

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية الآداب و اللغات

قسم الآداب و اللغة العربية



أثر الازدواجية اللغوية في الترويج الإشهار في الجزائر - إذاعة الزيبان نموذجاً -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب و اللغة العربية

تخصص : لسانيات والسياحة

إشراف الدكتورة
فوزية دندوقة

إعداد الطالب :
مصطفى مراوي

السنة الجامعية :

1436/ 1435 هـ

2015/ 2014 م

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية الآداب و اللغات

قسم الآداب و اللغة العربية



أثر الازدواجية اللغوية في الترويج الإشهار في الجزائر - إذاعة الزيبان نموذجاً -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب و اللغة العربية

تخصص : لسانيات و السياحة

إشراف الدكتورة
فوزية دندوقة

إعداد الطالب :
مصطفى مراوي

السنة الجامعية :

1436/ 1435 هـ

2015/ 2014 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُرِيهِمْ
آيَاتِهِ وَيُخَوِّدُهُمْ
وَالَّذِي يُنَزِّلُ
الْمَطَرِ
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُرِيهِمْ
آيَاتِهِ وَيُخَوِّدُهُمْ
وَالَّذِي يُنَزِّلُ
الْمَطَرِ

﴿وَأَنَّهُ خَلَقَ الذَّكَرَ وَالْأُنثَى﴾

النجم/45

﴿عَسَىٰ رَبُّهُ إِذْ طَلَّقَكُمُ الْأُنثَىٰ أَنْ تُدْلِيَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكُمْ مُسْلِمَاتٍ مُّؤْمِنَاتٍ

قَاتَاتٍ تَابَّاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيَّابٍ وَأَبْكَارًا﴾

التحریم/05

﴿وَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ زَوْجٍ بَهِيجٍ﴾

ق/07

مقدمة

تعتبر السياحة في مختلف أنحاء العالم قطاعا ذا بعد إستراتيجي ،وظاهرة اقتصادية عالمية هامة،أثبتت نجاحاً منقطع النظير عند استفادتها من عوامل الاتصال المتاحة والمتنوعة واعتمدت على الموارد الطبيعية والبشرية إلى جانب معطيات بيئية ،حيث أضحت السياحة قطبا هاما في الاقتصاد الوطني في الجزائر على غرار سابقاتها في هذا المجال أمثال الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا عند الغرب ام العرب فنجد مصر وتونس، مما جعل يبحثون على طرق جديدة إلى تقديم خدماتهم ومنجآتهم السياحية بجودة راقية ،وأیضا استمرارية المدّ السياحي ،وبناء صورة ايجابية في أذهانهم ،معتمدا على رسالة اشهارية ترويجية هادفة ،ضمن إستراتيجية متطورة للوقوف في وجه المنافسة المتزايد في السوق العالمية السياحية

يعد الاتصال أداة فعالة في مجال السياحي ؛ كونه الواجهة الإشهارية لترسيخ المنتج السياحي لما تزخر به منطقة من المناطق،فكم أصبحت وسائل الإعلام والاتصال في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير والتوجه والتثقيف والإعلام والتعليم خاصة في زمن العولمة الاتصال ،مما ساهم في تقريب وإزاحة البعدين الزمني والمكاني بين الحضارات والثقافات بين الأمم مما جعلها قرية صغيرة تحمل زاد معرفي وفكري وثقافي متزايد وسريع .

الإذاعة من بين واحدة من ابرز وسائل الإعلام الجماهيري أكثرها تأثيرا ،رغم التنافس الشديد بينها وبين التلفزيون،إلا أنها تعد الأكثر شعبية في الوسط الاجتماعي الجزائري لأنها كانت الواسطة الوحيدة أثناء الإستعمار الفرنسي لإسماع صوت الجزائر من مختلف أقطار العربية منها: صوت الجزائر من إذاعة طرابلس،فرع آخر في إذاعة بن غازي بليبيا، صوت الجزائر من دمشق و كان

يشرف عليها محمد مهري و أبو عبد الله غلام الله، صوت الجزائر من الكويت، " الإذاعة اليوم"
إذاعة موجهة باللهجة الجزائرية أنشأت ما بين عام 1960 و 1961 بالقاهرة، إذاعة الجزائر من
الأردن من أشهر العاملين فيها الشاعر عبد الرحمان العقون، إذاعة الجزائر من المملكة السعودية)
كلف عبد الرزاق بن يحيى زلاقي بالإعلام).

أما اللغة فهي ظاهر اجتماعية، متنوعة ومتغير من وسط لآخر، فلكل مجتمع لغته الخاص به من
مستويات وأصوات، إلا المجتمع الجزائري يعتبر مجتمع متعدد اللغة، فهو خليط لغوي متنوع لغاته بتنوع
المناطق والمستوى التعليمي والجنس والعمر؛ حتى اللهجات فتتنوع من منطقة لأخرى، ولكن عند
دراسة الظاهرة اللغوية في المجتمع الجزائري نجد انه يركز حول نظامين لغويين فقط العربية والفرنسية
داخل الوسط الاجتماعي وخاصة الوسط الإعلامي المحلي.

نظراً لأهمية اللغة في الإعلام المحلي، نجد يركز على المزاجية اللغوية في توعية
أو التثقيف أو ترويج لمنتج ما، وهذه المزاجية تكمن بين العربية والفرنسية السائدتين في الوسط
الاجتماعي ! لذا جاء الاهتمام بموضوع، ولإنجاز هذه الدراسة التي تعالج إحدى المواضيع اللغوية
داخل الوسط السياحي الإعلامي المحلي في منطقة بسكرة،.

تمحورت المذكرة إلى ثلاث فصول اثنان نظرياً أما الفصل الثالث جانب تطبيقي ميداني
تقدمهم مقدمة وتختتم بخاتمة موجزة حول الدراسة الفصل الأول تمّ تخصيصه حول الازدواجية، أما
الفصل الثاني تمّ عنوانته بـ " الترويج الاشهاري السياحي " أما الفصل الثالث فخصص حول
الدراسة الميدانية والمتمثل في الإجابة عن الأسئلة المقدم لعمال الإذاعة عن طريق استمارة الاستبيان

، ما نأمل الإجابة عنه حول الإشكالية والمتمثل في "أثر الازدواجية اللغوية في الترويج الإشهار في الجزائر -إذاعة الزيبان نموذجاً-"، وقد استندنا لفرضيات المساعدة لحل الإشكالية والتي تتمثل في :

✓ هل الازدواجية اللغوية لها الأثر البليغ في عملية الإشهار السياحي والترويج له

✓ اعتماد الإذاعة المحلية لغة أحادية إما العربية أو الفرنسية في عملية الترويج لإشهارى

السياحي في مدينة بسكرة.

✓ هل للإعلام المحلي دور فعال في تنمية اللغوية في المجال السياحي أم لا ؟

لعل الدوافع التي كانت سبباً في اختيار العنوان ومحل الدراسة نجد دوافع الذاتية

وآخري الموضوعية

الدافع الذاتي :

✓ حب اللغة العربية وغيرتي من التهكم عليها من غير أهلها

✓ عدم المبالاة باللغة العربية والخط من قيمتها وإعلاء اللغات الأجنبية على حسابها

واستعمال اللغة الدارجة مع اللحن الفظيع.

✓ ضعف الكفاءة اللغوية لدى الإعلاميين ،خاصة أثناء التواصل اللغوي بين المذيع

والجمهور

الدافع الموضوعي :

✓ بيان أهمية اللغة في الإعلام المحلي وأثرها في التواصل بصفة عامة

✓ تقييم دور الإذاعة في بعث وتنشيط المجال السياحي في مدينة بسكرة من خلال

الإشهار والترويج.

أما المنهج المتبع في الدراسة فقد اعتمدنا على نوعين من المناهج هما المنهج الوصفي من خلال الفصلين الأول والثاني أما الفصل الثالث وهو الأهم فالمنهج المناسب المنهج الإحصائي التحليل للعينة وفق الاستبيان التي طبقت على العينة (سؤال وجواب) .

أما المدونات العلمية المتخصصة في المجال اللغة والسياحة تكاد منعدمة تمام، لهذا جاءت معاناتنا مع المذكرة من قلة المراجع، غير هذا بتوفيق من الله عز وجل استعنا بمجموعة من المذكرات من كلية العلوم والاتصال جامعة قسنطينة³، وبتعاون أساتذتها من أهل الاختصاص وإرشادهم لي لبعض المسارات التي تخدم المذكرة، ومن بين المذكرات التي تمّ الاستعانة عليها نجد:

"دور الاتصال السياحي في تحسين صورة مدينة قسنطينة"-دراسة ميدانية لزوار المحليين لمؤسسات السياحة في مدينة قسنطينة- أما المراجع المعتمد خصوصا في المجال اللغوي مجد فردينارد دوسوسير: علم اللغة العام، داود محمد محمد: العربية وعلم اللغة الحديث،: نوال عطية: علم النفس اللغوي، صالح بلعيد: هموم لغوية و المواطنة اللغوية وأشياء أخرى و ضعف اللغة العربية في الجامعات الجزائرية

مع هذا، فقد واجهنا صعوبة كبيرة في بحثنا المتواضعة كون التفريق بين الازدواجية والثنائية اللغوية لم يزل محل نقاش مستمر بين العلماء المغاربة و المشاركة هذا من جهة، وتطبيق المفهوم في المجال السياحي، صعب علينا المهمة في رصد واختيار الأسئلة المناسبة لموضع الرسالة لعلمية ومجال

التطبيق ،مع هذا وتوفيق من المولى عز وجل تمّ البحث في رصد الظاهرة اللغوية داخل المجال السياحي .

والشكر الجزيل للأستاذة :فوزية دندوقة ؛ على جميل صبرها وسعيها في رصد الأخطاء وتصويبها، وما غاب عنا نلمس حسن الظن في اللجنة المحترمة.في تصويبها وتقييمها على الوجه الأحسن والأفضل للخروج بمذكرة تليق بمكانة ومستوى الشهادة، كما لا أنسى الشكر العميق لمن ساعدنا من قريب أو بعيد ؛وخاصة الأستاذة العابد سكيبة أستاذة في كلية العلوم والاتصال جامعة قسنطينة 3 ،التي حضينا بشرف زيارتها فقدمت النصح والتوجه السديدين في مجال الإعلام والسياحة،وتقييمها لأسئلة الاستيانه وإعطاء النماذج المناسبة؛ فلها كل الشكر والتقدير والاحترام ولجميع الطلبة وأساتذة كلية اللغة العربية آدابها

الفصل الأول

أولاً : مفهوم الازدواجية اللغوية

- 1- تعريف الازدواجية
- 2- تعريف اللغة
- 3- تعريف الازدواجية اللغوية

ثانياً : مفهوم الثنائية اللغوية

- 1- تعريفها
- 2- أسبابها

ثالثاً : الفرق بين الازدواجية والثنائية والتعددية

رابعاً : عوامل ظهور الازدواجية في الجزائر

- 1 _ العامل التاريخي
- 2 _ العامل السياسي
- 3 _ العامل الاجتماعي

تعد ظاهرة الازدواجية اللغوية من أهم المشكلات اللغوية الاجتماعية التي تواجه الدراسات اللسانية الحديثة، بيد أنها لم تحض بالقدر الوافي بالدراسية وخاصة الدراسات العربية التي تشكل الفضاء الأمثل لدراسة هذا النوع من المشكلات اللغوية، وإن كان للغربيين السبق في هذا النوع من الدراسات .

ومع هذا فجل الدراسات لم ترس على ضبط وتقنين محدد لمصطلح الازدواجية اللغوية والسبب قد يكون في ترجمة المصطلح من اللغة الأجنبية إلى اللغة العربية بحسب وجهة نظر كل مترجم، واختلف في تطبيقه أقلام الباحثين العرب نظرا لتداخله مع مصطلح الثنائية اللغوية .

ونشير أننا في بحثنا هذا سنورد مصطلح الازدواجية اللغوية "BILINGUISME" على مصطلح الثنائية اللغوية "Diglossie". رغم أن لهذا الأخير فضل الأسبقية تاريخيا ، وهذا لكون الازدواجية أكثر استعمالا في المعاجم اللغوية ، وذلك ما بين نظامين لغويين منفصلين لكل واحد منهما نظام خاص به مثل « العربية -الفرنسية » .

أولاً : مفهوم الازدواجية اللغوية:

1- تعريف الازدواجية:

أ/ لغة: جاء في لسان العرب «الزُوج: خلاف الفرد، يقال: زوج: زوجاً أو الفرد، وكان الحسن يقول في قول عز وجل: ﴿وَمِنْ كُلِّ شَيْءٍ خَلَقْنَا زَوْجَيْنِ﴾ قال: السماء زوج والأرض زوج، والشتاء زوج، والصيف زوج، والليل زوج، والنهار زوج، ويجمع الزوج أزواجاً وأزواجاً.... والأصل في الزوج الصنف والنوع من كل شيء، وكل شيئين مقترنان، شكلين كانا أو نقيضين فهما زوجان، وكل واحد منهما زوج¹

كما قال أبو رجزه السّدي حين قال :

مَا زَلْنَا نَسِينُ، وَهَذَا مَا كَلَّ صَادِقَةٌ

بَاتَتْ تَبَاشِرُهُ رَمًا غَيْرَ أَزْوَاجٍ

وقال تعالى في محكم تنزيله : ﴿وَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ زَوْجٍ بَهِيجٍ﴾² و ذكر ابن

سيده : الزوج الفرد له قرين والزوج : اثنان، وقال ويدل على الزوجين في كلام

العرب اثنان ، وقول الله عز وجل : ﴿وَأَنَّهُ خَلَقَ الزُّوجِينَ الذَّكَرَ وَالْأُنثَى﴾³ .

¹ -الفضل جمال الدين محمد مكرم بن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، دار البصائر ، بيروت، لبنان ، ، 1992، مج 2 مادة (ز، و، ج)، ص: 291/292.

2- ق/ 7.

3-النجم/45.

ولأن مصطلح الازدواجية اللغوية يتكون من لفظتين - كما هو ملاحظ- فإننا سنحاول قبل التطرق إلى تعريفه من الناحية الاصطلاحية الوقوف عند مفهوم مصطلح اللغة حيث كانت وما زالت موضوع الدراسات اللسانية قديما وحديثا، وتعددت تعريفها عند القدماء والمحدثين وكل مجموعة ركزت على النواحي التي تراها مهمة في نظرها .

ب- تعريف اللغة:

ورد في لسان العرب قوله: «اللغة اللّسن، وحلّها أنّها أصواتٌ يوعّ بها كل قوم عن أغراضهم، وهي فُعْلَه لَعَوْتُ أي تَكَلَّمْتُ وأصلها لَعَوْتُ كَكُوءٌ، وَقَوْلُهُ لَمَّةٌ وَثَبَةٌ. كلها لاماتها ووات وقيل: أصلها لغى أو بغو والهاء عوض، وجمعها لغى مثل وبرى، وفي المحكم: الجمع لغات ولغون»¹. وفي القاموس اللغة هي: هي لأصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم، ج لغات ولغات وتكلم»².

على أن مصطلح اللغلة م يرد بهذه التسمية عند العرب الخُلُصّ، بل كانوا يستحسنون مصطلح "اللسان" لدلالة عليه فنجد ما سرى في مجمل القرآن الكريم نحو قوله: ﴿وَلَقَدْ نَعَرْنَا أَنَّهُمْ يَقُولُونَ إِنَّمَا يُعَلِّمُهُ بَشَرٌ لِّلسَانِ الَّذِي يُلْحَلُونَ إِلَيْهِ أُعْجِبِي هَذَا لِسَانَ عِيِّ مُبَيِّنٌ﴾. (النحل/103)، وقال تعالى أيضا ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رُّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ﴾ (إبراهيم/04)

1 ابن منظور: لسان العرب، باب "اللام" مادة "لغا"، ص 12 .

2 الفيروز آبادي : القاموس المحيط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، فصل "الميم"، 1399هـ - 1979م، ج 4، ص 278

ونجد ابن خلدون قد عرف اللغة من منظور اجتماعي قائلاً: «لغة في المتعارف عليه

هي عبارة المتكلم عن مقصوده، وتلك العبارة فعل لساني ناشئ عن القصد بإفادة الكلام

فلا بد أن تصير ملكة متقررة في العضو الفاعل لها وهو اللسان وهي في كل أمة بحسب

اصطلاحاتهم¹؛ فاللغة وليدة المجتمع وهي شكل من أشكال السلوك الاجتماعي وهذا

لاعتبارها ظاهرة اجتماعية.

فاللغة ظاهرة صوتية؛ ميزة يتحلى بها الإنسان عن غيره لتعبير عن غاياته وأهدافه.

فاللغة صنع إنساني الذي ينتمي لمجتمع يتكلم لغة موحدة؛ تختلف من مجتمع لآخر من خلال

ما اصطلاحوا عليه من ملفوظات» فلا يمكن التعرف على إنسان خارج الحقل اللغوي، كما

لا يتصور وجود اللغة دون أناس يتكلمون -اللغة- من كيان الإنسان فلا

إنسانية بدون اللغة...»²، ونجد من عرف اللغة كونها أداة اتصالية ليس فقط بل ربطها

بالفكر وهذا ما ذهب إليه زكي نجيب محمود قوله: «أن اللغة ليست مجرد أداة تعبير واتصال

أما هي مشحونات فكرية وثقافية»³.

انطلاقاً من هذه لأهمية، احتلت اللغة مكانة هامة في الدراسات اللسانية الحديثة

واعتبرت أساساً ومحوراً لكثير من الدراسات ولعل ما يؤكد هذا العالم السويسري

¹ عبد الرحمان بن خلدون، تاريخ العلامة ابن خلدون، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، 1981، ج2، ص1056.

² محمد عزيز الحبابي، تأملات في اللغو واللغة، الدار الكتاب، ليبيا، (د.ت)، ص19.

³ نقلاً عن الزاوي خالد: اكتساب وتنمية اللغة، مؤسسة حورس، القاهرة، مصر، 2006، ص13.

"فاردينارد دوسوسير"^{*} الذي جعل من اللغة أساسا ومرتكزا في دراسات اللغوية اللسانية الحديثة. فاللغة جزء محدد من اللسان، مع انه جوهري -لاشك- اللغة نتاج جماعي لملكة اللسان ومجموعة من التقاليد الضرورية التي تبناها مجتمع ما ليساعد أفرادها على ممارسة هذه الملكة¹ «
 من خلال تعريفات السابقة وخاصة تعريف ابن جني الذي كان شاملا من حيث كونه مسبوqa زمنيا عن أقرأته ،حيث رسم لمفهوم اللغة من حيث طبيعتها ومن جانب ووظيفتها من جانب آخر. كون الطبيعة صوتية، والوظيفة الأساسية تكمن في التعبير عن حاجة إنسانية لغاية تواصلية فقط، من هذا نستخلص أربع خصائص:

1/ اللغة أصوات :

كون الصوت حقيقة أساسية ،كما أكدها علم اللغة الحديث فالصوت اللغوي هو الصورة الحية للغة ،واللغة لا تنطق ،وهي ميتة ،ونجد العرب ربطوا اللغة بالجانب الصوتي وسلامة مخارجها مثل ما فعل الخليل بن احمد الفراهيدي هذا من جهة ،ومن جهة أخرى هنالك من ربطها اللغة بالقرآن². كون القرآن الكريم مجال تظهر فيه اللغة جليلة صوتيا .

2/ اللغة أداة تعبير :

وهذا ما ركزت عليه المدرسة الاجتماعية لكون اللغة مرآة المجتمع، ترتبط بالجماعة في تقدمها وتخلفها، فاللغة تتأثر بأهلها -من يستعملها-فقوتهم من قوتها وتخلفهم من تخلفها.

¹ فاردينارد دوسوسير:علم اللغة العام ،تر:يونيل يوسف عزيز،دار آفاق عربية ،بغداد ،1985،ص27

² ينظر:داود محمد محمد:العربية وعلم اللغة الحديث ،دار غريب ،القاهرة ،مصر ،2001،ص.50

* فاردينارد دوسوسير : f.de Saussure(1857-1913) مؤسسة المدرسة البنيوية

لقد أقر ذلك من المنتسبين للمدرسة الاجتماعية أمثال "يسبرسن" "YASPERSEN" الذي أقر أن اللغة لا تستخدم للتعبير عن الأفكار بقدر ما تستخدم للتواصل الاجتماعي والتعاون بين أفراد الجماعة¹.

3/ اعتبارية اللغة:

فمثلاً نجد في اللغة العربية في كلمة (ضرب) فالعلة في وضع العرب بهذا المصطلح ودلالاته هي علة منطقية لربما استعملوا بدل ضرب لفظة ربح مثلاً لغاية تحميل الكلمة دلالة معينة توافقت عليه جماعة لغوية معينة فالتغير لا يظهر إلا بإرادة الجماعة اللغوية. فاللفظ بعينه يختلف باختلاف اللغات؛ أي خاصية الدال والمدلول المعين؛ إنما هي عمل اعتباري لا يخضع لتعليل المتكلم من مقصوده وتلك العبارة فعل اللسان، فلا بد أن تصير ملكة مقررة في العضو الفاعل لها وهو اللسان وهو كل أمة بحسب اصطلاحاتهم²

إضافة إلى الخصائص هناك من أضاف ميزة أخرى للغة وهي كونها "إنتاجية" فالتواصل الذي يتم بين المتكلم والمستمع (المرسل والمرسل إليه). قد يتم بتأكيدات مخالفة لما هو معتاد سماعه، فالأمر الذي يولد لنا ما هو جديد ومبتكر، لذا تتميز اللغة بكونها ناقلاً ثقافياً³. وهناك من تصور اللغة على أنها "كائن بشري حي يعيش مع الإنسان ويخضع لمختلف مظاهر التطور التي يمر بها في بيئته، فأى تغيير أو تطور يطرأ على حياة ذلك الكائن البشري

¹ - ينظر: داود محمد محمد: المرجع السابق: ص51

² - ينظر: معروف نايف محمود: خصائص اللغة العربية، دار النشر، (د.ط)، بيروت، لبنان، 1998، ص16.

³ - ينظر: محمد محمد علي: مدخل إلى اللسانيات، دار الكتب الوطنية، طبعة الأولى، ليبيا، 2004، ص28 وما بعدها.

يجب أن تنعكس على لغته التي لا تنفصل عنه لحضه من زمان¹ وهناك من حمل اللغة صبغة أخرى أو بمنظور مختلف كونها -اللغة- قوة إنتاجية توليدية فائقة، وأساس كل أنواع النشاطات الثقافية وخير دليل يحتذي به الباحث إلى معالجة المجتمعات الحديثة، بل هي عامل مهم للترابط بين جيل وجيل ووسيلة انتقال الثقافات بين العصور عبر هذه الوسيلة العجيبة².

من هنا، يمكننا القول أن اللغة ذاكرة المجتمع وهي أيضا أداة تواصلية حيث أنها "ابتكار مزدوج الأثر إذ هي أداة اتصال وأداة تسجيل، تعمل بواسطة التعميم والتجريد على تثبيت المعرفة في الإدراكات وتسمح لها بالتطور لا حد له"³.

ولعل اللغة بخلاف أنها ألفاظ -مكتوبة- هي كذلك ما يظهر من تعبيرات الوجهة

ولغة الإشارة -رموز- الإيماءات.⁴

فالأدوات التعبير من أصوات وألفاظ وكل ما له من سبيل في عملية التواصل يعد لغة

وإن اختلف مستواها.

وإذا ما انتقلنا للحديث عن العلاقة القائمة بين الإنسان واللغة من جهة، وبين اللغة

والمجتمع من جهة ثانية، فإننا نجد علاقة تعددية في حين نقول: «الإنسان (...) تعني اللغة

¹ - ينظر: نذير محمد مكتبي: الفصحى في مواجهة التحديات، دار البشائر الإسلامية لطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1991، ص 13.

² - محمد مبارك: فقه اللغة وخصائص العربية، دار الفكر، بيروت، لبنان، 1975، ص 232.

³ - فندرس. ج: اللغة، تعريب: عبد الحميد الدواخلي ومحمد القصاص، مطبعة لجنة البيان العربي، القاهرة، 1985، ص 12.

⁴ - ينظر: محمد احمد السيد: في طرائف تدريس اللغة العربية، (د.ط)، دمشق، سوريا، 1988، ص 11.

و حين نقول اللغة ... فإننا نقصد المجتمع¹ . فاللغة لا تظهر ميزاتها وخصائصها خارج إطار المجتمع والتفاعل معه سلبيًا أو إيجابيًا.

وفي هذا الإطار، توضح "نوال عطية" أهمية اللغة والعلاقة القائمة بينها وبين الجماعة اللغوية كون اللغة أعظم اختراع قام به الفرد، وإنما الوسيلة الاجتماعية الأكثر إشباعاً وأهمية بالنسبة له من أي وسيلة اجتماعية أخرى (...). فوظيفة اللغة تكمن في إشباع رغبات الفرد والتعبير عن الأفكار والإحساسات، بيد أن اللغة تتحلى وتبرز في الفكرة الكامنة لدى الفرد وتنعكس تمظهرها للآخرين².

وفي السياق نفسه، يؤكد فندريس على «أن اللغة من أعظم المبتكرات التي أظهرها التطور البشري، فيجب الوقوف عندها لنرى الدور الذي تؤديه على وجه الدقة، والنصيب الذي تقوم به في التطور الفعلي، ثم ما هي صلات الفرد والجماعة فيما يختص بإنتاج هذه الأداة القيمة»³.

كما يمكننا قوله في الأخير؛ أن اللغة نظام معقد و مركب إلى حد بعيد، وذلك لما يطرأ على النسيج الاجتماعي من تغيرات من شأنها أن تترك - اللغة - أثراً عليه، حيث أنها مرنة وسهلة تأثر بما يحيط بها .

¹ أحمد أبو زيد : ليفي ستراوس عميد البنائيين في فرنسا، مجلة العربي، وزارة الإعلام، الكويت، العدد : 293، أبريل، 1983، ص 80 .

² ينظر :نوال عطية : علم النفس اللغوي ، مكتبة لأجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1975، ص، 21.

³ ينظر :كمال بشير :علم اللغة الاجتماعي، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1997، ص 27.

3/ تعريف الازدواجية اللغوية:

اصطلاحاً: يعرفها المعجم المفصل في علوم اللغة أنها: " حالة وجود لغتين عند شعب ما

تتكلم يهود أمريكا اللغتين العبرية والانجليزية"¹.

ورد في قاموس *Le petit robert* على أن الازدواجية اللغوية هي:

"*Personne qui parle deux de Longus*"²

ترجمة:

تعريف الازدواجية بأنها "استعمال لغتين عند الفرد "

وهناك من عرفها بأنها "تعيش لغتين مختلفتين في مجتمع نفسه أو الرابطة الاجتماعية

بشرط أن يكون أغلبية أفراد أو المتكلمين فعلاً مزدوجي اللغة"³.

من خلال التعريف نجد أن الازدواج اللغوي هو تمكن الفرد أو الجماعة اللغوية التي

تستوطن منطقة معينة لها القدرة على التكلم لغتين متساويتين في الاستعمال.

أما في المعاجم المتخصصة الفرنسية نجد تعريف الازدواجية على أنها"

« D'une manière général le bilinguisme est la situation linguistique dans laquelle sujets sont conduits à utiliser alternativement ,selon les milieux ou les situation, deux langues différents. c'est le cas le plus courant du plurilinguisme »⁴

1- محمد أننويحي ، راجي الأسمر: المعجم المفصل في علوم اللغة (الأسننيات)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2001، مج:1، ص، 18.

2- POUL ROBERT ; LE PETIT ROBERT ; AVENUE RMENTIER ; PRIS ; 1996 :P :184

3- GEORGES MAUNIN ; DICTIONNAIRE DE LA LINGUISTIQUE ; FRONCE ; JUIN ;2006 :P :52.

4 Dubois jean et la' dictionnaire de la linguistique, Buf , paris, 1993 ,p :65

ترجمة:

الازدواجية على أنها الوضع اللغوي الذي يستعمل فيه المتكلمين لغتين مختلفتين حسب البيئة الاجتماعية والظروف اللغوية. ويقصد بالبيئة الاجتماعية النظام اللغوي الذي يستعمله أفراد المجتمع الواحد.

وتختلف الازدواجية من علم لآخر في تعريفها مثل: علم الاجتماع، وعلم اللغة النفسي وهذا الأخير يعرف (bilinguisme) على أنها: "أن يجيد المرء لغتين معا إجادة تامة، لغة الأهل ولغة ولعة أخرى، وقد يكتسبهما معا، وقد يكتسب لغة الأهل أولا"¹. والإجادة هو السيطرة والتحكم في لغين بنفس القدر على التواصل مع الغير .

ويرى صالح بلعيد أن التعريف الأمثل للازدواجية اللغوية أنها: " استعمال نظامين لغويين في آن واحد للتعبير أو الشرح، وهو نوع من الانتقال، وهذا موجود كظاهرة لغوية اتصالية في الشعوب التي خرجت من الاستعمار، وبقيت الآثار العدو باقية في التواصل اليومي والذي أصبح بشكل من الأشكال صورة عفوية للممارسات الكلامية العادية"²

المقصود بآثار العدو باقية في التواصل هي اللغة الفرنسية باعتبارها اللغة الثانية المزوجة للغة العربية الفصحى التي تدرس في النظام التعليمي والمنافسة لها بقدر كبير.

¹ - جلال شمس الدين: علم اللغة النفسي، مناهجه نظرياته وقضاياها، المؤسسة الثقافية الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، المناهج والنظريات، 2003، ج: 1، 109 .

² صالح بلعيد: هموم لغوية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو -، مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، 2012، ص 306

وعقَّها صالح بلعيد أيضا "كل لغة تأتي بفعل الغزو أو الفرض أو التبعية، وتكون لغة غير رسمية ولا وطنية فحدودها في العادة معروفة، واستعمالنا لها لا يقودان إلى الابتداء، بقدر ما يقودنا إلى التبعية المطلقة"¹.

وأتمَّ حديثه إلى أن الشغف بتعلم اللغة الثانية -الفرنسية أو غيرها - وبتالي لم تعد الازدواجية اللغوية مجرد ظاهرة فردية فقط، بل هي ظاهرة اجتماعية أيضا، وهذا ما رمى إليه "أندري مارتين" الذي فصل في الأمر عن فكرة فردية الازدواجية وجماعية الثنائية، وقد طرح تساؤلات إن وجدت في بلد لغتين مختلفين فرنسية أو انجليزية مثلا فماذا نسمى هذه الظاهرة؟ وقد أرجع صالح بلعيد السبب في هذا الاختلاف بقوله "لقد اختلف التعريف في مفهوم الازدواجية اللغوية من باحث لآخر فمنهم من يعتبرها الإتقان المتكافئ بين اللغة القومية واللغة لأجنبية ومنهم من يرى أنها إتقان جزئي للغة أجنبية، بمعنى هيمنة اللغة لأم على اللغة الثانية، واللغة الثانية هي التي يستعملهما الإنسان في إطار مدرسي، مثال ذلك اللغة الفرنسية في المغرب العربي واللغة الانجليزية في أغلب أقطار المشرق العربي"².

نجد من التعريف السابق أن ظاهرة الازدواجية لصيقة بتيار موالي للغة القرآن من جهة وتيار من برى آن اللغة الثانية متجدد ومتطور فلغة العربية لغة مقيدة بقواعد نحوية صعبة المراس.

2- صالح بلعيد:المواطنة اللغوية وأشياء أخرى...،دار هومة للنشر،الجزائر،2008،ص40. ينظر: تعليم اللغة الأجنبية (اللغة الثانية) اللغة الفرنسية في الجزائر: سوهيلة دريوش،جامعة تيزي وزو، ملاقى الوطني -التخطيط للغوي - 03-04-05 /ديسمبر/2012. الجزء الثاني ص104.

²ينظر: صالح بلعيد:ضعف اللغة العربية في الجامعات الجزائرية (جامعة تيزي وزو)،دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع،2009،ص39.

ولعل الظاهرة تنتج بصورة طبيعية- تلقائية-، وهذا يعود لميزة الاحتكاك لغة بلغة عبر فترات من الزمن، مما ينتج عليه قدرة الفرد أو المجموعة على التعامل واستعمال نظامين كليهما أثناء التخاطب اليومي، ويقابل الازدواجية في اللغة الأجنبية-الفرنسية- *bilinguisme* وحتى نقول عن الشخص انه مزدوج اللغة، يشترط أن يكون لديه القدرة على السيطرة التامة على لغتين وان يتصرف في كليهما بجرية تامة ومتساوية هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن يحظى بالقبول في محيطه الاجتماعي وجعل هذا الأخير اللغة واحدة من أبنائه وغير هذا يكون ازدواج اللغة محدودا جدا¹

مما سبق ذكره نجد أن ظاهرة الازدواجية اللغوية حظيت بالاهتمام ومحاولة في الدراسات اللسانية عامة والاجتماعية خاصة، حيث نجد انتشارها مرهون بنصوص دستورية لدولة ما عند لإقرارها بوجود لغتين لهما نفس الحقوق، والمكانة في المؤسسات الرسمية مثل البرلمان والحكومة والتعليم، وهذا الإقرار لا يكون عبر اتفاق جميع أفراد لذلك البلد للغتين والاحتكاك بهما معا جنبا إلى جنب، وان وجد تجاوز طفيف بينهما في الاستعمال اليومي، لعل أهم العلوم الإنسانية الذي عُنِيََ بدراسة الازدواجية اللغوية وأثرها على التواصل الاجتماعي ألا وهو علم النفس اللغوي، الذي يهدف إلى كشف الآثار الناجمة عن الاحتكاكات اللغوية التي يستعملها الناطقون اللغة معينة أو عدة لغات.

¹ - ينظر : هديسون : علم اللغة الاجتماعي ، تر:محمود عباد ، علم الطب ، ط:2، القاهرة ، 1990، ص51.

لو أرححنا إلى أن الازدواج اللغوي سببه عائد لمخلف استعماري، بيد أنه هناك دول أو مجتمعات لم تستعمر بتاتا. ولكن وجد هناك ازدواج لغوي مثل دول الخليج أمثال: السعودية، أبو ظبي وغيرها. استثناء الكويت. الذي نجد عندهم انتشار اللغة الانجليزية ومعظم اللغات الآسيوية مثل اللغة الفلبينية والصينية والهندية و التي هي أساس أداة تعامل يومي بخلاف العربية

فالازدواج اللغوي عندهم راجعة إلى المقررات الرسمية والبيداغوجية للتعليم ؛ فهي لا تربي حب التمسك بلغة العربية الفصحى الخاصة، حيث يُقبل الطفل على تعلمها والتشبث بها بل تنفره منها، وهذا عائد لما اقر به الأستاذ أحمد محمد المعتوق حين قال: "أن المناهج تعليم اللغة العربية ومقرراتها في المجتمع العربي بنحو عام، لا تشد الناشئة إلى ما ينبي ملكتهم اللغوية بقدر الكافي، ولا تربي فيهم الإحساس بثناء لغتهم الفصحى وجمالها أو تشجهم على الانجذاب الطوعي لما يمكن أن يرقى سليقتهم وحسهم اللغوي¹؛ فالمناهج التربوية لا تسهم في تنمية السليقة اللغوية للناشئة بل تسعى لإحباط اللغة العربية وإعلاء اللغات الأجنبية على حسابها مما ينتج الازدواج اللغوي .

وما يمكن قوله في ختام حديثنا هذا، أن ازدواجية اللغة والصراع القائم بين العربية والفرنسية في الجزائر، وإن كان مقبولا لدى بعضهم، فإننا نجد مرفوضا لدى آخرين، وقد أصبح اليوم مفروضا عليها فد: "بينما كنا في ظل الاحتلال الفرنسي نتكلم العربية في بيوتنا وحياتنا اليومية، والفرنسية في الإدارة والحياة العامة لوجود الفرنسية كلغة احتلال الفرنسي، حرصنا اليوم على ألا تتغير هذه الوضعية كثيرا، ولكن بدلا

¹ أحمد محمد المعتوق: نظرية اللغة الثانية: دراسة في قضية العربية الفصحى، ط: 1، دار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 2005، ص 178

من أن يكون الفرنسيون هم الذين يفرضون علينا لغتهم، وأصبحنا نحن الذين نفرضها على أنفسنا وعلى أطفالنا.¹

وبجدر بنا ذكر الأسباب المؤدية لظهور الازدواجية اللغوية وأنواعها التي لها علاقة المؤسسات

الاسباب: 1- الاستعمار-2 التجارة 3- التفوق الديمقرافي 4-الفاعلية والنفوذ5- التوسع والارتقاء6- التربية والتعليم7-التأثير الاقتصادي 8- وسائل النشر والاعلام.

بحسب المؤسسات:

1- الازدواجية اللغوية الدائمة 2- الازدواجية اللغوية الخاصة بالأقليات العرقية 3- الازدواجية اللغوية الاقليمية 4- الازدواجية اللغوية لمؤسسات المؤقتة 5- الازدواجية اللغوية الخاصة 6-الازدواجية اللغوية الفئوية7-الازدواجية اللغوية المدرسية

أنواع الازدواجية اللغوية:

- 1- الازدواجية اللغوية المكملة
- 2- الازدواجية اللغوية المنتجة
- 3- الازدواجية اللغوية ذات الاجتهادين
- 4- الازدواجية اللغوية السلبية
- 5- الازدواجية اللغوية الانتقالية
- 6- الازدواجية اللغوية/الاستقبالية/ الوظيفية/ المتبادلة/الأفقية/ المؤسساتية/ المتأخر/ الاضافية/المبكرة/ غير متبادلة²

¹ عبد الله شريط: نظرية حول سياسة التعليم والتعريب، المؤسسة الوطنية، والكتاب، الجزائر، 1984، ص12.

² F.W UC KEY ; IN CHODLI FITOURI : IDEN :P :109/113 ينظر :فرحي سعيد دليلة ، الازدواجية اللغوية في الجامعة الجزائرية، دراسة لسانية ميدانية ، معهد الهندسة المعمارية بجامعة بسكرة أنموذجا -بحث لنيل شهادة الماجستير في اللسانيات ، اشراف: السعيد هادف ،جامعة العقيد الحاج لخضر ، باتنة، كلية الآداب والعلوم الانسانية ، قسم اللغة العربية ولآدابها ،1420/1421هـ ،2000/1999، ص46/41

ثانيا/ مفهوم الثنائية :

1- تعريفها:

إن مصطلح الثنائية اللغوية ظهر لأول مرة على يد الكاتب اليوناني "امانويل غوداي" "EMANUOIL ROIDIS" لأسباب متعدد كانت ناجمة عن الوضعية اللغوية المتضاربة في المجتمع اليوناني، وهذا بوجود مستويين لغويين هما : "كتارفوسا" و"دموتيكي" "DOMITIKI/KAHARVAUSA"، حيث أخذت هذه الأخيرة من الإغريقية القديمة "DOMILEKI" مرادفها عند الإغريق "DIJLOTTOS" والذي يعنى استعمال لغتين عموماً¹.

وهذا ما وافق تعريف "جيان سبتشاري" "JEAN PSICHARI"؛ إذ دعي إلى الضرورة أن تحظي

دوميتيكي Domitiki شرعية دستورية².

ولعل القول الراجح بأن الثنائية اللغوية ظهرت على يد العام الأمريكي "تشارلس فيرغسون"

CHARLES FERGUSON بعد نشر مقال بعنوان DIGLOSSIE سنة 1959³، لدلالة على

الثنائية ويعنى بها : "تعايش تنوعين لغويين في صلب الجماعة الواحدة حيث فصل في مستويين للثنائية اللغوية

وضبط المجال التي تستعمل فيه كلاً على حدا، وهذا بوجود "شكل راق" (voriètè-haute)، ونجد

في ترجمة أخرى التنوع الرفيع ومحل تواجد هذا النوع نجده في المدارس والمعاهد والجامعات

² H. Boyer ; sociolinguistique ; Lausanne de la chaux et niestl's ;1996 ;p 118.

² المرجع نفسه :الصفحة نفسها

¹ -Harems et blanc ;bilingualité et bilinguisme ; pierre mordage éditeur ;bellgique

1983 ;p 238.

والمؤسسات الحكومية، أما الشكل الأقل درجة فأطلق عليه الشكل الأدنى (voriètè- basse) ونجد في ترجمة أحمري التنوع الوضيع.

أي وجود للغة بمستويين راق أو العالي حيث تستعمل في الإدارات والمؤسسات الإعلامية والتعليمية وأما المستوى الثاني يستعمل لدى عامة الناس في مختلف مواقف التخاطب اليومي في المنزل والسوق والشارع.

وعلى غرار دول العالم الذي تتسم بلغات ذات مستويين فصيح والآخر عامي "فاللغة الانجليزية البريطانية مثلا لهجات متعدّدة في ويلز واسكتلندا ،وايرلندا وكانت وغيرها من الأقاليم البريطانية"¹ .

كما أعطى فيرغسون تعريفاً آخر حول الثنائية اللغوية على أنها: "وضعية لغوية مستقرة نسبيا يوجد أنها نوع مواز جدا راقى الترميز(أكثر تعقيد) يحمل مجموعة من الآداب المكتوبة أو في اللغة المنطوقة، ولكنها لا تستعمل في المحادثة العادية، في أي من أجزاء الجماعة، وهذا بالإضافة إلى وجود الأشكال لهجية التي قد تتضمن نماذج جمهورية²، أعطى "لويس كلاف" " louis jean Calvat"³ أربعة نماذج توضيحية للشكلين السابقين والتي تتمثل في الجدول الآتي:

² - على القاسمي: "العربية الفصحى وعاميتها في السياسة اللغوية"، أعمال الندوة الدولية "الفصحى وعاميتها: لغة التخاطب بين القريب والتّهذيب، المجلس الأعلى للغة العربية بالتعاون مع وزارة الثقافة الجزائر 4 و5 يونيو 2005، الجزائر، (منشورات المجلس 2008) ص: 73. ينظر كمال بن جعفر: استعمال اللغة العربية في التدريس بالجامعة الجزائرية لبن الواقع والمأمول، كلية الحقوق بجامعة بجاية أمّودجا، دارسة سوسيو لسانية ص: 08.

¹ Louis-jean Calvat ;La sociolinguistique ;presses universitaire de fronce ;fronce 1992 ;p :42

³ المرجع السابق:ص43 Louis-jean Calvat !

شكل أدنى	شكل راق	اللغة	الدولة
العربية الدارجة Domitiki (اليونانية الشعبية)	العربية لكلاسيكية (القرآن) Kathareviusa	العربية اليونانية	الدول العربية اليونان
اللهجة الألمانية allemand	الألمانية الأدبية hochdevtch	الألمانية	سويسرا الألمانية
كريول créole	اللغة الفرنسية	اللغة الفرنسية	هايتي

نجد الفروق بين المستويان الراقى والأدنى وعمد فيرغسون إلى تدقيق عن المواضع الصحيحة في نظريته

حول الثنائية ومستوياتها 1- الشكل الراقى، والشكل الأدنى - وهذا ما يمثل الجدول الآتي :

اللغة الأدنى (الشكل الأدنى)	اللغة الراقية (الشكل الراقى)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ محاورات العائلية - الآداب الشعبية ➤ لا تحظى بمكانة إلا في حدود ➤ مجاله الوسط الثقافي الضيق - شعبي - ➤ اللغة الأولى للمتحدثين ➤ ليست لها قواعد ثابتة مثل الشعر الشعبي 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ الكنيسة - الجامعة - الآداب ... ➤ له مكانة عالية ➤ لإنتاج لآداب معترف بها. مستحسن. ➤ اللغة الأولى في المدرسة - تعليمية - ممنج - (قواعد. معجم ...)
<p>يرتبط الشكلان بصلة القرابة من حيث أنهما يسوقان اللغة في مستوى واحد، وكل منهما له قاعدة ومعجم خاص وإن اشتركا في المصطلحات والملفوظات وإن وجد اختلاف الصوتي فقط</p>	

جاءت أعمال "فيشمان" "JOSHUR FISHMAN" مختصر على شكل مقال وتأكيد

على صحة القول الراجع أن فيرغسون هو أول من أنتج مصطلح الثنائية اللغوية حيث قال :

"diglossie : le cours des quelques année écoulées el puis Ferguson ;le premier ;employa le tem dé " diglossie¹

جاء في قاموس لاروس "la rousse" على أن الثنائية هي:

« N.F. Ling coexistence, dans un même pays, soit de deux langues différentes soit de deux états, d'une même langue, l'un savant ,l'autre populaire »²

ترجمة:

تواجد في دولة لغتان مختلفتان في نفس الدولة ،أو حالتين لغة واحدة شعبية وأخرى راقية
واعتبر محمد علي الخولي الثنائية كونها وجود لهجتين إحداهما فصيحة وأخرى عامية
في مجتمع نوعا من الثنائية اللغوية وقد أعطى تسمية الثنائية الرأسية فقال : "أما إذا كانت اللغتان
لهجتين للغة الواحدة كأن تكون لهجة عالية فصيحة ولهجة محلية فتدعى ثنائية لغوية رأسية
VERTIAL BILINGUALISM"³ ، أي وجود لغة واحدة ذات مستويين ،الأولى فصيحة
والثانية عامية دارجة ، بشرط في مستوى واحد(المستوى المقصود به اللغة واحدة) .وإن كان هناك
اختلاف بينهما ،إلا أن الاختلاف يظهر في التعبير الصوتي والتلفظ فقط كونهما ينتميان للغة
واحدة وهذا ما نطلق عليه الثنائية اللغوية

¹ Joshua fishman: sociolinguistique et culture ; éditions labre (Bruxelles) ; Nathan (paris) 1971 ;p :87.

² Petit Larousse en couleurs ;librairie Larousse ;edition1985 ;p :294

³ محمد علي الخولي : الحياة مع لغتين ،"الثنائية اللغوية" مطابع الفردوس ،ط:1 ،الرياض ،السعودية ،1988،ص:20.

وإذا ما انتقلنا إلى المشاركة العرب فإننا نجد أن هناك عدة تعريفات للثنائية فنجد:

➤ الوضع اللغوي لشخص ما، أو الجماعة بشرية معينة تتقن لغتين وذلك من دون أن تكون لدى أفرادها قدوة كلامية مميزة في لغة أكثر مما هي لغة أخرى .

➤ هي الحالة اللغوية التي يستخدم فيها المتكلمون، وبالتناوب وحسب البيئة والظروف اللغوية للغتين مختلفتين¹.

والملاحظ من هذا التعريف، أن قائله أطلق الحكم على الفرد الذي يستطيع التكلم بلغتين دون التفريق هل هذه القدرة التناوب اللغتين لدى الفرد الواحد ازدواجية أو ثنائية هذا من جهة ومن جهة أخرى نجدها-الثنائية-أنها امتلاك الفرد أو الجماعة لغتين في شكلهما المحكي أو بالتناوب في استعمال لغتين أو أكثر²

في خضم التعريفات السابقة للثنائية اللغوية نجمل أن الثنائية تكمن بين لغتين متناوبتين فيما بينهما لحسب المقام. لعل فضاء الثنائية اللغوية ونشوتها يفرض علينا تبيان أسباب ظهورها، ومن أهم الأسباب نوجزها في النقاط الآتية

2/ أسبابها :

1- أسباب سياسية:

يعتبر العامل السياسي اهمم العوامل في ظهر الثنائية اللغوية وتفشيها كالهجرة الجماعية بسبب الاضطهاد السياسي أو العرقي أو الديني أو هروبا من الفقر والأمراض، بحثا

¹ ميشال زكريا : قضايا ألسنية تطبيقية (دراسات لغوية نفسية مع مقارنة تراثية)، دار العلم للملايين ، ط:1، بيروت ،لبنان، 1993، ص35

² المرجع السابق : ص36

عن السلامة والأمن ومنها يستدعى المهجرون تعلم لغة البلد المضيف ،وهناك عامل الغزو العسكري الذي يفرض على الدولة المحتلة ضرورة وأهمية اللغة الثانية ومنفعتها وتفاعلهم بها.

ملاحظة: إذا نظرنا لمفهوم الثنائية من الجانب السياسي نجد أننا لا نتحدث عن الثنائية بل الازدواجية .

2- أسباب اقتصادية:

ومجاله المعاملات الاقتصادية والصفقات التجارية التي تسري بين مختلف أطراف العملاء التجاريين، وهذا التقارب التجاري ينجم عنه تقارب لغوي بوجود لغة مشتركة، وإن كان لا يوجد تقارب صوتي للغة المشتركة ضمن مستوى واحد بتالي وجود لغة مشتركة أي كلا منهما ثنائي اللغة، أو نشوء ثنائية.¹

3- أسباب اجتماعية ونفسية:

ويمكننا أن نرجع هذا النوع من الأسباب إلى تلك العلاقات بين الأفراد مثل: الزواج بين اثنين مختلفي الجنسية، كل منهما يسعى لتعليم أولاده اللغة الأم (المنشأ) وهذا من وجهة نظر كل منهما، ورغبة الشباب في الهجرة بذريعة استكمال التعليم ومن ثم الزواج بالأجنبيات.²

¹ عناني وليد - برهومة عيسى : اللغة العربية وأسئلة العصر، ط:1، عمان، الأردن ، 2007، ص103

² عناني وليد - برهومة عيسى :المرجع السابق: ص:104-105

في حين، يرجع العامل النفسي إلى عدم القدرة من التمكن والإحاطة باللغة لأم والتقليل من أهميتها واعتبارها لغة ثانية لا لغة تقدم وحضارة، بحثٌ وُلِّدَ في نفوس أهلها الشعور بالخلل، إذا تكلم أحداً بها ويسعى إلى تقليد الغرب ذلك التحضر والتقدم، كون لغتهم حية لا تموت .

اعتماداً على محاولتنا تقديم لمحة حول مصطلح الثنائية اللغوية واختلاف ترجمتها كونها لغة "نظام لغوي" أو مستوى له لغتان من نفس نظام اللغوي (فصحي، عامية)، فإننا نجد أن الصعوبة تكمن في ترجمة المصطلح إلى اللغة العربية وهذه الإشكالية دلالات :

✚ غياب المصطلح في اللغة الثانية

✚ عدم القدرة على الحصول على التعادل فيلجأ المترجم للغة الثانية عن طريق آلية الاستلاف .

✚ عدم وجود ما يقابل المصطلح المعجمي في اللغة الثانية .

من خلال ما تقدم، نرى أن الاختلاف يكون واضحاً في الكتابات التي تناولت هذه الظواهر اللغوية، لعله عند العرب يظهر بدرجة أولى ما بين المشاركة والمغاربة فالمشاركة لديهم الازدواجية (diglossia)، أما الثنائية (bilingualism) والعكس عند المغاربة.

ومما يمكن ملاحظته، أن بعض المشاركة يوافقون المغاربة في التسمية، وهذا لكون الوسط المغربي أكثر وسط تتواجد في هاتان الظاهرتان في التنوع اللغات واللهجات والدراسات تكون واضحة المعالم في هذا الوسط الاجتماعي وتكون بالأخص الازدواجية

bilingualism ظاهرة وجلية وسهلة الدراسة بين لغتين مختلفتين له ماله من قواعد

ومعجم خاص بها، أي الروح والعبقرية بين العربية والفرنسية، الألمانية، والتركية، بين الصينية

والروسية¹

ثالثاً: الفرق بين الازدواجية اللغوية والثنائية والتعددية اللغوية.

تعد كل من الازدواجية اللغوية والثنائية والتعددية اللغوية، خصوم على الفصحى

حيث تقوم بهدمها والتخلص منها، كما أن تأثير هذه المصطلحات في شخصية مستعملها

قد يكون سلبي أكثر مما هو إيجابي، نود الإشارة إلى ان الخلط بين المصطلحات في طيات الكتب

العلمية والأدبية بالأخص هو خطأ وقع فيه الباحثين في مجال النقل والترجمة من المصطلحات

العربية إلى المصطلحات العربية والتي تؤدي إلى خلط المفاهيم وبالتالي تختلف التعريف وضبط

المفهوم - من وإلى العربية -

وهذا ما ألح علينا التفريق بين المصطلحين -الازدواجية والثنائية- أما التعددية فلا بأس بها

كونها تمس الأفراد والمجتمع على السواء. وعند المقارنة نجد الازدواج اللغوي يعرف باسم

BILINGUE، أما في المعجم نجد باسم DIGLOSSIE أما الثنائية اللغوية في المعجم نجدها عُرِفَتْ

بـ: BILINUILISME، أما في القاموس مجدها BILINGUE.

مما سبق ذكره على أن الازدواجية كما عرفت المعاجم اللغوية على أنها "الوضع اللغوي

الذي يستعمل فيه المتكلمين لغتين حسب البيئة الاجتماعية والظروف اللغوية"¹، كما نجد تعريف

¹ ينظر: كمال يوسف: الحجاج في فلسفة اللغة، دار النهار للنشر، ط: 2، بيروت، لبنان، 1978، ص: 156.

صالح بالعيد وافق التعريف السابق كونها " استعمال نظامين لغويين في آن واحد للتعبير أو الشرح ،وهو نوع من الانتقال ،وهذا موجود كظاهرة لغوية اتصالية في الشعوب التي خرجت من الاستعمار ،وبقيت الآثار العدو باقية في التواصل اليومي ،والذي أصبح بشكل من الأشكال صورة عفوية للممارسات الكلامية العادية"² .

من خلال التعريفين نجد الازدواجية هي حمل نظامين مختلفين بخلاف الثنائية، وقد خالف الدكتور صالح بالعيد التعريف القائل على أن الازدواجية اللغوية على أنها ظاهرة تمس لغة فصحي مع لغة عامية³ .

يعتبر الفرق بين الازدواجية والثنائية قديما جدا ،كون المصطلحين أطلقا على نظامين السائدين عند كل اليونان والإغريق ،كون اليونان قد أطلقوا مصطلح الازدواجية على الوضع اللغوي السائد آنذاك وتم اقتراض المصطلح عن طريق المستشرق الفرنسي "وليم مارسيه" سنة 1930⁴ ،بخلاف الإغريق فاعتمدوا مصطلح الثنائية عن طريق العالم فيرغسون.

قام جوشو فيشمان joshua fichman بتفريق بين المصطلحين ،حيث جعل الثنائية تدخل في باب اللسانيات النفسية وهي قدرة الفرد على استخدام عدة لغات ،وجعل من الازدواجية اللغوية ضمن باب اللسانيات الاجتماعية وهي استخدام عدة من اللغات في مجتمع واحد.

¹ - Dubois jean et la' dictionaries de la linguistique,p :64:

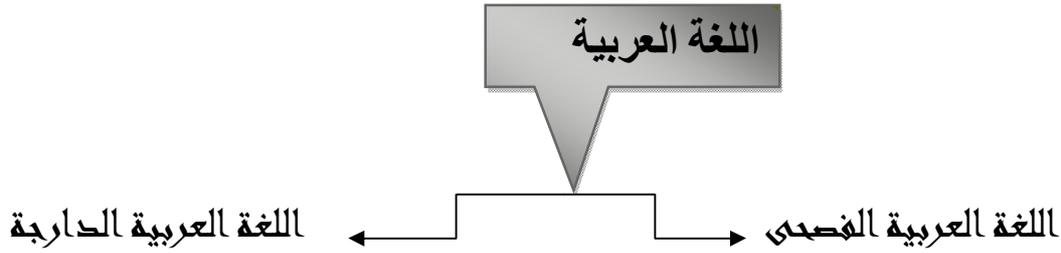
² صالح بالعيد:هموم لغوية،، ص:104.

³ صالح بالعيد،ضعف اللغة في الجامعات الجزائرية ،جامعة تيزي وزو أنموذجا ،ص 41.

⁴ نجاد الموسى :اللغة العربية في العصر الحديث ،قيم الثبوت والتحول،دار الشروق لنشر والتوزيع،ط:1 ،2007،ص137

نجد أن الباحثين المشاركة، قد اتجهوا نحو القول أن الازدواج اللغوي هو الثنائية اللغوية بحسب رأي وليم مارسيه، أما الباحثين المغاربة، نجد أنهم اعتمدوا على مصطلح الازدواج اللغوي بخلاف الثنائية اللغوية أي أن هذا الأخير تكون في نظام لغوي واحد له مستويان راق و وضع مثل اللغة العربية أما الأزواج اللغوي يكون عبر تضارب نظامين لغويين مختلفين مثل اللغة العربية

واللغة



عند التفريق بين المصطلحين الازدواجية والثنائية في اللغة الأولى قبل الترجمة أي أن كلا منهما يحمل نفس الدلالة في الوهلة الأولى. فمصطلح DIGLOSSIA يتكون من شقين DI تعني الثنائي أو المضعف، و gloss تدل على اللغة واللاحقة ia تدل على لفظ الحالة، وعن التجميع نجد المصطلح يدل حالة المضعف او حالة ثنائية (ثنائية لغوية)، أما مصطلح BINOLUGUALISM يتكون من سابقة DI أي مثنى و LINGUAL وتعني لغوي، ولاحقته ISM مدلولها سلوك المميز أو حالة مميزة أو صفة، وعند جمع نجد المصطلح يدل سلوك لغوي مثنى (الثنائية اللغوية).

عند التمعن في ترجمة المصطلحين نجد أنهما يَنْصَبَانِ نحو مفهوم واحد، وهذا قبل الترجمة كونهما في لغة المنشأ عند اليونان أو الإغريق وأن اختلف المصطلح فالدلالة واحدة أي المقصود

بهما الثنائية أن كانت بين نظامين لغويين مختلفين أو في مستوى واحد- فصحي وعامية - غير ان الوضع عند دراسة المصطلحين في الوسط العربي نجد الاختلاف بحسب الترجمة والثقافة في كلتا الحضارتين، وهذه الدلالة نجدها عند وليام مارسيه "WILYAM-MARSIH" الذي عرّف بقوله هذا الاختلاف هو التنافس لغة أدبية مكتوبة ولغة عامية شائعة¹ تعريف وليام ينصب في إطار الثنائية لا الازدواجية كون اللغتين المكتوبة والعامية ضمن المستوى الواحد

أما التعددية اللغوية هي ظاهرة لغوية لصيقة بالمجتمع أكثر منها الأفراد من القدم التاريخ والعصور، تلتصق بعاملتي التاريخي والسياسي بالدرجة الأولى، من تداخل الحضارات واختلاط الشعوب فيما بينهم بسبب الهجرة أو السعي نحو تحسين المستوى المعيشي، وهذا ما ينتج عنه تعدد اللغات في المجتمع الواحد. فالتعددية: هي ممارسة وسلوك تجيء وتسير بصورة عفوية دون عقبات²، إذن هي ظاهرة لا تقتصر صورتها لدولة دون غيرها.

ويراها آخرون بأنها تلك "الوضعية المتميزة بتعايش لغات وطنية متباينة في بلد واحد إما على سبيل التساوي إذا كانت عالمية كالألمانية والفرنسية والإيطالية في الجمهورية الفدرالية

¹ محمد راجي الزغلول: مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، السنة الثالثة، العدد (10/09)، آب كانون الأول، 1980، ص: 121.

² صالح بالعيد: في النهوض باللغة العربية، ص: 79.

السويسرية، وإما على سبيل التفاضل إذا تواجدت لغات عاملة كالعربية بجانب لغات عامية مثل الهوسا و الفورماتسه و السوناري في جمهورية النيجر¹.

فالتعددية وضعية عامة لصيقة بالمجتمع، نستطيع القول أن المجتمع متعدد اللغة أو مزدوج اللغة والعكس غير صحيح كي نقول أن الفرد مزدوج اللغة وهو متعدد اللغة وإن كان يحسن أكثر من لغة. فهو مزدوج اللغة.

إن الجزائر كونه مجتمع متعدد الطبقات الاجتماعية وبالتالي هو متعدد اللغة أو تظهر فيه ظاهرة التعددية اللغوية بشكل جلي، فنجد اللغة العربية (الفصحى والدارجة)، واللغة الفرنسية واللغة الانجليزية واللغة الامازيغية التي سنَّ عليها الدستور الجزائري.

وتري حولة طالب إبراهيم أن التعدد اللغوي أو التنوع اللغوي يحدث في المجتمع على محورين الأول: محور الزمان والمكان - وهو محور افقى - تكون فيه العوامل التاريخية والسياسية والثقافية والاجتماعية هي مَرَد التنوع اللهجي الذي تعرفه معظم لغات العالم مثلما يحدث في اللهجات العربية من المحيط إلى الخليج؛ أما المحور الثاني: محور التنوع الاجتماعي؛ وهو محور عمودي؛ يتعلق بانتظام المجتمعات البشرية في مستويات وطبقات اجتماعية معينة، يناسب هذا التنوع الاجتماعي

¹ محمد الأوراني : التعدد اللغوي، انعكاساته على النسيج الاجتماعي، ص: 11. ينظر: عبد العزيز بلفقيه: التعدد اللغوي واللبس الدلالي

وأثره على التعليم، 15/12/2015 الساعة 13.50 مساءً WWW AL-MTHAQUAF.COM

توزيع لغوي حيث إن هذه الطبقات تتميز باستعمالات لغوية يطلق عليها أهل الاصطلاح مصطلح المستويات أو السجلات اللغوي¹

مما يمكن قوله انه التعدد اللغوي يكتب لدى المجتمع قيم جديدة، ويعتبر أيضا أحظر الوضعيات اللسانية على الإطلاق واعقدها "إذ غالبا ما نركب اللغة لتحقيق أغراض سياسية، وتتخذ ذريعة الأذكياء النزعات القبلية، وتثبيت هويات أقلية كالباسكية² في اسبانيا، والكردية في العراق وتركيا، الأمازيغية، في الجزائر والمغرب، حتى غدا المجتمع في التصدع أعيد جبره بواسطة لغة السلطة التي يكتب لها الذيوع والانتشار بعوامل ثقافية وسياسية ودينية واقتصادية"³

خلاصة لما تقدم، نقول أن التفريق بين الازدواجية والثنائية اللغوية أمر صعب المنال وهذا لاعتبارين: الأول: أن المصطلحين غريبان في الدراسات. والاعتبار الثاني؛ هو صعوبة ترجمة لكليهما ورغم ذلك يبقى توظيف المصطلحين يخضع للمقام الذي يشتغلان فيه.

1 خولة طالب إبراهيم: مبادئ في اللسانيات، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط: 2006، ص: 173 وما بعدها. ينظر: كمال بن جعفر استعمال اللغة العربية في التدريس بالجامعة الجزائرية بين الواقع والمأمول - كلية الحقوق بجامعة بجاية - نموذجاً - دراسة سوسiolinguistic ص: 04
² الباسكية أو البشكنشية: هي لغة منطقة إقليم الباسك الذين يسكنون شمال إسبانيا والمنطقة المجاورة جنوب غرب فرنسا. بالرغم من أن اللغة محاطة باللغات الهندوأوروبية، إلا أنها لغة معزولة عنهم.
وينتشر استخدام اللغة الباسكية في المناطق التالية:

✚ منطقة إقليم الباسك، إسبانيا

✚ منطقة نابارا، إسبانيا

³ محمد الاوراغي: التعدد اللغوي، انعكاساته على النسيج الاجتماعي، المرجع السابق، ص: 12.

أما التعددية؛ فيمكننا القول إنها مزيج من آليات منها؛ الازدواجية والثنائية؛ والتداخل اللغوي، وكل من هذه المصطلحات يستعمل بحسب قدرة المجتمع على التفاعل والتجاوب معها؛ ولو بنسب متفاوتة

4 - ارباعاً: عوامل ظهور لزدواجية في الجزائر.

ترتبط اللغة بالمجتمع ارتباطاً وثيقاً، فهي المرآة التي تعكس كل تلك المظاهر من تعابير وتحولات في المجتمع، لأن اللغة هي الوسطة المثلى للإيصال بين أفراد المجتمع الواحد. ولعل هذا ما سعت إليه الدراسات اللسانية الاجتماعية - علم اللغة الاجتماعي - فقد كانت اللغة ولا زالت محط دراسة في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، فاللغة تتصل اتصالاً كبيراً بالعلوم الاجتماعية. فنجد من أبرز العلوم الإنسانية علم الاجتماع الذي يحاول كشف العلاقة بين اللغة والحياة الاجتماعية¹.

إذا كانت الازدواجية اللغوية تعني تواجد نظامين داخل المجتمع الواحد، فإن هناك بعض البلدان في العالم يوجد بها أكثر من نظامين لغويين نتيجة لاحتوائها لأعراق متعددة الأمر الذي ينجم عنه تواجد عدة لغات فالكثير من الدول وبعد حصولها على الاستقلال واجهتها مشكلة اختيار اللغة الرسمية للدولة مثل دول آسيا ودول وإفريقيا وتصاعد الصراع ما بين جعل لغة محلية عامية لغة رسمية مثلاً دولة ماليزيا والفلبين أو تختار لغة خارج الوسط الاجتماعي مثلما فعلت

¹ ينظر: عبد السلام المسدي: اللسانيات من خلال النصوص، النشرة الأولى، دار التونسية للنشر، 1984، ص: 172.

غانا وزمبيا وسيراليون حيث تمّ اختيار اللغة الانجليزية لغة رسمية، ولكن نجد هناك دول تعددت اللغات الرسمية أكثر من ثلاث لغات مثل يوغسلافيا والهند.¹

لدراسة الأسباب التي أدت إلى بروز انتشار هذه الظاهرة -الازدواجية اللغوية-

اعتمدنا في تقديم أهم الأسس المناهج اللسانية الاجتماعية، كونها تأخذ بعين الاعتبار حالة

المتكلم كُطى اجتماعي من حيث أصله السُّلالي. ووضعيته الاجتماعية ومستواه المعيشي

والثقافي...، وربط هذه الحالة بنوع اللغة التي يستعملها انطلاقاً من مجموع القواعد التي

تضبطها، لأنها تُحدّد على أساس الزمان والمكان والبيئة الاجتماعية معينة²

وبما أن الدراسة، تعتمد على أساس الظاهر اللغوية من منظور اللسانيات العامة

، فاللغة بنت بيئتها تتأثر بكل ما يحيط بها من عوامل، ومؤثرات خارجية المسلطة على أفراد

المجتمع الواحد،، أو عدة مجتمعات وهذا التأثير ينتج عنه تأثر اللغة للمجتمع أيضاً

1/ العامل التاريخي:

ويقصد به السياسة المعتمدة من طرف المُستدْمِر في طمس الهوية اللغوية العربية

أينما كانت وحديثها وجدت وحلت، لان ذلك الرباط القويم الذي يوحد ويفرق في آن

واحد. فسعى بشتى الأنواع القمع بإنشاء المنشآت التعليمية التي كانت لها سياسة خاصة، حيث

تفرض على من أراد تعلم القراءة والكتابة أن يتقن اللغة الفرنسية، والتعامل معها يومياً

¹ محمد على الخولي : الحياة مع لغتين، "الثنائية اللغوية، ص: 50 وما بعدها

² ينظر: عبده الرحجي :علم اللغة التطبيقي وتعليم اللغة، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص: 24.

ولم يقف الأمر عند هذا الحد بل تشجع بتقديم تحفيزات كل من يتقن الفرنسية ويسعى لتعليمها لبني جلدته.

وقد كان العمل الاستشراف في الجزائر من أهم العوامل تأثيراً على اللغة عن طريق الدعوات المناهضة للغة العربية، مثل ذلك حال مصر، وسوريا ولبنان وغيرها من البلدان العربية أما في الجزائر تحديداً ندرك انه " ما ذلت لغة شعب إلا ذلّ، ولا انحطت كان أمره في ذهاب وإدبار، ومن هذا يفرض الأجنبي المستدمر لغته، فرضاً على الأمة أحكاماً ثلاثة في عمل واحد أما الأول فحبس لغتهم في لغته سجنًا مؤبداً، وأما الثاني: فالحكم على ماضيهم بقتل محواً ونسياناً أما الثالث: فتقييد مستقبلهم في الأغلال التي يصيغها، فأمرهم من بعدها لأمره تبع" ¹.

وفي المقابل نجد أن الجانب التعليمي للطفل الفرنسي، كان حراً في تكوينه، واختياراته هذا بخلاف الطفل الجزائري فقد كان مجبراً غير مخير على تعلم اللغة الفرنسية، وتعلم جميع اللغات الأخرى ما عدا اللغة العربية، الأمر الذي أثر جلياً في المجال التعليمي والمناهج المطبقة في الجزائر المستقلة، والصراع الحاصل بين التيار الفرانكفوني والتيار الموالي لإعلاء اللغة العربية كونها لغة القرآن، والملاحظ أنه، يعد اندثار المسّ تهاًر بقيت الآثار السلبية التي تعتبر اللغة وما زالت هدفاً من أهداف سياسة الاستعمار الإدماجي ².

¹ مصطفى صادق الرافعي: وحي القلم، مكتبة العصرية، صيدا، بيروت، (د،ت)، مج:3، ص:33 وما بعدها

² محمود عبد المولى: مقالات وأبحاث، تونس، 1982، ص:69.

ومن بين الدعوات التي سعت إليها أيادي المسّ تآمر ومن والاه من الجزائريين الفرانكفونيين على طمس العربية الفصحى بالخصوص، واعتماد أساس عدة متنوعة، فتصاعدت الأصوات التي تنادى بالهجوم على الفصحى، والترويج للهجات المحلية، كون اللغة العربية الفصحى أنها عسيرة ومعقدة، وقواعدها وضوابطها كثيرة ومتشعبة يتعذر استعمالها والانقياد لها في حياتهم اللغويين أرادوا الإبداع والانطلاق في التعبير علماً وأدباً وثقافة¹. وهذا يعنى اهتماما اللغة العربية الفصيحة بالجمود والقصور كونها ليست لغة حضارة.

كما نجد بعض أصوات الداعية لاعتماد العامية على اللغة الفصحى، وهذا التكالب كونه من خارج بني جلدتنا فنقول هذا أمر واقع ولكن أن يكون الأمر مروجاً ومدعماً من داخل البلد ممن يتكلمون العربية فهذا أمر آخر، فاتهموها بالصعوبة والتعقيد وأخذوا يشككون في استطاعة أهل اللغة في لغتهم على مسايرة التطور والتوسع العلمي فتبنوا فكرة العامية بدل الفصحى لأنها صالحة للحادثات اليومية، وسهلة الاستعمال وغير معقدة وهذا رأي ويلهلم سبيتا « Wilhelm spita » الذي رأى في كتابه اللغة العربية في مصر أن اللغة صعبة تبطل التطور اللغوي ومسايرته للحضارة والبديل هي العامية لغة التعليم، وقد انتقد ما سماه طريقة الكتابة العقيمة بحروف الهجاء المعقدة وقد كان يتملص من الموضوع بقوله على العربية هي لغة الصلاة والعبادات ستظل كما هي في كل مكان

3 فخر الدين قباوة: المهارات اللغوية وعروبة اللسان ودراسات في علوم اللغة والأدب، دار الفكر، دمشق، سوريا، ط: 1999، 1، ص: 16.

ومن الموالين لهذا الموقف، "يعقوب صروف" (1852-1927)، صاحب مجلة

"المقتضب" الذي دعى إلى «استبدال اللغة العامية بالفصحى في كتابة العلوم بحجة النطق

بخلاف اللغة الفصحى، وهذه الأخيرة هي علة تأخرنا»¹.

2/ العامل السياسي:

بما أن الدول العربية عموماً والجزائر خصوصاً كانت العهد بالاستقلال واستلامها مقاليد الحكم

ولتسيير والتخطيط بفرض السيادة الوطنية والسياسية غير أنها لم تدم طويلاً فقد واجد حواجز عدة في التعامل

الإداري من خلال القرارات والتوصيات وغيرها، فالازدواجية اللغوية حتمية لا مفر منها من خلال العقود المبرمة

قبل الاستقلال -باللغة الفرنسية - مثل ذلك اتفاقية إيفيان².

وعلى ظل استقلال الجزائر التام، وتمتعها بالسيادة المطلقة، أصبح الفرد الجزائري يتعامل لغوياً بأحد

اللغتين الفرنسية أو العربية أي المزاجية اللغوية بينهما، وتراوحت بين المرونة والتصلب أحياناً وهذا بسبب تداول

أصحاب السلطة، ومشاريعهم لأيدولوجية، فأنشأت القوانين والدساتير والمواثيق التي تمجد التعريب. ومنح

اللغة العربية مكانها التي تستحقها -كون الجزائر جزائرية، ولبست قطعة فرنسية كما يقال (سابقاً وحديثاً) -

غير أن الموالين للسياسة الفرنسية -غير المؤيدون للغة العربية سرعان ما انطفت

شعلتهم بسبب ظهور تيار موالي للفرنسية بعدد هائل، وحتى إن وجدت النية فسرعان ما تلاشت

وهذا بسبب عامل القوى الحاكمة في البلاد فالمواثيق وحدها لا تكفي. إن البرامج النظرية مهما

¹ يعقوب صروف : مجلة مقتضب، اللغة العربية ونجاح، القاهرة، مصر، تشرين الثاني، 1981، ص352 وما بعدها.

² اتفاقيات إيفيان هي مفاوضات تمت بين الجزائر وفرنسا بين عامي 1960 و1962.

كانت سعتها ودقّتها ومهما بلغت من الكمال والشمولية لا يمكن أن تتمخض عن نتائج إيجابية ما لم تكن هنالك الوسائل البشرية، والمادية الضرورية لانجازها في جميع المراحل، ورغم كل المعوقات والعراقيل .

و من طرفة أنه أقيم مؤتمر في الجزائر، وحضر إليه من المتدخّلين، ومن بينهم إيطاليين. فتكلم أحدكم بلغة قومه. إلا أن المترجم تّوجّم باللغة الفرنسية فاحتج الايطالي وتوقف عن مداخلته وفضل أن تكون الترجمة إلى اللغة العربية كونها اللغة الرسمية للدولة الجزائرية ممّا أخرج المشرفين على الملتقى، وهذا ما حصل للوفد الألماني أثناء توقيع اتفاقية بين البلدين قَمّ صياغة الاتفاقية من طرف الوفد الجزائري باللغة الفرنسية فرض التوقيع وطلب الكتابة باللغة العربية -والأدهى والأمر من يطالب بضرورة تعميم اللغة العربية وتكلما وتقرساً بصورة صحيحة نجد أن أساتذتنا ومعلمينا في جميع الأطوار التعليمية وصحفيون يخطأون لحد الآن؛ ولغاية اليوم لا يجلّون في النطق الصحيح للغة العربية فكيف بـ طلب من غيرهم. -العوام والأجانب والأميين -الالتزام لقواعد العربية¹.

هذا الضّعف للمناهج التربوية والتعليم في الأطوار الأولى من تعليم الطفل وخاصة القائمين على هذا الطور الحساس لبناء الفكر العلمي واللغوي لدى الطفل، فالمعلم الكفاء هو ذلك الشخص الذي يسعى بدوره إلى تحسين القدرات اللغوية -النطق والكتابة والاستعمال- لدى الطفل، ففاقد الشيء لا يعطيه إذ أن عدم الاهتمام بتعليم الطفل كان أهون أنواع التعليم مما أدى إلى أن أصبحنا نقيس معيار المعلم بحجم ما يتلقاه الطفل فنحكم عليه بالنجاح أو الفشل تريباً وتعلماً صعوداً وهبوطاً، فالمعلم الابتدائي -الإعدادي- هو أقل اهتماماً ومركزاً عمّا سواه من

¹ ينظر: محمد محمد داود: العربية وعلم اللغة الحديث، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001، ص: 267.

الأطوار الأخرى، وهي فكرة ساذجة مُمَرِّنة لِنفسية هذا المعلم الذي وضعنا بين يديه هذه العجينة اللينة، طفل ورجل المستقبل لجعل منه مواطناً صالحاً أو شيطاناً مارداً¹، الطفل هو اللبنة لأولى في تثبيت مكانة العربية أولاً ثم التوجه للغات الأخرى.

وهناك عامل تنامي اللغة مثل الإسبانية والايطالية والانجليزية كونها لغات عالمية شيّدت لها أقطاب ومعاهد ومراكز خاصة، ولعل هي أهم المراحل، وهي التي يجب فيها الطفل على مدارج القراءة . ويؤْتَقَبَلُ على اللغة أو بِمُقْتُمْهَا إلى الأبد².

فيجب علينا نحن الأساتذة والمؤطرين أن نكوّن لديهم -الأطفال- السليقة اللغوية مع إكمال النمو اللغوي الصحيح في العربية الفصحى³، أي تمكن الفصاحة وتداولها المستمر لتقويم اللسان الصحيح من اللحن.

3/ العامل الاجتماعي:

تتلمذ اللسانيات الاجتماعية بدارسة الظواهر داخل الوسط الاجتماعي ومن بين هذه الظاهر نجد اللغة باعتبارها مشاطا اجتماعيا حيث تعد احد وأبرز عوامل الاتصال

¹ رمضان عبد التواب: دراسات وتعليقات في اللغة، مطبعة الخانجي، القاهرة، مصر، ط: 1، 1994، ص228 وما بعدها

² المرجع نفسه: ص29 .

³ المرجع نفسه: ص231.

بين أفراد المجتمع وخاصة أفراد الجماعة اللغوية الإنسانية فوجود اللغة مشروط بوجود المجتمع، وهذا ما أقر به "فهمي حجازي" عندما قال: «بأن وجود اللغة يشترط وجود المجتمع، وهنا يتضح الطابع الاجتماعي في اللغة فليس هناك نظام لغوي يمكن منفصلاً عن جماعة إنسانية تستخدمه وتتعامل به، فاللغة كسب هدفاً في ذاته، وغنما هي وسيلة للتواصل بين أفراد الجماعة الإنسانية».¹

فالمجتمع الجزائري خليط لغوي -عربي وفرنسي- واللهجات المحلية أمثال الشاوية والتارقية والقبائلية عبر كامل النطاق الوطني، وهذا الخليط تجده مصغراً ضمن الإطار العائلي الواحد، حيث يتواجد المعرب والمتفرنس أو كليهما في الاستعمال أو بدرجة متفاوتة .

من هنا نقول إن اجتماع العوامل الثلاثة التاريخية والسياسية والاجتماعية ولأثر النفسي التي تتركها في نفسية الفرد الناطق بلغة الضاد كون هاته اللغة تشتمل على قواعد صرفية ونحوية وصوتية ومعجمية -دلالية- له الأثر الكبير، والنفور عندها وأتّامها بالتعقيد كان من أبرز ما خلفه العامل التاريخي وما غرسه المُستدْمِر في عقلية الفرد الجزائري فقد: «أصبح الاعتزاز هزيباً أن لم نقل منعدماً ما يقابله مدّ جازر قاهر من الإعجاب باللغات الأوربية والتأثر بها والاقْتباس منها بما يناسب أو غير مناسب»².

1 فهمي حجازي: مدخل إلى علم اللغة -المجالات والاتجاهات -، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر ط: 2007، 4، ص: 06.

2 فخر الدين قباوة: المهارات اللغوية وعروبة اللسان، ص: 18.

من خلال ما تقدّم نجد أن التعلق باللغات الأجنبية فرضه تطور مجتمع المعرفة تأثره الحضاري من احتكاك الدول ببعضها البعض وتفصيل لغة على لغة أخرى والحكم على لغة بأنها لغة العصر والتجاوز التقدم وهميش ما دونها، وهذا ما أثر سلبا على لغة الفرد الجزائري، الذي قلّ اهتمامه بلغته وهميشها وربما نقول انه مقصود فعلا.

وما يمكن قوله في ختام حديثنا أن الازدواجية اللغة والصراع بين العربية والفرنسية في الجزائر وإن كان مقبولا لدى بعضهم، فإننا نجد مرفوضا لدى آخرين، قد أصبح اليوم مفروضا عليها ف: « بينما كنا في ظل الاحتلال الفرنسي نتكلم العربية في بيوتنا وحياتنا اليومية، والفرنسية في الإدارة والحياة العامة لوجود فرنسية كلغة احتلال الفرنسي، حرصا اليوم على ألا تتغير هذه الوضعية كثيرا، ولكن بدلا من أن يكون الفرنسيون هم الذين يفرضون علينا لغتهم، وأصبحنا نحن الذين نفرضها على أنفسنا وعلى أطفالنا¹ »

1 عبد الله شريط: نظرية حول سياسة التعليم والتعريب، المؤسسة الوطنية للكتابة، الجزائر 1984، ص: 12.

الفصل الثاني

أولاً : الترويج

- 1- تعريف الترويج
- 2- علاقة الترويج بالاتصال
- 3- الترويج السياحي
- 4- علاقة الترويج بالسياحة
- 5- أهمية الترويج السياحي
- 6- أهداف الترويج السياحي

ثانياً: الإشهار.

- أ- الإشهار / الإعلان لغة
- ب- الإشهار / الإعلان اصطلاحاً
- ج- أنواع الإشهار وأشكاله
- د- خصائص الإشهار المسموع

ثالثاً: السياحة

- 1- مفهوم السياحة لغة واصطلاحاً
- 2- مفهوم السياح
- 3- انواع السياحة
- 4- أهمية السياحة
- 5- أركان ومكونات السياحة
- 6- آثار السياحة

أولاً: الترويج

1/ تعريف الترويج

قد راج مفهوم مصطلح الترويج كثيراً وذلك بحسب العلماء الاقتصاديون، إلا أن كل التعاريف تصب في مفهوم واحد، و يمكننا التطرق إلى أهم هذه التعاريف.

- الترويج: هو العنصر الرابع من عناصر التسويق، حيث يساهم في تصريف السلع والبضائع عن طريق الإقناع والتأثير في المستهلك

- الترويج عملية اتصال مباشرة وغير مباشرة بالمستهلك، التعريف بالمنتج والخدمة السياحية ولتحقيق رغبته وميوله، ورسم الصورة الذهنية، وإقناعه بالشراء، وحمايته من الاستغلال¹.

هناك تعريفاً شاملاً للترويج: فهو النشاط الذي يتم ضمن إطار أي جهد تسويقي وينطوي على عملية اتصال إقناعي². من خلال جملة التعاريف السابقة نستخلص نقطتين هما :

✓ الطبيعة الدينامكية للترويج

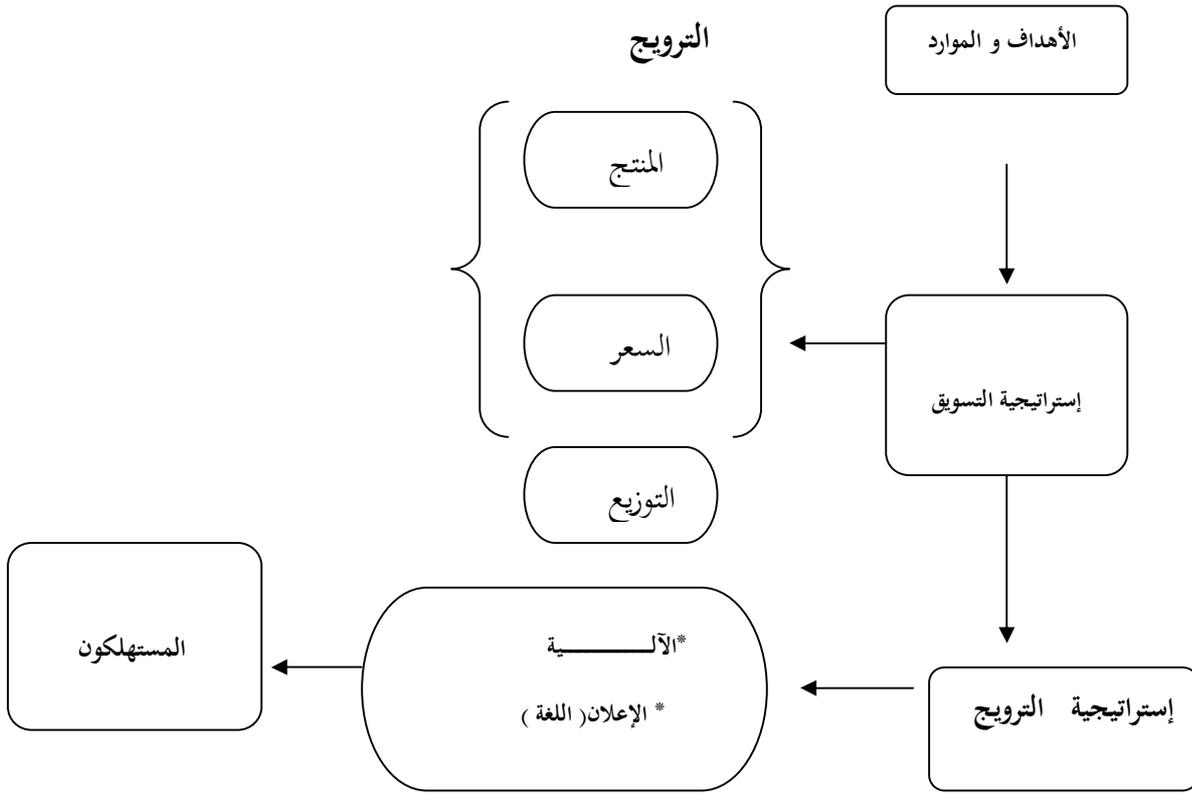
✓ خاصية لإقناع³

¹ - ينظر: يوسف احمد أبو فارة: تكنولوجيا الأعمال الالكترونية الفندقية عبر الانترنت، مجلة أبحاث روسيكادا، السنة الثالثة، سكيكدة الجزائر 2001، العدد 3، ص 253.

² - Kotler , Philip, marketing management, analysais implémentions and control, 8th, england cliffes , new jersey, 1993.p 470.

³ حميد الطائي، محمود الصميدي، بشير العلاق م. إيهاب القرم: (الأسس العلمية للتسويق الحديث) مدخل شامل، دار البازوري، عمان الأردن، 2007، ص 290.

- الترويج هو التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ للمعلومات، و في تسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة، و الترويج هو أحد عناصر المزيج التسويقي حيث لا يمكن الاستغناء عن النشاط الترويجي لتحقيق أهداف المشروع التسويقية و الشكل التالي يوضح ذلك¹:



مخطط توضيحي لآليات الترويج المنتج

¹ عمر وصفي عقيلي، قحطان بدر العبدلي، حمد راشد الغدير: مبادئ التسويق (مدخل متكامل)، دار زهران للنشر، عمان، الأردن 1996 ص 190.

2/ علاقة الترويج بالاتصال

الترويج هو شكل من أشكال الاتصال، ولكي نفهم كيفية سير الترويج لابد أن نستعرض

عملية الاتصال التي تتكون من العناصر الآتية:

✓ المرسل: و هو مصدر الرسالة.

✓ الرسالة: المعلومات المرسله و التي سوف يستقبلها الطرف الآخر.

✓ طريق الاتصال: هو الطريق الذي تسلكه الرسالة حتى تصل إلى الطرف الآخر، و بمعنى آخر

هو الطريق الذي يصل بين مرسل الرسالة و مستقبلها.

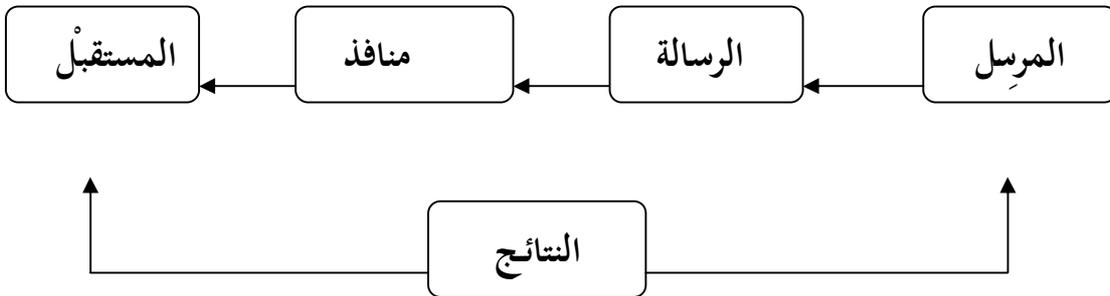
✓ المستقبل: و هو محطة الوصول و هو الذي يستلم الرسالة.

✓ النتائج: المعلومات المرتدة إلى صاحب الرسالة و التي تكشف تأثير الرسالة.

✓ التشويش (الضوضاء): و هي عمليات تشويش أو إعاقة غير مخططة تحدث أثناء عملية

الاتصال تؤدي إلى حصول المستقبل على رسالة مختلفة عن تلك التي أرسلت إليه.

و الشكل التالي يوضح عناصر عملية الاتصال¹:



1- مخطط توضيحي لعملية الاتصال اللغوي

عمر وصفي عقيلي: المرجع السابق، ص 194.

الرسالة الترويجية يجب أن ترسل من خلال وسائل اتصال معينة، و مستقبل الرسالة يمكن أن يفسرها و يفهمها و يستجيب إليها، فقد تكون الرسالة على شكل عروض أو جهود بيعية أو عن طريق الإعلانات أو الدعاية أو عن طريق مندوبي البيع أو العلاقات العامة، و المشكلة هنا أن لا يحصل ارتباك في الاتصالات بين المنتج و المستهلك و قد يكون هذا بسبب عدم مقدرة مستقبل الرسالة على فهم المقصود منها.

انطلاقاً مما سبق من تعريفات سنركز على أحد أنواع الترويج والذي يدخل ضمن دراستنا ألا وهو الترويج السياحي تعريفاً وبيان الأهداف.

3/ الترويج السياحي: tourism promotion

ينطوي هذا النوع من الترويج ضمن مجال السياحة، حيث يعمل على رفع قيمة ومكانة المجال السياحي، كونه واجهة اقتصادية في الدخل القومي لأي دولة من الدول هذا من جهة وهو جسر التواصل بين ثقافات الشعوب فيما بينها من خلال تبادل الزيارات وتعريف بالمواقع الأثرية والطبيعة لدولة ما بلغة التأثير في النفوس على مر العصور كل هذا التأثير لا يتم إلا عبر لغة تواصلية تستثمر في مجال السياحي، وتعد الملاحم والأساطير والقصص لتلك الحضارات من مرتكزات ودعائم الترويج السياحي إلى وقتنا الحاضر، ويعد الترويج السياحي بأنه تنسيقاً بين جهود البائع والسائح، في إقامة منافذ للمعلومات لتسهيل بيع المنتج إلى السائح أو هو ممارسة إخبار وإقناع واتصال. ولعل هذا النوع من الترويج لا تكتمل صورته الا عبر العناصر التالية

أ- دعم الترويج السياحي: ان هذه الوظيفة الاستراتيجية ان تسخر لها كل الجهود المبذولة، وعلى جميع المستويات الانتاج السياحي ، كما يجب ان تتدعم وتتواصل من خلال المبادرة بالاعمال التالية:¹

1- إعادة تنظيم وتقوية أداء الترويج السياحي: وهذا من خلال تدعيم الديوان الوطني

للسياحة ، بما يسمح له القيام بصفة فعالة بالمهام الموكلة له.

2- إعداد مخططات متعددة السنوات للترويج والاتصال السياحي:

ويتم ذلك عبر المخططات التي ينبغي أن تكون في المستقبل قوية، وإن كانت ترمي لسد العجز في مجال الترويج للمنتج السياحي في الجزائر عن طريق²:

- اعتماد تقنيات الإعلام الآلي والاتصال الحديثة، وتعميمها في مختلف القطاعات والهياكل السياحية
- إعداد دعائم مكتوبة وسمعية وبصرية
- انجاز ونشر تحقيقات في المنشورات وقنوات التلفزيونية المتخصصة وفي الإذاعات المحلية قصد الوصل لأكبر عدد من المستمعين والمشاهدين

العلاقة بين الترويج والسياحة :

✚ البعد الجغرافي بين المنتج والسائح

✚ تعقد اتصالات السوق السياحية العالمية

✚ تعدد البدائل المتاحة أمام السائح

¹ بمعرف إلياس، عماري عمار: من أجل تنمية مستدامة في الجزائر، مجلة الباحث ، جامعة ورقلة، 2008/2009، العدد: 7، ص28.

² المرجع نفسه، ص28..

4 أهمية الترويج السياحي:

تمكن أهمية الترويج السياحي في العناصر الآتية:

✚ التعرف بالمنتج او الخدمة السياحية مع تقديم المعلومات الكافية .

✚ رسم صورة ذهنية وتذكير المستهلك بالمنتج

✚ تحريك الطلب السياحي -المبيعات-

✚ إعلام المستهلك بالمنتج عبر اللغة والإقناع والتذكير¹

5 أهداف الترويج السياحي

يلخص سويدان نظام موسى الأهداف الناجمة حول العلاقة بين الترويج (التسويق)

والسياحة وكيف يكمل كل واحد منهما الآخر²:

✚ تكرار استخدام المنتج والخدمة السياحية

✚ معرفة السياح المستهدفين

✚ إعداد وتهيئة التدارك والانتباه لدى لسائح /المستهل

¹ نزار البراويري، البر زنجي: استراتيجية التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط:1، 2004، ص 217.

² نظام موسي سويدان: إدارة المعارض التجارية ودورها في إستراتيجية وأهداف الترويج-كلية الإدارة-ماجستير-، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق، 1998، ص 80.

ثانياً: الإشهار

يمثل الإشهار أحد الوسائط التواصلية في المجال السياحي، من بين هته الوسائط السمعي البصري (التلفزة) أو سمعي فقط (الإذاعة المحلية/الراديو)، غير أن هناك اختلافاً في ضبط المصطلحات، فنجد عن المشاركة مصطلح الإعلان أما المغاربة يعتمدون على مصطلح الإشهار و عند البحث في المعاجم العربية أو الغربية نجد تقارب في ترجمة المصطلح، فمصطلح (publicité) مترجم للغة العربية للفظة إعلان أو إشهار و (propagande) ترجمت إلى الدعاية، إن الإشهار ومرادفاته في الوسط الإعلامي قد تختلف في المصطلح، ولكنها ذات دلالة واحدة، سنقدم فيما يلي تفصيل كل مصطلح على حده:

أ - الإشهار / الإعلان لغة:

جاء في لسان العرب في مادة شهر - الشهرة: ظهور الشيء في شئ حتى يشهرها الناس (...). وعن الجوهري الشهرة "وضوح الأمر (...). والشهور العلماء والواحد شهر ويقال لفلان فضيلة اشهرها الناس¹.

جاء في لسان العرب مادة علق: العلق والمعالنة والإعلان المجاهرة، والإعلان في الأصل

إظهار الشيء، كما أنشد ثعلب قائلاً².

حَتَّى يَشْكُ شَاةٌ قَد رَوَّكَ بِنَا وَأَعْلَنُوا بِكَ فِينَا أَيَّ إِعْلَانٍ

¹ ابن منظور: لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1981، مادة "شهر" ج 4، ص 2351.

² المرجع نفسه: مادة "علق" ج 4، ص 308، ويعرفه الشيرازي في قاموسه المحيط بأنه المجاهرة، كما يرى بطرس البستاني في دائرة معارفه أن الإشهار في اللغة يعنى الظهور والنشر، ينظر: محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004، ص 64 وما بعدها.

إن التقارب اللغوي بين التعريفين يزيح اللبس عن المصطلحين في اللغة العربية، ولكن الاختلاف يكون في اللغات الأجنبية، ففي اللغة الإنجليزية « advertisement »، أما اللغة الفرنسية Publicité-rèclam فالمصطلح publicité مشق من كلمة public اللاتينية "Publicus".

ب- لإشهار / الإعلان اصطلاحاً:

نظراً لأن كثيراً من الباحثين يستعمل المصطلحين استعمالاً واحداً، فإننا نميل إلى الرأي ونستعملها كذلك، إلا أننا نفضل المصطلح الأول (الإشهار) إتباعاً لما يفعله المغاربة.

يعد الإشهار منتجاً اجتماعياً يؤثر في المجتمع ويتأثر به، فهو يوفر للأفراد المعلومات حول حاجاتهم الاستهلاكية والخدمية، وفق لغة تواصلية واضحة سهلة في متناول جميع الطبقات الاجتماعية، وعليه فإن الإذاعة هي إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية المستخدمة في هذا المجال كونها وسيلة إشهارية وخدمية بدرجة أولى، حيث أصبحت مقصداً للمعلنين، لما تختص به عن الوسائل الأخرى وما يميز جمهورها عن جمهور الوسائل الأخرى.

تعتبر الإذاعة المحلية قطاعاً ترويجياً ضمن مجال جغرافي محدد من المكان داخل الدولة حيث ارتأينا من خلال دراستنا هذه تسليط الضوء على مكانة الإذاعة المحلية في تمرير الرسالة الإشهارية المسموعة، ومدى فعاليتها في إحداث التأثير في السلوك الاستهلاكي لجمهورها من خلال الخصائص الصوتية التي تنفرد بها الوسائل الأخرى، وما مدى قدرة الإشهار المسموع وخاصة الإشهار السياحي في إقناع المستمع بموضوعه واستمالته بلغة واضحة وبلاغية.

جاء في مصنف الإشهار لـ: "روبرت ليديك" " robert Laydic " عام 1988 أن الإشهار هو "إعلام الجمهور وإقناعه بشراء منتج ما، وهو كذلك جملة الوسائل التقنية التجارية والفنية التي توفر للمنتج أحسن الظروف حتى يشتريه أكبر عدد ممكن من الناس"¹. والمراد من هذا بيان ميزات وخصوصيات المنتج المراد بيعه أو التشهير به بلغة سلسلة وموجزة .

وفي الموسوعة الفرنسية تمّ تعريف الإشهار على كونه "مجموعة من الوسائل المستخدمة للتعريف بالمنتج بمنشأة تجارية أو صناعية أو إقناعه بميزات منتجاتها والإيحاء له لاقتنائها"²

حسب الموسوعة الفرنسية "لاروس" الإشهار عبارة عن: " نشاط يهدف إلى التعريف بممارسة تجارية معينة، وحث الجمهور لشراء سلعة ما، أو استعمال خدمة ما والإشهار يبحث عن خلق حاجة لدى المستهلك"³، أي إيجاد الإشهار مرتبطا ارتباطا وثيقا بما يشهر له من سلع فانعدام الثاني لا مناص إغناء الأول أو عدم الضرورة له. القصد ان المستهلك لا يكون له قابلية في اقتناء المنتج ما لم تكن له قناعة كافية ومعطيات ثرية حول المنتج ويتم هذا عبر الإشهار المكتوبة بلغة موجزة وبلاغية تؤدي الغرض من الإشهار مثل بسكرة عروس الزيان فلفظ عروس له دلالات متعدد بحسب المشهر له، وورد في القاموس الأكاديمي سنة 1694، وكان استعماله الأول في القانون الذي القرن 19 في الميدان التجاري إلى أن أدمج نهائيا في اللغة بين 1920 - 1930

¹ عز الدين الناجح: المفهوم من خلال الملفوظ الإشهاري، دورية الخطاب، دار الأمل، العدد: 2، جامعة تيزي وزو، ماي، 2007، العدد: 2، ص 271.

² عبد الجبار مندبل الغنيمي: الإعلان بين النظرية والتطبيق، دار البازوربا العلمية، ط: 1، 1988، ص 18.

³ Grand dictionnaire, encyclopédique: LA ROUSSE, Tome12, Imprimerie Jean Didier-paris-France, 1984, P 62

ليميز المتخصصين في الإشهار ثم توسع المفهوم وتحدد يعد أن ظهرت دراسات متخصصة في هذا الميدان¹.

تري جمعية التسويق الأمريكية (لجنة التعريف) أن الإشهار يتواجد: "مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور، بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات، أو من اجل سياقه إلى التقبل الطيب للأفكار أو أشخاص أو منشأة، معلن عنها"². وفي مجال الاتصال يعرفه "زهير إحدادن": " مجموعة من الوسائل التقنية تستعمل لإعلام الجمهور و إقناعه بضرورة استعمال خدمة معينة، أو استهلاك منتج معين"³

أما جان أيلول فقد عرف الإشهار أو الدعاية الإشهارية على أنها: "مجموعة من الطرق يتم استخدامها بواسطة مجموعة تبغي تحقق مشاركة ايجابية نشطة أو سلبية في أعمالها على مجموعة كبيرة من الأفراد التشابهين من الناحية النفسية وذلك عن طريق مراوغات نفسية تتم في نطاق تنظيمي"⁴ وفي مجال التسويق يعرفه "عبد السلام أبو قحف" بأنه: " شكل من أشكال الاتصال الغير الشخصي مدفوع القيمة، لإرسال فكرة أو معلومة، ترتبط بسلعة أو خدمة ، وذلك بواسطة شخص محدد أو منظمة"⁵.

1 Hasse Claude Raymonde ; pratique de la publicité ; 2ème édition ; paris ; 1973 ; p 09.

⁴ منال طلعت محمود: مدخل إلى علم الاتصال ، المكتب الجامعي الحديث، - الإسكندرية - مصر، 2002، ص 35.

³ زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، - بن عكنون - الجزائر، 1991

⁴ جيهان أحمد رشتي: الدعاية والإعلان ، واستخدام الراديو في الحرب النفسية، دار الفكر العربي، 1988، ص 12.

⁵ عبد السلام أبو قحف: محاضرات في هندسة الإعلان، ديوان المطبوعات الجامعية- بيروت- لبنان، 1995، ص 55.

عند النظر إلى الإشهار بمنظور تداولي؛ نجد يرتبط ارتباطا وثيقا بالطباعة والصحافة على حد سواء، حيث وأول إشهار ظهر على العلى سنة 1625 في الجريدة « the continua of Our weekly news » تحت مسمى "نصائح"، وفي سنة 1630 افتتحت أول مؤسسة إشهارية في فرنسا متخصص بطبع في صحيفة الجريدة الفرنسية " la gazette de france"¹

يشير كذلك "فضيل دليو" إلى أن: "الاستعمال الشائع في وسائل الإعلام (الإذاعة، التلفاز، جرائد، مجلات...) و مختلف الكتابات والملصقات... في دول المشرق العربي هو تعبير الإعلام بينما يستخدم تعبير الإشهار بدلا منه في دول المغرب العربي".²

مما سبق نأخذ تعريفا شاملا حول الإشهار أو الإعلان فكلا منهما يحتويه مصطلح الدعاية، هذه الأخير من آلياته الإشهار بجميع أنواعه ومستوياته أما الدعاية فتكون بتوفر الإمكانيات البشرية المادية والتقنية للوصول للغاية المرجو منها من الدعاية.

ونجد في التاريخ العربي مصادر تؤكد أن العرب مارسوا ظاهرة الإشهار وخاصة في الأسواق المعروفة عندهم أمثال سوق عكاظ وسوق الجمنة وذو الحجاز، حيث كان الشعر واجهتهم في بيع بضاعتهم، قَلِمَ تاجرٌ إلى المدينة يَحْمِلُ من حُمُرِ العراق، فَباعها كُلُّها إلا الأسود، فشكا إلى سكين الدرامي ذلك وكان الدارمي قد نَسَكَ وتَعَبَّدَ، فنَظَمَ أبيات وأمر من يُغَيِّ بِهما في المدينة بعد ساد سلعته وهو يقول:

¹ مندبل الغتنبني: الإعلان بين النظرية والتطبيق، دار البازوري العلمية، عمان، الأردن، 1998، ص:16.

² فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون،-الجزائر، 1998، ص:38. وما بعدها.

قُلْ لِلْمَلِيحَةِ فِي الْخِمَارِ الْأَسْوَدِ *** ماذا فَطَتِ بَزَاهِدُهُ تَعْبِدِ

قَدْ كَانَ شَمَّ رَ لِلصَّلَاةِ إِزَارَهُ *** حَتَّى قَعَدَتْ لَهُ بِبَابِ الْمَسْجِدِ

رُدِّي عَلَيْهِ صَلَاتَهُ وَصِيَامَهُ *** لَا تَقْتُلِيهِ بِحَقِّي دِينَ مُحَمَّدٍ

قيل فشاع الخبر في المدينة أن الدرامي رجع عن زهله وتعشق صاحبة الخمار الأسود فلم يبق في المدينة مليحة إلا اشترت لها خمرا أسود فلما أنفذ التاجر ما كان معه رجع الدأوي إلى تعبه وعمد إلى ثياب نسكه فللبسها.

ج - أنواع الإشهار و أشكاله

ونميز في هذا التقسيم نوع الإشهار من خلال نوع المستهلك الذي يوجه إليه:

- 1- الإشهار الدولي: حيث يغطي الإشهار أكثر من دولة واحدة، ويعتمد هذا النوع من الإشهارات على العلامة التجارية التي تتعدى سمعتها الحدود الجغرافية للحدود الجغرافية للدولة المصنعة إلى دول أخرى، تكون هذه الأخيرة أسواقا جديدة مفتوحة أمام المنتج المسوق، ومثال ذلك مشروب كوكا كولا الذي احتل الريادة في عالم المشروبات وذلك بفضل تجديد الرسائل الإشهارية بشكل دوري وفي كل العالم.

2- الإشهار القومي:

يقوم بهذا النوع منتج السلع الاستهلاكية، بغرض إقناع المستهلك بالمنافع التي تترتب عن استخدام سلعهم، ويمس هذا الإشهار جل الحدود الجغرافية لبلد معين دون استثناء منطقة

ويعتمد المعلنون في نجاح هذا الإشهار على استخدام الوسائل ذات التغطية القومية، مثل الجرائد الوطنية، وقنوات الإذاعة والتلفزيون الوطنيين... ويتميز بارتفاع نفقاته نظرا لاتساع رقعة¹ وعادة ما تحمل الرسالة الإشهارية في هذا النوع العبارة "اشترى علامتنا" بالإضافة إلى عنصر التكرار الذي يركز عليه بوجه خاص في هذا النوع من الإشهار. فالتكرار ميزة إشهارية وميزة مألوفة في جميع الإعلانات التلفزيونية أو الاشهارات المسموعة في الإذاعة.

3- إشهار التجزئة: يوجه هذا النوع من المستهلكين دون وسطاء في عملية البيع، وتحمل الرسالة الإشهارية عادة " اشترى العلامة X من محلاتنا"، فإشهار التجزئة، إذن هو ذلك الذي يهدف إلى جذب وتوجيه الأشخاص المستهلكين لشراء من محل معين بصرف التركيز على العلامة التجارية التي يقوم الفرد بشرائها، والمهم هنا هو إثارة عملية الشراء التي عادة ما يتكفل بها بائع التجزئة.⁽¹⁾

4- الإشهار المسموع: يعد مجال الإذاعي في الوسائل الإعلامية ضعيف جدا مقارنة بما موجود في التلفزة ، بسبب تركيزه على الخطاب المسموع الذي يحمل رسالة إقناع كظاهرة تحتاج للدراسة، إذ أن الإذاعة تتمتع بجملة من الخصائص الصوت، التحكم في التغطية، التأثير.

يلاحظ غياب الإمام بكل عناصر الإشهار المسموع، كرسالة وعملية اتصال وبالتالي يمكن بعارة بجملة على أنه: "عملية اتصال غير شخصية لصالح المعلن، الذي يستخدم الإذاعة بأحد

¹ إسماعيل السيد: الإعلان، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001/2002، ص 187.

⁽¹⁾ المرجع نفسه: ص 189.

أشكالها مقابل قيمة معينة، في بث رسالة صوتية تعرف جمهور الإذاعة بالمنتوج أو الخدمة المعروضة"

4-1. خصائص الإشهار المسموع:

تعتبر الإذاعة ذات طبيعة إشهارية مسموعة ، و التعامل معها من قبل المستمع لا يحتاج إلى جهد أو خبرات و مهارات خاصة، كما هو الحال بالنسبة للوسائل الأخرى، بالإضافة إلى تطور أساليب الإقناع واستخدام المؤثرات، جعل الرسالة الإشهارية المسموعة تتميز بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

4-1-1 الخصائص الاجتماعية أو الجماهيرية:

وصول الرسالة الإشهارية عبر الإذاعة على كل فئات المجتمع دون مراعاة شروط المستوى التعليمي أو الثقافي ولا الفروق العمرية، يعطي للرسالة الإشهارية المسموعة الخاصية الاجتماعية أو الشمولية أو الجماهيرية.

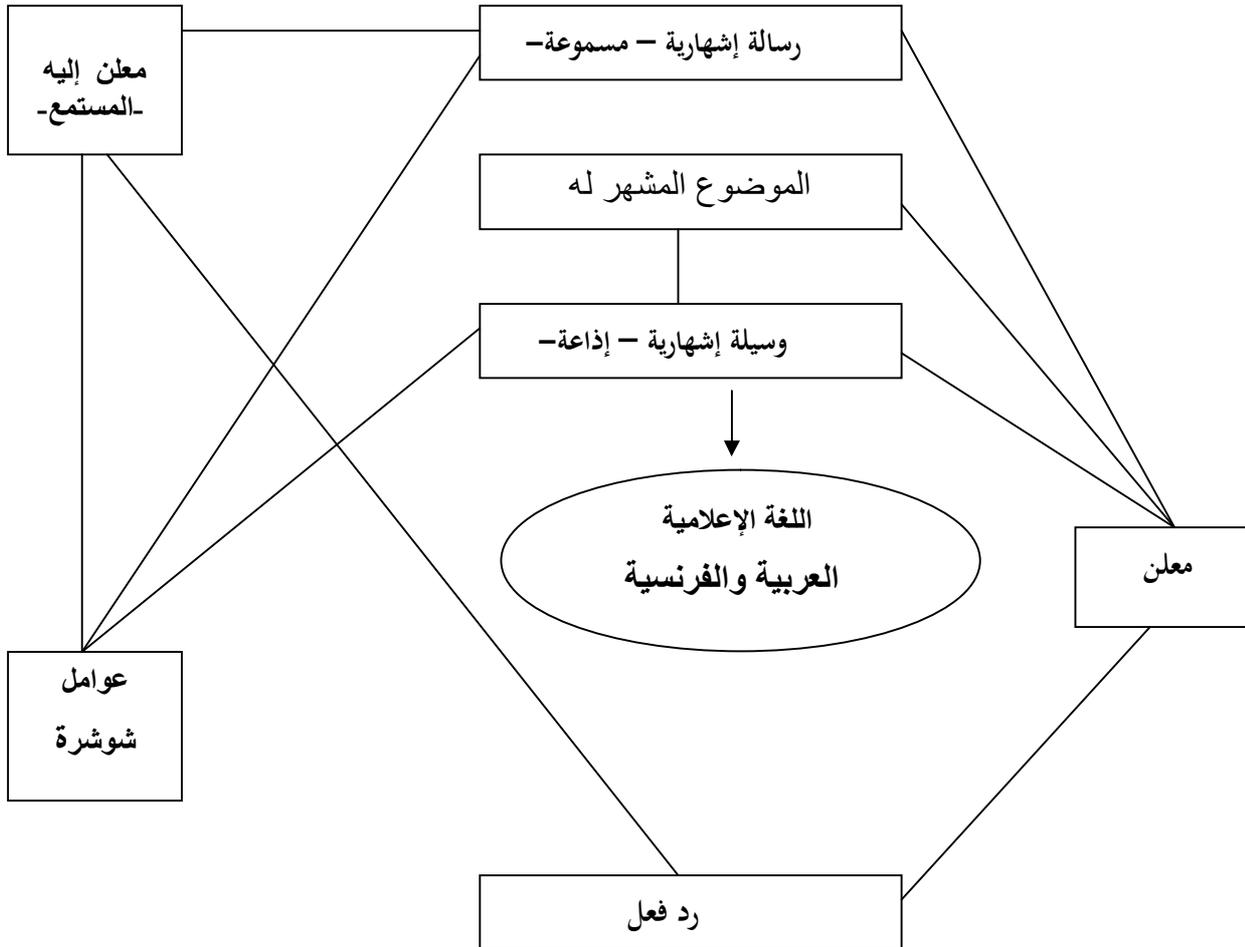
4-3 إمكانية وصولها إلى قطاع محدود من المستهلكين:

نظرا لوجود عدد من المحطات الإذاعية المحلية، وهذا ما يسهل للمعلنين إمكانية استخدام الإشهارات المحلية في الترويج للمنتجات (المحلية بوجه خاص)، او اعلان عن ايام سياحية لبعض المناطق او المناسبات المحلية ،من الأمثلة نذكر: الاحتفال بالولي الصالح سيدي زرزور أو الزواج الجماعي الذي يصادف مواسم معينة تكون في السياحة على أبوابها، وهذا يعطيها القدرة على التعامل مع قطاعات أو فئات معينة من المواطنين، وهذا ما يظهر في الإذاعات المتخصصة، مما يسهل على المعلن تحديد الفئة المرجوة من بث الرسالة الإشهارية.

4-5 المرونة في تمرير الرسالة الاشهارية:

وذلك نسبة لسرعة ومرونة الإذاعة، وإرسال ووصول الرسالة الإشهارية المسموعة يتطلب أقل فترة لإذاعتها مباشرة، ويؤدي ذلك إلى المرونة العالية في إعداد الرسالة وزيادة درجة ملائمتها مع الأحداث الجارية.

4-6 انخفاض التكاليف: إن تكلفة الإشهار في الإذاعة تعد أقل إذا ما قورنت بتكلفة الوسائل الإشهارية الأخرى. المخطط التالي يبين لنا العلاقة بين الإشهار أو العملية الإشهارية والإذاعة والموضوع المشهر له أكان موضوع سياحي أو تجاري أو اجتماعي



طرق تمرير الرسالة من المعلن الى المعلن اليه عبر الوسيط -الإذاعة

إن أول تعرف للسياحة يعود لـ: "جويرفوار" E.GUYER FREULLER عام 1905 على أنها "ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى التغيير الإقامة وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو الإحساس وإلى الشعور بالبهجة والمتعة و الإقامة في المناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا إلى النمو الاتصالات بين الشعوب، وهذه الاتصالات ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمره وسائل النقل"¹

تمّ التركيز في هذا التعريف على جانب واحد فقط وحصري هو الترفيه فقط. وهناك من ركز على السياحة وأعطاهما البعد الترفيهي، ونفى كل ما هو ملامس للحياة اليومية مثل العمل في المؤتمرات وغيرها، غرضها العمل والإقامة الدائمة ولا يدخل في السياحة الهجرة من بلد إلى آخر أو حتى العمل المؤقت أو أعضاء السلك الدبلوماسي.²

ومنهم من يجدها حركة انتقال الفرد لمدة قصيرة المدى إلى المناطق السياحية بعيدا عن محل الإقامة³ والعمل الدائمين أي الانتقال والتجوال يتم الإنفاق من الدخل الخاص.

يري صلاح الدين عبد الوهاب بأن السياحة هي: "هي مجموع العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير للمكان تغييرا وقتيا وتلقائيا وليس لأسباب تجارية أو حرفية" ويعتبر من أحدث التعاريف التي قدمت للسياحة"²، إن السياحة هدفها الأول خلوها من غاية تجارية وغيرها من

¹ نعيم الظاهر وسراب الياس: مبادئ السياحة، دار المسيرة والتوزيع، عمان، الأردن، ط"2، 2007، ص29 وما بعده.

² ينظر: كفايي حسين: رؤية عصرية للتنمية السياحة في الدول النامية، الهيئة المصرية العامة للكتاب للنشر، القاهرة، مصر 1991، ص15.

³ ينظر: عبد العاطي وأشرف صيحي: السياحة صناعة المستقبل، دار مكتبة الاسراء للطباعة والنشر، صنعاء، سوريا، ط:2، 1999، ص1.

الأهداف باستثناء الترفيه والترويج عن النفس أما "جلاكسمان" R.Glucksman السويصري فقد عرف السياحة عام 1935 على أنها " مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان " وقد ركز فقط على الإنسانية التي تنشأ بين السائح والسكان الأصليين.¹

وتقيّد منظمة العالمية للسياحة أن السياحة هي عبارة عن "الأنشطة التي يقوم بها الأفراد أثناء السفر أو الحلة وذلك في الأماكن التي تقع خارج عن مكان إقامتهم لفترة متتالية لا تقل 24 ساعة، ولا تتجاوز السنة للترفيه والأغراض أخرى ليس لها علاقة بنشاط ربحي في منطقة الزيارة"⁴.

ويرى العالم الألماني جووير فريدلر (fardeler) السياحة بأنها "ظاهرة عصرية انبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في المناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً نمو الاتصالات وعلى الأخص بين الشعوب"².

وهناك من ربط السياحة بالإقامة ووجود وقت الفراغ، وهذا ما أكدته عادة صالح حول السياحة بقولها "السياحة بأنها" النشاط الذي يقوم بالأشخاص الذين يميلون إلى السفر وربما الإقامة في غير بيئتهم المعتادة لفترة قصيرة أو طويلة، دون الإقامة الدائمة بهدف

¹: ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن 1997، ص 22.

³- المرجع نفسه: ص:الصفحة نفسها.

4-Pierre py , « le tourisme Phénomène économique», documentation française paris rance,2002,p :07.

² نعيم الظاهر :سراب الياس: مبادئ السياحة، ص 29

أساسي وهو التمتع بوقت فراغهم على وجه لا يمكن تحقيقه في بيئتهم المعتادة مع استعدادهم لتحمل مخاطر محدودة لنشاطهم في إطار إمكاناتهم المادية والمعنوية¹ «

من خلال التعريف نستخلص مايلي:

➤ الإقامة شرط أساسي

➤ وجود وقت فراغ لسياحة

نجد إن التعريف السابق قد ركز على الترفيه وغيرها أمثال الأنشطة الاقتصادية بغرض

إشباع حاجات الزبائن التي يطلق عليهم اسم السائح.

2- السائح: السائح هو الفرد الذي ينتقل من مكان إلى آخر لأغراض مختلفة غير العمل أو

تحقيق الربح، ويشترط أن لا تقل إقامته عن الليلة واحدة ولا يزيد سنة. وقد اشترط على السائح

شروطان أساسيان هما²:

➤ شرط المسافة: يعتبر الفرد سائحا إذا قطع مسافة 30 كلم، وتزيد المسافة في بعض الدول

إلى 160 كلم.

➤ شرط قضاء ليلة واحدة على الأقل في المكان المزار إليه.

ونجد توافق هذا التعريف مع ما نص عليه مؤتمر الولايات المتحدة الذي انعقد في روما

1963، حول السياحة والسفر الدولي والأكثر استخداما من طرف الدول والمنظمات الدولية.

أما المنظمة العالمية للسياحة تحدد مفهوم السائح وذلك على المستوى الدولي باعتبار

¹ غادة صالح: اقتصاديات السياحة، دار الوفاء، الإسكندرية، ط:1، 2008، ص60 وما بعدها

² - يسرى دعبس: صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، دراسات في أنتروبولوجيا السياحة، الملتقى المصري للإدارة والتنمية، الإسكندرية، مصر، 2003، ص:159.

أن الأشخاص الذين يقضون أو يمكثون ليلة واحدة على الأقل في مكان الإقامة (المبيت)

الجامعية التابعة للمكان المذكور، ويعتبرون سواح (سائحين)

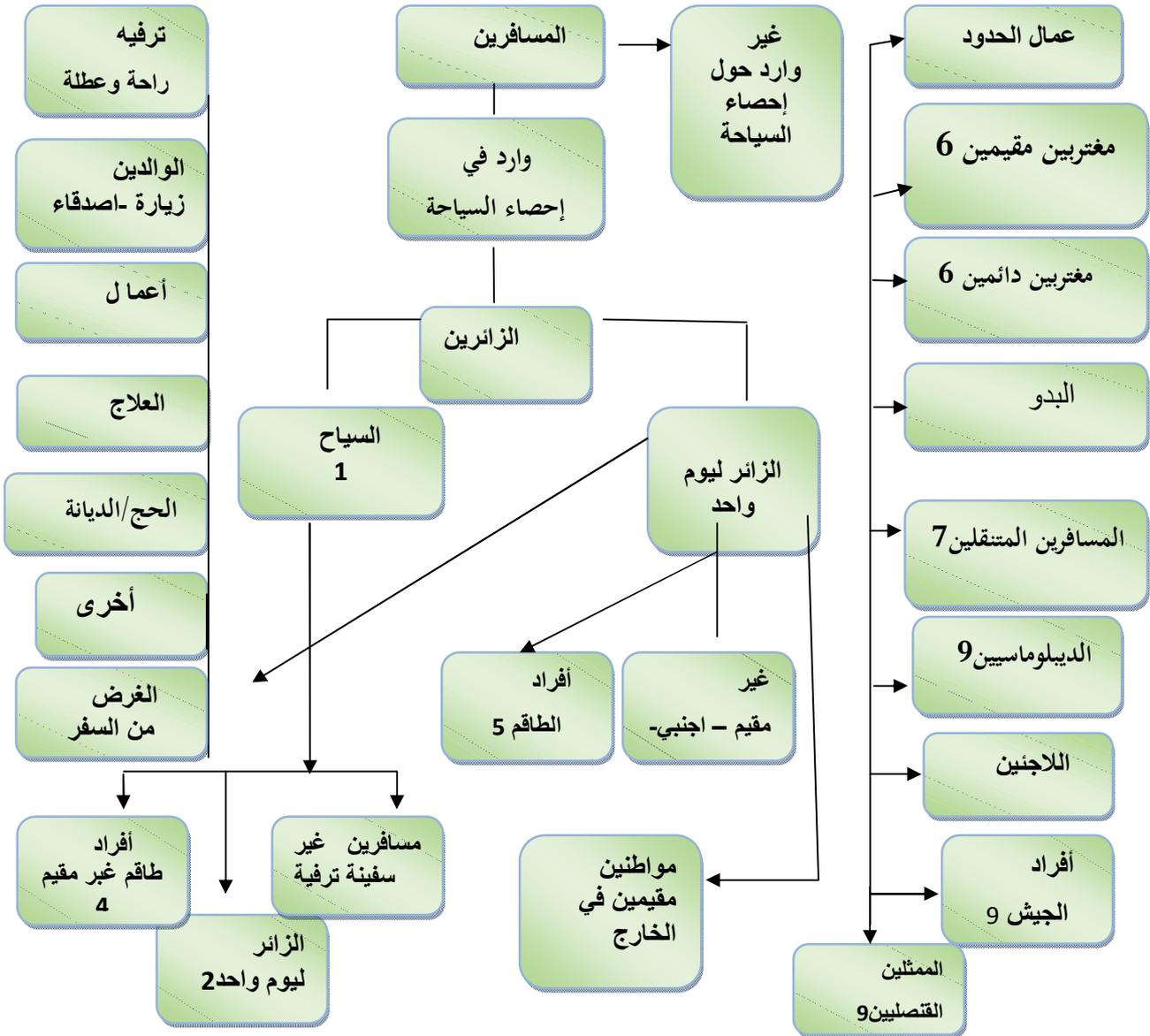
قضاء صفر (0) ليلة اقل من 24 ساعة = متنزه

قضاء من 01 إلى 03 ليالي = إقامة قصيرة (مؤقتة)

قضاء أكثر من 03 ليالي وأقل من سنة = إقامة طويلة (عطلة)

وقد صنفت المنظمة العالمية للسياحة أصناف السياح المسافرين وفترات الإقامة مع الدوافع الرامية

من السفر كما يلخصه المخطط الآتي: الشكل رقم (1) تصنيف السياح المسافرين



3- أنواع السياحة :

أ/ حسب الغرض:

1- سياحة المتعة والترفيه:

الغرض من هذا النوع غرضه زيارة أماكن بعينها والترويج لها، مثل المنتزهات الطبيعية، والمحميات

الطبيعية وقضاء أوقات الاستجمام والهدوء، وقضاء وقت الفراغ.

2- السياحة الثقافية والتاريخية:

وتتمثل السياحة الثقافية في السفر بغرض الاطلاع والتعرف على ثقافات الدول وعاداتهم

وتقاليدهم ومميزاتهم كما يسعى السائح من خلال السياحة الثقافية لحضور معارض الفنون الشعبية

والتشكيلية لاشترك في المناسبات والمهرجانات الشعبية المختلفة التي تعبر وسيلة تتفنن فيها الدول

كنوع من الدعاية وإعلان لجذب العديد من السائحين لمشاهدتها

3- السياحة الاستشفائية والعلاجية :

وهي قضاء فترات في المصحات العلاجية أو المنتجعات الصحية التي تتخصص بالعناية

الصحية مثل ارتياد الأماكن التي بها ينابيع المياه المعدنية أو الكبريتية والحمامات بغرض العلاج

أو إجراء عملية جراحية .

4- السياحة الدينية:

ويقصد بهذا النوع من السياحة الانتقال إلى الأماكن الدينية والمقدسة¹، وهذا

الانتقال يكون داخل الدولة أو خارجها مثال الأضرحة أو الحج أو لأداء واجب ديني

¹ منال شوقي عبد المعطي، دراسة في مدخل إلى علم السياحة، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط:1، 2010، ص 97.

أو التعرف إلى تراث لديني لدولة ما ويقصدها السائح -الأماكن الدينية - يهدف الراحة والترفيه الروحي . ومن امثلة المعالم الدينية نجد بحسب الديانة نذكر¹:

عند العرب: زيارة المشاعر الدينية مثل مكة المكرمة والمدينة المنورة وزيارة بعض أضرحة الصحابة رضوان الله عليهم.

عند الديانة المسيحية: نجدها في بيت المقدس في فلسطين والفاتيكان في ايطالي

5- سياحة المعارض:

وتشمل جميع أنواع المعارض وأنشطتها المختلفة مثل المعارض الصناعية والتجارية والفنية والتشكيلية ومعارض الكتاب، فمن خلالها يستطيع الزائرون التعرف على آخر الانجازات التكنولوجية والعلمية للبلدان المختلفة والتي تعتبر من عوامل الجذب السياحي وتنشيطه، وقد ارتبط هذا لتنوع من السياحة بالقطاع الصناعي .

6- السياحة البيئية:

تعرف بالسياحة البحثية والتي تشمل دراسات البيئة النباتية والحيوانية وحركة والطيور وهجرتها العالمية وقد أول من اصطلح هذا النوع من السياحة "هكتور سبالوس لاسكوزن" laceron ceballos " سنة 1980 ؛على ان السياحة البيئية " هي السياحة التي تتجه إلى الأماكن الطبيعة التي تتعرض لأي إهدار أو مسببات تلوث بهدف دراسة والإعجاب والاستمتاع بالمناظر الطبيعية في التراث الثقافي والفني لهذه المناطق"².

¹ صبري عبد السميع: نظرية السياحة، مطبعة كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، مصر، 1994، ص 94.

² محمد الصيرفي: السياحة البيئية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 211.

خلاصة هذا التعريف السياحة البيئية تتمثل في: التزهات، الغابات و المحميات وغيرها من المناظر الطبيعية التي تجذب السياحة للوطن من جهة وجلب العملة الصعبة من جهة أخرى.

7- السياحة الرياضية:

وتتمثل في السفر من مكان لآخر داخل الدولة أو خارجها من اجل المشاركة في بعض الفعاليات الرياضية¹ أو الدورات، من اجل الاستمتاع الأنشطة الرياضية المختلفة والاستمتاع بمشاهدتها أمثال الغوص، والانزلاق على الماء أو الثلج في مناطق جبال الألب الفرنسية السويسرية أو داخل الصلات²

8- السياحة التجارية: وتقوم على التبادل التجاري لرجال الأعمال أي ذات طابع التجاري، مثلا زيارة المعارض والاسواق التجارية

ب/ حسب عدد الأفراد:

هناك عدة أنواع حسب هذا المعيار وهي³:

1/ **سياحة فردية:** هي سياحة التي لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد، وهي غير منظمة ويقوم بها مجموعة أو شخص واحد لزيارة بلد أو مكان ما، وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم.

¹ لمياء حنفي: السياحة مضمونها وأهدافها، سلسلة الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 1994، ج:1، ص15.

³ لمياء حنفي: المرجع نفسه: ص15

⁴ ماهر عبد العزيز: صناعة السياحة، دار زهران للنشر، 1997، ص52. ينظر: لطفي على قشي، دور الاتصال السياحي في تحسين صورة مدينة قسنطينة-دراسة ميدانية لزوار المحليين للمؤسسات السياحية في مدينة بسكرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم والاتصال تخصص علاقات عامة، إشراف: طاهر آجعيم، قسم العلاقات العامة، كلية العلوم والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 2013، 2014/3، ص71.

2/ السياحة الجماعية :

وهي عكس السياحة الفردية ، حيث يتم ترتيب وتنظيم كل شيء مسبقاً من طرف الشركات

السياحية¹

ج/ حسب مدة الإقامة :

1/ السياحة الموسمية:

وهي السياحة تتعلق بقضاء السائح لعطلته في مكان وموسم معين ومدتها من شهر إلى

ثلاث أشهر وتتميز بالدورية والتكرار.

2/ سياحة عابرة وهذا النوع يتم عبر انتقال السائح عبر البرّ ومروءه يكون ضمن محطات مثل

دخول بلد للوصول لبلد آخر أو الهبوط الاضطراري في مطار معين مثلاً.

د/ حسب المناطق الجغرافية :

1/ السياحة الداخلية: وهي عبارة عن انتقال الأفراد داخل البلد نفسه.

2/ السياحة الخارجية: وتعتمد على السياح الأجانب، حيث تسعى كل الدول على استقطاب

عدد كبير من الأجانب للترويج السياحي ولجلب العملة الصعبة .ولا يتم هذا إلا بتوفير قواعد

سياحة مثل المنشآت والأمن والمنتجعات مما يشجع السياحة وجذب الأجانب

¹ -يسرى دعبس: السياحة، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، القاهرة، مصر، 2001، ص:، 33. ينظر: لطفي على قشي، دور الاتصال السياحي في تحسين صورة مدينة قسنطينة-دراسة ميدانية لزوار المحليين للمؤسسات السياحية في مدينة بسكرة، ص 73.72.71 .

هد/ حسب الجنسية :

1/سياحة الأجانب: تنظم لجذب السياح الأجانب، وتلبية رغباتهم المختلفة

2/ سياحة المقيمين خارج البلد:

ويتمثل هذا النوع من السياحة في تنظم رحلات سياحية لزيارة البلد(المغتربين).

4 - أهمية السياحة:

1- أهمية نفسية تمكن أهميتها النفسية في الخروج من بؤرة الصراع الاجتماعي واقتصادي

وتصادم الأفكار والمصالح وغلبة القلق على كينونة النفس البشرية التي تسعى إلى

التنفيس، لخلق حالة تغيير مفاجئة للفرد في عمله مما يدفعه للتغيير¹.

2 أهمية البيئة: تتمثل أهمية السياحة في المجال البيئي من جانب الاستغلال الموارد الطبيعية

أحسن استغلال، والمحافظة عليها كثروة وطنية خالصة. ولا يكون ذلك إلا عبر تخطيط

عمراني يتماشى ومتطلبات السياحة بشرط ألا يكون على حساب الأراضي والمحميات

الطبيعية. ولا يكون التوسع العمراني الذي يسبب مشاكل وآثار بيئية سلبية على حسابها -

البيئة².

3 أهمية الاقتصادية : هدفها إقامة المنشأة السياحية وقواعد السياسية للنهوض بالسياحة وفق

التخطيط الإداري الأنجع لذلك، وهذا بهدف زيادة المنتج الاقتصادي للدولة .فالسياحة

¹ محمد عبد الرحمان الغيسوي: دراسات في علم النفس السياحي، دار المعرفة الجامعية، مصر ط: 1، 2001، ص: 40. ينظر: لطفي علي قشي، دور الاتصال السياحي في تحسين صورة مدينة قسنطينة-دراسة ميدانية لزوار المحليين للمؤسسات السياحية في مدينة قسنطينة ، ص 71. وما بعدها.

² غنيم محمد عثمان وآخرون: التخطيط السياحي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط: 1، 2002، ص: 22.

أصبحت أهم الصناعات في العالم، فهي تعتبر ثالث قطاع صناعي متخصص بعد السيارات والالكترونيات والنشاط الزراعي عامةً، غير أن السياحة في الجزائر لم تعطي لها أهمية بالغة بقدر المجال الصناعي والزراعي، فهي موسمية في فصل الصيف أو مناطق محدد مثل جبال الشريعة أو جبال القهار في تمنراست.

4 أهمية ثقافية :

تتعدد أنواع السياحة وتختلف باختلاف الميول والرغبات النفسية البشرية¹ يكمّل العامل العلمية وتقدمه في المجال الاقتصادي في نقل الثقافات والحضارات التي سبقتنا زمنيا – السبق الفني والجمالي مع امتزاج المعتقدات الفكرية والأدبية والفنون ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إلينا¹.

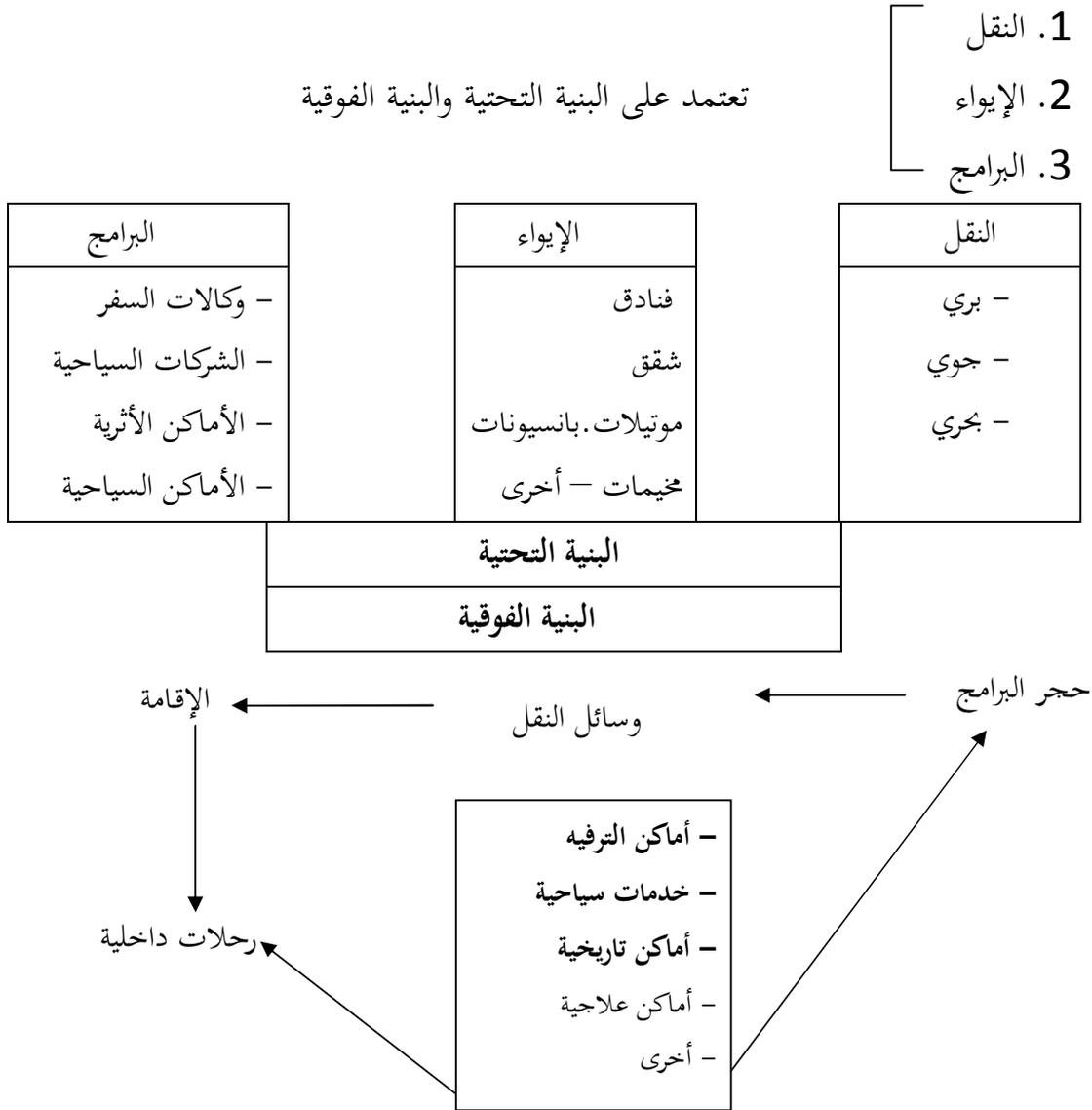
¹ محمد عبد الرحمان العيسوي: علم النفس في خدمة المؤسسات السياحية والفندقية، ص: 55.

5 أركان ومكونات السياحة

1-5 أركان السياحة

وتتمثل أركان السياحة بإيجاز في المخطط المتمثل أمامنا¹:

الشكل رقم (2): أركان السياحة



¹ ماهر عبد العزيز توفيق: صناعة السياحة، ص 43.

من خلال الشكل السابق نجد أن أركان السياحة تتمثل في:

1. النقل: إن صناعة السياحة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بصناعة النقل إذ أنه لا يمكن أن تنشأ سياحة

وتتطور بدون وسائل النقل وتطور طرق المواصلات وخدماتها، من وسائل النقل من مطارات

موانئ، طرق.

2. الإيواء: أول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله إلى أي دولة أو مكان هو مكان الإقامة

قبل البحث عن الطعام، الشراب والترفيه، الإيواء يمثل الفنادق، الموتيلات¹، شقق سياحية

غرف، مخيمات، ويمثل كذلك الطعام والشراب بصورة مباشرة.

3. البرامج: لا تنجح السياحة بدون معين يتمتع به السائح ويحجز له مكان عند وصوله البلد

المعني، وهذه البرامج تشمل زيارات المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والمناطق

العلاجية والدينية أو الطبيعية أو الرياضية... إلخ بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى

مثل: المحلات، الأسواق، التقدم المدني، المنتزهات.

4. البنية التحتية: وهي مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع

أو منطقة سياحية، من مياه، صرف صحي كهرباء والحاجات الأساسية للحياة المدنية من

(بنوك، مدارس، مستشفيات)، وتتمثل البنية الأساسية (التي تحتية) في السياحة في المنشآت

¹ الموتيلات: هي الفنادق المخصصة للمسافرين عن طريق السيارات الخاصة والباصات، تقع على الطريق البرية السريعة وتكون دائما

أسعارها مناسبة وخدماتها متوسطة

الفندقية ومجال الإقامة والمنشآت السياحية ووكالات السياحة والسفر والمنشآت الترفيهية والأجهزة السياحية المختلفة.

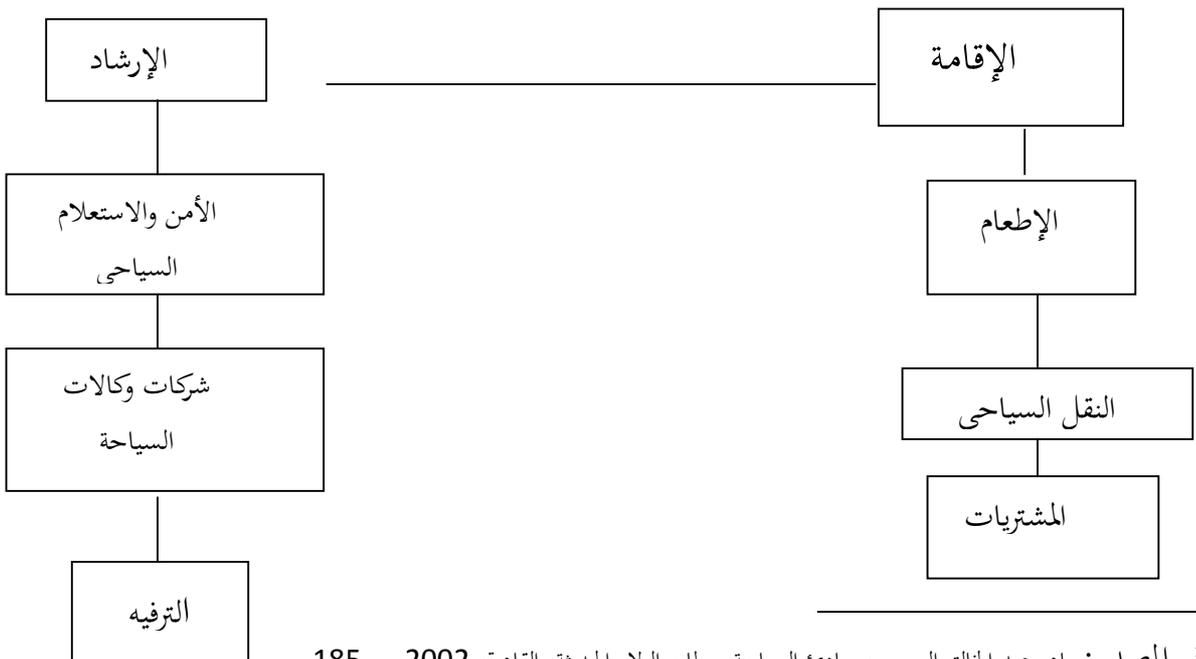
5. البنية الفوقية: صطلح يطلق على منشآت الإقامة مثل الفنادق المخيمات، الموتيلات.. وكذلك مشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية وكلاء السفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، المنظمات السياحية، ملاعب مقاهي، مطاعم، سينما، مسارح...، وهذه الخدمات ضرورية لا غنى للسائح عنها وتختلف من بلد لآخر وحسب مستوى تقدم البلد.

2-5 مكونات السياحة

ازدهار السياحة في أي بلد ما يجب توفير بنية تحتية وبشرية وغيرها مما يساعد على تحسين

الصورة الجيد لبلد، وعليه نختصر أما مكونات السياحة وفق المخطط الآتي

الشكل رقم (03): مكونات النشاط السياحي¹



¹ المصدر: ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مطابع اللواء الحديثة، القاهرة، 2002، ص 185

انطلاقاً من المخطط السابق تتحدد مكونات النشاط السياحي كالتالي:

وسائل الإقامة: والتي تشمل الفنادق والشقق الفندقية، المخيمات، والمنتجات السياحية

والقرى، وتخضع هذه الأخيرة إلى شروط عدة نذكر منها¹:

معيار الموقع: يلعب الموقع دور هام في تصنيف الفنادق وتحديد درجتها ونوع زائريها، وحسب

هذا المعيار يمكن أن نجد التصنيفات التالية:

❖ فنادق وسط المدينة التي تستقبل رجال الأعمال وسائحي الإجازات.

❖ فنادق المطارات والتي تستقبل سائحي العبور وملاحي الطائرات وفي بعض الأحيان رجال الأعمال.

❖ فنادق المنتجعات والتي تتضمن كافة الخدمات والتسهيلات التي تسير فنادق المنتجعات والتي تتضمن كافة الخدمات و التسهيلات التي تسير إقامة سائحي الإجازات.

6 آثار السياحة :

تلعب السياحة دوراً هاماً في تنشيط الاقتصاد الوطني، وأصبح أمراً ضرورياً لا مناص منه

حيث أقر به الجميع، وعليه كغيرها من الأنشطة لها آثار إيجابية وأخرى سلبية منها:

¹ سمية يحيى: صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن 1997، ص 24.

7-1 الآثار الايجابية:

- تحقيق التطور والرفاهية وزيادة الدخل الوطني
- توفير مناصب الشغل
- الاتصال الحضاري والمزج الثقافي مع الشعوب
- ترقية الصناعات التقليدية وإثراء التراث الثقافي
- الحفاظ على الآثار التاريخية والعادات والتقاليد الوطنية والارتقاء بها عالميا.

7-2 الآثار السلبية :

- الانحلال الخلقي نتيجة تصادم الأفكار والطبائع
 - ظهور آفات في المجتمع نتيجة التقليد
 - البناءات الفوضوية التي تقام على حسب الأراضى الزراعية
 - الانقسام الطبقي الذي يطهر لنا السياحة رفيعة وأخرى رديئة
 - فقدان الهوية والذوبان في الآخر
 - ظهور عادات استهلاكية مخالفة لما ألفه البلد السياحي بسبب ميول السائح.
- كما لا ينفى تأثير السياحة على القطاعات الاقتصادية المتعدد والمتنوعة أمثال النقل والصحة والثقافة وغيرها من القطاعات الحيوية.

الفصل الثالث

أولاً : مفهوم الإذاعة

ثانياً : خصائص الإذاعة

1- خصائص ومزايا الإذاعة المرتبطة بعملية الاتصال

2- مزايا وخصائص الإذاعة كوسيلة تعليمية

3- الإذاعة وسيلة إعلانية هامة

ثالثاً : مرونة اللغة عبر وسائل الاتصال

رابعاً : مجتمع البحث واختيار العينة

1- مجتمع العينة

2- اختيار العينة

خامساً : أدوات جمع البيانات وتحليل

المجال الجغرافي والزمني للدراسة:

- المجال الجغرافي

- المجال الزمن

سادساً : صعوبات الدراسة:

سابعاً : الاستبانة او الاستمارة

ثامناً الحليل والمناقسة والتفسير للعينة

أولا مفهوم الإذاعة

يعرفها " عبد العزيز شرف " : " عبارة عن تنظيم مهيكّل في شكل وظائف و أدوار تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي و الإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناسثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة " ¹، وهذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية، والتعليمية، والترفيهية، عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد.

كما يعرفها " فضيل دليو" على أنها: " ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع ومن ثمة فقد شاركت مع التلفزيون خاصة وسائل الاتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه" ².

✓ هذا التعريف يركز على الخدمة أو الوظيفة السياسية التي تمارسها الإذاعة.

✓ من التعاريف السابقة نجد أن الإذاعة كجهاز إعلامي تشتمل على:

¹ عبد العزيز شرف المدخل الى وسائل الاعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، ط: 1989، 2،

² فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية - بن عكنون - الجزائر، 1998، ص 175.

- الإذاعة تنظيم مهيكّل في شكل وظائف وادوار.
- الإذاعة أوسع وسائل الاتصال انتشارا وأكثر شعبية وجمهورها عام.
- تغطي الإذاعة مجالا جغرافيا محدودا (الإذاعات المحلية، الإذاعة الجهوية، الإذاعة الوطنية، الإذاعة الإقليمية) كما يمكن لها أن تخرج من نطاق الدولة في بث برامجها (الإذاعات الدولية).
- تقدم الإذاعة خدمات في طوع متنوعة (إخبارية، ترفيهية، تثقيفية اجتماعية، سياسية...).

ثانيا - خصائص الإذاعة:

تعد الإذاعة الوسيلة الأكثر انتشارا والأكثر شعبية، وتنفرد بعدد من المزايا والخصائص التي تحملها مكان الصدارة بين وسائل الاتصال المختلفة، ويمكن تقسيم هذه الخصائص إلى:

1 - خصائص ومزايا الإذاعة المرتبطة بعملية الاتصال:

- ❖ تعتبر من وسائل الاتصال الحارة، وفقا لتقسيم " ماكلوهان" للوسائل لأن العناصر الإعلامية الإذاعية أقل تهيكلا في بثها من العناصر الإعلامية التلفزيونية مما يعطي مجالا للتخيل والتصور والتفكير، أكثر من الصورة التلفزيونية المكتملة، فالوسيلة الحارة التي تمد حاسة واحدة وتعطيها

درجة وضوحية أقل من الوسيلة الباردة، التي تتطلب من المتلقي قدرا عاليا من المشاركة والإكمال⁽¹⁾.

❖ لا يشترط الإمام بالقراءة والكتابة لإرسال واستقبال الرسالة، بينما تتطلب المواد المطبوعة توافر ذلك.

❖ تحقق اتصالا آنيا وفوريا حول الكرة الأرضية (الإذاعات الدولية).

❖ تبث كافة المواد السمعية (محادثات, مؤثرات, موسيقى...), ومن خلال قدرتها هذه، أمكن استخدامها في البرامج التعليمية والثقافية والترفيهية، وفي الدعوة والإرشاد.

❖ تصل إلى ملايين المستمعين مهما كانت مواقعهم الجغرافية، أو مستوياتهم العلمية أو الثقافية، وهذا ما حطم تسلط المعوقات الطبوغرافية أو السياسية في تلاحم الشعوب و تبادل المعرفة، كما يمكن أن تبث برامج في مجال محلي.

❖ تعمل على إقامة قاعدة اتصال فعالة، حيث يجري إنتاج برامجها والاستماع إليها على أساس المخاطبة المباشرة .

❖ تجمع الإذاعة بين ثلاثة أنواع من الاتصال الجماهيري، الإقليمي و الطبقي في آن واحد

¹ عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي- القاهرة- مصر 1993، ص 173. ينظر: بركات محمود وآخرون: مدى فاعلية الإشهار المسموع وتأثيره على المستهلك، دراسة ميدانية على عينة من جمهور إذاعة سيرتا المحلية بقسنطينة، إشراف: شريفة ماشطي، قسم العلاقات العامة، كلية العلوم والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة، 2005/2004، ص 20 وما بعدها

إذ يرسل برامجه إلى الملايين بصفة عامة، ويتضمنها محطات إقليمية وأخرى محلية وأركان لفئات معينة كإذاعة الشباب وبرامج للمثقفين، كذلك برامج للمرأة والأطفال... الخ من معظم الخدمات الإذاعية⁽¹⁾.

ويعتبر الخبر هو العنصر الأساسي في العمل الإذاعي.

2- مزايا وخصائص الإذاعة كوسيلة تعليمية:

أما فيما يخص مزايا وخصائص الإذاعة كوسيلة تعليمية يمكن أن نجملها في:

- ❖ تتطلب عددا أقل من المعلمين والمدربين لإنتاج وتقديم البرامج.
- ❖ يمكن بث برامج آنية لمستمعين يوجدون في مناطق مختلفة.
- ❖ يمكن إعادة بث برامجها مرات متكررة.
- ❖ لا تتطلب معرفة مسبقة بقواعد القراءة و الكتابة، لمتابعة الإستماع لبرامجها
- ❖ تقود إلى توفير في الإنفاق على التعليم في زمن تبدو فيه الحاجة أكثر إلحاحا لتوفير المال وخفض النفقات.
- ❖ تعتبر مدرسة متكاملة لجميع المراحل الدراسية وجميع الطلبة والمستمعين وكذا كل المواد الدراسية.

(1) عاطف عدلي العبد: المرجع سابق، ص173.

❖ تتمتع الإذاعة السمعية بخاصية مهمة في مجال التعليم والتعلم، ذلك انه بالإمكان إقامة علاقة ثنائية بين المعلم والمتعلم و تتحقق مثل هذه العلاقة من خلال تصميم و إنتاج و تقديم البرامج مع الأخذ بعين الاعتبار مخاطبة المستمع الفرد.

خامسا- الإذاعة وسيلة إعلانية هامة:

يمكن إضافة إمكانيات أخرى للإذاعة، متمثلة في جعلها وسيلة إعلانية مقبولة لأن ما يهم المعلن هو وصول الإعلان إلى قطاعات عريضة من الجماهير ووجود الإعلان في حد ذاته يدعم اقتصاديات الإذاعة خاصة وأنه تقوم به إذاعة عديدة ضمن برامجها، مثل إذاعة الشرق الأوسط، وإذاعات أخرى موجهة، كإذاعة منتي "كار" و "لو" اللتان تعدان من أوائل الإذاعات في العالم تبث ومضات إخبارية ضمن برامجها.

سادسا: مرونة اللغة عبر وسائل الاتصال

تستمد اللغة مقوماتها من فكر وحضارة أقوامها، ولكل لغة سياقها التاريخي منابعها الفكرية الخاصة بها وقواعدها النحوية والصرفية والضابطة لها، ويمثل اللسان في الأمة القاسم المشترك في كيانها، والمعبر الأمين عن حقيقتها الدينية والحضارية الإبداعية، وفي السياق تعتبر اللغة

وعاء ومحسن ضميرها، وتعكس منحنيات تفكيرنا واجتهاداتنا وحقولنا كما تعتبر اقوي أداة عن ديننا وعقريتنا وهويتنا.¹

وتتيح لغة للإعلام المكتوب او مسموع استقامة أسلوبه أنها تتسم بمزايا جمالية وبلاغية وخاصة اللغة العربية لغة القرآن، كونها توافق مقتضى الحال، وتناسب المقام، واعتمادها على المجاز والإيجاز البالغ بدون أن يخل بالمقصود، ويستخدم الإطناب غير الملل، لا يصقل أسلوبه فحسب بل سكيه الأدوات التفسيرية الملائمة لكل حال ولكل حدث.

يرتبط الأسلوب الصحفي بالمعلومة أشد ارتباط وبالواقع الحي الملموس، ونجد اللحظة عند تشكلها. حيث نجد أن لغة النص الصحفي لم تظهر بين عشية وضحاها، بل تطورت وفق الممارسات التي صقلها الواقع الاجتماعي والسياسي والفكري بدرجة أكبر، ويمكن إيجازه في ارتقاء المستوى الثقافي للجمهور واحتكاكه بمواضيع التي تناولتها الصحافة، والوجود العقلي والحقيقي للواقع والأماكن والأشخاص وكذلك المرود الآني الذي ينتظر أن تحققه الصحافة.²

ويجمع الباحثون الإعلاميون على أن لغة الإعلام تتمثل أساسا في الإشارات منطوقة أو المكتوبة أو المصورة نقر من خلالها الرسالة الإعلامية إلى الجمهور³، حيث لا يتم إعلام الكلام

¹ حمزة مليلي: الإذاعة المحلية في الجزائر و إشكالية اللجوء إلى اللهجة العامية، دراسة ميدانية على القائم بالاتصال بإذاعة قسنطينة الجهوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في علم الاجتماع الاتصال، إشراف: سكيبة العابد، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2007/2008، ص 132.

² عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، ص: 239. ينظر: بركات محمود وآخرون: مدى فاعلية الإشهار المسموع وتأثيره على المستهلك، دراسة ميدانية على عينة من جمهور إذاعة سيرا المحلية بقسنطينة، ص 49.

³ عبد العزيز شرف: المرجع نفسه، ص: 239. ينظر: بركات محمود وآخرون: المرجع السابق، الصفحة نفسها.

إلا إذا وجد رجل الإعلام اللغة التي يقتضيها الحال للتعبير عن طبيعة المعلومات والأفكار والمشاهد والإحداث.

اللغة الإعلامية تتميز بسمات تختلف عن اللغة العلمية المقننة لأنها تتجاوز مخاطبة الفئات المختصة إلى الجمهور الواسع الذي ذو المستويات المتفرقة. قد حرص المجال الإعلامي على مراعاة قواعد اللغوية المصطلح عليها¹، فإنها تحاول كذلك ان تحرص على خصائص أخرى في الأسلوب وهي البساطة والإيجاز والوضوح والنقد المباشر ، والأصالة والجلاء والاختصار.

لعل الإذاعة هي الوسيلة الأفصح التي تبرز فيها انيارات العربية الفصحى بين الدارحة من جهة واللغات الأجنبية أمثال الفرنسية من جهة أخرى، والتوجهات المتباعدة المتنافرة والمتصارعة لا يجمدها سوى الشكل الدارج الذي كان أقصر الطرق إلى جنب الجمهور في الإفهام والتأثير والتجبير في مواقع الصراعات وآلياتها.

باختصار يمكن القول أن اللغة تفرض لسلطانها بنفسها ،وتكريس أفكارها وسلطانها وتبقى تسد حاجيات المواطنين وعفوياتهم في سلك يعتمد الحجة ويرتقى نحو سحر الذي ينتابه التمثيل المدرس أو هو كذلك بالمفهوم المعاصر²

¹ المرجع نفسه:ص:240، ينظر: بركات محمود وآخرون:المرجع السابق،الصفحة نفسها.

² نسيم الخوري:الإعلام العربي وانحياز السلطات اللغوية،مركز دراسات الوحدة العربية ،ط:1، 2005، مج:1، ص:147.

سابعاً:مجتمع البحث و اختيار العينة :

1- مجتمع البحث:

يمكن تعريف مجتمع البحث على أنه " مجموع محدود أو غير محدود من المفردات

(العناصر و الوحدات) محددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات " أو هي " جميع مفردات الظاهرة

التي يدرسها الباحث"¹

2- اختيار العينة:

تعرّف العينة بأنّها: " مجموعة من وحدات المعاينة تخضع لدراسة تحليلية أو ميدانية ويجب

أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا متكافئا مع المجتمع الأصلي و يمكن تعميم نتائجها عليه"².

أو هي " المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها،وهي تكون ممثلة لخصائص

المجتمع الدراسي الكلي"³

وبما أنّ إذاعة بسكرة مجال بحثنا لسنة 2015/2014 ، لذا ارتأينا اختيار الأسئلة المتعلقة

ببحثنا -في إطار الجانب السياحي. لهذا السبب كانت العينة المختارة بإحكام تدخل في صميم

الموضوع، وسعينا منا قدر الإمكان أن تكون العينة ممثلة بنسبة مقبولة لأفراد طاقم الإذاعة بدون

¹ أحمد بن مرسللي ، منهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ط 2 ، ديوان المطبوعات الجزائرية الجزائر، 2005 ص 166 .

² سمير محمد حسن ، دراسات مناهج البحث العلمي و بحوث الإعلام ، عالم الكتاب ، الدار اللبنانية المصرية للنشر والتوزيع القاهرة ، 1990، ص 293 .

³ بلقاسم سلاطينية ، حسين الجيلاني :منهجية العلوم الاجتماعية،(د.ط) دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع،الجزائر،2004،ص:282.

استثناء والتي حلدناها بشكل واضح في الجانب التطبيقي من الدراسة ،حيث يكون توزيع الاستمارة عشوائيا .

3- أدوات جمع البيانات وتحليلها :

نقصد بها جميع الأدوات و الوسائل المستخدمة من طرف الباحث في جمعه للمعلومات و البيانات المستهدفة للبحث من خلال استخدامه لمنهج أو أكثر.¹

4- أساليب تحليل العينة:

إن تحليل العينة الخاضع للإستبانة يقوم على مستويين²:

❖ التحليل الكمي: وهذا النوع من التحليل يعطيها المعلومات من الجانب الكمي

وهذا لوضع البيانات في الجدول قصد تحليلها في الجداول البسيطة والمركبة

❖ التحليل الكيفي: يأتي هذا النوع من التحليل بعد التحليل الكمي ،ومن ثمة يأتي التحليل

الكيفي الذي ستند على النسب المئوية.

¹- أحمد بن مرسل: منهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، المرجع السابق، ص 214 .

² دلالي القاضي،محمد ألبياي: منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج (س.ب.س.س)،دار حامد للنشر والتوزيع الأردن،ط:2008،1،ص:80

المجال الجغرافي و الزمني للدراسة :

- المجال الجغرافي للدراسة :

هي الجهة المعنية بالدراسة و قد وقع اختيارنا على إذاعة بسكرة، لذلك يتمثل الإطار الجغرافي لدراستنا في ولاية بسكرة التي تمثل لنا مجتمع البحث.

- المجال الزمني للدراسة :

يتمثل في الفترة التي تم فيها جمع المعلومات و البيانات الميدانية المتعلقة بـ: تقديم الأسئلة عبر الاستبانة للجهات المعنية في مقر الإذاعة خلال المدة الممتدة ما بين 15 إلى 27 افريل 2015، التي تمّت من خلالها الحصول على مختلف الوثائق و البيانات الخاصة بإذاعة بسكرة و المتعلقة بالجانب التطبيقي .

صعوبات الدراسة :

إن أي بحث علمي قد تواجهه صعوبات و عراقيل و قد واجهنا في بحثنا هذا بعض

الصعوبات المتمثلة فيما يلي :

- قلة المراجع حول موضوع الدراسة .

- قلة الدراسات و البحوث الجامعية حول هذا الموضوع وان وجدت فالجانب اللغوي غياب تام

و لم يحظى الكافي من الاهتمام .

- نقص الخبرة و المعرفة حول الدراسة الميدانية من الجانب السياحي .

- عدم وجود معلومات كافية في الإذاعة نفسها لعدم التوثيق و التدوين في مثل هذه المواضيع وخاصة إذا تمثل الموضوع في مجال السياحة

الاستبانة:

هي الأداة الرئيسة التي تمّ الاعتماد عليها في جمع البيانات المراد دراستها أو التي سنجري على أثرها تحليل الظاهرة اللغوية وفق الإجابة المقدمة من طرف مسعولي إدارة إذاعة الزيبان تعرف الاستبانة بأنها: " مجموعة من الأسئلة المرتبة حول الموضوع معين ، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعينين ، بالبريد أو يجرى تسليمها باليد ، تمهيدا للحصول على الأجوبة الأسئلة الواردة فيها¹.

أو أنها: " على أنها حقائق من المؤشرات ، التي يمكن عن طريقها اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة ، عن طريق الاستقصاء التجريبي أي إجراء بحث ميداني على مجموعة من الناس² ، وهناك من عرفها على أنها مجموعة من الأسئلة المكتوبة ، والتي تعد بقصد الحصول على المعلومات ، أو آراء حول موقف أو ظاهرة معينة³

¹ عمار بوحوش ، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط: 2، 1999، ص 66.

² بلقاسم سلاطينة ، حسين الجيلاني : منهجية العلوم الاجتماعية دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ط: بلا، 2004 ص 282

³ ينظر: فضيل دليو، على غربي وآخرون: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية ، ط: بلا، قسنطينة ، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 1999، ص

المحور الأول :- تحليل بيانات الدراسة حسب متغيرات البحث
الجدول البسيطة:

1- البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة %	تكرار	الفئات
50%	08	ذكور
50%	08	إناث
100%	16	المجموع

يتبين من هذا الجدول أن نسبة أفراد العينة من الذكور مساوية لأفراد العينة من الإناث حيث تقدر الأولى بنسبة 50% وتمثل الثانية نسبة 50% من إجمال أفراد العينة.

تفسير:

إن التقارب بن نسبة عدد الذكور والإناث كان عشوائيا كما ذكرنا سلفا، حيث تم توزيع

العينة على عدد 25 موظف، ولكن عدم تقبل الدراسة من بعض الموظفين في الإذاعة المحلية حال دون توسيع دائرة الدراسة الميدانية وتقييم نسبة القبول لدى بعضهم.

الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن:

نسبة %	تكرار	الفئات
6.25%	01	[أقل من 20]
31.25%	05	[من 20-30]
62.50%	10	أكثر من 30
100%	16	المجموع

يبين لنا الجدول التالي الفئة العمرية لعمال إذاعة بسكرة ، ونلاحظ بوضوح أن الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) سنة تمثل النسبة الأقل لأفراد العينة والتي تمثل 01 بمن أفراد العينة بتقدير 6.25%، ثم تليها الفئة (20،30) سنة بنسبة 31.25 % وتمثل الفئة العمرية (30- فأكثر) ، نسبة 62.50% من أفراد العينة وتعتبر الأعلى مقارنة بسابقتها.

تفسير:

من خلال العينة نجد أن التوظيف نسبة الشباب هي نسبة التي تحتل المرتبة الثانية من فئة (20،30) سنة، بسبب طابع الميداني للإذاعة هذا من جهة ،أما من جهة أخرى الفئة التي حصدت أعلى نسبة هي فئة (أكثر من 30 سنة) تسمى نسبة الخبرة المهنية بدليل المسار العملي في الإذاعة لبعض العمال التي تزيد خبرتهم أكثر من 10 سنوات في العمل الميداني ثم إلى ترقيات إدارية ليفسح المجال إلى الفئة الشبابية لتستلم مهام العمل الميداني ذكروا أو إناث.

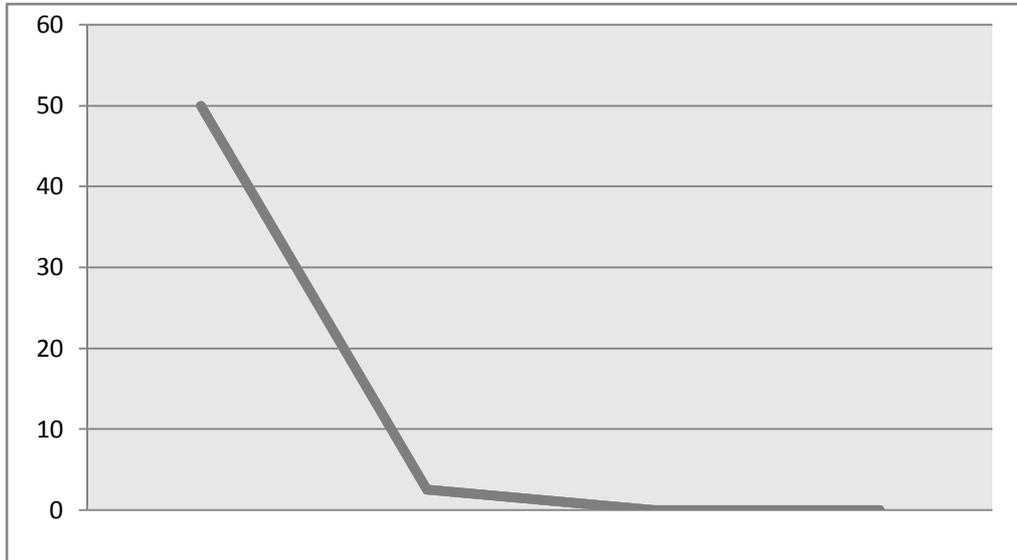
الجدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص.

النسبة %	التكرار	الفئات
50%	08	علوم واتصال
50%	08	تخصص آخر
100%	16	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه انه يشمل على التخصصات المطلوبة في إذاعة الزيبان متساوية النسب ؛حيث تتراوح نسبة تخصص علوم واتصال 50% أما مجال التخصصات الأخرى كذلك بنفس النسبة 50% .

تفسير:

نؤكد على العينة كانت عشوائية ولم نحدد على العدد الكبير من مجال الدراسة ولكن نجزم أن التخصص لأول المطلوب في الإذاعة هو علوم واتصال لتناسب التخصص مع المهام الموكلة إليه أما التخصصات الأخرى تراوحت ما بين تقنية وإدارية وقانونية وحتى اجتماعية نفسية ،باستثناء الآداب وهذا ما نستشفه من الفتور وتهاوي اللغة العربية بين السنيّ المقدمين والمحررين ليس إجمالاً ولكن بنسب متفاوتة، والجدول يمثل المنحني لنسبة التقارب الكلي بين توظيف عبر الشهادة أو مسابقة ذكور وإناث.



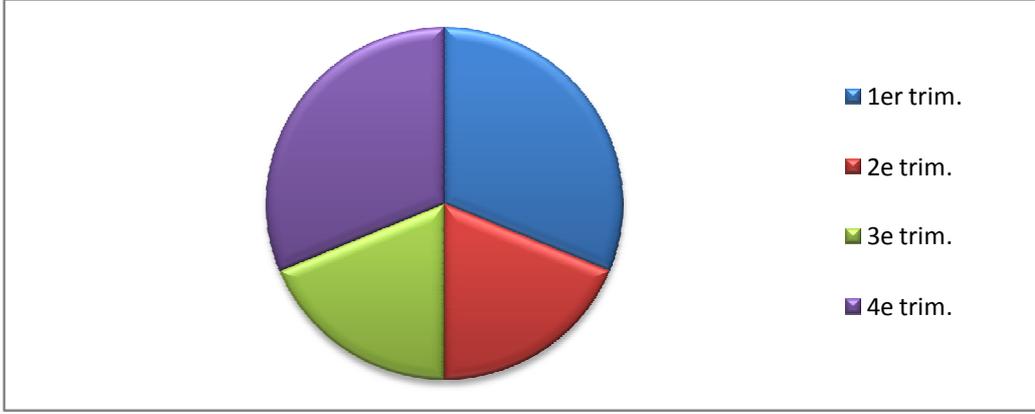
الجدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة على أيّ أساس تمّ توظيفه

المتغير		ذكر		أنثى
السؤال	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
مسابقة	05	%31.25	03	%18.75
شهادة	03	%18.75	05	%31.25
ترقية	0	%00	00	%00
المجموع	08	%50	08	%50
				%100

من خلال الجدول نجد أغلبية أفراد العينة من عمال للإذاعة رجال وإناث تمّ توظيفهم على أساس الشهادة يعود ذلك إلى طبيعة التخصص الذي يفرض نوع من الشهادة التي تلائم والمنصب الذي سيشغله المتسابق، إن نسبة توظيف على أساس المسابقة للذكور راجع لسببين هما:

- ✓ وجود إقبال الذكور في وظيفة الإعلام كونها وظيفة شاقة ومنتعبة بدليل أن نسبة 31.25% أعلى نسبة خارج مجال الشهادة وكذلك خارج مجال الإداري (مناصب الأخرى) خارج مجال التخصص مثال: قانون أعمال رياضيات، هندسة كهربائية وغيرها من تخصصات المتنوعة والصعبة أما الإناث نجدهم مجاهم منحصر في الإدارة فقط لطبيعة المنطقة المحافظة
- ✓ صعوبة انتقال إلى المناطق البعيدة والاختلاط بين الرجال وإن وجد فنادرًا .

- 1: نسبة الذكور (مسابقة)
- 2: نسبة الذكور (شهادة)
- 3: نسبة الإناث (مسابقة)
- 4: نسبة الإناث (شهادة)



الجدول 05: ما المنصب الذي شغله حالياً؟

إناث		ذكور		متغير سؤال
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%18.75	03	%12.50	02	مذيع
%00	00	%18.75	03	رئيس مصلحة
%00	00	%12.50	02	محرر برامج
%18.75	03	%25	04	منصب آخر
31.25	06	%68.75	11	المجموع
%100				

من الملاحظة من خلال ملاحظات المينة ضمن الجدول التركيبي ان نسبة مناصب آخر

المتنوعة من مختلف التخصصات بخلاف علوم الاتصال قد حازت النسبة من نسبة التصويت

لتصل 25% من الذكور أما نسبة 18.75% من نسبة الإناث، أما نسبة رئيس مصلحة بلغت من كلا الجنسين وصلت نسبتها 25%، أما لمذيعي البرامج الإخبارية والثقافية والحصص المتنوعة نجد تقارب كبير وبفارق 6.25% أي واحدة (01) نسبة فارق لصالح فئة الإناث .

الجدول رقم 06: هل تستمع لإذاعة الزيبان؟

إناث		ذكور		متغير
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	السؤال
50%	08	50%	08	نعم
00%	00	00%	00	لا
50%	08	50%	08	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن نسبة المستمعين الدائمين تمثل أكبر نسبة وتخص الموظفين

بنسبة 50% ثم تليها نسبة المستمعين غير المستمعين بـ 0%.

تفسير:

ارتفاع نسبة "نعم" راجع كون العمال الإذاعة ينشطون داخل إطار عملهم

ونفي الاستماع يقلل من مصداقية الإذاعة وشعبيتها لدي الرأي المحلي خاصة والجهوى عامة .

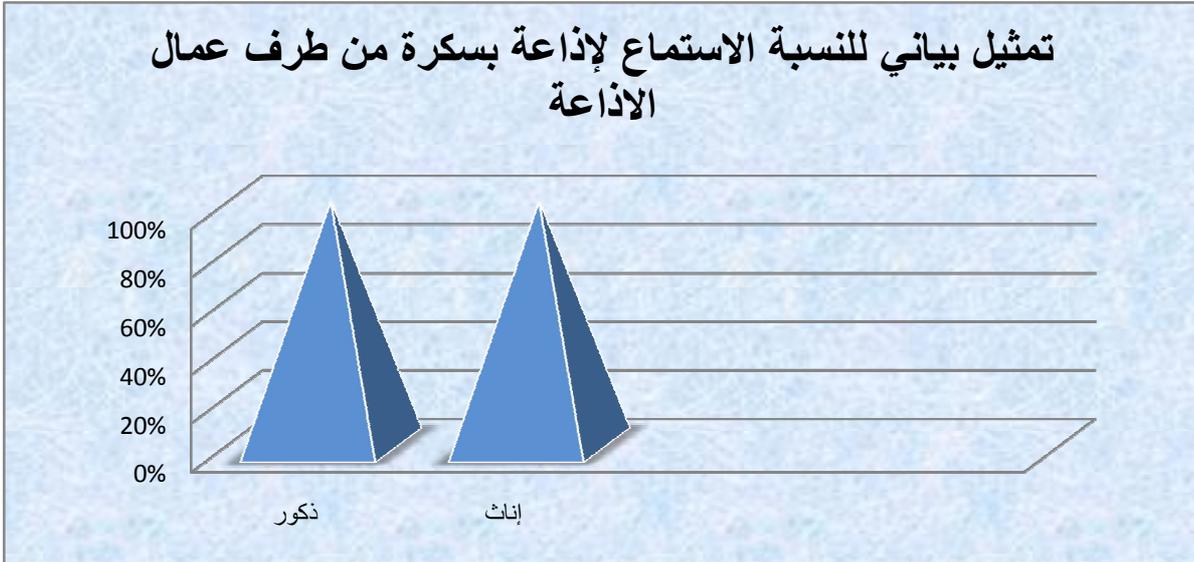
الاستماع من عدمه ليس معيار للمصداقية أساسا ،لان عدم الإحاطة بجميع

فضاءات الإذاعة من تغطيات من جهة، وبرامج الموجود ولمسطرة انجازها مستقبلا من جهة أخرى

التركيز على الاستماع فقط عنصرا لا يفي بالضرورة للوصول النسبة 100%

ذكور: Série 1

إناث: Série 2



الجدول رقم 07: إذا كانت الإجابة بـ "نعم" ما هي البرامج المفضلة لديك؟

إناث		ذكور		متغير	سؤال
النسبة	التكرار	النسبة	تكرار		
00%	00	18.75%	03	السياسية	
12.50%	02	25%	04	الاقتصادية	
43.75%	07	56.25%	09	الثقافية	
25%	04	37.50%	06	السياحية	
81.25%	13	137.50%	22	المجموع	

من خلال الجدول نجد النسبة المئوية فاقت 100% وهذا راجع إلى الاختيار المزدوج للعينة

المبين من خلال الجدول نجد أن نسبة للبرامج الثقافية قد حازت النصيب الأكبر من اهتمام عمال

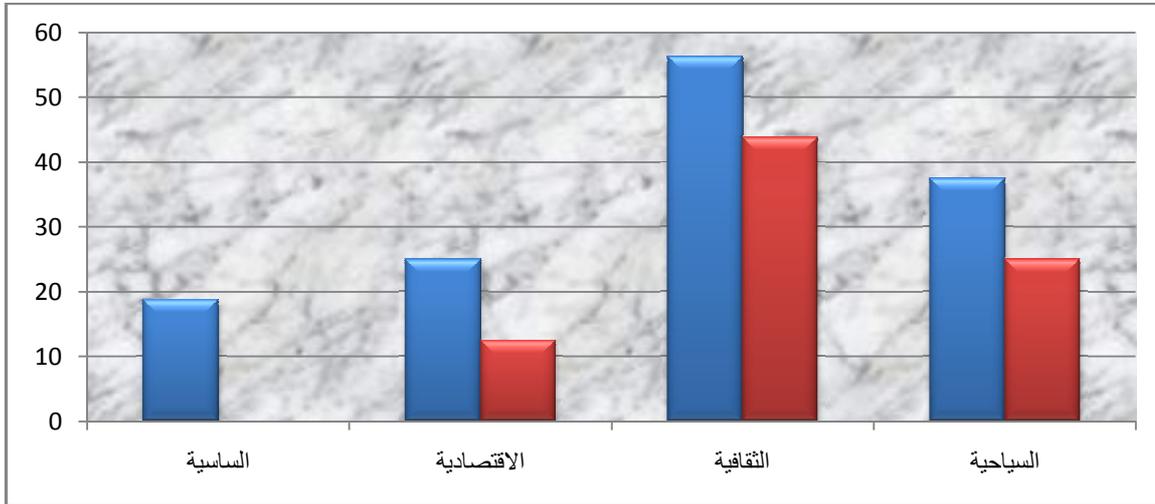
إذاعة بسكرة من كلا الجنسين تقديرا بـ 56.25% بالنسبة للذكور أما نسبة 43.75% بالنسبة

للإناث. لكن نسبة التقارب بين ذكور والإناث في درجة الاهتمام بمجال الثقافة تقدر بـ: 100%
 أما التقارب المعتبر في المجال السياحي (37.50 % 25 %)

تفسير

ارتفاع نسبة البرامج الثقافية نتيجة لتنوع المواضيع الاجتماعية والترفيهية وغيرها. ومن بينها المواضيع السياحي ولو بشكل قليل.

المواضيع السياحية لم تخض بالقدر كافي من الحصص المخصصة والمبرجة في الإذاعة المحلية في مدينة بسكرة، وهذا عائد كون السياحة الموسمية فقط وليس مخطط لها ضمن الإبعاد المستقبلية وجعلها مزار دائم للمنطقة، وارتفاع النسبة لكون السياحة باب من أبواب الثقافة، لذا ارتئ عمال الإذاعة التصويت على النموذجين الثقافية والسياحية كونها ملازمين لبعضهما البعض. ولتمثيل البياني يوضح ذلك:



 ذكور
 إناث

الجدول رقم 08: أنت كموظف في الإذاعة أي لغة تفضلها في الترويج الإعلامي في

مجال السياحة

أنثى		ذكر		المتغير
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	السؤال
%25	04	%31.25	05	العربية
%00	00	%00	00	الفرنسية
%25	04	%18.75	03	مزج بينهما
%50	08	%50	08	المجموع

يتبن لنا من خلال الجدول أن نسبة أفراد العينة من الذكور تكافئ نسبة أفراد العينة من

الإناث 50%؛ حيث نجد نسبة الذكور المؤيدة للمزج بين اللغتين العربية والفرنسية في الإعلام

المحلي تقدر بـ 18.75%، أما بالنسبة للإناث نجد أكبر نسبة والتي تقدر بـ 25%

تفسير:

راجع لنوع التخصص الذي تمّ به توظيف الموظف وهذا ينعكس على ميولاته نحو اللغة

المضلة لديه فمثلا إعلام والاتصال يستعملون اللغتين بشكل قد نقول عنه متقارب بنسبة كبير

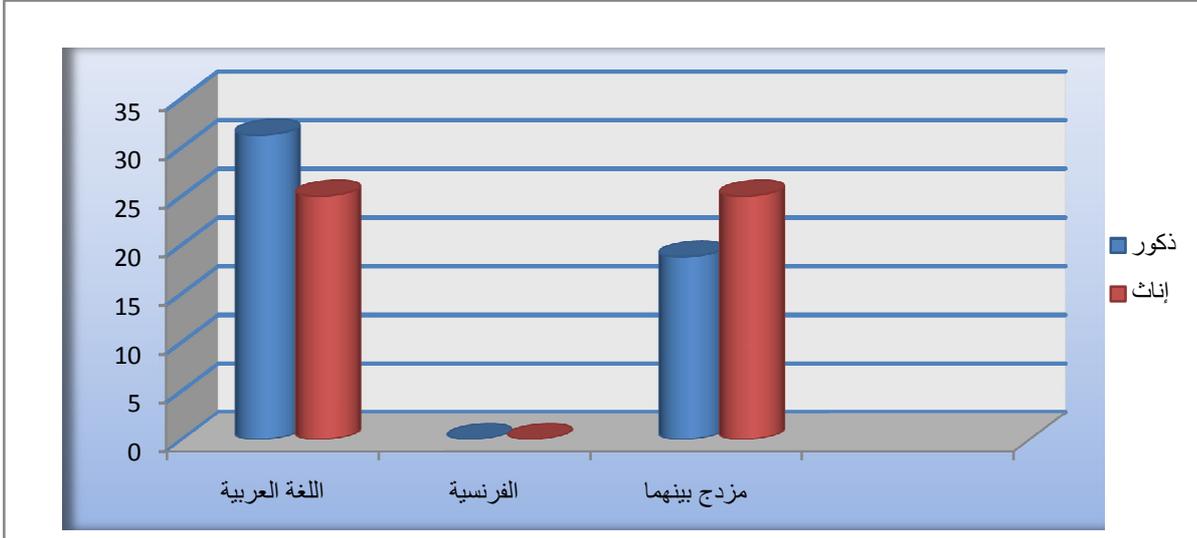
جدا وهذا ما نلمسه عند نسبة المزوجة بين اللغتين عند الإناث وهذا ليس حجة أن الذكور

لا يجيدون المزوجة لكن فرضية التخصص تعكس ذلك .

أما عن طريق الوظيفة فالإدارة تستعمل اللغتين بشكل ملحوظ، وزيادة نسبة الإناث

وتقليل من نسبة الذكور راجع لطبيعة العمل الميداني كما ذكرنا سابقا

مخطط يوضح توزيع اللغة المفضلة لدي عمل الإذاعة المحلية بسكرة FM



المحور الثاني: الواقع السياحي في الجزائر - بسكرة نموذجاً -

الجدول رقم 01: ما تقييمك للواقع السياحي في بسكرة

إناث		ذكور		السؤال	متغير
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
%00	00	%00	00	جيد	
%18.75	03	%25	04	متوسط	
%31.25	05	%25	04	ضعيف	
%50	08	%50	08	المجموع	
%100					

يتبين من خلال الجدول أن أغلب الموظفين يؤكدون على أن المستوى السياحي تراوح

بين المتوسط 25% ذكور والضعيف 25% أما الإناث في المتوسط 18.75% أما الضعيف

31.25%؛ أما التقييم الجيد منعدما تماما 00% لكل من المتوسط والضعيف

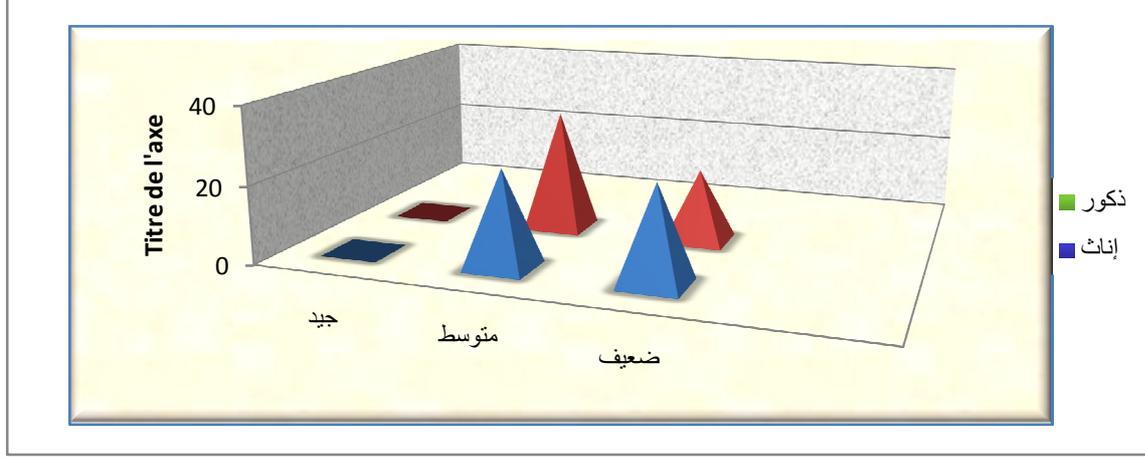
تفسير:

السياحة في بسكرة ليست لها الأهمية البالغة

تدهور المعيشة واهتمام عامة الناس بتوفير لقمة العيش صعب من التوجه نحو السياحة

عدم وجود التخطيط المنهجي للاستثمارات السياحية

غياب التضافر الثنائي بين القوى الإعلامية والبشرية في مجال السياحة



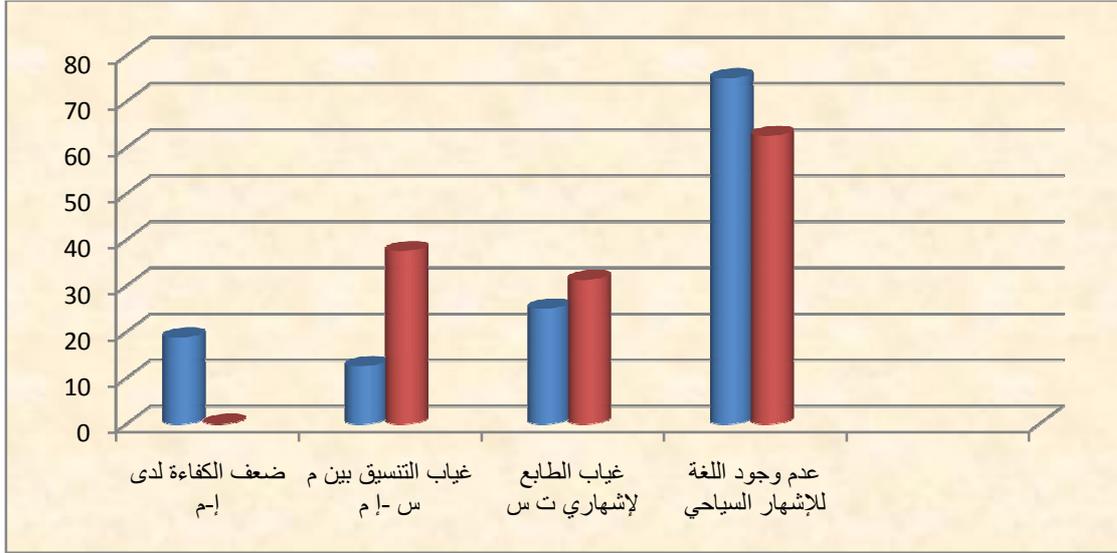
الجدول رقم 02: بحسب الإجابة إلى ما يعود ذلك؟

إناث		ذكور		المتغير السؤال
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
00%	00	18.75%	03	ضعف الكفاءة لدى الإعلام المحلي
37.50%	06	12.50%	02	غياب التنسيق بين المؤسسات السياحية والإعلام المحلي
31.25%	05	25%	04	غياب الطابع الإشعاري للترويج السياحي
62.50%	10	18.75%	03	عدم وجود اللغة المناسبة للإشهار السياحي
131.50%	21	75%	12	المجموع

من خلال الجدول الموضح أعلاه يتبين أن النسبة فاقت 100 % كون التصويت لعمل إذاعة الزيبان FM كان مزدوج الاختيار، وقد تجاوزت نسبة الإناث الفئة العمرية ما بين 20 إلى أكثر من 30 سنة نسبة ما يقارب 131.50 % . أما نسبة الذكور تراوحت نسبتها ما بين 50-100 % بمجموع 75 %، وغلب الاختيار الثالث لدى الذكور نسبة 25% أما الرابع فتفوق تصويت الإناث بنسبة 62.50% وانعدم النسبة في الاختيار الأول 00% وتفوقها على نسبة الذكور في الاختيار الثاني 37.50% للإناث على نسبة 12.50% بالنسبة للذكور.

تفسير: تفوق الاقتراح الرابع في التصويت لدى عمال الإذاعة المحلية بسكرة FM، دليل على أن مقترح عدم وجود اللغة المناسبة. وبغياب اللغة يغيب الطابع الأشهاري السياحي الذي له دور كبير في تحسين صورة السياحة المحلية في مدينة بسكرة، كما لأنسى أن التنسيق بين المؤسسات السياحية له دور لا يقل أهمية عن اللغة بوجوده أو من عدمها.

منحني يمثل بيان أسباب تردي مستوى السياحي في مدينة بسكرة



إناث



ذكور



الجدول رقم 03: هل يعد ربط المؤسسات المتخصصة بالسياحة في الإعلام المحلي؟

أنثى		ذكر		المتغير السؤال
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	
25%	04	18.75%	03	كاف في توفير المعلومات حول السياحة في مدينة بسكرة
25%	04	31.25%	05	غير كاف
50%	08	50%	08	المجموع
100%				

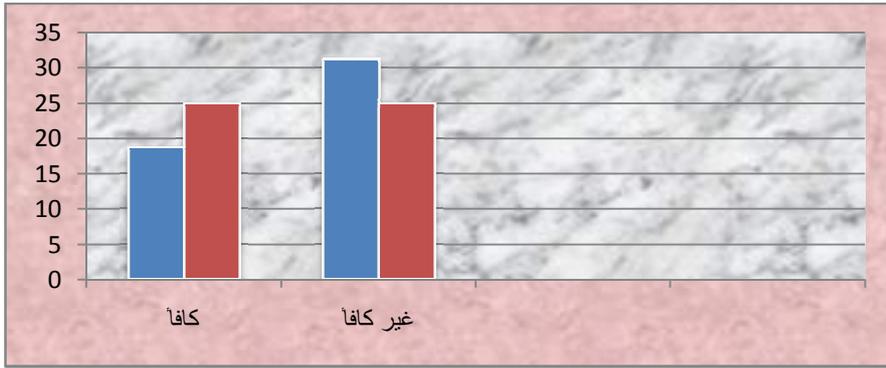
إن نسب بين الذكور والإناث تكاد متقاربة، فنجد نسبة ذكور التي تعتقد عدم كفاية ربط

المؤسسات السياحة بالإعلام المحلي من خلال جمع بين الجنسين تصل إلى 56.25% خلافا لنسبة

التي تأيد فكرة الكفاية في حالة الربط بين المؤسسات السياحية والإعلام المحلي والتي تمثل عند الجمع بين الجنسن 43.75%، إن الآراء التي تقضي بعدم الكفاية تم تحصيل اقتراحاتها وتقييمها

من خلال السؤال الرابع.

التمثيل البياني لسؤال الثالث



ذكور

إناث

الجواب الرابع:

تقييم الإجابات المقترحة من طرف عمال الإذاعة بعدم الكفاية في ربط المؤسسات السياحية والإعلام المحلي؛ لذا جاءت اقتراحات كما يلي:

الاقتراحات:

الترويج لسياحة المحلية يتطلب إيصالا المعلومة للمواطن عبر طرق مختلفة نظريا وتطبيقيا

غير كاف لأن الإذاعة تبقى محلية بالدرجة الأولى، والترويج للسياحة في بسكرة يتطلب

وسائل أخرى أيضا. تكزن أكثر انتشاراً وتوسعاً ليصل إلى السائحين الداخليين منهم أو الأجانب.

وضع إستراتيجية للتنسيق بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات السياحية للنهوض بالسياحة

في بسكرة.

التخطيط المشترك الجدي والفعلي، وعدم الاكتفاء على ما يدون على الورق فقط. وتحسين صورة المدينة خارج الإطار الإداري، من خلال أرشاد السواح للمكنوزات وتعليمها والاستعانة بالمرشدين السياحيين ذو خبرة الميدانية الكبيرة، ثم يأتي الإشهار الإذاعي.

اعتماد اللغة السليمة الموحية والموجزة وإتقان اللغتين العربية والفرنسية ولما لا الإنجليزية للترويج، عكس ما نسمعه حالياً كلام جاف

التواصل أكثر بين المؤسسات الإعلامية والجهات المهنية بالقطاع.

التنسيق بين المؤسستين وتطوير الإشهار السياحي.

التركيز على ميول المستمع وكيفية جذبته من خلال الطابع الإشهاري واللغة المناسب وعدم التركيز على المناسبات وجعل التصور المستقبلي من خلال توفير الإمكانيات السياحية في ولاية بسكرة.

تقييم:

إن جل الاقتراحات التي تمّ تقديمها حول سؤال عدم الكفاية تحمل في ثناياها جانبين مهمين هما:

الإذاعة غير كافية لوحدها في إعطاء الصورة الأمثل للسياحة، ولا يتم إلا بالتواصل الفعلي المستمر وعلى فترات متقاربة مع تحسين درجة التعامل مع الجانب اللغوي أحادي اللغة إما العربية أو الفرنسية أو المزوجة بينهما وهذا أفضل

المؤسسات السياحية تحتكر الجانب السياحي لديها، والإعلام عندها يتمثل في إيرادات الإعلام في جني المال فقط دون النظر إلى تحسين الصورة الكلية لسياحة في بسكرة وبوجود التنسيق من عدمه لا يقدم ولا يؤخر؛ إلا إذا تضافرت الجهود بين المؤسسات السياحية والإعلام المحلي المتمثل في إذاعة الزيبان **FM** من جهة ، الاعتماد على اللغة الموهية والموهمة للموقع السياحي في المنطقة ما؛ من خلال إبراز المواطن الايجابية للمواقع السياحية بلغة تستدرج السائح الداخلي والخارجي على حد سواء.

الجدول رقم 05: ما الحجم الساعي حول الترويج للسياحة في مدينة بسكرة؟

متغير		موظفون		طلبة
السؤال		تكرار	نسبة	تكرار
			نسبة	
ساعة في اليوم		02	%12.50	00
ساعة في الأسبوع		03	%18.75	02
أثناء البرامج الثقافية فقط		02	%12.50	06
لا يوجد		01	%6.25	00
المجموع		08	%50	08
				%100

من خلال النتائج المتحصل عليها، نجد أقل نسبة متحصل عليها هو اقتراح "لا يوجد" في الإذاعة المحلية بسكرة النشاط الإعلامي السياحي وتمثل النسبة بـ 00% للإناث مقارنة بـ 6.25% ذكور، تليها مقترح ساعة في اليوم بنسبة 12.50% ذكور و 00% إناث، أما المقترح التالي نجد المقترح الثاني بنسبة 18.75% ذكور و 12.50% إناث، غير أن أكبر نسبة شملها التصويت نجد المقترح الثالث بنسبة 12.50% ذكور و 37.50% إناث.

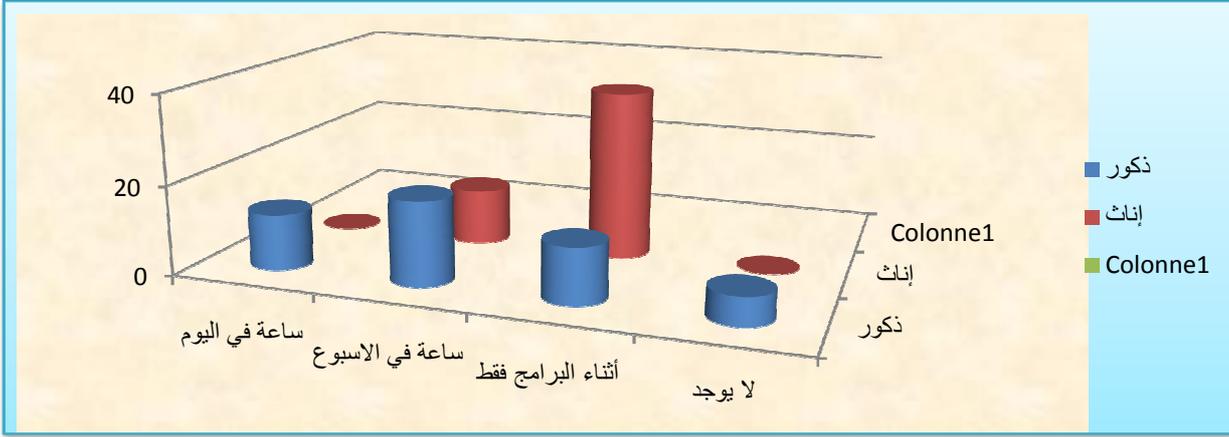
تفسير:

إذا ربطنا الجدول رقم 05 للمحور الثاني بالجدول رقم 07 للمحور الأول حول البرامج المفضلة لدي عمال الإذاعة المحلية بسكرة FM نجد التشابه الكبير بين التصويت 05 والتصويت 07.

فالتصويت الأول حول الميول الثقافية بلغت نسبتها 56.25% والسياحية 37.50% للجنس الذكوري أما الجنس الأنثوي فالجانب الثقافي بلغ نسبيته 43.75% والسياحي 25% من خلال ما سبق لاختيارات وعند إسقاط النتائج وما استخلص من خلال الجدول رقم 05 لمحور الثاني فإننا نستنتج ما يلي:

إهمال التام للإذاعة المحلية للبرامج السياحية المتخصصة، وهذا عائد ربما لجاني عدم توظيف حاملي شهادات تخصص سياحة.

السيطرة الكلية للجانب الثقافي ومزج الجانب السياحي ضمنه؛ واعتباره جانب من جوانب الثقافية فقط، بل نعتبره جانب إيديولوجي سياسي اقتصادي اجتماعي نفسي، وهذا ما ترمي إليه السياحة.



الجدول رقم 06: ما مدى اهتمام إذاعة الزيبان بالمواضيع السياحية؟

المتغير		ذكور		أنثى	
السؤال	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار
جيد	00	%00	00	%00	00
متوسط	04	%25	04	%25	04
ضعيف	04	%25	04	%25	04
المجموع	08	%50	08	%50	08
				%100	

تعليق:

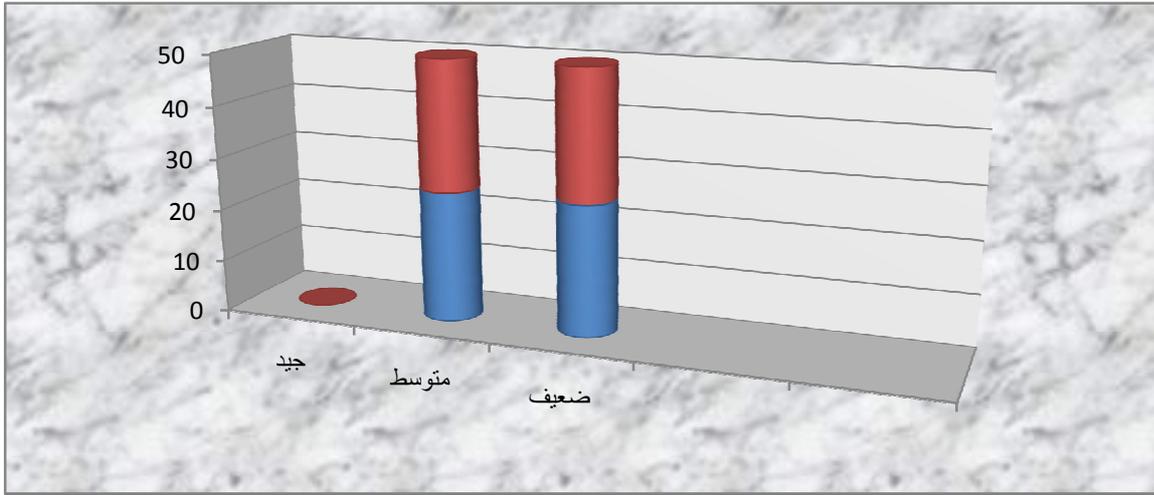
بناءً على ما ورد من ملاحظات، نجد أن تقييم "جيد" معدوم تماماً وهذا شيء واضح وجلي

مما سبق من تقييم لنتائج سؤال الأول للمحور الثاني؛ والمتمثل في تقييم موظف الإذاعة للواقع

السياحي في بسكرة ، فتراوحت الإجابة ما بين الضعيف والمتوسط، وهذا مانعكس على تقييم هذا السؤال فهو مرتبط ارتباطا بما سبق الإشارة إليه.

للعودة لنتائج الحالية ، نجد حالة تقييم عمال للواقع السياحة حول إدارة الإذاعة واهتماماتها بمجال السياحي سلبى تماما، فالتصويت متوسط بلغ نسبة 25% وضعيف 25% تساوي النسب وكذلك التصويت الضعيف بنفس النسب المئوية .

ليبيان الأسباب النتائج المتحصل عليها في السؤال 06 نوجزها في الإجابة على السؤال 07 للمحور الثاني



ذكور
إناث

الجدول رقم 07: بحسب الإجابة إلى ما يعود ذلك؟

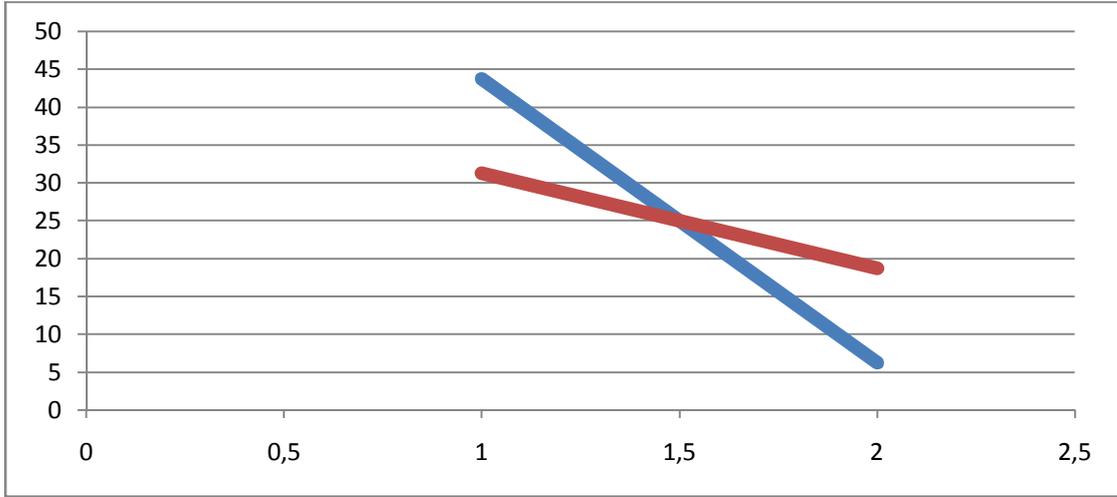
المتغير		ذكر		أنثى	
السؤال	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	النسبة
عدم اشتراط الإذاعة لنوع من هذا التخصص	07	%43.75	05	%31.25	
عدم الاهتمام	01	%6.25	03	%18.75	
المجموع	08	%50	08	%50	
				%100	

من خلال النتائج المتحصل عليها ضمن الجدول؛ نجد أن التصويت عمال إذاعة الزيبان بسكرة FM بعدم اشتراط نوع من هذا التخصص من خلال الجمع بين الجنسين (ذكور.إناث) وصل إلى 74.00% كونه تخصص منحصر في المؤسسات السياحية فقط أو الغرفة التقليدية أو مديرية السياحة والصناعات التقليدية.

تفسير:

انعدام التخصص في إذاعة الزيبان FM دليل على عدم تغطية إذاعة الزيبان FM لمجال السياحي بشكل فعال، الحكم ليس جزافا بل تمّ حكم عليه من عمال الإذاعة. لو توجهنا نحو مجال التغطية، نجدها لم تف بالمطلوب تماما؛ أي أثناء التغطية لا يحظى المجال السياحي بقدر الكافي من تغطية بدليل ضم المجال السياحي فرع من فروع الثقافة فقط

منحني بياني يمثل تصويت رقم 07



ذكور 
 إناث 

المحور الثالث: الازدواجية اللغوية وأثرها في الإذاعة المحلية -بسكرة FM-

يعتبر المحور الثالث تكمل للمحورين السابقين، ولكن يعد الأهم كونه يمثل محور الدراسة الأساسي. المحاور التي سيتم التطرق لها اللغة وماشتملها في المجال السياحي كآلية تواصل مهمة في جذب السياح الداخليين (المحليين) أو الأجانب. ولكن لا تفصل المحورين السابقين كونهما حلقة وصل فعالة لصدف أو من عدمه لعمال الإذاعة وتركيزهم في الإجابة عن الأسئلة الموكلة إليهم

الجدول رقم 01: في رأيك ما هي اللغة المناسبة لعملية الترويج السياحي في إذاعة الزيبان؟

ملاحظة:

عدم وجود النسبة المئوية 100% راجع إلى اختيار ثنائي الإجابة من طرف عمال إذاعة

بسكرة FM.

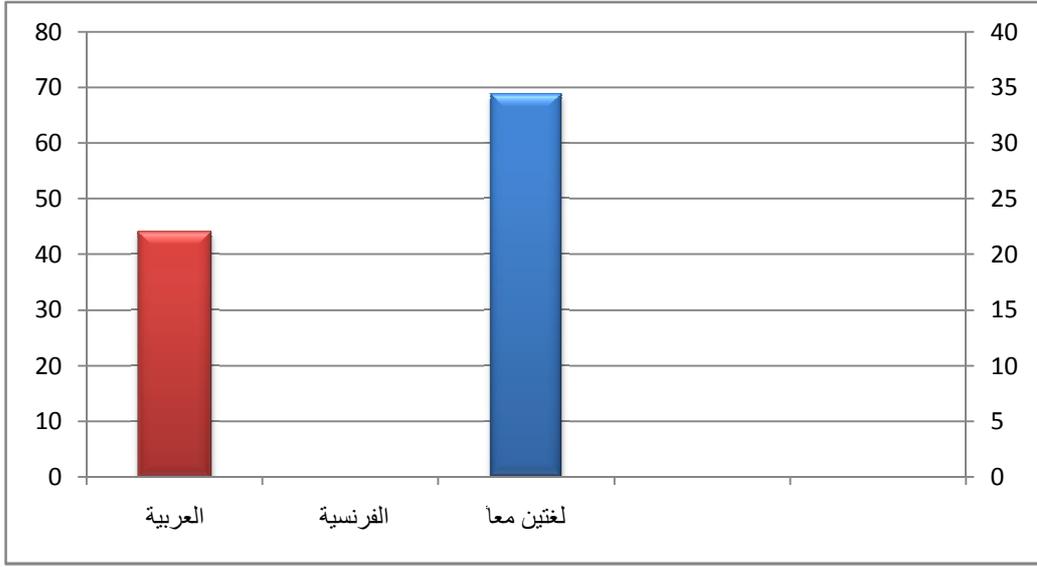
أنتى		ذكر		المتغير
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	السؤال
25%	04	43.75%	07	العربية
00%	00	00%	00	الفرنسية
37.50%	06	25%	04	اللغتين معا
62.70%	10	68.75%	11	المجموع

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن نسبة اعتماد فئة الذكور للغة العربية يقدر بـ 43.75% خلافاً عند الفئة العمرية لإناث التي تقدر 25%، أما الفئة التي تليها نجد فئة المزاوجة بين اللغتين عن الذكور بلغت نسبتها 25% أما الإناث فبلغت 37.50% ، ومع هذا ليس بالقدر الذي نأمل الوصول إليه من خلال الدراسة ، تأملنا القليل من الإجابات المتحصل عليها من خلال الاستلانة في الوصول إلى المبتغى من الدراسة.

تفسير: تساوي النسب المئوية بين اللغة العربية مع المزاوجة اللغوية (فرنسية -عربية) راجع إلى:

- تخصص الجامعي لرجل إعلامي في إذاعة الوطنية المحلية بسكرة FM
- إتقان الإعلامي للغتين العربية و الفرنسية وهذا ما فرض عليه لميل للصنفين الأول والثالث وعليه فإن تساوي الآراء بين من يجذب اللغة العربية لوحدها أو من يجذب تزواج بين اللغتين العربية والفرنسية، فقليل أو كثيرة نقول أن هناك التعامل مزدوج بين اللغتين العربية والفرنسية إن كان بنسب قليلة.

رسم البياني يمثل نسب درجة أهمية اللغة في الترويج لإشعاري السياحي



الجواب الثاني: التقييم: فيما يتمثل الأثر؟

ملاحظة:

قلة الاقتراحات حول السؤال الثاني التقييمي راجع لعزوف لبعض عن الإجابة من جهة

وغياب الوازع المعرفي بمجال السياحي وآليات التي تجهل منه قطاعا مهمة .

الاقتراحات:

- الشعب الجزائري مزدوج اللغة وعليه بُجِّب الإذاعة على استعمال اللغتين، ومدينة بسكرة لا

تتجزأ من لوطن الأم الجزائر، فقد عانت من اضطهاد الإستعمار وخاصة في المجال

التعليمي منه، ونتاج ذلك ظهر التزواج اللغوي في الحياة اليومية. وهذا ما نعكس على

الوظيفة الإعلامية

- توسيع مجال الاستماع وتحصيل أكبر فئة، وتوجيهها غير المزوجة اللغوية في مجال السياحي .

- اللغة الفرنسية مهمة ولكن اللغة العربية وخاصة العربية الدارجة تحتل الأولوية لدى المستمع وإن تمّ لتواصل بلغة الفرنسية بين المذيع والمستمع يكون الرد باللغة العربية أكبر من ذلك.

- الشر يتمثل في توسيع مجال الاستماع الإذاعي للمتكلمين باللغتين وخاصة للأجانب لغير الناطقين باللغة العربية أو لا يحسنون التواصل الجيد بها

- الوصول لعدد كبير من الطبقات الاجتماعية ولمختلف المستويات الثقافية وهذا ما ينعكس على المجال السياحي وتوسيع دائرة التواصل اللغوي.

- التوعية صحيحة والسليمة لغويا، وتعدد نمط اللغة في المجال السياحي يسهل جذب السياح كثيرا.

تفسير:

من الملاحظ أن جل لاقتراحات بنت تفسيرها حلو العلاقة القائمة بين الإذاعة والمستمع فقط، وكيفية التوصل اللغوي بين الطرفين وكيف يتم هذا التواصل.....

إن جل الاقتراحات لم تف بالمطلوب من السؤال السابق فغايتنا هي بين الأثر اللغوي بين العربية والفرنسية للترويج لسياحي عن طريق الإذاعة المحلية بسكرة FM. وهذا ما سنستشفه في الإجابة للسؤال التالي.

الجدول رقم 03: هل درجة اهتمام المستمعين بهذا النوع من البرامج عائد إلى:

أثى		ذكر		المتغير
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	السؤال
%31.25	05	%31.25	05	سهول التواصل عربية عربية
%18.75	03	%18.75	03	سهول التواصل فرنسية فرنسية
%50	08	%50	08	المجموع
%100				

نلاحظ من خلال الجدول التالي أن نسبة التواص اللغوي الثنائي بين (عربية عربية) أخذ

النصيب الأوفر من التصويت أو الاختيار لدى عمال إذاعة الزيبان FM أما الاختيار الثاني

(عربية، فرنسية). نجد فئة الذكور وفئة الإناث متساوي التصويت ولنسب المئوية

تفسير:

يرجع الأمر إلى الطبقة الغالبة في ترتيب المجتمعي ما بين المثقف و الجامعي والأمي

ولعل الأمر يعود لسهولة التواصل ليس باللغة العربية البسيطة (الفصحى) بل استعمال العامية مع

دخول بعض من المصطلحات باللغة الأجنبية.

الجدول الرابع 04: ترى أن استعمال اللغة الفرنسية على حساب اللغة العربية في الإعلانات

الإشهارية السياحية يساهم بمقدار فضل في جذب السياح؟

أثى		ذكر		المتغير
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	السؤال
%6.25	01	%18.75	03	نعم
%43.75	07	%31.25	05	لا
%50	08	%50	08	المجموع
%100				

نلاحظ أن لنتائج تميل بدرجة كبيرة للاختيار الثاني والذي وصلت النسبة المئوية لكلا الجنسين

%75 ما الاختيار الأول وصلت لنسبة لمئوية إلى %24.95

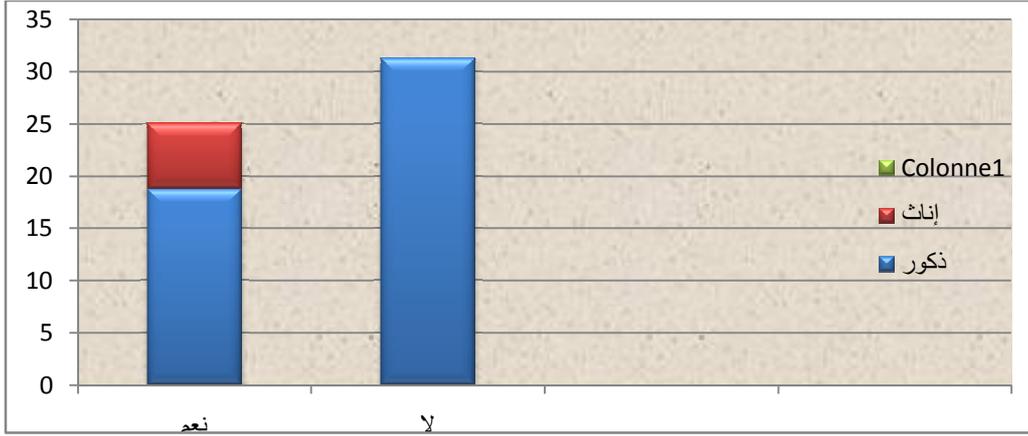
تفسير:

تفوق نسبة المؤيدين على أن استعمال اللغة الفرنسية على حساب العربية في إعلانات

الإشهارية سياحية دليل على أن جل غالبية الموظفين في الإذاعة يتقنون اللغتين معا وهذا ما

نعكس على الاختيار الثاني الراضى للغة العربية ومقللة من شأها فللغة لعربية له مجلها ألتأثيري في

جذب السياح والفرنسية لها أثره في جذب السياح



الجدول 05: كيف تفسر ظاهرة تردي اللغة العربية في إعلانات الإشهارية سياحية؟

هذا النوع من الأسئلة كان صعب المنال في الإجابة عنه، بدليل أن 70% من أوراق الاستبانة فارغة، ربما هذا راجع لعد الاهتمام بموضوع اللغة العربية السليمة، أو أن البعض لم يفهم المقصود؟ أو انعكاس التخصص الجامعي على مهنة موظف الإذاعة مع هذا وجدنا إجابات قد تفي بما نصبوا إليه.

من جملة لإجابات حول والظاهرة وترديها في الإعلانات سياحية نجد:

- العولمة وفرضها لمصطلحات باللغة الأجنبية وغياب البديل في اللغة العربية
 - عدم توظيف أهل الاختصاص في الإذاعة المحلية مثلا المدقق اللغوي وإن وجد فلمستمع يستمع اللغة ولا يراها وزلات اللسان دليل ذلك
 - لا أرى أن اللغة لعربية رديئة في الإعلانات الإشهارية في الإذاعة
- من خلال الإجابات السابقة نستنتج أن اللغة العربية باتت لا ترقى للغة الإشهار السياحي وأن اللغة الأجنبية حظيت بالنصيب الأكبر

السؤال رقم 06: لماذا حظيت اللغة العربية العامية وبعض الملفوظات الأجنبية في الحكي الإذاعي

على حساب اللغة العربية البسيطة؟

الاقتراحات:

- للوصول لعدد أكبر من المستمعين
- لغة شعبية
- الألفاظ الأجنبية متداولة يومية وعلى مستوى جميع الطبقات العمرية
- لغة مفهومة لدى المجتمع البسكري
- اللغة العامية تستخدم في بعض البرامج التي تستهدف شريحة واسعة من المستمعين على اختلاف مستوياتهم وثقافتهم
- سهولة توصيل المعلومة
- التواصل باللغة الفرنسية في وسط اجتماعي ينعكس على أداء الإذاعي
- اللغة العامية سهلة الوصول إلى المستمع البسيط، وغياب الترادف اللغوي يلجأ المذيع إلى استعمال اللغة الفرنسية لشرع والتفسير أو تقريب المعنى
- العامية لغة شعبية، الفرنسية لغة مكتورة، الفصحى لغة متخصص وتواصل بها صعب ومعقد.
- لأن اللغة العامية الدارجة (المهذبة) أقرب وقعا في ذهن المستمع .

تفسير:

أهم المقترحات:

مهما كانت اللغة الفصحى صعبة فهي لا يضاهيها بديل حتى من شقيقتها الدارجة فيتواصل الاجتماعي من جهة، ومن جذب السياح عبر الإعلانات التي تكون أبلغ من الكلام المسموع، فالكلمة الموجز يتحمل في طياتها معاني متجدد ومتفتحة.

شعبية اللغة الدارجة او العامية وتوسعها هو تكسير الفرد العربي للغته أصلاً، واستعمال المصطلحات الأجنبية دليل بقاء الأثر الإيديولوجي للثقافة الفرنسية وتجذرها

حتى من يتقن اللغة الفصحى فالتعامل بها في المجال السياحي قليل ووصفوها بلغة رجعية لا تفي بالغرض، والعامية بديل لها، قد يكون الفاعل هو نفسه من أراد جعل الفصحى تندثر في جميع المجالات ليس السياحية فقط وهذا يرجع لعامل السياسي والاقتصادي

السؤال السابع 07: هل هناك إستراتيجية واضحة المعالم من طرف الدولة، في مجال الإعلام السمعي

للهوض باللغة العربية السليمة؟ وإعلائها على حساب اللغة الفرنسية في الإعلانات الإشهارية؟

قد تراوحت الإجابات حول السؤال مابين وجود إستراتيجية من عدمها. لذا جاءت

المقترحات التالية:

- إذا كانت هناك إستراتيجية وأكد هي موجود، والهدف منها طبعاً خدمة السياحة بالدرجة الأولى والترويج لها.

- لا توجد إستراتيجية تماما، بدليل الإعلانات الإشهارية للوكالات السياحية والاتصالات (موبليس. جيزي. نجمة).

- لا أظن

- لا توجد أن لم نقل منعدمة إلا بوجود المناسبات التي تحي تلك اللغة

- نعم

- أكيد لا ! نظرا للصراع القائم بين الفرانكفونيين والمعرين في الجهاز السياسي منذ

لاستقلال، وهذا ما نجر عنه انعكاس الصراع في شتى المجالات ومنها المجال الإعلامي

السمعي أو المكتوب

- التنسيق منعدم !

تفسير:

إذا تأملنا الاقتراحات نجد أن جلها سلبية 99% و 01% ايجابية، فانعدام التنسيق بين

مؤسسات الدولة (إدارة- مؤسسات حكومية) في مجال الإعلامي السمعي البصري ، في دراستنا

ومجال الدراسة. ان اللغة العربية أصبحت غريبة في وطن عربي حيث أن جل السياسيين

والمعاملين الاقتصاديين يتحدثون الفرنسية بطلاقة أما إذا تكلموا اللغة العربية يندى لك الجبين

من تكسير وتحريف في جميع مستويات اللغة. أما المجال السياحي، لا ينفلت أن يشوبه التشويه

في لغة الترويج، وخاصة اللغة العربية ولو فرضنا أن اللغة العربية يولى لها الاهتمام فعند مجاورة

اللغتين معا نجد لغة الإقناع لسيّاح .

الخلاصة

خاتمة

كل ما يمكن قوله، في ختام دراستنا أن الوسائل الإعلامية بشتى أنواعها والإذاعة المحلية بصفة خاصة ، تلعب دور الوسيط الفعال في عملية التواصل بين المشهر والمشهر إليه وإن كان هذا في جميع المجالات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والسياحية .

إن واقع اللغة في الإذاعة المحلية ؛من خلال دراستنا الميدانية لإذاعة الزيبان FM الجهوية كنموذج يوضع لنا أن هناك عدة نقائص ومعوقات تواجه اللغة باختلاف النظام (اللغة العربية،اللغة الفرنسية)،وهذا راجع حسب اعتقادي لاستحالة تدخل الأفراد في ظاهرة الازدواج اللغوي كونها ظاهرة اجتماعية ،ولا قدرت للفرد على تغييرها بمحض إرادته ،لأن اللغة شيء متوضع عليه داخل النظام الاجتماعي وتواصل بيه بين الناس دون الشعور منهم في الغالب. كون اللغة جوهرها اجتماعي بل يرتضيها المجتمع كمجموعة لا أفراد، وهذا عائد لأسباب سالف ذكرها منها

- عامل السياسي ،والصراح بين الفرانكفونيين والمعربين وهذا ما ينعكس على أداء اللغة في الإذاعة المحلية كونها جزء لا يتجزأ من المجتمع.

- عامل النفسي ، وهذا راجع إلى المقبولية الفردية والميل لأحد النظامين اللغويين وهذا ما ينعكس على الأداء الإذاعي وينعكس هذا عملية الإشهار والترويج للمنتوج أو الخدمة

ما.

خاتمة

مع سعي الإذاعة في التحكم بين النظامين اللغويين واستعمالهما معا، وجدنا صعوبة

جمة أهمها:

- عدم التحكم في اللغة في حد ذاتها أكانت عربية أو فرنسية
- وجود الاستعمال المزدوج يبقى اجتهاد فردي لدى عمال الإذاعة، بسبب التخصص الجامعي ونوع اللغة التي تم تداولها في الوسط الجامعي، وهذا ما نعكس على الأداء الإذاعي وتوظيفه في عملية الترويج الاشهاري السياحي.
- صعوبة التواصل المتساوي الدرجة بين النظامين اللغويين داخل مدينة بسكرة وليس مدينة بسكرة بل المجتمع الجزائري بصفة عامة، أنه مجتمع طبقي محدود الثقافة ونسبة لطبقية الاجتماعية وخاصة الأمية 70%.
- ومن خلال الدراسة التطبيقي يبين لنا أن الإذاعة بإمكانها الرفع من مستوى اللغة المستعملة والارتقاء بها إذا كُنِفَتْ الجهود وترك لذوي الاختصاص، باعتبار الدراسة مفتوح للواقع المتغير دوما في ظل تطور تكنولوجي سريع، ومواكب الإذاعة لهذا التطور ضرورة يجبرها الارتقاء بمستوى موظفيها لترقى مستوى مستمعها.
- في آخر المطاف نقول أن الدراسة الميدانية لم تحظي بالاستجابة لدى عمال الإذاعة ولكن هذا لا ينقص من قيمتها، كونها إدارة مهمة في عملية التواصل للجمهور عامة

المصادر والمراجع

• القرآن الكريم: برواية حفص

الكتب العربية

- 1- أحمد بن مرسل، منهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ط 2 ، ديوان المطبوعات الجزائرية الجزائر،2005.
- 2- أحمد محمد المعتوق: نظرية اللغة الثانية: دراسة في قضية العربية الفصحى، ط:1، دار البيضاء، المركز الثقافي العربي،2005.
- 3- إسماعيل السيد: الإعلان،الدار الجامعية ،الإسكندرية، مصر،2002/2001.
- 4- بركات محمود وآخرون:مدى فاعلية الإشهار المسموع وتأثيره على المستهلك،دراسة ميدانية على عينة من جمهور إذاعة سيرتا المحلية بقسنطينة،إشراف:شرفة ماشطي،،قسم العلاقات العامة،كلية العلوم والاتصال والسمعي البصري،جامعة قسنطينة،2005/2004.
- 5- بلقاسم سلاطينية ،حسين الجيلاني :منهجية العلوم الاجتماعية،(د.ط) دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع،الجزائر،2004.
- 6- بمعرف إلياس،عمار:من أجل تنمية مستدامة في الجزائر،مجلة الباحث ،جامعة ورقلة،2008/2009.
- 7- جلال شمس الدين:علم اللغة النفسي، مناهجه نظرياته وقضاياها، المؤسسة الثقافية الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، المناهج والنظريات، 2003.
- 8- حميد لطائي ،محمود الصميدي:(الأسس العلمية للتسويق الحديث) مدخل شامل ،دار البازوري،عمان الأردن،2007
- 9- خوله طالب إبراهيم:مبادئ في اللسانيات ،دار القصبية للنشر والتوزيع ،الجزائر ،ط:2،2006.
- 10- داود محمد محمد: العربية وعلم اللغة الحديث ،دار غريب ،القاهرة ،مصر ،2001

- 11- دلالي القاضي، محمود ألبياي: منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج (س.ب.س.س)، دار حامد للنشر والتوزيع الأردن، ط:1. 2008.
- 12- رمضان عبد التواب: دراسات وتعليقات في اللغة، مطبعة الخانجي، القاهرة، مصر، ط:1، 1994
- 13- الزاوي خالد: اكتساب وتنمية اللغة، مؤسسة حورس، القاهرة، مصر، 2006
- 14- زهير إحديدان: مدخل علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، - بن عكنون - الجزائر، 1991
- 15- سمير محمد حسن، دراسات مناهج البحث العلمي و بحوث الإعلام، عالم الكتاب، الدار اللبنانية المصرية للنشر والتوزيع القاهرة، 1990
- 16- سمية يحيى: صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن 1997
- 17- صالح بلعيد:
- هموم لغوية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو -، مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، 2012،
- المواطنة اللغوية وأشياء أخرى...، دار هومة للنشر، الجزائر، 2008،
- ضعف اللغة العربية في الجامعات الجزائرية (جامعة تيزي وزو)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2009،
- 18- صبري عبد السميع: نظرية السياحة، مطبعة كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، مصر، 1994،
- 19- عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي - القاهرة - مصر، 1993.
- 20- عبد الجبر منديل الغنيمي: الإعلان بين النظرية والتطبيق، دار البازوريا العلمية، ط:1، 1988،
- 21- عبد السلام أبو قحف: محاضرات في هندسة الإعلان، ديوان المطبوعات الجامعية - بيروت - لبنان، 1995،
- 22- عبد السلام المسدي: اللسانيات من خلال النصوص، النشرة الأولى، دار التونسية للنشر، 1984،
- 23- عبد العاطي وأشرف صيحي: السياحة صناعة المستقبل، دار مكتبة الاسراء للطباعة والنشر، صنعاء، سوريا، ط:2، 1999،
- 24- عبد الله شريط: نظرية حول سياسة التعليم والتعريب، المؤسسة الوطنية، والكتاب، الجزائر، 1984،
- 25- عبد الرحمان بن خلدون، تاريخ العلامة ابن خلدون، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، 1981،

- 26- عبده الرححي عبده الرححي :علم اللغة التطبيقي وتعليم اللغة ،دار المعرفة الجامعية ،1996.
- 27- عبد العزيز شرف المدخل الى وسائل الاعلام،دار الكتاب المصري ،القاهرة ،مصر،ط:2، 1989.
- 28- عمر وصفي وآخرون: مبادئ التسويق (مدخل متكامل)، دار زهران للنشر، عمان، الأردن1996
- 29- عمار بوحوش ،محمد محمود الذنبيات:مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،ط:2، 1999
- 30- عناني وليد -برهومة عيسى: اللغة العربية وأسئلة العصر ،ط:1، عمان، الأردن ، 2007.
- 31- غادة صالح: اقتصاديات السياحة ،دار الوفاء،الإسكندرية،ط:1، 2008
- 32- غنيم محمد عثمان وآخرون: التخطيط السياحي ،دار الصفاء للنشر والتوزيع ،عمان ،الأردن ،ط:1، 2002
- 33- فخر الدين قباوة المهارات اللغوية وعروبة اللسان ودراسات في علوم اللغة والأدب ،دار الفكر ،دمشق ،سوريا،ط:1، 1999.
- 34- فضيل دليو:
- مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية،ديوان المطبوعات الجامعية ،بن عكنون،-الجزائر ،1998
- عمار بوحوش ،محمد محمود الذنبيات:مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،ط:2، 1999.

الرسائل لجامعة

- 1- حمزة مليلي :الإذاعة المحلية في الجزائر و إشكالية اللجوء إلى اللهجة العامية،دراسة ميدانية على القائم بالاتصال بإذاعة قسنطينة الجهوية ،مذكرة مكتملة لنيل شهادة الليسانس في علم الاجتماع الاتصال،إشراف:سكينة العابد،قسم علم الاجتماع والديموغرافيا،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة متنوري قسنطينة،2008/2007
- 2- لطفي علي قشي،دور الاتصال السياحي في تحسين صورة مدينة قسنطينة-دراسة ميدانية لزوار المحليين للمؤسسات السياحية في مدينة بسكرة ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم والاتصال تخصص علاقات عامة،إشراف:طاهر آجعيم،قسم العلاقات العامة،كلية العلوم والاتصال والسمعي البصري،جامعة قسنطينة ،2014/2013

الملتقيات ودوريات:

- 1- على ألقاسمي: "العربية الفصحى وعاميتها في السياسة اللغوية"، أعمال الندوة الدولية "الفصحى وعاميتها: لغة التخاطب بين القريب والتهديب، المجلس الأعلى للغة العربية بالتعاون مع وزارة الثقافة الجزائر 4 و5 يونيو 2005
- 2- عز الدين الناجح: المفهوم من خلال الملفوظ الإشهاري، دورية الخطاب، دار الأمل، العدد: 2، جامعة تيزي وزو، ماي 2007 العدد: 2
- 3- سوهيلة دريوش، جامعة تيزي وزو، ملاقى الوطني - التخطيط للغوي - 03-04-05 / ديسمبر / 2012

مجالات و المقالات

- 1- محمود عبد المولى: مقالات وأبحاث، تونس، 1982 .
- 2- محمد راجي الزغلول: مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، السنة الثالثة، العدد (10/09)، آب كانون الأول، 1980
- 3- يعقوب صروف : مجلة مقتضب ، اللغة العربية ونجاح ، القاهرة ، مصر ، تشرين الثاني ، 1981

المعاجم والقواميس

- 1- الفيروز آبادي: القاموس المحيط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، فصل "الميم"، 1399هـ - 1979
- 2- محمد التنويحي، راجي الأسمر: المعجم المفصل في علوم اللغة (الألسنيات)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2001
- 3- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004
- 4- ابن منظور: الفضل جمال الدين محمد مكرم بن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، دار البصائر، بيروت، لبنان، 1992، مج 2 مادة (ز، و، ج)

الكتب المترجمة:

- 1- أحمد أبو زيد: ليفي ستراوس عميد البنائيين في فرنسا، مجلة العربي، وزارة الإعلام، الكويت، العدد: 293، أبريل 1983:
- 2- فردينارد دوسوسير: علم اللغة العام، تر: يونيل يوسف عزيز، دار آفاق عربية، بغداد، 1985

3- فندرس -ج: اللغة،تعريب:عبد الحميد الدواخلي ومحمد القصاص ،مطبعة لجنة البيان العربي ،القاهرة،1985

4- همدسون: علم اللغة الاجتماعي ، تر:محمود عباد ،علم الطب ،ط:2،القاهرة ،1990.

الكتب الأجنبية:

- 1- Dubois jean et la' dictionnaire de la linguistique, Buf , paris, 1993
- 2- GEORGES MAUNIN ; DICTIONNARE DE LA LINGUISTIQUE ; FRONCE ; JUIN ;2006
- 3- H. Boyer ; sociolinguistique ; Lausanne de la chaux et niestl's ;1996
- 4_ H. Boyer ; sociolinguistique ; Lausanne de la chaux et niestl's ;1996
- 5- Harems et blanc ;bilingualité et bilinguisme ; pierre mordage éditeur ;bellgique 1983
- 6- Hosse Claude Raymonde ; pratique de la publicité ; 2ème édition ; paris ; 1973
- 7- Joshua fisman: sociolinguistique et culture ; éditions labre (Bruxelles) ; Nathan (paris) 1971
- 8- Kotler , Philip, marketing management, analysais implémentions and control,8th,england cliffès ,new jersey,1993
- 9- Louis-jean Calvat ;La sociolinguistique ;presses universitaire de fronce ;fronce 1992
- 10- Petit larousse en couleurs ;librairie larousse ;edition1985
- 11- Pierre py , « le tourisme Phénomène économique»,,documentation française paris rance,2002
- 12- POUL ROPERT ; LE PETIT ROBERT ; AVENUE RMENTIER ; PRIS ; 1996

فهرس الجداول

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
الفصل الأول		
17	نماذج توضيحية للشئائفة اللغوية-لويس كلاف-ت	01
الفصل الثاني		
03	مخطط توضيحي لآليات الترويج المنتج	02
04	مخطط توضيحي لعملية الاتصال اللغوي	03
16	العلاقة بين الإشهار أو العملية الإشهارية والإذاعة والموضوع المشهر له	04
21	الشكل رقم (1) تصنيف السياح المسافرين	05
28	الشكل رقم(2): أركان السياحة	06
30	الشكل رقم (03): مكونات النشاط السياحي	07
88	الجدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	08
88	الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	09
89	الجدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص	10
90	المنحنى البياني رقم 03	
91	الجدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة على أي أساس تمّ توظيفه	11
92	المنحنى البياني رقم 04	
92	الجدول رقم 05 ما المنصب الذي تشغله خالياً؟	12
93	الجدول رقم 06 هل تستمع لإذاعة الزيبان؟	13
94	المنحنى البياني رقم 06	
94	الجدول رقم 07 إذا كانت الإجابة بـ"نعم" ماهي البرامج المفضلة لديك	14
95	المنحنى البياني رقم 07	
96	الجدول رقم 08 أ،ت كموظف في الإذاعة ! أي لغة تفضلها في لترويج الإعلامي في مجال السياحة؟	15
97	المنحنى البياني رقم 08	
98	الجدول رقم 09 ما تقييمك للواقع السياحي في بسكرة	16
99	المنحنى البياني رقم 09	
99	الجدول رقم 10 هل بعد ربط المؤسسات المتخصصة بالسياحة في الإعلام المحلي؟	17
102	المنحنى البياني رقم 10	

102	الجدول رقم 11	18
	المنحنى البياني رقم 11	19
102	الجدول رقم 12 ما الحجم الساعي حول الترويج للسياحة في مدينة بسكرة	20
106	المنحنى البياني رقم 12	21
106	الجدول رقم 13 ما مدى اهتمام إطاعة الزبائن بالمواضيع السياحية	22
107	المنحنى البياني رقم 13	23
108	الجدول رقم 14 بحسب الإجابة إلى ما يعود ذلك؟	24
109	المنحنى البياني رقم 14	25
110	الجدول رقم 15 في رأيك ما هي اللغة المناسبة لعملية الترويج السياحي في إذاعة الزبائن؟	26
112	المنحنى البياني رقم 15	27
112	الجدول رقم 16 فيما يتمثل الأثر؟	28
114	الجدول رقم 17 هل درجة اهتمام المستمعين بهذا النوع من البرامج عائد إلى؟	29
115	الجدول رقم 18 ترى استعمال اللغة الفرنسية على حساب اللغة العربية في الإعلانات الإشهارية السياحية! يساهم بمقدار في جذب السياح	30
116	المنحنى البياني رقم 18	31
116	الجدول رقم 19: كيف تفسر ظاهرة تزداد اللغة العربية في الإعلانات الإشهارية سياحية؟	32
118	السؤال رقم 20 هل هناك إستراتيجية واضحة المعالم من طرف الدولة، في مجال الإعلام السمعي للنهوض باللغة العربية السليمة؟ وإعلائها على حساب اللغة الفرنسية في الإعلانات الاشهاري	32

الملاحق

تعريف بإذاعة بسكرة FM:

هي إحدى الإذاعات الجهوية التابعة للإذاعة الجزائرية، بدأت بث برامجها في 14 يوليو 1999 ودشنت رسميا في 30 يوليو 1999 م

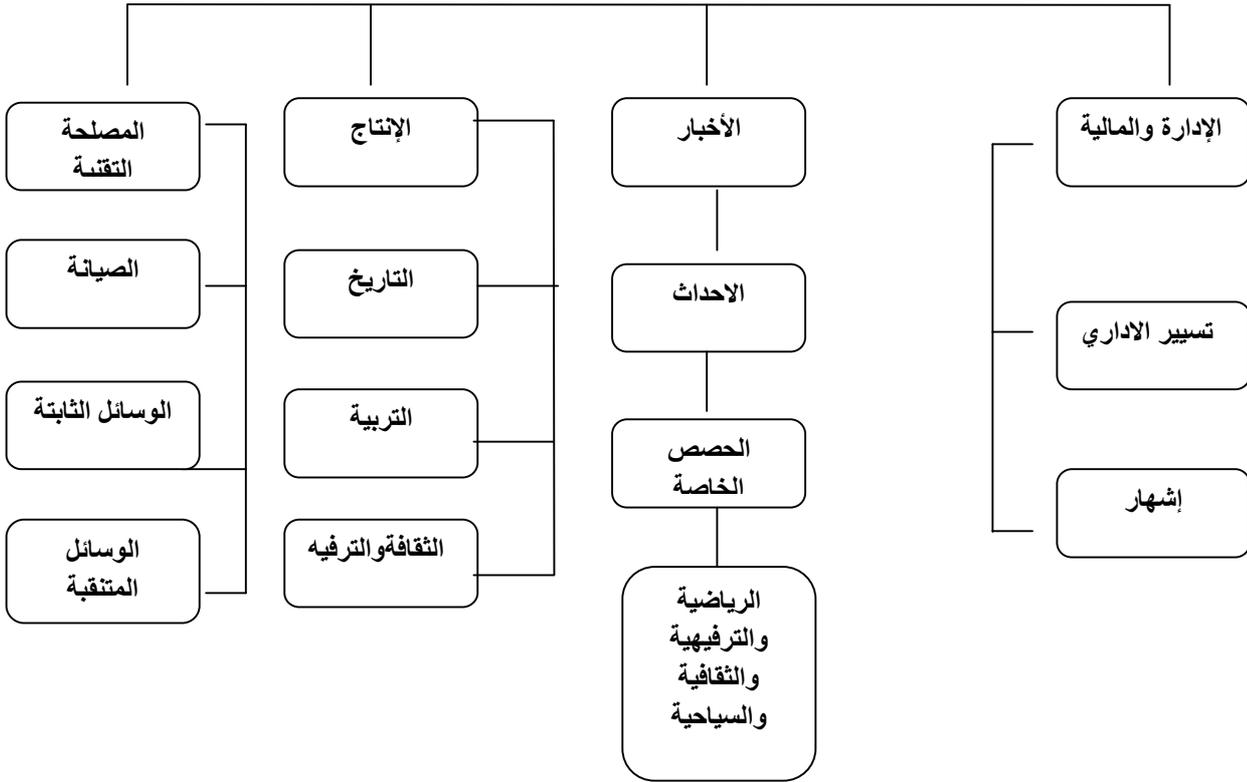
البث:

أصبحت إذاعة بسكرة تبث برامجها على موجة FM 91.2 ابتداء من 25 مايو 2003 خارطة ثقافية واجتماعية مهمة تمتد عبر كل منطقة الزيبان وسهل الحضنة يزيد عن 150 كلم ثم عدل هذا التوقيت وأصبحت تبث برامجها على نفس الموجة ابتداء من 1 يناير 2005 من الساعة الثامنة صباحا إلى غاية الرابعة مساء. أما اليوم فهي تبث برامجها من استديوهاتها في بسكرة من الساعة السابعة صباحا إلى غاية منتصف الليل، يبلغ عدد محرري ومحركات الإذاعة 25 مديعا. الى أن وصل في عام 2013 40 موظفا بين إعلاميا و مذيع ورئيس تحرير وصحفي وإداري

أقسام الاذاعة:

- **قسم الإنتاج** ويضم مذيعين ومخرجين يعكفون على تنفيذ الإرسال اليومي تنشيطا وإخراجا بإعداد شبكات البرامج المختلفة.
- **قسم الأخبار** ويضم مذيعين أيضا يعملون على تقديم خمسة مواجيز إخبارية يومية ونشرة أخبار مفصلة عند منتصف النهار وعرض إخباري في السادسة مساء، إضافة إلى برامج أسبوعية.
- **القسم التقني** ويضم خمسة تقنيين مهمتهم بث الإرسال اليومي وتسيير الأجهزة وجميع التسجيلات المباشرة، المسجلة، الداخلية والخارجية وصيانة المعدات التقنية.

إذاعة بسكرة



هيكل إذاعة الزيبان FM



الاستبانة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة-

كلية الآداب واللغات

قسم الآداب واللغة العربية

استمارة استبيان

أثر الازدواجية اللغوية في الترويج الإشهاري

السياحي في الجزائر

إذاعة الزيبان نموذجا

سيدي الكريم سيدتي الفاضلة

أرجو من سيادتكم المحترمة الإجابة عن أسئلة الاستمارة التي تدخل ضمن إعداد مذكرة تخرج، والمعنونة بـ: "أثر الازدواجية اللغوية في الترويج الإشهاري السياحي في الجزائر - إذاعة الزيبان نموذجا"

ذلك بوضع العلامة (X) في الخانة المناسبة مع الدقة والتركيز، أحيطكم علما أن ما تدلون به من معلومات تبقى في كنف السرية، ولن تستغل إلا لأغراض علمية فقط.

إشراف الدكتورة

فوزية دندوقة

إعداد الطالب:

مصطفى مراوي

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- السن: أقل من 20 سنة من 20-30 سنة أكثر من 30 سنة
- 3- التخصص : علوم واتصال تخصص آخر

ما هو:.....

4- على أي أساس تمّ توظيفك في الإذاعة؟

- أ- مسابقة شهادة ترقية

ب- مناصب أخرى

5- ما هو المنصب الذي تشغله حالياً؟

- أ- مذيع رئيس مصلحة محرر برامج

ب- مناصب أخرى:.....

6- هل تستمع لبرامج الإذاعة المحلية؟-إذاعة الزيبان-

- نعم لا

7- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" ما هي البرامج المفضلة لديك؟

- السياسية الاقتصادية الثقافية السياحية

8- أنت كموظف في الإذاعة، أي لغة تفضلها في الترويج الإعلامي في مجال السياحة

العربية الفرنسية مزج بينها

المحور الثاني: الواقع السياحي في الجزائر - بسكرة نموذجاً-

1- ما تقييمك للواقع السياحي في بسكرة؟

جيد متوسط ضعيف

2- بحسب الإجابة إلى ما يعود ذلك؟

أ- ضعف الكفاءة لدى الإعلام المحلي

ب- غياب التنسيق بين المؤسسات السياحية والإعلام المحلي

ج- غياب الطابع الإشعاري للترويج السياحي

د- عدم وجود اللغة المناسبة للإشهار السياحي

3- هل يعد ربط المؤسسات المتخصصة بالسياحة في الإعلام المحلي:

كافاً في توفير المعلومات حول السياحة في مدينة بسكرة

غير كافٍ

4- إن كان جوابك " غير كافٍ " فما اقتراحك؟.....

.....

.....

5- ما الحجم الساعي حول الترويج للسياحة في مدينة بسكرة ؟

<input type="text"/>	ساعة في اليوم	<input type="text"/>	ساعة في الأسبوع
<input type="text"/>	أثناء البرامج الثقافية فقط	<input type="text"/>	لا يوجد

6- ما مدى اهتمام إذاعة الزيبان بالمواضيع السياحية؟

<input type="text"/>	جيد	<input type="text"/>	متوسط	<input type="text"/>	ضعيف
----------------------	-----	----------------------	-------	----------------------	------

7- بحسب الإجابة فإلى ما يعود ذلك ؟

<input type="text"/>	عدم الاهتمام	<input type="text"/>	عدم اشتراط الإذاعة لنوع من هذا التخصص
----------------------	--------------	----------------------	---------------------------------------

المحور الثالث: الازدواجية اللغوية وأثرها في الإذاعة المحلية - بسكرة-

1- في رأيك ما هي اللغة المناسبة لعملية الترويج السياحي في إذاعة الزيبان

العربية الفرنسية اللغتين معاً

2- بحسب الاجابة !فيما يتمثل أثر ذلك؟

.....
.....

3- هل درجة اهتمام المستمعين بهذا النوع من البرامج عائدة إلى ؟:

سهولة التواصل اللغوي بين المذيع والمستمع (عربية -عربية)
 سهولة التواصل اللغوي بين المذيع والمستمع (عربية -فرنسية)

4- ألا ترى أن استعمال اللغة الفرنسية على حساب العربية في الإعلانات الإشهارية الترويجية

السياحية يساهم بمقدار أفضل في جذب السياح؟

نعم لا

5- كيف تفسير ظاهرة تّردّي اللغة العربية في الإعلانات الإشهارية السياحية في الإذاعة؟

.....
.....

6- لماذا حظيت اللغة العامية وبعض الملفوظات الأجنبية في الحكي لإذاعي **بالاهتمام** على

حساب اللغة العربية البسيطة؟

.....
.....

7- برأيك : هل هناك إستراتيجية واضحة المعالم من طرف الدولة في مجال الإعلام السمعي

للنهوض باللغة العربية السليمة؛ وإعلائها على حساب اللغة الفرنسية في الإعلانات

الإشهارية؟

.....
.....

فهرس التحليلي

الفهرس

الصفحة	العنوان
	الآية القرآنية
أ-ج	المقدمة
	الفصل الأول: الازدواجية اللغوية
	أولاً: مفهوم الازدواجية اللغوية
08	تعريف الازدواجية لغة
09	تعريف اللغة
15	تعريف الازدواجية اللغوية اصطلاحاً
	ثانياً: مفهوم الشائبة اللغوية
21	تعريفها
25	أسبابها
28	ثالثاً: الفرق بين الازدواجية اللغوية والشائبة والتعددية اللغوية
42-34	رابعاً: عوامل ظهور الازدواجية في الجزائر
	الفصل الثاني: الترويج والإشهار السياحي
	أولاً الترويج
44	1- تعريف الترويج
46	2- علاقة الترويج بالاتصال
47	3- الترويج السياحي
48	4- العلاقة بين الترويج والسياحة
49	5- أهمية الترويج السياحي
49	6- أهداف الترويج السياحي
	ثانياً: الإشهار
50	1- الاشهار /الاعلان لغة
51	2- الاشهار /الاعلان اصطلاحاً
55	3- أنواع الاشهار وأشكاله

55	4- الأشهر الدولي
55	1-4 الإشهار القومي
56	2-4 إشهار التجزئة
56	3-4 الإشهار المسموع
57	4-4 خصائص الإشهار المسموع
ثالثا: السياحة	
1- مفهوم السياحة	
59	أ/ لغة
59	ب/ اصطلاحا
62	2 السائح
64	3- أنواع السياحة
أ/ حسب الغرض	
64	1/ سياحة المتعة والترفيه
64	2/ السياحة الثقافة والتاريخية
64	3/ السياحة الاستشفائية والعلاجية
64	4/ السياحة الدينية
65	5/ سياحة المعارض
65	6/ السياحة البيئية
66	7/ السياحة الرياضية
66	8/ السياحة التجارية
ب/ حسب عدد الأفراد	
66	1/ سياحة فردية
66	2/ السياحة الجماعية
ج/ حسب مدة الإقامة	
67	1/ السياحة الموسمية
67	2/ السياحة عابر
د/ حسب المناطق الجغرافية	
67	1/ السياحة الداخلية
67	2/ السياحة الخارجية

هـ/ حسب الجنسية

68	1/ سياحة الأجانب
68	2/ سياحة المقيمين خارج البلد
	4 أهمية السياحة
68	1/ أهمية نفسية
68	2/ أهمية البيئية
68	4/ أهمية الاقتصادية
69	5/ أهمية ثقافية
70	5- أركان ومكونات السياحة
70	5-1 أركان السياحة
72	5-2 مكونات السياحة
73	6- آثار السياحة
74	6-1 الآثار الإيجابية
74	6-2 الآثار السلبية

الفصل الثالث الجانب التطبيقي

77	أولاً- مفهوم الإذاعة
78	ثانياً خصائص الإذاعة
78	1- خصائص ومزايا الإذاعة المرتبة بعملية الاتصال
80	2- مزايا وخصائص الإذاعة كوسيلة تعليمية
81	3- الإذاعة وسيلة إعلامية هامة
81	ثالثاً : مرونة اللغة عبر وسائل الاتصال
	رابعاً: مجتمع البحث واختيار العينة
84	1- مجتمع البحث
84	2- اختيار العينة
85	خامساً: أدوات جمع البيانات وتحليلها
85	1- أساليب تحليل العينة
86	خامساً: المجال الجغرافي والزمني للدراسة

86	1- المجال الجغرافي للدراسة
86	2- المجال الزمني لدراسة
86	سادسا: صعوبات الدراسة
87	سابعا: الاستبانة (الاستمارة)
	الجانب التحليل للاستمارة
97-88	المحور الأول البيانات الشخصية
109-98	المحور الثاني الواقع السياحي في الجزائر -بسكرة نموذجاً-
119-110	المحور الثالث الازدواجية اللغوية وأثرها في الإذاعة المحلية -بسكرة-
122-121	خاتمة
128-124	قائمة المصادر والمراجع
131-130	فهرس الجداول
135-133	ملاحق
142-137	الاستبانة
147-144	فهرس التحليلي

توصيات

- التحسين من الأداء اللغوي لدي عمال الإذاعة والابتعاد عن اللحن في الكلام الذي يشوه اللغة العربية
- توظيف مدققين لغويين لتحسن الكفاءات اللغوية لدى العمال
- البحث عن تغطية شاملة مع أسلوبا السليم لجذب السياح الأجانب والداخليين على حد سواء
- التعرف بمناطق السياحية بين الفينة والأخرى ،وجعل بصيص أمل لمدينة بسكرة للعود إلى سابق عهدها .
- توظيف تخصص الأدب في وسائل الإعلام المحلي وعد تهميشهم ولو يشكل عشوائي

Le tourisme est le support de la langue de l'identité nationale en fonction de différentes dimensions. Et y compris multi-culturelle, sociale, religieuse et dans tous les secteurs économiques Peut-être le projet pour activer la langue et ont investi important et évident dans le secteur du tourisme.

Comme la radio un outil efficace pour communiquer le tourisme, ils ouvrent de nouveaux horizons pour la recherche scientifique à travers l'activation de la langue Arabe et en français dans la revitalisation du secteur du tourisme à la tête d'une capitale forte et efficace; de faire la contribution du tourisme à la promotion de l'identité nationale et la déclaration de l'impact positif ou négatif sur l'utilisation du bilinguisme dans médias dans le cadre de la zone touristique

تعد اللغة السياحة ناقلا للهوية الوطنية وفق
أبعاد مختلفة ومتعدد منها الثقافية
والاجتماعية والدينية وفي جميع القطاعات
الاقتصادية لعل مشروع تفعيل اللغة
واستثمارها يكون ملموس وجلي في قطاع
السياحي...

وما أن الإذاعة أداة فعالة للتواصل
السياحي، فهي تفتح آفاق جديدة للبحث
العلمي من خلال تفعيل اللغة العربية
والفرنسية- إن تنشيط المجال السياحي
باعتبارها رأس مال فعال وقوي؛ لجعل
السياحة مساهمة في تعزيز الهوية الوطنية
وبإزالة الأثر الإيجابي أو السلبي في استعمال
الازدواجية اللغوية في إطار الإعلامي داخل
مجال السياحي