

كتابة اللغة العربية في الخطاب الإشهاري

- تحليل لعينة من الومضات الإشهارية في القنوات التلفزيونية الجزائرية-

د/ لمياء مرتاض-نفوسي

جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم(الجزائر)

تُعتبر اللغة أهم مصدر للتواصل بين الأفراد والمجتمعات، يتمكنون من خلالها من تبادل مجموعة من الرموز المتفاهم عليها، بفك شفرتها، بواسطة مجموعة من الكلمات المبنية بشكل دقيق، يستطيع الأفراد من تحديد تصور خاص عن العالم الذي يعيشون فيه، من التفاهم بينهم حتى يحدث التفاعل الاجتماعي (Interaction sociale) من خلال التواصل بينهم. غير أنه ما لوحظ في السنوات القليلة الماضية هو كتابة الشفوي بحروف اللغة العربية في الإشهار وما يترتب عن هذه المسألة من مشاكل لغوية سيما لدى الأطفال الذين هم في سن التعلم باعتبار أن التلفزيون ووسائل الإعلام والاتصال الجديدة أضحت وسائل للحصول على المعلومات وتعلم اللغات بامتياز. المشكل ليس في توظيف العامية في الإشهار، بل في كتابتها بالحروف العربية، والمشاكل النحوية والصرفية والإعرابية المتمخضة عن هذا الاستخدام مما ينعكس على التلقي لدى المشاهد الصغير الذي لم يتعلم بعد اللغة العربية بقواعدها. وبغية التطرق إلى هذه المسألة، سنحدد في هذا المقال:

- أهمية اللغة في حياة المجتمعات
- وظائف الإشهار
- المراحل الاتصالية للإشهار التلفزيوني
- و الدراسة التطبيقية
- الكلمات المفتاحية: اللغة، اللهجة، الإشهار

L'écriture de la langue arabe dans le discours publicitaire -Analyse d'un échantillon de spots publicitaires dans les chaînes de télévisions algériennes-

- Résumé :

La langue est liée à la forme de société, à ses structures, aux symboles qu'elle véhicule, en modelant un système de représentations, une vision et une interprétation du monde. C'est par son biais que les individus rentrent en interactions quotidiennes.

Ce qui a été constaté ces dernières années est l'usage de la langue parlée dans l'écriture de la langue arabe classique dans les spots publicitaires, ce qui a engendré des problèmes qui ont attiré à la grammaire, l'orthographe et à la conjugaison.

Nous allons tenter à travers cet article de montrer les dangers d'un tel usage pour les téléspectateurs surtout pour ceux qui sont récemment scolarisés et l'impact de cet usage sur le devenir de la langue arabe.

- Mots-clés : langue, dialecte, publicité.

نص المقال:

1/ أهمية اللغة في حياة المجتمعات: تُعَبَّر اللغة همزة وصل بين الأفراد والشعوب، تمكّنهم من التفاهم والتواصل بينهم من خلال مجموعة من الرموز، وهي في الأصل ومن حيث الشكل، "مجموعة من المقاطع الصوتية، يصطلح قوم على التفاهم والتعبير بها عن أغراضهم في الحياة."¹ ويتصور دوسوسير اللغة "كونها في آن واحد بنية للعمليات الذهنية لدى الأفراد الذين يستعملونها، وكذلك بنية للعمليات التواصلية التي بواسطتها يؤدي مجتمع ما وظيفته كونه كيانا حضاريا."²

كما يعتبرها "كنزا مودعا عن طريق ممارسة اللفظ لدى جماعة من الأشخاص المتمين إلى مجموعة واحدة. وهو نظام نحوي يوجد بالقوة في كل دماغ أو في أدمغة مجموعة من الأفراد."³ ولا يتأتى ذلك إلا من خلال شبكة من العلاقات الاجتماعية يتبادل الأفراد المنتمون إلى مجتمع ما مجموعة من الإشارات يدركون شفرتها ودلالاتها. وهي بذلك "تفترض في كل فرد درجة من إتقان نظام الإشارات اللغوية المتمثل داخليا."⁴ ويؤكد دوسوسير على فكرة مفادها أن اللغة "لا تكتمل في أي فرد وحده ، ولكنها توجد لدى الجماعة بدرجة الكمال."⁵

بمعنى، أن اللغة نسق من الأنساق الاجتماعية لا تتحقق وظيفتها إلا من خلال الاتصال والتفاعل الاجتماعي (interaction sociale)، هذا الذي يضمن بقاءها واستمراريتها. ونجد ابن خلدون قد تحدث عن هذه القضية حينما صرّح بأن اللغات "كلها ملكات شبيهة بالصناعة (...)" وليس ذلك بالنظر إلى المفردات، وإنما بالنظر إلى التراكيب."⁶

وهذه التراكيب هي نظام بنوي خاص يُفهم من خلال عملية التلقي التي يتعوّد الأفراد عليها منذ نشأتهم، فيستعملونها بشكل مستمر إلى "أن يصير ذلك ملكة وصفة راسخة."⁷ ولا يمكن أن تستمر لغة إلا بفعل تداولها بين مجموعة من الأفراد، تلقنها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية (socialisation) لمجموعة من الأفراد الآخرين، وهكذا دواليك، حيث يقول ابن حزم الأندلسي في هذا الشأن: "اللغة يسقط أكثرها ويبطل بسقوط دولة أهلها ودخول غيرهم عليهم في مساكنهم أو بنقلهم من ديارهم واختلاطهم بغيرهم."⁸

وشأنها شأن الاستخدامات الأخرى، فإنه يتم اختيار لغة معينة في الإشهار التلفزيوني بغية عرض مجموعة من الومضات الإشهارية من أجل التعريف بسلعة أو خدمة معينة بنية جلب الجمهور لاقتنائها في قوالب فنية وتقنية ولغوية واختيرت لغرض التأثير على تصرفاته واتجاهاته ومنظومة القيم التي يتبناها.

ويقوم التلفزيون (بتثقيف) الجمهور، التأثير على تصوراته واعتقاداته، وبالتالي على اتجاهاته في زمن أضحت وسائل الإعلام والاتصال وبشكل خاص التلفزيون المصدر الأساسي للحصول على المعلومة. ومن النشاطات التي يقوم بها التلفزيون هو الترويج لسلعة أو لخدمة ضمن ما يُعرف بالإشهار.

2/ وظائف الإشهار: من خلال دراستنا للخطاب الإشهاري، يمكن تحديد وظائفه كالتالي:

* **الوظيفة الإعلامية:** فهو يُوظف في وسيلة إعلامية بغية الإعلام والتعريف والترويج لمنتج أو خدمة ما.

1-2/ الوظيفة الاقتصادية: عند استخدام الإشهار للتسويق، فإنه يؤدي وظيفتين اثنتين لا يمكن الفصل بينهما. فهو يروج لمنتج أو خدمة للمؤسسة التي تود التعريف بمنتجاتها أو خدماتها، كما أنه يتم في ذات الوقت تمويل الوسيلة الإعلامية التي قامت ببث الإشهار والترويج لها. أضف إلى ذلك، فهو "يشجع الديناميكية الضرورية لاقتصاد تنافسي"⁹، وهنا، ستتنافس عدة مؤسسات تنتج نفس المنتج أو الخدمة باستخدام وسائل للإقناع "تتفنن" في صنعها.

2-2/ الوظيفة الاجتماعية: ظهر الإشهار في "سياق مجتمع عايش أزمة وهو في بحث عن وسائل جديدة للمراقبة الاجتماعية لنشاطات إنتاجه"¹⁰، يؤدي وظيفة الاندماج الاجتماعي (intégration sociale) كما حدث في الولايات المتحدة الأمريكية في الثلاثينات التي عرفت موجة هجرة كبيرة من أوروبا نحوها، فكان لا بد من إدماج هذه الأقليات باقتراح نماذج للاستهلاك موحدة يتم الترويج لها عن طريق الإشهار.

2-3/ الوظيفة الثقافية: يتمحض عن الوظيفة الاجتماعية ووظيفة أخرى للإشهار الحديث ألا وهي الوظيفة الثقافية، بحيث سيقوم "بالتكييف الثقافي والإيديولوجي للعمال حتى ينتمون إلى القيم والنظام الجديد للاستهلاك الجماهيري."¹¹

يعمل الإشهار الحديث جاهدا على خلق ثقافة استهلاك يحاول تعميمها على كل شرائح المجتمع، مدعيا بأنه يمكن لكل فرد مهما كان انتماؤه الاجتماعي ومستواه الاقتصادي أن يقتني ما

يُثبِت في الومضات الإشهارية، حاملا صورة زيف المساواة الاجتماعية لمنطية للأذواق والاستهلاك، ناهيك عن حقيقة وطبيعة المنتج أو الخدمة المروج لهما إن كانا فعلا يعكسان الواقع أم أنها مجرد فكرة زائفة يُراد منها البيع والاستهلاك المكثف لا غير، فالحدود بين الإعلام والإشهار لا يمكن تحديدها وضبطها.

يُعتبر الخطاب الإشهاري إنتاجا تجاريا يخضع لضوابط تسويقية، إعلاميا يخضع لمعايير تقنية وثقافية يخضع لمحددات قيمية/معيارية، لذلك، نجد على المتلقي، طبيعته، سماته وتوجهاته التي بدورها ستوجه مضمون الخطاب وتحدد معالمة، ويستخدم لأجل ذلك وسائل لجلبه وإقناعه.

أضحت الصور الإشهارية تقتحم كل جوانب الحياة، حيث وُجد الفرد: الصحف، التلفزيون، الإنترنت، الشارع، المدرسة، مكوّنة صورا ذهنية يتم تجسيدها عبر سلوكيات يومية أو اقتراح نمط من السلوكيات الجديدة، فالخطاب الإشهاري يعبر عن التغيرات البنيوية التي تعيشها المجتمعات. واستنادا على هذه الوظائف، فإنه يبدو جليا بأن للإشهار التلفزيوني دور لا منازع فيه للتأثير على المشاهد من خلال عدة عناصر والتي على رأسها اللغة كنسق من الرموز ذات دلالة معينة، غير أن الملاحظ في الإشهار العربي في الآونة الأخيرة هو ليس فقط استخدامه للهجات المحلية، بل وحتى كتابتها بالحروف العربية. وهنا يكمن الخطر، إذ إن المشاهد الطفل لم يتقن بعد اللغة العربية، فكيف عساه سيميز بين العامية والعربية الفصحى؟

يلخص (Jack Goody) هذه المسألة بإشارته إلى تأثير وسائل وطرق الاتصال على الحياة اليومية، بقوله: "إذا كنا قادرين أن نبين بأن الكتابة تؤثر على اللغة في حد ذاتها، كنا سنجد كيف يتفاعل الأفراد مع العالم (...) البراهين على هذه التغييرات بالتأثير على المدى البعيد نوعا ما بفعل تغييرات وسائل وطرق الاتصال تكون على طرق فهم العالم بشكل عام."¹² ستوضح هذه العلاقة التأثيرية بين اللغة المكتوبة والواقع الجديد لتكنولوجيات الاتصال وتقواتها وسيكون لها وقع على طريقة فهم وإدراك ما يحدث في العالم.

3/ المراحل الاتصالية للإشهار التلفزيوني: وباعتبار الإشهار وسيلة اتصال جماهيرية حاملا رسالة تُبث إلى جماهير واسعة من خلال الترويج لخدمة أو سلعة ما، فإنه يتطلب استخدام آليات معينة بغية جلب الجمهور وإقناعه بفحوى الرسالة. ويتم ذلك عبر أربع مراحل.

3-1/ المرحلة الأولى: تتمثل هذه المرحلة في جذب الجمهور من خلال اختلاف التصميمات وهدفها حسب المعلن عنه. فالمشاهد ينجذب إلى الإشهارات التي تحقق له إشباعاته ورغباته.

3-2/ المرحلة الثانية: تتمثل في التأثير على الإدراك. يتعلق الإدراك بتكوين صور الأشياء

الموجودة في البيئة في ذهن الفرد، ويقوم الفرد بتكوين هذه الصور من خلال إضفاء المعاني.

3-3/ المرحلة الثالثة: تتمثل هذه المرحلة في تسهيل عملية الحفظ. إذا كان الهدف الأساسي

في الاتصال الإشهاري هو التأثير على السلوك الشرائي للجمهور المستهدف، فلا بد من معرفة وفهم العمليات التي تؤثر في تغيير السلوك والكيفية التي يتم بها تدعيم السلوك المتغير.

3-4/ المرحلة الرابعة: تتمثل آخر مرحلة في الاقتناع من خلال استجابة مستهلك الرسالة

الإشهارية إما بتدعيم سلوكه الشرائي أو بتغيير اتجاهه نحو السلعة المشهر عنها.¹³

حتى يحقق الإشهار التلفزيوني أهدافه فإنه يمر بهذه المراحل الأربع بداية بجلبه انتباه الجمهور من

خلال الشكل الذي يظهر فيه والاستمالات التي يستخدمها المصمم لجذبه. ثم، يجب أن يكون الإشهار قادرا على التأثير على إدراك المشاهد من خلال قدرته على خلق المعاني التي تحملها السلعة عبر محاولة ترسيخ صور معينة لها دلالات عاطفية تمثل طبيعة قيم المجتمع المعني.

ثم، تأتي مرحلة يتم فيها تسهيل عملية الحفظ أو التذكر من خلال عملية التكرار التي تُعد عملية أساسية للتأثير على المتلقي.

وفي الأخير، يجب أن يحقق الإشهار التلفزيوني وظيفة الاقتناع لدى جمهوره عبر خلق صور ذهنية حتى يستجيب للرسالة التي تُبث حتى يتخذ القرار المناسب، بالتأكيد المناسب للقائم بالاتصال.

4/ الدراسة التطبيقية: انصبت دراستنا على تحليل محتوى اللغة العربية المكتوبة في الومضات

الإشهارية التلفزيونية لمعرفة كيفية استخدام اللغة العربية فيها. قمنا بتقصي الومضات الإشهارية التلفزيونية التي بُثت في القنوات التلفزيونية الجزائرية بين جوان وجويلية 2016، من خلال تتبع تسع وثلاثين (39) ومضة إشهارية مكتوبة باللغات: الفرنسية، العربية ومزيغ من اللغتين. وعند

استبعاد الومضات الإشهارية المكتوبة باللغة الفرنسية (لأنها لا تدخل ضمن انشغالاتنا) والمتمثلة في ست (06) ومضات إشهارية تلفزيونية، فقد تحصلنا على ثلاث وثلاثين (33) ومضة إشهارية تلفزيونية "تبدو" بأنها مكتوبة باللغة العربية. غير أنه بعد تمنعنا لها، اتضح لنا بأنها مزيغ من اللغة العربية، الفرنسية (على الأقل في كتابة العلامة التجارية للمنتوج) والعامية.

جدول 1: اللغة المكتوبة في الإشهار التلفزيوني

ومضات إخبارية بالعامية	ومضات إخبارية باللغة العربية الفصحى	ومضات إخبارية مزيج من لغات	ومضات إخبارية باللغة الفرنسية
- (Play) هي لي تخرج عليك - ديمبا (Facebook) - (O'JU-) ما عندك ما تقول - اتبسّم - حليب C عليك ما نستغي - صافية في قلبنا من زمان - (Duna) الأفضل بين يديك - باش ما نخبروش بين البينة والصحة - (بيبي جوي) يخلي وليدك يلعب ويتحرك كما يجب - (c'est l'astuce ماني) ديالي - (سفينة) هي لي تلمنا - فلاكسي 1000 دج وخيّر Play - (Aigle) إلي يهمننا هو انتوما - إذا كان (SOS) فهو للذيذ - (Djezzy) معاها تقدر - وانتوما كيفاش تعيشو سهرتكم؟	- حليبي قوتي - الآن قارورة ل2 ب100 دينار فقط - فاميكو قوة واقتصاد - اكتشفوا التشكيلة الجديدة - مقاوم للماء والصدمات - عافية بصحة وعافية - كل لحظة حكاية - تمتعي بمرضان بلا إحساس بالنفخ - (MyColor) ** جمالك اليومي - مع نقاواز جرب نكهة الفواكه المنعشة - إفري صودا الالتزام بالجودة - روية 50 سنة وتحلو الحياة - (Sim) الذوق الدائم - (Géant) - (Electronics) نبتكر من أجلكم	- الأكل فنون وسرنا ماراتون - وراء كل طبق، كاين شاف تمد الأفضل. - (Maxy) الرصيد مضاعف والآنترنت باطل	- Il n'y a que Mama* qui le sache - African - Margarine Sol - Ah oui ! - Condor ! Prenez votre envol - Bono !

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه، يتضح لنا جليا بأن أكثر الومضات الإخبارية التلفزيونية تُكتب بالعامية، أضف إليها تلك التي هي مزيج من العربية والعامية والتي سنُدرجها ضمن

الومضات الإشهارية التلفزيونية المكتوبة بالعامية. وبذلك، يمكن إعادة قراءة الجدول أعلاه بترتيب عدد الومضات الإشهارية المشاهدة من أكبرها إلى أصغرها عددا:

- 1- ومضات إشهارية بالعامية (19)
- 2- ومضات إشهارية باللغة العربية الفصحى (14)
- 3- ومضات إشهارية باللغة الفرنسية (06)

يوضح هذا التسلسل المكانية التي يوليها القائم بالاتصال للغة المكتوبة في الومضات الإشهارية، عبر معرفة القيمة التي يوليها للغة المستخدمة. اختيار اللغة الإشهارية لا يتم بشكل اعتباطي؛ فهو يخضع لمعايير قيمة وإيديولوجية معينة تعكس اتجاه الوسيلة الإعلامية.

تُعتبر اللغة أهم مصدر للتواصل بين الأفراد والمجتمعات، فهي "عمل وفكر في وقت واحد. إنها عمل وسلوك لأننا بواسطتها نسعى للتأثير في غيرنا إذ ندفعه بهذا الاتجاه أو ذاك. فلا يوجد كلام مجرد كلام أو كتابة مجرد الكتابة، فهذا فعل وظيفي له غاية (..) واللغة فكر و بنية".¹⁴

يمثل الإشهار نسقا للاتصال، حاملا رسالة من خلال صور يريد الترويج لها ويعمل على أن يتبناها الجمهور، هي صور في الواقع تمثل ما يريد القائم بالاتصال أن يكون عليه الوضع ولا تعكس بالضرورة الواقع المعيش، ويزيد تأثيره لما يُوظف في التلفزيون. ونظرا لتأثيرها القوي، تغذى فاعلية التلفزيون من ثلاثة مصادر:

- "بفعل نسق من الرسائل المتكررة والمتواصلة، فإنه يصل بسهولة إلى ضبط وتثبيت القيم والتصرفات المتعارف عليها.

- بتوسع استعماله، فهو يصل إلى كل الأفراد.

-الواقع المزيف الذي يعرض من خلاله العالم، يؤدي إلى حجب حقيقة الأمور".¹⁵

بالفعل، يعتبر التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر جماهيرية، فتكرار بث نفس الرسالة بنفس المحتوى، يؤثر كثيرا على المتلقي ويؤدي إلى تمرير القيم المراد توصيلها.

كما أصبح جهاز التلفزيون في متناول الجميع بكل التكنولوجيات الحديثة المرتبطة به، مما يسهم في أحيان كثيرة من توجيه الرأي العام نحو الهدف الذي يصبو إليه القائم بالاتصال.

واقع استخدام العامية الجزائرية في الإشهار التلفزيوني يتماشى وموجة ترقية (promotion) اللهجات العربية المختلفة كظاهرة معممة عبر وسائل الإعلام والاتصال العربية، فقد عرفت القنوات التلفزيونية العربية سيما في التسعينات سلسلة من الدبلجات؛ دبلجات من البرازيلية (في

الثمانينات) والمكسيكية إلى اللغة العربية الفصحى التي كان لها جمهورها الواسع. ثم بدأت تدريجياً دبلجة المسلسلات المكسيكية إلى اللهجات العربية المختلفة بدايةً باللبنانية-السورية. ونظراً للاقتحام السريع للمسلسلات التركية في السنوات الأخيرة البيوت العربية، شرع في دبلجتها إلى لهجات لم تسبق لها التجربة من قبل في هذا المجال. فبدأت الدبلجة إلى اللبناية-السورية في البداية، ثم شرعت دول المغرب العربي في هذه التجربة الإعلامية وتحديدًا المغرب؛ وفي الآونة الأخيرة تونس، ما عدا الجزائر التي لم تجرّ اقتحام هذا المجال، ولسنا ندرى لماذا؟

يقول معظم المشاركة للجزائريين لما يسمعونهم يتكلمون: "إننا لا نفهم كلامكم!!" فهل هذا الأمر راجع إلى كون لهجتنا غير مفهومة وبعيدة كل البعد عن العربية الفصحى أم إلى كون القائمين بالاتصال لم يروجوا لها بالقدر الكافي - حتى لا نقول لم يروجوا لها بتاتا- حتى يجعلها تُدرك من طرف المجتمعات العربية الأخرى؟

وقد برهن عبد الملك مرتاض* بعشرات الأمثلة على فصاحة العامية الجزائرية ووضح جلياً بأنها أقرب اللهجات إلى العربية الفصحى مقارنةً باللهجات العربية الأخرى، من خلال استعراض: أصول طائفة من التعابير والألفاظ الدالة على معانٍ مختلفة. ويوضح لنا المفكر هذا الأمر عبر أمثلة عديدة. فيستدل على سبيل المثال بعبارة: "ما ريت حدّ" والتي تعني بالعربية الفصحى: ما رأيت أحداً.

ويوضح هذه المسألة قائلاً: "لفظ "حد" العامي يكاد يستعمل بمعنى "أحد" الفصحى في معظم اللهجات العربية (...). وقد اتضح من هذا الحرف أن العوام يتجنبون النطق بالهمز ما أمكنهم ذلك".¹⁶

كما يشير في موضع آخر إلى مسألة عدم نطق الألف بإيراده أمثلة عن ذلك كنطق الفأس مبراً هذه المسألة بقوله: "يسهلون همزة الفأس، والتسهيل معروف في قراءة نافع المدني".¹⁷ - العامية الجزائرية والأطعمة والأشربة: ويضرب لنا المفكر في هذه القضية مرة أخرى أمثلة عديدة لأسماء من أغذية وأشربة معروفة في العامية الجزائرية "كالمسمن" حيث يعلل هذه التسمية بأن هذه الحلوى تُدهن بالسمن.¹⁸

4/ العامية الجزائرية والفنون الشعبية: ويعرض المفكر في هذه القضية كذلك أمثلة عديدة كلفظ "الحنّا" الذي يريد به عامة الناس الحناء¹⁹. وقد حُذفت الهمزة للأسباب التي أشرنا إليها أعلاه.

4-1/ دلالة الأمثال والحكم الشعبية على نقاوة العامية الجزائرية: وفي هذا الموضوع أيضا استشهاد للمؤلف بمجموعة من الأمثال الشعبية توضح مرة أخرى الصلة الوطيدة للعامية الجزائرية بالعربية الفصحى. كمثل على ذلك: "ربع نساء، والقربة يابسة".

ومعنى المثل الشعبي العامي باللغة العربية الفصحى: "أربع نساء، ومع ذلك فالقربة يابسة". ويوضح المفكر معنى هذا المثل قائلا: "يُضرب هذا المثل للكثرة غير النافعة. فإذا كان في البيت أربع نساء وكانت القربة يابسة ليس بها ماء، فما أسوأ هؤلاء النساء."²⁰

4-2/ الأمراض والعاهات والعيوب وما يتصل بها في العامية الجزائرية: كأن يُطلق السل "بالستل" بفتح السين حيث يعلل المفكر هذا النطق بقوله: "وقد أشرنا غير مرة إلى أن عوامنا يعدلون عن الضم إلى الفتح لخفته."²¹

4-3/ ألفاظ ثورية وفلاحية: يبدو من خلال تمنعنا في الأمثلة التي عرضها المفكر في مسألة الألفاظ الثورية والفلاحية أن جلها يُكتب كما هو في الفصحى، هي ألفاظ اقترنت بثورة التحرير الجزائرية كلفظ: السر، الاستقلال، العسكر، الشهداء وغيرها من الألفاظ، هذا من جهة. كما اتضح من جهة أخرى وجود ألفاظ ذات الصلة بالزراعة والفلاحة كلفظ: الحصاد، الثورة الزراعية، المدرة والتي تُنطق "مذرا" حيث تُحذف في العامية الجزائرية تاء التأنيث التي تنتهي بها الأسماء. كان ذلك عرضا موجزا عن عربية أو بالأحرى عن فصاحة العامية الجزائرية. وهذا يجزنا إلى طرح السؤال الموالي:

بما أن العامية الجزائرية ذات صلة وطيبة بالعربية الفصحى، فلماذا مثلا نفهم ما يدور من حوار لما نشاهد مسلسلا مصرية أو سوريا أو حتى كويتيا* ولا يحدث الأمر نفسه عند متابعة الجمهور العربي لأحد الأعمال الدرامية الجزائرية؟

يتحقق ذلك لأننا بفعل احتكاكنا بالثقافات العربية من خلال مشاهدتنا المستمرة للدراما العربية فقد اكتسبنا بعض الخطوط الثقافية الخاصة بها، بما فيها اللغة. فالثقافة تتغير وتتحرك حسب آليات تجعلها تحافظ على بعض عناصرها وفي ذات الوقت تكتسب عناصر أخرى.

يعتبر الأنثروبولوجي البريطاني (Edward Burnett Tylor) (1832-1917) أول من حدد مفهوم الثقافة: "ثقافة أو حضارة، بمعناها الإثنولوجي العام، هي ذلك الكل المعقد الذي يشمل المعرفة، المعتقدات، الفن، الأخلاق، القانون، التقاليد والإمكانيات والعادات الأخرى التي يتلقنها الإنسان كعضو في المجتمع."²²

هنالك ثلاثة أبعاد في هذا التعريف: فالثقافة عبارة عن كل، أي وحدة تشمل عدة عناصر؛ ثم إنها تتميز ببعدها الجماعي، لا يمكن أن تعني الفرد لوحده؛ وفي الأخير، يتعلمها الإنسان في المجتمع من خلال مؤسساته. كما يُعتبر (Ralf Linton) (1893-1953) من بين ممثلي مدرسة الثقافة والشخصية والذي يعتبر الثقافة " إرثا اجتماعيا ينقل إلى الطفل، حيث تمثل وظيفتها في تكيف الفرد مع المجتمع، وهذا الأخير مع محيطه، من خلال مجموعة من الأدوار (Rôles) التي تحدد كيفية تصرف الفرد داخل المجتمع"²³.

فشخصية الأفراد لا تبنى من العدم، فكل شخص يستقي المعلومات والتصرفات التي تمثل شخصيته من خلال ثقافة المجتمع الذي ينتمي إليه. ويتحصل الفرد على هذا الإرث الاجتماعي منذ طفولته، حتى يمثل للقواعد التي تسير هذا المجتمع، فيتكيف مع متطلباته، باتباع مجموعة من الأدوار التي تحدد كيفية تصرفه داخل المجتمع. في حين يعتبر (Sapir) أن "المكان الحقيقي للثقافة هي التفاعلات الداخلة بين الأفراد. فالثقافة حسب تصوره هي مجموعة من المعاني التي يتواصل من خلالها أفراد مجموعة ما من خلال هذه التفاعلات"²⁴.

حسب رأيه، عندما يتفاعل الأفراد فيما بينهم، من خلال مجموعة من الرموز والمعاني-بمعنى من خلال اللغة- فلا يكون ذلك إلا من خلال الثقافة، حتى نصل إلى معرفة كيفية تكوين هذه الثقافة. فالثقافة لديه هي "نموذج غير واع، يعاش شخصيا. والبنية اللسانية بذلك هي محمية أمام القلق الذي يمكن أن ينتج عن المحيط."²⁵

فمن هذا المنظور، تحمل اللغة تصورا معينا لما يدور في العالم من أحداث وقضايا، فيتبنى تلك الأفكار مجموعة الأفراد الذين يتكلمون بتلك اللغة. وبذلك، فهي ليست وسيلة للاتصال فحسب، بل هي فضاء لفرض الهيمنة، كما أنها توحد وتفرق في ذات الوقت. توحد بين أفراد الجماعة الذين يستخدمونها، وتميزهم في ذات الوقت عن الجماعات الأخرى التي لا تتكلم لغتهم. وبما أنه يتم التفاعل الثقافي بين الجماعات والمجتمعات المختلفة بطرق مختلفة، فإنه يتم تعلم اللغات واللهجات المختلفة عن طريق التلفزيون ضمن ظاهرة معروفة **بالشاقف** الذي هو تلك العملية التي تنتقل بها الثقافة (ومن عناصرها اللغة) من خلال اتصالات مستمرة مباشرة بين جماعات ذات ثقافات مختلفة. ويتم ذلك من خلال آليات تجري فيها عمليات التبادل الثقافي، ومنها: القبول، التكيف ورد الفعل"²⁶.

فالقبول يخص مدى قبول اللغة أو اللهجة الجديدة ومحاولة فهمها، ثم يخص التكيف استعارة عنصر أو عناصر الثقافة الجديدة، وهنا يتعلق الأمر تحديدا باستعارة ألفاظ من اللهجة أو اللهجات الأخرى.

وفي الأخير، يخص رد الفعل مدى الاستجابة، وكيفية التعامل مع هذه اللغة بإدماجها في الحياة اليومية.

حظي مفهوم التناقف بكثير من الاهتمام من طرف الأنثروبولوجيين في أوائل القرن العشرين عند دراسة التأثير الناتج عن احتكاك ثقافة بثقافة أخرى، وقدم (Melvin Herskovits) مصطلح التناقف مع زميليه (R.Relfield /R.Linton)

و ليشير إلى "التغير الثقافي الذي ينشأ حين تدخل جماعات من الأفراد الذين ينتمون إلى ثقافتين مختلفتين في اتصال مباشر ومستمر، ما ينتج عنه من تغييرات في الأنماط الثقافية الأصلية السائدة في إحداها أو فيهما معا." ²⁷

ويكون ذلك الاتصال نتاج أعمال قهرية تعود إلى استعمار دولة لدولة أخرى، أو نتاج "هجرات سكانية واسعة" ²⁸.

كما يتم ذلك من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية فيدخل الفرد في "ثقافة مجتمعه، حيث تقوم بتكوينه وتأطيره، إذا، فهي تعلّم مستمر." ²⁹

وبالفعل، تبدأ عملية التنشئة الاجتماعية منذ مرحلة الطفولة، حيث يتعرّف الطفل على المنظومة القيمية الخاصة بمجتمعه أو بالجماعة التي ينتمي إليها، فيتعرّف على معاييرها، قيمها، رموزها، لتوجّه سلوكه وتصرفاته تدريجيا.

وتبدأ هذه الصيرورة بالمؤسسة الأولى ألا وهي الأسرة، ثمّ بمختلف المؤسسات الاجتماعية والثقافية، كالمدرسة، شلّة الأصدقاء. ويستمر تلقّن هذه المنظومة القيمية كذلك بالمتابعة المستمرة لوسائل الإعلام والاتصال وعلى رأسها التلفزيون، حيث يستمرّ هذا التعلّم حتّى عند الكبار إذ تقوم "وسائل الإعلام والاتصال بوظيفة التنشئة الاجتماعية والإدماج" ³⁰.

إذا، إضافة إلى وظيفة التعلّم، تسهم عملية التنشئة الاجتماعية في إدماج الأفراد، بمن فيهم الأقليات. وفي هذه الصيرورة، يتعلم المشاهد منذ صغره لغة الآخرين فلا يضحى غريبا عنها.

ثمّ إنه لا يجب أن ننسى ما خلفه الاستعمار الفرنسي في الجزائر من تهمد للبنى الأصلية للمجتمع الجزائري، ومن بينها القضاء على دور الكتاتيب الذي كانت تتمثل وظيفته في تعليم القرآن الكريم واللغة العربية في ذات الوقت.

فحتى وقت قريب، لعب المسجد دورا مهما في تلقين القرآن الكريم للأطفال، فتعلموا فيه اللغة العربية من خلال تلاوتهم للقرآن الكريم، وقد لعب دورا مهما في المجتمع الجزائري بتأدية وظيفة الاندماج لأعضائهم غير أنه في الوقت الراهن، "لم يعد يؤدي الكُتّاب وظيفة الاندماج إذ أخذت مكانه المدرسة الابتدائية".³¹

وهنا، يأتي دور المدرسة في تلقين اللغة أو اللغات المراد أن يتعلمها الطفل، حيث يكون قد تلقن في السنوات الخمس أو الست الأولى من حياته قيما خاصة بالثقافة الشعبية، تعلم فيها اللعب، تكوّن له رصيد معرفي خاص أساسه اللغة العامية التي تعتبر اللغة الأم، بخصوصيتها من الألفاظ، رنة وإيقاع وما تحمله من رموز تقربه من الجماعة الاجتماعية التي ينتمي إليها، والتي على أساسها ستوجه تصرفاته مع الآخرين.

وتواصل التنشئة الاجتماعية صيرورتها في المدرسة، حيث سيتعلم فيها الطفل قيما، ومعايير ومعارف جديدة، حيث سيتم ذلك من خلال اللغة التي بواسطتها سيتفاعل الأفراد، فيؤجّه سلوكهم في هذا الاتجاه أو ذاك.

تُعتبر اللغة "فكرا وبنية، ذلك أن أي لغة تحمل في فهمها مسبقا رؤية للعالم يتبناها بالضرورة أولئك الذين يتكلمونها(...) بالإضافة إلى الاتصال، فإن للرموز ووظيفة أخرى تتعلق بالمشاركة، أنها تُستخدم بصورة فعالة في تحسين الحقائق المجردة، العقلية أو الأخلاقية في المجتمع وتجعلها مرئية وملموسة، مسهمة في التذكير والمحافظة على مشاعر الانتماء، وفي إثارة أو تأمين المشاركة".³²

فباللغة غنية بالرموز وبما تحمله من إيدولوجية وقيم ومعايير تريد إيصالها للفاعلين، محددة لهم تصورا خاصا عما يحدث حولهم. تحقق بذلك التأثير عليهم ووظيفة الاتصال بينهم. كما تحقق وظيفة المشاركة، إذ تسهم بذلك في تذكيرهم بانتمائهم وبعناصر ثقافتهم المادية واللامادية وأهمية هذا الدور في حياتهم. ولكن ماذا يحدث للطفل عند دخوله المدرسة؟ يكون قد تعود على لهجة خاصة، على العامية أي اللغة الأم منذ ولادته إلى سن الخامسة أو السادسة، كما أنه يكون قد تعلمها حتى منذ المرحلة الجنينية.

وعند دخوله للمدرسة، بدأ يتعلم لغة أخرى، هي اللغة العربية الفصحى، التي لم يتعود الاستماع إليها أو الاتصال من خلالها، بفعل اختفاء وظيفة تعليم القرآن في الكتاتيب التي كان يتعلم فيها الأطفال اللغة العربية منذ سن مبكرة تسبق دخولهم للمدرسة، هذا إن لم تكن اللغة المتعلمة والمسمّاة اعتباطيا بالفصحى هي في الواقع مزيج من العامية والفصحى.

ثم تأتي وسائل الإعلام والاتصال المختلفة لتجعل الهوة أكبر بين الطفل واللغة العربية الفصحى. فهذا هي الإذاعات المحلية تتحدث وتنشط بالعامية، وحتى إنه يُطلب من المنشطين فيها تحدث لغة "مفهومة" وكأن المجتمع الجزائري لا يقرب بصلة باللغة العربية، وأنها لغة غريبة عنه، عن ماضيه، عن حاضره وعن مستقبله*.

ومما يزيد الطين بلة أن العربية بدأت تُكتب بالعامية في الإشهارات التلفزيونية، فترى الطفل حائراً، هذا في حالة كونه قويا في مادة اللغة العربية، وقد لا يكتشف في الأصل أن هناك أخطاء: إملائية؟ نحوية؟ صرفية؟ وهلم جرا...
فإنّ يمكن له التفريق بين:

- "هي لّي" بدلا من كتابتها: هي التي
- "اتبسّم" بدلا من: تبسم
- "كاين باطل" بدلا من: يوجد بالمجان
- "يدّيك" بدلا من: يدك (بدون وضع الشدة فوق الدال)
- "باش ما تخيروش" بدلا من: لكي لا تختاروا
- "يخّلّي وليدك" بدلا من: يترك ولدك
- "l'astuce ديالي" بدلا من: الحيلة الخاصة بي
- "خيّر" بدلا من: اختر
- "معاها" بدلا من: معها
- "وانتوما كيفاش تعيشو" بدلا من: وأنتم كيف تعيشون

يشاهد الأطفال هذه الومضات الإشهارية التي تعتمد بشكل أساسي على التكرار لترسيخ الصور الذهنية، ويعيدون مشاهدتها ويقرؤونها على هذا الشكل الذي يتكرر في أوقات المشاهدة الأكثر كثافة.

وباعتبار التلفزيون يؤدي وظيفة إيديولوجية، تربوية وثقافية، فهل أسهم كما كان يطمح الرئيس السابق للجزائر في تحقيق وظيفته التربوية حين صرح قائلاً: "على الصورة الناطقة أن تسهم بشكل مباشر وفعال في محاربة الأمية وتوسيع نطاق الثقافة والفنون والعلوم والتوعية السياسية وفق مبادئ وأهداف ثورتنا"³³؟

وما الأمثلة التي عرضناها أعلاه إلا عينة فحسب من العبارات التي نشاهدها يوميا في الومضات الإشهارية التي تُبث في القنوات التلفزيونية الجزائرية المكتوبة بالحروف العربية والتي يعتقد من لا يتقن العربية أو الأدهى الذي بدأ التعلم في المدرسة على أنها عربية فصحي. أضف إلى ذلك، أنه يُنصح أن يُشرح له بالعامية. فمتى سيتعلم العربية ويتكلمها إن لم يتعلمها أو يتكلمها في صغره؟!

- الخاتمة:

حاولنا أن نوضح في دراستنا هذه الدور الذي تلعبه اللغة باعتبارها شبكة من الرموز تحمل تصورا معيناً لما يدور في العالم من قضايا مصيرية. ويتعقد الأمر لما تُكتب العامية الجزائرية بالحروف العربية فيتوهم البعض أنها عربية فصحي.

لم يكن الهدف من دراستنا التأكيد على فصاحة العامية بقدر ما كانت تهدف إلى توضيح خطورة كتابة العامية في الإشهارات التلفزيونية باللغة العربية. وإنما بذلك لا نناقش في هذا المقام فصاحة العامية، فالمسألة مفروغ منها. بل إننا نطرح إشكالية كتابتها، وبالتالي خطورة قراءتها وبالتالي تعلمها على المنوال الذي هي مكتوبة عليه من طرف المشاهد الصغير، حيث تترسخ الكلمات والجمل التي تُبث في الإشهار التلفزيوني لتسهل عملية حفظها في ذاكرته من خلال عملية التكرار التي تُعد عملية أساسية للتأثير على المتلقي.

تفتح هذه الدراسة الآفاق لدراسات أخرى تسلط الضوء على اللهجات العامية الأخرى المكتوبة في الومضات الإشهارية التي تُبث في القنوات التلفزيونية العربية.

هوامش البحث:

¹ مرتاض عبد الملك، العامية الجزائرية وصلتها بالفصحى، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 2012، ص. 8.

² هاريس روي، تيلر توليت جي، أعلام الفكر اللغوي، ترجمة: أحمد شاعر الكلاي، بيروت، دار الكتاب الجديد المتحدة، 2003، ص. 260.

³ محسب محيي الدين، اللغة والفكر والعالم، مصر، الشركة المصرية العالمية للنشر، 1997، ص. 30.

⁴ هاريس روي، تيلر توليت جي، مرجع سبق ذكره

⁵ نفس المرجع السابق، ص. 261.

⁶ ابن خلدون، المقدمة، بيروت، دار الفكر، 2004، ص. 574.

⁷ نفس المرجع السابق

⁸ زهير غازي زاهد، العربية والأمن اللغوي، الأردن، مؤسسة الوراق، 2000، ص.31

⁹ Philippe Breton, Serge Proulx, *L'explosion de la communication, France, La Découverte, 1996, p. 126*

¹⁰ *Ibid.*, p.116

¹¹ *Ibid.*, p.118

¹² Jack Goody, *Entre l'oralité et l'écriture, Paris, Presses Universitaires de France, 1994, p.269*

¹³ تجدون عرضاً لهذه المراحل في:

حنان شعبان، تلقي الإشهار التلفزيوني، الجزائر، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011، ص.ص11-13

* ما يوجد بخط غليظ في هذا الجدول هو اسم المنتوجات والخدمات التجارية

**تخص هذه الخانة ومضات إشهارية كتبت باللغة العربية الفصحى. أما عن اسم المنتج أو الخدمة المكتوب باللغة الفرنسية فلم نشأ أن نترجمه إلى العربية.

عبد الغني عماد، سوسولوجيا الثقافة، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2006، ص.173¹⁴

¹⁵ Judith Lazar, *Sociologie de la communication de masse, Paris, Armand Colin Editeur, 1991, p.156*

* انظر: عبد الملك مرتاض، العامية الجزائرية وصلتها بالفصحى، مرجع سبق ذكره

¹⁶ عبد الملك مرتاض، العامية الجزائرية وصلتها بالفصحى، مرجع سبق ذكره، ص.19

¹⁷ نفس المرجع السابق، ص.10

¹⁸ نفس المرجع السابق، ص.76

¹⁹ نفس المرجع السابق، ص.106

²⁰ نفس المرجع السابق، ص.128

²¹ نفس المرجع السابق، ص.135

* نذكر أول مسلسل كويتي بُث في التلفزيون الجزائري في الثمانينات والذي يحمل عنوان: "خروج ولم يعد". فقد لاقى المسلسل استحساناً كبيراً من طرف الجمهور الجزائري بالرغم من عدم فهم اللهجة الكويتية آنذاك. والأُن، ومع رواج الدراما الكويتية واقتحامها البيوت الجزائرية، فقد أضحت لهجة مفهومة لديه بشكل واسع.

²² *Dictionnaire de Sociologie, Paris, Armand colin, 1995*

²³ Jean-François Dortier, *Les sciences humaines, France, Editions Sciences*

Humaines, 1998, p.

²⁴ *Ibid*

²⁵ *Dictionnaire de sociologie, Paris, Larousse, 1973, p.197*

²⁶ عبد الغني عماد، مرجع سبق ذكره، ص.316

²⁷ نفس المرجع السابق، ص.57

²⁸ نفس المرجع السابق

²⁹ Jean Golfin, *Les 50 mots-clés de la sociologie, France, Edition Privat, 1972, p.120*

³⁰ Judith Lazar, *op.cit.*, p.194

³¹ *AbdelwahedBouhdiba, Le développement culturel facteur de transformation sociale, Université de Tunis, Centre d'études et de recherches économiques et sociales, Série sociologie, n°17,1991,p.317*

³² عبد الغني عماد، مرجع سبق ذكره، ص.173

* وحتى إننا لاحظنا الصعوبة التي يتلقاها الطالب (بشكل عام) حين نطلب منه أن يناقش القضية المطروحة باللغة العربية الفصحى. وهذا الوضع ما هو إلا نتاج هذه الظروف المتسلسلة وهذا السياق التاريخي-الثقافي الذي نعرفه اليوم.

³³ جريدة المجاهد اليومية 12 و 13 جانفي 1978، خطاب الرئيس هواري بومدين، ص.7، في:

ثريا التيجاني، القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2011، ص.44.