواجدة بسويسرا، منطقة الكيبك المتواجدة في كندا)، فيهاجرون إليها، إذن فعامل اللغة هنا مهم وحاسم، فلا يُتصور أنه ينتقل إلى أحد البلدان أو المناطق الناطقة بالإنجليزية أو لتلك الدول التي تجعل الإنجليزية لغة المال والأعمال كبلدان الخليج مثلا حتى وإن كانت الامتيازات أفضل من الذهاب إلى البلدان الفرنكفونية، إلا إذا كان يُتقن الإنجليزية إتقاننا جيدا، والمثال البارز هنا هو كندا، فكندا بها العديد من المقاطعات كلّ لغتها الرسمية الأولى هي الإنجليزية ماعدا مقاطعة واحدة وهي مقاطعة الكيبك التي لغتها الرسمية الأولى الفرنسية، فنجد أغلب المهاجرين من بلدان المغرب العربي إلى كندا يختارون منطقة الكيبك عن بقية المقاطعات الأخرى كونها المنطقة

<sup>1</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، اللغة والبيئة، ص 81.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 81-82.



التي تتحدث الفرنسية ولغة الأعمال بها هي الفرنسية، أو ينتقلون للمقاطعات الكندية الأخرى التي تمنح امتيازات للناطقين بالفرنسية.

#### 4.1.2. تعليم لغة الأم:

ويقع خلط بين مصطلحات لغة الأم واللغة الأم، ويستعملان أحيانا لمفهوم واحد، أورد صالح بلعيد عدة تعريفات لمصطلح لغة الأم، فذكر التعريف التقليدي لها وهو أن "لغة الأم المربّية langue maternell أي تلك التي يسمعها من أمّه في البيت في المراحل الأولى من الاكتساب اللّغوي"<sup>1</sup>، وهناك من يرجع مصطلح لغة الأم أو اللغة الأمة إلى اللغة الرسمية المشتركة في البلد.

وتعد لغة الأم الأداة الأساسية لتنمية لغة الثقافة الموحدة، كما أنه يكفل استمرارية لغة مشتركة تلائم كل الأغراض<sup>2</sup>، والهدف من تعليم لغة الأم ليس الغرض منه أن يتعلم التلاميذ الحقائق اللغوية وما وراء اللغوية من قواعد وهجاء وأسلوب فقط، وإنما أيضا تعليم تاريخ اللغة المذكورة والأدب المكتوب بها، وبهذا يكون تعليم لغة الأم أهم استثمار عام في اللغة<sup>3</sup>، أي أنها تعلم اللغة وتُعلم كذلك الثقافة المصاحبة لها.

ولعل تعليم لغة الأم برز عندما استردت الدول التي تم احتلالها استقلالها فبدأت سياسة لغوية قائمة على محور الأمية وتعليم لغة الأم لكل فئات المجتمع وذلك مثلما حدث في الفيتنام وفي البلدان المغاربية الثلاث تونس والجزائر والمغرب.

<sup>1</sup> - صالح بلعيد، الاهتمام بلغة الأمة، منشورات مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2016، ص81.

<sup>2</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص137.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص138.

## 5.1.2. التخطيط اللغوي:

والتخطيط اللغوي له علاقة وطيدة بالسياسة اللغوية، ويعرف لويس جان كالفني التخطيط اللغوي بأنه: "البحث عن الوسائل الضرورية لتطبيق سياسة لغوية وعن وضع هذه الوسائل موضع التنفيذ"<sup>1</sup>، والتخطيط اللغوي الذي يقتصر على التدابير الممولة من القطاع العام من أجل حل مشكلات اللغة، وكذا الإشراف على عمليات تطويع اللغة وتوجيهها، يتم إنجازها عن طريق هيئات ومؤسسات ومشاريع تنحصر في:

## أ- الأكاديميات اللغوية:

ففي الجزائر مثلا هناك عدة أكاديميات وهيئات لغوية تابعة للدولة تهتم بتطوير ورعاية اللغتين الرسميتين في البلد العربية والأمازيغية؛ فبالنسبة للغة العربية هناك: المجلس الأعلى للغة العربية، المجمع الجزائري للغة العربية، مركز البحث العلمي والتقني لتطوير اللغة العربية بمقره الرئيسي بالجزائر العاصمة وفرعيه في تلمسان وورقلة، أما بالنسبة للغة الأمازيغية فيوجد المحافظة السامية للغة الأمازيغية والمجمع الجزائري للغة الأمازيغية.

## ب- مشاريع الإصلاح أو التحديث اللغوي:

من مشاريع الإصلاح اللغوي الممولة من لدن الدول نجد مشاريع إصلاح أو تحديث أو تغيير للكتابة، مثلما حصل في إصلاح إملاء اللغة الهولندية، و الدنماركية والألمانية، وتتسبب هذه المشاريع في نفقات كبيرة لتغيير الرموز ومواد الطباعة الرسمية المختلفة، وأيضا لإعادة التعليم في حالات التعديل بعيدة المدى<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - لويس جان كالفني، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ترجمة حسن حمزة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2008، ص395.

<sup>2</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص142.

ونجد من هذه المشاريع أيضا تلك المتعلقة بتغيير لغة ما مثلما حدث مع الفتنمة (أي جعل اللغة الفيتنامية هي اللغة المتداولة وهي اللغة الوظيفية في العديد من القطاعات كالإدارة والتعليم والإعلام)، حيث كانت اللغة الفرنسية هي اللغة الأولى والرسمية في الفيتنام وهذا نتيجة لاحتلال فرنسا للفيتنام، لكن مع خروج الفرنسيين واستقلال الفيتنام، تم التحول إلى اللغة الفيتنامية في قطاعات عديدة وكذلك التعريب الذي حدث في بلدان المغرب العربي الثلاثة (المغرب، الجزائر، تونس) بعد استقلالها من الاستعمار الفرنسي.

ومن مشاريع التحديث اللغوي أيضا صياغة المصطلحات، فتوحيد المصطلحات أمر مهم في الاتصال العلمي والتكنولوجي، فقد أنشأت اليونيسكو سنة 1971 مركز المعلومات الدولي للمصطلحات<sup>1</sup>، وفي العالم العربي تم إنشاء مركز تنسيق التعريب بالرباط الذي كان نتيجة لمؤتمر التعريب الأول المنعقد في الرباط بالمغرب في أبريل 1961 ويهدف هذا المركز إلى العمل على تنسيق جهود التعريب في سائر الأقطار العربية تحت إشراف جامعة الدول العربية والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الأليكو)<sup>2</sup>، ومكتب تنسيق التعريب يهتم كثيرا بمسألة صياغة المصطلحات ومحاولة توحيدها بين أقطار الوطن العربي، وقد كان ثمار ذلك أن صدر عنه معاجم عديدة في شتى التخصصات باسم: المعجم الموحد في...

#### ت- المشروعات البحثية:

هناك الكثير من المشاريع البحثية في المعجم والمصطلحية يتم تمويلها من قبل الدول، ليس لها تطبيق فوري، لكنها مع ذلك تضع أسسا مهمة لتطوير اللغة للأغراض الخاصة والمصطلحات وأنظمة المعرفة الأخرى، إضافة إلى مشاريع تتصل بشكل غير مباشر بسياسة

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص143.

<sup>2</sup> - ينظر: نازلي معوض أحمد، التعريب والقومية العربية في المغرب العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 1986، ص92.

محددة، كمشروع الأقليات اللغوية الذي قام ببحث أنماط الشائبة اللغوية في جماعات الأقليات اللغوية المختلفة في بريطانيا التي تكفلت بتمويله الدائرة البريطانية للتربية والعلوم<sup>1</sup>، من المشاريع أيضا مشروع المعجم التاريخي.

ث- الإعلام والترويج (العلاقات العامة):

فالتخطيط اللغوي الذي تقوم به الدول موجه لفئة محددة وغرض محدد، والناس بطبيعتهم قد يتأثر سلوكهم اللغوي وقد لا يتأثر نتيجة لتلك الإجراءات المحددة التي تهدف للتأثير في سلوكهم اللغوي، وقد يلزم أحيانا تنظيم حملات للترويج للأهداف المتفق عليها، وهاته الحملات تقوم بها عادة الوكالات الإشهارية وتكون تكلفتها مرتفعة، ففي إيرلندا قامت وكالة اللغة الأيرلندية بتوفير أموال ضخمة من أجل علاج مواقف الناس اتجاه اللغة الأيرلندية، وبدأت هاته الحملة سنة 1978 عن طريق حملة دعائية في الصحافة والإذاعة والتلفزة واللوحات الإعلانية<sup>2</sup>.

### 6.1.2. دعم التصدير اللغوي:

وهذا الأمر تقوم به دول قليلة، من هذه الدول التي تعمل على تصدير لغاتها ألمانيا، فوزارة الخارجية الألمانية تحتوي على قسم لترويج اللغة الألمانية، يخصص حوالي 50 بالمائة من الميزانية الثقافية لوزارة الخارجية الألمانية لإعانات التصدير اللغوي، ويكون هذا بواسطة بعض الهيئات كمعهد جوته والهيئة الألمانية للتبادل الأكاديمي والمكتب المركزي للمدارس الألمانية في الخارج، وجارة ألمانيا فرنسا من أكثر الدول إنفاقا على دعم التصدير اللغوي، فقد أنشأت عدة هيئات ومنظمات من أجل حماية اللغة الفرنسية والدفاع عنها ومن أجل

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 143.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 144.

مصالحها، والفرنكفونية من بين هذه المنظمات؛ وتعد أداة أساسية لنشر الفرنسية وحمايتها من خطر تفوق الإنجليزية في السوق العالمية، وفي تقرير أعده المجلس الاقتصادي والاجتماعي أشار إلى أن وجود الفرنسية في الخارج أمر أكبر من مسألة تراث ووجاهة، بل هو سبيل لجني المعرفة عن فرنسا واستعمال خدماتها التجارية واستهلاك سلعها والدخول معها في علاقات تبادل<sup>1</sup>.

أما دعم تصدير اللغة العربية فتقوم به العديد من الدول العربية، ويتم هذا التصدير اللغوي عادة إلى الدول الإسلامية غير الناطقة بالعربية، من ذلك ما قامت به المملكة العربية السعودية في إنشاء عدة معاهد وكليات منها: معهد العلوم الإسلامية والعربية في إندونيسيا، معهد العلوم الإسلامية والعربية في أمريكا، المعهد العربي الإسلامي في طوكيو<sup>2</sup>. إذن للتصدير اللغوي أهمية كبيرة في نشر اللغة والثقافة، وتؤدي سفارات الدول دورا كبيرا في هذه العملية، ولعل من أبرز وسائل التصدير اللغوي تقديم المنح لدراسة اللغة لأفراد خارج المنطقة العربية الذين يعودون بعد انتهاء مدة دراستهم إلى بلدانهم ويساهمون في نشر اللغة العربية، وهذا ما تقوم به بعض الدول العربية التي تقدم منحاً في اللغة العربية والدراسات الإسلامية.

## 7.1.2. الاتصال في المنظمات الدولية:

فالخدمة اللغوية التي تقدمها مثلا الأمم المتحدة من ترجمة فورية وترجمة تحريرية وترجمة الوثائق الرسمية يتم تمويلها من خارج ميزانية الأمم المتحدة والتي يتحملها الأعضاء بنظام حصص

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 145-146.

<sup>2</sup> - ينظر: صالح بن حمد السحيباني، جهود المملكة العربية السعودية في خدمة اللغة العربية في الخارج دراسة مسحية وصفية، الجهود السعودية في خدمة اللغة العربية، السياسات والمبادرات، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، السعودية، ط1، 2017، ص 475 إلى 481.

نسبية، فهي تستخدم هيئة دائمة متكونة من 120 مترجماً إضافة إلى عدد كبير من مترجمي المؤتمرات غير الدائمين تدفع لهم أجورهم باليوم، كما أن الدول التي تطلب وثائق جلسات الأمم المتحدة بغير اللغات الست الرسمية فيها فإنها تدفع مقابل الترجمة من خارج حصتها في الميزانية<sup>1</sup>.

كما نجد من أكثر المنظمات العالمية إنفاقاً على الخدمات اللغوية كالترجمة مثلاً الاتحاد الأوروبي، فكل لغة إضافية تكلف البرلمان الأوروبي مبلغاً يقدر بـ 25 مليون يورو سنوياً، فالتوسع من 11 لغة إلى 23 لغة فرض جلب 119 مترجماً جديداً لكل لغة، وبذلك ارتفعت تكاليف التوسع إلى 25 دولة من 274 مليون يورو سنوياً إلى 443 مليون يورو<sup>2</sup>. وهذا برهان على إعطاء الدول المتقدمة مكانة خاصة للغاتها حتى وإن كان يجمعها تكتل اقتصادي واحد.

يظهر مما سبق أن الدول تنفق أموالاً ضخمة من أجل السلم المجتمعي داخل البلد ومن أجل تحقيق المنفعة المادية والمعنوية للدولة ولجميع مواطنيها، ويتضح هذا الإنفاق جلياً في الدول الغربية التي تقر بصفة رسمية على التعددية اللغوية ككندا وبلجيكا.

## 2.2. الإنفاق على اللغة في القطاع الخاص

تؤدي اللغة في الشركات والمؤسسات الخاصة دوراً مهماً في العملية الاتصالية والتواصلية داخل المؤسسة وخارجها، فهي الأداة الأساسية للتفاعل، وقد ينتج عنها تكاليف ومصاريف متعلقة بما قد تكون مكلفة في كثير من الأحيان، فتستعمل اللغة في التواصل الداخلي للشركة بين الإدارة والموظفين، فهي تسعى إلى إعلامهم بكل جديد سواء من خلال الخطاب المباشر

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 151.

<sup>2</sup> - ينظر: خير الدين شمامة، إشكالية اللغة العربية في الجزائر بين مخلفات الاستعمار وضغط العولمة، اللغة والهوية في الوطن العربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، لبنان، ط1، 2013، ص131.

أو عن طريق المعلقات والمنشورات، وهنا تظهر السياسة اللغوية للشركة؛ بأي لغة تخاطب موظفيها؟ ويقع هذا الإشكال خصوصا في الشركات المتعددة الجنسيات، ويبدو أن كثيرا منها تجنح إلى استعمال اللغة الإنجليزية كلغة مشتركة بين الجميع، ولدى بعض الموظفين مهارات متميزة في عملهم ولكنهم لا يتقنون الإنجليزية أو اللغة المشتركة في العمل، فتلجأ كثير من الشركات إلى جلب أساتذة ومدربين يعملون على تحسين قدرات الموظفين اللغوية، كما أن اللغة تظهر أيضا في اتصال الشركة الخارجي سواء مع الشركات الأخرى أو الحكومات وحتى الزبائن، ولعل السياسة اللغوية للتعامل مع الزبائن سياسة خاصة مختلفة عن سياسة تعامل الشركة مع شركة أو شركة مع حكومة.

ويتخذ إنفاق الشركات والمؤسسات الخاصة على اللغة أشكالا مختلفة ويبرز في اتجاهين واضحين هما؛ الاتصال الداخلي في الشركة، والاتصال الخارجي للشركة.

### 1.2.2.1. الاتصال الداخلي للشركة:

لا شك أن الانسجام داخل الشركة أمر يجب أن يتحقق، وفي ذلك لا بد من سياسة لغوية تعالج النقائص اللغوية، وتساهم في تحقيق التواصل الفعال سواء بين الإدارة والموظفين، أو بين الموظفين فيما بينهم، وهذا بدوره يحقق المنفعة للجميع.

وتتركز السياسة اللغوية للشركات في الاتصال الداخلي على الإنفاق على أمور عديدة، من بينها:

### 1.1.2.2. تعليم اللغة:

ففي دراسة قام بها باحثان في هونج كونج على خمس عشرة شركة توفر تعليم لغة أجنبية لهيئة الموظفين، وهذه الشركات تنتمي لصناعات مختلفة هي: الفنادق، البنوك، شركات الاتصالات، صناعات الطاقة. خلاصا في هذه الدراسة إلى أن الهدف من هذه الدورات يتلخص

في ثلاثة عناصر هي: تحسين مجمل كفاءة الاتصال للشركة، تحسين الاتصال بين هيئة الموظفين والإدارة، تحسين الاتصال بين الموظفين والعملاء<sup>1</sup>، فالتواصل الفعال المفهوم داخل الشركات يساهم في الانسجام بين أعضاء الفريق.

### 2.1.2.2. تنسيق واتساق المصطلحات والأوصاف:

يعد تنسيق المصطلحات والأوصاف من المجالات التي لا يُنظر إليها على أنها ذات أهمية كبيرة، غير أن أهميتها تظهر جليا لدى الشركات الكبرى التي لديها مصانع متعددة للإنتاج وذات الإدارة اللامركزية، فكلما كانت الشركة كبيرة كانت المنتجات التي تنتجها أو تتعامل فيها كثيرة، كان اتساق التسميات أكثر أهمية، فتسمية المكونات يجب أن يتجنب فيها الغموض، مفسرة لنفسها وأن تكون قصيرة وبسيطة بقدر الإمكان، كما أن كثيرا من المكونات التي يتم تسميتها يجب تسجيلها في إحصاءات التجارة الخارجية، وهذا يقتضي أن تتوافق تسمياتها مع التصنيف التجاري العالمي الموحد، والصناعة بدورها تساهم في إقامة المقاييس الدولية التي يضعها مركز المعلومات الدولي للمصطلحات<sup>2</sup>.

### 3.1.2.2. الترشيد:

مع ظهور التكنولوجيا ذات الكفاءة الوظيفية العالية، أصبحت كثير من الشركات تسعى لاستبدال العنصر البشري بالآلات وأنظمة التشغيل لاسيما المتعلقة بالمعالجة الإلكترونية للمعلومات ومجال الاتصالات الهاتفية وبعض المجالات المتصلة باللغة كالترجمة الآلية وبرامج معالجة النصوص<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولاس، اللغة والاقتصاد، ص 168.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 171.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 170.



فالتنافس بين الشركات ولّد ضغطا جعل من ترشيد الاتصال الداخلي للشركة أمرا ضروريا، وتكمن أهميتها في أن لها أثرا على المدى البعيد كما وكيفا في استخدام اللغة، فالكتابة اليدوية تفقد بعضا من وظائفها التقليدية في إنتاج المعرفة وتوصيلها وتخزينها، ويسهم التمكن من المعاجم الإلكترونية والمعاجم متعددة اللغة وبنوك المعلومات والمصطلحات من إنتاج النصوص بسرعة<sup>1</sup>.

### 2.2.2.2. الاتصال الخارجي للشركة:

ويتجلى التواصل الخارجي للشركات في عدة مظاهر منها:

#### 1.2.2.2.2. التسويق:

يعد التسويق أداة فعالة للشركات للوصول لأكبر قدر ممكن من الزبائن، إذ يسعى المسوق إلى جذب انتباه متلقي الخبر أو الإشهار ومن ثم محاولة إقناعه باقتناء المنتج أو الخدمة المعروضة، ولا بد له في ذلك أن يتكلم لغة المتلقي من أجل إفهامه والتأثير عليه، واللغة لا تظهر في الإشهار فقط، بل تظهر أيضا في طريقة التواصل مع العملاء وهذا ما يسمى بخدمة العملاء، وتتجلى الأهمية اللغوية في عمليات تصدير المنتجات أو الخدمات خارج حدود البلد، فواجب على الشركات المصدرة "أن تطور كفاءة اتصالها بطريقة تجعلها قادرة على تقديم هذه المواد بلغات الأسواق التي تتعامل فيها، وإلا فعليها أن تدفع لمقاولين فرعيين كي ينتجوا هذه المواد"<sup>2</sup>، فأهمية الكفاءة اللغوية في العملية التسويقية، إذ أن لها آثارا إيجابية أو سلبية بحسب التعامل معها؛ فالتمكن من اللغة يُمكن البائع من شرح المنتج أو الخدمة للعميل بطريقة سهلة وبسيطة كما تساهم في إقناعه على شراء المنتج.

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص172.

<sup>2</sup> - نفسه، ص166.

## 2.2.2.2. التعامل مع المصانع والموردين:

تقوم الكثير من الشركات بتوظيف أشخاص يُتقنون لغة معينة من أجل التواصل مع الموردين، وهذا ما نجده في كثير من الشركات العربية التي تُوظف أشخاصا يُتقنون اللغة الصينية إذا كانوا يستوردون السلع من الصين، ويوظفون آخرين يتقنون اللغة التركية من أجل التواصل مع الموردين وبائعي الجملة في تركيا، وهذا يسمح لهم بجلب سلع أرخص، فالتفاوض بلغة البائع ليس هو التفاوض بلغة أخرى، ويتجلى التأثير الحقيقي عند اقتناء كمية كبيرة من منتج أو عدة منتجات.

يتضح أن الإنفاق الحكومي على السياسات اللغوية ضخم جدا لدرجة لا تقارن أمام إنفاق الشركات على إحقاق السياسة اللغوية؛ فالعائد على الاستثمار من الإنفاق الحكومي على السياسات اللغوية قد يكون ماديا ملموسا على اقتصادياتها وقد يكون معنويا يتمثل أساسا في تحقيق السلم والعدالة، أما العائد من الاستثمار في الشركات فهو مادي.

## ثالثا: اللغة والنشاط الاقتصادي

للنشاط والتبادل الاقتصادي دور مهم في حياة الأفراد والمجتمعات، وتقوم هذه العلاقات الاقتصادية على مبدأ الاتصال، واللغة من أهم وسائل الاتصال، وبالتالي فإن للغة دورا هاما في هذا التبادل الاقتصادي.

## 1. اللغة والتجارة:

تعد التجارة من أهم الأنشطة الاقتصادية القائمة على التبادل، فهي دافعة إلى التواصل والاحتكاك بين الأفراد والمجتمعات، وبهذا يكون للغة دور اتصالي فعال، وكما أن للغة دورا

تأثيريا فعلا في التجارة، فهي أيضا تتأثر بالممارسات التجارية، والتجارة بالإضافة إلى عوامل أخرى من أهم العوامل الاجتماعية لانتشار اللغة، هذا ما ذكره فلوريان كولماس بقوله: "أهم العوامل الاجتماعية التي تساهم في انتشار لغة ما هي الغلبة والهجرة الكثيفة والاستعمال والتحول الديني والتخطيط اللغوي الرسمي وكذلك النقل والتجارة"<sup>1</sup>.

### 1.1. التجارة ونشأة اللغات الهجينة:

وتلعب التجارة دورا في نشأة لغات وموت أخرى، من ذلك أنها كانت سببا في ظهور لغة مشتركة (lingua franca) في منطقة البحر الأبيض المتوسط في القرون الوسطى وحتى القرن التاسع عشر، كشاهد على وجود لغة أعمال متعددة المصادر والتي بُنيت أساسا على الأصول الرومانية وتضم عناصر من العربية والفارسية والإغريقية والسلافية<sup>2</sup>، كما أن التجارة من أهم العوامل في انتشار اللغات ودخولها مجالات وظيفية أخرى غير التجارة ذاتها، ومن هذه اللغات الوسيطة، الألمانية الدارحة في بحر البلطيق وبحر الشمال، المالوية في جنوب شرق آسيا، والسواحلية في شرق إفريقيا<sup>3</sup>، فقد كان لاتصال العرب بإفريقيا بعدة طرق كالهجرة والتجارة وغيرهما إلى ظهور اللغة والثقافة السواحلية التي تعد نتيجة "تلاقح مؤثرات إفريقية وعربية (وفارسية) في جو اسلامي"<sup>4</sup>.

بالتالي فإن التواصل اللغوي بين الناس أثناء التجارة يولد لغة هجينة، وبهذا فإن التجارة من الأسباب الرئيسية في نشأة اللغات الهجينة، ونتيجة لعدة ظروف في المجتمعات التي فيها اختلافات لغوية كبيرة، أو تلك الجماعات التي حرمت من إمكانية استعمال لغتها الأم، فإن

<sup>1</sup> - فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 235.

<sup>2</sup> - ينظر: عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلاد العربية، ص 258.

<sup>3</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 243.

<sup>4</sup> - يوسف فضل حسن، الجذور التاريخية للعلاقات العربية الإفريقية، العرب وإفريقيا، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط2، 1987، ص 33.

اللغة الهجينة يمكن أن تصبح لمستعملها أداة أكثر قيمة من لغات الأم، وكلما استعملت هذه اللغات الهجينة في وظائف اتصالية إضافية وبشكل دائم، وتوغلت بشكل تدريجي حتى اكتسبت خاصية اللغة الأولى، ومن الممكن أن تكون اللغة الوحيدة للجيل التالي من المتحدثين، حينئذ سوف تتطور اللغة الهجينة إلى لغة مكتملة النمو، واللغات التي ثبتت لها هذه العملية في التاريخ تسمى (لغات كريولية) ويطلق على هذه العملية اسم (التكريل)<sup>1</sup>. إذن للغة مراحل في تطورها؛ فأولا تكون لغة هجينة نتيجة تداخل مفردات وتراكيب لغتين على الأقل ومع انتشارها واستخدامها بكثافة تنتقل بعد فترة إلى مرحلة أعلى تحت تسمية (اللغة الكريولية)، ثم تنتقل بعد فترة إلى لغة قائمة بذاتها ولعل هذا ما حدث مع عدة لغات احتكت مع اللغة العربية فتولدت لغة ثالثة تمزج بين صفات اللغتين، من ذلك اللغة السواحيلية في شرق إفريقيا، والمالوية في جنوب شرق آسيا.

وهناك أمثلة عديدة عن اللغات الهجينة والكريولية الناتجة والمتولدة عن التبادل التجاري، فمن أمثلة ذلك التجار الأوروبيون الذين أقاموا صلات تجارية مع الشعوب في القارات الأخرى، كما في المناطق الساحلية من الهند والصين، والساحل الغربي لإفريقيا والحافة الشمالية الشرقية لأمريكا الجنوبية، وتوجد أيضا في تنوعات كثيرة في جزر الكارايبي حيث تنافس القراصنة والتجار البرتغاليون والإسبان والهولنديون والبريطانيون والفرنسيون بعضهم مع بعض، وهناك أيضا أمثلة أخرى عن اللغات الهجينة التجارية من ذلك هندية البازار وهي الصيغة المختصرة من الهندية التي نشأت في أسواق شمال الهند، و (السانجو) اللغة الكريولية الإفريقية المستعملة بشكل واسع كلغة وسيطة في جمهورية إفريقيا الوسطى<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 201-202.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 202.

وكان انتقال البضائع والسلع بين الشعوب والدول يتم قديما عبر طريقين رئيسيين هما الطريق البري والطريق البحري، وقد كان للتجارة البحرية مميزات خاصة و كان لها بصمتها وتأثيرها على التواصل اللغوي، وفي ذلك ما عبّر عنه أحدهم بأن أكثر الظروف ملائمة لتكوّن هذه اللهجات هو سطح السفن التجارية التي تجوب البحار وتحمل أعدادا ضخمة من البحارة الغرباء<sup>1</sup>، وفعلا نجد أن للبحارة دورا في نشر العديد من المصطلحات والعبارات، ففي الجزائر نجد تأثير البحارة والبحر واضحا بشكل عام على سكان الأحياء المحاذية للميناء كالقصبية الموجودة في العاصمة الجزائرية فلباسهم منتشر بين ساكنة المنطقة الرجال وكذلك لغتهم، وتبرز لغتهم في الأغاني المتداولة بينهم والتي تعرف بأغاني (الشعبي)، وتأثيراتها تمتد لمدن وولايات أخرى غير ساحلية؛ فمن الألفاظ والعبارات العامية المستعملة: (راني صيدتو، طاح في الشبكة، لوح الصنارة...) كما نجد عبارات مستعملة في الساحل لها علاقة بالبحر تستعمل في المدن غير الساحلية بلفظ آخر، ففي العاصمة الجزائر يستعملون لفظة (بَحْرُتُو) المشتقة من البحر للدلالة على أنه ضيع الشيء، بينما في مدن أخرى كمدينة المدية فتستعمل لفظة (وَدْرُتُو) للدلالة على اللفظة الفصيحة (ضيعته).

وقد أشار هانكوك إلى أن ملاحى السفن التجارية البريطانية كانوا يستعملون تركيبا غير متجانس، وكانت اللغة البحرية الخاصة التي استعملوها عاملا مؤثرا في تكوين اللغات الهجينة إنجليزية الأساس، لاسيما لغة الكريو في غرب إفريقيا، وقد ساهم أيضا البحارة الهولنديون في نشر البرتغالية الهجينة في جزر الكارابي وهذا نتيجة لتجارة الملح الهولندية مع البرتغال بالإضافة لكون الهولنديين كانت لهم صلات متعددة مع البرتغاليين في غرب إفريقيا والجزء الأطلنطي في

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولاس، اللغة والاقتصاد، ص 203-204.

البرازيل وجزر الهند الغربية، والتي استعمل فيها ملاحو السفن التجارية الهولندية لغة هجينة برتغالية الأساس<sup>1</sup>.

## 2.1. التجارة واقتراض المفردات بين اللغات

تلعب التجارة دورا مهما في عملية اقتراض المفردات بين اللغات، خاصة اللغات الحاملة لثقل معرفي أو روحي أو لغات دول قوية تقترض مفرداتها إلى لغات ذات قيمة ضعيفة أو لغة شعوب ضعيفة.

ومن الأمثلة المثيرة للانتباه التي تبرز التأثير الضخم للتجارة على اللغات، المثال الياباني فقد كان اتصال اليابان بالدول الأخرى مقصورا على الصين وكوريا لعدة قرون، ثم تواصلوا مع البرتغاليين إثر وصولهم للشواطئ اليابانية في أواسط القرن السادس عشر، وتبعهم الإسبان بعد ذلك بعقود، وفي عام 1600 ميلادي وصل أوائل الهولنديين على متن سفينة تابعة لشركة روتردام التجارية، وقد كان الهولنديون منشغلين بالجانب التجاري أكثر من الجانب الديني الذي كان يهتم به البرتغاليون والإسبان أكثر، لذلك تم إبعاد البرتغاليين والإسبان وغيرهم من الغربيين من اليابان، وسمح للهولنديين وحدهم بأن يحتفظوا بامتيازهم التجاري، ونتيجة لهذا تمتع الهولنديون باحتكار التجارة مع اليابان لفترة تجاوزت 200 عام<sup>2</sup>.

هذا الاتصال بين اليابان وهولندا كان وفق ضوابط صارمة لمنع التأثير الذي ينبعث من المحطة التجارية، لذا أنشئ المصنع على جزيرة صناعية سميت بديشما، يربطها بالمدينة جسر عليه حراسة، وهذا المصنع الهولندي التابع لشركة الهند الشرقية عين به مدير وعدد من الموظفين لا يتجاوز عددهم العشرين موظفا، وقد كان الموقع الوحيد للاحتكاك والتواصل بين الأجانب

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 204.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 336.

والسكان اليابانيين، وقد أصدرت الحكومة اليابانية تعليمات تمنع أي هولندي من مغادرة الجزيرة دون تصريح، بالمقابل تم تعيين مترجمين للغة الهولندية مهمتهم هي العمل وسطاء ومأموري ضرائب ومراقبين للتجارة مع الهولنديين، وبمرور الوقت أصبح لهؤلاء المترجمين تأثيرا كبيرا، ومع انتهاء سياسة العزلة منتصف القرن التاسع عشر صار كبير المترجمين يرأس مكتبا بهيئة موظفين من حوالي 140 مساعدا، إذ يعد هؤلاء المترجمون هم الذين اقترضوا فعليا عن طريق ترجمة العقود التجارية وقوائم الشحن، وكذا ترجمة كتب بالهولندية عن صناعة السلاح والطب وبناء السفن وميادين أخرى كانت أوروبا متفوقة فيها على اليابان، وأيضا تصنيف المعاجم<sup>1</sup>.

ونجد التأثير واضحا في اللغة اليابانية التي بها مفردات كثيرة تم اقتراضها من اللغة الهولندية، فقد قدم أحد الباحثين قائمة بأكثر من 400 مادة تتكون في الأغلب من كلمات هولندية بالمعنى الدقيق، وكذلك من كلمات لغات أخرى كالبرتغالية التي دخلت اليابانية عن طريق الهولندية<sup>2</sup>، وقد اتخذ اليابانيون الأشياء الهولندية مع أسمائها الهولندية، والكلمات الهولندية المقترضة التي تغلغت في اليابانية هي البداية لدخول كلمات اللغات الأوروبية الأخرى التي تم الاقتباس منها للحاجة المعجمية المتزايدة عندما أنهت اليابان سياستها الانعزالية، وفقد الهولنديون مركزهم وتناقصت تجارتهم مع اليابان نتيجة لإقامة اليابان علاقات تجارية مع الولايات المتحدة والقوى الأوروبية، وحلت اللغة الإنجليزية محل الهولندية بوصفها اللغة الغربية الوحيدة المانحة لليابانية<sup>3</sup>.

والآثار التي تركتها العلاقات التجارية بين اللغتين الهولندية واليابانية واضحة في الاعتماد الكبير لليابانية على الهولندية، غير أنه من النادر وجود كلمات مقترضة من أصل ياباني في اللغة

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 337.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 336.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 339-340.

الهولندية، وتفسير هذا يمكن إرجاعه إلى أن شركة الهند الشرقية الهولندية قد مارست الجزء الأكبر من التجارة مع اليابان في آسيا وليس في هولندا<sup>1</sup>.

### 3.1 التجارة والتمايز اللغوي:

تؤدي المنافسة التجارية إلى محاولة الظفر بالأسواق المتكلمة للغة معينة، وقد يؤدي ذلك إلى محاولة تقسيم فرعي للغة واحدة بهدف الظفر بتلك السوق ومن الأمثلة التي تبين العلاقة الوطيدة بين اللغة والتجارة ما سمي بحرب المعاجم، هذه المنافسة التي سميت حربا مجازا نشأت إثر المنافسة التجارية بين نوح وبستر (noah webster) و جي.إ. وورسستر (joseph emerson worcester) في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان ذلك في أواخر العشرينيات والثلاثينيات من القرن التاسع عشر، فوبستر في معجمه الأول عام 1806، وفي طبعته الثانية المنقحة للعام 1828 والتي بها 70000 مادة، وبه جسّد دعواه للاستقلال اللغوي عن إنجلترا، وصنع سوقا جديدة بتقديم اصطلاحات إملائية جديدة، فقبول هذه الاصطلاحات في أمريكا يجعل من الصعب على الناشرين البريطانيين تزويد السوق الأمريكية بمنشوراتهم والسيطرة عليها، وقد تم نشر معجم وورسستر أيضا في الولايات المتحدة في العام نفسه قصد إحباط محاولة وبستر المحافظة على عوائد تسويق اللغة في البلاد وألا يدعها تذهب لإنجلترا، فمعجم وورسستر صُمّم لحماية نموذج الإنجليزية الجنوبية الذي قننه جونسون، وبالتالي المحافظة على الهيمنة الاقتصادية اللغوية لبريطانيا العظمى، وقد نجح في هذه المنافسة وبستر، الذي أسقط هو وناشر معجمه المنافس وانتشر المعجم في الولايات المتحدة الأمريكية، وخلال العقدتين أو أكثر اللذين خصصهما وبستر للمعجم لم يتوقف عن طلب الدعم المالي من أصدقائه ومعارفه الذين كان يأمل أن يكونوا متعاطفين مع مشروعه، ففي البداية لم تكن هناك عوائد كبيرة؛ فلم يطبع من طبعة عام 1828 إلا 2500 نسخة إلا أن وبستر أصبح له

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 340.



مطامح ومطامع كبيرة وظهر ذلك جليا في عنوان الطبعة الثالثة من المعجم التي صدرت عام 1971، والذي حمل عنوان: (معجم وبستر الثالث العالمي الجديد للغة الإنجليزية)، بخلاف الطبعتين الأولى والثانية اللتين تضمنتا اسم أمريكا، ففي الطبعة الثالثة أُزيل اسم أمريكا وضمّنت لفظة (العالمي)<sup>1</sup>.

وُثِّبَ حرب المعاجم، التأثير اللغوي والاقتصادي البعيد المدى الذي يُمكن أن يتحقق بواسطة اللغة متمثلة هنا في المعاجم، وبسببها قد تنشأ حرب لغوية-تجارية تبقى آثارها لعدة أجيال، فلغة معجم وبستر هي السائدة حاليا في أمريكا ولها سوق عالمية، ويتضح ذلك من خلال الطلب المرتفع لتعلم اللغة الإنجليزية الأمريكية، وهذا راجع بالأساس إلى طموح وبستر في الانتقال من السيطرة على سوق اللغة الإنجليزية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى السيطرة على سوق اللغة الإنجليزية في العالم.

## 2. اللغة والسوق

الأسواق هي القلب النابض للتجارة، وفيها تتم المبادلات التجارية، والسوق مثلما يراها فلوريان كولماس "هي ذلك المكان الذي يلتقي فيه الناس لتبادل البضائع حيث يُنجز الاتصال والاتفاق"<sup>2</sup> وتعد التجارة الممارسة الاجتماعية الأكثر تعرّضاً لمشكلة تلاقي مئات البشر وهم لا يتكلمون اللغة ذاتها<sup>3</sup>، لكن رغم هذا العائق اللغوي فإن الإنسان قادر على إيجاد وسيلة للتواصل في كل مرة يحتاج فيها إلى ذلك، ومن الأمثلة في هذا المجال طرق التبادل في القرون الوسطى في إفريقيا الغربية، حيث كان التاجر يكشف بضاعته ويضعها على الأرض في أكوام صغيرة منفصلة، ثم يتعد عن أنظار السكان الأصليين الذين يقتربون من البضاعة ويضعون بجانب كل

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 96-97.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 56.

<sup>3</sup> - ينظر: لويس جان كالفي، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ص 159.

كومة من البضاعة كمية من التبر ثم ينسحبون بدورهم، ويعود التجار ويأخذ كل واحد منهم ما وجده من التبر إلى جانب كومتهم، ثم ينسحبون قارعين الطبول دلالة على الذهاب وإتمام الصفقة<sup>1</sup>.

ويرى فلوريان كولماس أن هذا النوع من التبادل التجاري -والذي يسميه بالمقايضة الصامتة- هو شكل من الأشكال البدائية للتبادل في سوق ذات نطاق محدود، فحينما تنتج السلع من أجل السوق، ويتسع نطاق السوق إضافة إلى أمور أخرى، فإن الصفقات لا تعود تتم في صمت، والبائع الثرثار يعد الرمز الفعلي للتجارة النقدية، فهو يبذل جهده برفع صوته حتى يصل لآذان الزائرين للسوق ويسمعه ويفهموه، والمقابل الحديث للتاجر الثرثار هو الإشهار<sup>2</sup>.

وقام لويس جان كالفي مع طلبته بدراسات لأسواق متعددة اللغات واستخلص بأن السوق له دور هام في تشخيص الحالة اللغوية خاصة تلك الأسواق المتعددة اللغات، وفي ذلك يقول: "يبدو السوق كاشفاً جيداً لإدارة التعدد اللغوي الذي تشكّله الممارسة الاجتماعية: فنحن نجد فيه لغات تفرض كلٌ واحدةٍ منها نفسها لغةً ناشرةً قد لا تستخدم إلا في هذا الموضع، وقد تكتسب مواقع في أماكن أخرى، ووظائف أخرى غير الوظيفة التجارية، لأنّ هذه اللغات التي تفرض نفسها في هذا الموضع، ومن أجل هذه الوظيفة يمكن أن تكون، في المجتمع كلّ، لغات الغد الناشرة"<sup>3</sup>، ويقصد كالفي باللغة الناشرة اللغة المشتركة التي تجمع المتكلمين بلغات مختلفة<sup>4</sup>

ودرس جان كالفي مع طلبته سوقين من أسواق كانتون في مدينة كانتون جنوب الصين، وتشهد هذه المدينة تعايش لغتين على الأقل: اللغة الكانتونية وهي لغة محلية، ولغة بيتونغ هوا

<sup>1</sup> - ينظر: لويس جان كالفي، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ص 159، 160.

<sup>2</sup> - ينظر: فلوريان كولماس اللغة والاقتصاد، ص 56-573

<sup>3</sup> - لويس جان كالفي، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ص 161.

<sup>4</sup> - ينظر: نفسه، ص 404.

(الماندران) وهي لغة مشتركة تستخدم في وسائل الإعلام الصينية وتدرّس في المدارس، وتعد اللغة الأولى في شمالي الصين، أما في كانتون فتعد اللغة الثانية، وبالإضافة إلى هاتين اللغتين يوجد بعض اللغات الصينية الأخرى كالوو والهكا.. وعدد من لغات الأقليات، والسوقان اللذان تم إجراء الدراسة عليهما هما: سوق كينغ بينغ لو للمواد الغذائية الواقع على شاطئ بحيرة اللؤلؤ في مقابل جزيرة شميان، وسوق غاو دي جيه للألبسة الواقع في وسط المدينة، ومن الملاحظات على سوق كينغ بينغ لو أن هناك جانبا يباع فيه الخزف الصيني والشجر القزم وهو الجانب الوحيد الذي يقصده الأجانب أحيانا للشراء منه، حيث لا يتكلم الباعة أيًا من اللغات الغربية، وتقتصر معرفتهم على عبارتين إنجليزيّتين: الأولى عبارة التحية hello لاستدعاء الزبائن الأجانب المحتملين، والثانية والتي تكون في حالات نادرة وهي how do you do ? للسؤال عن الحال، وتكون عملية البيع أولا بالاهتمام الذي يبدو على السائح نحو قطعة ما، فيخرج البائع من جيبه قطعة كرتون مقوى مكتوب عليها في أعمدة منتظمة الأرقام من 1 إلى 100، وتكون الأرقام عادة من 1 إلى 50 على وجه الكرتون، أما من 50 إلى 100 تكون على القفا، ويحدد الرقم المقابل للثمن الذي يرغب في أن يحصل عليه بعملة اليوان، كما يحدد المشتري أيضا الثمن الذي يريد أن يدفعه بالإشارة بسبّابته إلى الرقم<sup>1</sup>.

وهذا المثال يُوضح أن اللغة تسهل عملية التواصل في الأسواق بين البائعين والمشتريين، وهذا يقتضي لغة مشتركة مفهومة بين الطرفين؛ غير أن غياب هذه اللغة لا يجد من العملية التجارية التي يمكن أن تتم، لكن ليس بالسهولة التي تقتضيها وجود لغة مشتركة.

وهذا المثال الذي طرحه كالفني في سوق كينغ بينغ استدعى منه تسجيل عدد من

الملاحظات:

<sup>1</sup> - ينظر: لويس جان كالفني، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ص 161، 162.

- الأولى: التاجر في هذه السوق لا يتساءل عن اللغة التي يخاطب به الزبون، فجميع الأجانب في نظر هؤلاء التجار من المتكلمين بالإنجليزية، وتعد كلمة hello كافية، وهذا خلاف العديد من الأماكن التي تتم فيها التجارة في العالم التي يعرف التاجر فيها عددا من اللغات، يستطيع أن يخاطب فيها الزبون بلغته، أو بلغة عالمية كالإنجليزية أو الفرنسية وهذا مثلا في مصر والمغرب.

- الثانية: يقيم الكرتون الموصوف تناسبها تماما بين الحاجة إلى التواصل، والجواب الذي تقدمه الممارسة الاجتماعية لهذه الحاجة، والضرورة الاتصالية الوحيدة هنا تتعلق بالثمن وبالمساومة عليه، والشفرة المستخدمة كافية للتعبير عنه، وتُعوّض لغة الجسد - من خلال الإشارات والإيماءات - الاعتراضات المعتادة في المساومات.

- الثالثة: اعتمد في سوق كينغ بينغ نظام تواصل يقيم على الرموز الخطية والإشارات والإيماءات وهو نظام تواصل محدود نظرا للمحتوى البسيط الذي تم نقله، وكلما تعقد المحتوى تتعقد معه شفرة التواصل<sup>1</sup>.

والنموذج المطروح سلفا نموذج يكاد يقتصر على التواصل غير اللغوي وهو نموذج نادر في التعاملات التجارية يمكن أن يستعمل في حالات خاصة (كالحالة السابقة التي تعامل فيها التجار المحليون مع زبائن أجنبي) لأن الأصل في المعاملات التجارية هو التواصل اللغوي، ولم تقتصر دراسة جان كالفي مع تلامذته على سوقي مدينة كانتون على الجانب غير اللغوي بل أيضا اهتموا بالجانب اللغوي الذي يعد المحور الأصلي والأساسي لبحوثهم، والملاحظ من خلال الاستقصاء أن لغة التواصل الطاغية في سوق كينغ بينغ لو هي الكانتونية، أما اللغة الوطنية بو تونغ هوا (الماندرين) فاستعمالها قليل جدا، وبالمقارنة مع سوق غاو دي جيه نلاحظ انعكاسا في المعادلة، ذلك أن اللغة الأكثر استعمالا هي اللغة الوطنية بو تونغ هوا، بينما

<sup>1</sup> - ينظر، لويس جان كالفي، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ص 162، 163.

استعمال الكانتونية استعمال ضعيف جدا، والسبب في ذلك حسب كالفني يعود إلى أن الكانتونية لغة الشارع والأسرة، ووظيفتها لا تستطيع اللغة الوطنية (بو تونغ هوا) القيام بها، والتي تعد اللغة الرسمية التي تدرس في المدارس ولغة وسائل الإعلام والإدارة. وبذلك فاللغة الكانتونية لغة السوق الغذائي، والسبب في أن سوق غاو دي جيه نسبة استعمال اللغة الوطنية الماندارينية فيه غالبية على استعمال اللغة المحلية (الكانتونية) أنه يجتذب عددا من الزبائن من شمالي البلاد فكانتون قريبة من هونغ كونغ، فهم يأتون ليشتروا ملابس بالجملة يبيعونها في شنغهاي أو في بكين، هذا يعني أنه في كثير من الأحيان تجري المبادلات التجارية بين بائع من الجنوب يتكلم الكانتونية وزبون من الشمال يتكلم الماندارينية، وبالتالي فإن الباعة يستخدمون الماندارينية مع الزبائن الذين لا يعرفون الكانتونية<sup>1</sup>.

ويخلص لويس جان كالفني بعد دراسات على أسواق عديدة - بما فيها المثال المذكور سابقا- إلى أن الوضع اللغوي يكاد يتشابه، حيث شكل السوق نقطة لقاء في جميع الاستقصاءات المعمولة، يقدم فيها النشاط الاقتصادي صورة جيدة عن الحلول التي تعتمدها الممارسة الاجتماعية لانتشار اللغة في حالة التعدد اللغوي، وتكشف السوق كيف يتواصل الناس فيما بينهم رغم كل شيء، وفي السوق وفي غيرها من ميادين الحياة الاجتماعية إدارة للتعدد اللغوي، وفيها أيضا حرب بين اللغات تشهد عليها هذه الإدارة، ويعطي كالفني مثلا عن بائعة في سوق بوتو بوتو في برازافيل بالكونغو تظاهرت بأنها لم تفهم السؤال المطروح عليها عن ثمن السمك المدخن بلغة اللاري، وزيادة على ذلك قامت برفع الثمن بصورة خيالية، وقد عبّر عن هذا بقوله: "إنه رفض للبيع يشهد على رفض لغة الآخر"<sup>2</sup>، فاستعمال المشتري لغة البائع يسمح له بالتواصل الفعال معه، كما يؤدي الجانب النفسي دورا مهما في هذه العملية؛

<sup>1</sup> - ينظر، لويس جان كالفني، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ص 165.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 178.

إذ أن له دورا كبيرا في كبح جماح البائع في الزيادة في الثمن، بل آثاره تتعدى إلى إمكانية خفض السعر.

#### رابعاً: اللغة والشغل والدخل

تشكل الوظائف الشغل الشاغل لدى الإنسان المعاصر، فيها يكسب عيشه وقوت يومه، لذا تراه في حركة دؤوبة من أجل الظفر بوظيفة أو ترقية أو وظيفة ذات دخل أفضل، ولا شك أن المهارات اللغوية تشكل عاملاً حاسماً من أجل الظفر بمنصب عمل لاسيما في الشركات المتعددة الجنسيات والوظائف العالية.

#### 1. اللغة والشغل:

تعد المهارات اللغوية من أهم المهارات التي تبحث عنها المؤسسات والشركات بهدف التوظيف، فالوظيفة التواصلية للغة تجعل منها ذات أولوية حين اختيار أو تعيين الموظفين، وفي كثير من الأحيان يكون هذا سبباً في الخلل الاجتماعي، مما دعا الكثير من الدول إلى وضع قوانين حمائية، من ذلك ما حدث في مقاطعة الكيبك بكندا لحماية الناطقين بالفرنسية وتعزيز فرصهم في الحصول على الوظائف، وإذا كانت القوانين الحكومية تساهم في شكل كبير في الموازنة اللغوية الاجتماعية، فإن قوانين السوق الذي يحكمه العرض والطلب يتغلب في كثير من الأحيان على القوانين الحكومية.

#### 1.1. اللغة وفرص التوظيف

كثيراً ما يربط الوالدان تعلم أبنائهم للغة ما بفرص العمل التي تسمح لهم تلك اللغة باشتغالها أي المتطلبات الوظيفية اللغوية، فتراهم يُدخلونهم للمدارس الخاصة التي تهتم بتدريس اللغات الأجنبية، أو يستأجرون أساتذة متخصصين في اللغة الأجنبية من أجل تعليم أبنائهم، وهذه الظاهرة لها إيجابيات وسلبيات، من إيجابياتها أن تقديرات الآباء كثيراً ما تكون في محلها،

لأن المهارات اللغوية الأولى أو الثانية المتوفرة للعامل إلى جانب التعليم والتجربة في العمل أو نوعية العمل من بين محددات الدخل أو الأجر مقابل العمل، ففي العالم العربي تزايد الطلب على معرفة المشغّلين للغة الإنجليزية، أو إتقانها إلى جانب العربية، أمّا في المغرب العربي فهناك طلب على اللغة الفرنسية أكثر من الإنجليزية<sup>1</sup>، أما من سلبياتها أنه عند التركيز على تعلم اللغات الأجنبية عادة ما يتم إهمال الاهتمام باللغة الأم.

ويرى فلوريان كولماس أنه من المؤشرات الدالة على القيمة الاقتصادية للغة ما هو عدد المهنيين الذين تتيح لهم تلك اللغة مجالاً للرزق<sup>2</sup>، وبتعبير آخر ما هي اللغة التي تسمح بتوظيف أكبر عدد من الناس؟ وهو بهذا يركز على الكمية لا على النوعية، فللحصول على الوظائف النوعية يمكن طرح السؤال التالي: ما هي اللغة التي تسمح بالاشتغال في الوظائف الراقية أو التي تسمح بتلقي راتب عال مقارنة بباقي الوظائف؟

ومسألة الوظائف تشغل أيضاً الطلبة الذين يفضلون الولوج لأقسام اللغات؛ فأى قسم يدخله؟ ما القسم الذي يحقق منفعة اقتصادية ويسمح بالحصول على وظيفة بعد التخرج؟ فالكثير من الطلبة يتوجهون إلى أقسام اللغات لأنها تتيح مجالات وظيفية متعددة، ونلاحظ اختلاف الانتساب إلى هذه الأقسام من بلد لآخر، والعامل الاقتصادي يؤدي دوراً كبيراً ومحفزاً أساسياً لدخول قسم من أقسام اللغات بعينها، وأقسام اللغة العربية مثلاً في شتى جامعات العالم تشهد إقبالا متزايداً عليها، خاصة في البلدان الإسلامية غير الناطقة بالعربية أو البلدان التي لها علاقات اقتصادية من تجارة واستثمارات ومشاريع ومختلف الأنشطة الاقتصادية مع البلدان العربية كالصين وكوريا الجنوبية، وهذا من أجل الاشتغال في إحدى الوظائف التي تُوفرها

<sup>1</sup> - ينظر: عبد القادر الفاسي الفهري، لغة الهوية والتعلم بين السياسة والاقتصاد نموذج تماسكي تنوعي وتعددي، مجلة تبين، المجلد الأول، الدوحة، قطر، العدد 1، 2012، ص 53.

<sup>2</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 97.

اللغة العربية، كما أن أقسام اللغة الإنجليزية تحظى بأهمية كبيرة لدى الطلبة، ففي الجزائر تبع هذا الاهتمام افتتاح أقسام جديدة للغة الإنجليزية في مختلف الجامعات الجزائرية.

فاختبارات الدخول للوظيفة في عصرنا تتطلب من الشخص أن يكون ملما بعدة لغات، فمسابقات التوظيف مثلا، يمتحن فيها المتسابق امتحانا كتابيا في عدة مواد، من بين هذه الامتحانات امتحان في اللغة الأجنبية، فمسابقات الأساتذة في الجزائر تتطلب امتحانا في اللغة الأجنبية (الفرنسية بالتحديد) بالنسبة للأشخاص الذين سيُدْرَسون بإحدى اللغات الرسمية (العربية أو الأمازيغية) أما الذين سيدرسون بلغة أجنبية فيتطلب منهم اجتياز امتحان في اللغة العربية، أما من سيجتاز مسابقة الأساتذة للتدريس في الطور الابتدائي كمعلم للغة العربية يمتحن في اللغة الفرنسية أما الذي يجتاز الامتحان للتدريس في الطور الابتدائي كمعلم للغة الفرنسية فيجتازون امتحانا في اللغة العربية، والشيء نفسه للذين سيجتازون امتحانات للدخول كأستاذ تعليم الطور المتوسط أو الطور الثانوي<sup>1</sup>.

وعند النظر في المسألة اللغوية بمنطقة الكيبك بكندا- والتي تعد المقاطعة الوحيدة في كندا التي تعد فيها اللغة الفرنسية اللغة الرسمية الأولى - يُلاحظ أن الصراع الذي كان قائما بين الفرنسية والإنجليزية بمنطقة الكيبك، تحولت فيه الفرنسية إلى موقع الدفاع في مواجهة الإنجليزية وهذا راجع لأسباب اقتصادية في الأساس، إذ أن معرفة الإنجليزية أمر ضروري للاشتغال في المستويات العليا من التجارة والمال والصناعة، وهذا الصعود الواضح للإنجليزية الذي قابله انخفاض وتراجع للفرنسية، استدعى سن عدد من القوانين المتعلقة باللغة كان الهدف منها تحسين فرص الكنديين الفرنسيين في الحياة الاقتصادية، وكان لهذا التحول أثر على الحياة المهنية عموما في منطقة الكيبك، فمرسوم اللغة الفرنسية لسنة 1977 يجعل اللغة الفرنسية هي اللغة الرسمية في منطقة الكيبك، لذا أصبح بموجبه لزاما على طالبي الوظائف أن يكونوا قادرين

<sup>1</sup> - تم استخلاصها من منشورات وزارة التربية الوطنية في الجزائر المختلفة لمسابقات الأساتذة.



على التحدث باللغة الفرنسية<sup>1</sup>، ومسألة التوظيف والترقية على أساس الإمكانيات اللغوية أمر هام في القطر الكندي عموماً، بل إنه وصل إلى درجة الفصل من العمل وهذا ما أوضحته جريدة نيويورك تايمز في عددها الصادر في 03 أبريل 2003، أنه في نفس الشهر من نفس السنة "أعلنت الحكومة الكندية أنها ستفصل مائتي موظف حكومي كبير أو تنزل من درجتهم أو تنقلهم من وظائفهم لأنهم لم يستطيعوا أن يجيدوا الإنجليزية والفرنسية"<sup>2</sup>.

ويشير فلوريان كولماس أن اللغة يمكن أن تُتخذ مجرد ذريعة لجعل الوصول للمراكز الجذابة اقتصادياً أكثر صعوبة للجماعة المهمشة، وهذا ما عبّر عنه الإسبان رداً على ادّعاءات حركة الإنجليزية الأمريكية والرئيس الأمريكي السابق ريجان والسياسيون المحافظون الآخرون، فقد انتقد الرأي الذي يقول إن انعدام الكفاءة في الإنجليزية يجب أن يكون مسئولاً عن البؤس الاقتصادي للإسبان كمجموعة وهذا نتيجة تعليم الثنائي اللغة<sup>3</sup>.

ولا تزال المخاوف قائمة على الآثار الاقتصادية التي يخلفها انتشار اللغة الإسبانية في الولايات المتحدة الأمريكية لاسيما على قطاع التوظيف، ويتصاعد هذا الخوف مع زحف وانتشار اللغة الإسبانية أكثر، لأنه سيؤدي إلى أن الكثير من الولايات أصبح يتحتم فيها على أولئك الذين يطمحون للحصول على وظائف سياسية أن يجيدوا اللغتين الإسبانية والإنجليزية، فالمرشحون المتحدثون باللغتين لمنصب رئيس الجمهورية والوظائف القومية التي تكون بالتعيين يمكن أن تكون لهم ميزة على المتحدثين باللغة الإنجليزية فقط<sup>4</sup>، أما في القطاع الخاص فالشيء ذاته يكون تقريبا من أجل تبوء منصب هام في شركة أو مؤسسة ما، ففي ألمانيا لا يمكن

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 123.

<sup>2</sup> - صمويل ب هنتجتون، ترجمة أحمد مختار الجمال، من نحن المناظرة الكبرى حول أمريكا، المركز القومي للترجمة، القاهرة، مصر، ط 1، 2009، ص 419.

<sup>3</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 132.

<sup>4</sup> - ينظر: صمويل ب هنتجتون، من نحن المناظرة الكبرى حول أمريكا، ص 420.

لشخص أن يصبح مدير فرع لبنك من دون موافقة المكتب الفيدرالي المشرف على الأعمال المصرفية القائم في برلين، حيث يشترط من طالبي الوظائف غير المتحدثين بالألمانية أن يكونوا أكفاء في اللغة الألمانية<sup>1</sup>.

كما أن هناك مناصب حساسة تتطلب من المرشح أن يجيد لغتين على الأقل، من هذه المناصب منصب وزير الخارجية، منصب السفير والقنصل المعينين في بلد ناطق بلغة مغايرة للغة ذلك البلد، كما أن المؤسسات والهيئات الدولية يتطلب فيها أن يكون الشخص المترئس لها متقنا للغات معينة، من ذلك ما ذكره عبد السلام المسدي في كتابه العرب والانتحار اللغوي: "أن الذي يتولى منصب الأمين العام لمنظمة الأمم المتحدة لا بد أن يكون مجيدا للغة الإنكليزية وللغة الفرنسية في نفس الوقت، وبنفس الكفاءة التداولية على الأقل إن تعذر أن يكون بنفس الكفاءة البلاغية"، وإن كان ترؤس مثل هذه الهيئات يعود لقضايا سياسية بالدرجة الأولى إلا أنه يُلاحظ ما تلعبه اللغة من دور هام في اعتلاء شخص ما هرم أعلى الهيئات الدولية، ويبرز دور اللغة أيضا في الصراعات السياسية الدولية من خلال مثال آخر وهو منظمة اليونسكو التي تعد وليدة منظمة الأمم المتحدة، إذ يستلزم ترؤسها عدة شروط من بينها الشرط اللغوي، إذ يعد "إتقان اللغتين الفرنسية والإنكليزية هو الشرط اللازم الأدنى لأي مرشح لمنصب إدارة اليونسكو"<sup>2</sup>.

وهناك مناطق في العالم يتكلم أهلها أكثر من لغة، وعند عملية التوظيف يراعى هذا الجانب من ذلك مدينة بولزانو الإيطالية التي بها ثنائية لغوية رسمية، فسكانها يتكلمون اللغتين

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص173.

<sup>2</sup> - عبد السلام المسدي، العرب والانتحار اللغوي، دار الكتاب الجديد المتحدة، بنغازي، ليبيا، ط1، 2011، ص49-50.

الألمانية والإيطالية، وعند التوظيف الحكومي تأخذ مناصب شغل الوظائف مناصفة بين متحدثي اللغتين<sup>1</sup>.

ورغم أن الإنجليزية لها الريادة العالمية في مجال المال والأعمال، وتعتبر اللغة الرئيسية في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا فإن بهما حاجة ملحة لأشخاص لهم مهارات لغوية، حيث "أظهر استطلاع أجري في عام 2011 أن 27% من الوظائف الشاغرة لرجال الدين والإداريين في المملكة المتحدة شاغرة بسبب نقص المهارات اللغوية"<sup>2</sup>.

## 2.1. اللغة والشغل عند المهاجرين:

أصبح معرفة اللغة الرسمية للبلد أو المنطقة من أجل الحصول على وظيفة أمراً ضرورياً، بل هناك بلدانا تشترط على المهاجر اجتياز اختبار أو الحصول على شهادة الكفاءة اللغوية من أجل الحصول على تصريح للعمل، وتتجلى علاقة اللغة بالإمكان الوظيفي عند المهاجرين في عدة مظاهر من ذلك أن للعمال المهاجرين في البلاد الصناعية تجارب في أهمية اللغة في سوق الشغل، فالعمال المهاجرون الذين لديهم عجز لغوي بلغة البلد الذي ارتحلوا إليه يصبح فرصة ومصدر كسب للمهاجرين الآخرين الذين لهم نفس لغة المهاجرين السالف ذكرهم إضافة إلى اكتسابهم للغة البلد المهاجر إليه، ومن أمثلة ذلك ما هو موجود في مقاهي باريس بفرنسا، حيث فتح مهاجرون من شمال إفريقيا يعرفون اللغة الفرنسية نطقاً وكتابة محلات تتعامل على أساس تجاري مع أمثالهم من القادمين الجدد الأقل تعليماً، وقد أطلق جمبرز وكوك جمبرز على هؤلاء مصطلح وسطاء اللغة، يكون عملهم ناتجاً فرعياً لهجرة العمل الكبيرة عبر الحدود

<sup>1</sup> - ينظر: محمد عبد الشافي القوصي، عبقرية اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو - الرباط، المغرب، 2016، ص41.

<sup>2</sup> - محمد مازن جلال، إدارة الأزمات اللغوية: سياسات تخطيط اللغات في بريطانيا في مرحلة ما بعد مغادرة الاتحاد الأوروبي (البريكست)، مجلة التخطيط اللغوي، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، المملكة العربية السعودية، العدد التاسع، سبتمبر 2019، ص29.

اللغوية<sup>1</sup>، وهذه الحالة كانت موجودة إبان الهجرات الأولى لمهاجري بلدان شمال إفريقيا - المغرب والجزائر وتونس على وجه الخصوص - وما زالت مستمرة إلى اليوم.

وهذا ما لاحظته أيضا عمّار بوحوش وذكره في كتابه العمال الجزائريون في فرنسا، إذ ذكر ما لاحظته في فترة الاحتلال الفرنسي للجزائر عند تنقله إلى الأحياء السكنية للعمال الجزائريين بفرنسا، أن المغتربين الجدد يتجمعون في الفنادق والمقاهي التي يتردد عليها أقاربهم وأبناء منطقتهم وذلك في أول الأمر، وبمضي الوقت يتزايد عدد المعارف ويقل الاختلاط بأبناء بلدهم الأصلي (الجزائر) وذلك لإفساح المجال للعلاقات الجديدة التي توثقت مع الأشخاص أصحاب البلد المشتغلين فيه (فرنسا)<sup>2</sup>، وقد كان لهؤلاء العمال المغتربين مشاكل ومصاعب لغوية واجهوها، من بينها عدم إجادة عدد كبير منهم الكتابة والقراءة وكان هذا سببا في حرمانهم من الحصول على وظائف عالية وسببا أيضا في صعوبة المخاطبة مع زملائهم في المجتمع الفرنسي<sup>3</sup>، وهذا ما دفع عددا منهم لمحاولة الحصول على نصيب من التعليم والثقافة، فالتعليم يساعدهم على إجادة المهنة المختارة والحصول على ترقية، وقد أوضحت الإحصائيات التي قامت بها السلطات الفرنسية في تلك الفترة أن حوالي 13.9 بالمائة من العمال الجزائريين العاملين في فرنسا والذين لا يجسنون الكتابة والقراءة قد دخلوا المدارس الليلية التي تم إنشاؤها من أجل التغلب على محو الأمية في فرنسا<sup>4</sup>.

وهناك مثال آخر عن المهاجرين أكثر تعقيدا حول تعالق اللغة بالاقتصاد وخاصة بما يتعلق باللغة والحصول على وظيفة، ويتمثل هذا المثال في المهاجرين الذين يتكلمون اللغة الإسبانية في الولايات المتحدة الأمريكية - كثير منهم من المكسيكيين -، والذي وُلد احتياجا متزايدا

<sup>1</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 88-89.

<sup>2</sup> - ينظر: عمّار بوحوش، العمال الجزائريون في فرنسا، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1979، ص 208.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 148.

<sup>4</sup> - ينظر: عمار بوحوش، العمال الجزائريون في فرنسا، ص 189.

لدى دوائر الأعمال التجارية إلى موظفين يتحدثون اللغتين الإنجليزية والإسبانية، وهذا نتيجة توجههم إلى العملاء الإسبان اللاتين، وكان هذا سببا في استفتاء اللغة الإنجليزية الرسمية في ميامي عام 1980<sup>1</sup>.

عموما فإن البلدان التي يتم الهجرة إليها بكثرة يحدث فيها الشيء نفسه، حيث "يكاد يكون مستحيلاً على المهاجرين الذين لا يتكلمون الإنجليزية تحسين تعليمهم أو عملهم في أستراليا، وبالفعل يماثل معدل تشغيل المهاجرين الذين يتكلمون الإنجليزية معدل تشغيل متكلمي الإنجليزية الأستراليين ميلادا، بينما يظل المهاجرون الذين لا يتكلمونها يشتغلون في الأعمال الهامشية ذات الأجور الضعيفة"<sup>2</sup>، فمسألة إتقان لغة البلد المستقبل بالنسبة للمهاجرين مهمة من أجل نيل منصب عمل، وأشارت مؤخرا العديد من التقارير الصحفية عن اللغة الألمانية وأهميتها بالنسبة للسوريين الذين نزحوا إلى ألمانيا.

وأدى تدفق المهاجرين الذين يتكلمون الإسبانية على مدينة دورافيل بولاية جورجيا بالولايات المتحدة الأمريكية إلى مسارعة صاحب محل بقالة محلية إلى تغيير السلع والعلامات والإشهار واللغة، كما دفعه هذا الأمر لتغيير سياسته اللغوية في تعيين العاملين بمحله، فصار لا يعين أي شخص في محله ما لم يكن يجيد اللغتين الإسبانية والإنجليزية، اتضح له بعد ذلك أنه من الصعب إيجاد أشخاص يجيدون اللغتين معا، فقرّر تعيين أشخاص يجيدون الإسبانية وحدها<sup>3</sup> وفي هذا المثال دلالة على أن السياسة اللغوية للتوظيف تتماشى مع الوضعية الاجتماعية الاقتصادية الموجودة، ولعل هذا المثال ينطبق على الحالات التي تحدث فيها هجرة أشخاص

<sup>1</sup> - ينظر: صمويل ب هنتجتون، من نحن المناظرة الكبرى حول أمريكا، ص 418.

<sup>2</sup> - جيمس و. طوليفسون، السياسة اللغوية: خلفياتها ومقاصدها، محمد الخطابي، مؤسسة الغني للنشر، الرباط، المغرب، ط1، 2007، ص 217.

<sup>3</sup> - ينظر: صمويل ب هنتجتون، من نحن المناظرة الكبرى حول أمريكا، ص 419.

تجمعهم نفس اللغة إلى أي مكان في العالم، ونجده واضحا في الأحياء الاقتصادية الموجودة في أنحاء العالم كالحى الصينى والحى العربى بإنجلترا وأمريكا.

وإتقان لغة ذات إمكان وظيفى أكبر لا يعنى أنه يقدم فى كل سياق ميزة تنافسية أعلى مقارنة بلغة ذات إمكان وظيفى أقل، فكثير من الأقليات اللغوية فى المملكة المتحدة تعيش فى جماعات مترابطة، ويتيح هذا التركيز الجغرافى بالنسبة للمجتمع فى عمومه فرصا لاستعمال بعض لغات الأقليات رغم أن إمكاناتها الوظيفية أقل من إمكانات اللغة الإنجليزية، من ذلك ما تمثله الأقليات بدرجة عالية فى بعض قطاعات الاقتصاد مثل الملابس وصناعة الأتعمة فى الطرف الشرقى للندن، وهذا ما يبرهن على أن المهارات فى لغات الأقليات قد يكون لها بالفعل قيمة اقتصادية إيجابية عالية<sup>1</sup>.

ووجود إمكان وظيفى أفضل للغة ما لا يعنى التفوق الاقتصادى لهذه اللغة فى كل الأغراض وفى كل محيط، فإنشاء المطاعم الهندية يعد بيئة اقتصادية ملائمة لسيادة لغات هندية معينة كالبنغالية والهندية والبنجابية، وعدد قليل من هؤلاء العاملين على اتصال مباشر بالزبائن المتحدثين بالإنجليزية، وهذا العدد القليل من العاملين هم بحاجة إلى الإنجليزية من أجل مهنتهم، أما بالنسبة للمجالات الاتصالية الأخرى لهذه المهنة، كالاتصال الداخلى والتعامل مع بائعى الجملة، فإن التمكن من إحدى اللغات الهندية فى الغالب أكثر أهمية<sup>2</sup>.

## 2. اللغة والدخل

كما أن للغة علاقة بالتوظيف، فإن لها أيضا إسهاما فى زيادة الدخل والراتب للموظفين، ففي عالم المال والأعمال من يتقن لغة واحدة ليس كمن يتقن لغتين، ومن يتقن لغتين ليس

<sup>1</sup> - ينظر: فلورىان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 91.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 85.

كمن يتقن ثلاث لغات، ففي كيبك المقاطعة الكندية الوحيدة الناطقة بالفرنسية "يرتفع الأجر بحوالي 6% بالنسبة لمتكلم الإنجليزية (إلى جانب الفرنسية)"<sup>1</sup>، وفي هذا دلالة على أهمية تعلم لغة الاقتصاد في البلد.

ويظهر التعدد اللغوي في أشكال مختلفة كثيرة، لا يتوأكب مع الرخاء إلا عندما يتعلق الأمر بلغات خاصة معينة، بينما يرتبط هذا التعدد عادة بمستوى منخفض من التنمية الاقتصادية، وخاصة في البلدان المفتقرة للغة مشتركة مسيطرة لا تقتصر معرفتها على صفة قليلة، بل تستخدم بوصفها الأداة الأكثر أهمية لتنظيم العلاقات التجارية والسياسية، مثلما هو الحال في كثير من الدول الإفريقية<sup>2</sup>.

وقد درس فلوريان كولماس البلدان من ناحية الغنى والفقر وعلاقة هذا بالتعليم والامية، وجد أن أفقر خمسة وعشرين بلدا في العالم بدخل سنوي فردي يعادل 500 دولار أو أقل معدلات الامية فيها تفوق 60 بالمائة من السكان في سن خمسة عشر عاما أو أكثر، بينما أغنى عشرين بلدا بدخل سنوي أكثر من 10000 دولار معدلات الامية فيها أقل من 10 بالمائة، بينما هذا الارتباط يكون أضعف كثيرا في البلدان ذات الدخل المتوسط وذات معدلات الامية المتوسطة، كما يلاحظ أن بلدانا بها مستوى دخل فردي يقارب مستوى الدخل الفردي في البلدان الصناعية مع أن لديها معدل معرفة القراءة والكتابة أقل كثيرا، من أمثلة هذه البلدان المملكة العربية السعودية، كما يلاحظ أيضا أن هناك بلدانا ذات متوسط دخل فردي منخفض إلا أن بها معرفة عالية بالكتابة والقراءة مثل سريلانكا<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلاد العربية، ص 52.

<sup>2</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 39.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 268.

والشروط والنتائج الاقتصادية من ناحية ثراء الدول وغناها تظهر أيضا في نوع اللغة المكتوبة السائدة في المجتمع، فهناك دول تعتمد على لغة مكتوبة محلية يتكلم بها غالبية السكان أو لغة متصلة بها من جهة أخرى هناك دول بها لغة مكتوبة أجنبية ليست لغة أغلبية السكان أو لغة متصلة بها، إذ أن أغنى عشرين بلدا في العالم تمتلك لغات محلية مكتوبة، بينما يوجد عشرون بلدا من البلدان الخمسة والعشرين الأفقر في العالم يعتمدون في التواصل المكتوب لغات أجنبية مكتوبة<sup>1</sup>، ويؤكد هذا على العلاقة القوية التي تجمع بين القوة الاقتصادية للدول وتوظيفها للغاتها في الحياة العملية.

والثنائية اللغوية – الإنجليزية والإسبانية – التي أصبحت سائدة في بعض المناطق في الولايات المتحدة الأمريكية أصبحت تؤثر على الدخل، فرجال المطافئ وضباط الشرطة في مدن الغرب الجنوبي كلاس فيغاس وفينكس أصبحت تصرف لهم أجور أكبر من الذين لا يتحدثون سوى الإنجليزية، وتوصلت إحدى الدراسات في ميامي إلى أن الأسر التي تتحدث اللغة الإسبانية فقط متوسط دخلها يصل إلى 18000 دولار، هذا بخلاف الأسر التي تتحدث اللغة الإنجليزية وحدها فمتوسط دخلها 22000 دولار<sup>2</sup>، وفي هذا تأكيد على أن معرفة الأفراد للغات البلد أو المنطقة المتعددة اللغات أمر مهم.

<sup>1</sup> – ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 269-270.

<sup>2</sup> – ينظر: صمويل ب هنتجتون، من نحن المناظرة الكبرى حول أمريكا، ص 419.



## خامسا: اللغات والعملة الاقتصادية

لا شك أن اللغات في العصر الحديث تعيش بين السلم والحرب، وهذا في ظل العملة الاقتصادية التي يشهدها العالم، والسلم والحرب بالمعنى المجازي الناتج عن التدافع بين الدول والأمم في شتى المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، فالاقتصاد في العالم بين قطبين: قطب العالمية والعملة التي تلغي الحدود بين الدول في التعاملات الاقتصادية، وقطب القطرية والقومية الذي ينحصر فيه بين حدود الدول القومية، ووفق هذه المعادلة يتركز الاقتصاد العالمي.

ويبدو الملمح الاقتصادي واضحاً في العملة، لذا اعتبرت أنها "عملية اقتصادية بالدرجة الأولى، ويراد بها في المقام الأول تنميط اقتصاديات العالم بطريقة تخضع جميع الاقتصادات العالمية لمجموعة الشركات المتعددة الجنسية"<sup>1</sup>، وبهذا الرأي يبدو أن العملة هي سوق اقتصادية تسمح بتبادل السلع والخدمات ووصولها لأصقاع العالم المختلفة دون حدود أو قيود، وتكون الشركات المتعددة الجنسيات هي المسيطرة على هذه السوق، غير أن العملة ليست اقتصادية فحسب لأن لها تأثيرات على الجوانب الاجتماعية والثقافية وغيرها، فالتأثير يبني ولا ينحصر في الجوانب الاقتصادية "بل إن التطور النوعي في العملية الاقتصادية، لا مناص من أن يصاحبه تغير في البنى الثقافية، والسياسية، والاجتماعية"<sup>2</sup>، وبالتالي فالعملة الاقتصادية ستؤدي حتماً إلى عملة لغوية.

وبدأت تتكون الملامح اللغوية الاقتصادية خاصة بعد الحرب العالمية الثانية وتحرر جل البلدان من الاحتلال، الذي كان له أثر كبير في البلدان المحتلة "فقد اقتنعت النخبة المختارة في المستعمرات بسهولة بتفوق المنتجات الأوروبية ومن ثم فقد تبنت بسهولة ولمصلحتها لغات

<sup>1</sup> - كامل علاوي الفتلاوي، عاطف لافي مرزوق، العملة ومستقبل الصراع الاقتصادي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009، ص61.

<sup>2</sup> - نفسه، ص62.

سادتها، وقد أدى هذا إلى منفعة اقتصادية دائمة للقوى الاستعمارية، لأنها بهذه الوسيلة قد فتحت لها الطريق للوصول بسهولة إلى أسواق ما وراء البحار التي مازالت تتمتع بها حتى اليوم وبعد توقف أعلامها هناك عن الرفرة بزمن طويل"<sup>1</sup>.

ومع إطلاق مصطلح العولمة حاول باحثون تسميته بمصطلحات أخرى تحاول التعبير عن المفهوم المشار إليه، ومن أبرز هذه المصطلحات مصطلح الأمركة، وهو المصطلح الذي يطرحه عدد من الباحثين، وذلك حسب رأيهم أن العولمة هي الأمركة بكل تجلياتها الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وعندما نقول أمريكا فإننا نقول اللغة الإنجليزية، وتتجلى مكانة اللغة الإنجليزية مع الاقتصاد الجديد الذي يعرف باقتصاد المعرفة ف"مع زيادة التوجه الثقافي لتطبيقات المعلوماتية، فإن ما تقوم به صناعة الثقافة الأمريكية بجهودها العولمية من حملة عاتية لتجنيس ثقافات شعوب العالم هو توجه اقتصادي استراتيجي بالدرجة الأولى بهدف توسيع النطاق التسويقي لمنتجات هذه الصناعة، وتنمية الطلب عليها من خلال زيادة قدرتها على اختراق الحواجز الثقافية"<sup>2</sup>.

وعند النظر إلى اللغات العالمية الكبرى غير الإنجليزية، فإننا نجد أنها لا تضاهي اللغة الإنجليزية، فالصينية مثلا لغة عالمية تزداد أهميتها أكثر فأكثر مع النمو الاقتصادي للصين، ولكن رغم ذلك لم تصبح هي اللغة الأولى عالميا، حيث لا يمكن أن تحقق وظيفة اقتصادية خارج حدودها إلا في مجال ضيق جدا، فإذا أراد رجل أعمال صيني التعامل مع السوق الأمريكي بصورة عامة فإنه لا يستطيع ذلك إن لم يتمكن من اللغة الإنجليزية، وعلى عكس ذلك يستطيع رجل الأعمال الأمريكي القيام بأعمال في السوق الصينية دون إتقان اللغة الصينية، ونفس الشيء ينطبق على اللغات الأخرى غير الإنجليزية بتفاوت، فهذا هو أحد الاقتصاديين اليابانيين يؤكد على أهمية الكفاءة في اللغة الإنجليزية بالنسبة لرجال الأعمال اليابانيين بقوله: "سواء رضينا

<sup>1</sup> - فلوريان كولاس، اللغة والاقتصاد، ص 60.

<sup>2</sup> - نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، سلسلة عالم المعرفة، العدد 318، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2005، ص 406.

أو لم نرض، وسواء أرضي أم لم يرض حتى أشد القوميين المتطرفين اقتناعاً، والذين يهدفون إلى جعل اليابان منارة للثقافة العالمية لا يستطيعون أن يتجاهلوا الحاجة الاقتصادية لوسيلة عامة للتبادل اللغوي والذي حدث وكانت هي اللغة الإنجليزية، ما لم يريدوا أن يروا اليابان تغلق حدودها مرة أخرى وتحاول إطعام مائة مليون من الناس تحت ظروف الاكتفاء الذاتي البائسة<sup>1</sup>.

وتبوء الإنجليزية هذه المكانة لا يعني أنها اللغة الوحيدة التي تستعمل في التعاملات الاقتصادية العالمية، ولكنها اللغة الأكثر استعمالاً، وبالنظر إلى الماضي نجد أنه "كانت هناك فعلاً لغات تداول أو لغات حرة تتجاوز الحدود والحواجز. إلا أن سُلّم التواصل والتبادل الدولي عبر الإنكليزية اليوم لم يسبق له مثيل"<sup>2</sup>، أما حديثاً فالمنافسة التي تتلقاها اللغة الإنجليزية منافسة ضئيلة من لغات أخرى كالفرنسية والألمانية واليابانية: "وبعد الإنجليزية فإن اللغات المتنافسة على المكانة الاقتصادية هي الفرنسية والألمانية واليابانية بسبب حجم التجارة الضخم لأهم بلدان هذه اللغات، ولكنها تتخلف عن الإنجليزية إلى حد ما لأن هذه البلدان أيضاً تعتمد جزئياً على الإنجليزية في تصريف شؤون تجارتها"<sup>3</sup>، وترتيب هذه اللغات التي تلي اللغة الإنجليزية متفاوت، فنجد الفرنسية تستعمل أيضاً مدى معين لغة للتعامل التجاري خاصة في المناطق الإفريقية التي استعمرتها فرنسا سابقاً والتي تعرف بتسمية الدول الفرنكفونية، ولكن عند مقارنة حجم التجارة العالمية للبلدان الأنجلوفونية والفرنكفونية، نلاحظ أن نصيب البلدان الأنجلوفونية يقدر بثلاث حجم التجارة العالمية في السلع والخدمات، بينما نصيب البلدان الفرنكفونية فيقدر بواحد من خمسة عشر، وعند النظر للاتفاقية العامة للتعريف والتجارة (الجات)، يظهر أن الستة والتسعين عضوا لهذه الاتفاقية يصرفون أعمالهم باللغة الإنجليزية فقط<sup>4</sup>، ويجب الإشارة أن الجات (GATT)<sup>5</sup> تطورت اليوم وأصبحت تعرف بمنظمة التجارة العالمية، ولغات العمل بالمنظمة

<sup>1</sup> - فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 161.

<sup>2</sup> - عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلدان العربية، ص 66.

<sup>3</sup> - فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 239.

<sup>4</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 239.

<sup>5</sup> - GATT : general agreement on tariffs and trade.

ثلاثة هي: الإنجليزية والفرنسية والإسبانية، بذلك تضمن المنظمة أن تكون وثائقها ومنشوراتها ووثائق أخرى متوفرة بلغات العمل الثلاث.<sup>1</sup>

وتمسك البلدان بلغة واحدة - خاصة إذا كانت هذه اللغة هي الإنجليزية باعتبارها لغة التجارة والاقتصاد العالمي - قد يجعلها أمام عائق يحد من تجارتها مع البلدان الأخرى غير الناطقة بتلك اللغة، من ذلك النتيجة التي وصل إليها رئيس مفوضية اللغة الأجنبية والدراسات الدولية (التي أقامها الرئيس كارتر) سنة 1979 من أن "انعدام اللغات الأجنبية وعدم معرفة البلدان والثقافات الأجنبية، كان عائقا جديا أمام التجارة الأجنبية الأمريكية"<sup>2</sup>، وربما هذا الأمر من الأسباب المهمة التي تؤدي إلى تراجع الاقتصاد الأول في العالم في مقابل صعود عدد من الاقتصاديات الأخرى أبرزها الاقتصاد الصيني، الذي يعد أهم اقتصاد منافس للاقتصاد الأمريكي، وبالمقارنة نجد أن الصين تنتهج سياسة أفضل في تعليم اللغات الأجنبية من أمريكا، ولعل التركيز الاقتصادي التجاري الذي تنتهجه الصين، ينطبق عليه إلى حد كبير القول بأن "الأعلام لم تكن وحدها هي التي تتبع التجارة، بل اللغات والنقود أيضا. وبوصفها تعبيرا عن علاقات القوة الاقتصادية فإن كلا من لغات وعمليات البلاد الأصلية للتجار الأوروبيين قد دخلت في التداول، حيث أقام هؤلاء التجار محطاتهم التجارية، واستعملت كل منهما في العادة كما هي في وظائف اتصالية واقتصادية عليا"<sup>3</sup>.

وتظهر مكانة اللغة جلية في التكتلات الاقتصادية التي تكونت بين الدول "ولعل من الظواهر التي صاحبت العولمة أيضا الاتجاه إلى التكتلات الاقتصادية الإقليمية، أي خلق أسواق

<sup>1</sup> - language and documentation services division, world trade organization cite, ( view 01-10-2020),

[https://www.wto.org/english/thewto\\_e/secre\\_e/div\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/secre_e/div_e.htm).

<sup>2</sup> - فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 183.

<sup>3</sup> - فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص 59.

متعددة الجنسيات Multinational Markets مع سلطات شبه حكومية مثل: الاتحاد الأوروبي، والنافتا في أمريكا الشمالية، والآسيان في شرق آسيا، والكوميسا في أفريقيا، ومنطقة التجارة الحرة العربية في البلدان العربية، ويمكن اعتبار قيام هذه التكتلات رد فعل لتراجع دور الحكومات في ظل العولمة<sup>1</sup>.

وفي ظل هذا الصراع الاقتصادي-اللغوي العالمي، نتج نوعان من النماذج الاقتصادية اللغوية بالنظر إلى تمثلها للنظام اللغوي العالمي:

الأولى: نماذج تُركز على فوائد قيام لغات أو لغة مشتركة كبرى تسهل التبادل والتواصل ونقل المعرفة والتكنولوجيا.

الثانية: نماذج تُركز على فوائد التنوع اللغوي الأقصى، وتجدد في التنوع بهذه الصيغة فوائد مادية ورمزية تقوم على توفير وضع اعتباري لكل اللغات<sup>2</sup>.

إذن العالم أمام رأيين: رأي الأحادية ورأي التعددية، وكلا له حججه وآراؤه، إلا أنه يجب الجمع بين الرأيين، فأحياناً يكون التعامل بلغة واحدة مشتركة أجدى فالسوق التي تجمع أجناساً وأقواماً يتكلمون لغات مختلفة لا شك أن لغة مشتركة واحدة تجمع بينهم أفضل، وفي أحيان أخرى يكون التعدد واجباً، من أجل إفهام الطرف الآخر حول السعر أو مواصفات المنتجات... فالأحادية أحياناً اختصار للوقت والجهد والمال، والتعددية درأً للدكتاتورية اللغوية التي قد تتبعها دكتاتورية سياسية واقتصادية..

### 1. الإنجليزية والعولمة الاقتصادية

أصبحت اللغة الإنجليزية اللغة الاقتصادية المشتركة في العالم، وذلك "سبب الحاجة إليها وليس صفة خاصة فيها. والحاجة إليها ليست دليلاً على سهولتها، بل دليل على صحة قانون

1 - محمد البناء، قضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2009، ص 65.

2 - ينظر: عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلدان العربية، ص 262.

في مجال تعلّم اللغات مفادُه أننا نتعلّم من أيّ لغةٍ من اللغات بقدر ما نحتاجه منها"<sup>1</sup>، وهذا راجع بالأساس إلى قوة الدول المتحدثة بها وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية، وهذا ما دفع البلاد المصدرة في العالم غير المتحدث بالإنجليزية تفضل التعامل بالإنجليزية على كل اللغات الأخرى، كما أن مجموع البلدان المتحدثة بالإنجليزية يشكل إلى حد بعيد أكبر سوق مستوردة في العالم<sup>2</sup>. كما أننا نجد أكبر الشركات وأغناها في العالم أمريكية.

حتى في أوروبا التي تتميز باهتمامها بالتعدد اللغوي، يتضح أن الإنجليزية هي لغة الاقتصاد الأولى، وهي اللغة المشتركة في التعامل داخل أروقة الاتحاد الأوروبي، كما أن الوثائق والمستندات تترجم للغات الدول الأعضاء فيه، وكما هو الحال في المؤسسات والهيئات الرسمية، "فمنذ انضمام المملكة المتحدة إلى الاتحاد الأوروبي ازداد استخدام الإنجليزية كلغة رسمية في أروقة الاتحاد وخاصة في الدوائر الإدارية والبيروقراطية. وقد أصبحت الإنجليزية الآن هي اللغة المهيمنة على البرلمان الأوروبي"<sup>3</sup>، والآن بعد خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي؛ ما مصير اللغة الإنجليزية في الاتحاد الأوروبي؟ ما تداعيات هذا الخروج على استعمال الإنجليزية في المنظمة وكلغة مشتركة بين الأوروبيين؟ وكما هو الحال على المستوى الرسمي والمؤسسي، فإنه لا يختلف كثيراً على المستوى الشعبي، فالإنجليزية هي لغة التعامل مع كثير من شعوب الاتحاد الأوروبي، وفي ذلك يقول كالفي: "إذا كان بإمكان شخص فرنسي أن يدفع باليورو ثمن كأس شراب في ميونيخ، وكوب كابتشينو في روما، ووجبة تاباس في برشلونة، فإنه لا يوصي عليها، أو نادراً ما يفعل ذلك، بل يستعمل بالأحرى اللغة الإنكليزية"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - محمد عصفور، اللغة العربية لغة عالمية، الموسم الثقافي السادس والثلاثون، مجمع اللغة العربية الأردني، ط1، عمان، الأردن، 2019، ص231.

<sup>2</sup> - ينظر: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ص107.

<sup>3</sup> - أبرام دو سوان، كلمات العالم منظومة اللغات الكونية، ترجمة صديق محمد جوهر، هيئة أبوظبي للثقافة، أبوظبي، الإمارات، ط1، 2011، ص326.

<sup>4</sup> - لويس جان كالفي، أي مستقبل للغات؟ الآثار اللغوية للعولمة، ترجمة جان ماجد جبور، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان، ط1، 2018، ص15.

وإذا كان هذا هو حال أوروبا المتعددة اللغات فهذا الواقع يمكن تعميمه على العالم إلا في بعض الحالات، ومن أبرز مظاهر الاقتصاد العالمي هو السياحة العالمية، فالسائح العالمي الآن يتكلم الإنجليزية، وإن لم يتكلم الإنجليزية، فإنه يملك معجماً ذهنياً ولو صغيراً للمفردات والعبارات الإنجليزية السياحية مثل: airport, travel, gate, terminal, pilot, flight, thank you ... ويندرج تحت السياحة العالمية شركات ومؤسسات تلبي حاجة السائح كشركات الطيران والفنادق والوكالات السياحية.. فهي تولي اهتماماً كبيراً للغة الإنجليزية، وبالتالي هناك ترابط واضح بين الإنجليزية والسياحة، والسياحة مصدر دخل ضخم، حتى أن هناك دولاً كثيرة جعلت من السياحة مصدر دخلها القومي الرئيسي، وهناك استثناءات للسياحة بدون الإنجليزية: كالسياحة بين الدول العربية للناطقين باللغة العربية، والناطقين بالفرنسية للسياحة في البلدان المغاربية وعدد من الدول الإفريقية، وكذا الناطقين بالإسبانية عند السياحة في أغلب دول أمريكا اللاتينية...

ويمكن أن نستخلص أن هناك محطتين رئيسيتين لتشكيل العولمة اللغوية واعتبار اللغة الإنجليزية لغة للتجارة العالمية: المحطة الأولى نهاية الحرب العالمية الثانية، أما المحطة الثانية فكانت سقوط الاتحاد السوفياتي، فقد أوضح دافيد كريستال مكانة اللغة الإنجليزية في منتصف القرن العشرين وبعدها بخمسين سنة حيث قال: "في العام 1950، كانت أي فكرة عن الإنجليزية بوصفها لغة عالمية حقيقية مجرد إمكانية نظرية غامضة ومبهمة... مرت خمسون سنة، والإنجليزية العالمية توجد على شكل حقيقة سياسية وثقافية"<sup>1</sup>.

ولأهمية اللغة الإنجليزية في الاقتصاد العالمي، خطت العديد من الدول سياسات لغوية هامة في تعليم اللغات الأجنبية تقوم أساساً على تعليم اللغة الإنجليزية، حيث "تنظر بلدان العالم الثالث في آسيا وإفريقيا إلى الإنجليزية أداة رئيسية لاستيراد التكنولوجيا الغربية، وتوطيد العلاقات الاقتصادية مع أوروبا وأمريكا. وهكذا يؤدي تدريس الإنجليزية وتعليمها دوراً كبيراً في كل أقطار

<sup>1</sup> - سكوت ل. مونتغمري، هل يحتاج العلم إلى لغة عالمية؟ ترجمة فؤاد عبد المطلب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 419، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2014، ص 59.

العالم الساعية للتحديث"<sup>1</sup>، أما المثال البارز الذي يوضح الأهمية الاقتصادية العالمية للإنجليزية فيتجلى في الصين التي اعتمدت في صعودها "الاقتصادي والعلمي على الإنجليزية بكونها وسيلة للاتصال والنشر العالميين، وبذلك عززت أهمية تلك اللغة بدورها"<sup>2</sup>، بذلك اعتمدت الصين على مبدأ المنفعة اللغوية الذي يؤدي للمنفعة الاقتصادية.

أما عن مستقبل اللغة الإنجليزية فقد أوضحه دافيد كريستال (david crystal) في كتابه: الإنجليزية لغة عالمية (english as a global language)، حين قال: "لم تكن هناك لغة أبدا منتشرة بشكل واسع ومُتحدث بها من قبل عدد كبير من الأشخاص كاللغة الإنجليزية، وبالتالي لا يوجد لدينا سوابق لمساعدتنا في رؤية ما يحدث للغة عندما تحقق مكانة عالمية حقيقية"<sup>3</sup>.

## 2. اللغات العالمية والعولمة الاقتصادية

وللغات أخرى مكانة اقتصادية عالمية، وسنذكر أهمها وهي: الصينية، العربية، الفرنسية، الإسبانية.

### 1.2 اللغة الصينية

الحروب اللغوية حروب اقتصادية، لذلك تسارع الدول في نشر لغاتها في العالم من جهة، وتعليم اللغات الأجنبية، والصين من أبرز الدول التي تعتمد على سياسة التعلم والتعليم، فالصين قامت بالعديد من الاتفاقيات مع الدول الأخرى لإنشاء فصول لتعلم اللغة الصينية، وتقوم على هذه المهمة مؤسسة تعنى بهذا تسمى معهد كونفوشيوس، حيث يتم التعليم في كثير من الأحيان بشكل مجاني ما عدا حقوق التسجيل الرمزية أو برسوم قليلة، كما تعمل على

<sup>1</sup> - جيمس و. طوليفسون، السياسة اللغوية خلفياتها ومقاصدها، ص 97.

<sup>2</sup> - سكوت ل. مونتغمري، هل يحتاج العلم إلى لغة عالمية؟ ص 105.

<sup>3</sup> - david crystal, 2003, english as a global language, cambridge university press, 189.



وضع حوافز للمتعلمين كإمكانية إكمال التعلم في الصين خاصة بالنسبة للمتفوقين، فنلاحظ أن الصين عندها رؤية للتوسع اقتصاديا ومن أدواتها الأساسية في ذلك نشر اللغة الصينية.

ولعل الدافع الاقتصادي هو الذي حرّك الكثير من الأشخاص لتعلم اللغة الصينية خاصة في الدول المتقدمة، ففي دراسة بريطانية أجرتها الجمعية الوطنية للتعليم والثقافة، تم التوصل إلى أن نسبة كبيرة من البريطانيين يعتبرون اللغة الصينية لغة المستقبل، وأعرب أكثر من 50% ممن شملتهم الدراسة عن أملهم في تعلم أبنائهم اللغة الصينية، أما في فرنسا فقد أظهرت إحدى الدراسات أنه تضاعف عدد الطلاب الذين يتعلمون اللغة الصينية بالمدارس والمعاهد الخاصة أربع مرات خلال عشرة أعوام<sup>1</sup>.

وقد تنبه العديد من الاقتصاديين العالميين، لأهمية اللغة الصينية، فصار الكثير منهم يبحث أبناءه ويشجعهم على تعلم اللغة الإنجليزية، ومن هؤلاء رجل الأعمال والمستثمر الأمريكي جيم روجرز (jim rogers) الذي شجع ابنتيه على تعلم اللغة الصينية، وقد برر هذا "بتسارع وتيرة النمو الاقتصادي الذي تسجله الصين، وتوقع أن تصبح خلال السنوات المقبلة قوة اقتصادية عملاقة"<sup>2</sup>.

ولعل من أهم المشاريع الاقتصادية العالمية حاليا هو المشروع الصيني (مبادرة الحزام والطريق) الذي هو إحياء لطريق الحرير القديم لكن بشكل آخر، وهذا المشروع له أثر في ارتفاع

<sup>1</sup> - ينظر: علي أبو مريجيل، الصينية لغة المستقبل بفعل الاقتصاد، موقع الجزيرة، 27-11-2017، تم الاطلاع عليه: 27-06-2020،

<https://www.aljazeera.net/news/cultureandart/2017/11/27/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%8A%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D8%BA%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%A8%D9%84-%D8%A8%D9%81%D8%B9%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF>

AF

<sup>2</sup> - علي أبو مريجيل، الصينية لغة المستقبل بفعل الاقتصاد.

الطلب على اللغة الصينية، وذلك ما نشهده حاليا من ارتفاع سوق اللغة الصينية في العديد من الدول الآسيوية والإفريقية، والبلدان العربية من أهم هذه البلدان التي أصبح فيها طلب على اللغة الصينية، لذا أنشأت فيها معاهد وأقسام للغة الصينية، وهذا بالموازاة مع ازدياد الاستثمارات الصينية بشكل كبير في الوطن العربي.

وفي السنوات الأخيرة تزايد عدد السياح الصينيين الوافدين إلى البلدان العربية، وهذا مورد اقتصادي مهم خاصة للبلدان التي تعد فيها السياحة موردا أساسيا في اقتصادها الوطني، ففي المغرب مثلا تزايد عدد الصينيين الوافدين إليه، خاصة بعد إعفائهم من تأشيرة الدخول للبلد ويُتوقع أن يرتفع عدد الذين يتم توظيفهم سواء من الصينيين أو من المغاربة المتقنين للغة الصينية كلما ارتفع عدد السياح الصينيين.

ونجد في الجزائر في الطريق الوطني رقم 01 في جزئه الرابط بين ولايتي البليدة والمدينة لوحات عملاقة مكتوبة باللغة الصينية إلى جانب العربية أو الفرنسية، وهذا نظرا لأن المشروع تنجزه شركة صينية، وهذا موجود أيضا -من خلال ما تم ملاحظته- في الشركات الصينية الأخرى العاملة في الجزائر فنجد اللغة الصينية مرافقة للشركات الصينية أينما حلت وارتحلت.

## 2.2. اللغة العربية

صارت الدول العربية تحظى بمكانة خاصة في المجال الاقتصادي، ولاسيما دول الخليج، فهي في المقام الأول منبع للنفط، هذا بالإضافة إلى تطورها المستمر في الاقتصاد غير النفطي، وأصبحت سوقا ضخمة تستقطب الاستثمارات ورجال الأعمال من كل بقاع العالم، هذا بالإضافة إلى العمالة الضخمة التي تعمل هناك، والآتية أغلبها من جنوب شرق آسيا، ومن مميزات السوق الخليجي أن الفرد الخليجي له قدرة شرائية مرتفعة بالمقارنة مع بقية الدول العربية.

وللغة العربية مكانة مميزة في الدول الإسلامية فهي بالإضافة إلى كونها اللغة التي يُتعبد بها في الكثير من العبادات، ويكثر الطلب على تعلمها في كثير من فئات المجتمع، فهي أيضا ذات إمكان اقتصادي كبير فيما يتعلق بعلاقتها بالدول العربية، ففي ماليزيا تُعَلَّم اللغة العربية

في المدارس العمومية والجامعات، كما أن النمو الاقتصادي الماليزي يقتضي التعامل مع الدول العربية، فالماليزيون يرغبون في الانفتاح على الأسواق العربية، بالإضافة إلى إقامة علاقات تجارية مع العالم العربي لكونه سوقا استهلاكية كبيرة، وهذا وفق خطط مستقبلية تسعى ماليزيا فيها أن تكون إحدى الدول الصناعية الكبرى وتدخل منتوجاتها ميدان المنافسة في الأسواق العربية<sup>1</sup>، ولعل هذا ما يحدث في بلدان إسلامية أخرى كثيرة، فتركيا استقبلت العديد من السوريين، وهذا ما رفع سوق اللغة العربية أكثر، بالإضافة إلى أن هناك الكثير من السوريين أنشأوا أعمالا ومشاريع اقتصادية ساهمت بشكل أو بآخر في رفع الاقتصاد التركي، وعلى غرار السوريين هناك العديد من الجاليات العربية الأخرى التي انتقلت إلى تركيا جراء الحروب والأحداث السياسية في بلدانها كاليمينيين والعراقيين والمصريين.. هذا بالإضافة إلى عامل اقتصادي آخر يعلي من قيمة اللغة العربية وهو أن تركيا أصبحت مقصدا سياحيا للعديد من السياح العرب ومصدرا تجاريا لفئة أخرى خاصة ما يتعلق بمجال الألبسة والأقمشة، وهناك أيضا الرحلات العلاجية التي أصبحت تعرف بالسياحة العلاجية، وما يميز تركيا وماليزيا أن بهما طلبة عربا كثيرا مسجلين في جامعاتهما. وإضافة إلى ماليزيا وتركيا هناك دول إسلامية أخرى يربطها بالمنطقة العربية الرابط الديني بالمقام الأول والرابط الاقتصادي ثانيا كإندونيسيا وباكستان وإيران...

وهناك دول كثيرة غير إسلامية تهتم بتعليم العربية لأغراض اقتصادية، ففي كوريا الجنوبية يُقبل الطلبة الكوريون على تعلم اللغة العربية رغبة في شغل مناصب رفيعة في الشركات الكورية الكبرى العاملة في البلاد العربية، إذ يرتبط العمل فيها بالمكانة المرموقة والدخل الشهري المرتفع، ويرغب طلبة آخرون في تعلم العربية من أجل العمل في الحقل الدبلوماسي، هذا بالإضافة إلى من يرغب في العمل في حقل الترجمة من الكورية إلى العربية ومن العربية إلى الكورية الذي يعد مجالاً ربحياً وافراً<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: وليد العناتي، أسهم العربية في السوق اللغوية، مجلة أفكار، وزارة الثقافة الأردنية، العدد 217، عمان، الأردن، 2006، ص18.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص18.

وتحظى اللغة العربية في الصين بمكانة عالية، وهذا في إطار استراتيجيتها في تعليم اللغات الأجنبية الأكثر قيمة، فهي تدرس في العديد من جامعاتها، كما أن هناك مسابقة خاصة باللغة العربية للصينيين، كما أن وجود الشركات الصينية بشكل كبير في الدول العربية دفع بعضها لتعليم موظفيها اللغة العربية.

### 3.2. اللغة الفرنسية

للغة الفرنسية أهمية سياسية كبيرة نظرا لكمية وحجم المنظمات العالمية التي تعد فيها اللغة الفرنسية لغة رسمية؛ وتستغل فرنسا مكانتها السياسية واللغوية في توسعها الاقتصادي وهذا يظهر جليا في المنظمات والهيئات المشرفة عليها، وأبرز هذه المنظمات منظمة الفرنكوفونية التي نشأت تحت غطاء اللغة الفرنسية وتضم الدول الناطقة باللغة الفرنسية؛ ففرنسا "نجحت في أن تحوّل الفرنكوفونية إلى رأس مال مادي حقيقي للاستثمار في مجال تنمية مصالحها الاقتصادية وتجديد سيطرتها في البلدان التابعة لها"<sup>1</sup>، وهذا يبرز في شمال وغرب إفريقيا خاصة، وبعض البلدان الأخرى، وأهمية الفرنكوفونية في تكوين هذه العلاقة الثقافية الاقتصادية عبّر عنه الكثير من الباحثين والمسؤولين في هذه الدول، ومن ذلك ما صرّح به صراحة الرئيس اللبناني السابق إميل لحود في كلمته أمام مؤتمر رجال الأعمال الفرنكوفونيين قبيل انعقاد القمة الفرنكوفونية التاسعة ببيروت عام 2002 حيث عبر عن أهمية التعاون الاقتصادي بين الدول الفرنكوفونية بقوله: "بالنسبة للبنان البلد الذي يستضيف القمة الفرنكوفونية التاسعة تشكل المنظمة الدولية للفرنكوفونية مساحة فضلى للتعاون الاقتصادي بين دول الشمال ودول الجنوب وللتنمية المشتركة... إن المساحة الفرنكوفونية بالنسبة لنا هي مساحة نمو وتعاون"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الإله بلقزيز، الفرنكوفونية أيولوجيا، سياسات، تحدّ ثقافي-لغوي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2011، ص42.

<sup>2</sup> - زهيدة درويش جبور، الفرنكوفونية في لبنان والعالم العربي: مشروع حوار بين الثقافات، مجلة الدفاع الوطني اللبناني، قيادة الجيش اللبناني، لبنان، العدد 38، 2001، ص31.

والفرنسية لا تعني بها فرنسا فقط من الناحية المادية، بل دفعت دولاً تُحسب على بلدان العالم الثالث تدعم نشر اللغة الفرنسية، وهذا ما يحصل في البلدان المغاربية، التي أصبحت هي المرؤج للغة الفرنسية، ولعل هذا واضح في الجزائر في كثير من المدارس الخاصة غير العمومية، فهي تضيف إلى تدريس المنهاج الرسمي، تدريس بعض المواد العلمية باللغة الفرنسية، كتدريس الرياضيات والعلوم والفيزياء باللغة الفرنسية، كما أنها توفر في كثير من الأحيان عدداً من الكتب غير المدرسية باللغة الفرنسية في مجالات متنوعة، ككتب الثقافة العامة والقصص... أغلبها إن لم يكن كلها من دور نشر فرنسية، وكل هذا له عوائد مادية كبيرة تجنيها دور النشر الفرنسية. ويبدو أن حال اللغة الفرنسية في الجزائر بوصفها لغة الاقتصاد في البلد لا يختلف عن الجارتين تونس والمغرب، فما تزال الشركات تطلب موظفين يتقنون الفرنسية، كما أن الإعلام الاقتصادي من جرائد وحصص تلفزيونية وإذاعية وغيرها ناطقة باللغة الفرنسية.

وها هي دول إفريقيا جنوب الصحراء الواقعة في غرب القارة، تتركز فيها اللغة الفرنسية بقوة، ويزداد عدد المتحدثين بزيادة السكان، فمنذ عام 2010 إلى غاية 2018 زاد عدد المتحدثين بالفرنسية بنحو 22.7 مليون شخص من بينهم 68% يتواجدون في إفريقيا جنوب الصحراء، بينما يعيش 22% في شمال إفريقيا<sup>1</sup>، وهذا يؤكد على أن 90% من زيادات عدد المتحدثين بالفرنسية هم من إفريقيا، وهو عدد ضخم.

ويتركز معظم المتحدثين باللغة الفرنسية في غرب إفريقيا، وأكثر الدول التي تتخذ اللغة الفرنسية لغة رسمية تقع فيها، فنلاحظ ارتباطاً لغوياً بفرنسا لهذه الدول، بالموازاة هناك ارتباط اقتصادي أيضاً بفرنسا، فعملة الفرنك الأفريقي هي العملة الموحدة لـ 14 دولة كانت كلها مستعمرات فرنسية ما عدا دولتين: غينيا الاستوائية وغينيا بيساو، وإن كانت هذه العملة عملياً

<sup>1</sup> - ينظر: عادل دلال، الأفارقة يجعلون من الفرنسية لغة عالمية، 2018-10-23، موقع أوروبوز، تم الاطلاع عليه: <https://arabic.euronews.com/2018/10/23/french-is-the-fifth-language-in-the-world-thanks-to-africans>, 2020-06-30

عبارة عن عملتين تخدمان منطقتين مختلفتين لهما بنكين مركزيين منفصلين إلا أنهما عبارة عن منطقة تجارية واحدة، والمنطقتان منقسمتان وفق مجموعتين نقديتين:

الأولى: الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب إفريقيا (UEMOA) وتضم ثمان دول (8): كوت ديفوار، بوركينا فاسو، بنين، مالي، غينيا بيساو، السنغال، النيجر، توغو.

الثانية: المجموعة الاقتصادية والنقدية لوسط إفريقيا (CEMAC) وتضم ست دول (6): الكونغو، إفريقيا الوسطى، الكاميرون، غينيا الاستوائية، تشاد، الغابون<sup>1</sup>.

ففرنسا رحلت وتركت شيئين يجعل من تلك البلدان بلدانا تابعة ثقافيا واقتصاديا وهما اللغة والعملة، فعملة الفرنك الإفريقي منبثقة من الفرنك الفرنسي الذي كان عملة فرنسا قبل الأورو، وهذا مثال واضح على الترابط بين اللغة والعملة كما شرحه فلوريان كولماس.

## 4.2. اللغة الإسبانية

تعد اللغة الإسبانية اللغة الرسمية لواحد وعشرين بلدا في ثلاث قارات، يتواصل بها حوالي 450 مليون شخصا منهم 470 مليوناً تعد لغتهم الأم، وتأتي في المرتبة الثانية بعد اللغة الصينية في عدد الناطقين الأصليين بها، وتقع في مرتبة أعلى من الإنجليزية في إجمالي الناطقين<sup>2</sup>، وبالتالي فإن اللغة الإسبانية مكانة هامة في الخريطة اللغوية العالمية، وهذا بالنظر إلى الرقعة الجغرافية التي تشغلها، والعدد الكبير للمتحدثين بها.

ويرى لويس جان كالفي أن اللغة الإسبانية غير مهددة بخلاف اللغة الفرنسية، فالبلدان التي تعتمد اللغة الإسبانية لغة رسمية هي فعلا لغة رسمية، لذا اهتمت إسبانيا بتوسّعها الاقتصادي

<sup>1</sup> - ينظر: الحسين الشيخ العلوي، الفرنك الإفريقي: وصاية فرنسية طال أمدها، موقع مركز الجزيرة للدراسات، 04-2016-05، تم الاطلاع عليه: 30-06-2020،

<https://studies.aljazeera.net/ar/reports/2016/05/160504083108188.html>.

<sup>2</sup> - ينظر: سعيد بن مسفر المالكي وحوسيه آ. بارتول هيرنانديث، السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي نحو اللغة الإسبانية، الاستراتيجيات الدولية في خدمة اللغات الوطنية، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، السعودية، ط1، 2016، ص86.

في البلدان الناطقة بالإسبانية أكثر من اهتمامها بنشر لغتها، وهي مستفيدة من هذه الخاصية؛ فإسبانيا أول مستثمر في الأرجنتين<sup>1</sup>.

وإسبانيا كان لها ماض استعماري في أمريكا الجنوبية كما كان لفرنسا في إفريقيا، وبقيت الإسبانية في أمريكا الجنوبية إلى اليوم، تؤدي دورا مهما في اقتصاد هذه القارة، فهي لغة أساسية في السوق المشتركة الجنوبية (ميركوسور)، وهي عبارة عن سوق مشتركة في أمريكا الجنوبية بين الأرجنتين والبرازيل والباراغواي والأرغواي وفنزويلا وبوليفيا، واللغة الإسبانية هي اللغة الرسمية في كل بلدان السوق ما عدا البرازيل، إلا أن تقديرات الحكومة البرازيلية تشير إلى أنه حوالي 30 مليون شخص سيتحدثون اللغة الإسبانية بحلول عام 2025 في البرازيل أي حوالي 15% من عدد السكان، وهذا له أثر اقتصادي مهم في أمريكا الجنوبية عموما وفي العلاقات مع بقية أعضاء السوق المشتركة الجنوبية خصوصا<sup>2</sup>.

وهناك عدة مؤشرات تبرهن على علو مكانة الإسبانية وانفرادها في سوق أمريكا الجنوبية، إذ "تملك دور النشر الإسبانية 162 شركة تابعة لها حول العالم، منها 80% في أمريكا اللاتينية"<sup>3</sup>، فيمكن اعتبار الإسبانية اللغة الاقتصادية لأمريكا الجنوبية، أما في أمريكا الشمالية فنجد المكسيك لغته الرسمية الإسبانية، كما أن الإسبانية باتت تزاخم الإنجليزية في الولايات المتحدة الأمريكية أقوى اقتصاد عالمي، وهذا نظرا للهجرات الكبيرة التي أتت من أمريكا الجنوبية والمكسيك، وهذا ما يعطي أيضا أهمية للإسبانية في منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية التي تعرف بـ (NAFTA) والتي تضم كلا من كندا والولايات المتحدة الأمريكية والمكسيك، وقد أُقيمت العديد من البحوث والدراسات وكتبت عدة مقالات في أهمية اللغة الإسبانية في الاقتصاد الأمريكي، ومدى الأهمية الاقتصادية لاستعمال الإسبانية في مختلف

<sup>1</sup> - ينظر: لويس جان كالفي، أي مستقبل للغات؟ الآثار اللغوية للعولمة، ص 279.

<sup>2</sup> - ينظر: سعيد بن مسفر المالكي وخوسيه آ. بارتول هيرانانديث، السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي نحو اللغة الإسبانية، ص 90.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 94.

الأنشطة كأهميتها في الإشهارات لإقناع ذوي الأصول الإسبانية اللاتينية، فقد نُشر مقال لِناتالي كيللي (nataly kelly) بعنوان: هل ستساعدك اللغة الإسبانية في الوصول إلى سوق ذوي الأصول الإسبانية في الولايات المتحدة؟ هذا يعتمد (will spanish help you reach the U.S. hispanic market ? it depends)، ففي هذه الدراسة التي تم نشرها عام 2014، تبين بأن سوق ذوي الأصول الإسبانية سيمثل 1.5 تريليون دولار من القوة الشرائية عام 2015 و30 بالمائة من سكان الولايات المتحدة الأمريكية عام 2050، وذكرت نقلا عن إحدى الدراسات أن الإشهارات بالإسبانية تستطيع أن تعزز من فعالية الإشهار وولاء العملاء<sup>1</sup>.

وقد صدر في عام ألفين وستة عشر (2016) كتاب باللغة الإسبانية لثلاثة مؤلفين بعنوان: (القيمة الاقتصادية للغة الإسبانية، اللغة، والشركة، والسوق. هل ساهمت اللغة الإسبانية في عملية التدويل؟)، أكدت فيها على أن اللغة الإسبانية ساهمت "في مضاعفة التبادلات التجارية أربع مرات بين الدول الناطقة بالإسبانية، كما أنها ضاعفت الاستثمارات الأجنبية المباشرة سبع مرات"<sup>2</sup>، وهذا الكتاب يؤكد على القيمة الاقتصادية الضخمة التي تكتنزها اللغات الأكثر تحدثا في العالم.

### 3. العولمة الاقتصادية ولغات المستقبل:

أصبح التساؤل حول لغات المستقبل مثار العديد من الباحثين، ولا شك أن لغات المستقبل تكون لها علاقة كبيرة بالدول الأقوى اقتصاديا، ففي تقرير للمجلس البريطاني عام 2013، تم

<sup>1</sup> - nataly kelly, will spanish help you reach the U.S hispanic market ?it depends, harvard business review, 26-02-2014, (view in 28-09-2020), <https://hbr.org/2014/02/will-spanish-help-you-reach-the-u-s-hispanic-market-it-depends>.

<sup>2</sup> - كلثوم بوطالب، الوجه الاقتصادي للغة الإسبانية في العالم المعاصر، موقع رباط الكتب، 27-11-2017، تم الاطلاع في 28-09-2020، <https://ribatalkoutoub.com/?p=2721>.



ذكر 29 بلدا تعد الأسواق الأكثر نموا في العالم واللغات المستعملة فيها<sup>1</sup>، واعتمادا عليه يُمكن تصنيف أكثر اللغات استعمالا بحسب عدد الدول المستعملة فيها:

اللغة الإنجليزية: 04 دول: غانا، الهند، نيجيريا، جنوب إفريقيا.

اللغة الإسبانية: 04 دول: الأرجنتين، شيلي، كولومبيا، المكسيك.

اللغة العربية: 03 دول: مصر، السعودية، الإمارات.

اللغة الصينية الماندرينية: دولتان: الصين، تايوان.

اللغة الأردية: دولتان: الهند، باكستان.

أما اللغات الأخرى المتبقية فتستعمل في بلد واحد.

من خلال ما سبق يتضح أن أغلب الأسواق الناشئة تقع في آسيا وإفريقيا وأمريكا الجنوبية، وأن اللغات المستعملة فيها لها إمكان وظيفي عال جدا، وهذا ما يبين أهمية اللغات المذكورة في سوق اللغات حاليا وفي المستقبل، وإن كان الترتيب بينها لا يعتد به لأن الكثافة السكانية لتلك الدول هي التي تحدد مكانة اللغات وليس عددها.

وبخلاف تقرير 2013، فإن تقرير المجلس البريطاني عام 2017 اقتصر على عشرة أسواق الأكثر نموا حسب توقع عام 2020، وكان ترتيبها مع لغاتها كالاتي<sup>2</sup>:

الهند: الهندية، الإنجليزية.

الفيتنام: الفيتنامية.

<sup>1</sup> - language for the future report, Table 04: high growth markets and their languages, british council, 2013, p13.

<sup>2</sup> - language for the future report, Table 03: top ten emerging markets in order of expected growth to 2020, together with their official languages british council, 2017, p19.

غانا: الإنجليزية.

إندونيسيا: الإندونيسية (المالوية).

الصين: الصينية الماندارينية.

ماليزيا: المالوية.

تايلاند: التايلاندية.

الإمارات: العربية.

تركيا: التركية.

بولندا: البولندية.

يتضح أن الإنجليزية لا زالت تتربع على قائمة اللغات الأكثر استعمالاً من حيث عدد الدول التي تعد أكثر الأسواق نمواً.

وتأتي في المرتبة الثانية اللغة المالوية التي تعد نفس اللغة تقريباً في إندونيسيا وماليزيا باختلاف التسمية، ففي إندونيسيا تسمى بالإندونيسية أما في ماليزيا فتسمى بالمالوية أو الماليزية، كما يُلاحظ من خلال ما سبق أن أكثر الأسواق الناشئة تقع في آسيا، بالتالي أن اللغات الرسمية في الدول الآسيوية سيكون لها شأن كبير من الناحية الاقتصادية في المستقبل، وكما في التقرير السابق فإن لا يعتد بالعدد ولكن بالكثافة السكانية، وحسب عبد القادر الفاسي الفهري فإن "العولمة ستفرز أكثر من قطب لغوي على الأرجح، متمركزاً حول اللغات الكبرى التي ستصبح مع منتصف القرن 21 (2050) هي: الصينية، والهندي/الأوردو، والإنكليزية، والإسبانية، والعربية"<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - السياسة اللغوية في البلاد العربية، ص 261.

في الأخير نؤكد على أن العولمة الاقتصادية لها أثر على لغات المستقبل، ولا يمكن التنبؤ حولها وإنما تبقى محاولات استشرافية تتعلق أساسا بعدة مجالات أهمها المجال الاقتصادي، وأن اللغة العربية لها مكانتها في المستقبل وتزداد أهميتها أكبر إذا صاحبها نمو وازدهار اقتصاد البلدان العربية.

# الفصل الثاني:

## اللغة العربية والاقتصاد

أولاً: اللغة العربية قديماً وحديثاً.

ثانياً: اللغة العربية في المجال الاقتصادي وتشريعاته.

ثالثاً: اللغة العربية واقتصاد المعرفة.

إن اللغة العربية لها علاقة وثيقة بالاقتصاد تتأثر وتؤثر فيه، ويتجلى ذلك في شتى مراحل تاريخها المختلفة، أما في العصر الحديث فلهما علاقة ترابطية وثيقة بينهما، خاصة مع الاقتصاد الحديث الذي يعرف باقتصاد المعرفة.

## أولاً: اللغة العربية قديماً وحديثاً

### 1. نشأة اللغة العربية

أدلى العديد من الباحثين برأيه حول نشأة اللغة العربية، فهناك عدّة آراء وروايات عن نشأتها، فهناك من ربطها بقول من قالوا بأن اللغة توقيفية وهي اللغة التي أنزلت على سيدنا آدم عليه السلام وبأنها اللغة التي تكلم بها حين كان في الجنة، وذهب البعض أن يعرب بن كنعان هو أول من أعرب في كلامه، وتكلم بهذا اللسان العربي فسُميت العربية باسمه، وهناك رأي يرى بأنّ النبي إسماعيل بن إبراهيم عليهما السلام، هو أول من تكلم بالعربية المبينة<sup>1</sup>، لكن "عمومًا ليس في مقدور الباحث اليوم، أن يكشف عن أطوار النشأة الأولى للغة العربيّة، لأن التاريخ لم يسايرها إلا وهي في وفرة الشباب وقمة النضج"<sup>2</sup>، والعجيب أن هذا الأمر لم يقل به العرب أنفسهم فقط بل نجد أن مثل هذه الآراء صادرة أيضا من غير العرب فها هو المستشرق الفرنسي إرنست رينان في معرض حديثه عن اللغة العربية يقول: "اللغة العربية بدأت فجأة على غاية الكمال، وهذا أغرب ما وقع في تاريخ البشر، فليس لها طفولة ولا شيخوخة. وإنّ من أغرب المدهشات أن تنبت تلك اللغّة القوميّة وتصل إلى درجة الكمال وسط الصحاري عند أمة من الرّحل"<sup>3</sup>.

ويرى عبد المجيد الطيب عمر أن اللغة العربية الفصيحة نشأت في شمالي الجزيرة العربية وأصلها يرجع إلى العربية الشمالية القديمة التي كان العدنانيون يتكلمون بها، وهي تختلف عن

<sup>1</sup> - ينظر: عبد المجيد الطيب عمر، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة دراسة تقابلية، مركز البحث العلمي وإحياء التراث الإسلامي، السعودية، ط2، 1437هـ، ص 63.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 63.

<sup>3</sup> - محمد عبد الشّافي القوصي، عبقرية اللغة العربية، ص 154.

العربية الجنوبية القديمة في كثير من مكوناتها وأصواتها وأساليبها، والعربية الجنوبية نشأت في جنوبي الجزيرة العربية، كان القحطانيون يتكلمون بها وكانت تعرف باللغة الحميرية<sup>1</sup>.

## 2. المراحل التاريخية للغة العربية

مرت اللغة العربية بأطوار مختلفة، بدءًا من العصر الجاهلي الذي مثل أوج تألقها إلى غاية العصر الحديث.

### 1.2 اللغة العربية في العصر الجاهلي:

كانت اللغة العربية في العصر الجاهلي في أوج عطائها خاصة في الفترة التي سبقت ظهور الإسلام، وفترة العصر الجاهلي لا يُمكن أن تُحدّد تحديدًا دقيقًا فهناك من اعتبر العصر الجاهلي "يشمل أطوار شبه الجزيرة العربية القديمة قبل الميلاد وبعده"<sup>2</sup>، وهناك من قسّم العصر الجاهلي إلى قسمين<sup>3</sup>:

القسم الأول: جاهلية بعيدة وهي الفترة التي عاشت فيها الأمم البائدة خاصة، وعرب الجنوب أثناء مرحلة ازدهارهم الحضاري، وهي فترة مجهولة الأخبار إلا بعض الآثار والنقوش والأخبار. القسم الثاني: جاهلية قريبة وهي الفترة الممتدة ما بين ظهور الإسلام إلى مائة وخمسين إلى مئتي عام على الأكثر قبل الإسلام، وفي هذه الفترة وصلت إلينا أخبار الشعر، أقدم شعر يُؤرخ بما قبل عام 565 ميلادي.

ومما أثرى اللغة العربية وأعطاهها مكانة رفيعة في العصر الجاهلي (الجاهلية القريبة) هو الشعر، فكان به حركة شعرية نشيطة، حظي فيها الشاعر الجاهلي بمكانة راقية في مجتمعه،

<sup>1</sup> - ينظر: عبد المجيد الطيب عمر، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة دراسة تقابلية، ص 62.

<sup>2</sup> - ديزيره سقال، العرب في العصر الجاهلي، دار الصداقة العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 1995، ص 68.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 70.

يحث فيها العرب أبناءهم على نظم الشعر وإتقانه<sup>1</sup>، وهذا يبرهن على تفنن العرب في الصنعة اللفظية وقدرتهم البلاغية العجيبة.

أما الكتابة العربية فترجع إلى فترات ما قبل الإسلام؛ فقد ورث العرب الكتابة عن عرب الأنباط الذين سكنوا شمال الجزيرة العربية قبل الإسلام، واستخدم الأنباط في أول الأمر نوعاً من الخط الآرامي المأخوذ عن الخطوط الفينيقية واستخدموا أيضاً اللغة الآرامية في الكتابة لأغراض تجارية، وبدأ النبط في إحلال العربية في النصوص الكتابية بدلا من اللغة الآرامية بعد الغزو الروماني في أوائل القرن الثاني، وبدأت الأبجدية النبطية في الكتابة تتحول لتلائم الأبجدية العربية<sup>2</sup>، وبالتالي فإن الخط العربي "نشأ وتطور في الحجاز. وقد نشأ من الخط النبطي، وراح يتطور تدريجياً حتى استقر شكله في مطلع القرن السادس الميلادي"<sup>3</sup>.

كما كانت عدة لهجات عربية في شبه الجزيرة العربية، كان يطلق عليها مصطلح لغة، وكان - تقريباً - لكل قبيلة لغة (لهجة) خاصة بها، وقد حدّد أبو حاتم السجستاني ست قبائل نزل القرآن بلغتها هي: قريش، ربيعة، أزد، هوازن، تميم الرباب، سعد بن بكر<sup>4</sup>، وتختلف مكانة هذه اللهجات من لهجة لأخرى، ولا شك أن الرأي الغالب والذي أجمع عليه العديد من العلماء والباحثين قديماً وحديثاً في أن اللهجة القرشية هي أفصح اللهجات العربية وأنها "هي الفصحى التي عمت وسادت في الجاهلية لا في الحجاز ونجد فحسب، بل في كل القبائل العربية شمالاً وغرباً وشرقاً، وفي اليمامة والبحرين، وسقطت إلى الجنوب وأخذت تقتحم الأبواب على لغة حمير واليمن وخاصة في أطرافها الشمالية حيث منازل الأزد وختعم وهمدان وبني الحارث بن كعب في نجران"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: ديزيره سقال، العرب في العصر الجاهلي، ص 132.

<sup>2</sup> - ينظر: خلف طابع، الحروف الأولى، ميريت، 2005، ص 105-106.

<sup>3</sup> - ينظر: ديزيره سقال، العرب في العصر الجاهلي، ص 67.

<sup>4</sup> - محمد عبد الشافي القوصي، عبقرية اللغة العربية، ص 30.

<sup>5</sup> - شوقي ضيف، العصر الجاهلي، دار المعارف، القاهرة، مصر، ط 11، ص 134.

وترجع هذه السيادة لهجة قريش، إلى عاملين رئيسيين:

العامل الأول هو العامل المكاني؛ فقد كان لمكة موطن قريش مكانة متميزة، فقد كانت "في النصف الثاني من القرن السادس محطاً للقوافل الآتية من الجنوب تحمل السلع التواجر من الهند واليمن فيبتاعها المكيون ويصرفونها في أسواق الشام ومصر.. وهي مع ذلك متجرة للعرب ومثابة للناس يأتون إليها من كل فج عميق رجالا وعلى كل ضامر ليقضوا مناسكهم ويشترؤا مرافقهم مما تنتجه أو تجلبه"<sup>1</sup>.

العامل الثاني أهل قريش أنفسهم الذين كانت لهم ميزات يتميزون بها: "ذلك إلى أن قريشا أهلها وأمراءها كانوا لمكانتهم من الحضارة وزعامتهم في الحج، ورياستهم في عكاظ، وإيلافهم رحلة الشتاء إلى اليمن ورحلة الصيف إلى حوران أشد الناس بالقبائل ارتباطاً، وأكثرهم بالشعوب اختلاطاً"<sup>2</sup>.

وكل هذه المميزات التي جمعت بين مكة باعتبارها محجا للعبادة ومقصدا للتجارة والعبور، وأهل قريش بمكانتهم وزعامتهم وعلاقاتهم التي كوّنوها من كثرة اختلاطهم إضافة إلى عوامل أخرى، مكّنت من تشكل اللهجة القرشية وكانت طريقتهم في ذلك حسب أحمد حسين الزيات أنهم "سمعوا المناطق المختلفة، وتدبروا المعاني الجديدة، ونقلوا الألفاظ المستحدثة، واختاروا لغتهم من أفصح اللغات، فكانت أعذبها لفظاً، وأبلغها أسلوباً، وأوسعها مادة، ثم أخذ الشعراء يؤثرونها وينشرونها حتى نزل بها القرآن الكريم فأتى لها الذبوع والغلبة"<sup>3</sup>، وهذا يدل على مكانة قريش ولغتها بين العرب.

ويمكن إجمال الحال التي كانت عليها اللغة العربية في العصر الجاهلي قبل ظهور الإسلام

ضمن العناصر التالية:

<sup>1</sup> - أحمد حسن الزيات، تاريخ الأدب العربي، دار نهضة مصر للطبع والنشر، القاهرة، مصر، 1981، ص 16.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 16-17.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 17.



- كانت هناك عدة لهجات سائدة وكانت تتميز كل واحدة منها بخصائص تميّزها.
- كان العرب يتكلمون سليقة.
- كان للأسواق دور كبير في ازدهار الصنعة اللفظية.
- كانت قريش سيدة القبائل وكانت تنتقي أجود الكلام من خلال رحلاتها التجارية ومن خلال الوفود التي كانت تفد إلى مكة.
- كان العرب منقسمين إلى بدو وحضر، وكان البدو يتميزون بالفصاحة، لذا كان الحضر من العرب يرسلون أبناءهم إلى البادية، فيكتسبون اللسان العربي من المنبع.
- كان أغلب الكلام يتم مشافهة، وكانت الكتابة قليلة، وكان أغلب العرب أميين لا يعرفون القراءة والكتابة.
- كان العرب أهل فصاحة وبيان، وكان الشعر فيهم بمثابة سلاح فتاك، إذا نبغ فيهم الشاعر أقاموا الأفراح والحفلات احتفاء بشاعرهم.

## 2.2 اللغة العربية بعد ظهور الإسلام

وامتد حال اللغة العربية إلى ما بعد الجاهلية، فازدانت بنزول القرآن وظهور الإسلام، وأنزل القرآن بلسان عربي، وانتشرت مع انتشار الدين الإسلامي من خلال الفتوحات في مختلف الأقطار، وحلّت محل العربية الجنوبية القديمة في الجنوب، وحلّت محل الآرامية في الشام والعراق، ومحل القبطية في مصر.. ومما تميّز به الفاتحون أنهم تركوا لغات البلاد التي تم فتحها ولم يطمسوها، بل أن تلك اللغات استفادت من اللغة العربية استفادة كبيرة، تبنى عدد منها الحرف العربي وسيلة لكتابتها، كما أثرت معجمها بمفردات عربية عديدة، ومن هذه اللغات التي برز فيها تأثير باللغة العربية الفارسية والتركية والأردية والبشتونية والملايو واللغات الأفريقية، بل نجد أن

تأثير العربية ليس فقط على لغات البلدان التي تم فتحها، بل حتى اللغات الأوربية التي أخذت ألفاظا عربية عندما كانت لغة للإسبان<sup>1</sup>.

ولقد كان للقرآن الكريم دور كبير في بقاء اللغة العربية من جهة، وانتشارها من جهة أخرى، ويذكر أحمد أمين في كتابه فجر الإسلام أنه أثناء الفتوحات الإسلامية بالإضافة إلى الحروب القتالية (الحروب بالمعنى المتعارف عليه حين يتقاتل فريقان) قد كانت هناك حروب في المسائل الاجتماعية لم يعن المؤرخون بتفصيلها وهي كانت أولى بالعبارة، من بينها حرب بين اللغة العربية واللغات الأخرى<sup>2</sup>.

وقد استمرت مظاهر العناية اللغوية والصنعة اللفظية في الفترة التي بُعث فيها النبي صلى الله عليه وسلم، واستمرت الأسواق ونظم الشعر، وقد كانت قريش في تلك الفترة قد بلغت شأنًا كبيرًا بين العرب، غير أنه في هذه الفترة تم العناية بالتدوين، وأصبح الاهتمام بالجانب الكتابي أكثر مما كان في العصر الجاهلي، خاصة تدوين القرآن الكريم، فمع مجيء الإسلام كان عدد الذين يكتبون من العرب قليلاً نحو بضعة عشر رجلاً من قريش وبعض أهل المدينة وتجار اليهود، لكن تغير الحال بعد انتصار المسلمين في غزوة بدر؛ التي أُسر فيها بعض كتابهم، وقبل الرسول عليه الصلاة والسلام أن يفتدي الكتاب الأسرى كل منهم نفسه بأن يعلم عشرة من أطفال المسلمين الكتابة، وبذلك كثر الكتاب في المدينة، وانتشرت الكتابة بعد ذلك في العرب<sup>3</sup>.

والخط كان خالياً من النقاط والشكل، إلى أن فشا اللحن وبدأ الخوف على القرآن، فضبط أبو الأسود الدؤلي أواخر الكلم في المصاحف بالنقط، فكانت علامة الفتحة نقطة من فوق الحرف، والكسرة نقطة من أسفله، والضممة نقطة بين يديه، ومع مرور الوقت اتضح أن محاولة أبو الأسود الدؤلي لم تحل الإشكال تماماً، فقد وقع التباس نتيجة تشابه أوضاع بعض

<sup>1</sup> - ينظر: عبد المجيد الطيب عمر، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة دراسة تقابلية، ص 69، 70.

<sup>2</sup> - ينظر: أحمد أمين، فجر الإسلام، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، مصر، 2011، ص 105.

<sup>3</sup> - ينظر: أحمد حسن الزيات، تاريخ الأدب العربي، ص 207.

الحروف؛ من ذلك التباس الدال بالذال والجيم بالحاء والسين بالشين، وفي زمن الحجاج وبأمر منه قام يحيى بن يعمر ونصر بن عاصم بوضع الإعجام بالمداد الذي تكتب به الكلمة تمييزاً للحروف بعضها من بعض. وبعد فترة جاء الخليل بن أحمد الفراهيدي فحل نقط أبي الأسود الدؤلي ووضع الشكل على هذا النمط المعروف<sup>1</sup>.

وهنا يتضح أن دافع الاعتناء باللغة العربية هو الاعتناء بالقرآن، وكان هذا سبباً في المحافظة على اللغة العربية دون تبديل في أبنيتها الداخلية الصوتية والصرفية والنحوية والدلالية وفي مفرداتها، وكانت هذه العناية بالقرآن السبب الرئيسي في عدم خروج العربية عن نظامها المألوف، مثلما حدث لكل لغات العالم التي تغيرت أنظمتها الداخلية نتيجة عدة عوامل أثرت فيها بمرور الزمن.

في العصر الأموي أصبحت اللغة العربية اللغة الأولى للعديد من الشعوب الإسلامية وهذا بعد الفتوحات الإسلامية، ومما يلاحظ في هذه الفترة هو اضمحلال السليقة العربية نسبياً وظهور اللحن على الألسنة، ممّا ولّد خوفاً على القرآن الكريم، وظهرت على إثر ذلك علوم اللغة حفاظاً على القرآن الكريم<sup>2</sup>، وبدأت المسيرة بوضع النقاط على الحروف.

كما أن صلة سكان هذه الأمصار بلغاتهم الأصلية ضعفت شيئاً فشيئاً، وأصبحت العربية اللغة المتداولة بينهم، وما يلاحظ عليها أنها عربية مولدة متأثرة بلغاتهم الأصلية بمستويات مختلفة، وأول المناطق عربياً كانت الشام والهلل الخصب<sup>3</sup>، وفي أواخر العهد الأموي، اتسعت مجالات استخدام اللغة العربية إلى "آفاق التأليف العلمي، بعد أن كان تراثها حكراً على شعير وأمثالٍ تروى على ألسنة الرواة"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: أحمد حسن الزيات، تاريخ الأدب العربي، ص 207-208.

<sup>2</sup> - ينظر: عبد المجيد الطيب عمر، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة دراسة تقابلية، ص 70.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 71.

<sup>4</sup> - نفسه، ص 71.

أما في العصر العباسي فقد برزت في هذه الفترة حركة ترجمة واسعة من مختلف الأمم، ظهرت دار الحكمة في بغداد مكنزا لمختلف الكتب في شتى العلوم، سواء المؤلفات أو المترجمة، وبيت الحكمة يعد مكانا "أعدَّ لُنُحْبَة مختارة من المترجمين والعلماء وأصبح فيه دوائر علمية متنوعة لكلِّ منها علماءؤها وتراجمتها ومشرفون يتولَّون أمورها المختلفة وكذلك ألحق ب(بيت الحكمة) مكتبة واسعة ومرصد فلكي وإلى جانب المرصد مدرسة لتدريس الفلك"<sup>1</sup>، هذا عن هيكل بيت الحكمة باعتباره مؤسسة علمية، أما عن المؤلفات التي كانت تحتويها المكتبة، فقد كانت تحتوي على "ما ألفه العلماء والأدباء في اللغة والتاريخ والفقهاء وعلم الكلام والمثل والنحل، وبعض هذه الكتب أُلِّفت بطلبٍ من الخلفاء أنفسهم لكي توضع في بيت الحكمة"<sup>2</sup>، ويتضح أن بيت الحكمة كان لها أثر على الحركة العلمية والفكرية العربية، وكانت للغة العربية في تلك الفترة مكانة مميزة باعتبارها لغة العلوم والفنون المختلفة.

وانتقلت اللغة العربية إلى الأندلس بوصول الفاتحين وانتشار الإسلام فيها، ولقد كانت الأندلس في تلك الفترة زاهرة بآداب اللغة اللاتينية يقوم عليها رجال الدين، فصدمتها العربية وفرع الأساقفة فرعا جعلهم يعملون على تقوية مادة اللغة اللاتينية فكانت تدرس الآداب اللاتينية إلى جانب علم اللاهوت، وأهم المناطق التي اعتنت بها قرطبة وطليطلة وإشبيلية، لكن ما لبث الناس أن تلقفوا اللغة العربية، ودخل الكثير منهم الإسلام، ولم تمض ثلاثون سنة على الفتح حتى بدأت تُكتب الكتب اللاتينية بأحرف عربية، وبعد ذلك بزمن قليل بدأت تترجم التوراة وقوانين الكنيسة إلى العربية<sup>3</sup>، وازدهرت اللغة العربية في الأندلس إلى غاية سقوطها، وبدأت محاربة الإسلام والعربية، وزال معها الدافع الرئيسي لتعلم العربية وهو التفقه في الدين.

<sup>1</sup> - حيدر قاسم التميمي، بيت الحكمة العباسي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011، ص57-58.

<sup>2</sup> - نفسه، ص47.

<sup>3</sup> - ينظر: مصطفى صادق الرافعي، تاريخ آداب العرب، ج2، مكتبة الإيمان، المنصورة، مصر، ط1، 1997، ص293-292.

وفي القرن السادس عشر ومع بداية النهضة الحضارية الأوروبية الحديثة، بدأت الحضارة العربية الإسلامية بالأفول، فصار في المسلمين والعرب الضعف والوهن، وتعرضت بلادهم للهجمات الاستدمارية الأوروبية، وأراد المستدمرون تفتيت وحدة العرب والمسلمين، فتنهبوا لأمر يساعدهم في ذلك وهو هدم وحدة الدين واللغة، وحاولوا بشتى الطرق والأساليب من أجل تحقيق غرضهم، أما سعيهم لهدم الوحدة اللغوية فكان بتشجيع العاميات المحلية لتحل محل اللغة العربية الفصيحة، وكانت بداية الدعوة لهذا الأمر في ثمانينات القرن الثامن عشر، فوضعت قواعد للهجة القاهرية، واقترح كتابة العربية بالحروف اللاتينية، إلا أن تلك المحاولات فشلت ورغم ذلك فإنها أثرت بطريقة سلبية على اللغة العربية<sup>1</sup>.

### 3.2 اللغة العربية في العصر الحديث

يمكن تحديد بداية فترة العصر الحديث مع بداية القرن التاسع عشر، التي كانت العديد من البلاد العربية تحت الحكم العثماني، وقد كان للأحداث السياسية والعسكرية على المنطقة العربية أثر في اللغة العربية، فبعد اتساع الرقعة الجغرافية للبلاد المتكلمة باللغة العربية، بدأت هذه المساحة تتقلص شيئاً فشيئاً إلى أن انحصرت في شبه الجزيرة العربية وشمال إفريقيا، وقد لاقت العديد من البلدان في هذه المنطقة العربية ويلات الاستدمار، وإضافة إلى الاحتلال العسكري فقد حاول المحتل فرض نوع من الاحتلال الفكري والثقافي، وكان من أهم الأشياء التي قام بها تدمير اللغة العربية وإحلال لغته مكانها، وتجلى التأثير بعد خروج المحتل، ظهر نوع من المهجين اللغوي خاصة في الشمال الإفريقي الذي احتلته فرنسا، وقد أنشئت الجامعات اللغوية العربية لتمكين وتطوير اللغة العربية ومحاربة مثل هذا المهجين، فأنشئ الجمع السوري والعراقي والمصري. أما حالياً فتواجه العربية العديد من التحديات الجديدة: كتحدي العولمة الجارف، تحدي التقانات الحديثة، تحدي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup> - ينظر: عبد المجيد الطيب عمر، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة دراسة تقابلية، ص 75، 76.

## 3. مشاكل اللغة العربية

لا شك في أن تراجع العربية في فترة من الزمن، يرجع إلى عدة عوامل، يساهم المتحدثون بها والذين من المفترض أن يعتنوا بها في تراكم هذا التراجع، ويحصر أنيس فريجة مشاكل اللغة العربية الأساسية في أربع مشاكل<sup>1</sup>:

- 1- وجود لغتين مختلفتين: عامية وفصحى.
- 2- تقييد الفصحى بأحكام شديدة.
- 3- الخط العربي الخالي من الحروف المصوتة (الحركات).
- 4- عجز العربية عن اللحاق بالعلم والفنون.

هذه أربع مشاكل عرضها أنيس فريجة والتي رآها من المشكلات التي تعاني منها اللغة العربية، وقد أضاف مشكلة أخرى بعد عرضه للمشاكل الأربع السالفة الذكر وهي مشكلة سماها بمشكلة "تدريس العربية بالأساليب التي كانت متبعة في مدارس الكوفة والبصرة دون أن يطرأ عليها أي تعديل جوهري"<sup>2</sup>.

ويمكن مناقشة هذه المشاكل التي طرحها أنيس فريجة:

المشكلة الأولى: وصفها بوجود لغتين فصيحة وعامية، وهنا وصف العامية باللغة، وهذا الوصف وصف لا يلامس الصواب، فالفصحى مستوى لغوي والعامية مستوى لغوي، ولا ننكر أنه توجد مشكلة متعلقة بالعامية، أين أصبحت تتعالى أصوات المنادين بالعامية وإحلالها مكان الفصحى يوماً بعد يوم في بلدان عربية متعدّدة، وإن كان في عرف اللسانيين يمكن أن يطلق عليه لفظة (لغة)، فهي لغة ناقصة لا تتساوى مع الفصيحة على الإطلاق.

<sup>1</sup> - ينظر: أنيس فريجة، اللهجات وأسلوب دراستها، دار الجليل، بيروت، لبنان، ط1، 1989، ص23.

<sup>2</sup> - نفسه، ص23.

المشكلة الثانية: تقييد الفصحى بأحكام شديدة: هل الالتزام بالمعايير التي ضبطها العلماء القدماء يعد ضرباً من التشدد؟ لو أن العلماء الأوائل تساهلوا في ضبط أحكام اللغة العربية لنشأ اللحن، ولربما تفرعت العربية إلى لغات أخرى كتنفرع اللغة اللاتينية التي تفرعت إلى عدة لغات، واختلت البنية الداخلية للغة.

المشكلة الثالثة: خلو الخط العربي من الحركات: هي مشكلة حقيقية عبّر عنها العديد من الباحثين ورأوا أنه لا بد من ضبط الحروف العربية بالحركات من أجل تسهيل عملية القراءة الصحيحة وعملية الاستيعاب.

المشكلة الرابعة: عجز العربية عن اللحاق بالعلم والفنون: هذا العجز ليس في اللغة بذاتها وإنما العجز في أهلها الذين يجب أن يعملوا على تطويرها، وأن يعملوا على نشر العلم وتوطينه وإنتاجه باللغة العربية.

أما مشكلة أساليب التدريس التي طرحها فإننا نؤيده فيها، لأنها فعلاً ما زالت تستخدم أساليب عقيمة في تدريس اللغة العربية.

ويلاحظ أن طرح أنيس فريجة لهذه المشكلات كان في آخر القرن العشرين، أي أنه مرت فترة زمنية - وإن كانت ليست بالكبيرة - على هذا الطرح، فبمرور أكثر من عقد تغيرت الأمور تغيراً كبيراً، خاصة مع التطور التقني السريع والزرغم المعرفي المتزايد.

إضافة إلى ما سبق فإن اللغة العربية تعاني العديد من المشاكل والتحديات الأخرى، التي تعمل أساساً على تدمير اللغة العربية الفصحى بدعوى الإصلاح والتطوير والعصرنة، ومن أهمها:

- الدعوة إلى إحلال العامية مكان الفصحى.
- تغيير الحروف العربية إلى الحروف اللاتينية.

- استعمال اللغات الأجنبية (الإنجليزية والفرنسية) في التعليم العالي خاصة في العلوم التطبيقية والتقنية.
- توظيف اللغات الأجنبية (الإنجليزية والفرنسية) في العديد من القطاعات الحيوية كالإعلام والإدارة والاقتصاد.

#### 4. مستقبل اللغة العربية

في ضوء التحديات التي تواجه العربية والمكانة التي تحظى بها حالياً، يمكن ملاحظة ما يلي:

- انتشار اللغة العربية بشكل كبير في خارج البلاد العربية، وتطورت معه مناهج تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، وهذا الاهتمام راجع إلى أمور من بينها:
  - أ. العامل الديني: يتم تعلم اللغة العربية من أجل فهم الشعائر الإسلامية ولقراءة القرآن وغيرها؛ وهذا يُلاحظ كثيراً في البلدان الإسلامية غير المتحدثة بالعربية كماليزيا وتركيا وباكستان وإندونيسيا...
  - ب. العامل الاقتصادي: أصبحت المنطقة العربية - خاصة منطقة الخليج- قطبا اقتصاديا تتجه إليه العديد من الشركات من مختلف أقطار العالم وهذا يوحى بتوسع الرقعة الجغرافية لمتكلمي اللغة العربية من جهة ومن جهة أخرى توسع عددهم سواء كمتحدثين أصليين لها أو متحدثين لها كلغة أجنبية.
- تراجع مكانة اللغة العربية في أوطانها، وهذا نظرا للغزو الثقافي، فالعولمة أصبحت تلقي بظلالها على العالم وليس على العالم العربي وحده، فانتشرت الثقافة الأمريكية وانتشرت معها اللغة الإنجليزية، هذا بالإضافة إلى ارتفاع العاميات التي أصبحت توظف في العديد من القطاعات الحيوية كالإعلام، الإشهار... وهذا التراجع يوحى بأن اللغة العربية في خطر، ويجب تدارك هذا الوضع لكي لا تنقسم اللغة العربية إلى لغات -مثلما حصل للغة اللاتينية- ويصبح لكل قطر لغته الخاصة به، وتصبح اللغة العربية لغة المشاعر



الدينية ولغة التعبد فقط أي أنها تصبح لغة دين فقط، لا لغة علم وتعليم واقتصاد وإعلام..

### ثانياً: اللغة العربية في المجال الاقتصادي وتشريعاته

يعد الميدان الاقتصادي الميدان الحيوي الذي تنهض به الأمم، ولا بد في ذلك من أدوات تواصلية، وأهم هذه الأدوات التواصلية اللغة، وتحتل اللغة العربية مكانة مميزة فهي اللغة الرسمية لأكثر من 22 دولة منضمة لجامعة الدول العربية، إضافة إلى وجود بلدان أخرى غير منضمة لجامعة الدول العربية وتعد اللغة العربية بها لغة رسمية منها: التشاد، إريتريا، أرض الصومال. وبالتالي فهي أداة تواصلية مشتركة مهمة خاصة للدول التي تعد اللغة العربية لغة رسمية بها والتي تنتمي لجامعة الدول العربية.

وللشأن اللغوي ارتباط وثيق مع التنمية الاقتصادية والاجتماعية ولا يمكن أن نعزل الجانب اللغوي عن جوانب الحياة الأخرى، و"كلما اعتقدنا أنه يمكن لنا أن نحقق تنمية اقتصادية بعيدا عن مكوناتنا الثقافية، والتي تعد اللغة أهم مكون فيها، كلما أحرنا من إقلاعنا التنموي، ونهوضنا الاقتصادي، وزدنا بذلك في تبعيتنا إلى غيرنا"<sup>1</sup>، ولذلك يرى مالك بن نبي أنه يجب على بلدان العالم الثالث "أن تقوم هي أيضاً بثورتها الثقافية، حتى تذلل المصاعب ولاسيما العقد التي تعوق سبيل تنميتها الاقتصادية"<sup>2</sup>

إن للاقتصاد آثارا على العربية، فإضافة إلى ترويجه للعامة المكتوبة فإن له بُعدين سلبيين آخرين: بُعد معجمي يُخلّ بنقاء العربية متمثلا في الأسماء والرموز والعلامات التجارية التي غزت البيوت العربية، وبُعد نظمي نجد فيه قلبا في التركيب الإضافي فصار مقهى القرية (القرية كافييه) وسوق

<sup>1</sup> - عبد القادر بوشيبية، اللغة العربية واقتصاد المعرفة، اللغة العربية والدراسات البنينة الآفاق المعرفية والرهانات المجتمعية، المجلد الأول، مركز دراسات اللغة العربية وآدابها، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2018، ص1367.

<sup>2</sup> - مالك بن نبي، المسلم في عالم الاقتصاد، دار الفكر، دمشق، سورية، ط3، 2000، ص39.

الجامعة (الجامعة مول) ومدينة الهاتف المحمول (موبايل ستي)<sup>1</sup>، فيلاحظ أن هناك تغييرا في البنية التركيبية للعبارة بتقديم المضاف إليه على المضاف، إضافة إلى تبديل المفردات العربية التي تحولت إلى مفردات إنجليزية حلت مكانها، وهذا لا شك بأنه تحت التأثير العولمي.

وعند النظر لحال اللغة العربية في المجال الاقتصادي لاسيما في المنطقة العربية نجد تباينا بين البلدان العربية سواء في البلد الواحد أو بين البلدان، وهذا نظرا لاكتساح اللغات الأجنبية لهذا المجال خاصة الإنجليزية والفرنسية، وكذا الانتشار الكبير للعاميات خاصة عند الإشهار والترويج لمختلف المنتجات، ففي البلدان العربية المغاربية ضعف ونقص في استعمال العربية وتوظيفها في المجال الاقتصادي، في مقابل سطوة اللغة الفرنسية على هذا المجال لاسيما في المجالات الاقتصادية التي تتطلب أموالا ضخمة كقطاع المقاولاتية وقطاع الفنادق والبنوك... أما في البلدان العربية المشرقية لا سيما بلدان الخليج، فنجد اكتساحا للغة الإنجليزية للكثير من الميادين الاقتصادية، من أمثلة ذلك أن العديد من المقيمين بدول الخليج يوصون الراغبين في البحث عن فرص عمل في دول الخليج بإتقان اللغة الإنجليزية.

## 1. اللغة العربية والنشاط التجاري

شكلت التجارة دورا محوريا في حياة العرب قديما وحديثا، فقد كانت حياة العرب في الجاهلية مرتبطة بها، والمظاهر التجارية واضحة عندهم من خلال قوافل الرحلات التجارية والأسواق الموسمية والدائمة، وقد ذكر الله سبحانه وتعالى في سورة قريش ارتباط قريش بالتجارة وأهم كانوا يقومون برحلتين تجاريتين رحلة الشتاء ورحلة الصيف، وهذا المظهر التجاري الذي كانت تقوم به العرب كان له علاقة وطيدة بالجانب اللغوي، فهذه المبادلات التجارية تتم عن طريق التواصل اللغوي، فتداول الألفاظ فيه كما تتداول العملات، وتتناقل الأصوات

<sup>1</sup> - ينظر: نهاد الموسى، اللغة العربية في العصر الحديث قيم الثبوت وقوى التحول، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007، ص126.

والتسميات والعبارات، وقد كان للطبيعة الجغرافية أثر في ذلك فالجزيرة العربية تمتاز في معظمها بطابعها الصحراوي لاسيما في الحجاز.

### 1.1. دور التجارة في انتشار اللغة العربية:

والأسواق والتجارة بصفة عامة لها دور في انتشار الإسلام وانتشار اللغة العربية، فقد كانت التجارة عاملا مهما في انتشار اللغة العربية والإسلام في مناطق متعددة من إفريقيا وآسيا كما يذكر العديد من الباحثين "فقد كانت التجارة الركيزة الأولى للعلائق العربية\_الإفريقية قبل ظهور الإسلام، ولما جاء الإسلام ازدادت دائرة الاستفادة من ذلك المنشط الاقتصادي"<sup>1</sup>، فبعد ظهور الإسلام كانت هناك تنقلات للعرب المسلمين خارج الجزيرة العربية، إما بهدف نشر الإسلام وإما لأغراض أخرى، وكان كثير منها لغرض التجارة، وتبرز بصمتهم بصفة واضحة في القارة الإفريقية حيث "ان العرب ما جاؤوا أصلاً كدعاة متفرغين للدعوة الا ان نشرهم للثقافة العربية كان يلازمه عادة نشر للعقيدة الإسلامية، وكان للتجار العرب والبدو (الذين هاجروا في أعداد كبيرة) دور رائد في بذر نواة التعاليم الإسلامية في المجتمعات الإفريقية"<sup>2</sup>، فلقد كان المظهر التجاري مترابطا مع عنصر الفتح الذي تزامن معه.

وانتشار الثقافة العربية الإسلامية يعني انتشار اللغة العربية، وهذا ما أبرزه مصطفى الزرقا حين أوضح أنه توافر عاملان أساسيان لانتشار العربية<sup>3</sup>:

العامل الأول العامل الديني: فمعرفة أصول الدين تدعو إلى أخذ اللغة العربية.

العامل الثاني العامل الاقتصادي: ففي البلاد المفتوحة أصبحت العربية الأداة الوحيدة للتفاهم في التبادل التجاري، وهذا من أجل تلبية مصلحة من المصالح وهي الاكتساب.

<sup>1</sup> - يوسف فضل حسن، الجذور التاريخية للعلاقات العربية الإفريقية، العرب وإفريقيا، ص 29.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 29.

<sup>3</sup> - ينظر: مصطفى الزرقا، الفكر الإسلامي ولغة القرآن عنصر ثقافي تطعم به اللغة القومية، مجلة اللسان العربي العدد 06 الجزء 01، 1969، ص 177.

## 1.1.1. انتشار اللغة العربية عن طريق التجارة في إفريقيا

إذن انتشرت الثقافة العربية الإسلامية في إفريقيا بداية من شرقها، لاسيما في المناطق الساحلية أو القريبة من الساحل، "وإضافة إلى المدن الحبشية التي كانت تعج بالتجار العرب أنشأ العرب مراكز تجارية جديدة. وفي الوقت نفسه توافد بعض المهاجرين من مزارعي اليمن وتجار حضر موت وعمان والحجاز. ومع اختلاف أسباب الهجرة فإن الواقع الاقتصادي كان المحرك الأول"<sup>1</sup>، يدل هذا على أن انتشار الإسلام واللغة العربية في شرق إفريقيا لم يكن سببه الرئيسي الفتوحات الإسلامية كما حدث في شمال إفريقيا بل كان له عدة أسباب أهمها التعاملات الاقتصادية التي كان التجار العرب يقومون بها مع السكان المحليين في شرق إفريقيا، وعلى إثر ذلك فإنه "بين القرنين الثاني عشر والخامس عشر شهد الساحل الإفريقي ازدهار ثقافة عربية \_ إسلامية عرفت بالثقافة السواحيلية"<sup>2</sup>.

وبعد انتشار الثقافة العربية الإسلامية وتمازجها مع الثقافات المحلية للبلاد نشأت هذه الثقافة السواحلية واستوطنت الشرق الإفريقي، كما ذكر عدد من الباحثين أن المنطقة تعرضت فيما بعد لحملات استعمارية من طرف البرتغاليين الذين احتكروا مصادر التجارة الشرقية وسيطروا على الطرق البحرية، لكن بعد قرنين من هذا الاحتلال تمكن العرب المستقرين في الساحل الإفريقي من طرد البرتغاليين وذلك بمساعدة العمانيين، وبذلك استعادوا السيطرة على الساحل، وتبع ذلك هجرة عربية كبيرة من حضرموت وعمان، وحصل التحول الكبير في تاريخ العرب والإسلام في الساحل الإفريقي بالتفاف العمانيين بقيادة سعيد بن سلطان إلى الأراضي العمانية في إفريقيا<sup>3</sup>، وكما يذكر الباحثون فقد نتج عن هذا توسع تأثير الثقافة العربية الإسلامية التي كانت متزامنة مع التوسع الاقتصادي "وقد ترتب عليه انتقال الأثر العربي \_ الإسلامي إلى

<sup>1</sup> - يوسف فضل حسن، الجذور التاريخية للعلاقات العربية الإفريقية، العرب وإفريقيا، ص 30.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 33.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 33.

أواسط القارة في إطار توسيع نشاطهم الاقتصادي بغية الحصول على العاج والرقيق. ومن جزيرة زنجبار أدار العمانيون ممتلكاتهم الإفريقية<sup>1</sup>.

ويتضح أن جزيرة زنجبار التابعة حالياً لدولة تنزانيا قد مثلت الحلقة المهمة في نشأة الثقافة السواحلية التي مزجت بين الثقافتين العربية الإسلامية والإفريقية بعد تراكمات زمنية تخللها عدد من الحروب، حيث "ذكر كثيرٌ من الكتاب أنّ مدينة زنجبار كانت العاصمة السياسية للإسلام والثقافة العربية، فأصبحت اللغة العربية تُستخدم في شؤون الإدارة والتعليم، وأصبحت اللغة الرسمية للدولة، وكانت اللغة السواحلية تمثل اللغة العربية في كثيرٍ من الأوقات"<sup>2</sup>، ويبرز تأثير الثقافة العربية في استعمال عدد هائل من مفردات اللغة العربية في اللغة السواحلية "يقدر بعض الباحثين أن السواحلية لغة إفريقية تركيباً، ولكنها اقتبست كثيراً من الكلمات الأجنبية وجل هذه من اللغة العربية"<sup>3</sup>.

وكثيراً ما استعملت اللغة العربية كلغة تعامل مشتركة في الأسواق الإفريقية، ذلك أن العرب سيطروا على العديد من أسواق الساحل، وكان السكان الأصليون يأتون إلى هذه الأسواق ويحتكون مع العرب؛ بناء على ذلك كانت المعاملات التجارية تتم في الغالب في مثل هذه الأسواق "بواسطة اللغة العربية، أو بالعربية المختلطة بلغات أهل البلاد المحلية؛ مما أتاح لهؤلاء الأفراد أن يعرفوا قدرًا من اللغة العربية من خلال هذه المعاملات التجارية التي كان لها أثر طيب في نشر اللغة العربية بين السكان الأصليين"<sup>4</sup>، فهذا يدل على أن اللغة العربية كانت اللغة المشتركة في المعاملات التجارية في تلك البلدان.

1 - يوسف فضل حسن، الجذور التاريخية للعلاقات العربيّة الإفريقيّة، العرب وإفريقيا، ص33.

2 - مبورالي كامبي، أهداف المنصرين ودورهم في نحو الآثار العربية عن اللغة السواحلية، مجلة قراءات، المنتدى الإسلامي، العدد 25، سبتمبر 2015، ص 21.

3 - يوسف فضل حسن، الجذور التاريخية للعلاقات العربيّة الإفريقيّة، العرب وإفريقيا، ص33.

4 - نوح شيخ جافو، البحوث النظرية والتجارب المجتمعية المنجزة لجعل اللغة العربية لغة وظيفية، وآفاقها المستقبلية في المجتمع الإثيوبي، اللغة العربية والدراسات البنينة الآفاق المعرفية والرهانات المجتمعية، المجلد الأول، مركز دراسات اللغة العربية وآدابها، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2018، ص995.

وقد ساهمت دول الشمال الإفريقي التي اعتنقت الإسلام باكرا وتمثلت الثقافة العربية الإسلامية في انتشار الدين الإسلامي واللغة العربية في القارة الإفريقية، وكان دور مصر كبيرا في انتشار الإسلام واللغة العربية في العديد من المناطق الإفريقية، ونظرا لموقعها الجغرافي الاستراتيجي الذي يربط إفريقيا بالجزيرة العربية "فقد كانت بمثابة رأس الجسر للثقافة العربية والعقيدة الإسلامية، وكان لصلاتها التجارية الواسعة بالأقطار الإفريقية أثر كبير في دعم تلك العلاقات"<sup>1</sup>.

أما انتشار الثقافة العربية الإسلامية في غرب إفريقيا فكان تأثير البلدان المغاربية واضحا، نتيجة التجارة أو الفتوحات والمهجرات، فنقل العرب والبربر الإسلام والثقافة العربية من شمال القارة إلى وسطها وغربها عبر أربعة طرق تجارية: الأول يربط تونس وليبيا بمنطقة بحيرة شاد، الثاني يربط تونس ببلاد الهوسا والثالث يربط الجزائر بأواسط نهر النيجر، أما الرابع فيربط المغرب الأقصى بأعالي نهر النيجر ونهر السنغال. وكانت تقوم تجارتهم على مقايضة الملح بالذهب، كما اشتملت على استيراد الرقيق والعاج من إفريقيا مقابل العطور والمنسوجات والأسلحة والخيل والحديد والنحاس<sup>2</sup>، ويستدل من هذا على أن البلدان المغاربية كان لها دور فاعل في انتشار الإسلام واللغة العربية في غرب إفريقيا.

وقد ذكر الباحثون أن الطريقة التي انتشرت فيها العربية والإسلام في غرب القارة الإفريقية تشابهت مع الطريقة التي انتشرا فيها في شرقها: "وكما هو الحال في السودان وادي النيل، فإن التجار كانوا يجمعون بين وظيفة التاجر والداعية المسلم. ونتيجة لهذا التكامل السلمي انتشرت الثقافة الإسلامية المسلحة باللغة العربية والحرف العربي"<sup>3</sup>.

وكانت اللغات المستعملة عندهم لغات شفاهية فقط غير مكتوبة وكانت محدودة الانتشار، وقد ذكر عبد القادر أربون ذلك بقوله: "فأفارقة غرب أفريقيا لم يتعرفوا على لغة حية مكتوبة

<sup>1</sup> - يوسف فضل حسن، الجذور التاريخية للعلاقات العربية الإفريقية، العرب وإفريقيا، ص 37.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 39.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 39.

قبل اللغة العربية، بل لم يستعملوا غيرها لقرون عديدة، قبل وصول اللغات الغربية التي دخلت مدفوعة بكل وسائل القمع وأنواع الجور والتعسف"<sup>1</sup>.

وقد أصبح للغة العربية السيادة في الكثير من البلدان الإفريقية في شتى المجالات الحياتية، ومن هذه المجالات المجال الاقتصادي، إذ "لما سادت اللغة العربية في السودان كله - بدخول الإسلام- اتخذت لغة رسمية للتجارة... وأصبحت للتجارة لغة حيّة تنظم أمورها، وتكتب بها الاتفاقيات والمعاهدات، والديون التجارية"<sup>2</sup>، وكانت اللغة العربية هي اللغة المشتركة في المعاملات التجارية في غرب إفريقيا، وكان لبعض المناطق التجارية تميز في استخدام العربية، وهو واضح في مثال شارل مانتاي عن منطقتي تمبكتو وجيّ اللتان كانت تربطهما علاقة تجارية، فعند إرسال البضائع بينهما ترسل معها أو بعدها رسالة توضيحية للبضائع توضح الكميات والأنواع والأسعار مكتوبة باللغة العربية<sup>3</sup>.

وقد قام عبد القادر أربون بتحليل بعض المفردات التجارية المقترضة من العربية في لغة السنغاي في مالي: منها مفردات متشابهة في النطق مثل: سكر، مرجان، وكيل، وهناك مفردات أخرى تختلف في النطق مثل: لؤلؤ وفي لغة السنغاي لولو بتخفيف الهمزة، والقمح هي في لغة السنغاي القما حيث أبدلت الحاء بالمد وهذا لعدم وجود حرف الحاء في السنغاي<sup>4</sup>.

ومثلما حدث مع اللغة السواحلية شرق إفريقيا، يُلاحظ أنه قد نتج أيضا عن احتكاك اللغة العربية والثقافة العربية الإسلامية عموما باللغات المحلية في غرب إفريقيا لغات متشعبة بالمفردات والعبارات العربية، من هذه اللغات لغة الوولف، فاللغة الولوفية في السنغال حسب

<sup>1</sup> - عبد القادر أربون، إسهام اللغة العربية في مجالات التجارة والاقتصاد والقانون: حالة مالي، اللغة العربية والدراسات البينية الآفاق المعرفية والرهانات المجتمعية، المجلد الأول، مركز دراسات اللغة العربية وآدابها، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2018، ص 1187.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 1220.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 1219.

<sup>4</sup> - ينظر: عبد القادر أربون، إسهام اللغة العربية في مجالات التجارة والاقتصاد والقانون: حالة مالي، اللغة العربية والدراسات البينية الآفاق المعرفية والرهانات المجتمعية، ص 1223.

أحد السنغاليين "أصبحت بفضل القرآن أداة تثقيف وتربية جيدة.. أضف إلى ذلك كله عقليتنا التي اصطبغت بالصبغة القرآنية وتأثرت بما في القرآن الكريم من أساليب التعبير، ووجوه التصوير والتصرف في أفانين الكلام.. ثم يأتي الحرف العربي الذي اتخذته المسلم السنغالي مثل أخيه الإفريقي منذ قرون لتدوين ما يريد بلغته الولوفية"<sup>1</sup>، وهذا يدل على التأثير الكبير الذي أحدثته الإسلام وأحدثته اللغة العربية التي صاحبت الإسلام في إفريقيا.

### 2.1.1. انتشار اللغة العربية عن طريق التجارة في جنوب شرق آسيا

انتقلت اللغة العربية التي كانت ملازمة للإسلام في جنوب شرق آسيا عبر التجار، واختلف الباحثون حول الطريق التي جاء منها الإسلام واللغة العربية، وتلخص آراء الباحثين والدارسين في ثلاثة آراء<sup>2</sup>:

الرأي الأول: أن الطريق التي وصل الإسلام واللغة العربية منها كان من الصين، وذلك بحكم العلاقات التجارية التي كانت تجمع الصين بكل من الملايويين (سكان أرخبيل الملايو) والعرب، والتي تعود إلى ما قبل الإسلام واستمرت إلى ما بعد ظهوره، فنقل التجار العرب الإسلام واللغة العربية للصين، والتجار الصينيون بدورهم نقلوه إلى جنوب شرق آسيا.

الرأي الثاني: الطريق التي تم وصول العربية والإسلام منه إلى جنوب شرق آسيا كان عن طريق الهند، فقد ساهم الهنود في إيصال الدعوة بعد أن وصلتهم إلى جنوب شرق آسيا عن طريق التجارة.

<sup>1</sup> - الحاج إبراهيم نياس، اللغة الولوفية بالسينغال... أصبحت بفضل القرآن أداة تثقيف وتربية، مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، عدد 06 ج 01، 1969، ص 174.

<sup>2</sup> - ينظر: عبد الباسط سلامة هيكل وآخرون، اللغة العربية في سلطنة بروناي دار السلام بين الماضي والحاضر، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، ط1، الرياض، السعودية، 2017، ص 18، 19، 20.



الرأي الثالث: تم وصول الدعوة الإسلامية واللغة العربية المصاحبة لها من البلاد العربية مباشرة، فسفن العرب كانت تبحر في مواسم معينة، اعتمدت فيه الملاحة البحرية على الرياح الموسمية التي كان لها دور كبير في سير القوافل البحرية.

رغم اختلاف الآراء حول الطريق التي وصل منها الإسلام والعربية إلى جنوب شرق آسيا، فإن هناك إجماعاً على أن التجارة والتجار كانوا السبب الرئيسي في وصول الإسلام والعربية إلى أرخبيل الملايو، ويبرز هذا التأثير اللغوي في تأثر الثقافة الملايوية السائدة في جنوب شرق آسيا باللغة العربية عموماً، وخاصة من ناحية الألفاظ التي تبرز فيها الألفاظ الدينية والحضارية، وكذا تأثرها بالخط العربي الذي تمّ تبنيه في اللغة الملايوية وأصبح يعرف بالحرف الجاوي، وظلّ الخط الجاوي سائداً إلى غاية القرن العشرين أين تم استبدال الحروف العربية الجاوية بالحروف اللاتينية وكان للقوى الاستعمارية دور كبير في ذلك، والأبجدية العربية الجاوية "هي الرابطة التي وُحِّدَت اللغة الملايوية وشعوبها في أرخبيل الملايو، وأحدثت نهضة كبيرة للغة الملايوية، فأثرت بالكلّيات العربية والمصطلحات الإسلامية الجديدة، مما أسهم في انتشارها وتفوقها على غيرها من اللغات في أرخبيل الملايو"<sup>1</sup>.

ورغم ضياع الحرف الجاوي في جنوب شرق آسيا خاصة في منتصف القرن العشرين، إلا أنه يُلاحظ عودته التدريجية، ففي بروناي دار السلام مثلاً، يظهر هذا الحرف واضحاً في شتى مناحي الحياة، وأصبحت له مكانة مهمة، فجميع المدارس الحكومية في الطورين المتوسط والثانوي تدرس الحرف العربي الجاوي، ويُدرّس أيضاً في الجامعة كإحدى المتطلبات الجامعية ضمن مادة تدعى (ملايو إسلام براج)، تُلزم الجامعة بها جميع الطلاب كمادة إجبارية وشرطاً للتخرج.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عبد الباسط سلامة هيكل وآخرون، اللغة العربية في سلطنة بروناي دار السلام بين الماضي والحاضر، ص52.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص57.

## 2.1. اللغة العربية والأسواق

يعد السوق من الأماكن التي تتجلى فيها الظواهر اللغوية الاجتماعية، فهي مرتع خصب للباحث اللغوي.

## 1.2.1. اللغة العربية في الأسواق قديماً

تعددت الأسواق الكبرى الموسمية في بلاد العرب قبل الإسلام، وكان عكاظ أكبر هذه الأسواق، فيأتي إليه زعماء العرب وأمراء القول للقيام بعدة أمور أولها التجارة إضافة إلى أداء الحج والمنافرة ومفاداة الأسرى، وتتميز عكاظ بأن الوفود تأتي إليها من كل مكان فهي تقام في الأشهر الحرم كما أنها تقع في طريقهم إلى الحج، أما من الناحية اللغوية فكانت مساهمة عكاظ في تهذيب اللغة كبيرة<sup>1</sup>. وعموماً فالأسواق الموسمية التي كان العرب يعقدها كعكاظ وذو المجاز كانت منبراً ثقافياً إضافة إلى قيامها بمحاولة تحقيق اندماج اقتصادي لشبه الجزيرة العربية، وتجاوزت حالة العزلة فنتج عن هذا توحيد عادات ولغة العرب وإحساسهم بالحاجة إلى الوحدة السياسية<sup>2</sup>، وبالتالي يمكن القول إن الأسواق التي كانت عند العرب ساهمت مساهمة كبيرة في الجانب اللغوي، خاصة سوق عكاظ "فقد مهدت الطريق قبل ظهور الإسلام لجمع اللغة العربية وتوحيد لهجاتها التي كانت منتشرة بين قبائل العرب. كما كان لها أثرها الكبير في نحو ما كان بين العرب من فروق لغوية"<sup>3</sup>، كما تبرز هنا مكانة مكة التجارية، فهي موطن قريش التي احترفت التجارة، وبها الكعبة المشرفة التي كانت محجّ الناس من كل بقاع العالم قبل الإسلام وبعده "ويمكن القول أن مكة اشتهرت بكونها عاصمة العرب التجارية ومركزهم المالي الرئيس

<sup>1</sup> - ينظر: أحمد حسن الزيات، تاريخ الأدب العربي، ص 17.

<sup>2</sup> - ظاهر ذباح الشمري، لحة عن الأحوال الاقتصادية عند العرب قبل الإسلام، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، جامعة بابل، المجلد 04، العدد 02، ص 331.

<sup>3</sup> - عبد الرحمن عبد الحميد علي، تاريخ الأدب العربي في العصر الجاهلي، دار الكتاب الحديث، 2008، ص 133.

وأن أهلها احترفوا التجارة"<sup>1</sup>، فمكة إذن هي الموطن الاقتصادي والروحي واللغوي لسكان الجزيرة العربية.

ومكة ليست هي الوحيدة التي كانت لها هذه الريادة، فالبصرة التي أنشأت كأختها الكوفة في عهد عمر بن الخطاب رضي الله عنه، لعبت دورا بارزا واعتبرت محطة مهمة في نشر الإسلام واللغة العربية، وزادها هذه الأهمية مكانتها الثقافية التي عُرفت بها خاصة من الناحية اللغوية باعتبارها قطبا لغويا مهما أنشأ فيه ما يُعرف بالمدرسة البصرية في النحو، ومما أعطاهها هذه المكانة باعتبارها محطة رئيسية لنشر الثقافة العربية الإسلامية هو مكانتها الاقتصادية باعتبارها تقع في موقع استراتيجي هام، ساهم في ازدهار شتى المظاهر الاقتصادية من زراعة وصناعة وتجارة فيها، وصارت من المراكز التجارية المهمة في العصر العباسي فصارت في زمن العباسيين "محوراً لتجارة العراق مع بلاد الشرق كالهند والصين والحبشة وغيرها من البلاد المجاورة"<sup>2</sup>، وهذا دلالة على أن البصرة لم تكن قطبا لتجارة العراق وحده بل للتجارة العربية عموما خاصة المتجهة للهند والصين وجنوب شرق آسيا، وما زاد الأهمية الاقتصادية للبصرة هو إنشاء سوق يدعى سوق المرید، وأصبح لسوق المرید أهمية كبيرة حتى أُطلق عليه عكاظ الإسلام، واعتبر تعويضا عن سوق عكاظ الذي بدأ يجبو بريقه، وإن كانت أهميته لا توازي أهمية سوق عكاظ، وعموما فالأسواق الموسمية بصفة عامة نُقص نشاطها لصالح الأسواق الدائمة<sup>3</sup>، ويتضح من خلال هذه المقارنة العلاقة الثلاثية التي تجمع الدين واللغة والاقتصاد، وربما هذا ما دفع اللساني المغربي عبد القادر الفاسي الفهري تسمية أحد فصول كتابه اللغة والبيئة ب: (اللغة والاقتصاد والروحية)، لما لها من ترابط فيما بينها.

<sup>1</sup> - ظاهر ذباح الشمري، لمحة عن الأحوال الاقتصادية عند العرب قبل الإسلام، مرجع سابق، ص331.

<sup>2</sup> - أحمد سوسة، تاريخ حضارة وادي الرافدين، ج02، وزارة الري العراقية، الدار العربية للموسوعات، 1983، ص216.

<sup>3</sup> - سعيد الأفغاني، أسواق العرب في الجاهلية والإسلام، دار الفكر، بيروت والقاهرة، ط3، 1974، ص407.

ومن الأمثلة التي تبين أهمية اللغة في المجال الاقتصادي عموماً عند العرب هي قصة بائع الأخمرة الذي قدم الكوفة، فباع كل الأخمرة التي لديه ما عدا السوداء التي لم تبع، فشكا حاله لصديقه الشاعر الدارمي، وكان الدارمي قد ترك الغناء والشعر وتنسك، فقال له أنه سينفقها له حتى يبيعها كلها بإذن الله، وأنشد قائلاً:

قل للمليحة في الخمار الأسود      ماذا صنعت بزاهد متعبد  
قد كان شمر للصلاة ثيابه      حتى عرضت له بباب المسجد  
ردي عليه صيامه وصلاته      لا تقتليه بحق دين محمد

فشاعت أبيات الدارمي بين الناس، فتهافتت النساء على شراء الأخمرة السوداء، حتى نفذ كل ما كان منها عند البائع، وعاد الدارمي بعد ذلك إلى نسكه وتزهد<sup>1</sup>.

### 2.2.1. اللغة العربية في الأسواق حديثاً:

هناك الكثير من المظاهر اللغوية المشتركة بين الأسواق قديماً وحديثاً، وعند إلقاء نظرة سريعة على حال اللغة العربية في الأسواق المتواجدة بالأقطار العربية حالياً، يلاحظ وجود مزيج لغوي كبير، فإذا نظرنا صوب البلدان العربية المشاركة، فنجد الدول الخليجية التي تستقطب عمالاً أجانب من مختلف الجنسيات خاصة الآسيوية منها بما تداخل لغوي كبير عند التعامل معهم خاصة في البيع والشراء، فالحاج أو المعتمر عند ولوجه لأسواق مكة المكرمة، يظهر له جلياً هذا المزيج اللغوي، خاصة إذا كانت لغة البائع غير العربية، فيمزج اللغة العربية بلغته الأصلية الأردنية أو الهندية أو البنغالية...

أما في الأسواق المغاربية فنجد تمازجاً من نوع آخر يجمع العربية والفرنسية بشكل كبير وتتمازج معهم اللغة الأمازيغية بمختلف لهجاتها بنسبة أقل، ففي الأسواق الجزائرية مثلاً - باعتبار

<sup>1</sup> - ينظر: عبد الرحمن قوبي، شعرية الخطاب الإشهاري لوحات إشهارية من الشعر العربي القديم، العربية في الإشهار والواجهة، منشورات معهد الدراسات والأبحاث للتعريب، الرباط، المغرب، 2003، ص 130-131.

الباحث معاشا لها- يتشكل مزيج لغوي متعدد اللغات، خاصة في الأسواق الشعبية، التي تتمازج فيها اللغة العربية مع عدّة لغات أخرى خاصة الفرنسية، من ناحية استعمال مفردات كثيرة من هذه اللغة، وهذا راجع على الأرجح لسياسة الثنائية اللغوية -العربية والفرنسية- التي اتبعتها الدولة الجزائرية منذ الاستقلال، فالأرقام والأسعار مزيج بين العربية والفرنسية، وعند سؤال أحد الباعة عن ثمن سلعة من السلع فيجيبه إما برقم عربي وإما برقم فرنسي فمثلا 100 دج يقول البائع: عشرة آلاف<sup>1</sup> أو يقول: dix mille وهي بالفرنسية ومعناها عشرة آلاف، والشيء نفسه ينطبق عند تعبئة الرصيد والذي يسمى في الجزائر ب(فليكسي) أي شحن رصيد الشخص بقيمة مالية معينة عن طريق هاتف البائع الذي يشحن رصيد المشتري بمقابل مادي، وكثيرا ما يسألك عن الرقم بادئا مثلا ب 06 فيقول بالعربية صفر ستة أو يقول بالفرنسية .zero six.

والناظر في الأسواق المغربية<sup>2</sup> يلاحظ تشابها نسبي مع الأسواق الجزائرية في تعاملها مع الزبون الذي يفهم اللهجة المغربية وإن كان استعمال اللفظ الفرنسي أقل، أما في تعاملها مع الزبون الأجنبي خاصة الأوروبي فنلاحظ اختلافا جذريا، ففي الأسواق الجزائرية قلما نجد من يتحدث اللغات الأجنبية، وإن وُجد فإنه يوجد من يتحدث الفرنسية ويندر من يتحدث الإنجليزية من الباعة، أما في الأسواق المغربية -حسب ملاحظتنا- فيُتقن العديد من الباعة التعامل باللغات الأجنبية خاصة الفرنسية والإنجليزية، يجذب بها البائع المشتري الأجنبي المحلي بكلمات أجنبية مثل: bonjour، welcome، ...، وفي كثير من الأحيان تجد باعة لا يستطيعون التحدث بالفرنسية أو الإنجليزية لكنهم يفهمون سؤال المشتري، ويُجيبونه بطريقة محدودة. فتكون إجابته ب oui، non، yes، no .. أو باستعماله الأعداد إذا سئل عن الثمن فيقول dix dirham أو ten dirham.

<sup>1</sup> - أي عشرة آلاف سنتيم وليس دينارا، وبحسب السنتيم بإضافة صفرين قبل الرقم إذا كان بالدينار يُحوّل إلى السنتيم

<sup>2</sup> - من خلال معاينة وملاحظة سوق المدينة بالرباط بالمغرب.

وأصبحت اللغة عموماً عامل جذب يجذب البائع المشتري من خلال استعماله لكلمات ترحيبية بلغة المشتري المتوقع، أو باستعمالها في واجهات المحلات، وهذا ما نجد في استعمال اللغة العربية في العديد من البلدان غير العربية خاصة البلدان الإسلامية ذات الطابع السياحي كماليزيا وتركيا.

## 2. اللغة العربية في المجالين الفلاحي والصناعي

لعل أكبر الأنشطة الاقتصادية التي يتمثل فيها الجانب اللغوي هي التجارة، لكنها لا تمثل الجانب الاقتصادي الوحيد الذي تتجلى فيه، فله تجليات في الأنشطة الاقتصادية الأخرى من صناعة وزراعة.

### 1.2 اللغة العربية في المجال الفلاحي:

تعد الفلاحة من المجالات القليلة التي مارسها الإنسان منذ القدم، ذلك أنها المصدر الرئيسي لغذائه، وبخلاف التجارة فالفلاحة لا تحتاج تواملاً كبيراً وبالتالي لا تحتاج إلى لغة كثيرة، غير أن لدى الفلاح معجماً خاصاً يتمثله في حياته العملية، فهو يتحاور مع أرضه وحيواناته في الأساس، فهما مصدر رزقه وحياته التي يعيشها، وتمثل اللغة عنده في عدة مظاهر؛ من أسماء الحيوانات والنباتات والأشجار والخضر والفواكه، وآلات الحرث والحصاد والغرس وأمراض النباتات والحيوانات والأدوية... ولا شك أن للفلاحين المتكلمين باللغة العربية زادا لغوياً يتطور باستمرار، وهو يتغير من فلاح لفلاح؛ فمربي النحل لا يملك معجم مربي المواشي وإن كان هناك بعض التشابهات، ولا معجم زارع القمح، فهو يتغير ويتبدل بتغير المجال، وتغير المكان والزمان أيضاً، فعمل الفلاح انعزالي مقارنة ببقية الوظائف.

وكان هناك نشاط فلاحي في جزيرة العرب باعتبارها موطن العرب الأول، فنجد أن العديد من المناطق في اليمن مشهورة بنشاطها الزراعي، كما نجد النشاط الفلاحي أيضاً موجوداً

في بلاد الحجاز وخاصة يثرب التي عُدَّت واحة للنخيل<sup>1</sup>، وهذا بخلاف مكة التي عُرفت بنشاطها التجاري ولم يكن لديها نشاط فلاحى فهي كما ذُكرت في القرآن في قوله تعالى على لسان سيدنا إبراهيم عليه السلام: "رَبَّنَا إِنِّي أَسْكَنْتُ مِنْ ذُرِّيَّتِي بِوَادٍ غَيْرِ ذِي زَرْعٍ عِنْدَ بَيْتِكَ الْمُحَرَّمِ" سورة إبراهيم الآية 37، وهذا النشاط الفلاحى الذي وُجد في بعض مناطق جزيرة العرب، لم يكن دون أن يؤثر في الشعراء ويسترعى اهتمامهم. فتراهم يصنفون آلات الفلاحة، وأساليب الزراعة والمحافظة على المزروعات، وصور السقي، وأنواع المزروعات من عنب وتومور ورمان وتين وزراعة النخيل.

كان للألفاظ العربية مكان في الجانب الفلاحى في البلدان التي انتقلت إليها، وقد ساهم انتقال اللغة العربية مع الإسلام خاصة في انتشار المفردات العربية بين الفلاحين في تلك المناطق، فقد أعطى عبد القادر أربون أمثلة لمفردات فلاحية عربية انتقلت إلى اللغات المالئة (نسبة إلى البلد مالى)؛ وعقّب قائلاً: "هذه المفردات وأمثالها تبرهن على تأثر القطاع الزراعى بالخبرات العربية كما أسلفنا. كما تدل على أن هذا القطاع أيضا قد شارك في نشر اللغة العربية"<sup>2</sup>، فالقطاع الفلاحى ساهم في انتشار المفردات العربية في تلك المناطق.

ورغم التطور الحاصل حاليا إلا أن الفلاح في الحقول والمزارع لا يزال يستعمل لغة بسيطة يفهمها هو والفلاحون من حوله، فنجد الفلاح الجزائري - في المناطق التي أهلها ناطقون باللغة العربية - يستعمل ألفاظا ومصطلحات أغلبها من أصل عربى، مع ملاحظة بعض التأثير بالفترة الاستعمارية باستعماله لبعض المصطلحات ذات الأصل الفرنسى، خاصة فيما يتعلق بالآلات الفلاحية الحديثة، وربما ترجع محافظة الفلاح على المخزون المصطلحي العربى لانعزالية عمله من جهة وأيضا لأن الفلاحين الآخرين الذين تعامل معهم جزائريون، وربما تعامل بالفرنسية

<sup>1</sup> - ينظر: ماهر أحمد علي المبيضين، مظاهر الحياة المادية في الشعر الجاهلي، أطروحة دكتوراه، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، إشراف حسين عطوان، 2001-2002، ص 159.

<sup>2</sup> - عبد القادر أربون، إسهام اللغة العربية في مجالات التجارة والاقتصاد والقانون: حالة مالى، اللغة العربية والدراسات البيئية الآفاق المعرفية والرهانات المجتمعية، ص 1221.

أو ببعض الألفاظ منها عند تعامله مع الفرنسي الذي عمل عنده، كما يُلاحظ في بعض المناطق تداخلا بين العربية والأمازيغية وذلك واضح في أسماء بعض النباتات وأنواع الثمار.

قد تقع للفلاح العديد من المواقف تستدعي منه التعامل اللغوي مع غير الفلاحين، من ذلك تعامله مع البيطري، وهنا تقع الإشكالية، ففي الجزائر درس البيطري في الجامعة باللغة الفرنسية لمدة خمس سنوات على الأقل أي أنه اكتسب مجموعة ضخمة من الكلمات والمصطلحات والأساليب المتعلقة باختصاصه باللغة الفرنسية، لكن عند عمله يصطدم بالعائق اللغوي الذي يلزمه عند تعامله مع الفلاح البسيط ذي الإمكانيات اللغوية المحدودة، وتكمن الصعوبة اللغوية عند الفلاح أيضا عند تعامله مع مختلف الهيئات الإدارية والبنكية، فيجد صعوبة في التعامل مع الوثائق المكتوبة بالفرنسية، وهذا يبين أهمية تدريس مثل هذه العلوم باللغة العربية أو على الأقل توفير تدريب لغوي متخصص مكثف لكل متخرج مشتغل في الميدان.

أما فيما يخص الأبحاث والنشرات الإرشادية والإخبارية، فلها وضعية مشابهة لبقية الميادين العلمية في الجانب اللغوي فتطغى اللغة الفرنسية على البحوث والنشريات، وتوصل باحثان جزائريان إلى أن نسبة المقالات العربية في مجلة البحث الزراعي التي يصدرها المعهد الوطني للبحث الزراعي تمثل 1.15% وهي نسبة المقالات من مجمل 197 مقالا تقريبا في 26 عددا، أما مجلة الإرشاد الفلاحي الصادرة عن المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي فنسبة المقالات العربية 5.9% في مجالات متنوعة لـ 22 عددا، أما مجلة زراعة الحبوب الصادرة عن المعهد الوطني للزراعة الواسعة فنسبة المقالات العربية 0.1% من مجموع 330 مقالا تقريبا في 66 عددا، هذا بالإضافة إلى بعض المطويات والكتيبات باللغة العربية لهذه المعاهد والتي لا تتجاوز نسبتها تقريبا 5% في مجملها<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: بلامة مرزاية وكريمة خليف، اللغة العربية في منشورات بعض معاهد القطاع الفلاحي في الجزائر، اللغة العربية في القطاع الفلاحي، المعهد التكنولوجي المتوسط الفلاحي المتخصص، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، 2017، ص89.



من خلال المعطيات السابقة يتبين أن اللغة العربية في القطاع الفلاحي في الجزائر تحتاج إلى توظيف أكثر من خلال إصدار المعاجم الفلاحية وكذا الكتب والمجلات والنشرية الدورية الفلاحية باللغة العربية، إضافة إلى إنشاء حصص وبرامج إعلامية تعنى بالجانب الفلاحي باللغة العربية، وتوفير دورات لغوية لتدريب الموظفين.

ورغم ضعف استعمال اللغة العربية الشديد في المجال الفلاحي في الجزائر، إلا أنه توجد بعض الإنجازات المحققة وتوجد مجهودات من أجل التطوير والتحسين من ذلك<sup>1</sup>:

- إدخال اللغة العربية في المعاهد الفلاحية والجامعات: كإتاحة إمكانية كتابة مذكرات التخرج باللغة العربية منذ 1988.
- إنتاج مواد سمعية بصرية باللغة العربية من خلال إعداد الومضات والتقارير التلفزيونية (الريبورتاجات) الإرشادية والتحسيسية واللقاءات وتغطية مختلف الأنشطة إعلاميا.
- إنتاج الكتب والمنشورات: تم إعداد معجم زراعي فرنسي عربي سنة 1982 من طرف المركز الوطني البيداغوجي الفلاحي، وأيضا ترجمة مناهج التعليم والتكوين الفلاحي، وترجمة الكتيبات والمطويات الخاصة بالشعب الفلاحية.
- ترجمة بعض الرسائل والدلائل الإرشادية والتوجيهية.
- التكوين الأساسي باللغة العربية في مجال الإرشاد: أجرى المعهد الوطني للإرشاد الفلاحي دورات تدريبية لمكوني المرشدين الفلاحين لمدة شهر عام 2000 بغرض تمكينهم من إتقان اللغة العربية في مجال الإرشاد الفلاحي، كما تم تكوين المرشدين الفلاحيين على المستوى الوطني باللغة العربية لمدة أربعة أشهر ونصف على مستوى المعهد التكنولوجي المتوسطي الفلاحي بسطيف.

<sup>1</sup> - ينظر: حداد بوجمعة، سمية طالي، اللغة العربية وتحديات استعمال المصطلحات العلمية والتقنية الفلاحية باللغة العربية في منظومة الإرشاد الفلاحي، اللغة العربية في القطاع الفلاحي، المعهد التكنولوجي المتوسطي الفلاحي المتخصص، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، 2017، ص 121-122-123-124.

- التنشيط الإذاعي المحلي: من ذلك إقامة دورة تدريبية باللغة العربية لتكوين إطارات الإعلام الفلاحي نظمتها وزارة الفلاحة بالتعاون مع وزارة الزراعة الفلسطينية.
- مجال التدريب المستمر: وذلك بتنظيم دورات تكوينية وتحسين المستوى باللغة العربية لفائدة إطارات القطاع الفلاحي والمرشدين والفلاحين في مختلف المواضيع.

## 2.2 اللغة العربية والنشاط الصناعي

للصناعات والحرف دور كبير في التنمية اللغوية من خلال توليد مصطلحات جديدة، كما يُعد معجما للألفاظ والعبارات المتوارثة، فهي "من أهم أبواب الاحتفاظ بالكلم القديم، كما أنّها من أهم أبواب دخول الكلم الحديث أجنبيا كان أو أصيلا"<sup>1</sup>، وازداد تعالق اللغة مع الصناعة مع الثورة الصناعية التي انطلقت من أوروبا والنقلة النوعية التي أحدثتها في الحياة الاقتصادية البشرية، فانتشرت الآلات والمخترعات والتجمعات العمالية "وهكذا فالانقلاب الصناعي الحديث الذي كانت أوروبا مهدا له، وتأثرت به معظم أمم العالم، نقل معه إلى كثير من اللغات كلمات من لغات أوروبية مختلفة"<sup>2</sup>، وانتقال الصناعة إلى البلدان العربية، ولّد حاجة لنقل هذه المخترعات إلى اللغة العربية، كما أن التجمعات العمالية احتاجت إلى التواصل اللغوي، وبذلك تأثرت اللغة العربية باللغات الأوربية خاصة وهذا نتيجة الثورة الصناعية التي قامت فيها، وقد ساق محمود السعران بعض النماذج من تأثر اللغة العربية بعدد من اللغات الأوربية نتيجة هذه الثورة الصناعية، وخاصة في مصر، ومن هذه الكلمات: ديزل، دريكسيون، جير، بسّئن...، كما أعطى أمثلة عن لغة الخياطين المصرية: فرساليا، سكوندو، بروفة، فودرة...<sup>3</sup>.

أما في الجزائر فساهم الاستعمار الفرنسي في انتشار هذه الآلات بتسمياتها الفرنسية، حيث "فرض المصطلح الفرنسي نفسه كحقيقة قائمة ذات مرجعية لا بد منها لمعاشرة المستعمل

<sup>1</sup> - محمود السعران، اللغة والمجتمع رأي ومنهج، ص 107.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 107.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 107-108.

في كثير من التصرفات اللغوية... فالمخترعات والمكتشفات بمسمياتها رائجة الاستعمال الكتابي والشفاهي، وهذا الرواج وليد الصدفة... صدفة الاستعمار<sup>1</sup>، فيلاحظ أن المصطلحات التقنية ومصطلحات المهن الصناعية تم وراثتها من الاستعمار الفرنسي، لازالت إلى اليوم هذه المصطلحات رائجة في اللهجة الجزائرية، وهناك مصطلحات حديثة ظهرت بعد الاستقلال لكنها أخذت من الفرنسية ولم تُؤخذ من الإنجليزية ولم تُعرب كما هو موجود في دول المشرق العربي.

وتوجد مصطلحات عدة تبين هذا وهي موجودة في شتى المجالات، وفيما يلي بعض

المصطلحات:

المصطلح بالعربية الفصحى	المصطلح بالفرنسية	النطق باللهجة الجزائرية
محفظة	cartable	كرتاب
محرك	moteur	موتور
طاولة	table	طابلا
سترة	veste	فيستا
معطف	manteau	موننتو
غسّالة	Machine à laver	ماشينا لافي
مكيف هواء	climatiseur	كليما تيزور
حاملة الطعام	Porte-manger	بوخت مونجي
الفأرة	La souris	لاسوري
لوحة المفاتيح	clavier	كلافيي
بطاقة	carte	كارطا
مزهرية	vase	فاز

<sup>1</sup> - محمد طي، إمكانية التعبير بدقة بالمطرح المغرب مؤسسة ((بروسيدار)) للحديد والصلب نموذجاً، مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 41، 1996، ص86.

علبة	boite	باطا
------	-------	------

أما ما يتعلق بوجود اللغة العربية في المؤسسات الصناعية، فقد أورد محمد طيبي تجربة مؤسسة بروسيدار في التعريب من خلال إنتاج المصطلحات العربية المحتاج إليها نتيجة الواقع الصناعي المعيش، وقد نتج عن هذه التجربة أربعة كتيبات:

الكتيب الأول: ورقات عن اللغة العربية بالجزائر: وفيه عدة قضايا من بينها التعريب والتكوين التقني وإشكاليات الترجمة.

الكتيب الثاني: وضع المصطلحات: هو عبارة عن دليل عمل لوضع المصطلحات التقنية مع نماذج من عينات كيفية وضع المصطلحات انطلاقا من المواد.

الكتيب الثالث: معجم المهن: معجم فرنسي عربي لـ 1100 مهنة تقنية، أُنتج بالتعاون مع عدد من المنظمات والهيئات العربية والدولية.

الكتيب الرابع: سياق الصنع بورشات مؤسسة بروسيدار: يضم مصطلحات تقنية تم إنتاجها بمؤسسة بروسيدار انطلاقا من خدماتها ومنتجاتها ضمن مواضيع تعالج قضايا الصناعة<sup>1</sup>.

ولعل أهم ما يميز التواصل اللغوي في النشاط الصناعي هو استعمال اللغة الخاصة فهي مفتاح التعامل بين الحرفيين وأصحاب الصناعات، ولأهمية اللغة الخاصة في الجانب الاقتصادي خاصة الصناعي منه فقد تم تأسيس العديد من المراكز التي تعنى بدراسة اللغة الخاصة، من ذلك تأسيس مركز لغة الأغراض الخاصة (LSP Center) في مدرسة كوينهاجن للعلوم الاقتصادية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: محمد طيبي، إمكانية التعبير بدقة بالمطلح العرب مؤسسة ((بروسيدار)) للحديد والصلب نموذجاً، ص88.

<sup>2</sup> - ينظر: فيلبر، اللغة والمهن - اللغة الخاصة ودورها في الاتصال، ترجمة محمد حلمي هليل وسعد مصلوح، مجلة

اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 33، 1989، ص143.

### 3. اللغة العربية في المجال الاقتصادي من خلال التشريعات والقوانين:

تلعب التشريعات والقوانين دورا هاما في تنظيم الاستعمالات اللغوية في شتى مناحي الحياة، لذا نجد البلدان والأمم المتقدمة تسن القوانين وترصد العقوبات من جهة والمكافآت والحوافز من جهة أخرى، ولا شك أن أكثر الأمم سنا للقوانين دفاعا وحماية للغتها هي الأمة الفرنسية، فطوقت فرنسا لغتها بمجموعة من القوانين، وهذه الحماية اللغوية موجودة أيضا في دول تتخذ اللغة الفرنسية لغة رسمية كبلجيكا وسويسرا وكندا.

واللغة العربية كغيرها من اللغات لا بد لها من سياسة حمائية من أجل محاولة حماية اللغة العربية من شتى الأخطار التي تتعرض لها، لذا سارعت العديد من البلدان العربية لسن قوانين تحمي اللغة العربية في شتى مناحي الحياة التي يمكن للغة أن تستعمل فيها، والمجال الاقتصادي في صدارة المجالات التي مستها هذه القوانين.

### 1.3 التشريعات والقوانين في الأردن:

من الدول التي عملت على سن قوانين لحماية اللغة العربية هي المملكة الأردنية الهاشمية، فقد جاء في قانون العمل رقم 15 لسنة 1966، المادة 15 (أ) ما يلي "ينظم عقد العمل باللغة العربية ... ويحق للعامل إثبات حقوقه بجميع طرق الإثبات القانونية إذا لم يُجَرَّر العقد كتابة"<sup>1</sup>، حيث يُعاقب صاحب العمل المخالف لهذه التعليمات بغرامة لا تقل عن خمسين دينارا أردنيا ولا تزيد عن مائة<sup>2</sup>.

وقد جاء في قانون الشركات المعدّل رقم 04 سنة 2002 في نص المادة 67 مكرر/1 على أنه "يجب تقديم عقد تأسيس الشركة المساهمة الخاصة ونظامها الأساسي باللغة العربية

<sup>1</sup> - ينظر: سالم علي سالم الجعفري، اللغة العربية في المؤسسات الصناعية والتجارية في الأردن المشكلات والحلول، أعمال الموسم الثقافي العشرون، مجمع اللغة العربية الأردني، عمان، الأردن، 2002، ص 05.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 05.

ويجوز أن يلازم ذلك ترجمة له بلغة أخرى، وفي حالة تعارض أو اختلاف النصوص يعتمد النص العربي<sup>1</sup>.

أما فيما يخص الإشهارات فقد جاء في نظام اللوحات والإعلانات في منطقة أمانة العاصمة سنة 1984 في المادة 3: "على الشخص الذي يمارس حرفة في منطقة الأمانة أن يضع على باب المحل الذي يمارس فيه عمله لوحة بالتصميم الذي توافق عليه الأمانة مكتوب عليه اسمه، ونوع الحرفة التي يمارسها على أن تكون اللغة العربية هي اللغة البارزة، وأن تعلق أي كتابة أخرى على اللوحة"<sup>2</sup>.

أما في نظام الأشغال الحكومية لسنة 1976، فقد جاء في المادة 6 (و)، "يراعى.... أن تكون جميع الاتفاقيات والشروط التعاقدية باللغة العربية، ويجوز أن تكون المواصفات والمخططات والتقارير الفنية والمراسلات باللغة الإنجليزية"<sup>3</sup>.

وقد جاء في البلاغ الرسمي رقم 15 لسنة 1989 الصادر عن رئيس الوزراء عدد من النقاط التي تسعى للاهتمام باللغة العربية في شتى الأنشطة الاقتصادية فقد جاء فيه<sup>4</sup>:

1. أن تكتب بالعربية السليمة البيانات التجارية المتعلقة بأية سلعة أنتجت في الأردن.
2. التأكيد على ضرورة استعمال اللغة العربية كتابة ولفظاً عند تسمية المحلات التجارية وفي الإشهارات واللافتات.
3. أن تكتب بالعربية السليمة الكتب والوثائق التي أصدرتها الوزارات والدوائر والمؤسسات الرسمية وشبه الرسمية.

<sup>1</sup> - سالم علي سالم الجعفري، اللغة العربية في المؤسسات الصناعية والتجارية في الأردن المشكلات والحلول، ص 05-06.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 06.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 07.

<sup>4</sup> - ينظر: نفسه، ص 08-09.

وقد سُحِّح للشركات الدولية المعروفة باستخدام اسمها الأجنبي في الحالات التي يراها وزير الصناعة والتجارة المفوض من طرف رئيس الوزراء مناسبة، شرط أن يقتزن هذا الاستعمال بإضافة كلمة الأردن أو الأردنية وذلك في البلاغ الرسمي رقم 30 لسنة 1997 الصادر عن رئيس الوزراء<sup>1</sup>.

وبخصوص هذه القوانين ومدى تطبيقها في الواقع، فقد وجد علي سالم الجعفري المستشار القانوني السابق لوزارة الصناعة والتجارة الأردنية السابق عددا من المخالفات<sup>2</sup>:

1. استعمال وصف أو اسم أجنبي بلغة أجنبية دون كتابة مقابله باللغة العربية.
2. ترك كتابة اسم التاجر أو الشركة المسجل، والاقتصار على الاسم التجاري أو العلامة التجارية، أو على اسم أو رمز غير وارد في السجل.
3. استعمال اسم أو وصف أجنبي بلغة أجنبية مع مقابله بالعربية، والكتابة باللغة الأجنبية أبرز أو وضعها فوق المقابل العربي أو على مستواه.
4. استعمال أسماء أو أوصاف بأحرف عربية بلفظها الأجنبي.

ويضيف الجعفري إلى ملاحظاته التي لاحظها عند تجوله بين الأسواق والمراكز التجارية "أن معظم المحلات المخالفة محلات جديدة، وأكثرها محلات بيع الألبسة النسائية والأحذية، وفي أحد المراكز التجارية الكبرى تجد معظم المحلات عليها لافتات بأحرف أجنبية وليس فيها كلمة بالعربية"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: سالم علي سالم الجعفري، اللغة العربية في المؤسسات الصناعية والتجارية في الأردن المشكلات والحلول، ص09.

<sup>2</sup> - نفسه، ص11.

<sup>3</sup> - نفسه، ص13.

## 2.3 التشريعات والقوانين في الجزائر:

تلعب المسألة اللغوية دورا مهما في الجزائر، فقبل الاستقلال كانت اللغة الفرنسية تكتسح جميع المجالات وهذا نظرا لطبيعة المحتل الفرنسي الذي فرض لغته بالقوة، وبعد الاستقلال بدأ التغيير بمحاولة إعادة اللغة العربية إلى مكانتها الطبيعية فتم اتّخاذ عدد من التدابير وسن مجموعة من القوانين التي تساهم في تعزيز مكانة اللغة العربية في جميع مظاهر الحياة في الجزائر ومن ذلك الجانب الاقتصادي، وصدر عدد من النصوص التشريعية التي تُعزز استعمال اللغة العربية في مختلف الأنشطة الاقتصادية، ولعل أهم القوانين الصادرة التي اعتنت بإعطاء مكانة مميزة للغة العربية هو قانون تعميم استعمال اللغة العربية الصادر عام 1991، إضافة إلى قوانين متفرقة أُصدرت في أعوام مختلفة، ومن هذه القوانين التي عنت بالجانب الاقتصادي قبل إصدار قانون تعميم استعمال اللغة العربية، قوانين عنت بتشجيع الموظفين الذين يعرفون اللغة العربية، من ذلك الأمرين:

الأمر رقم 68-92 المؤرخ في 26 أبريل 1968 المتضمن إجبارية تعميم استعمال اللغة العربية على الموظفين ومن يماثلهم<sup>1</sup>.

الأمر رقم 71-02 المؤرخ في 20 جانفي 1971 المتضمن أحكام إجبارية تعميم استعمال اللغة العربية على الموظفين ومن يماثلهم<sup>2</sup>.

أما القانون الذي اعتبر ركيزة في إعطاء العربية الأهمية الكبرى هو قانون تعميم استعمال اللغة العربية وهو قانون رقم 91-05 المؤرخ في 16 جانفي 1991 الموافق لـ 30 جمادى

<sup>1</sup> - ينظر: أمر رقم 68 - 92، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة الخامسة، العدد 36، 5 صفر 1388 الموافق لـ 3 ماي 1968، ص 526.

<sup>2</sup> - ينظر: أمر رقم 71 - 2، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة الثامنة، العدد 7، 26 ذو القعدة 1390 الموافق لـ 22 جانفي 1971، ص 123.



الثانية 1411، المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية فقد جاء فيه عدد من المواد المتعلقة بالجانب الاقتصادي<sup>1</sup>:

المادة الثالثة: يجب على كل المؤسسات أن تعمل لترقية اللغة العربية، وحمايتها، والسهر على سلامتها، وحسن استعمالها.

تمنع كتابة اللغة العربية بغير حروفها.

المادة السادسة: تحرر العقود باللغة العربية وحدها.

يمنع تسجيلها وإشهارها إذا كانت بغير اللغة العربية.

المادة الثامنة: يجب أن تجرى باللغة العربية المسابقات والامتحانات الخاصة بالالتحاق بجميع الوظائف في الإدارات والمؤسسات.

المادة التاسعة عشر: يتم الإشهار بجميع أنواعه باللغة العربية.

يمكن استثناء استعمال لغات أجنبية إلى جانب اللغة العربية عند الضرورة وبعد إذن الجهات المختصة.

المادة العشرون: تكتب باللغة العربية وحدها، العناوين، واللافتات، والشعارات، والرموز، واللوحات الإشهارية، وكل الكتابات المطبوعة، أو المضيئة، أو المجسمة، أو المنقوشة، التي تدل على مؤسسة، أو هيئة، أو محل، أو التي تشير إلى نوعية النشاط الممارس، مع مراعاة جودة الخط وسلامة المبنى والمعنى.

يمكن أن تضاف لغات أجنبية إلى اللغة العربية في الأماكن السياحية المصنفة.

<sup>1</sup> - ينظر: قانون تعميم استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة الثامنة والعشرون، العدد 03، 30 جمادى الثانية 1411 الموافق لـ 16 جانفي 1991، ص 44 إلى 48.

المادة الحادية والعشرون: تطبع باللغة العربية، وبعده لغات أجنبية، الوثائق، والمطبوعات، والأكياس، والعلب، التي تتضمن البيانات التقنية وطرق الاستخدام، وعناصر التركيب، وكيفيات الاستعمال التي تتعلق على وجه الخصوص بما يأتي:

- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات الكيماوية.
- المنتجات الخطيرة.
- أجهزة الإطفاء والإنقاذ ومكافحة الجوائح

على أن تكون الكتابة باللغة العربية بارزة في جميع الحالات.

المادة الثانية والعشرون: تكتب باللغة العربية الأسماء والبيانات المتعلقة بالمنتجات والبضائع والخدمات، وجميع الأشياء المصنوعة، أو المستوردة، أو المسوقة في الجزائر.

يمكن استعمال لغات أجنبية استعمالاً تكميلياً.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

من ناحية العقوبات فإن المواد المذكورة (22-21-20-19) تدخل ضمن المادة 31، التي تعتبر من يخالفها -بالإضافة إلى المادتين السابعة عشر والثامنة عشر- يتعرض لغرامة مالية تتراوح بين 5000 دج و10000 دج، أما مسؤولو المؤسسات الخاصة والتجار والحرفيون الذين يخالفون أحكام هذا القانون في مادته الثالثة والثلاثون، يتعرضون لغرامة مالية تتراوح بين 1000 دج و5000 دج<sup>1</sup>.

وهناك قرارات صدرت بعد قانون تعميم استعمال اللغة العربية متعلقة بالجانب الاقتصادي، من ذلك القرار المؤرخ في 7 ذي الحجة عام 1420 الموافق لـ 13 مارس 2000، فقد جاء

<sup>1</sup> - ينظر: قانون تعميم استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، ص 47.

في مادته الثانية: "يجب وضع موادّ الصّحّة التّباتيّة ذات الاستعمال الفلاحيّ داخل أغلفة متينة ومسيكة، تكتب عليها بشكل ظاهر وغير قابل للمحو، باللّغة الوطنيّة، وبصفة تكمليّة بلغة أجنبيّة أخرى، العلامات والبيانات الآتية:

- اسم الصّانع وعنوانه.
- الاسم التجاريّ ورقم المصادقة على المادّة في الجزائر.
- التّركيب الكيميائيّ وبالنسبة المئويّة للموادّ الفعّالة أو العيار البيولوجيّ للموادّ البيولوجيّة المحدّدة حسب المقادير العالميّة.
- الجرعة وكيفيّة الاستعمال والاستعمالات التي صودق من أجلها على المادّة في الجزائر وكذا موانع الاستعمال المحتملة.
- تواريخ صنع المادّة ونهاية مدّة صلاحيّاتها.
- رقم حصة المنتج.
- الاحتياطات الخاصّة بأمن الاستعمال والحفظ.
- الاستعجالات الأوّليّة ومضادّات التّسمّم إن وجدت.
- المدّة المحدّدة قبل الجني وآخر استعمال على النّباتات المراد حمايتها<sup>1</sup>

أما المرسوم التنفيذي 13-378 المؤرخ في 5 محرم 1435 الموافق لـ 09 نوفمبر 2013، الذي يطبق على كل السلع والخدمات الموجهة للاستهلاك، مهما كان مصدرها أو منشؤها، فقد جاء في مادته السابعة: "يجب أن تحرر البيانات الإلزامية لإعلام المستهلك باللغة العربية

<sup>1</sup> - قرار مؤرخ في 7 ذي الحجة عام 1420 الموافق 13 مارس سنة 2000، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة السابعة والثلاثون، العدد 28، 10 صفر 1421 الموافق لـ 14 ماي 2000، ص 27-28.

أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى المستهلك وتسجل في مكان ظاهر وبطريقة مرئية ومقروءة بوضوح ومتعذر محوها<sup>1</sup>.

من خلال ما سبق يتضح أن القوانين والتشريعات سواء في الأردن أو في الجزائر موجودة، لكن الإشكال يكمن في تطبيقها، الذي يتضح أنه بعيد تمام البعد عن الجانب القانوني الذي تم توضيحه وإقراره، وإنه لا بد من إعادة النظر في هذه القوانين ومدى تطبيقها على أرض الواقع.

وإلى جانب الجزائر والأردن كان لمختلف الدول العربية قرارات في حماية اللغة العربية في شتى الأنشطة الاقتصادية، وبخصوص القوانين الصادرة في السنوات الأخيرة نجد أنه في العراق قد سُنَّ قانون اللغات عام 2014 وتضمن عدة نقاط تسعى لحماية اللغة العربية، وفي بداية عام 2019 كان هناك قرار صادر من السلطات المحلية بمدينة تونس بالزامية كتابة اللغة العربية في واجهة المحلات التجارية في مدينة تونس العاصمة، وفي قطر أيضا عام 2019 أصدر قانون لحماية اللغة العربية.

وتبقى الدول العربية تعاني مشكلة التوفيق بين الإطار القانوني الذي تم إقراره والتطبيق الفعلي له.

### ثالثا: اللغة العربية واقتصاد المعرفة

عرفنا أن اللغة دورا هاما، وازدادت أهميتها في ظل الاقتصاد الجديد الذي يُعرف باقتصاد المعرفة، واللغة العربية لها أهمية كبرى في اقتصاد المعرفة.

#### 1. اقتصاد المعرفة:

<sup>1</sup> - مرسوم تنفيذي رقم 13 - 378، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة الخمسون، العدد 58، 14 محرم 1435 الموافق لـ 18 نوفمبر 2013، ص 10.

مر النظام الاقتصادي بمراحل متعددة من الثورة الزراعية ثم الصناعية واليوم نشهد الثورة المعرفية التي بدأت تغير الاقتصاد العالمي تدريجياً خاصة مع ظهور الإنترنت التي أصبحت تشكل عصب الاقتصاد الحديث، واقتصاد المعرفة الذي نشهده اليوم تمّ تعريفه بأنه "الاقتصاد الذي يؤدي فيه نشوء واستثمار المعرفة دوراً أساسياً في خلق الثروة حيث نجد في الاقتصاد المعرفي أن تقنية المعلومات ورأس المال الفكري هما القوة المحركة للاقتصاد"<sup>1</sup>.

وقد أورد نبيل علي عدة أسماء تم إطلاقها على اقتصاد المعرفة وهي<sup>2</sup>:

اقتصاد المعلومات information economy

الاقتصاد اللامادي immaterial economy

اقتصاد فضاء المعلومات cyber economy

اقتصاد انعدام الوزن weightless economy

الاقتصاد اللامحسوس intangible economy

وهناك مصطلح مشابه لاقتصاد المعرفة هو الاقتصاد القائم على المعرفة، ويختلف عن اقتصاد المعرفة في أنه يندرج ضمن القطاعات الاقتصادية المختلفة لأن المعرفة مكون حيوي فيه أما اقتصاد المعرفة فهو قطاع اقتصاد قائم بذاته له خصوصياته<sup>3</sup>، وبهذا يرى محمد مرياتي أن الاقتصاد القائم على المعرفة \_الذي يعد اقتصاد المعرفة جزءاً منه\_ اقتصاداً "تساهم فيه عملية توليد المعرفة واستثمارها بصورة كبيرة في النمو الاقتصادي وفي تكوين الثروة، وتمثل تقنية

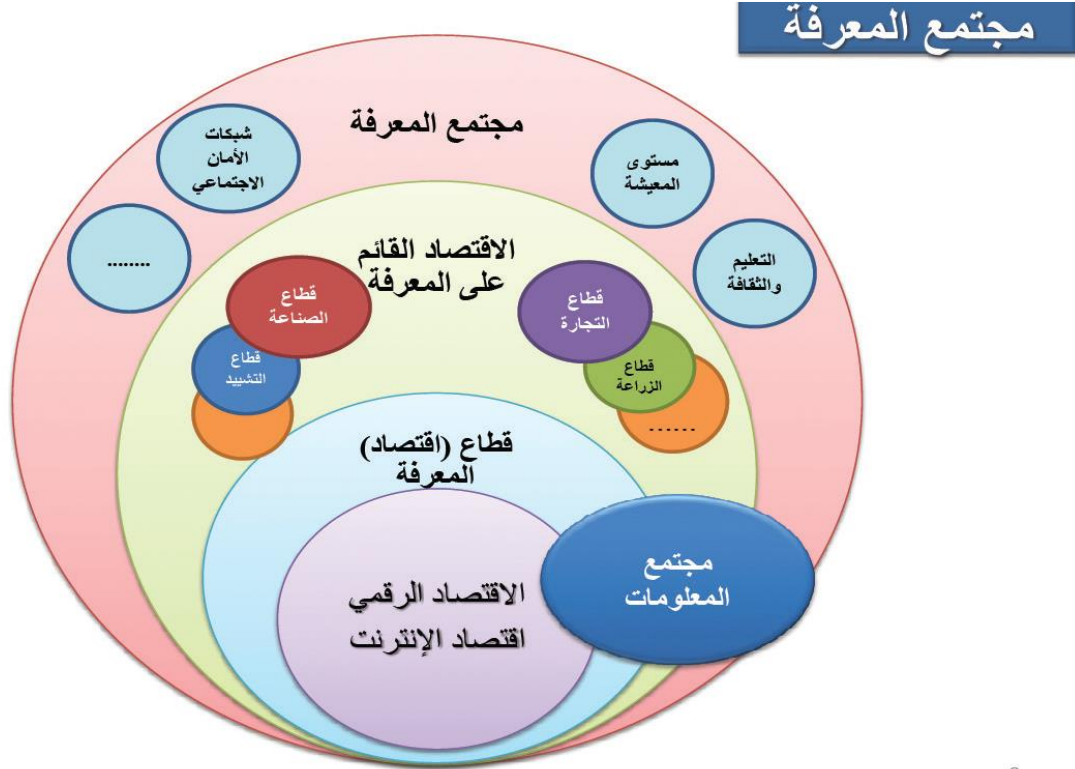
<sup>1</sup> - عبد اللطيف مصطفى وعبد الرحمان سانية، دراسات في التنمية الاقتصادية، مكتبة حسن العصرية، بيروت، لبنان، ط1، 2014، ص185.

<sup>2</sup> - ينظر: نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، ص396-397.

<sup>3</sup> - ينظر: نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، ص392.

المعلومات أدواته الرئيسية"<sup>1</sup>، وبالتالي فإن الجانب التقني أصبح اليوم مهما جدا، بل ضرورة فرضتها مقتضيات العصر.

والدائرة التالية توضح مكانة اقتصاد المعرفة من مجتمع المعرفة واقتصاد المعرفة والعلاقات المتشابكة فيما بينها.



9

اللغة والتنمية المستدامة، محمد مراياتي، ص 10.

خلاصة لاقتصاد المعرفة يُمكن مساندة الرأي الذي يقول إنه ما يزال "معظم جوانب اقتصاد المعرفة يكتنفه الغموض، ويفتقر خطابه السائد إلى التأصيل النظري، وما زالت سلطة هذا الخطاب في قبضة مفكري اقتصاد العولمة، الذين لا هم لهم إلا إبقاء الحال على ما هي عليه حرصا على مصالح القوى المهيمنة"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - محمد مراياتي، اللغة والتنمية المستدامة، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، السعودية، ط 1، 2014، ص 09.

<sup>2</sup> - نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، ص 394.

## 2. اللغة واقتصاد المعرفة:

تتميز اللغة في أنها عامل مهم قديما وحديثا مهما اختلفت المجالات أو تطورت، فتطور الاقتصاد بمختلف مراحل احتاج ولا يزال يحتاج إلى اللغة، وكذلك اليوم مع الاقتصاد المعرفي "فللغة في مجتمع المعلومات موضع الصدارة، وكيف لا واللغة أهم مقومات ذكاء الإنسان محور هذا المجتمع، ومصدر الذكاء الاصطناعي للكمبيوتر أداة هذا المجتمع الرئيسية"<sup>1</sup>.

واللغة في مجتمع المعرفة تقوم بدورين من الناحية الاقتصادية:

الدور الأول كأداة في الاقتصاد وفي عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول والأمم

الدور الثاني كصناعة وكسلعة<sup>2</sup>.

بل أن هناك من اعتبر أن اللغة ازدادت أهميتها في الوقت الحالي، فقد "فجرت تكنولوجيا المعلومات إشكالية اللغة كما لم يحدث لها من قبل، بعد أن أظهرت المواجهة بينهما الحاجة الماسة إلى المراجعة الشاملة للمنظومة اللغوية ككل"<sup>3</sup>، كما يوضح نبيل علي أهمية اللغة في الاقتصاد ومدى تصاعد هذه الأهمية في عصر المعرفة بقوله: "أما اليوم فتحتل اللغة موقعا متميزا في المنظومة الاقتصادية كنتيجة منطقية لكون صناعة الثقافة وصناعة النشر تآنيان على قائمة صناعات عصر المعلومات، وكلتا الصناعتين \_ كما هو معروف \_ لهما علاقة وثيقة باللغة"<sup>4</sup>، بل يذهب أكثر من ذلك في أهمية اللغة، ذلك حينما تمتزج مع السياسة والاقتصاد "وعلى صعيد السياسة والاقتصاد، أصبحت اللغة من أشد الأسلحة الأيديولوجية ضراوة، وذلك بعد

<sup>1</sup> - نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، ص328.

<sup>2</sup> - ينظر: محمد مراياقي، اللغة والتنمية المستدامة، ص18.

<sup>3</sup> - نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، ص330.

<sup>4</sup> - نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص284-285.

أن فرضت القوى السياسية وقوى المال والتجارة سيطرتها على أجهزة الإعلام الجماهيري، التي أصبح وابل رسائلها وهوائياتها يفعل ما كانت تفعله في الماضي منصات الصواريخ الموجهة"<sup>1</sup>.

كما يرجع تعاضم اللغة في عصر المعلومات إلى عدة أسباب رئيسية هي:<sup>2</sup>

أ- محورية الثقافة في منظومة المجتمع، ومحورية اللغة في منظومة الثقافة: أصبحت الثقافة محور عملية التنمية في مجتمع المعلومات، واللغة بدورها أصبحت محور منظومة الثقافة بفضل المتغير المعلوماتي، كما أن المعالجة الآلية للغة بواسطة الحاسوب أصبحت محور تكنولوجيا المعلومات.

ب- الأبعاد اللغوية لظاهرة العولمة: أصبحت اللغة ذات أهمية كبيرة سواء اعتبرنا العولمة وفاقا أم صراعا، فإن اعتبرت وفاقا فلها أهمية كبيرة في حوار الثقافات، ومن المتوقع أن يتخذ أنصار العولمة من علوم اللغة مرتكزا أساسيا لعولمة الثقافة، وذلك ضمن تنظير يستوعب جميع اللغات الإنسانية في إطار النظرية العامة للغة، أما إذا اعتبرت العولمة صراعا فإن لها أهميتها كونها محور الصراع، وهو بين الإنجليزية وبين بقية لغات العالم، ذلك أن الإنجليزية اكتسحت مجال الإنترنت وطغى على التدفق المعلوماتي للغة الإنجليزية، وأصبح هذا الأمر مصدر قلق للكثير من الشعوب غير الناطقة بالإنجليزية على لغاتها.

ت- المدخل اللغوي للتكتل الإقليمي: صاحب انتشار ظاهرة العولمة تنامي نزعة التكتل الإقليمي، حيث تحرك هذا الأمر دوافع سياسية واقتصادية وأمنية بالدرجة الأولى، فنجد من ذلك التحالفات اللغوية من قبيل: الفرنكفونية، الأنجلوفونية، الإسبانوفونية،

<sup>1</sup> - نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، ص 232-233.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 235-236-237-238.



ث- تواصل لغوي أوسع نطاقا وأكثر تنوعا: جميع الدلائل تشير إلى أن التواصل عن بعد سيقبل مفهوم التواصل اللغوي سواء من ناحية العلاقة بين المرسل والمستقبل، أو من ناحية تنوع أشكال التواصل، واتساع نطاقه، وتعدد مطالب فاعليته.

وتبرز أساسا الأهمية الكبيرة للغة بالنسبة لاقتصاد المعرفة في مجالي الإعلام والتعليم، إذ: "ستظل اللغة ميزة تنافسية أساسية في منتجات اقتصاد المعرفة بصفة عامة، والمنتجات الإعلامية والتعليمية بصفة خاصة، ويمثل ذلك فرصة حقيقية أمام المطورين المحليين لدخول عصر اقتصاد المعرفة خاصة في مجال الصناعات الثقافية، وذلك نظرا إلى توافر عنصر الطلب مع قلة العرض المحتمل من المنافس الأجنبي"<sup>1</sup>، إذن هناك حاجة كبيرة لمطورين ومبرمجين يختصون في مجال الصناعات الثقافية الذي يتضح أن به حاجة كبيرة.

### 3. اللغة العربية واقتصاد المعرفة:

أصبح للغات العالمية دور هام في اقتصاد المعرفة، وللغة العربية أهمية كبيرة في اقتصاد المعرفة خاصة إذا علمنا أن عدد الناطقين بالعربية يتزايد من أبنائها أو من المتعلمين لها من كل أنحاء العالم سواء في الدول الإسلامية التي يوجد بها مسلمون لهم رغبة لتعلمها كونها لغة العبادة أو في دول غير إسلامية، لهذا تسعى الشركات العملاقة اليوم للاستحواذ على السوق العربية خاصة في المجالات المعرفية، فتتسابق الشركات التقنية للاستحواذ على السوق اللغوية العربية سواء فيما يتعلق باللغة العربية الفصحى أو باللهجات العربية المختلفة، وأبرز استثماراتهم هي الاستثمار في المعالجة الآلية للغة العربية.

وتسعى المجتمعات العربية بدورها لأن تكون مجتمعات معرفية، ولها اهتمام باقتصاد المعرفة، لكن مواكبة هذا التطور السريع صعب، لأننا مستهلكون بالدرجة الأولى غير منتجين، ذلك

<sup>1</sup> - نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، ص 405.

أن التقانة غالباً ما تدخل متأخرة للبلدان الناطقة بالعربية، وإن دخلت فتدخل في كثير من الأحيان قاصرة وغير ملائمة للمواصفات المحلية في الكثير من النواحي ومن بينها الجانب اللغوي، وقد جاء في تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003 أن اللغة العربية اليوم على أبواب مجتمع المعرفة والمستقبل، تواجه "تحديات قاسية وأزمة حقيقية: تنظيراً، وتعليماً، ونحواً، ومعجماً، واستخداماً وتوثيقاً، وإبداعاً، ونقداً"<sup>1</sup>، وهذه تحديات أساسية يجب معالجتها، هذا بالإضافة إلى "القضايا التي تثيرها تقانات المعلومات، وهي القضايا المتعلقة بمعالجة اللغة آلياً بواسطة الحاسوب"<sup>2</sup>، وهناك من يُرجع ضعف العربية إلى أنه خلل راجع إلى طبيعتها وهذا مناف لما تعرف به العربية من مرونة وسهولة ففي "الواقع أن اللغة العربية من ثراء المبنى وغنى الإمكانيات بحيث تقدم هي ذاتها فرصاً نادرة لولوج العرب عصر المعلوماتية وكثافة المعرفة باقتدار"<sup>3</sup>، وعموماً يتحتم الآن على كل صاحب سلطة أو مقدرة سواء من السياسيين أو رجال الأعمال أو غيرهم الاستثمار في اللغة العربية، فعصر السرعة هذا يتحتم مسابته وفق خطة لغوية محكمة.

وقد ساهمت الحروب والأزمات التي مرت بها المنطقة العربية في الانشغال عن الاهتمام المعرفي باللغة العربية، وقد ذكر أن إحدى الحروب شكلت عائقاً في تقدم مشروع حوسبة اللغة العربية الذي كان يُقام أغلبه في دولة الكويت، وعلى إثر ذلك قامت شركة متعددة الجنسيات في الإمام بالإنجازات التي تم تحقيق معظمها عربياً وهذا في مجال تعريب نظم التشغيل وتنسيق الكلمات على مستوى الحرف وعندها استراتيجية لاحتكار معالجة اللغة العربية آلياً على

<sup>1</sup> - تقرير التنمية الإنسانية العربية، المكتب الإقليمي للدول العربية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية، 2003، ص121.

<sup>2</sup> - نفسه، ص122.

<sup>3</sup> - نفسه، 2003، ص173.

مستوى الوحدات اللغوية الأكبر وهذا ضمن استراتيجية لاحتكار سوق تكنولوجيا اللغات عالمياً<sup>1</sup>.

ومن الظواهر التي أصبحت مألوفة أن عناوين الإنترنت والتي تسمى (النطاق) تُكتب بالأحرف اللاتينية، هذا الأمر أثار حفيظة العديد من البلدان نظراً لهذا الاحتكار اللغوي للغة الإنجليزية بالخصوص، من هنا ظهرت عدة جهود لكتابة العناوين بلغات أخرى، وقد قامت عدة جهود لتعريب عناوين الشبكة، والمطالبة بتعريب النطاقات يعود إلى عدة أسباب أهمها<sup>2</sup>:

- إتاحة استخدام الإنترنت لمن لا يتكلمون الإنجليزية، وعددهم كبير ومن المتوقع أن يزداد عددهم مع انتشار التطبيقات التي تهم العامة؛ كالتجارة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني والحكومة الإلكترونية.

- للعناوين أهمية من الناحية التجارية، فصارت أحد العناصر الأساسية في تشكيل صورة المؤسسة company branding.

- تشجيع تبادل المعلومات ما بين الجماعات والمؤسسات العربية.

كما أن الاهتمام بدخول اللغة العربية مجتمع المعرفة من أجل المساهمة في بناء اقتصاد قائم على المعرفة لا بد أن يساهم فيه القطاعان العام والخاص، ويمكن تلخيص دخول اللغة العربية لاقتصاد المعرفة بالاهتمام بالمجالات التالية:

<sup>1</sup> - ينظر: نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، ص 359.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 361، 362.

### 1.3. الاهتمام بالصناعة المعجمية المصطلحية:

ازدادت أهمية الصناعة المعجمية في العصر الحالي، مع سعي الأمم لأن تصبح مجتمعات معرفية و ذلك مع تصاعد الاهتمام باقتصاد المعرفة، الذي تمثل فيه المعرفة "السلعة أو الخدمة المتداولة فيه، وتلعب اللغة دوراً محورياً فيه"<sup>1</sup>.

وبما أن المصطلح هو صلب المعجم وأساسه وهو المادة التي تنبني منها المعاجم، فإن مسألة المصطلح "تأخذ الآن بعدا أكبر من السابق، إذ أصبحت مرتبطة بالاقتصاد والتنمية أكثر من أي وقت مضى، كما أن إدارة المصطلح باستخدام تقانات المعلومات تقدم فرصا اقتصادية واجتماعية وثقافية مهمة للوطن العربي في حين أن الإخفاق فيها محفوف بالمخاطر، إذ أن اللغة التي لا تدير أو لا تتدبر العمل في المصطلح هي في طريقها إلى الانحسار عن الحياة"<sup>2</sup>، لأنها تدخل في بوتقة غزو المصطلحات الدخيلة.

أصبح الجانب التقني اليوم مهما جدا، من أجل توفير معجم تفاعلي يعتمد على التقانة الحديثة وفق البرمجيات الحاسوبية، أما الاقتصار في صناعة المعاجم على الشكل الورقي فقط، فيعد تأخرا في الركب الحضاري المتسارع، بل أصبح وضع المعاجم الإلكترونية ضرورة وواجبا "فوضع المعاجم على شبكة الإنترنت مثلاً سيساعد في نشر وتوحيد المصطلح"<sup>3</sup> وهذا أمر في غاية الأهمية خاصة فيما يتعلق باللغة العربية، وهذا نظرا لتعدد المصطلحي الكبير، ففي كثير من العلوم والمجالات مصطلحات عدّة لمفهوم واحد في شتى الأقطار العربية.

<sup>1</sup> - محمد مراياتي، اللغة والتنمية المستدامة، ص 09.

<sup>2</sup> - عبد اللطيف عبيد، استخدام التقانات الحديثة في تطوير اللغة العربية، مشروع النهوض باللغة العربية للتوجه نحو مجتمع المعرفة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 2010، ص 10.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 24.

و يختلف المعجم الإلكتروني عن المعجم الورقي في أنه معجم "يحتوي مادة اللغة، لا على هيئة ورق، بل بصيغة تتفق مع البرمجة الحاسوبية"<sup>1</sup>، أي أنه ليس معجماً مصوراً يتم وضعه على الشاشة فيصير مثل الكتاب الإلكتروني الذي يُقرأ بصيغة (pdf)، بل هو معجم يعتمد على برمجة مواد المعجم برمجة حاسوبية، تسمح بالبحث عن أي كلمة بطريقة آلية، وذلك بوضع الكلمة المبحوث عنها في خانة البحث، أي أن طريقة البحث في المعجم تتم بطريقة مشابهة لطريقة البحث في محرك البحث غوغل مثلاً.

ولا يعني هذا أنه لا توجد مشاريع من هذا القبيل، بل على العكس فإنه توجد مشاريع ضخمة إلا أنها قليلة، من ذلك ما قام به مصطفى جرار الأستاذ بقسم علم الحاسوب بجامعة بيرزيت الفلسطينية، الذي أنشأ محرك بحث معجمي جمع فيه مائة وخمسين (150) مُعجماً عربياً، كان نتاج عمل ثمان سنوات، وتم إطلاقه عام 2018، والملاحظ أن هذا البحث تم تمويله من طرف شركة غوغل، بلغت قيمة المنحة التي قدمتها شركة غوغل لمصطفى جرار خمسون ألف (50000) دولار<sup>2</sup>، و بما أن عمل الأستاذ جرار لا يمكن أن نُطلق عليه معجم إلكتروني لأنه لم يعتمد على معجم واحد، فإنه يمكن أن نطلق عليه اسم (بنك المعاجم) وهذا باعتباره منصة لمجموعة ضخمة للمعاجم الإلكترونية.

ويتميز عمل مصطفى جرار بخاصيتين:

الخاصية الأولى: أنه عمل جماعي، فالمشروع لم يقم به مصطفى جرار وحده وإنما كان نتاجاً جماعياً، فالتطور العلمي السريع وتشعب الاختصاصات أدى إلى وجوب العمل الجماعي المؤسساتي بخلاف ما كنا نلاحظه في السابق، حيث كان الأفراد يضطلعون بالعمل بشكل فردي خاصة في المعاجم اللغوية.

<sup>1</sup> - صفاء الشريدة ومصطفى حياذرة، المعجم الحاسوبي أحادي اللغة، حقيقته ومصادره وآفاق استخدامه، مجلة اتحادات الجامعات العربية للآداب، المجلد 12، اريد، الأردن، العدد 1، 2015، ص 277-278.

<sup>2</sup> - ينظر: موقع محرك البحث المعجمي، <http://www.jarrar.info/Media.html> (تم الاطلاع عليه في: 13-01-2019).

الخاصية الثانية أن المشروع ممول تمويلا ماديا ضخما من طرف شركة غوغل التي تعد من أكبر الشركات في مجال تقانة المعلومات.

ومما لا شك فيه أن الصناعة المعجمية العربية ستتطور تطورا كبيرا إذا ما تم إنجاز الذخيرة اللغوية التي دعا إليها عبد الرحمان الحاج صالح، فالذخيرة اللغوية بنك معلومات آلي لنصوص اللغة العربية الذي يبين استعمال اللغة العربية من العصر الجاهلي إلى غاية الوقت الحاضر في شتى الأقطار العربية، كما ستمكننا الذخيرة من استخراج العديد من المعاجم كمعاجم ألفاظ الحضارة قديما وحديثا، المعجم التاريخي للغة العربية، معاجم لغة الطفل العربي...<sup>1</sup>، وعليه فإن مشروع الذخيرة اللغوية العربية مشروع ضخم واستثمار من الاستثمارات المهمة في المجال اللغوي، كما أن البنوك الآلية للمصطلحات مصدر مهم لإنتاج وصناعة المعاجم فهي توفر المادة الخام-المصطلحات- لهذه الصناعة.

ولا تعني الدعوة إلى إنشاء المعاجم الإلكترونية التخلي عن المعاجم الورقية، بل بالعكس يجب الاعتناء بالنوعين معا، فعلى الرغم من الطغيان التكنولوجي الواضح إلا أن معارض الكتاب لا زالت قائمة وهي محطة مهمة لوفود الزوار إليها، ومع ذلك يجب إعطاء الجانب التقني حقه، وذلك محاولة يسيرة لمواكبة التطور السريع.

وقد قام معدو مشروع السياسة اللغوية القومية للغة العربية، اقترح عدد من الاقتراحات التي تقوم على دعم مشاريع معجمية صغرى بسيطة تفتح المجال لعمل متواصل مفيد للعربية من ذلك<sup>2</sup>:

- إنشاء بوابة عربية موحدة للمعاجم العربية يسيرة الاستعمال متعددة الوظائف.

<sup>1</sup> - ينظر: ورقة حول مشروع الذخيرة اللغوية، مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 47، 1999، ص 107 - 108 - 109.

<sup>2</sup> - ينظر: شكري المبخوت وآخرون، السياسة اللغوية القومية للغة العربية، مشروع النهوض باللغة العربية للتوجه نحو مجتمع المعرفة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 2010، ص 104.

- التشجيع على إكثار المعاجم العامة ثنائية اللسان (إنجليزي عربي، فرنسي عربي والعكس بالخصوص).
- التشجيع على صناعة معاجم إلكترونية وورقية حسب المستويات العمرية والدراسية وحسب الأغراض والموضوعات.
- وضع المعاجم التي صنعها مكتب تنسيق التعريب بالرباط على الشبكة وإتاحتها للعموم حتى يستفيد منها أكبر عدد ممكن من المهتمين والناطقين بالعربية مع العمل على تحيينها ومراجعتها وإثرائها.
- تكليف مؤسسة عربية ما كالمركز العربي للمصطلحات مثلا بعملية تقييس المصطلح العربي.
- تطوير الإعلام المصطلحي سواء للمصطلحات المقيسة أو المرشحة أو المفضلة وذلك عبر وسائل الإعلام المختلفة لنشرها وتوفير حظوظ أكبر لتداولها.

### 2.3 الاهتمام بالترجمة

لا زالت الترجمة تعاني في الوطن العربي سواء الترجمة إلى العربية من اللغات الأخرى أو الترجمة من العربية إلى اللغات الأخرى، وهذا راجع بالأساس لقلة التخطيط أو للتخطيط على المدى القصير دون النظر إلى المدى البعيد ومدى استفادة أبناء اللغة العربية من مشاريع الترجمة، فالترجمة "يجب أن تفهم باعتبارها استثمارا طويلا الأمد من أجل الحفاظ على قيمتها أو زيادتها. وحيث إن كل ترجمة إلى لغة تضيف قيمة إليها فإنه يمكن النظر إلى مجمل كل الترجمات إلى لغة ما باعتباره مؤشرا آخر على قيمتها"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - فلوريان كولاس، اللغة والاقتصاد، ص 102.

علينا أن نتساءل كم عدد المترجمين في الوطن العربي؟ كم عدد المترجمين الذين يترجمون من وإلى اللغة العربية في العالم؟ كم عدد المؤسسات المعنية بالترجمة في الوطن العربي؟ هل كان لنا حركات ترجمة بعد الحركة الترجمة التي كانت في عهد المأمون؟

الترجمة في الوطن العربي في تصاعد كما تشير إحدى الدراسات لا سيما منذ بداية القرن الحادي والعشرين، حيث أكدت هذه الدراسة أن ما تم ترجمته خلال عام 2007 أو عام 2008 أكثر مما ترجمته عام 2000 بضعفين وذلك في مختلف العلوم والمعارف وتتصدر القائمة كتب الأدب والعلوم الاجتماعية والعلوم التطبيقية وأغلبها مترجم من اللغتين الإنجليزية والفرنسية، بالإضافة إلى ذلك شهدت الألفية الجديدة نشأة مؤسسات تعنى بالترجمة كالمُنظمة العربية للترجمة ببيروت والمركز القومي للترجمة بالقاهرة والمركز الوطني للترجمة بتونس... بالإضافة إلى إنشاء كليات الترجمة، كما تم إطلاق عدد من الجوائز بغرض التشجيع على الترجمة<sup>1</sup>.

وفي هذا الصدد طرح صالح بلعيد عددا من الأسئلة التي قد تفتح الباب من أجل تنظيم الجهود الترجمة سواء الفردية والجماعية<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> - ينظر: ازدهار الترجمة في العالم العربي ... هل يعني اكتمالها؟ موقع اللغة والثقافة العربية، عن موقع جريدة الحياة، 24، 01، 2016، تم الاطلاع في 06-10-2020، <https://langue-arabe.fr/%D8%A7%D8%B2%D8%AF%D9%87%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%AC%D9%85%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D9%87%D9%84-%D9%8A%D8%B9%D9%86%D9%8A-%D8%A7%D9%83%D8%AA%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7>

<sup>2</sup> - ينظر: صالح بلعيد، أسئلة الترجمة أسئلة ازدهار اللغة العربية، اللغة العربية والترجمة، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2017، ص 18.



ماذا نترجم؟ ما هي أولويات ما يُترجم؟ ما الخطة المعدة للفعل الترجمي؟ وما هي مراحلها الثلاث؟ ماذا نقدم من فعلٍ ترجمي للغة العربية لتعيش الازدهار؟ ألا يمكن مواصلة مسيرة إكمال خطة عصر رجال النهضة؟ أم نقول: نبدأ من جديد، وما تُرجم كان بسيطاً؟

ولا تقتصر الترجمة من اللغات الأخرى إلى اللغة العربية فقط بل لا بد من الترجمة العكسية أيضاً، أي من العربية إلى اللغات الأخرى خاصة إلى اللغة الإنجليزية لغة التفاهم العالمي حالياً، وتشير إلى هذا الأمر سلمى الجيوشي حينما ذهبت للتدريس في أمريكا في أواسط السبعينات حيث لمست الأثر الواضح لغياب الترجمة من اللغة العربية وكان هذا الأمر سبباً في تأسيس مشروعها للترجمة من العربية إلى الإنجليزية عام 1980 وفي ذلك تقول: "وكنت كلما تحدثت عن الثقافة العربية أواجه بحائط صلد من الإنكار. واشتعل شيء في داخلي أن الغرب المفعم حتى الشماله بالأفكار المشوهة والتصوّرات المهينة عنّا يجب أن يتعلّم"<sup>1</sup>.

ومع تطور التكنولوجيا خاصة مع ظهور الذكاء الاصطناعي، فقد أصبحت الترجمة الآلية ضرورة من الضرورات وأصبحت مساعدة الآلة للمترجم البشري أمراً مهماً في تسهيل وتذليل عملية الترجمة ف"خدمات الترجمة الآلية تقدم للمترجمين البشر أدوات لتسريع عملية الترجمة، وريح الوقت في المرحلة الأولى من الترجمة، ويمكنهم بعد ذلك، أن يركزوا على الدقة وضبط المفردة المختارة"<sup>2</sup>، فهذا يدل على أن الترجمة الآلية مساعدة من ناحية الوقت والجهد وكذا إنقاص اليد العاملة، ويبقى الإشكال في الجودة ومدى احترافية الترجمة وهذه الخاصية يمكن أن تُعالج عن طريق مراجعة من طرف المترجمين المحترفين.

<sup>1</sup> - سلمى الخضراء الجيوسي، (بروتا) من العربية وإليها، الترجمة وإشكالات الثقافة، منتدى العلاقات العربية والدولية، ط1، الدوحة، قطر، 2014، ص49.

<sup>2</sup> - عبد النبي ذاكر، الرهانات الاقتصادية للترجمة الآلية في عصر العولمة، مجلة علامات، مكناس، المغرب، العدد 24، 2005، ص97.

ويتضح أن كل اللغات بحاجة للترجمة الآلية، ولعل للغة العربية من أكثر اللغات الكبرى احتياجاً نظراً للنقص الفادح في برمجيات الترجمة الاحترافية للغة العربية وكذا للزخم المعرفي المتنامي كل يوم خاصة على الشابكة والذي يُنتج أغلبه باللغة الإنجليزية.

### 3.3 تطوير تعليم اللغة العربية للناطقين بها ولغير الناطقين بها:

بقيت اللغة العربية وازدهرت بسبب القرآن وسعي العلماء للمحافظة على اللغة التي جاء بها، وكان السبب الرئيسي لبقائها، وبسبب العلماء الذين عملوا وسهروا من أجل المحافظة عليها، بقيت وازدهرت، لكن يبقى إشكال تعلمها وإتقانها بدرجات مختلفة بين الناطقين الأصليين بها وبين غير الناطقين بها، فعلى مدى امتداد الوطن العربي يظهر عجز العربي في إتقان العربية الفصحى بمهاراتها الأربع السماع والقراءة والتحدث والكتابة؛ على الرغم من أن التعليم العام يستمر لمدة 12 سنة أو تفوق، والتعليم الأساسي يدوم 9 سنوات، ولعل هذا راجع بالأساس إلى طرائق التدريس القديمة والمناهج التربوية التي تم إقرارها، أما أزمة تعليم العربية لغير الناطقين بها، فقط أعطى محمد علي غوري مثالا عن تعليم اللغة العربية للباكستانيين، ووجد أن الكثير ممن يؤلف كتيبات لتعليم اللغة العربية لا يعرفون طبيعة البلد وثقافة أهله، كون المؤلفين من البلاد العربية، وهناك كتيبات يؤلفها أهل البلد الذين يعرفون الثقافة السائدة وطبيعة البلد لكن لديهم ضعف في الجانب اللغوي<sup>1</sup>، وهذا الأمر لا ينطبق على باكستان فقط، بل يمكن تعميمه على أغلب الدول غير العربية التي يتم فيها تدريس اللغة العربية.

كما يعرج محمد علي غوري على مسألة أخرى وهي غياب المؤسسات الفاعلة في تعليم اللغة العربية: "تنقصنا في باكستان مؤسسات خاصة بتعليم اللغة العربية لأهداف تجارية، أو بالأحرى تلك التي تجمع بين خدمة الدين ونشره وفهم القرآن وبين الهدف التجاري والربح المادي"<sup>2</sup>، وحتى إن توفرت المؤسسات فإن الثقافة السائدة بأن تعلم اللغة العربية يكون مجانا قلل إقبال

<sup>1</sup> - ينظر: محمد علي غوري، الاستثمار في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها "باكستان نموذجا"، المؤتمر الدولي الثالث للغة العربية، دبي، الإمارات، 07-10 ماي 2014، ص 06.

<sup>2</sup> - محمد علي غوري، الاستثمار في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها "باكستان نموذجا"، ص 07.

متعلمي اللغة العربية على المؤسسات الربحية: "وسبب عدم إقبال الناس على تعلم اللغة العربية بالأجر أي مقابل دفع أجر، أنه رسخ في أذهانهم أن تعليم اللغة العربية كتعليم الدين، فيجب عدم أخذ الأجر على تعليمها، أو أن ذلك غير مناسب، كما أن أغلب هذه المؤسسات لا تشوق المتعلمين بالقدر الكافي ليضحوا بأموالهم ووقتهم لتعلم هذه اللغة"<sup>1</sup>، إذن يتضح نقص الثقافة الاقتصادية لتعليم العربية وتعلمها.

وأصبح من الضروري في الوقت الحالي إقامة شهادة عالمية لإتقان اللغة العربية تشبه امتحانات اللغات الأخرى كالتوفل والأيلتس الخاصين باللغة الإنجليزية، لذلك تسعى العديد من المؤسسات لإطلاق امتحان يتوج بالشهادة في اللغة العربية عند إتقانه، وهناك مبادرات في ذلك منها شهادة الطلاقة في اللغة العربية التي أنجزتها مؤسسة طلال أبو غزالة.

كما يجب كذلك تطوير تعليم اللغة العربية عن بعد، ففي ظل التعلم السحابي عبر الشبكة، قصرت المسافات بين المعلم والمتعلم، وأصبح تكوين المعلم للتعامل مع هذه التقانات ضرورياً، وأيضا تطوير مناهج تفاعلية توائم تعليم اللغة العربية عن بعد.

### 4.3 تطوير تعليم اللغات الأجنبية:

تعليم اللغات الأجنبية تعليم نفعي بالدرجة الأولى، وكثيرا ما تكون المصالح الاقتصادية الدافع الأساسي لهذا الاتجاه، وقد استثمرت العديد من الدول في تعليم اللغات الأجنبية على رأس هذه الدول الصين، وتعليم اللغات الأجنبية التي نحتاجها أصبح ضرورياً، وتبدأ العملية من خلال حصر الحاجات التي تحتاجها دولنا من جهة وحصر اللغات التي تلي تلك الحاجات من جهة أخرى، ولعل إعطاء الأهمية الكبرى لتعليم اللغة الإنجليزية وتطوير مناهجها ضرورة ملحة، وهذا ما نجده في المعادلة التي تتخذها الدول الكبرى في العالم: الاعتناء باللغة/اللغات الوطنية والتركيز على تعليم اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية أولى.

<sup>1</sup> - محمد علي غوري، الاستثمار في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها "باكستان نموذجاً"، ص 07-08.

فدخول الشركات الصينية والتركية للجزائر، فتح المجال لتعلم اللغتين الصينية والتركية، وعلى الرغم من محدودية تعليمهما فإنه من الواجب تطوير تعليم هاتين اللغتين، خاصة إذا علمنا أن الجزائر تستورد بشكل كبير من الصين وتركيا، ولعل هذا ما دفع السلطات التركية بالاتفاق مع السلطات الجزائرية على فتح أقسام اللغة التركية في الجامعة الجزائرية، وإذا توجهنا إلى الصين فإنها تُعد مركزا تجاريا كبيرا يحج إليه الكثير من التجار الجزائريين والعرب، وهذا المثال النفعي لا ينحصر في الاستيراد والاستهلاك فقط، بل يجب أن يتطور على المدى المتوسط والبعيد إلى التصدير.

وتعلم اللغات الأجنبية يجب أن يكون تحت مظلة المنفعة والنفعية، وهذا ما ذكره الكثير من اللسانيين، وللأسف فمصطلح (اللغة الأجنبية) حينما يُداول في البلاد المغاربية عادة ما يُقصد به اللغة الفرنسية، ولعلّ النتائج السلبية التي يخرج بها المتعلمون من المدرسة في اللغات الأجنبية دفع المدارس الخاصة بأن تُركز بدرجة كبيرة على تعليم اللغات الأجنبية خاصة الفرنسية والإنجليزية.

### 5.3 تعليم العلوم باللغة العربية:

تتبع الدول العربية سياسات لغوية مختلفة في مجال التعليم، يمتزج فيه التعليم باللغة العربية والتعليم باللغة الأجنبية، ففي التعليم العام الذي يشتمل الأطوار الثلاثة: ابتدائي، متوسط، ثانوي. يتضح أن أغلب الدول العربية تنتهج سياسة لغوية تقوم على تعليم جميع المواد سواء العلمية أو الأدبية باللغة العربية وهناك بعض الاستثناءات كتلك الموجودة في بعض المدارس الخاصة، كما أن المغرب بدأ مؤخرا تطبيق تعليم العلوم الطبيعية والتقنية باللغة الفرنسية في التعليم قبل الجامعي تدريجيا.

أما التعليم الجامعي فيختلف عن التعليم العام قبل الجامعي، فالسياسة اللغوية العامة المتبعة في أغلب الدول العربية تقوم على تعليم تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية باللغة العربية، أما في تخصصات العلوم الطبيعية والتقنية فيكون التعليم باللغة الأجنبية التي هي

الإنجليزية في بلاد المشرق العربي والفرنسية في بلاد المغرب العربي. مع وجود بعض الاستثناءات كسورية التي تُدرس فيها مختلف العلوم في مختلف التخصصات في جميع المراحل التعليمية باللغة العربية.

وتعليم العلوم باللغة العربية أصبح ضرورة وحتمية، فهو يساهم في مبدأ المساواة بين الجميع فتعليم العلوم باللغة الأجنبية في التعليم الجامعي يعيق العديد من الطلبة في إكمال تعليمهم الجامعي أو يجعلهم يحولون إلى تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية التي تدرس باللغة العربية ويرجع هذا إلى كونهم كانوا يدرسون باللغة العربية في التعليم العام قبل الجامعي، ومن جهة ثانية فتعليم العلوم باللغة العربية يساهم في نشر المعرفة بين مختلف فئات المجتمع لاسيما في العصر الحديث الذي انتشرت فيه وسائل إيصال المعلومة سواء عن طريق وسائل الإعلام التقليدية من تلفاز ورايو وجراند ومجلات أو عن طريق الإعلام الجديد من شبكة ومواقع التواصل الاجتماعي.. ويشرح عبد الغني أبو العزم مدى أهمية تعليم العلوم باللغة العربية ومدى ارتباطها بحياة المجتمع حيث يؤكد على "اعتبار تعريب العلوم، بمفهومه الثقافي، مهمة وطنية في علاقته الوطيدة بمهام التنمية الاقتصادية، الأمر الذي يخلق تكاملا بين الإنجازات العلمية والتقنية وحياة المجتمع، ويعد هذا التكامل قاعدة الاتصال بين الناس"<sup>1</sup>.

ويدافع أبو العزم عن رأيه في أن العلم لم يعد محصورا بين أهل التخصص بل شاع في المجتمع بواسطة وسائل الإعلام فيقول: "لأن العلم قد اخترق كل جوانب الحياة وخرج من مفهومه الضيق المحصور في إطار التخصص والبحث الدقيق، وبذلك يحق لنا أن نتحدث عن ثقافة علمية حيث أصبحت تفرض وجودها يوميا بواسطة الإعلام، مما يدعو إلى إشاعتها وتعميمها، الأمر الذي يستحيل أن يتم بلغة أجنبية"<sup>2</sup>، فنشر المعرفة لا بد أن يكون باللغة التي يفهمها الجمهور المستهدف لا بلغة أجنبية؛ فتبقى حكرا على فئة قليلة من المجتمع دون الأخرى.

<sup>1</sup> - عبد الغني أبو العزم، لماذا تعريب العلوم؟ مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 53، 2002، ص 162-163.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 163.

ويبرز الإنفاق الاقتصادي الكبير على استيراد المعرفة من كتب ومناهج ومواد تعليمية مختلفة ويُمكن إبرازه في العناصر التالية<sup>1</sup>:

- يقتضي التعليم باللغة الإنجليزية أو الفرنسية أن تستورد البلاد العربية المعاجم والكتب والمعينات التعليمية الأخرى المساندة من دول عدة لاسيما من الولايات المتحدة الأمريكية<sup>2</sup>.
- تستعين الكثير من المؤسسات التعليمية والحكومية بخبراء أجنبيّ لتدريب المؤسسات التعليمية الوطنية على استخدام المناهج ووسائل المعرفة الأخرى التي وضعت باللغة الأجنبية، وما يتبع ذلك من التطوير المستمر للكفاءات الوطنية، ذلك مقابل مبالغ هائلة تدفع بالعملات الأجنبية.
- من أجل تعليم متميز؛ قد تحتاج المؤسسات التعليمية الوطنية إلى كفاءات متخصصة باللغة الإنجليزية أو الفرنسية؛ وهذا يكون بأحد الأمرين: الأمر الأول جلب متخصصين أجنبيّ قادرين ومتمرسين على استعمال الكتب الأجنبية وما يرافقها من وسائل أخرى، الأمر الثاني إيفاد الكفاءات المحلية باستمرار، من أجل تحسين الأداء المهني والتعليمي باللغة الفرنسية والإنجليزية، وكلا الخيارين مكلفين جدا.
- يؤدي التعليم باللغة الأجنبية إلى علاقة غير متوازنة بين المنتج والمستهلك؛ فتظل البلاد العربية محتاجة إلى معايير الجودة والخبرة والإتقان وغيرها من المعايير المملوكة حصرا لدى المنتج الأصلي، وبهذا يجسد التعليم باللغة الأجنبية تبعية معرفية تقتضي نفقات كبيرة ودائمة.

<sup>1</sup> - ينظر: وليد العناتي، العربية في اللسانيات التطبيقية، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، الأردن، ط1، 2012، ص138-139.

<sup>2</sup> - وفي حالة البلدان المغاربية فإنهم يستوردون من فرنسا.

- التعليم باللغة الأجنبية فيه تشجيع للصناعة الأجنبية على حساب الصناعة العربية والوطنية المحلية، وفي هذه الممارسات التعليمية ضرر بالاقتصاد الوطني والعربي بصورة مباشرة وغير مباشرة.

- تُنتجُ دور النشر في كثير من الأحيان طبعات جديدة بألوان جديدة، لأن كثيرا من هذه الكتب المستوردة تفقد صلاحيتها بعد الاستعمال الأول، فتضاف لها إضافات سطحية تجعل من الطبعة السابقة غير صالحة، وهذا ما يدفع لشراء تلك الكتب الجديدة.

ويقر محمد مرياتي بأن الاستثمارات الكبيرة والجهود التي تضعها الدول العربية من أجل التوجه نحو مجتمع المعرفة لن تجدي نفعا إذا لم يتبعها وجود المعرفة والمعلومات العلمية والتكنولوجية باللغة العربية من أجل أن تكون في متناول الفرد العربي، وأكد أنه لن يقوم في الدول العربية مجتمع للمعرفة إذا لم توجد معرفة باللغة العربية<sup>1</sup>.

وكما تم توضيحه فإن لتعليم العلوم باللغة العربية عوائد اقتصادية مهمة على المدى البعيد، وقد يغفل الكثير بأن له عوائد اقتصادية أيضا على المدى القصير من بينها أنه يُصبح هناك تنافس بين الشركات العامة منها أو الخاصة في إنتاج الكتب الأساسية أو المكملة باللغة العربية، وهذا يحتاج إلى توظيف كبير سواء من التقنيين والإداريين أو من المؤلفين والمحريين والمدققين اللغويين وغيرهم من العمال، بالتالي فإن هذا الأمر مساعد على امتصاص البطالة، بخلاف لو تم التعليم باللغة الأجنبية فيعتمد اعتمادا كبيرا على الاستيراد من البلدان الناطقة بتلك اللغة، فيتم الاستيراد من فرنسا في حالة اللغة الفرنسية، ومن بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية في حالة اللغة الإنجليزية.

### 6.3 النهضة بالمحتوى الرقمي العربي

أصبح الانتقال إلى العالم الرقمي ضرورة تفرضها التطورات السريعة التي يشهدها العالم، وذلك في شتى المجالات الحياتية، ويتبلور هذا التحول في صناعة المحتوى بشكل رقمي، لأنه

<sup>1</sup> - ينظر: محمد مرياتي، اللغة والتنمية المستدامة، ص 68.

يساهم في ولوج المجتمعات إلى اقتصاد المعرفة، ويُفصل محمد مراياتي في ماهية المحتوى الرقمي على النحو التالي<sup>1</sup>:

1. أنه محتوى يعبر عن وجود المعرفة بشكل رقمي (digital).
2. موجود على الحواسيب وعلى الشبكات الداخلية (intranet) والعالمية (extranet) والإنترنت (internet)، وعلى الأقراص المدمجة (CD) وما شابهها.
3. يغطي المحتوى مجالات شتى كالتراث والثقافة، والنشر، والترجمة، والأعمال، والمكتبات، والإدارة الحكومية (e-gov)، والإعلام، والعلم والتكنولوجيا، والسياحة، والصحة، والتسليّة، ومعلومات عن المنظمات غير الحكومية والإقليمية وغير ذلك من المجالات.
4. يتطور المحتوى عالمياً لكل لغة من اللغات الأساسية في العالم وخاصة المحتوى الموضوع على الإنترنت (online content).

وتتنافس الدول الكبرى في صناعة المحتوى الرقمي، وتستغل الكثير منها إمكاناتها اللغوية في ذلك؛ فلولايات المتحدة الأمريكية ميزة تنافسية ضخمة تتمثل في انتشار اللغة الإنجليزية وشيوعها عالمياً وهذا ما سهّل لهذه الصناعة في نفاذ كثير من منتجاتها إلى السوق العالمية بكل يسر وسهولة<sup>2</sup>، وعلى النقيض من ذلك فقد وجدت اليابان صعوبة في نشر منتجاتها من صناعة المحتوى الرقمي بسبب اللغة، فانتشار اللغة اليابانية وتأثيرها العالمي يعد محدوداً بالمقارنة مع اللغة الإنجليزية، واليابان وإن كانت تعد منافسة للولايات المتحدة الأمريكية على صعيد عتاد صناعة المحتوى، فهي تدرك أن مصيرها متوقف على نجاحها في أن يكون لها نصيب وافر من المحتوى، لذلك عملت في استراتيجيتها على عنصرين أساسيين<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> - ينظر: محمد مراياتي، اللغة والتنمية المستدامة، ص 39-40.

<sup>2</sup> - ينظر: نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، ص 102.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص 102.



العنصر الأول: الاهتمام الكبير بالترجمة الآلية لكسر عزلتها اللغوية نتيجة لشدة خصوصية اللغة اليابانية.

العنصر الثاني: تحاشي عقبة اللغة بالتركيز على المحتوى، كثيف الصور الثابتة والمتحركة وبرمجيات الألعاب الخاصة بالهواتف والأجهزة الإلكترونية النقالة.

أما في المنطقة العربية فقد بذلت العديد من الجهود في إثراء المحتوى الرقمي باللغة العربية، وقد عرّفت لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا (الإسكوا) المحتوى الرقمي العربي بأنه "أي محتوى عربي اللغة مصوغ بشكل رقمي على مواقع وبوابات الإنترنت أو على الأقراص الرقمية بأنواعها (متضمّنة المحتوى السمعي والمرئي). ويتضمن المحتوى الرقمي العربي أيضاً البرمجيات وقواعد البيانات ونظم المعلومات التي تتقبّل اللغة العربية في وظائفها وأدواتها وواجهاتها، وبرامج معالجة اللغة العربية"<sup>1</sup>، وبالتالي؛ فإن اللغة العربية أهمية في صناعة المحتوى الرقمي، وقد جاء في مشروع النهوض بالعربية للتوجه لمجتمع المعرفة أن صناعة المحتوى العربي في مجال خدمات التعليم والصناعات الثقافية وهندسة البرامج والنشر والترفيه... "لا يمكنها أن تقوم دون توظيف اللغة واستغلال إمكاناتها مع وجود سوق واسعة إقليمياً ودولياً تدرّ من الأرباح ما يفوق عديد القطاعات الأخرى"<sup>2</sup>، ويبرز معدو التقرير أهمية صناعة المحتوى الرقمي باللغة العربية والفرص التي يمكن أن تتجلى من هذه الصناعة بقولهم "إنّه قطاع واعد لا يمكنه أن يتطوّر وأن يستثمر دون النهوض بالعربية وملاءمتها مع متطلّبات ثلوث اقتصاد الذكاء: تصنيع المعلومة وأدوات معالجتها وقنوات توزيعها. ولا تصنيع للمعلومة دون لغة"<sup>3</sup>، وهذا يكون بالتحول من الاستهلاك إلى الإنتاج، فتطوير البحوث النظرية والتطبيقية في مجال اللغة العربية يتأتى من صناعة المحتوى وذلك بقوله "صناعة المحتوى هي الكفيلة بتطوير البحوث النظرية

<sup>1</sup> - تقرير الملامح الإقليمية لمجتمع المعلومات في المنطقة العربية للفترة 2003-2015، الإسكوا، الأمم المتحدة، بيروت، لبنان، 2016، ص105.

<sup>2</sup> - شكري المبخوت وآخرون، السياسة اللغوية القومية للغة العربية، ص66.

<sup>3</sup> - نفسه، ص66.

والتطبيقية في مجال اللغة العربية، فهي تطرح كثيرا من القضايا في معالجة النصوص العربية آليا مما يدفع بالبحوث اللسانية قدما في ظل دوافع عملية تبرر الجدوى الاقتصادية لهذه البحوث التي تعاني قصورا شديدا في مصادر التمويل وعدم القدرة على اجتذاب المستثمرين<sup>1</sup>.

وتشتمل البنى التحتية لمنظومة صناعة المحتوى على أربعة عناصر أساسية<sup>2</sup>:

1. نظم معالجة اللغة آليا المساندة للبرمجيات التعليمية والثقافية والإعلامية والترفيهية كالنظم الآلية للفهرسة والاستخلاص والتلخيص ونظم الترجمة الآلية.
2. السياسة الموجهة لصناعة المحتوى التي تحدد الغايات والأهداف والأولويات ومجالات التركيز، وتوفير مصادر التمويل وآليات التنفيذ.
3. العنصر البشري وهو العصب الأساسي لصناعة المحتوى كمحلي النظم ومخططي البرامج ومجهزي البيانات.
4. شبكة الاتصالات والهواتف النقالة والشبكات المحلية المرتبطة بالشابكة.

وقامت العديد من المبادرات لتطوير المحتوى العربي على الشابكة، من ذلك مبادرة الملك عبد الله للمحتوى العربي الذي تشرف عليه مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية في المملكة العربية السعودية وهذا بالتعاون مع عدد من الجهات الأخرى، وللمبادرة عدة مشاريع، من ذلك مشروع إثراء موسوعة ويكيبيديا العربية، الذي ترجم فيه أكثر من 2100 مقالة إنجليزية من موسوعة ويكيبيديا ساهمت مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية بترجمة نصف محتواها، والجامعات السعودية بترجمة النصف الآخر<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، ص 108.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 126-127.

<sup>3</sup> - ينظر: تقرير/ مبادرة الملك عبد الله للمحتوى العربي تخدم مليار مسلم في العالم، وكالة الأنباء السعودية، 13-

01-2015، تم الاطلاع عليه يوم 10-10-2019،

<https://www.spa.gov.sa/viewstory.php?newsid=1315922>

ولتنمية المحتوى الرقمي العربي عدة فوائد في شتى المجالات، منها<sup>1</sup>:

أولاً: ستزيد من الأصول غير المادية للوطن العربي عامةً وستدعم قطاع الصناعات الثقافية، وستسمح بالانتقال في النفاذ إلى المعرفة من نخبة صغيرة في المجتمع تتكلم الإنكليزية أو الفرنسية إلى قوى المجتمع العاملة بأسرها، وهو عامل مهم في الاقتصاد الجديد وفي مجتمع المعرفة القادم، كما ستحفظ التراث العربي رقمياً وتبرزه عالمياً.

ثانياً: تنشيط تعليم وتعلم وتدريب المجتمع العربي لاستعمال التقنيات الجديدة الفعّالة كالتعلم الإلكتروني والكتاب الإلكتروني، التعلم عن بعد...

ثالثاً: زيادة التجارة المحلية والتجارة البينية العربية.

رابعاً: تطبيق الحكومة الإلكترونية.

خامساً: التشبيك لمختلف النشاطات الاقتصادية والاجتماعية العربية كالتشبيك بين مختلف المراكز والجامعات والمؤسسات عبر بوابات عربية.

ويذكر نبيل علي ونادية حجازي أن صناعة المحتوى تشمل نطاقاً عريضاً من السلع والخدمات يُمكن تقسيمها لقسمين<sup>2</sup>:

القسم الأول: ناتج صناعة المحتوى سواء أكان منتجاً نهائياً أو شبه نهائياً؛ ويشمل: النشر والبت الجماهيري والوسائط المتعددة والبرمجيات.

القسم الثاني: أدوات تطوير المحتوى وتأمينه وتوزيعه؛ ويشمل نطاقاً عريضاً من التكنولوجيات ومنافذ التقديم ووسائل العرض بالإضافة إلى عناصر البنى التحتية لمنظومة صناعة المحتوى.

كما أن الفوائد الاقتصادية الاجتماعية التي يمكن تحقيقها من صناعة المحتوى الرقمي العربي، تفرض علينا أولاً الاهتمام بالأداة الأساسية لهذه الصناعة وهي اللغة العربية، وعلى

<sup>1</sup> - ينظر: محمد مراياتي، اللغة والتنمية المستدامة، ص 48-49.

<sup>2</sup> - ينظر: نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، ص 98-99.

ذلك يؤكد معدو سلسلة مشروع النهوض باللغة العربية للتوجه نحو مجتمع المعرفة بقولهم: "إن مشاريع إنتاج المحتوى الرقمي بما لها من مردود اقتصادي (عائدات مالية كبيرة) واجتماعي (خلق فرص للتشغيل) تقتضي الاهتمام باللغة العربية باعتبارها لغة رسمية ولغة وطنية في آن واحد تتحقق من خلالها الوظائف الاجتماعية التداولية والمهام الثقافية المطلوبة"<sup>1</sup>.

### 7.3 الاهتمام باللسانيات الحاسوبية العربية:

أصبح للمحور الثلاثي: اللغة - التقنية - الاقتصاد، ترابطاً كبيراً فيما بينهم لذلك نجد تنافساً عالمياً في هذا المحور، وكما في صناعة المحتوى الرقمي فإن اللغة أهميتها في صناعة البرمجيات، ذلك ما أشار إليه نبيل علي في أن الولايات المتحدة الأمريكية تتمتع بميزة نسبية هائلة في تنافسها الشديد مع اليابان من أجل السيطرة على سوق البرمجيات العالمي، ويرجع ذلك لبساطة اللغة الإنجليزية وشيوعها في مقابل صعوبة اللغة اليابانية وانغلاقها<sup>2</sup>.

واللسانيات التطبيقية من المجالات اللغوية الحديثة التي تساهم في المزج بين المجال اللغوي والمجال الحاسوبي فهي "تمثل نقطة ارتكاز وتوازن في بناء مجتمع المعرفة؛ وإنما كان ذلك لأنها في منجزاتها التطبيقية ستكون عنصراً حاسماً في جسر الفجوات العلمية بين الدول المتقدمة والدول المتأخرة"<sup>3</sup>.

وهناك من يرى بأن اللغة العربية تحدها العديد من العراقيل التقنية التي يصعب أن تجاري الوحدات اللغوية المختلفة للغة العربية، إلا أن المشكلة حسب الخبراء ليست تقنية "ولكن ضعف وصف العربية بمختلف مستويات نظامها النحوي هو الذي يعطل إنتاج التطبيقات الإعلامية في مجال الترجمة الآلية واعتماد الشكل في الكتابة ومعالجة الكلام تعرفاً عليه وإنتاجاً

<sup>1</sup> - شكري المبخوت وآخرون، السياسة اللغوية القومية للغة العربية، ص 80.

<sup>2</sup> - ينظر: نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، ص 329.

<sup>3</sup> - وليد العناني، العربية في اللسانيات التطبيقية، ص 278.

له... إلخ. وهو تصور نظري أدى إلى قصور تقاني أفضى بدوره إلى إهدار فرص في الاستثمار الاقتصادي كبيرة وحرَم الاقتصاديات العربيّة من موارد للثروة مهمّة<sup>1</sup>.

والمعالجة الآلية للغة تشتمل على شقين أساسيين<sup>2</sup>:

الشق الأول: يشمل نظم البرمجة المستخدمة في المعالجة الآلية بواسطة الحاسوب، للفروع اللغوية المختلفة نحو:

- نظام الإعراب الآلي: الذي يعرب الجمل آلياً.
- نظام الصرف الآلي: الذي يحلل الكلمات إلى عناصرها التصريفية والاشتقاقية أو يعيد تركيبها.
- نظام التحليل الدلالي الآلي، الذي يستخلص معاني الكلمات استناداً إلى سياقها، ويحدد معاني الجمل استناداً إلى ما يسبقها وما يلحقها من جمل.

هذا بالإضافة إلى القواميس الإلكترونية وقواعد البيانات المعجمية ومنهجيات هندسة اللغة. الشق الثاني: ويتضمن التطبيقات التي تقوم على النظم اللغوية الآلية التي سبق ذكرها، والتي تشمل، على سبيل المثال: التدقيق الهجائي والنحوي، الترجمة الآلية، الفهرسة والاستخلاص الآلي، فهم الكلام ونطقه آلياً، البحث العميق داخل مضمون النصوص.

ويشير وليد العناتي إلى أن إنتاج حواسيب وملحقات عربية وتطوير الحاسوب للحرف العربي يوفرّ فرصة جيدة للشعوب التي تستعمل في لغتها الحرف العربي من أجل تنمية علاقاتها الاقتصادية مع البلدان العربية، وهذا يؤدي إلى زيادة فرص التنمية الاقتصادية في البلدان العربية والإسلامية<sup>3</sup>، ومن هنا يُمكن إنتاج السوق المعلوماتية العربية الإسلامية التي تقوم على أساس

<sup>1</sup> - شكري المبخوت وآخرون، السياسة اللغوية القومية للغة العربية، ص 87.

<sup>2</sup> - ينظر: نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، ص 290، 291.

<sup>3</sup> - ينظر: وليد العناتي، العربية في اللسانيات التطبيقية، ص 280.

تصنيع الحواسيب والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية، وبالتالي فسوق برمجيات اللغة العربية له عائد كبير، ويُمكن أن تتعدى نُظم البرمجيات التي تتعلق باللغة العربية، سوق الوطن العربي إلى العالم الإسلامي ومن بين هذه النظم<sup>1</sup>:

1. التعليم باللغة العربية ومنها نظم تعليم قواعد اللغة العربية عن طريق الحاسوب.
2. نظم الترجمة الآلية من وإلى اللغة العربية.
3. نظم معالجة اللغات الطبيعية.
4. نظم حيازة retrieval<sup>2</sup> النصوص والكلام.
5. فهم اللغات الطبيعية والتواصل بين الإنسان والآلة.
6. تعرف الكلام آلياً، وتركيب الكلام آلياً، أو التواصل المحكي مع الحاسوب باللغة العربية وتطبيقاته العديدة.
7. تعرف الحروف العربية المكتوبة OCR وتطبيقاته في تحويل الأرشيف والمكتبات التقليدية إلى شكلها الإلكتروني ووضعها على الشبكات الحاسوبية.
8. المعاجم وقواعد المعطيات العربية ومنها قواعد المصطلحات.
9. الكتب والوثائق في كل المجالات والمواضيع خاصة التراثية منها.
10. المواد الثقافية العربية والإسلامية من صور وموسيقى وغناء...
11. التجارة الإلكترونية العربية البينية والعالمية.

في الأخير نؤكد على أن مجالات دخول اللغة العربية لعالم المعرفة المذكورة هي أهم المجالات، وهناك مجالات أخرى غير مذكورة، ويبقى العمل والتطبيق هو الأساس في معرفة الحاجيات والمتطلبات.

<sup>1</sup> - ينظر: محمد مراياتي، اللغة والتنمية المستدامة، ص 27-28.

<sup>2</sup> - نظم استرجاع المعلومات.

# الفصل الثالث:

## اللغة العربية في الإشهارات التلفزية

أولاً: اللغة العربية في الإعلام والإشهار

ثانياً: مستويات اللغة العربية في الإشهارات الجزائرية - دراسة إحصائية

## أولاً: اللغة العربية في الإعلام والإشهار

تؤدي اللغة العربية دوراً مهماً في المجال الإعلامي، ذلك أنها أداة إيصال المعلومات والمعارف إلى شريحة كبيرة من المتابعين، وقد تطورت اللغة العربية الإعلامية بداية من الجرائد إلى غاية عصرنا الحالي وبرزت شبكات التواصل الاجتماعي مروراً بالإذاعة والمجلة والتلفزة والشابكة، وامتزجت مع اللغة الإعلامية اللغوية الإشهارية، ذلك في ظل الخطاب الإشهاري الذي أصبح يحتل مكانة مهمة في الخطاب الإعلامي.

## 1. الإشهار:

أصبح التنافس بين المتعاملين الاقتصاديين على أشده في وقتنا الحاضر من أجل إقناع المتلقي في اقتناء الخدمة أو المنتج، وهذا ما رفع من قيمة الإشهار كوسيلة مؤثرة في المتلقي يستعملها منتج السلعة أو الخدمة، ونتيجة لهذا أصبحت تقام المؤتمرات والملتقيات والبحوث والدراسات المعمّقة من أجل دراسة الإشهار.

يستعمل في المنطقة العربية مصطلحان لمفهوم واحد وهما: الإشهار والإعلان التجاري (الذي يقتصر عليه أحياناً بلفظة الإعلان)؛ مصطلح الإعلان التجاري في المشرق ومصطلح الإشهار في المغرب، ويقابل هذا المفهوم في اللغة الفرنسية مصطلح *la publicité* وفي اللغة الإنجليزية مصطلح *advertising* أو *advertisement* أو *publicity*، في اللغة الألمانية *anzeige* أما في اللغة الإيطالية *publicita*<sup>1</sup>. وكثيراً ما يختصر المصطلح الفرنسي *publicité* بـ (pub)، والمصطلح الإنجليزي *advertising* بـ (ad).

## 1.1 تعريف الإشهار:

<sup>1</sup> - ينظر: منى الحديدي، الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط2، 2002، ص 15.



جاء في المعجم الوسيط في باب الشين مادة [شَهْرُهُ] " (شَهْرُهُ) \_ شَهْرًا، وَشُهْرَةً: أَعْلَنَهُ وَأَذَاعَهُ"<sup>1</sup>، فنلاحظ في الشرح استعمال لفظة أعلن.

وفي المعجم الوسيط أيضا تم تعريف مصطلح أعلن في باب العين مادة [عَلَنَ] ب: " (أَعْلَنَهُ) وبه: أظهره وَجَهَرَ به"<sup>2</sup>، وفي باب العين في المادة ذاتها جاء تعريف الإعلان بـ " (الإِعْلَانُ): إظهار الشيء بالنَّشْرِ عنه في الصُّحُف ونحوها"<sup>3</sup>

فيلاحظ تشابه المعنى اللغوي للفظتي (أشهر) و(أعلن) بصورة كبيرة.

أما اصطلاحا فللإشهار عدة تعاريف من الناحية الاصطلاحية من ذلك أنه عُرِّف بأنه "نوع من أنواع الاتصال بين طرفين هما البائع والمشتري (في حالة الإعلان التجاري) وذلك بهدف تأثير البائع على سلوك المشتري بواسطة كافة وسائل الاتصال"<sup>4</sup>، وفي هذا التعريف نلاحظ استعمال مصطلح (الإعلان التجاري) وهذا لأن الباحث من البلاد المشرقية، وأهم ما جاء فيه أنه وسيلة اتصالية بين طرفين هما البائع والمشتري.

وقد عرّفته دائرة المعارف الفرنسية بأنه "مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية، وإقناعه بامتياز منتجاتها، والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليها"<sup>5</sup>، وهذا التعريف من أشمل تعاريف الإشهار وأوضحها.

وتتفق التعريفات الفرنسية للإشهار التي ظهرت في النصف الأول من القرن العشرين وحتى الستينات من نفس القرن في عدة أشياء<sup>6</sup>:

<sup>1</sup> - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ص 498.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 624.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 625.

<sup>4</sup> - محمد عبد حسين، الإعلان التجاري المفاهيم والأهداف، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1،

2015، ص 14.

<sup>5</sup> - منى حديدي، الإعلان، ص 16.

<sup>6</sup> - ينظر: نفسه، ص 18-19.

- أنه يسعى إلى تحقيق أهداف محددة للمعلن.
- أهمية الوصول إلى رد الفعل المادي والذي يسهل ملاحظته وقياسه بزيادة الإقبال على الشراء.
- زيادة مكاسب وأرباح المعلن.
- زيادة أعداد المستهلكين الحاليين والمرتقبين.

أما عند الانتقال إلى المدرسة الأنجلوفونية (الأمريكية والإنجليزية) فقد عرّف كل من borden و marshall الإشهار بأنه: "يتكون من مجموعة الأنشطة التي بواسطتها توجه بعض الرسائل إلى مجموعة مختارة من الجمهور بغرض إخطارهم والتأثير عليهم لشراء السلع والخدمات، أو لتغيير انطباعتهم تجاه بعض القضايا أو الأفراد أو العلامات التجارية أو المنشآت المختلفة"<sup>1</sup>.

مما سبق يتضح الاختلاف في تعريف الإشهار بين المدرسة الفرنسية والمدرسة الأنجلوفونية فالتعريفات الأمريكية أو الإنجليزية جعلت الإعلان يتضمن السلع والخدمات والأفكار، عكس التعريفات الفرنسية التي ربطت الإعلان بالسلع فقط<sup>2</sup>، وهذا يدل على أن التعريف الفرنسي للإشهار ضيق ومحدود، أما التعريف الأمريكي الإنجليزي فأوسع ويشمل الأنشطة غير التجارية أيضا.

وقد يختلط مصطلح الإشهار مع عدة مصطلحات أخرى، فقد يلتبس مصطلح الإشهار مع مصطلح الدعاية، وهذا نظرا لتقارب المفهومين وتشاركهما في أمور عدة، فالدعاية تختلف عن الإشهار بشكل عام، فالدعاية "نمط اتصالي يقوم على نقل الأفكار والمشاعر إلى الآخر بقصد إقناعه للوقوف إلى جانب هذا الرأي أو الاتجاه"<sup>3</sup>، فمن خلال هذا التعريف نلاحظ أن

<sup>1</sup> - منى حديدي، الإعلان، ص 21.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 23.

<sup>3</sup> - محمد عبد حسين، الإعلان التجاري المفاهيم والأهداف، ص 132.

الدعاية تشبه الإشهار في أنها عملية اتصالية تهدف إلى الإقناع، إلا أن الدعاية أشمل فهي لا تقتصر على الجانب الاقتصادي فقط، بل تكون في مجالات شتى.

وتختلف الدعاية عن الإشهار أيضا في أن " الدعاية غالبا ما توصف بالتضليل والإيهام والإيقاع أما الإعلان فيغلب عليه طابع الصدق والمعلومات تكون حقيقية"<sup>1</sup>، وهنا يتضح الفرق الأساسي بين الدعاية والإعلان وهو معيار الصدق والكذب، ولعل هذا ما جعل الدعاية ترتبط بالإقناع السياسي والفكري، فأصبحت أداة في عالم السياسة والأحزاب والدول والمنظمات والشركات<sup>2</sup>، وهذا واضح جدا عندما تكون هناك منافسة كالانتخابات الرئاسية خاصة في الدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية.

ومن المصطلحات التي لها علاقة بالإشهار مصطلح الترويج (promotion)، فالإشهار يُعرّف في علم التسويق بأنه "أحد العناصر التي تُكوّن المزيج الترويجي، والذي يعدّ بدوره واحداً من عناصر المزيج التسويقي"<sup>3</sup>، أي أن التسويق من مكوناته الترويج، والترويج بدوره له مكوناته، ويُعد الإشهار أحد مكوناته، من هنا يتضح أن الإشهار جزء من الترويج.

أما الفرق بين الإعلام والإشهار هو أن "الإعلام يلتزم بتوفير المعرفة الكاملة والدقيقة، في حين أن الإعلان يقدم المعلومات التي تخدم المعلن أساساً ولا يلتزم الأخير بعنصر المعلومة الكاملة مما يجعل ما يقدمه من معلومات ناقصة"<sup>4</sup>، ومن الفروقات أيضا أن الإشهار "يعتمد على عنصر التكرار والإلحاح وطول الفترة الزمنية التي تعيشها الحملة الإعلانية، عكس الإعلام الذي يبحث عن الجديد وغير المؤلف وما يهم الناس بالفعل ويمسهم"<sup>5</sup>، هذا الأمر صحيح نسبيا بالنسبة للإعلام، وليس صحيحا دائما لأنه كثيرا ما نجد وسائل الإعلام متحيزة لفئة أو جهة معينة أو

<sup>1</sup> - محمد عبد حسين، الإعلان التجاري المفاهيم والأهداف، ص 131.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص 133.

<sup>3</sup> - منى حديدي، الإعلان، ص 25.

<sup>4</sup> - نفسه، ص 34.

<sup>5</sup> - نفسه، ص 34.

مؤسسة أو مدرسة فكرية أو سياسية أو اقتصادية، وهي في كثير من الأحيان لا تنقل الحقيقة كاملة، بل تنقل ما يخدم أهدافها وتوجهاتها.

## 2.1 جاذبية الإشهار وآثاره

يسعى الإشهار إلى جذب المتلقي إما بالصور أو الكلمات أو الأصوات.. وحتى بالشخصيات التي تشهر للمنتج، ولعل أكثر الإشهارات الجاذبة هي الإشهارات التلفزية وكل وسيلة يمكنها بث إشهار على شكل فيديو (ومضة)، فمثل هذه الإشهارات بجاذبيتها تحت المستقبل على إكمال الومضة الإشهارية، فحينئذ يقع المستقبل فريسة للصور والكلمات والأصوات وكل ما جاء في الإشهار، فهو في تلك اللحظات لا محالة مستهلك ومتأثر بلغة الإشهار، فالإشهار "يكره المتلقي على استهلاك اللغة المستعملة، حتى وإن لم يستهلك البضاعة موضوع الإشهار"<sup>1</sup>، لذلك يعمل صانع المحتوى الإشهاري على إثارة انتباه المتلقي في اللحظات الأولى من الومضة فيسعى لجذب انتباهه سواء بالصور أو الكلمات أو الأصوات.. من أجل أن يكمل ما تبقى من الفيديو الإشهاري، ويسعى المعلن إلى إعادة بثه حتى ترسخ العلامة التجارية في ذهن المتلقي، ويكون بذلك أقرب لتحقيق غايته من ذلك وهو تحول المشاهد لعميل ويشترى المنتج أو الخدمة، وقد يتحول لاحقا إلى الولاء لتلك العلامة التجارية فيصير كلما احتاج لذلك النوع من المنتجات، فإنه سيشتري مباشرة ذلك المنتج، ومثال ذلك إشهارات القهوة التي غزت المشهد الإشهاري التلفزي في الجزائر، فعندما يشاهد الزبون علامة تجارية جديدة للقهوة فإنه يمر في الغالب على المراحل السالفة الذكر حتى يصل العميل لمرحلة الولاء لتلك العلامة التجارية من القهوة.

<sup>1</sup> - محمد حفيظ، عن وضع اللغة العربية في الإشهار المغربي: من أجل علاقة طبيعية، العربية في الإشهار والواجهة، منشورات معهد الدراسات والأبحاث للتعريب، الرباط، المغرب، 2003، ص100.

وتجذب الإشهارات مختلف شرائح المجتمع إليها خاصة الأطفال، فهم من أهم متابعي الإشهارات، وترجع قوة الجذب هذه إلى أسباب متعددة منها<sup>1</sup>:

1. تنوع أسلوب عرض الإشهارات: يعتمد بعضها على سرعة الحركة، ويأتي بعضها في صورة مشهد تمثيلي، وهناك من يعتمد على الموسيقى والرقص... إلخ.
2. نجاح الإشهار في توظيف العناصر العلمية والنفسية الحديثة التي تضمن له النجاح والشيوع.
3. قصر الفترة الزمنية للإشهار، فهو لا يستغرق أكثر من خمس دقائق في الغالب.
4. تتجنب الإشهارات العرض التقريري الجاف الذي يعتمد على كتابة الإشهار على شاشة التلفاز، ويقرأها المذيع.
5. تأتي هذه الإشهارات بين فقرات طويلة كالأفلام والبرامج الثقافية ومباريات كرة القدم، ونشرات الأخبار، وكأنها راحة لالتقاط الأنفاس.

ويتماشى الإشهار مع الوسيلة الإعلامية التي يُذاع عبرها، فلغته لغة إعلامية بالدرجة الأولى، فإذا كان يذاع على الإذاعة فيكون التركيز على الصوت، وإذا كان ينشر على الجريدة فيتم التركيز \_ لسانيا \_ على الكتابة... لذا فجاذبية الإشهار تكمن في علاقته بالإعلام، فهما متقاربان، لدرجة أنه يصعب التفريق بينهما في العديد من الأحيان، بل يذهب نبيل علي إلى أن الأدوار بينهما قد تُعكس: "إن كانت رسالة الإعلام قد استضافت رسالة الإعلان في الماضي، فربما ينقلب الوضع، ويصبح الإعلام ضيفاً على الإعلان، فمن أجل اقتناص انتباه جماهيره ربما يتضمن الإعلان بعض مواد إعلامية من تلك التي تجتذب المشاهدين، ليجعل إعلانه أكثر إثارة ومتعة"<sup>2</sup>، وهذا الأمر نجده واضحاً بوجود قنوات إشهارية متخصصة في عرض

<sup>1</sup> - ينظر: جابر قميحة، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، نادي المدينة المنورة الأدبي، المدينة المنورة، السعودية، 1418هـ، ص96.

<sup>2</sup> - نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، ص399.

المنتجات، أما تحول كل الإعلام نحو هذا الاتجاه فهو أمر مستبعد على المدى القصير، ويمكن أن يتحقق على المدى البعيد.

### 3.1 أهداف الإشهار:

تهدف الشركات في عدة قطاعات من الإشهار إلى عدة أهداف منها:<sup>1</sup>

- صنع صورة ذهنية مستحبة لسمعة الشركة.
- تشجيع الموزعين على منتجات الشركة بنشاطهم الإشهاري والبيعي.
- تخصيص الوقت اللازم لتحقيق صفقات البيع.
- صنع وعي واهتمام إيجابي بمنتجات الشركة أو خدماتها بما يحرك رغبات الشراء.
- تحقيق زيادة مستمرة في المبيعات.
- المساعدة على تقديم الموزعين الجدد للسوق.
- دعم الروح المعنوية لرجال البيع.
- تأكيد أهمية الشركة في نظر الموردين.
- تشجيع الموزعين على قبول توزيع منتجات الشركة.
- إنشاء حالة تفضيل للعلامة التجارية المعلن عنها.
- جعل المشترين يطلبون علامة تجارية محددة.
- تحويل طلب المشترين من الأصناف المنافسة إلى الصنف المعلن عنه
- توسيع قاعدة المستهلكين عن طريق تشجيع العملاء المرتقبين على تجربة الصنف لأول مرة.
- زيادة الاستهلاك عند المستهلكين الحاليين.

<sup>1</sup> - ينظر: طاهر محسن الغالي وأحمد شاعر العسكري، الإعلان مدخل تطبيقي، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ط2، 2006، ص 25-26.

- التذكير المستمر للمستهلكين بخصوص شراء السلعة.

#### 4.1 الإعلام والإشهار وعلاقتهما بالاقتصاد

تبرز وسائل الإعلام كأقوى وأبرز وسائل نقل الأخبار والمعلومات والمعارف، وهي وسيلة تأثير قوية، ذلك أنها تصل إلى طيف واسع من الناس، وبتميز وسائل الإعلام بهذه الخصائص، فإن الإشهار يجد فيها وسيلته المناسبة التي يُذاع فيها، وتُحدّد الوسيلة الإعلامية المناسبة "حسب طبيعة الإعلان وشكله والجمهور المستهدف"<sup>1</sup>، وبالتالي لا يمكن أن يوضع أي إشهار في أي وسيلة، فلا يوضع إشهار الإذاعة (الراديو)<sup>2</sup> في التلفاز، ولا إشهار التلفاز في الراديو أو المجلة أو الجريدة إلا بتحويله وجعله لكل إشهار خصائصه التي يتميز بها، فالتلفاز يتميز باحتوائه على مختلف الأدوات الإعلامية: صوت، صورة، فيديو، كتابة. بخلاف الإذاعة التي تقتصر على الصوت، والجريدة تتوفر على الكتابة فقط دون صوت أو صورة أو فيديو.

ولا شك أن الإشهار يسعى إلى المنفعة المادية التي تأتي من حث المشاهد ودفعه لأخذ خطوة عملية تتمثل في الشراء، وهذا هو هدف الحملات الإشهارية في أغلب الأحيان، وبالتالي فإن الإشهار "يعد في جوهره أداة اقتصادية"<sup>3</sup>، وذلك لأن الإشهار "ولد من ضرورة اقتصادية هي البيع"<sup>4</sup>.

ومن أجل تمويل البرامج ودفع رواتب الموظفين تسعى وسائل الإعلام إلى جذب المعلنين ليعلنوا عندها، حتى أضحت "تعيش تحت رحمة الإشهار، إن أجهزة التلفاز والجرائد لا تبث إلا

<sup>1</sup> - محمد عبد حسين، الإعلان التجاري المفاهيم والأهداف، ص 43.

<sup>2</sup> - وجدنا من استعمال مصطلح الإذاعة بمعنى يشمل التلفاز والراديو. أما في الجزائر فيستعمل مصطلح الإذاعة للدلالة على الراديو فقط، أي الإذاعة = الراديو.

<sup>3</sup> - بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ترجمة سعيد بن كراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية، سورية، ط1، 2012، ص65.

<sup>4</sup> - نفسه، ص71.

البرامج التي توافق عليها الجهات الممولة للإشهار"<sup>1</sup>، وهذا أمر من الأمور التي دفعت الدول لأن تعطي اهتماما بالغاً لصناعة الإشهار، لأنها تمثل عموداً أساسياً في اقتصادياتها، حتى "غداً جزءاً لا يتجزأ من هيكل الاقتصاد الوطني في غالبية المجتمعات المعاصرة؛ لأنه الوسيلة الأنجع لتسويق السلع والخدمات بكل أنواعها"<sup>2</sup>، وبهذا أصبح الإشهار لاعباً مهماً في الاقتصاد العالمي، في ظل الانفتاح التجاري بين الدول وكذا تشكل التكتلات الاقتصادية، وتصاعدت أهميته أيضاً في ظل اقتصاد المعرفة وتزايد الأهمية الكبيرة للشابكة، إذ بدأت العديد من الخدمات تنتقل من الواقع إلى الشابكة، فهناك من انتقل إلى العالم الافتراضي كلياً، وهناك من زواج بين النشاطين الواقعي والافتراضي، ومن النشاطات التي بدأت تحتل مكانة كبرى في العالم التجارة الإلكترونية التي أشعلت المنافسة بين الشركات، وفي ظل هذه المنافسة لا بد من طريقة تبرز أهمية منتج عن منتج أو خدمة عن خدمة، والطريقة المثلى لذلك هي الإشهارات.

وتصاعدت مع ذلك القنوات المرسلة للإشهارات، والتي تتمثل في القنوات الإعلامية، سواء القنوات الإعلامية التقليدية والتي تعرف بالإعلام التقليدي (التلفاز، الراديو، الجريدة..). أو القنوات الإعلامية الجديدة والتي تدعى الإعلام الجديد (إعلام المواقع وشبكات التواصل الاجتماعي..)، ومع تصاعد هذه الأهمية أصبح الإعلام ليس ناقلاً للأخبار والمعلومات فحسب، بل له رابط متين مع الاقتصاد ذو تأثير قوي في المجتمع؛ فهو<sup>3</sup>:

- مؤسسة اقتصادية تعنى بأسواق المال والأعمال.
- نافذة لوجوه الاستهلاك والترويج والإشهار.
- واجهة للثقافة والفكر والفن والسياسة.
- مؤثر في حركة المجتمع وأجّاهات الأفراد.

<sup>1</sup> - محمد الولي، بلاغة الإشهار، مجلة علامات، مكناس، المغرب، العدد 18، 2002، ص 66.

<sup>2</sup> - عبد الله أحمد بن عتو، الإشهار بنية خطاب وطبيعة سلوك، مجلة علامات، العدد 18، 2002، ص 116.

<sup>3</sup> - ينظر: فريق العمل في مشروع الرصد اللغوي الإعلامي، صورة اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال، اللجنة الوطنية الأردنية للنهوض باللغة العربية، الأردن، ط1، 2014، ص 20.



- فاعل في التأثير في الجوانب التربوية والإنسانية العميقة.
- متصل بالأفراد جميعاً في المجتمع على اختلاف اهتماماتهم واختصاصاتهم وأعمارهم.
- وأبرز وسائل الإعلام التلفاز الذي يدمج بين المنطوق والمكتوب والمرئي، لذلك فإن "مهمة صنّاع برامج التلفزيون هي الاستحواذ على انتباه الناس، والإمساك بهم لفترة تكفي للإعلان عن منتج"<sup>1</sup>، فشاشة التلفاز "لا تعرض برامج للمشاهدين بقدر ما تقدم جمهوراً للمعلنين، ولا تعد فقط بأشياء، ولكن بأفكار وأوهام وقيم وطرق عيش وتفكير"<sup>2</sup>، لذلك فهي أقوى الوسائل الإعلامية التي تسعى إلى جذب المشاهد وتتخذ في ذلك شتى الوسائل والطرق، وبعد أن تجذبه تحاول الحفاظ على بقاءه في متابعة البرنامج أو الحصة المعروضة التي يتخللها فواصل إخبارية بالإضافة إلى الإشهارات التي تكون قبل عرض البرنامج وبعد عرضه، "فهو سند ترويجي قوي وسريع، ولكنه مكلف جداً ولا يميز كثيراً بين مشاهديه ولا ينتقي جمهوراً بعينه"<sup>3</sup>، فالتلفاز يبقى الوسيلة المفضلة للإشهار على الرغم من ارتفاع ثمن عرض الوصلة الإخبارية فيه، ويرجع السبب إلى أن "الإعلانات هي أقدر الأعمال التلفازية على الترسب والبقاء في نفس المشاهد وحافظته، وذلك لأنه يتكرر عشرات المرات في فترات مختلفة، وقد يتكرر مرات متعددة في اليوم الواحد، زيادة على ما يتوافر فيه من خفة وجمال وطرافة، وخدمة فنية عالية"<sup>4</sup>.

كما يُلاحظ التصاعد الكبير للإشهارات على الشابكة عموماً وعلى مواقع التواصل الاجتماعي خاصة، فأصبح المتصفح لمواقع التواصل الاجتماعي عرضة لكم هائل من الإشهارات، ويخال كثير منا أن مواقع التواصل مجانية، وهي على العكس من ذلك تجني أرباحاً طائلة، ووسيلتها الأساسية في جلب الأموال هي الإشهارات، وأصبح ينطبق على مستخدميها العبارة التي تقول: "إذا كنت تستخدم شيئاً بطريقة مجانية فاعلم أنك أنت السلعة"، فأصبحت

<sup>1</sup> - زيد بن محمد الرماني، اقتصاد الإعلام أسرار وأخبار، مكتبة الرشد، الرياض، السعودية، ط1، 2005، ص 23.

<sup>2</sup> - محسن أعمار، الإشهار التلفزي: قراءة في المعنى والدلالة، مجلة علامات، العدد 18، 2002، ص 103.

<sup>3</sup> - بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ص 91.

<sup>4</sup> - جابر قميحة، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، ص 98.

مواقع التواصل تجلب الجمهور للمعلنين، لما تحتويه من بيانات ضخمة تجمعها من الأشخاص المستخدمين لها.

ولا شك أن تطور الإعلام الجديد وازدهاره أدى إلى تراجع وسائل الإعلام التقليدية، وأصبح هذا الأمر يقلقها من الناحية الاقتصادية، فهي تعتمد في كثير من الأحيان على تغطية تكاليف إنتاج البرامج ودفع رواتب الموظفين من الأموال التي تكتسبها من بث الإشهارات، ومع تصاعد هذا الإعلام الجديد أصبح التساؤل قائما: ما مصير الإشهار في قنوات الإعلام التقليدية؟ بل أصبح التساؤل أعمق من ذلك: ما مصير قنوات الإعلام التقليدية في حد ذاتها؟ وإذا كان الهدف هو كسب المزيد من الأموال، فإن بروزه وتوسعه إلى مجالات أخرى أمر طبيعي، فبالإضافة إلى وسائله الإعلامية المختلفة: التلفاز، الراديو، شبكات التواصل الاجتماعي.. نجد الإشهار احتل وسائل النقل المختلفة كالقطارات والحافلات.. واحتل مرافق متنوعة كالملاعب ودور السينما بل إنه وصل حتى للمدارس، "فكل الظواهر التي تزخر بها قطاعات الاقتصاد المختلفة الإعلان يشارك فيها، فضلاً عن الدور الذي أصبح يلعبه في المضاربات المالية التي تجري على الصعيد العالمي"<sup>1</sup>.

وتزداد الشراسة الإشهارية كلما كان المعلن ذو أبعاد عالمية ويتضح هذا مع الشركات المتعددة الجنسيات وهذا ما يوضحه تيودور ليفيت الذي يقول بأنه أصبح "مفتاح نجاح استثمار الأسواق العالمية يكمن في ترويج سلع موحدة النمط في جميع أنحاء العالم. وهذا يعني تعميم خبرة الشركات عابرة القارات والحدود أمثال كوكا كولا ماكدونالدز"<sup>2</sup>.. وبهذا البعد العالمي تزداد أهمية الإشهارات.

وأعدت صحيفة الصنداي تايمز عام 1989 دراسة خلصت إلى أن سوق الإشهار تسيطر عليه أربع مجموعات عالمية: الأمريكية والبريطانية واليابانية والفرنسية، أما العناوين

<sup>1</sup> - زيد بن محمد الرماني، اقتصاد الإعلام أسرار وأخبار، ص 40.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 41.

الإشهارية الكبرى هي: السيارات، البنوك، العطور والعزاء، وأن الأموال المخصصة لدراسة الإعلان والأسواق تقدّر بنحو خمسة مليارات دولار في العالم<sup>1</sup>، وإذا كان هذا المبلغ في 1989 فكيف هو حالنا الآن مع وجود الشابكة ووجود شبكات التواصل الاجتماعي.

وعند النظر لحجم الاستثمار في مجال الإشهارات، نجد أنه قد بلغ 428.44 مليار دولار سنة 2007 في العالم، كان نصيب أمريكا الشمالية 184.31 مليار دولار تليها أوروبا بـ 112.57 مليار دولار، ثم آسيا والمحيط الهادي بـ 89.12 مليار دولار، ثم إفريقيا والشرق الأوسط بـ 24.27 مليار دولار، وأخيرا أمريكا الجنوبية بـ 18.17 مليار دولار. وفي دراسة أصدرتها إحدى الهيئات المختصة وُجد أن تسعة بلدان تستحوذ على أكثر من 75% من سوق الإشهارات، وضمن هذه المجموعة تستحوذ الولايات المتحدة الأمريكية على أكثر من نصف السوق<sup>2</sup>.

## 2. اللغة العربية والإعلام

تعد وسائل الإعلام من أهم وسائل التنمية اللغوية فهي "أكثر الأنشطة الاجتماعية استخداما للغة، منطوقة كانت أم مكتوبة"<sup>3</sup>، كما يمكن أن يكون لها تأثير سلبي وتصبح من وسائل الهدم اللغوي، وتأثيرها قوي خاصة على الأطفال، ويتجلى التأثير إيجابا وسلبا عندما تسمعهم يرددون إحدى أغاني الرسوم المتحركة، أو الشعارات والعبارات المتداولة فيها (السرعة القصوى، السيف القاطع، النجم الساطع...)، كما أنهم يرددون أغاني الإشهارات، ويرددون العبارات الإشهارية خاصة تلك التي تحتوي على صور بلاغية كالسجع مثلا، وكذلك يرددون الشعارات وأسماء المنتجات بكثرة في الحياة العامة.. بل تعدى حفظ هذه الشعارات والأغاني إلى الكبار، لذا فإن هذه الكلمات والعبارات إذا كانت سليمة لغويا فإنها تحقق التنمية اللغوية،

<sup>1</sup> - ينظر: زيد بن محمد الرماني، اقتصاد الإعلام أسرار وأخبار، ص 27.

<sup>2</sup> - ينظر: عاشور فني، اقتصاديات وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2012، ص 63.

<sup>3</sup> - نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، ص 384.

أما إذا كانت خاطئة فإنها تعمل على الهدم اللغوي خاصة مع التكرار الذين يعمل على ترسيخها، ويشير عبد الرحمان الحاج صالح إلى أن الإعلام والمدرسة لهما تأثير قوي على اللغة في قوله: "إن هناك منبعين أساسيين يؤثران في استعمال الناس للغة أيما تأثير، وهما عاملان قويان جدا في انتشار ألفاظ الحضارة الحديثة والمصطلحات العلمية والتقنية.. وهما المدرسة وامتداداتها من جهة، ووسائل الإعلام على اختلاف أنواعها من جهة أخرى"<sup>1</sup>، بل ربما تكون وسائل الإعلام في كثير من الأحيان سببا في هدم ما تم بناؤه في المدرسة، فكما "يمكن أن يفيد الإعلام اللغة ويعمل على توحيد استخدامها، يمكن لهذا الإعلام \_ إن قصد التزييف والتمويه \_ أن يضر باللغة أشد الضرر"<sup>2</sup>، فالإعلام إما مُدعم للكفاءات اللغوية التي تم اكتسابها في المدرسة أو معول تدمير لها.

ومن الأمور المهددة؛ تغليب الصورة على اللغة في الإعلام وفي ذلك يقول نبيل علي "فإن تركيز الإعلام الحديث على الصوت والصورة يهدد وضع اللغة، لكنه في الوقت نفسه، سيظهر تفوقها في التعبير المباشر والدقيق والموجز"<sup>3</sup>، أي أن هذا له تأثير سلبي في اللغة يتمثل في الحجم والحيز القليل الذي تناله، وتأثير إيجابي يتمثل في أنه يلغي صفة الإطناب ويعلي من صفة الإيجاز والإيضاح المباشر، وهذا من الصفات التي أصبحت تتميز بها لغة الإعلام، كما أن لغة الإعلام لها تأثير على المتلقي فهي "لا تثرى زادنا اللغوي فحسب، بل تمنحنا تصورا لطبيعة الأشياء، وحقيقة محيطنا، وأصوب السلوكات وأكثرها تطابقا مع قيمنا ومثلنا.. وعلى سبيل المثال، إذا استعمل الإعلام اللفظ العفيف والدقيق، فقد يقتفي آثاره الناس، بيد أنه إذا أحاطنا بكلمات الفسق والسوء والبذاءة، فمن المتوقع أن يتم استخدامها من قبل الجمهور"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الرحمان الحاج صالح، بحوث ودراسات في اللسانيات العربية، ج2، موفم للنشر، الجزائر، 2007، ص98.

<sup>2</sup> - نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، ص 385.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 385.

<sup>4</sup> - نور الدين بليبل، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدولة قطر، الدوحة، قطر، ط1، 2011، ص127.

واللغة العربية بميزاتها المتعددة، انسجمت مع هذا التدفق الإعلامي، فبها خصائص تساعد على التطور والتنمية في الأصوات والمفردات والتراكيب والدلالات والأساليب، مواكبة التطور الحضاري والتقني السريع والغزو الإعلامي، من هذه الخصائص: الاشتقاق والنحت... ولعل هذا واضح في أن قنوات عالمية افتتحت فروعاً لها ناطقة باللغة العربية الفصحى منها: sky news arabia، cnn arabia، bbc arabia، ويرى عبد الله كنون أن التطور الذي عرفته اللغة العربية في العصر الحديث مرده إلى وسائل الإعلام لاسيما الجرائد<sup>1</sup>، وبهذا ظهرت مصطلحات من قبيل: لغة الجرائد، لغة الإعلام، اللغة الوسيطة، اللغة الثالثة... وكانت البدايات الفعلية للتأصيل العلمي لهذا النوع من اللغة مع كتاب لغة الجرائد لإبراهيم اليازجي عام 1904، الذي حاول فيه دراسة التراكيب والأساليب التي استخدمتها الجرائد في عصره، وبعد ثلاثين عاماً تقريباً من ذلك ألف الشيخ عبد القادر المغربي كتابه (تعريب الأساليب) عام 1934<sup>2</sup>.

فاللغة الإعلامية التي تشكلت نتيجة التمازج بين اللغة والإعلام هي "لغة بنيت على نسق عملي اجتماعي عادي، فهي في جملتها فن يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام"<sup>3</sup>، وهي تتطور باستمرار لعدة أسباب؛ أهمها الانفجار المعرفي والاتصالي الذي يتطلب ثروة لغوية مصاحبة له إما هي موجودة ويتم تحديثها، أو تستحدث كلمات وعبارات تستطيع التعبير عن المفاهيم بدقة.

وتتميز اللغة الإعلامية بعدة خصائص منها:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - ينظر: سامي الشريف وأيمن منصور ندى، اللغة الإعلامية، مركز جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2004، ص33.

<sup>2</sup> - ينظر: نفسه، ص33.

<sup>3</sup> - عبد العزيز شرف، المدخل إلى علم الإعلام اللغوي، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، ط1، 2000، ص117.

<sup>4</sup> - ينظر: سامي الشريف وأيمن منصور ندى، اللغة الإعلامية، ص38-39.

1. الوضوح: وهي من أبرز خصائص لغة الإعلام، لذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح لتحقيق أهدافها.
  2. المعاصرة: يقصد بها أن تكون اللغة متماشية مع روح العصر ومتسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة، والكلمات المعجمية والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلام إلا في حالات محددة وفي موضوعات معينة.
  3. الملاءمة: وتعني أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى.
  4. الجاذبية: يقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الشرح والوصف والحكي بطريقة حية ومسلية ومشوقة، فلا وجود لجمهور يتوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خال من عوامل التشويق والجاذبية.
  5. الاختصار: وهذا نظرا لطبيعة الوسيلة المحدودة من جهة، وطبيعة الجمهور غير القادر على الاستمرار في المتابعة طويلا من جهة أخرى.
  6. المرونة: وتعني أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة، وأن تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من قضية وموضوع.
  7. الاتساع: ويقصد أن يكون عدد المفردات كبيرا يستطيع تلبية الاحتياجات المختلفة.
  8. القابلية للتطور: وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية متماشية معها، فلغة وسائل الإعلام الحالية ليست هي لغة التسعينات، ولغة التسعينات ليست لغة السبعينات..
- وبالتالي على الكاتب في وسائل الإعلام أن يراعي خصائص اللغة الإعلامية، وقد تم اقتراح العديد من الطرق التي تساعد الكاتب في كتابة لغة إعلامية جيدة، من هذه الطرق العملية؛ أن يتناسى الكاتب عند جلوسه للكتابة كل شيء عن وسائل الإعلام والميكروفون والجمهور، وأن يتخيل أنه يتحدث لصديق أو شخص يعرفه جيدا، وسيجد نفسه في هذه الحالة يكتب بطريقة متدفقة سهلة، مستخدما كلمات يغلب عليها طابع المودة والألفة والبساطة وعدم

التكلف<sup>1</sup>، فهي بهذا مطابقة لعبارة "اكتب لتحدث لا تكتب لتقرأ"، كما يرى عبد العزيز شرف أن اللغة الإعلامية ترتبط بست وظائف رئيسية هي<sup>2</sup>: الإخبار أو الإعلام، والتوجيه أو الإرشاد، والتفسير أو الشرح، والتسويق أو الإعلان والتسليّة أو الإمتاع والتعليم أو التنشئة الاجتماعية.

### 3. اللغة العربية والإشهار:

أصبح تأثير الإشهار واضحا على حياة الإنسان وسلوكه وتفكيره، فمن خلاله "يمكن أن نتعرف على وضع اللغة العربية في الاقتصاد وفي الإدارة وفي السياحة وفي المال... الخ. وبالتالي، نتعرف على وضعها في المجتمع"<sup>3</sup>، فلغة الإشهار أصبحت مفتاحا لمعرفة اللغة المستخدمة والحالة اللغوية عموما للجمهور المستهدف، ويلاحظ أن الجامع بين كل الإشهارات \_ إلا ما ندر \_ وجود نص لغوي، يُكتب وفقا لنوعية الإشهار ورغبة المعين، وهذا النص اللغوي يتسم بطبيعة خاصة تتلاءم مع وسيلة النص، وله أيضا ضوابط وقواعد يُصاغ وفقها.

ومن دلائل تأثير الإشهارات في لغة المتلقين، أنه في فترة من الفترات عُرض إشهار في التلفاز المصري لمسرحية تدعى (فارس بني خيطان)، كما عُلقّت العديد من الملصقات الإشهارية للمسرحية في الشوارع والميادين، وقد طلب أحد المدرسين بالمرحلة الثانوية من طلابه استخدام صيغة (فعالان) في جملة، وفوجئ أنه حوالي 40% من الطلاب تضمنت إجاباتهم عبارة (فارس بني خيطان) نحو شاهدت فارس بني خيطان، انتصر فارس بني خيطان...<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - ينظر: سامي الشريف وأيمن منصور ندى، اللغة الإعلامية، ص 47-48.

<sup>2</sup> - ينظر: عبد العزيز شرف، الإعلام ولغة الحضارة، مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 11، ج 01، ص 370.

<sup>3</sup> - محمد حفيظ، عن وضع اللغة العربية في الإشهار المغربي: من أجل علاقة طبيعية، ص 100.

<sup>4</sup> - ينظر: جابر قميحة، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، ص 100.

وتكون البنية الأساسية للإشهار في الغالب على شكل نص، الذي لا يخرج "عن كونه نصاً لغوياً ينتسب إلى لغة بشرية معينة، فلا يفترق في بنائه عن أي نص لغوي آخر. وهكذا فإن مبدأ الإعلان التجاري أصوات تأتلف لتشكّل أبنية صرفية ثم تندغم معاً في بنية نحوية تتحمل بدلالات سياقية تنقل رسالة ما"<sup>1</sup>.

ويغلب على الإشهارات التلفزيونية العناصر غير اللسانية، فأضحت الصورة هي الطاغية، ولكن يبقى للعنصر اللساني دوره الهام في الإشهارات، فهو يقوم "بتخليص هذا العالم من "الفظ" و "السوقي" و "الحشن" في أشياءه وكائناته. بعبارة أخرى، إننا نهدب الشيء بالكلمات، ونمنحه غطاءً ثقافياً يُسكنه جنان الوجدان الإنساني، تماماً كما نهدب الجسد ونُجَمِّله باللباس والعطور والمساحيق"<sup>2</sup>، فهي بهذا تلعب دوراً بارزاً في توجيه دلالة الصور والرموز الواردة في الإشهار التي قد تُفهم خطأً إذا لم تتبع باللغة من أجل توضيحها، كما يؤكد سعيد بنكراد على أن الإشهار حالة ثقافية وليست مادة موضوعة للاستهلاك فقط وأن اللغة دوراً بارزاً في هذا: "... بل قد تكون لغة التوسط بين الوصلة والمستهلك من أهم مصادر هذه الدلالات مجتمعة، فمن خلالها تستوي طبيعة الاستهلاك وتتحدد حالات التلقي، وداخلها تُبنى عوالم الحلم والاستيهام التي يبشر بها المنتج ويدعو إليها"<sup>3</sup>.

فلغة الإشهار تختلف من منتج لآخر ومن جمهور مستهدف لآخر فهي "تخاطب فينا غرائز وحواس تختلف باختلاف الموضوع المعلن عنه، فكلام الإعلان عن مأكول أو مشروب يوجه إلى حواس غير تلك التي يتجه إليها كلام إعلان عن سيارة، أو آخر عن دواء، وهو يثير غريزة غير تلك التي يثيرها هذا أو ذاك"<sup>4</sup>، هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن مكانة العنصر اللغوي

<sup>1</sup> - وليد العناني، العربية في اللسانيات التطبيقية، ص 71.

<sup>2</sup> - سعيد بنكراد، الفصيح والدارج في الإشهار الفاصل بين متعة الرمزي وحسية الاستهلاك، مجلة علامات، مكناس، المغرب، العدد 42، 2014، ص 06.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 06.

<sup>4</sup> - محمود السعران، اللغة والمجتمع، ص 100.



كما ونوعا تختلف من إشهار لإشهار، وتختلف من وسيلة لوسيلة، فلغة إشهار الجرائد ليست كلغة إشهار التلفاز ولا كلغة إشهار الإذاعة أو الإشهار على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتكتب لغة الإشهار وفق ضوابط وشروط محددة، وهناك إرشادات وتعليمات وجب اتباعها لكي تكون لغة الإشهار فعالة، وقد أشار إلى بعضها سامي عبد العزيز:<sup>1</sup>

1. تُكتب بطريقة يسهل قراءتها، تستخدم كلمات مألوفة سهلة، وتُكتب على شكل جمل قصيرة.

2. استخدام الكلمات بطريقة موزونة، لا زيادة عما يجب قوله ولا نقصان، الابتعاد عن الحشو، والابتعاد عن الاختصار الذي يخل بالمضمون.

3. استخدام الفعل المضارع والمبني للمعلوم، مع تجنب استخدام الزمن الماضي والمبني للمجهول، ويستثنى من ذلك ما يُقصد لإحداث تأثير معين.

4. استخدام الضمائر الشخصية، واستخدام كلمة (أنت) وضمير الملكية للمخاطب مثل (ك) في محفظتك.

5. استخدام كلمات وجمل براقية ومدهشة تحتوي على عنصر المفاجئة، مع عدم استخدام العبارات المتبدلة أو الركيكة.

6. عدم الإفراط في استخدام علامات الترقيم فهي تقتل تدفق النص.

7. تقديم عهود واتفاقيات مع المتلقي.

8. عدم التفاخر بالنفس، والكتابة من وجهة نظر القارئ، مع تجنب كلمات تضم: نحن، ضمير الملكية (نا) وضمير المفعول للمتكلم.

9. التركيز على فكرة واحدة.

10. الاعتماد على الموهبة قدر المستطاع، والعمل على تحقيق الإثارة في النص كلما أمكن ذلك.

<sup>1</sup> - ينظر: سامي الشريف وأيمن منصور ندى، اللغة الإعلامية، ص 151-152-153.

والإشهار مجال بيني تنكاتف عدة مجالات في إنتاجه، واعتبر بعض الدارسين بأن دور اللسانيين دور مميز مثمر ومبدع وأقر أحدهم ذلك بقوله "ويجب أن نعتزف أن السيكولوجيين واللسانيين اشتغلوا بشكل مبدع ومثمر في حضان الإشهار، أكثر مما فعلوه في الجامعات..."<sup>1</sup>، هذا القول ينطبق على كثير من الدول خاصة المتطورة، لكن ما محله في بلداننا؟ أين اللسانيون العرب من الصنعة الإشهارية؟ الملاحظ أنهم غائبون كليا إلا ما ندر، فاللسانيون المشتغلون أو المهتمون بالحقل الإشهاري قليلون جدا خاصة اللسانيين الذين يكتبون باللغة العربية، بل إن مجال الإشهار قد يكون محالا يفتح وظائف متعددة لخرّيجي قسم اللغة العربية وآدابها، وذلك من خلال الاشتغال في وظيفة كاتب إشهارات/إعلانات (copywriter)، إلا أن هذا لا يسمع له صدى في أقسام اللغة العربية، وهي من المهن غير المتعارف عليها عموما في العالم العربي، إلا أنه مع تصاعد الاقتصاد المعرفي الرقمي وتصاعد أهمية الإشهارات، بدأ الاهتمام أكثر بهذا المجال في الوطن العربي، وأصبح وضع منهاج باللغة العربية لكتابة الإشهارات أمرا ملحاحا، من أجل إدراجه مقياسا في أقسام اللغة العربية والإعلام والاقتصاد، إضافة إلى دراسة الإشهار في مختلف جوانبه الأخرى، فلغة الإشهار "مجال فسيح للباحث اللغوي. ودراسته في صورته المختلفة، من أبسطها وأشدها سداجة كنداءات البائعين إلى أكثرها تعقيدا وفنية"<sup>2</sup> ومن النماذج النادرة التي تم فيه دراسة الإشهار دراسة لغوية كان بإدراج مادة النص الإشهاري في برنامج طلبة السنة الأولى ماجستير في قسم اللغة العربية وآدابها في جامعة عنابة بالجزائر في العام الجامعي 1998/1999.<sup>3</sup>

وإضافة إلى وظيفة كاتب إشهارات يمكن لخرّيج قسم اللغة العربية أن يشتغل في وظيفة: معلق صوتي (voiceover)، فهو درس علم الأصوات في الجامعة، فإن لم يطبق مخرج

<sup>1</sup> - بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ص 114.

<sup>2</sup> - محمود السرعان، اللغة والمجتمع، ص 100.

<sup>3</sup> - ينظر: محمد عيلان، بنية النص الإشهاري، مجلة اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، العدد 07، 2002، ص 215.

الحروف وصفاتها والنبر والتنغيم ومختلف الدروس الصوتية، فلا فائدة من دروس نظرية تلقاها دون تطبيق، فمن تطبيقات ما تم دراسته في الصوتيات في تجويد القرآن، وفي الإعلام والإشهار الذي يظهر جليا في التعليق الصوتي، أي أن اللغوي يمكنه العمل في وسائل الإعلام في عدة مجالات، وأصبحت صناعة المعلق الصوتي مطلوبة بكثرة من طرف الإشهاريين الذين يحتاجون لأشخاص يُلقون النص الإشهاري بطريقة احترافية.

وكما تسهم اللغة في بنية الإشهار وتؤثر فيه، فإن الإشهار يؤثر في اللغة من ناحية أصواتها وبنيتها الصرفية والنحوية.. كما يسهم في نشر اللغة التي يثبثها على محاسنها وعلاقتها، وهنا يكمن التأثير الذي يؤديه الإشهار في اللغة ف"الإشهار لا يُشهرُ البضاعة التي يروج لها فحسب، بل يشهر اللغة كذلك. إن خطورة الإشهار تتجلى في أنه يسهم في إشهار وضع لغوي على نطاق واسع وبدون حدود، يعمل على تكريس وضع لغوي معين"<sup>1</sup>، وهنا تكمن مشكلة الخطاب الإشهاري المعاصر في البلدان العربية فيراه أحمد سعدي "مشكلة لغوية متعلقة بالواقع اللغوي فيها. إذ تتفاقم المشاكل اللغوية كلها، وتتراكم، بوجود الازدواجية (la diglossie) (العامية والفصحى) ووجود الثنائية (le bilinguisme) (العربية والفرنسية أو العربية والإنجليزية)"<sup>2</sup>

فالإشهارات تعمل على إعادة بناء النظام اللساني ومن أهم التأثيرات السيئة للإشهارات وخصوصا التلفزية على اللغة ما يلي<sup>3</sup>:

1. الترويج للعاميات: وخصوصا إذا كان الإعلان رفيع المستوى من الناحية الفنية.
2. الترويج للغات الأجنبية: ويكون بعرض الإعلانات باللغة الأجنبية، أو تطعيم الإعلانات العربية بكلمات أجنبية.

<sup>1</sup> - محمد حفيظ، عن وضع اللغة العربية في الإشهار المغربي: من أجل علاقة طبيعية، ص 100.

<sup>2</sup> - أحمد سعدي، اللسانيات التطبيقية والملكات اللغوية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص 76.

<sup>3</sup> - ينظر: جابر قميحة، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، ص 99.

3. الترويج للأخطاء اللغوية: التي تلفظها شخصيات الإشهار، وذلك إذا اعتمد فيه على التمثيل والحوار، ويكون التأثير أقوى إذا كانت هذه الشخصية شخصية جماهيرية ومحبوبة عندهم خاصة عند الأطفال.

4. الترويج لعادات نطقية سيئة، كتفخيم ما حقه الترفيق، وترقيق ما حقه التفخيم، ونطق الدال زايًا والصّاد سينًا...

5. إفساد الذوق اللغوي والأدبي: وذلك بتعمد استعمال قوالب غريبة أو خاطئة.

وبالتالي فإن للإشهار آثار سلبية كثيرة على اللغة، بل أحيانًا يكون هناك تعمد في الخطأ اللغوي من طرف الإشهاري الذي يسعى إلى إدراج الخطأ اللغوي في الإشهارات باعتباره وسيلة من وسائل لفت الانتباه إلى المادة المعلن عنها<sup>1</sup>، ولكن يُمكن أن نتساءل: هل فكر الإشهاري بالآثار السلبية على اللغة؟ إذا كان الهدف لفت الانتباه فهو آني ولحظي، لأنه بمرور الوقت يصير عاديًا، ويشيع الخطأ وينتشر بين الناس، بل حتى أن هناك من يخاله أنه هو الصواب.

### 1.3 بين وظيفة النص الإشهاري وإبداعيته

تشكل اللغة المستخدمة في الإشهار نصًا لغويًا سُمي بالنص الإشهاري، ويمتزج النص الإشهاري بعناصره اللغوية مع عناصر أخرى غير لغوية فيشكل خطابًا يسمى بالخطاب الإشهاري، وبالتالي فإن النص الإشهاري يمتزج مع الخطاب الإشهاري، وبآتي هذا وفق المقاربة التي تقول إن النص يمثل اللغة في غير الاستعمال أما الخطاب فهو تمثّل اللغة في الاستعمال، وهذا بعيدًا عن الجدل بين مصطلحي النص والخطاب.

وهناك عدة تعاريف للنص الإشهاري منها أنه: "تركيب لغوي يتحدد وفقًا لمعايير اللغة التي ينتج بها، وهو تركيب جمالي لا يكتمل رسالة إلا بمساعدة فنون أخرى تلابسه لترسم جماليات الخطاب"<sup>2</sup>، وبهذا يتضح أن اللغة تمثل جوهر النص، وهي عنصر تتكامل معه عناصر

<sup>1</sup> - ينظر: فريق العمل في مشروع الرصد اللغوي الإعلامي، صورة اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال، ص 53.

<sup>2</sup> - محمد عيلان، بنية النص الإشهاري، ص 215.

مختلفة، وعلى هذا فإن اللغة في الإشهار مميزات ذلك أن "النص اللساني في الرسالة الإشهارية يتميز بكون جُمْلَه صادمة، مبعثرة في فضاء الملصق. مركز، يستثمر كل المكونات والبنى اللسانية الظاهرة والمضمرة لخدمة مقصديته"<sup>1</sup>

ويختلف الباحثون في ماهية النص الإشهاري، فهو نص أدبي أم أنه لا يرتقي إلى مقام النص الأدبي، ولا شك أن الإشهار يُتغى من ورائه المنفعة المادية، فهو لم يوضع مادة إضافية، بل هو مادة أساسية من أجل بيع السلعة أو الخدمة، وفي هذا يساير الخطاب الإشهاري الذي يذاع عبر وسائل الإعلام الذي هو "خطاب براغماتي بامتياز لأنه يوظف اللغة لغاية، وتكون اللغة فيه مرتهنة بالمقاصد والشروط التي تكتنفها"<sup>2</sup> وهذا يؤكد على تداولية الخطاب الإشهاري، كما يرى نهاد الموسى أن براغماتية الخطاب والتي تعرف بالتداولية pragmatics تتقاطع مع براغماتية المنفعة pragmatism في الخطاب الإشهاري، ولكنهما أيضا تفترقان حين يخرج هذا الخطاب عن الصدق، فيُكتشف أن ما تم إذاعته خداع وكذب عند التجربة، وهذا الضرب من الخطاب يمثل تلعبا باللغة، فتصبح فيه اللغة مُقَادَة بواسطة المنفعة وتختل فيها العلاقة بين الدال والمدلول<sup>3</sup>، بالتالي لا يمكن أن ندرس اللغة في الإشهار من دون أن نضع في الاعتبار أن الغرض من الخطاب الإشهاري نفعي بالدرجة الأولى باعتبار أن "المنفعة هي مفتاح تفسير خطاب الإعلان بتحليلاته اللغوية المختلفة في الإعلام"<sup>4</sup>.

وعند النظر إلى الإشهار في كل مكوناته اللغوية وغير اللغوية نجد إبداعا واضحا لاسيما في الصور والفيديو الذين يظهر فيهما عنصر الحركة ومع ذلك "فإنه لا ينبغي أن ننسى أن غاية الإشهار وهي المنفعة التجارية ستظل تجعل الإشهار على الدوام دون مرتبة الإبداع الأدبي"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - محمد خاين، النص الإشهاري ماهيته، انبناؤه، وآليات اشتغاله، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، ط1، 2010، ص83.

<sup>2</sup> - نهاد الموسى، اللغة العربية في العصر الحديث، قيم الثبوت وقوى التحول، ص130.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص130.

<sup>4</sup> - نفسه، ص130.

<sup>5</sup> - حميد الحمداني، مدخل لدراسة الإشهار، مجلة علامات، مكناس، المغرب، العدد 18، 2002، ص82.

وما يدل على أن الخطاب الإشهاري لا يمكن أن يصل لمرتبة الإبداع الأدبي هو أنه مؤقت في فترة زمنية محددة لا يمكن أن يمتد عبر الأجيال والحقب بخلاف الأدب الذي ينتقل من جيل لجيل ومن عصر لعصر وهذا ما ذكره أحد الباحثين بقوله "الوصلات الإشهارية معرضة للموت السريع بخلاف النصوص الأدبية التي لها قدرة فائقة على الحفاظ على استمراريتها التداولية"<sup>1</sup>، ويدق الباحث نفسه ناقوس الخطر بقوله: "علما بأن هناك خطرا محققا بالإنسان وهو أن تتمكن الشركات العالمية من فرض الإشهار كبديل للفنون الأخرى بوسائل الإعلام التي ستكون أداة جهنمية تحاصر الأفراد في كل مكان"<sup>2</sup>، ويمكن أن نصل لهذه المرحلة إذا تراجع مستوى التعليم بالدرجة الأولى وفرض الإشهار منطقته بالتزامن مع تصاعد النمط الاستهلاكي.

ولعل هذا يتماشى مع منطق الصورة التي غزت حياتنا، وأصبح التوجه قائما لفرض هذا النمط الإعلامي الذي يجد من توظيف اللغة لاسيما في الإشهارات، ويتجلى هذا في التلفاز "فالخطاب التلفزي يتميز عن باقي القنوات والوسائط التواصلية الأخرى، بتوظيفه للسنن الإيقوني المتحرك، والسنن الشفهي المنطوق، والسنن الخطي، بعبارة أخرى، يجمع بين الصورة والحركة والصوت والنص"<sup>3</sup>، ولا يمكن أن نحصر هذا في التلفاز فقط، بل يتعدى إلى الشابكة التي تطورت عبر الزمن، وأصبح بالإمكان عرض الوصلات الإشهارية فيها كما تعرض على التلفاز، أي أن أي وسيلة يمكن الجمع فيها بين الصورة والصوت والكتابة تُدرجها ضمن هذا النطاق.

واستخدام اللغة في الإشهار استخدام وظيفي إبداعي، وتظهر الإبداعية في توظيف الصور البلاغية المتعددة حيث تعد "خلاصة اللغة وبراعة الدعاية من أهم مكونات الخطاب الإشهاري، علاوة على براعات وكفاءات تدخل في صميم العمل العام، وحقل البلاغة"<sup>4</sup>.

1 - حميد الحمداني، مدخل لدراسة الإشهار، ص 82.

2 - نفسه، ص 87.

3 - محسن أعمار، الإشهار التلفزي: قراءة في المعنى والدلالة، ص 103.

4 - عبد الله أحمد بن عتو، الإشهار بنية خطاب وطبيعة سلوك، ص 115.

وتمتاز النصوص الإشهارية بأنها عبارة عن أقوال ذات صيغ مختلفة وهي عموماً صيغ تقريرية، أو عبارة عن جمل قصيرة مجموعة في باقة إشهارية، يمكن أن تكون هذه الجمل القصيرة تعجبية أو تقريرية تضم تعجبا وإعجابا، أو خبرية والتي قد يتداخل فيها الخبر بالاستفهام والتعجب والإقرار...<sup>1</sup> "والخطاب الإشهاري ينهض علاوة على الجمل التقريرية وأساليب التعجب والاستفهام، التي تكونه، فهو ينهض أيضا على الاختصار أو الإيجاز"<sup>2</sup>، كما أن الخطاب الإشهاري يتميز بـ "هيمنة النثر البسيط غير الموزون ولا المتوازن صوتيا"<sup>3</sup> والسبب في ذلك "ليعطي الأهمية للصورة وما تنطوي عليه من إمكانات ساحرة، قادرة على امتلاك العقول والأفئدة حتى إذا لم يصاحبها صوت"<sup>4</sup>، كما يتميز الخطاب الإشهاري أنه "ليس خطابة، لأنه يتوخى الأسلوب المباشر البسيط، ويتعد عن الاستعارة المغرقة حتى يكون واضحا في الأذهان"<sup>5</sup>، كما يتميز بأنه "خطاب دال، يشترك في الدلالة مع كل أنواع الخطاب الأخرى؛ ولكن ميزته المبدئية هي الجمع البنائي بين مكونات عدة: لغوية وصوتية وتصويرية..."<sup>6</sup>.

وحسب رولان بارت فللمرسالة اللغوية في الصورة الإشهارية وظيفتان أساسيتان<sup>7</sup>:

الأولى: وظيفة الإرساء أو الشرح: تعمل الرسالة اللغوية فيه على توضيح الصورة.

الثانية: وظيفة تكميلية: فللمرسالة اللغوية في الخطاب الإشهاري العديد من المهام التعبيرية التكميلية.

<sup>1</sup> - ينظر: عبد الله أحمد بن عتو، الإشهار بنية خطاب وطبيعة سلوك، ص 112.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 112.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 115.

<sup>4</sup> - نفسه، ص 115.

<sup>5</sup> - نفسه، ص 115.

<sup>6</sup> - نفسه، ص 112.

<sup>7</sup> - ينظر: عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري الصورة الثابتة نموذجاً، مجلة علامات، مكناس، المغرب،

العدد 18، 2002، ص 124.

وإن دراسة الرسالة اللغوية لكي تكون شاملة لا بد أن تضم مستويين مختلفين ومتكاملين<sup>1</sup>:

الأول يخص مظهرها التشكيلي: فللطباعة دور في تحديد مسار القراءة عموديا أو أفقيا يمينا أو يسارا ... حسب نوعية الثقافة واللغة، فلها دور في توجيه رؤية المشاهد لأماكن محددة، وضمن هذا المستوى يدخل نمط الكتابة المستخدم في الطباعة.

الثاني: يخص المضمون اللساني، ويتم التركيز فيه على محتوى الرسالة اللغوية المصاحبة للصورة الإشهارية، فنجد أن للدراسة المعجمية والتركيبية النحوية منها أو البلاغية دورا هاما في ضبط آليات اشتغال اللغة لدعم الصورة في جذب المتلقي وتحويله لزبون فعلي.

### 2.3. الإشهار ومستويات اللغة العربية:

تستخدم اللغة في وسائل الإعلام عامة بمستويات متعددة، والإشهار من المواد الإعلامية التي تستخدم فيها مستويات متعددة تختلف من إشهار لآخر، ويمكن تقسيم مستويات اللغة العربية إلى عدة مستويات، اختلف الباحثون في تقسيمها، ومن أوائل الذين عنوا بهذا الأمر السعيد بدوي في كتابه مستويات العربية في مصر فقد قسمها إلى خمسة مستويات هي<sup>2</sup>:

المستوى الأول: فصحي التراث: فصحي تقليدية غير متأثرة بشيء نسبيا.

المستوى الثاني: فصحي العصر: فصحي متأثرة بالحضارة المعاصرة على الخصوص.

المستوى الثالث: عامية المثقفين: عامية متأثرة بالفصحي والحضارة المعاصرة معا.

المستوى الرابع: عامية المتنورين: عامية متأثرة بالحضارة المعاصرة.

<sup>1</sup> - ينظر: عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري الصورة الثابتة نموذجاً، ص 124-125.

<sup>2</sup> - ينظر: السعيد بدوي، مستويات العربية المعاصرة في مصر، دار المعارف بمصر، القاهرة، مصر، 1973، ص 89.



المستوى الخامس: عامية الأميّين: عامية غير متأثرة بشيء نسبيًا، لا بالفصحى ولا بالحضارة المعاصرة.

وذكر عبد القادر الفاسي الفهري في إحدى محاضراته المسجلة أنه قسمها إلى ستة مستويات، وعموماً تُقسّم اللغة العربية إلى ثلاثة مستويات رئيسية هي: اللغة العربية الفصحى، اللغة الوسيطة، العامية، أما نهاد الموسى في كتابه اللغة العربية في العصر الحديث قيم الثبوت وقيم التحول؛ فقد قسمها إلى ثمانية مستويات.

وعموماً فإن الدراسات المتعلقة بمستويات اللغة العربية لا زالت قليلة، ويدخل ضمنها دراسة العاميات واللهجات، وقد أعطى المختار بوعناني مثالا عن البحوث في مجال اللهجات في الجزائر بقوله: "فالدراسة اللغوية للهجات الجزائر ما زالت تحبو، ولم تصل بعد إلى مرحلة النضج"<sup>1</sup>، وهذا الأمر ينطبق على كثير من الدول العربية.

ولا شك أن أعلى مستوى من مستويات اللغة العربية هو المستوى الفصحى، ويفرق بعضهم بين مصطلحين حين التكلم على اللغة العربية الفصحى، أولاً اللغة العربية التراثية التي يطلق عليها المستشرقون اللغة العربية الكلاسيكية وثانياً اللغة العربية الحديثة، لكن المتأمل يجدهما مصطلحين لمفهوم واحد هو اللغة العربية الفصحى، فاللغة العربية الحديثة هي امتداد للغة العربية التراثية، والفروق التي يمثلون على الاختلاف بينهما إنما هي عبارة عن تطور ونمو اللغة العربية نتيجة التقدم الحضاري الذي عرفته البشرية.

أما مصطلح (اللغة العربية الوسيطة) الذين انتشر بين الإعلاميين خاصة، فقد فصلّ عبد القادر الفاسي الفهري في ماهيته بقوله: "هي ضرب من العربية الفصيحة المبسّطة، تم الاستغناء فيها عن حركات الإعراب بالأساس، وتقريبها بصفة تلقائية من بعض نطق الدارجة (وخصائصها الصرفية)"<sup>2</sup>

1 - المختار بوعناني، المساعد على بحث التخرج، ط2، 1998، ص56.

2 - عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلاد العربية، ص179.

ويختلف استخدام مستويات اللغة العربية في الإشهار بين البلدان العربية، ففي مصر مثلا يُلاحظ أن اللهجة العامية هي الطاغية، وهذا ليس في الإشهار فقط بل في مختلف برامج الإعلام والأنشطة العلمية والثقافية، وتُعتبر اللهجة المصرية أكثر اللهجات فهما في أرجاء الوطن العربي، والسبب الرئيسي يعود للمنتجات الثقافية من أغاني ومسلسلات ومسرحيات.. التي تم إنتاجها باللهجة المصرية وتم إذاعتها في مختلف وسائل الإعلام العربية، ويظهر تأثيرها العربي الذي يتعدى التأثير القطري المصري عند بث مباريات كأس العالم التي هي حدث عالمي، فتبث القنوات الناقلة للمباريات كثيرا من الإشهارات باللهجة المصرية رغم أن القناة الناقلة ليست مصرية! وأغلب هذه الإشهارات تكون لشركات عالمية متعددة الجنسيات، ويرجع هذا لسببين رئيسيين: الأول: السوق المصرية من أكبر الأسواق العربية كثافة سكانية والتي تعدت مائة مليون نسمة، ثانيا: فهم اللهجة المصرية في أغلب مناطق الوطن العربي؛ ويتضح هذا في إشهار كوكا كولا الذي عنوانه (شجع حلمك) الذي تم تحضيره حصريا لكأس العالم 2014 التي أُقيمت بالبرازيل باعتبار الشركة راعية رسمية لهذا الحدث العالمي وكان على شكل أغنية وكان بعدة لغات والنسخة العربية كانت غناء ثنائيا بين مغنيين غير مصريين وهما نانسي عجرم اللبنانية والشاب خالد الجزائري وتم تأدية الأغنية باللهجة المصرية ولم تكن بالعربية الفصحى رغم أن الجمهور المستهدف في كل أرجاء الوطن العربي وليس في مصر فقط.

واستعمال العامية في الإشهارات المصرية لا يعني أنها المستوى الوحيد المستعمل، فبعض السلع الهامة تباع للرجال في غالبية الأحيان بنمط لغوي رفيع، ولكن منتجي الأغذية والمنظفات مثلا يتوجهون لسوق من ربات البيوت ولذلك يعلنون عن بضائعهم بالعامية، ففي لغة الإشهار في الإعلام المصري "يتعادل المستوى اللغوي المستخدم مع طبيعة المنتج المراد تسويقه والجماعة التي يتوجه لها الإعلان"<sup>1</sup>، أما في الإشهار الجزائري فنجد المستوى الوسيط واضحا وهذا نظرا للفجوة العميقة بين العربية الفصحى والعامية الدارجة المتداولة.

<sup>1</sup> - كيس فرستيج، اللغة العربية تاريخها ومستوياتها وتأثيرها، ترجمة محمد الشرقاوي، المشروع القومي للترجمة، القاهرة، مصر، ط1، 2003، ص225.

وأصبح مستوى اللغة العربية الوسيطة مستوى له شأن كبير في الشأن اللغوي العربي، لاسيما في البلدان المغاربية ويرجع ذلك لاتساع الفجوة بين اللغة العربية الفصحى واللهجة العامية، وأصبحت وسائل الإعلام المختلفة تُوظف هذا المستوى بشكل كبير في برامجها حتى أن الكثير يسمي اللغة الوسيطة لغة الصحافة أو لغة الإعلام، وقد استشف إدريس واحي اللغة الوسيطة المستعملة في الإشهارات المغربية ووجد أنها تمتاز بعدة خصائص<sup>1</sup>:

- إلغاء أدوات الربط والعطف: يعتمد النص الذي يقدم المنتج غالبا على تراكيب تتألف من جمل متقطعة، تتكرر فيها بعض المفردات أكثر من ثلاث مرات، وهذا راجع إلى أن هذه النصوص تكتب أصلا بلغة أجنبية تختلف عن العربية في استعمال حرف العطف.
- استعمال الجمل الشرطية: يتم استبدال (إذا) الشرطية بـ (إلا) وتنطق (إلى)، مع احترام قاعدة (أداة الشرط + فعل الشرط + جواب الشرط).
- استعمال الجمل المركبة: تسقط أدوات الربط في أي مكون لفظي ينتج عنه استعمال مكثف للجمل المركبة بتوزيع الأفعال في بداية المركب الفعلي وغالبا ما تقترن بحروف التأكيد أو أدوات التوكيد.
- استعمال الاستفهام بكثرة: يُوظف الاستفهام في الوصلات الإشهارية المنجزة بالفصحى أو العامية بتنوع استعمال أدواته بكيفية سليمة.
- اعتماد الجمل الوصفية: تتم بذكر اسم المنتج واتباع ذلك بالصفة التي تميزه عن باقي المنتوجات المماثلة في السوق، ويطلق عليها البعض اسم العبارات الدالة.
- استعمال الألفاظ الدخيلة: تتضمن بعض الوصلات ألفاظا من اللغات الأجنبية، ويكون ذلك بسبب عدم الاجتهاد في بحث المقابلات الموجودة لها في اللغة العربية أو

<sup>1</sup> - ينظر: إدريس واحي، اللغة الوسيطة في الإشهار التلفزي، العربية في الإشهار والواجهة، منشورات معهد الدراسات والأبحاث للتعريب، الرباط، المغرب، 2003، ص181-182-183-184.

بسبب التسرع في الترجمة أو بسبب الترجمة الرديئة وغير السليمة للنصوص المكتوبة أصلاً باللغة الأجنبية والمنقولة إلى العربية.

- الإكثار من الألفاظ السوقية: يُبرر البعض استعمال هذا الأسلوب لأنه يتماشى مع لغة التجارة العصرية أو إلى اعتبارها خدمات موجهة لشريحة من المجتمع المستهلك والذي يجب مخاطبته بهذا النوع من اللغة.

- الإكثار من العبارات المثيرة: تكون هذه العبارات غالباً إيجازات تؤول بأنها بمنزلة عبارات القذف أو السب، أو قد يكون لها ارتباط بقضايا جنسية، ويبدو واضحاً فيها تأثير النماذج الغربية في إنجاز الوصلات الإشهارية.

وما ذكره إدريس واحي عن اللغة الوسيطة في المغرب، ينطبق بشكل كبير على الإشهارات الجزائرية.

ويختلف الباحثون والمسوقون والإشهاريون في جدوى استعمال العمومية في وسائل الإعلام عموماً وفي الإشهار على وجه الخصوص، فهناك مجموعة ترى أن استعمال العمومية أمر طبيعي في البرامج ذات الطابع الشعبي، ويتجلى ذلك في كثرة استعمال المذيعين والمنشطين للعمومية في خطاباتهم خاصة في الحصص التي موضوعها الترفيه والتسلية "وكل هذه الظواهر هي، في الحقيقة، جدّ طبيعية لأن المنطوق المتبادل بين اثنين على الأقل يقتضي أن يلجأ إلى جانب من الاستعمال اللغوي يتّصف بالحقّة والاقتصاد أي بشيء كبير من العفوية ولا سبيل إلى العثور عليه في العربية التي يتعلمها الناس في المدرسة"<sup>1</sup>، والإشهارات من المواد الإعلامية التي تهدف إلى إقناع الفئة المستهدفة والتي هي في الغالب الفئة العامة من المجتمع؛ لذا اللغة المستعملة من الأفضل أن ترتبط بالفئة المستهدفة، فيرى الكثير من الباحثين والإشهاريين أن استعمال العمومية مناسب في هذا المقام فهي تخاطب المتعلم والأمي، ويذكر وليد العناتي أن استعمال العمومية "يصلح للإعلان المتلفز الذي قد يكون جُلُّ جمهوره من غير المتعلمين الذين لا يستطيعون

<sup>1</sup> - عبد الرحمان الحاج صالح، بحوث ودراسات في اللسانيات العربية، ج2، ص103.

القراءة. أما الإعلان المقروء فلا يتلاءم والعامية؛ فمن يقرأ الصحيفة ليس من العوام، وهو يعرف القراءة<sup>1</sup>، كما أن هناك جانبا آخر يدعم به أصحاب هذا الرأي وجهة نظرهم وهو البعد النفسي الذي له دور كبير في استخدام العامية فحسب هذا الرأي فإن "المثير في الإعلان بالعامية هو ذلك التناسق والتوازن بين الصوت والصورة وبسرعة لا تتجاوز بعض الثواني، ذلك أن البعد النفسي المصاحب للهجة التسويق للصورة باعتبارها سلعة أو منتج لهي أكثر تأثيرا على الفرد عندما تكون ذات مرور فحشي وسريع"<sup>2</sup>.

وهناك فئة أخرى ترى أن استعمال العامية في البرامج الإعلامية أيا كانت طبيعتها لا يليق لأنه يعمل على تدمير اللغة الفصيحة، لذا يرى أصحاب هذا الرأي أن الإشهارات التي تستعمل العامية مدمرة للغة المتلقي "فإذا كان الدافع الرغبة في الربح والتجارة فلم لا يكون أيضًا الرغبة في نشر العربية السليمة في كل صقع عربي؟ بل لم لا يجتمع الأمران فنخضع هذه البرامج لرقابة لغوية تنفي عنها آثار الركافة والخطأ الشائع واللحن وما إلى ذلك مما يضير بالفصاحة، وتكسوها ثوبًا قشيبًا من الفصاحة والبلاغة والبيان"<sup>3</sup>.

والاعتماد على العامية فيه إقصاء للعربية الفصيحة؛ فالمدافعون عن العامية يبررون موقفهم بمراعاة الاختلافات الموجودة بين أفراد المجتمع ويعبر أنور محمد مبروكي عن استعمال العامية وإقصاء الفصحى في الإشهار بحجج البيع السهل والفهم السريع بقوله: "إن إقصاء الفصحى من مجال الإعلان كتواصل جمالي قائم على الصوت والصورة، بين منتج ومستهلك وراء ستار البيع السهل والفهم السريع، هو نوع من أنواع الاستعمار السمعي البصري القائم على صور جذابة بكلمات عامية كثيرة التداول تحت غطاء سهولة الفهم لاختلاف مستويات

1 - وليد العناتي، العربية في اللسانيات التطبيقية، ص70.

2 - أنور محمد مبروكي، حظ الإعلام السمعي البصري العربي من لغته الأم بين صراع اللهجات وصعوبة التدويل، الفصحى والعامية في وسائل الإعلام، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، السعودية، ط1، 2016، ص60.

3 - محمد حسان الطيان، كيف تغدو فصيحا، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت، ط1، 2012، ص106-107.

المجتمع وتفاوت الفهم لديهم، وهي ما نسميها بالمداعبة التلفزيونية التي تصل أحيانا إلى حد الهزل<sup>1</sup>.

وخوف أصحاب هذا الرأي يرجع إلى أن الاستعمال اللغوي في الإشهار يؤثر على لغة المتلقين، وأشد هذا التأثير يكون على لغة الأطفال، لما له من وقع في العقل الباطن للإنسان، فالرسالة اللسانية لم تأت جافة بل جاءت مصاحبة لأساليب فنية قوية التأثير كالموسيقى والصور الجذابة والضحكة والابتسامة واستخدام الأطفال والنساء الفاتنات والرجال الوسام ففي "هذا التزاوج الفريد بين العامية الحميمية والصورة الاستهلاكية يكمن خطر التأثير اللاواعي على الناشئة التي تزيد يوما بعد يوم في هجر لغتها العربية الأم اعتقادا منها أن اللغة الإعلامية (اللهجة العامية) في الإعلان هي اللغة العربية الفصحى"<sup>2</sup>.

وتأثير اللغة ينبع من أن "اللغة ضرب من ضروب السلوك، وليست مجرد معرفة. ووسائل الاتصال تؤثر في تكوين هذا السلوك اللغوي تأثيراً بعيداً. ومن شأن تكرار هذا السلوك اللغوي على النحو المكثف الذي تقدمه وسائل الاتصال أن يحدث له ترسيخ عند الجماهير يفوق المؤثرات الأخرى في الحياة اللغوية"<sup>3</sup>، وبالتالي فإن ظاهرة استعمال العامية في الإشهارات "قادرة على أن تمارس تهديداً حقيقياً للفصحى"<sup>4</sup>

1 - أنور محمد مبروكي، حظ الإعلام السمعي البصري العربي من لغته الأم بين صراع اللهجات وصعوبة التدويل، الفصحى والعامية في وسائل الإعلام، ص 61.

2 - نفسه، ص 63.

3 - محمود فهمي حجازي، اللغة العربية في العصر الحديث قضايا ومشكلات، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1998، ص 136.

4 - فاطمة محمد أمين العمري، الخطاب والمقاصد: لغة الإعلان نموذجاً، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان، إشراف نهاد الموسى، 2005-2006، ص 68.

وأكبر الأخطار تكمن حينما ينتقل استعمال العامية في الإشهار من المنطوق إلى المكتوب فهذا له أثر كبير وخطير، ف"كتابة العامية عدوان على العرف بل هي ضرب من العبث إذ ليس للعامية نظام كتابي متعارف"<sup>1</sup>.

وقد سُئل عضو قسم التدقيق اللغوي في صحيفة الغد الأردنية سمير سعادة عن موقف الجريدة من الإعلان بالعامية، وهل تُؤثر الجريدة سلامة اللغة على النفع المادي من الإشهارات. فكانت إجابته كالآتي: "بشكل عام الصحيفة تقدّم النفع المادي على السلامة اللغوية في هذا الجانب؛ فالإعلان يبقى كما هو، سواء باللغة العامية، أو الفصيحة، وهذا يرجع إلى قرار المعلن؛ فهو صاحب سلطة في هذا الشأن، مع مراعاة الضوابط العامة لسياسة الصحيفة، فلا يقوم الإعلان على الشتم أو القرح أو...<sup>2</sup>"، وكانت الإجابة نفسها لما تم طرح السؤال على المسؤولين في جرائد أردنية أخرى: جرائد يومية: العرب اليوم، الرأي، الدستور وجرائد أسبوعية: شيحان، الشاهد<sup>3</sup>.

واستعمال العامية في الإشهارات تختلف درجاته بين بلدان المشرق العربي وبلدان المغرب العربي فالفجوة بين الفصحى والعامية ضيقة في البلاد المشاركة، أما في البلدان المغاربية فنجد بونا شاسعا بين الفصحى والعامية.

كما أن إشكالية أخرى يُمكن أن تتبلور عند الإشهار بالعامية: بأي عامية يكون الإشهار؟ ففي الجزائر مثلا يكون التساؤل: أيكون الإشهار باللهجة العاصمية أو الوهرانية أو القسنطينية أو العنابية أو التلمسانية أو السوفوية... وقد تم التطرق لإشكالية اللهجة المستعملة من خلال مقال لناهد أنديجاني نشر في جريدة الشرق الأوسط بتاريخ 18 مارس 2007 عنوانه: الإعلانات التجارية السعودية.. أي لهجة تطغى؟ وأكدت الكاتبة على ما عبّر عنه العديد من مديري التسويق في الشركات السعودية ووكلاء الإعلانات من أن اللهجة تبقى عائق

<sup>1</sup> - نهاد الموسى، اللغة العربية في العصر الحديث قيم الثبوت وقوى التحول، ص132.

<sup>2</sup> - فريق العمل في مشروع الرصد اللغوي الإعلامي، صورة اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال، ص 175.

<sup>3</sup> - ينظر: نفسه، ص178-181-183-185-187.

الإشهار السعودي، ما اضطر إلى إرضاء المستهلك بالإشهار مرة باللهجة النجدية ومرة باللهجة الحجازية. لأن المستهلك في المنطقة الغربية لا يتقبل الإعلان باللهجة الأخرى والعكس صحيح<sup>1</sup>.

يقول حسام عبد القادر مدير عام التسويق في شركة المراعي السعودية: "فاختيار اللهجة ليست مشكلة إذا اخترنا عبارة بسيطة ودارجة، بحيث يفهمها المستهلك السعودي والمواطن العربي في السعودية، ولكن المستهلك ذاته قد يتقبل الإعلان أو لا يتقبله لأنه يشعر بأنه غير مخاطب وأن الدعاية ليست موجهة له"<sup>2</sup>، أما بخصوص استعمال اللغة العربية الفصحى فيضيف حسام عبد القادر: "لا يفضل إطلاقاً استخدام اللغة العربية الفصحى في إعلاناتهم التسويقية، لأنه كما يقول من أهم أهداف الإعلان أن يخلق ترابطاً حياً بين المنتج والمستهلك، وبما أننا نتحدث مع بعضنا باللهجة العامية إذا لا بد من استخدامها"<sup>3</sup>.

إذن المشكل في عدم استخدام العربية الفصحى ليس في الفهم، بل إن الجانب النفسي له دور في قرار المستهلك في اقتناء المنتج أو الخدمة، وينطبق هذا العامل النفسي أيضاً في استخدام لهجة منطقة على أخرى، كما أن غياب القوانين والتشريعات التي تؤطر ضوابط استعمال لغة الإشهارات هو الذي جعل الإشهاري في الغالب ينظر للجانب النفسي فيستعمل المستوى اللغوي الذي يراه مناسباً في تحقيق هدفه التجاري ولا يعطي أهمية للسلامة اللغوية، وهذا ما تم ملاحظته في الأردن التي وجد فيها أن من أهم أسباب وجود ظاهرة استعمال العامي والأجنبي في الإشهارات في الأردن هو: "عدم وجود قانون أو تشريع يلزم المعلنين على التقيد بالعبارات باللغة العربية، والابتعاد عن العبارات العامية في إعلاناتها"<sup>4</sup>، وهذا لا ينطبق على

<sup>1</sup> - ينظر: أنور محمد مبروكي، حظ الإعلام السمعي البصري العربي من لغته الأم بين صراع اللهجات وصعوبة التدويل، الفصحى والعامية في وسائل الإعلام، ص 58.

<sup>2</sup> - نفسه، ص 58.

<sup>3</sup> - نفسه، ص 59.

<sup>4</sup> فريق العمل في مشروع الرصد اللغوي الإعلامي، صورة اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال، ص 295.



الأردن فقط بل يمكن تعميمه على البلدان العربية، وهذا بخلاف بعض البلدان في العالم التي ضببت مسألة استعمال اللغة في الإشهارات، وأهم هذه البلدان فرنسا التي تعمل دائما على حماية لغتها.

وهناك إشكالية تختص بها الجزائر وعدد من الدول العربية وهو أن العامية المستعملة في وسائل الإعلام مطعمة بكثرة بالكلمات والمصطلحات الأجنبية الفرنسية، ووفق هذا يمكن تقسيم العامية إلى مستويات، فهناك عامية صافية وهناك عامية مملوءة بالكلمات والمصطلحات الأجنبية، وهذه العامية المطعمة بالكلمات الأجنبية واضحة في الإشهارات الجزائرية التي تُشهر لهاتف ما أو خدمة اتصالية تقنية، فإشهارات شبكات الاتصال في الجزائر تستخدم الكلمات الأجنبية الفرنسية والإنجليزية في الإشهارات ومن أمثلتها: عيش la vie، connecte، 3G، 4G، partager، cadeaux، application، click، télécharger. أي أن هذا النوع من المهجين يظهر كثيرا في إشهارات الآلات التقنية أو الأفعال المتعلقة بالتقانات الحديثة.

ويتضح أن هناك رأيين في الموضوع:

رأي لا يهتم استعمال الفصحى أو العامية أو أي مستوى لغوي ويرى أن الذي يتحكم في استخدام مستوى معين هو الفئة المستهدفة وأغلب أصحاب هذا الرأي من المسوقين والإشهاريين.

رأي ثان يقول إن الأولوية لاستعمال العربية الفصحى فاستعمال العامية يُهدد الفصحى لأن بها أسلوبا ركيكا ولغة مكسرة كثيرة الأخطاء اللغوية محملة بكلمات أجنبية، وأكثر أصحاب هذا الرأي من اللغويين.

والحكم بين مختلف الآراء السالفة الذكر صعب، ومن منطلق الباحث اللغوي سأكون ضمن أصحاب الرأي الثاني، ولكني أعتقد أن هذا الأمر يستوجب بُعد نظر يُحقق المنفعة المادية للمُسوّق ويحفظ اللغة العربية للغوي المعياري، ويعتقد الباحث أنه بدلا من استعمال المستوى

الوسيط أو العامية المتدنية، فإن المزج بين المستوى الفصيح والمستوى الوسيط، قد يحقق العديد من المزايا أهمها ميزتين تقنعان اللغوي والمسوق:

الميزة الأولى: أنها تعمل على رفع العامية وتقريبها من الفصحى، وهذا أمر مهم بالنسبة للغوي الذي يسعى إلى تقليص الفجوة بين العامية الشعبية بمختلف نوعاتها المحلية وبين العربية الفصحى، بالإضافة إلى خلوها من الألفاظ الأجنبية إلا الضرورية.

الميزة الثانية: أنها تسمح للإشهاري/المسوق أن يتخلص من عبء تفضيل استعمال لهجة منطقة على منطقة أخرى؛ الذي قد يؤدي بالمستهلك إلى عدم شراء المنتج أو الخدمة إذا سمعه بلهجة منطقة أخرى، فاللغة الوسيطة لا تتعلق بمنطقة معينة بل تتحدد غالبا وفق نمط قُطري وطني.

وهذا الرأي لا يعني التخلي عن استعمال اللغة العربية الفصيحة في الإشهارات، بل استعمال الإشهارات الفصيحة ضرورة وواجب، فهي المستوى الرفيع الذي تتجلى فيه إبداعية اللغة وجماليتها وفي هذا يقول أحمد سعدي: "ولو جاءت هذه الأعمال الفنية باللغة العربية الفصيحة أو حتى بإحدى اللغات العالمية لكان عمرها أطول، وأثرها أجمل. لأن ما يقال أو يكتب بالعامية الضعيفة يكون ضعيفا، أقرب إلى الموت منه إلى الحياة، إن لم يكن قد وُلد ميتا. لأن العامية لغة ضيقة تعاني من الفقر المعجمي، على عكس اللغات الفصيحة ومنها اللغة العربية التي تستجيب لجميع الأغراض التعبيرية وتؤدي كل مقاصد ومعاني المتكلمين بها"<sup>1</sup>.

وعلى هذا الأساس لا بد من إعادة الاعتبار للمستوى الفصيح الذي يسمح بالتعبير السليم، وبالوحدة اللغوية بين المجتمعات العربية.

<sup>1</sup> - أحمد سعدي، اللسانيات التطبيقية والملكات اللغوية، ص 85.

ثانيا: مستويات اللغة العربية في الإشهارات الجزائرية -دراسة إحصائية-

اعتمد الباحث في التطبيق على جمع محتوى يتضمن عددا من الإشهارات المعروضة على التلفاز، وتم استخدام تقنية تحليل المضمون أداة للتحليل، وهذه التقنية مستخدمة في بحوث الإعلام والاتصال، وبما أن الإشهار يذاع عبر وسيلة إعلامية فإنه تم استخدام هذه التقنية، وإن كان تحليل المضمون يستعمل عادة في البحوث الإعلامية، فلا ضير أن يستخدم في البحوث اللغوية التطبيقية من أجل تحقيق أهداف البحث.

وكنظرة عامة للمحتوى الذي جمعه الباحث وإلى بعض الإشهارات الأخرى، فإنه يلاحظ استخدام اللغة العربية بمستوياتها المختلفة في الإشهارات الجزائرية، كما يلاحظ اعتماد بعض العلامات التجارية في إشهاراتها على اللغات الأجنبية، الفرنسية في المقام الأول والإنجليزية ثانيا، كما ظهر في السنوات الأخيرة استخدام اللغة الأمازيغية من طرف بعض العلامات التجارية في إشهاراتها، ويأتي هذا بعد إقرارها لغة رسمية في الدستور سنة 2016، وفي بحثنا هذا سنركز الحديث على اللغة العربية بمستوياتها المختلفة.

#### ملاحظات هامة:

- تطغى الإشهارات باللغة العربية بمستوياتها المختلفة على الاستعمال اللغوي في الإشهارات، ويندر أن يمر إشهار باللغة الفرنسية، أو باللغة الإنجليزية أو باللغة الأمازيغية، وهذه الأخيرة أصبح استخدامها في الإشهار واضحا خاصة بعد ترسيمها لغة رسمية ثانية في البلاد سنة 2016.
- شملت العينة المدروسة أكثر من مائة إشهار مدروس، وتقلص عدد العينة المدروسة إلى ثمان وتسعين إشهارا، وقد تم حذف العديد من الإشهارات لعدة اعتبارات منها:
  - إشهارات لغتها الرئيسية أجنبية غير عربية.

- إشهارات غير جيدة التسجيل خاصة من ناحية الأصوات.
- يسمى الإشهار المدروس ب: الومضة الإشهارية أو الفيلم الإشهاري.
- كانت فترة الإشهارات المدروسة:

من 2020-06-01 إلى غاية 2020-10-07.

- تم أخذ العينة المدروسة من قنوات تلفزيونية مختلفة، وهذه القنوات قنوات جزائرية خاصة وهي:

البلاد، سميرة، الجزائرية وان، الشروق تيفي، باهية تيفي، بور تيفي، الشروق نيوز.

- تم تقسيم لغة الومضة الإشهارية إلى ثلاثة أقسام وفق طريقة عرضها: لغة المؤدي (الممثل)، لغة المعلق، لغة الكتابة.

### عرض وتحليل النتائج

#### المنتجات والخدمات المذكورة:

شملت العينة المدروسة عددا من المنتجات والخدمات:

#### جدول 01: المنتجات والخدمات وتكرار ذكرها

نوع المنتج	عدد مرات الذكر
1-مكمل غذائي	15
2-قهوة	11
3-معقمات ومطهرات الأجسام والأشياء (أوراق ولفافات للمسح، المعقم، جافيل، معجون أسنان، مناديل معقمة، غاسول	18

	الملابس، غاسول الأواني، شامبو، صابون سائل، منظف السيارات)
06	4-عصائر ومشروبات غازية
05	5-حلويات وشكولاتة
04	6-لحوم وأسماك
04	7-هواتف وأجهزة كهرومنزلية
04	8-حليب
03	9-عجائن
04	10-مرهم
03	11-حفاظات أطفال
03	12-مبيد الحشرات
02	13-جبين
02	14-خدمات اتصالية للهاتف
1	15/زيت
1	16/حفاظات نسائية
1	17/ بنك
1	18/وكالة سياحية
1	19/ خميرة كيميائية
1	20/لحم حلو
1	21/أثاث
1	22/فندق

1	23/فوشار
1	24/زبدة
1	25/خدمات تصليح الأجهزة
1	26/زبادي
1	27/غذاء أطفال
1	28/سكر

يتضح أن المكملات الغذائية شغلت حيزا هاما ضمن الإشهارات المدروسة، وهذا راجع بالأساس للفترة الزمنية التي تمت فيها الدراسة التطبيقية، وهي فترة جائحة كورونا التي غزت العالم كله، فأصبح الناس يتسابقون لأخذ الأغذية التي تحفظ صحتهم وتزيد من مناعتهم، فأصبح تقوية المناعة هو الشغل الشاغل ضمن الإطار الصحي، وذلك بتطبيق نصائح عدد من المختصين في المجال الصحي؛ الذين يزعمون أن المكملات الغذائية تقوي المناعة، لذا في ظل الأزمة العالمية، تسابقت عدة شركات محلية وعالمية في إنتاج المكملات الغذائية، وتجلى ذلك في إشهارات المكملات الغذائية الكثيرة الموجودة في عينة الدراسة.

لا يختلف الحال كثيرا عن المكملات الغذائية حين التكلم حول المنظفات والمطهرات، حيث ازداد وعي الناس بالنظافة أكثر، وأصبح الطلب أكثر على المعقمات والمطهرات وأوراق ولفافات المسح والنظافة، حتى أن عددا من التقارير الإعلامية ذكرت أن كثيرا من المتاجر في الولايات المتحدة الأمريكية نفذت منها اللفافات الورقية نتيجة الطلب الكبير عليها، وهذه المنظفات والمطهرات متنوعة شملت الأشخاص والأشياء والأسطح.

من الإشهارات اللافتة للانتباه هي إشهارات القهوة، فهي أكثر المنتجات رواجاً على طول العام، وهذا تماشياً مع عادة شرب القهوة التي أصبح فصيل من الناس مدمناً على شربها سواء مرة واحدة في اليوم أو مرتين أو أكثر.

وتنوعت المنتجات الأخرى بين المواد الغذائية العامة كالحليب والسكر والزيت.. ومنتجات كمالية كالحلويات والمشروبات، إضافة إلى منتجات أخرى متنوعة، ولم يخصص عمود للمواد الغذائية يجمع المواد الغذائية، وذلك نظرا لاكتساح القهوة في عدد مرات التكرار بخلاف بقية المواد الغذائية.

أما من ناحية الخدمات فنجد خدمات إصلاح المواد الكهرومنزلية التي كانت لمرة واحدة، وكذلك لخدمات أخرى: فندق، وكالة سياحية، بنك. أما خدمات شبكات اتصال الهاتف النقال فقد ذكرت عدة مرات.

#### أنماط التواصل اللغوي المستخدمة:

قُسمت اللغة المستعملة في الإشهارات إلى ثلاثة أقسام رئيسية، وذلك حسب طريقة ووسيلة عرض الإشهار، اثنان متعلقان باللغة المنطوقة وذلك في (الأداء) التمثيل وفي التعليق الصوتي، وواحد متعلق باللغة المكتوبة.

1. لغة المؤدي (الممثل أو الممثلين): تظهر اللغة على لسان أشخاص يؤدون أدوارا تمثيلية قصد ترويج المنتج، أو بيان فائدته أو طريقة استخدامه أو مميزاته عن بقية العلامات التجارية لنفس المنتج أو المنتجات المشابهة، وتتميز لغة الممثلين عن النمط اللغوي الصوتي الآخر (لغة المعلقين) بالزامية ظهور صاحب الصوت أي لا بد من وجود الصوت والصورة، أي صورة المتكلم (الممثل)، فلا بد من اجتماع الممثل واللغة في هذا النمط اللغوي.

2. لغة المعلق أو المعلقين: هي اللغة التي يستعملها الشخص الذي يصف المنتج ويعلق على الصور والأشكال الواردة في الومضة، والمعلق شخص يُسمع صوته ولا يُرى، وتكون طريقة تعليقه طريقة فنية في الإلقاء يُتدرب عليها، تتلاءم مع هدف الإشهار.

3. لغة الكتابة: هي اللغة المكتوبة في مختلف مراحل بث الومضة وتكون غالبا لوصف المنتج أو بيان مواصفاته ومزاياه، كما تستعمل عادة في شعار الشركة الذي يُبث في آخر الومضة الإشهارية.

### المستويات اللغوية المستخدمة:

بعد دراسة وتحليل العينة المتمثلة في ثمان وتسعين (98) ومضة إشهارية تم استنتاج مستويات اللغة العربية المستخدمة في الإشهارات الجزائرية وهي:

1. المستوى الفصيح: هو استخدام اللغة العربية الفصيحة من ناحية:

أ- استخدام المفردات العربية ببنيتها الصرفية الصحيحة.

ب- التركيب العربي الصحيح

ت- إعراب أواخر الكلمات.

2. المستوى الفصيح المسهل: له نفس مميزات وخصائص المستوى الفصيح إلا أنه يتميز

ببعض الخصائص هي:

أ. عدم إعراب أواخر الكلمات: أي يستخدم السكون في آخره، ويبدو أن هذه الظاهرة

نتجت حديثا خاصة مع ظهور لغة الصحافة، وتظهر كثيرا على ألسنة الصحفيين في

الإذاعات والتلفزيونات، ونتيجة لهذا ظهرت عبارة متداولة تقول: سَكَّنْ تَسْلَم، أي

سكن أواخر الكلمات ولا تعربها تجنباً للوقوع في الخطأ اللغوي.

ب. حذف التاء المربوطة الموجودة في أواخر الكلمات وذلك تسهيلات للقراءة.

ت. قلب الهمزة ياء بغية تسهيل النطق.

3. المستوى الوسيط: هو مستوى يجمع بين خصائص اللغة الفصيحة وبين خصائص

العامية، وذلك وفق ما يلي:

أ. يستعمل الفصحى من خلال استعمال الخصائص التي يتميز بها المستوى الفصيح

المسهل من تسكين وحذف للتاء المربوطة وقلب الهمزة ياء.



ب. يستعمل بعض مميزات العامية وهي:

- استعمال الروابط العامية مثل: اللي (الذي)، باش (لكي)، بلا (بدون)...
- تسكين الأول؛ فبدلاً من نطق الحرف بحركته ينطق ساكناً نحو: يُعزز (يُعزز)، يُسافر (يُسافر)...

● تستبدل بعض الضمائر المتصلة بالواو مثل: كنتو (كنتم)، استعملو (استعمله).

4. المستوى العامي القريب من الوسيط: هو نفس المستوى العامي إلا أنه يتميز باستعماله بعض المصطلحات الفصيحة، وذلك لعدة أسباب منها: أن اللفظ العامي له عدة مرادفات مستخدمة في عدة مناطق من الوطن ويستعمل اللفظ الفصيح كلفظ جامع لا يفرق ولا يفضل بين جهات الوطن المختلفة، كما يستعمل اللفظ الفصيح بمقابل اللفظ الأجنبي المستخدم في العامية، كما يستعمل اللفظ الفصيح إذا لم يوجد ما يُعبر به عنه في العامية ويتجلى ذلك في أسماء التفضيل كأفضل، أجمل، أحسن... فهي كلمات يحتاجها الإشهاريون كثيراً، لكنها لا توجد في اللهجة الجزائرية، وإنما يُعبر عنها ببعض الألفاظ غير الدقيقة دلالياً، والتي يجمعها غالباً لفظ واحد.

5. المستوى العامي: هو المستوى المتداول بين عامة الناس، ويتميز بأنه مستوى هجين يستخدم فيه مفردات وتراكيب من لغات مختلفة، تختلف نسبة استخدام الهجين والدخيل الأجنبي في العامية من فئة لأخرى ومن مكان لآخر.

وهذه المستويات الخمسة التي تم استنتاجها من الإشهارات المدروسة يتضح أنها لا تقتصر على المجال الإشهاري بل يمكن تعميمها على كل البرامج التي تذاع على وسائل الإعلام المختلفة لاسيما على التلفاز كالبرامج الحوارية والإخبارية والترفيهية...

يلاحظ أنه لم تستخدم أنماط التواصل اللغوي الثلاثة (التأدية أو التمثيل، التعليق، الكتابة) في كل الإشهارات، بل كان هناك تفاوت في استخدامها وفق ما يلي:

المجموع الإجمالي للإشهارات المدروسة: 98.

جدول 02: عدد ونسبة الاستخدام اللغوي العربي في الإشهارات المدروسة

الكتابة		المعلق/ون		المؤدي (الممثل/ون)		
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%93.87	92	%88.77	87	%45.91	45	الاستخدام اللغوي
%8.16	08	%00	00	%00	00	الأجنبي فقط
%85.71	87	%88.77	87	%45.91	45	المجموع = الاستخدام اللغوي - الأجنبي

يُلاحظ أن أقل استخدام لغوي كان عند المؤدين بـ 45.91% من كل الإشهارات أي أن أقل من نصف الإشهارات لا توجد فيها لغة للمؤدين سواء أوجد المؤدون أم لم يوجدوا، ونسبة لغة المؤدين (الممثلين) منخفضة إذا ما قورنت بالاستخدام اللغوي عند المعلقين وفي الكتابة، أما لغة المعلقين فنسبة استخدامها تقارب التسعين بالمائة أي أن أغلب الإشهارات تتميز بوجود التعليق الصوتي.

حساب معدل التكرار = تكرر المستوى الواحد.

إذا لم يتكرر = نقطة واحدة/ إذا تكرر مرة واحدة = 0.5 لكل مستوى تكرر فيه.

إذا تكرر مرتين = 0.5 لأكثر أو أبرز المستويات استخداما، و 0.25 للمستويين الباقين.

جدول 03:

الكتابة		المعلق/ون		المؤدي (الممثل/ون)		نمط التواصل
النسبة المئوية	معدل التكرار	النسبة المئوية	معدل التكرار	النسبة المئوية	معدل التكرار	
%68.45	57.50	%15.80	13.75	%2.22	01	اللغة العربية الفصحى
////////	////////	%37.64	32.75	%2.77	1.25	العربية الفصحى المسهلة
////////	////////	%10.34	09	%2.22	01	الوسيط
////////	////////	%13.79	12	%14.44	6.5	العامي القريب من الوسيط
%31.54	26.50	%22.41	19.50	%78.33	35.25	العامي
%100	84	%100	87	%100	45	المجموع

يلاحظ أن المستوى العامي هو المستوى الغالب في لغة المؤدين (الممثلين) بنسبة تقارب 80 بالمائة.

أما في لغة المعلقين فنجد أكثر المستويات استخداما هو مستوى العربية الفصحى المسهلة.

أما لغة الكتابة فنجد مستويين المستوى الفصيح، المستوى غير الفصيح؛ فكل مستوى مكتوب بغير اللغة العربية الفصحى عُدّ عاميا، وقد طغى على لغة الكتابة مستوى اللغة العربية الفصيحة بنسبة قارت 70 بالمائة.

ملاحظة: لم تراغ السلامة اللغوية للغة المدروسة لاسيما اللغة العربية الفصيحة لأن التركيز كان على المستويات اللغوية لا على الأخطاء اللغوية؛ لأنه لو اعتمدنا على مبدأ الأخطاء فإننا سندرس جزءا صغيرا وهو المستوى الفصيح فقط.

يُلاحظ في لغة (المؤدين) الممثلين طغيان المستوى العامي، وإذا ما أضفنا المستوى العامي القريب من الوسيط إلى المستوى العامي فنجد أن النسبة تفوق الاثنين وتسعين بالمائة، وهي نسبة مرتفعة جدا تؤكد على سيطرة العامية في لغة المؤدين (الممثلين الإشهاريين)، وهذا لا يعود إلى المؤدين (الممثلين) بالأساس وإنما يعود للمخرج أو الإشهاري أو صاحب المنتج أو الخدمة.

ولعل تفضيل المستوى العامي في لغة المؤدين (الممثلين) يرجع إلى أنهم يبرزون ثقافة المجتمع الحقيقية، ففي الحوارات اليومية في الأسرة والشارع وبين الأصدقاء تدور أغلبها بالعامية، فهنا فضلوا لغة العامة كتمثيل للواقع الحقيقي، وأغلب لغة المؤدين (الممثلين) عبارة عن حوارات حول المنتج أو الخدمة.

والمؤدون (الممثلون) في الإشهارات المدروسة ليسوا كلهم يتحدثون ويتحاورون، فكثيرا من الإشهارات يؤدي الممثلون فيها أدوارا صامتة غالبا ما تتبعها لغة المعلق أو اللغة المكتوبة شارحة وموضحة.

وإن كان استعمال العامية متقبلا في لغة المؤدين (الممثلين)، فإن استعمال الهجين اللغوي باستعمال ألفاظ أجنبية هو الذي يجب التحرز منه، لذا ففي لغة المؤدين (الممثلين الإشهاريين) إن أريد استعمال العامية يُفضل استعمال المستوى العامي القريب من الوسيط على الأقل.

وقد طغت في عامية المؤدين (الممثلين) استعمال اللهجة العاصمية أما اللهجة الثانية التي استعملت فهي اللهجة الوهرانية وإن كان استعمالها قليلا جدا.

تختلف لغة المعلقين الصوتيين عن لغة المؤدين (الممثلين) في الإشهار، فالفصيح المسهل هو أكثر المستويات استعمالا، وإذا ما أضيف إلى الفصيح المسهل المستوى الفصيح فإننا نلاحظ أن نسبة الفصيح بنوعيه يفوق الخمسين بالمائة، وهذا يدل على أن لغة المعلقين الصوتيين تتميز بتوظيف الفصحي أكثر من العامية.

ولعل هذا يرجع إلى كون استعمال المعلقين الصوتيين للغة يكون بطريقة فنية تضيي طبعا خاصا على اللغة العربية، كما أن مبدأ الفخامة والرقى يصاحب صوت المعلق العميق. ونسبة استعمال الفصيح في لغة المعلقين، تختلف عن نسبة استعمال العامية في لغة الممثلين، كما تبين أن العامية استعملت في لغة المعلقين بنسبة مهمة.

تميزت الكتابة باستعمال الكتابة العربية الفصيحة، أو باستعمال الكتابة العربية غير الفصيحة، كما تميزت الكتابة بعدة ظواهر خاصة منها استعمال العنوان (address) باللغة الفرنسية، وتميز استعمال اللغة المنطوقة لدى الممثلين والمعلقين الصوتيين عموما بظواهر خاصة منها: نطق الأرقام بالفرنسية، نطق الموقع الإلكتروني بالفرنسية.

أمثلة تطبيقية عن استخدام المستويات اللغوية:

أمثلة عن المستوى الفصيح:

- المعلق: بلاط، منتوجاتٌ محميةٌ خالصةٌ ابتداءً من المواد الأولية، حتى المنتج النهائي، تجهيزاتٌ بتكنولوجيا حديثة، نظامٌ مراقبةٍ صارمٍ لضمانِ شروطِ نظافةٍ مثالية...
- المعلق: هل تعاني من النزيفِ أثناءِ الحِكِّ بالفرشاة؟ ربما تعاني من ألمٍ في اللثة...

يلاحظ في كلا المثالين استعمال المستوى الفصيح على مستوى المفردات والبنية الصرفية وعلى مستوى التركيب، كما ظهر الإعراب وتبينت حركات أواخر الكلمات.

أمثلة عن المستوى الفصيح المسهل:

- المؤدي (الممثل): لننسى الضجر الآن، إليكم مفاجئاً مميزة. وما هذه المفاجئة؟ وجوه  
بيض الشكولات الجديد من أوزمو، وجوه مختلف من الخارج، ومفاجئاً من الداخل،  
شكولات حقيقية، ومذاق مطور لمزيد من اللذة والتسلية.

يلاحظ في هذا الإشهار أن أغلب الكلمات معربة، أما ميزه أن بعض الكلمات بها تاء مربوطة في الآخر حذفت في أغلبها عند الوصل: مفاجئاً أصلها مفاجئة، الشكولات أصلها الشكولاتة، الجديد أصلها الجديدة.

- المعلق: بفضل الطبقات السميك للورق المصنوع من السيليلوز الصافي مي بالمية، تضمن  
الامتصاص العالي للسوائل...

جمعت هذه العبارة كل خواص المستوى الفصيح المسهل؛ فقد تضمنت تسكين أواخر الكلمات بدل إعرابها: بفضل، الطبقات...، كما حذفت التاء المربوطة الموجودة عند الوصل: السميك، مي، كما قلبت الهمزة ياء في كلمة مية وأصلها مائة.

- المعلق: كروستي أفضل منظف للسيارات.

تميزت هذه العبارة بتسكين أواخر الكلمات، وشمل التسكين الاسمين: أفضل ومنظف، كما تميزت هذه العبارة بقصرها فهي عبارة عن شعار للمنتج بُث في آخر الوصلة الإشهارية، والمستوى اللغوي المستعمل في هذه العبارة من طرف المعلق مختلف عن المستوى اللغوي المستعمل من طرف الممثلين اللذين استعملوا المستوى العامي.

أمثلة عن المستوى الوسيط:

- المعلق: للمرّ الأولى في الجزائر، ويسو وفرتلکم لانبجات معقمة، مضاداً للفيروسات وللبكتيريا، ويسو نستعملوه في كل مكان وكل زمان، نستعملوها في السيارة وأيضاً في العمل، وحتى في المنزل، النسب العالي للكحول راح تقضي على 99 في المائة من الفيروسات والبكتيريا، وهذا لأنو وصفتها مؤصّي بها من طرف منظمة الصح العالمية. ضمت العبارة السابقة ضمت خصائص المستوى الفصيح المسهل حذف التاء المربوطة: المرّ، النسب، العالي... تسكين الآخر: الكحول، طرف، منظمة... كما ضمت خصائص إضافية جعلتها من المستوى الفصيح:

استعمال الروابط العامية: راح (سوف).

إبدال هاء الغائب واوا: لأنو (لأنه).

تسكين الأول: على (على)، لكم (لكم).

إضافة واو بين آخر الكلمة وهاء المخاطب: نستعملوه (نستعمله).

- المعلق: يُرطب ويحمي كل أنواع البشر من التجاعيد...

جمعت هذه العبارة بين خصائص المستوى الفصيح المسهل: تسكين الآخر، حذف التاء المربوطة عند الوصل، وبين خاصية من الخصائص التي يتميز بها المستوى الوسيط وهي تسكين أول الكلمة: يُرطب (يرطب).

واتضح أن تسكين الأول يتضمن تغييراً في البنية الصرفية للكلمة، ففي (يرطب)، في الاستعمال الفصيح يُكسر ما قبل الآخر (يُرطَّب)، أما الاستعمال العامي الذي يسكن الأول فُلبت الحركة من الكسرة إلى الفتحة فصارت (يُرطَّب).

## أمثلة عن المستوى العامي القريب من الوسيط

المؤدي (الممثل): نسقسيكم علاش لازم نَحْتَرِّ بَيْنَ حاجتين، هدي ولا هدي، وأنا حبيتهم في تنين، حتى الماكلة تلقى فيها حالتين، بنة صح كيفاش نجمعهم في تنين.

نلاحظ استعمال العامية مع استبدال بعض الكلمات العامية بأخرى عربية: نَحْتَرِّ وفي العامية نقول نُخِير، تَنِين وفي العامية يُقال زُوج للدلالة على (اثنين)، حَلْتين (حالتين) في العامية يقال زوج حالات.

المؤدي (الممثل): مأكلة مطيبة بأجود فارينا، والزيت مية بالمية نباتية، معجونة بطريقة سبسيال وبلا ما نحكيلك على ذوق الخضرة..

أجود غير مستعملة في العامية، فهي اسم تفضيل، واسم التفضيل على وزن (أفعل) يُلاحظ غيابه في العامية.

كلمة (نباتية) غير مستعملة في العامية.

المعلق: ميل آن، وصلت للريادة، ميل آن تبقى دائما في الصدارة، ميل آن، ما كاش اللي تديها بلاصتها.

يلاحظ أن اسم المنتج (1001)، أي اسمه بالأرقام فقط، وقد نطقه المعلق بالفرنسية ولم يتم نطقه لا بالعربية ولا بالإنجليزية، وهذا تماشيا مع نطقه في العامية، حيث تستعمل في اللهجة الجزائرية هناك ثنائية لغوية في استعمال الأرقام، فتستعمل أحيانا بالفرنسية وأحيانا بالعربية، كما يُلاحظ أن الأرقام من فئة الآلاف يغلب نطقها بالفرنسية.

وقد استعملت كلمة فرنسية ترسخت في اللهجة الجزائرية وفي اللهجات المغاربية عموما وهي كلمة (بلاصة) للدلالة على المكان، وكلمة (بلاصة) تم تحويرها من اللفظ الفرنسي (place).



استعملت كلمات عربية غير مستعملة في العامية: الريادة، الصدارة، وهذا ما جعل العبارة من المستوى العامي القريب من الوسيط.

### أمثلة عن المستوى العامي

إشهار 01: المعلق: الماكلة تحلاي مع الشاف (اتوالي).

إشهار 02: المعلق: وقت ما كان مسافر وحكمو الوجع، غير هو لي كان معاك، وقت ما كنت وحدك في الخلا والوجع دار فيك حالة، غير هو لي كان معاك، وقت ما كنت تقضي تعبنا والدنيا دارت عليك، غير هو لي كان معاك، وقت تلمينا ضحكنا وبكينا، إذا توجع واحد فينا، غير هو لي كان معانا.

إشهار 03: نُحِب قهوّ بالطّبع اشرب (تيقة) وُتَمَتّع.

### ملاحظات لغوية تفصيلية:

برزت للباحث بعض الملاحظات في استعمال ومزج المستويات اللغوية وأنماط التواصل اللغوي الثلاثة ( المؤدون أو الممثلون، المعلقون، الكتابة)، وهذه الملاحظات هي:

- استعمال الهجين اللغوي في بعض الأحيان:

ففي إشهار أوراق المسح صوفيا، تم كتابة شعار الشركة في آخر الومضة الإشهارية، مع ذكرها من طرف الممثل؛ مع صوفيا مسحة وحدة ALLER SANS RETOUR،

ALLER SANS RETOUR: عبارة فرنسية بمعنى: ذهاب دون رجعة، وهي عبارة مستعملة خاصة في لغة الشباب والمراهقين وفي لغة أغاني الفرق الرياضية، واستعملت العبارة للدلالة على أن هذا المنتج بمسحة واحدة فقط يمكنه إزالة البقع، دون الاضطرار للمسح عدة مرات.

وتم نطق العبارة من طرف المؤدي (الممثل) وتم تجسيدها كتابيا بالمرج بين الكتابة العربية والكتابة الفرنسية، وهذا خطر من الناحية اللغوية كما يشير الكثير من الباحثين حين يتم تجسيد العامية كتابيا.

- الكتابة الفرنسية للعربي الفصيح والعامي: أحيانا يستعمل المؤدي (الممثل) أو المعلق العربية بمستوياتها المختلفة العربية أو العامية... ويقابل في الكتابة باللغة الفرنسية وهذا واضح في الكثير من الإشهار من ذلك:

إشهار قهوة ربادو، لم يستعمل فيها المعلق، وإنما تم الاكتفاء بلغة المؤدين (الممثلين)، وكان ممثل رئيسي يمكن اعتباره في مقام المعلق كونه ذكر المنتج وصفاته وخصائصه، وقد تم كتابة الهدايا المقترحة باللغة الفرنسية في مقابل لغة الممثل الرئيسي بالعامية، ولعل هذا يرجع إلى أن الكلمات العامية مأخوذة من الفرنسية وهي تشبهها نوعا ما.

- أغلب الوصلات الإشهارية التي كتبت عنوان الشركة المنتجة وطرق التواصل معها كتبت باللغة الفرنسية.

- استعملت الإنجليزية قليلا جدا؛ معبرة عن الحداثة وعن الفخامة، كما في إشهار إحدى الشركات المنتجة للقهوة، وكما في إحدى علامات الهاتف.

- حين يكون الإشهار عاميا فإن ذكر الأرقام سواء من طرف الممثلين أو المعلقين يكون في الغالب بالفرنسية.

- يتضح أن أغلب الإشهارات التي استعملت العامية في لغة المؤدين/الممثلين أو المعلقين استعملتها باللهجة العاصمية، إلا في بعض الاستثناءات التي استعملت فيها اللهجة الوهرانية، ويلاحظ أنهما صادران من نفس المؤسسة الإشهارية.

# خاتمة

في ختام هذه الأطروحة الموسومة ب: اللغة العربية في المجال الاقتصادي بين الوظيفية والإبداعية حقل الإشهار نموذجاً، الذي تمت فيه دراسة اللغة العربية في المجال الاقتصادي وكان الحقل الإشهاري هو مجال التطبيق، واستخلصت منها عدة نتائج منها:

أولاً: أن العلاقة بين اللغة والاقتصاد علاقة وثيقة، تجعل كل واحد منهما يؤثر في الآخر.

ثانياً: دراسة العلاقة بين اللغة والاقتصاد بينية تتداخل فيها عدة حقول معرفية كعلم الاجتماع وعلم السياسة وعلم النفس والبلاغة واللسانيات...

ثالثاً: لازالت دراسة اقتصاديات اللغة أو بما يعرف باللسانيات الاقتصادية حقلاً معرفياً خصباً للباحثين.

رابعاً: أصبح تدريس اللسانيات الاقتصادية في أقسام اللغات والسياسة والاقتصاد في البلدان العربية ضرورة يفرضها الواقع خاصة في البلدان التي دخلت إلى حقبة التعدد اللغوي الرسمي كالجزائر والمغرب وموريطانيا والعراق.

خامساً: يساهم التخطيط اللغوي الجيد في تحقيق التنمية والتطور الاقتصادي.

سادساً: تؤثر العولمة الاقتصادية في اختيار اللغات على حسب المنفعة، سواء اللغات الرسمية، أو اللغات الأجنبية التي يتم تدريسها.

سابعاً: اللغة العربية مكانة حيوية في المجال الاقتصادي قديماً وحديثاً.

ثامناً: تلعب التشريعات دوراً مهماً في عملية تنظيم اللغة في مختلف الأنشطة الاقتصادية، وتحتاج الدول العربية لتشريعات جديدة تتماشى مع المتغيرات الحاصلة في العالم تسعى من خلاله للحفاظ على اللغة العربية، ويجب أن يتبع هذا مراقبة لهذه التشريعات والقرارات ومدى تطبيقها.

تاسعا: يعد الإعلام والإشهار من أهم وسائل التنمية اللغوية والتنمية الاقتصادية في الوقت نفسه، أما إذا كان المحتوى اللغوي غير مناسب فيعتبر وسيلة هدم للغة وللاقتصاد في الوقت نفسه كذلك، لاسيما إذا كان المحتوى موجها للناشئة والأطفال، لذا وجب الاهتمام بنشر اللغة العربية الفصيحة بعيدا عن اللهجات والهجين اللغوي الذي انتشر بكثرة مع تصاعد وسائل الإعلام، وبروز الشائبة ومنصات التواصل الاجتماعي.

عاشرا: تختلف المستويات اللغوية العربية من إشهار لإشهار وكذلك من وسيلة تعبير إلى أخرى، فلغة المؤدي تختلف عن لغة المعلق كما تختلف عن لغة الكتابة.

الحادي عشر: الاهتمام بالمستوى الوظيفي والمستوى الإبداعي للغة العربية واستخدامهما في مختلف الوسائل الإعلامية وفي الإشهارات يساهم في نشر المفردات والتعابير الفصيحة. ويجعل اللغة العربية أقرب إلى النفس.

الثاني عشر: تستعمل في الإشهارات الجزائرية مستويات مختلفة للغة العربية تختلف باختلاف طريقة الأداء، وعموما فإن هذه المستويات تتنوع وتدرج بين المستوى العربي الفصيح والمستوى العربي العامي الدارج.

## قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم برواية حفص عن عاصم.

### المعاجم:

1. ابن منظور أبو الفضل جمال الدين محمد، لسان العرب، تح، ج15، دار صادر، بيروت، لبنان.
2. أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الثالث، عالم الكتب، ط1، القاهرة، مصر، 2008.
3. الجوهري إسماعيل بن حمّاد، تاج اللغة وصحاح العربية، تح أحمد عبد الغفور عطار، ج06، دار العلم للملايين، ط4، بيروت، لبنان، 1990.
4. الزبيدي محمد مرتضى الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، تح عبد المجيد قطامش، ج39، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، دولة الكويت، ط1، الكويت، 2001.
5. شوقي حمّاد، معجم عجائب اللغة، دار صادر، بيروت، لبنان، ط1، 2000.
6. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط4، مصر، 2004.

### الدراسات العربية:

1. إبراهيم أنيس، اللغة بين القومية والعالمية، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1970.
2. ابن جني أبو الفتح عثمان، الخصائص، تح محمد علي النجار، ج1، المكتبة العلمية، د.ط، القاهرة، مصر.
3. أحمد أمين، فجر الإسلام، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، مصر، 2011.

4. أحمد حسن الزيات، تاريخ الأدب العربي، دار نهضة مصر للطبع والنشر، القاهرة، مصر، 1981.
5. أحمد سعدي، اللسانيات التطبيقية والملكات اللغوية، دار الياة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.
6. أحمد سوسة، تاريخ حضارة وادي الرافدين، ج2، وزارة الري العراقية، الدار العربية للموسوعات، 1983.
7. أنيس فريجة، اللهجات وأسلوب دراستها، دار الجيل، بيروت، لبنان، ط1، 1989.
8. جابر قميحة، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، نادي المدينة المنورة الأدبي، المدينة المنورة، السعودية، 1418هـ. (pdf)
9. حاتم صالح الضامن، علم اللغة، بيت الحكمة، جامعة بغداد، بغداد، العراق، 1989.
10. حسام علي داود، مبادئ الاقتصاد الكلي، دار المسيرة، عمان، الأردن، ط2، 2011.
11. حسن ظاظا، اللسان والإنسان، دار القلم دمشق والدار الشامية ببيروت، ط2، 1990.
12. حيدر قاسم التميمي، بيت الحكمة العباسي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011.
13. خلف طايح، الحروف الأولى، ميريت، 2005.
14. ديزيره سقال، العرب في العصر الجاهلي، دار الصداقة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 1995.
15. زيد بن محمد الرماني، اقتصاد الإعلام أسرار وأخبار، مكتبة الرشد، الرياض، السعودية، ط1، 2005.



16. سامي الشريف وأيمن منصور ندى، اللغة الإعلامية، مركز جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2004.
17. سعيد الأفغاني، أسواق العرب في الجاهلية والإسلام، دار الفكر، بيروت والقاهرة، ط3، 1974.
18. السعيد محمد بدوي، مستويات العربية المعاصرة في مصر، دار المعارف بمصر، القاهرة، مصر، 1973.
19. شكري المبخوت وآخرون، السياسة اللغوية القومية للغة العربية، مشروع النهوض باللغة العربية للتوجه نحو مجتمع المعرفة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 2010.
20. شوقي ضيف، العصر الجاهلي، دار المعارف، القاهرة، مصر، ط11.
21. صالح بلعيد، الاهتمام بلغة الأمة، منشورات مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2016.
22. طاهر محسن الغالي وأحمد شاكر العسكري، الإعلان مدخل تطبيقي، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ط2، 2006.
23. عاشور فني، اقتصاديات وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2012.
24. عبد الرحمان عبد الحميد علي، تاريخ الأدب العربي في العصر الجاهلي، دار الكتاب الحديث، 2008.
25. عبد الرحمان الحاج صالح، بحوث ودراسات في اللسانيات العربية، ج02، موفم للنشر، الجزائر، 2012.
26. عبد العزيز شرف، المدخل إلى علم الإعلام اللغوي، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، ط1، 2000.

27. عبد اللطيف عبيد، استخدام التقانات الحديثة في تطوير اللغة العربية، مشروع النهوض باللغة العربية للتوجه نحو مجتمع المعرفة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 2010.
28. عبد اللطيف مصطفى وعبد الرحمان سانية، دراسات في التنمية الاقتصادية، مكتبة حسن العصرية، بيروت، لبنان، ط1، 2014.
29. عبد الإله بلقزيز، الفرنكوفونية أيدولوجيا، سياسات، تحدّ ثقافي-لغوي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2011.
30. عبد الباسط سلامة هيكمل وآخرون، اللغة العربية في سلطنة بروناي دار السلام بين الماضي والحاضر، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، السعودية، ط1، 2017.
31. عبد السلام المسدي، العرب والانتحار اللغوي، دار الكتاب الجديد المتحدة، بنغازي، ليبيا، ط1، 2011.
32. عبد القادر الفاسي الفهري، السياسة اللغوية في البلاد العربية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، لبنان، ط1، 2013.
33. عبد القادر الفاسي الفهري، اللغة والبيئة، منشورات الزمن، الرباط، المغرب، 2003.
34. عبد اللطيف الصوفي، اللغة ومعاجمها في المكتبة العربية، طلاسدار للدراسات والترجمة والنشر، دمشق، سوريا، 1986.
35. عبد المجيد الطيب عمر، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة دراسة تقابلية، مركز البحث العلمي وإحياء التراث الإسلامي، السعودية، ط2، 1437هـ.
36. علي عبد الواحد وافي، اللغة والمجتمع، شركة مكنتبات عكاظ، السعودية، ط4، 1983.

37. علي عبد الواحد وافي، علم اللغة، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، ط9، القاهرة، مصر، 2004.
38. عمار بوحوش، العمال الجزائريون في فرنسا، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1979.
39. فؤاد حنا ترزي، في أصول اللغة والنحو، دار الكتب، ط1، بيروت، لبنان، 1969.
40. فريق العمل في مشروع الرصد اللغوي الإعلامي، صورة اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال، اللجنة الوطنية الأردنية للنهوض باللغة العربية، الأردن، ط1، 2014.
41. كامل علاوي الفتلاوي، عاطف لافي مرزوق، العولمة ومستقبل الصراع الاقتصادي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009.
42. مالك بن نبي، المسلم في عالم الاقتصاد، دار الفكر، دمشق، سورية، ط3، 2000.
43. المؤتمر الدولي الثالث للغة العربية، دبي، الإمارات، 07-10 ماي 2014.
44. مجمع اللغة العربية الأردني، الموسم الثقافي العشرون، عمان، الأردن، 2002.
45. مجمع اللغة العربية الأردني، الموسم الثقافي السادس والثلاثون، عمان، الأردن، ط1، 2019.
46. محمد البناء، قضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2009.
47. محمد حسان الطيان، كيف تغدو فصيحاً، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت، ط1، 2012.
48. محمد خاين، النص الإشهاري ماهيته، انبناؤه، وآليات اشتغاله، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، ط1، 2010.
49. محمد مرياتي، اللغة والتنمية المستدامة، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، السعودية، ط1، 2014.

50. محمد عبد الشافي القوصي، عبقرية اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو -، الرباط، المغرب، 2016.
51. محمد عبد حسين، الإعلان التجاري المفاهيم والأهداف، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.
52. محمود السعران، اللغة والمجتمع رأي ومنهج، دار المعارف، الإسكندرية، مصر، ط2، 1963.
53. محمود فهمي حجازي، اللغة العربية في العصر الحديث قضايا ومشكلات، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1998.
54. المختار بوعناني، المساعد على بحث التخرج، ط2، 1998.
55. مركز دراسات الوحدة العربية، العرب وإفريقيا، بيروت، لبنان، ط2، 1987.
56. مركز دراسات اللغة العربية وآدابها بجامعة الإمام بالرياض، اللغة العربية والدراسات البينية الآفاق المعرفية والرهانات المجتمعية، المجلد الأول، 2018.
57. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، اللغة والهوية في الوطن العربي، بيروت، لبنان، ط1، 2013.
58. مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الاستراتيجيات الدولية في خدمة اللغات الوطنية، الرياض، السعودية، ط1، 2016.
59. مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الجهود السعودية في خدمة اللغة العربية، السياسات والمبادرات، الرياض، السعودية، ط1، 2017.
60. مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الفصحى والعامية في وسائل الإعلام، الرياض، السعودية، ط1، 2016.
61. منتدى العلاقات العربية والدولية، الترجمة وإشكاليات المثاقفة، الدوحة، قطر، ط1، 2014.

62. منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، اللغة العربية في القطاع الفلاحي، المعهد التكنولوجي المتوسط الفلاحي المتخصص، 2017.
63. منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، اللغة العربية والترجمة، الجزائر، 2017.
64. منشورات معهد الدراسات والأبحاث للتعريب، العربية في الإشهار والواجهة، الرباط، المغرب، 2003.
65. مصطفى صادق الرافعي، تاريخ آداب العرب، ج2، مكتبة الإيمان، المنصورة، مصر، ط1، 1997.
66. منى الحديدي، الإعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط2، 2002.
67. مها محمد فوزي معاذ، الأنثروبولوجيا اللغوية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009.
68. نازلي معوض أحمد، التعريب والقومية العربية في المغرب العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 1986.
69. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001.
70. نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1994.
71. نبيل علي ونادية حجازي، الفجوة الرقمية، سلسلة عالم المعرفة، العدد 318، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2005.
72. نور الدين بلييل، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدولة قطر، الدوحة، قطر، ط1، 2011.
73. نهاد الموسى، اللغة العربية في العصر الحديث قيم الثبوت وقوى التحول، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007.

74. وليد العناتي، العربية في اللسانيات التطبيقية، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، الأردن، ط1، 2012.

### الدراسات الأجنبية المترجمة

1. أبرام دو سوان، كلمات العالم منظومة اللغات الكونية، ترجمة صديق محمد جوهر، هيئة أبوظبي للثقافة، أبوظبي، الإمارات، ط1، 2011.
2. آن روبول وجاك موشلار، التداولية اليوم، ترجمة سيف الدين دغفوس ومحمد الشيباني، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، ط1، 2003.
3. بيرنار كاتولا، الإشهار والمجتمع، ترجمة سعيد بن كراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية، سورية، ط1، 2012.
4. ج.فندريس، اللغة، ترجمة عبد الحميد الدواخلي ومحمد القصاص، المركز القومي للترجمة، د.ط، القاهرة، مصر، 2014.
5. جيمس و. طوليفسون، السياسة اللغوية: خلفياتها ومقاصدها، محمد الخطابي، مؤسسة الغني للنشر، الرباط، المغرب، ط1، 2007.
6. روبرت.ل.كوبر، التخطيط اللغوي والتغير الاجتماعي، ترجمة خليفة أبو بكر الأسود، مجلس الثقافة العام، سرت، ليبيا، 2006.
7. سكوت ل. مونتغمري، هل يحتاج العلم إلى لغة عالمية؟ ترجمة فؤاد عبد المطلب، سلسلة عالم المعرفة، العدد 419، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2014.
8. صمويل ب هنتنجتون، من نحن المناظرة الكبرى حول أمريكا، ترجمة أحمد مختار الجمال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، مصر، ط1، 2009.

9. فردينان دي سوسور، علم اللغة العام، ترجمة يوئيل يوسف عزيز، دار آفاق عربية، بغداد، العراق، 1985.
10. فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ترجمة أحمد عوض، سلسلة عالم المعرفة، العدد 263، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2000.
11. كيس فرستيغ، اللغة العربية تاريخها ومستوياتها وتأثيرها، ترجمة محمد الشرقاوي، المشروع القومي للترجمة، القاهرة، مصر، ط1، 2003.
12. لويس جان كالفي، أي مستقبل للغات؟ الآثار اللغوية للعولمة، ترجمة جان ماجد جبور، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان، ط1، 2018.
13. لويس جان كالفي، حرب اللغات والسياسات اللغوية، ترجمة حسن حمزة، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، ط1، 2008.
14. لويس جان كالفي، علم الاجتماع اللغوي، ترجمة محمد يحياتن، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006.

### الدراسات الأجنبية

- 1- david crystal, 2003, english as a global language, cambridge university press.
- 2- language for the future report, Table 04: high growth markets and their languages, british council, 2013.
- 3- language for the future report, Table 03: top ten emerging markets in order of expected growth to 2020, together with their official languages british council, 2017.
- 4- the MIT press, the economics of language policy, seminar series, cambridge, massachusetts, london, england, 2016
- 5- vaillancourt, francois and others. 2012. official language policies of the canadian provinces costs and benefits in 2006, fraser institute, xii.

الأطروحات الجامعية:

1. بوجمعة وعلي، اللغة والتنمية مدينة خنيفرة نموذجاً، أطروحة دكتوراه، كلية الآداب والعلوم الإنسانية القنيطرة، جامعة ابن طفيل، المغرب، إشراف عبد النور الحضري، 2015-2016.
2. فاطمة محمد أمين العمري، الخطاب والمقاصد: لغة الإعلان نموذجاً، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان، إشراف نهاد الموسى، 2005-2006.
3. ماهر أحمد علي المبيضين، مظاهر الحياة المادية في الشعر الجاهلي، أطروحة دكتوراه، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، إشراف حسين عطوان، 2001-2002.

الدوريات والمجلات والجرائد الرسمية والتقارير:

1. أمر رقم 68 - 92، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة الخامسة، العدد 36، 5 صفر 1388 الموافق لـ 3 ماي 1968.
2. أمر رقم 71 - 2، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة الثامنة، العدد 7، 26 ذو القعدة 1390 الموافق لـ 22 جانفي 1971.
3. تقرير التنمية الإنسانية العربية، المكتب الإقليمي للدول العربية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية، 2003.
4. تقرير الملامح الإقليمية لمجتمع المعلومات في المنطقة العربية للفترة 2003-2015، الإسكوا، الأمم المتحدة، بيروت، لبنان، 2016.
5. قانون تعميم استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة الثامنة والعشرون، العدد 03، 30 جمادى الثانية 1411 الموافق لـ 16 جانفي 1991.



6. قرار مؤرخ في 7 ذي الحجة عام 1420 الموافق 13 مارس سنة 2000، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة السابعة والثلاثون، العدد 28، 10 صفر 1421 الموافق لـ 14 ماي 2000.
7. مجلة اتحادات الجامعات العربية للآداب، المجلد 12، اريد، الأردن، العدد 1، 2015.
8. مجلة أفكار، وزارة الثقافة الأردنية، عمان، الأردن، العدد 217، 2006.
9. مجلة تبين، المجلد الأول، الدوحة، قطر، العدد 1، 2012،
10. مجلة التخطيط والسياسة اللغوية، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، المملكة العربية السعودية، العدد الخامس، أكتوبر 2017.
11. مجلة التخطيط والسياسة اللغوية، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، السعودية، العدد السادس، أبريل 2018.
12. مجلة التخطيط والسياسة اللغوية، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، المملكة العربية السعودية، العدد التاسع، سبتمبر 2019.
13. مجلة الدفاع الوطني اللبناني، قيادة الجيش اللبناني، لبنان، العدد 38، 2001.
14. مجلة علامات، مكناس، المغرب، العدد 18، 2002
15. مجلة علامات، مكناس، المغرب، العدد 24، 2005.
16. مجلة علامات، مكناس، المغرب، العدد 42، 2014.
17. مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 06 الجزء 01، 1969.
18. مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 11، ج 01.
19. مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 33، 1989.
20. مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 41، 1996.
21. مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 47، 1999.

22. مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 53، 2002.
23. مجلة اللسان العربي، مكتب تنسيق التعريب، الرباط، المغرب، العدد 54، ديسمبر 2002.
24. مجلة اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، العدد 07، 2002.
25. مجلة قراءات، المنتدى الإسلامي، العدد 25، سبتمبر 2015.
26. مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، جامعة بابل، المجلد 04، العدد 02.
27. مرسوم تنفيذي رقم 13 - 378، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة الخمسون، العدد 58، 14 محرم 1435 الموافق لـ 18 نوفمبر 2013.

### المواقع الإلكترونية:

1. ازدهار الترجمة في العالم العربي ... هل يعني اكتمالها؟ موقع اللغة والثقافة العربية، عن موقع جريدة الحياة، 24، 01، 2016، تم الاطلاع في 06-10-2020،  
<https://langue-arabe.fr/%D8%A7%D8%B2%D8%AF%D9%87%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%AC%D9%85%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D9%87%D9%84->



[D9%82%D8%A8%D9%84-  
%D8%A8%D9%81%D8%B9%D9%84-  
%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%  
D8%B5%D8%A7%D8%AF](https://ribatalkoutoub.com/?p=2721)

6. كلثوم بوطالب، الوجه الاقتصادي للغة الإسبانية في العالم المعاصر، موقع رباط الكتب، 2017-11-27، (تم الاطلاع في 2020-09-28)،  
[.https://ribatalkoutoub.com/?p=2721](https://ribatalkoutoub.com/?p=2721)

7. موقع محرك البحث المعجمي،  
<http://www.jarrar.info/Media.html>

8. موقع: <https://w3techs.com/> تم الاطلاع عليه يوم 14-10-2019.

9. language and documentation services division, world trade organization cite, ( view 01-10-2020),  
[https://www.wto.org/english/thewto\\_e/secre\\_e/div\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/secre_e/div_e.htm).

10. nataly kelly, will spanish help you reach the U.S hispanic market ?it depends, harvard business review, 26-02-2014, (view in 28-09-2020),  
<https://hbr.org/2014/02/will-spanish-help-you-reach-the-u-s-hispanic-market-it-depends>

# فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
أ - د	مقدمة
74-01	الفصل الأول: علاقة اللغة بالاقتصاد
02	أولاً: تعريفات ومفاهيم أولية حول اللغة والاقتصاد.
02	1. تعريف اللغة والاقتصاد
02	1.1. تعريف اللغة
02	1.1.1. لغة
03	2.1.1 اصطلاحا
06	2.1. وظائف اللغة
09	2. تعريف الاقتصاد
09	1.2 لغة
09	2.2 اصطلاحا
10	3. اقتصاديات اللغة
11	1.3 مفهوم اقتصاديات اللغة
13	2.3 تاريخ وواقع دراسات اقتصاديات اللغة
15	ثانياً: السياسات اللغوية والاقتصاد
15	1. السياسة اللغوية
17	2. الإنفاق على اللغة
17	1.2 الإنفاق على اللغة في القطاع العام
17	1.1.2 التعدد اللغوي الرسمي
20	2.1.2 التعليم ثنائي اللغة
21	3.1.2 تعليم اللغة الأجنبية
24	4.1.2 تعليم لغة الأم
25	5.1.2 التخطيط اللغوي

27	6.1.2 دعم التصدير اللغوي
28	7.1.2 الاتصال في المنظمات الدولية
29	2.2 الإنفاق على اللغة في القطاع الخاص
30	1.2.2 الاتصال الداخلي للشركة
30	1.1.2.2 تعليم اللغة
31	2.1.2.2 تنسيق واتساق المصطلحات والأوصاف
31	3.1.2.2 الترشيد
32	2.2.2 الاتصال الخارجي للشركة
32	1.2.2.2 التسويق
33	2.2.2.2 التعامل مع المصانع والموردين
33	ثالثا: اللغة والنشاط الاقتصادي
33	1 اللغة والتجارة
34	1.1 التجارة ونشأة اللغات المهجينة
37	2.1 التجارة واقتراض المفردات بين اللغات
39	3.1 التجارة والتمايز اللغوي
40	2. اللغة والسوق
45	رابعا: اللغة والشغل والدخل
45	1. اللغة والشغل
45	1.1 اللغة وفرص التوظيف
50	2.1 اللغة والشغل عند المهاجرين
53	2. اللغة والدخل
56	خامسا: اللغات والعملة الاقتصادية
60	1. الإنجليزية والعملة الاقتصادية
63	2. اللغات العالمية والعملة الاقتصادية

63	1.2 اللغة الصينية
65	2.2 اللغة العربية
67	3.2 اللغة الفرنسية
69	4.2 اللغة الإسبانية
71	3. العولمة الاقتصادية ولغات المستقبل
144-75	الفصل الثاني اللغة العربية والاقتصاد
76	أولاً: اللغة العربية قديماً وحديثاً
76	1. نشأة اللغة العربية
77	2. المراحل التاريخية للغة العربية
77	1.2 اللغة العربية في العصر الجاهلي
80	2.2 اللغة العربية بعد ظهور الإسلام
84	3.2 اللغة العربية في العصر الحديث
85	3. مشاكل اللغة العربية
87	4. مستقبل اللغة العربية
88	ثانياً: اللغة العربية في المجال الاقتصادي وتشريعاته
89	1. اللغة العربية والنشاط التجاري
90	1.1 دور التجارة في انتشار اللغة العربية
91	1.1.1 انتشار اللغة العربية عن طريق التجارة في إفريقيا
95	2.1.1 انتشار اللغة العربية عن طريق التجارة في جنوب شرق آسيا
97	2.1 اللغة العربية والأسواق
97	1.2.1 اللغة العربية في الأسواق قديماً
99	2.2.1 اللغة العربية في الأسواق حديثاً
101	2. اللغة العربية في المجالين الفلاحي والصناعي



101	1.2 اللغة العربية في المجال الفلاحي
105	2.2 اللغة العربية والنشاط الصناعي
108	3. اللغة العربية في المجال الاقتصادي من خلال التشريعات والقوانين
108	1.3 التشريعات والقوانين في الأردن
111	2.3 التشريعات والقوانين في الجزائر
115	ثالثا: اللغة العربية واقتصاد المعرفة
115	1. اقتصاد المعرفة
118	2. اللغة واقتصاد المعرفة
120	3. اللغة العربية واقتصاد المعرفة
123	1.3 الاهتمام بالصناعة المعجمية المصطلحية
126	2.3 الاهتمام بالترجمة
129	3.3 تطوير تعليم اللغة العربية للناطقين بها ولغير الناطقين بها
130	4.3 تطوير تعليم اللغات الأجنبية
131	5.3 تعليم العلوم باللغة العربية
134	6.3 النهضة بالمحتوى الرقمي العربي
139	7.3 الاهتمام باللسانيات الحاسوبية العربية
142-193	الفصل الثالث: اللغة العربية في الإشهارات التلفزية - جزء تطبيقي-
143	أولا: اللغة العربية في الإعلام والإشهار
143	1. الإشهار
143	1.1 تعريف الإشهار
147	2.1 جاذبية الإشهار وآثاره
149	3.1 أهداف الإشهار
150	4.1 الإعلام والإشهار وعلاقتها بالاقتصاد

154	2. اللغة العربية والإعلام
158	3. اللغة العربية والإشهار
163	1.3 بين وظيفة النص الإشهاري وإبداعيته
167	2.3 الإشهار ومستويات اللغة العربية
178	ثانيا: مستويات اللغة العربية في الإشهارات الجزائرية -دراسة إحصائية
194	خاتمة
197	قائمة المصادر والمراجع
212	فهرس الموضوعات
218	ملخص بالعربية والإنجليزية

## الملخص باللغة العربية

سعت هذه الدراسة إلى تبين مكانة اللغة العربية في المجال الاقتصادي لاسيما في مجال الإشهارات، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الأساس، تحلله بعض المناهج الأخرى.

ففي الفصل الأول تم التطرق إلى موضوع علاقة اللغة بالاقتصاد، فهذا الموضوع هو الأساس الذي تدور حوله هذه الدراسة، وقد تم فيه محاولة الإلمام بالعلاقة التي تجمع بين اللغة والاقتصاد، بداية بالتعاريف الأساسية ثم العلاقات الأساسية التي تجمعهما، وختم هذا الفصل بالتطرق إلى العولمة الاقتصادية وعلاقتها باللغات العالمية، ومستقبل اللغات عموما في ظل هذه العولمة، أما الفصل الثاني فخصص للغة العربية وعلاقتها بالاقتصاد، حيث عُولجت في البداية المراحل التاريخية المختلفة للغة العربية، ثم تم تبين الكيفية التي ساهمت بها التجارة في انتشار اللغة العربية في مختلف بقاع العالم، ثم عرجنا إلى اللغة العربية في المجالات الاقتصادية المختلفة، وختم هذا الفصل بالحديث حول الآفاق التي يفتحها اقتصاد المعرفة للغة العربية وكيف يمكن أن تساهم في تحقيق مجتمع المعرفة في الأقطار العربية. أما الفصل الثالث الذي هو الفصل التطبيقي وموضوعه اللغة العربية في الإشهارات التلفزية، فتم تعريف عدد من المفاهيم: الإشهار، الإعلام، وعلاقة اللغة بهما، كما تم التعرف على المستويات اللغوية المستخدمة في الإشهارات الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: اللغة العربية - الاقتصاد - العولمة - الإشهار - المستويات اللغوية

## الملخص باللغة الإنجليزية

**Abstract**

This study sought to clarify the status of the Arabic language in the economic field, especially in the field of advertising, depending on the descriptive and analytical approach in the main, is permeated with some other approaches.

In the first chapter, the topic of the relationship of language to economics was dealt with, as this topic is the basis on which this study revolves, and an attempt was made. In it, an attempt was made to gain knowledge of the relationship between language and economics Beginning with the basic definitions, then the basic relationships between them, This chapter concluded by touching on economic globalization and its relationship with international languages.

The second chapter is devoted to the Arabic language and its relationship to the economy, It dealt in the beginning to the different historical stages of the Arabic language, Then it was explained how trade contributed to the spread of the Arabic language in various parts of the world, Then we turned to the Arabic language in various economic fields, and this chapter concluded by talking about the prospects that the knowledge economy opens for the Arabic language and how it can contribute to achieving a knowledge society in the Arab countries. As for the third chapter, which is the practical chapter, its topic is the Arabic language in television advertisements, A number of concepts were defined: advertising, the media, and the relationship of language to them. The linguistic levels used in Algerian advertising were also identified.

**Key words:** Arabic language - economics - globalization - publicity - linguistic levels.