



تعدد اللغات في الاشهار التونسي: رؤية حول تشكيل ملامح الصورة الاشهارية في المجتمع



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

مریم القماطي

أستاذة مساعدة متعاقدة بالمعهد العالي للفنون والحرف بسبيدي بوزيد،

جامعة القيروان، دكتوراه في علوم السينما والسمعي البصري والوساطة الثقافية

وتكنولوجيات الفنون: اختصاص تكنولوجيات الفن

نشر إلكترونيًا بتاريخ: ٢ مارس ٢٠٢٤ م

* المقدمة

في الخطاب الإشهاري التونسي، لذلك فإن أي شخص يفرض لغة معينة يفرض واقعها لأن اللغة هي مجرد محاكاة للواقع. لذلك جمعنا بين الجوانب اللغوية وأساليبها المتعددة والثرية في صلب الخطاب الإشهاري، وأنظمة التواصل المختلفة اللغوية وغير اللغوية في الخطاب الإشهاري والجانب الاجتماعي والنفسي الذي يهتم بخفايا المجتمع ومتطلباته ورغباته وما تحتويه نفسية المستهلك قصد إقناعه بالمادة الإشهارية. ذلك أن هذه المقاربات قابلة دوما للبحث والتجديد بما فيها من خلق وإبداع في اللغة.

إذن يتبلور الموضوع المطروح حول دور البنية اللغوية في الخطاب الإشهاري التونسي، ودراسة الجانب الاجتماعي والعلاقات بينهما، لذا فيجب دراسة وضعية هذا المجتمع الذي يسعى دوما إلى بعث مساحة شاسعة للإبداع

نحن نعيش في عصر الانفجار المعرفي وانتشار وسائل الإعلام، وقد وصل الانتشار الثقافي مرحلة توظف فيها الشركات الإشهارية متطلبات المجتمع وتجمعها وتطبقها في المادة الإشهارية. وقد أصبح من الضروري الانتباه إلى بناء ثقافة لغوية جديدة عبر نشر المعارف اللغوية المختلفة وتعزيز الوصول إليها، لتيسير نشر الإشهار التونسي، ومن المهم كذلك بناء المعرفة على أساس علمي وفق النظريات اللغوية والاجتماعية لبناء الصورة الإشهارية.

لقد جعلت التقنيات اللغوية المعتمدة في الصور الإشهارية التونسية الناس اليوم أكثر انفتاحا على ما يدور حولهم وتأثرا به، بما في ذلك التأثيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي أدت إلى عولمة اللغة عبر انتشار تعدد اللغات

باللغة بغية خلق أسلوب غير معتاد طريف، غريب، صادم، وأحيانا أخرى متردد... وذلك عبر الخروج عن قواعد اللغة الصارمة، وهو أسلوب مستوحى من الشارع التونسي من ناحية ومن وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي من ناحية أخرى.

وأردنا بدورنا أن نساهم في إثراء البحث الإشهاري من خلال دراسة الجانب اللغوي في الصورة الإشهارية التونسية، إذ تحاول هذه الدراسة أن تلامس جانباً من جوانب التواصل الإشهاري من الناحية اللغوية والتي تعج بالتقنيات المتنوعة قصد الترويج لمنتجاتها واستقطاب المستهلكين من كل الفئات.

لعل اهتمامنا بدراسة اللغة نابع من جوهرها باعتبارها وسيلة تواصل كونية ولغة عالمية لا من تنوعها بصفتها لغة لقوم معينين ونظراً لتوسع اللغة ومجالات تطبيقها انبثقت عنها علوم عديدة كعلم اللغة الاجتماعي وعلم اللغة الاشهاري وعلم اللغة النفسي، ويندرج ضمن علم اللغة الاجتماعي صراع لغوي تحدده متطلبات المجتمع ولعل من أبرز دواعي اختيار الموضوع، الرغبة في أن يكون العمل إسهماً جديداً في مجال دراسة اللغة الإشهارية التونسية، من خلال سير أغوار هذا المكون اللساني في الإشهار والذي يعد ميداناً خصباً وشيقاً للدراسة.

تيقنا أن إشكالية هذا البحث ستمحور تحديداً حول الجانب اللغوي في الإشهار التونسي الذي قد تواجهه العديد من المعضلات بسبب الازدواجية اللغوية المهجنة، وعقدة الدونية اللغوية المنتشرة في صفوف بعض النخب والطبقات

الوسطى ينتج عنه تأثير واضح في مجال الإشهار ومن هنا ينطلق المشكل الأساسي للبحث!

كيف ساهم التطور الحاصل في المجتمع في فتح مجالات واسعة لعديد التقنيات اللغوية المستخدمة في بناء الصورة الإشهارية وماهي انعكاسات هذه اللغات على الفرد وعلى المجتمع؟

* ما وراء الصورة الاشهارية

أصبنا نعيش في عصر الصورة بامتياز، نجدها حولنا في مختلف ميادين الحياة، في الشوارع، التلفزيون، وسائل التواصل الاجتماعي، السينما... وصولاً إلى الصورة الإشهارية بكل ما تحمله من رموز ورسائل، يكمن هدفها الأساسي في تحقيق تواصل فعال مع المتلقي عبر خطاب محكم يحاكي نسق حياة الإنسان المعاصر، والسعي إلى التسويق للمنتجات التجارية لتحقيق الأثر المرجو لقيمة المنتج.

ومع تطور المجتمعات وتقنيات التواصل تطورت الصورة فأصبحت من صورة صماء إلى صورة مفعمة بالرموز والدلالات تحمل العديد من الإيحاءات خاصتنا عند البحث مضامينها.

إن الصورة الإشهارية تهدف بشتى الطرق إلى كشف رموزها ومضمونها وتحديد رايته للأشياء عبر خطاب محكم ومدروس يضبطه مصمم الصورة الاشهارية، فهي لا توضع بصفة اعتباطية بل تتضافر كل الجهود وتجمع كل التقنيات لتؤثر على نفسية المتلقي قصد جذب وانسياقه في شرك

الاستهلاك، "فالصورة الإشهارية ليست مجرد وصف لمنتوج فقط بل تتعدى إلى تحديد علامات أنماط السلوك."¹

هكذا فإن الصورة تكاد تكون وسيلة للتعبير عن نمط حياة وسلوكيات المجتمع، كما تصنف كوظيفة اتصالية فعالة بين المنتج والمستهلك، وتعتبر كل مكونات الصورة الركيزة الأساسية في إنتاج المعنى. فالصورة تعتبر قاعدة مثلى للفعل، وهذا ما نلاحظه من خلال دراسة الصورة الإشهارية بكل ما تحمل من دلالات مما يجعلها تتعدى المحاكات ووصف المنتوج ظاهريا، الى استنباط خطاب اشهاري يكون بالأساس مرتبط بالنسق الثقافي والاجتماعي، والنفسي. "فالصورة بالتحديد وليدة إدراك بصري، فان تمثيل الأشياء داخلها يعود إلى تحويل أنطولوجي لماهيات مادية وتقديمها على شكل علامات²." اذ يعتبر الإدراك البصري الركيزة الأساسية لتي يتم من خلالها الكشف عن الاشكال والألوان، فهي تمثل مضمون بصري ولساني يحمل وظيفة إبلاغية فعالة.

تسند الصورة أهمية كبرى في تدعيم مدلول الخطاب الإشهاري، فتمثل مجالا مفتوحا للترويج لفكرة صانع المنتوج بكل ما تحمله الصورة من متغيرات وتنوع في محتواها ومعناها "وهي تهدف إلى الخروج بالقيم المجردة فتصبح واقعا ماديا محسوسا في ضوء ما ينتج من الصورة الإشهارية"³.

أن الصورة قبل أن تكون في حلتها النهائية كانت تتجسد في شكل تصور ذهني، ومع التناسق بين جل المكونات البصرية أصبح لها بعد اعلاني، فهي موجهة للمستهلك بصفة عامة بغية التعريف بالسلع او الأفكار مستوحات عادتاً من ثقافة وهوية المجتمع "فالهوية باب للوجود أو هي الوجود ذاته فهي تحيل على الفرد باعتباره هو ذاته من خلال صفات لا تكون لغيره، بل يتحدد مساره داخل مجرى زمني تقوده من لحظة الولادة إلى لحظة الممات."⁴

وهذا ما نراه من خلال الصور الاشهارية التونسية، فنجدها في العديد من المواقف تمسك بالعادات والتقاليد الموروثة الثقافي الذي يمثل ركيزة الهوية البصرية، وهذا ما يجعلها متواصلة وراسخة عبر الأجيال، فالهوية هي طريقة تعرف بالإنسان والمجتمعات وهي الوسيلة الوحيدة التي تميزه عن غيره.

ان الصورة تمثل تلك اللقطة التي توثق كل المواقف والازمنة، فهي رؤية فنية لا يمكن فصلها او تركيبها فهي "بالدرجة الأولى محاكاة تناظرية مفتعلة بين الشيء ومثيله الفوتوغرافي تمثل صيغة متتاليات تعبيرية غير قابلة للتقطيع⁵." وهذا يعني أنه لا يمكن الفصل بين مكونات الصورة الفوتوغرافية، ومنه نجد أن للصورة دور فعال في إيصال الفكرة

4 سعيد بن كراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثيلات الثقافية إفريقيا الشارقة، دار البيضاء المغرب، (دط)، 2006، 150 ص.

5 قدور عبد الله ثاني سيميائية الصورة، معاهدة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم دار العرب النشر والتوزيع الجزائر، الطبعة الأولى، تاريخ النشر 2008.

1 سعيد بن كراد، سيميائيات الصورة الإشهارية والتمثيلات الثقافية، إفريقيا الشارقة، دار البيضاء، المغرب، (دط)، 2006 ص36.

2 المرجع نفسه ص33.

3 عبد الرحمان الدايم، سيميائية الصورة في الخطاب الإشهاري، مجلة معارف السياحي، قسم الآداب واللغات السنة الثامنة العدد 15، ديسمبر 2013 ص 262.

الإقناع، وليس خفيا على أحد أن غايته ترتكز على إحداث ردود أفعال استهلاكية".³

ويضيف أيضا أن الخطاب الإشهاري يتمتع بقدرة فائقة على الإقناع والتأثير باعتبار " قوة تصويره لمفهوم الراحة في عالم مثالي"،⁴ يمثل المكون اللغوي في الإشهار وذلك عبر التحكم في سلوك الاستهلاك عبر " التراكيب المنمقة التي تبلغ المتلقي أينما كان وبكل الوسائل المتاحة".⁵

لذلك فإن الخطاب الإشهاري يحظى بمركز كبير في جميع المجتمعات خاصة منها المتطورة لما يحمله من قدرة عالية على التحكم في الأفراد وفي الرأي علاوة على تشكيل الوعي عبر التأثير في الثقافة وتوجيهها في أبعادها المختلفة الأخلاقية الفلسفية، كما يعتبر الخطاب الإشهاري مركبا تتقاطع فيه جميع الميادين والعلوم والمعارف وفق رؤية تحليلية تركيبية تستدعي استحضار علم الاقتصاد وعلم النفس، والأفراد والمجتمعات وكذلك اللسانيات إضافة إلى الرسم والموسيقى والمسرح...إلخ.

وكل هذه العوامل تساعد على إنتاج خطاب يضمن التواصل الحي لأنه في جوهره ظاهرة من ظواهر الاتصال. كما نجد كذلك أن هذا الخطاب محرك للمجتمع ومؤثر فيه ومتأثر به، وإنجاز لغوي هدفه التواصل مع أفراد المؤسسات الاجتماعية.

وتسويق المنتجات المختلفة بل إننا نجد أن الصورة أبلغ من ألف كلمة بحيث يمكن أن توصل للمتلقي مما عجز عنه الكلام ولاكن لا يمكن استبعاد الجانب اللساني من الصورة الإشهارية، وطمس قيمة داعمة للصورة وهو مكون أساسي مثله مثل المكون الايقوني.

بالإضافة إلى رموز الإشهار التي لا يمكن فهمها بمعزل عن الجانب الايقوني واللساني يتزل الإشهار ضمن خطاب مخصوص يحمل رسالته. مما يستدعي دراسته وفهمه.

فماهي أهم مرتكزات الخطاب الإشهاري؟

* من الصورة الاشهارية الى الخطاب الاشهاري: التفاعل بين الألسنية والرمزية

ويعرف الخطاب الإشهاري بأنه الإعلان عن مجموعة من المعلومات التي تساهم في وصف سلعة ما بهدف توصيلها لأكبر عدد ممكن من الأفراد في السوق التجاري¹. ومن تعريفات الخطاب الإشهاري أنه التعبير عن طريق استخدام الكلمات المنطوقة أو المكتوبة، وأسلوب المخاطبة، من أجل التواصل مع الجمهور وتعريفه بفكرة ما قد تكون غير معروفة في السابق.²

يعتبر الخطاب الإشهاري بطابعه اللغوي، أهم العناصر التي تستغلها الصناعة الإشهارية، ويعرفه "كلود تاتيلون" بأنه "خطاب يخدم أغراضا تجارية جلية، فهو خطاب

³ Claude Tatilon, Le texte publicitaire, traduction ou adaptation ? les presses de L'université de Montréal, Meta,35, n°1, 1990, p243.

⁴ لمرجع نفسه ص 243.

⁵ المرجع نفسه ص 243.

¹ "publicity", Oxford Dictionaries, Retrieved 26-12-2016. Edited.

² "publicity", Dictionary.com, Retrieved 26-12-2016. Edited.

من ناحية اخرى يرى " رولان بارث " Roland Brath أن الخطاب الإشهاري يتميز بازدواجيته، يكون فيها في المقام الأول الخطاب التقريري بكليته، على المستوى اللساني بمثابة الدال وفي المقام الثاني للخطاب الإيحائي الذي يحيل على مدلول: قيمة المنتج المعلن، والذي يحفز على الاستهلاك.

يطرح التماثل الأيقوني في الخطاب الاشهاري وجهات نظر متعددة، بينها "إليسيوفرون" " Eliseo Veron عبر التواصل التماثلي ويدعم نظرية كل من "جاكوبسون"، "بيفان واتسلاويك" " Jakobson " " Wtzlawick Bevin " ان الايقونة تمثل التواصل البصري الغير لساني.

معتمدين في ذلك على معطى صعوبة التفريق بين المضمون في التواصل التماثلي والشكل المادي للرسالة، غير أن الباحث فيرون "Eliseo VERON": "ذهب إلى القول بأن مفهوم التماثلية الأيقونية من شأنه أن يقودنا إلى خلط مفاهيمي كبير لأن الخطاب اللساني اللفظي وغير اللفظي لهما قاسم مشترك يتجلى في عدم تجسيدهما للموضوع الذي يقدمانه".⁴

وهكذا فإن إحداث الخطاب الإشهاري يكون نتيجة تفاعل عدة عوامل وتآلفها ومنها الصور الإشهارية التي تستعمل فيها وسائل تواصل وتبليغ متنوعة مستهدفة ليتفاعل معها المتلقي.

وجد "عبد العالي بوطيب"، "أن الخطاب الإشهاري دوننا عن غيره من الخطابات الأخرى يمتاز ببناء خاص تتظافر مختلف مكوناته التعبيرية بقصد تبليغ رسالة وحيدة محددة، ولا يمكن ولا ينبغي أبداً أن يخطئها القارئ المستهدف والزيون المحتمل وإلاّ اعتبر ذلك دليلاً على فشله الذريع".¹

وفي عصرنا الراهن أصبح الخطاب الاشهاري ظاهرة ثقافية تواصلية تداولية، ثرية بالرموز اللسانية وغير اللسانية، تتداخل فيها عدة انواع للخطابات والايديولوجيات، موجهة إلى فرد أو جماعة، والتي يعتبرها "عبد الرحيم المودن": "خطاب يحاصرنا كل لحظة وكل حين، يطرق أبوابنا ليل نهار، في الحلم واليقظة نستعمله بوعي أحياناً ومن دون وعي أحياناً أخرى. خطاب يتوسل بكل الأدوات، يخاطب كل الحواس ويوظف كل اللغات والأشكال والأنظمة، وأخيراً وليس آخراً يوظف هذه الثورة التكنولوجية في ميدان المعلومات وطرائق الاتصال والتواصل".² وقد يكون مسموعاً أو مكتوباً أو سمعياً بصرياً، إنه كما يقال: "فن مركب يضع العالم بين يديك".³

³ عصام نور الدين، الإعلان وتأثيره في اللغة العربية مجلة الفكر العربي، العدد 92، سنة 1998، ص23.

⁴ Eliseo VERON : « l'analogie et le continu », communications, Seuil, N15, 1970, P.55-56.

¹ د. بشير إبرير، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، اريد: عالم الكتب الحديث، الأردن، 2010 ص96-97.

² عبد الرحيم مودن، تقديمه للصورة الإشهارية باعتبارها محوراً ليوم دراسي نظمتها مجموعة البحث في المعجم الأدبي عن الخطاب الإشهاري، علامات، العدد 18، 2002، المغرب ص 43.

وفي هذا الصدد نوقشت ظاهرة تعدد اللغات في محاضرة قُدمت في تونس، في مركز الدراسات والأبحاث الاقتصادية والاجتماعية في 15 فرييل 1965 "إن مصطلح تعدد اللغات هو واحد من تلك المصطلحات التي لا يستطيع اللساني أن يستخدمها دون أن يعاود تعريفها بعناية. ذلك أن البرجوازيين أحاديي اللغة في الأمم الأوروبية العريقة يعتبرون بشكل تقليدي ثنائية اللغة بمثابة واقع يتعلق بأفراد شديدي الخصوصية، وجدوا أنفسهم لأسباب شخصية يتعلمون في آن واحد لسانين أوليين ذوي مترلة اجتماعية وقومية متماثلة، وسيكون هناك، والحالة هذه، ثنائيو لغة فرنسيون - إنجليزيون...²

كما شغل هذا الموضوع العديد من الكتاب مثل "Antoine Meillet" "أنتوان ميهيه" بالتعاون مع "Aurélien Sauvageot" "أورليان سوفاجو" الذين نشرنا دراسة بعنوان "ثنائية اللغة عند الرجال" "Le Bilinguisme des hommes cultivés". واذ امتد الاختيار الفردي في غالب الأحوال على أكثر من لسانين، فستكلم عن تعدد اللغات "Plurilinguisme" فضلا عن الاستخدام المفرط "Multilinguisme" في الشعارات الإشهارية بالإضافة إلى وجود مصطلح آخر يعبر عن هذه الظاهرة نفسها، هو "Diglossie" أي

مكتب دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى: بيروت ديسمبر 2009، ص 216.

في حين يرى "أيكو أمبيرتو" "Umberto Eco" أن الأيقونة والموضوع يتشبهان متأثرا بنظرية "شارل سندرس بيرس" "Charles Sanders Peirce"¹.

ولا يمكن الحديث عن الخطاب الإشهاري دون التطرق إلى تعدد اللغات في الصورة الاشهارية، فكيف يتجلى هذا الزخم اللغوي في الصور الإشهارية؟

* التشكيل اللغوي في الصور الإشهارية: لمحة تعدد اللغات في الخطاب الإشهاري التونسي

يعتبر تعدد اللغات من الظواهر المتفشية في المجتمع التونسي لذلك ينبغي للشركة التي تنتج الصور الإشهارية أن تكون على دراية كبيرة بالثقافة السوسيو-لغوية في المجتمع الذي توجه له الإشهار، وأن تأخذ بعين الاعتبار التكوين الثقافي في كل مجتمع حتى تتمكن الشركة من خلق ثقافة استهلاك حديثة وتعميمها على كل شرائح المجتمع، ذلك إن لكل مجتمع خصوصية، كالمجتمع التونسي الذي له مميزات تختلف عن غيره من المجتمعات لذلك وجب على المشهرين فهم خصوصية المجتمع التونسي لضمان نجاح الإشهار ومن أهم هذه الخصوصيات تعدد اللغات المنتشرة في المجتمع التونسي وقد وجدت فيها الشعارات منفذا لضمان فاعلية المادة الإشهارية.

1 Umberto Eco « sémiologie des messages visuels » op.cit P14.

2 أندرية مارتينه، المنظمة العربية للترجمة، وظيفة الألسن وديناميتها، ترجمة نادر سراج، بدعم من مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، توزيع:

النشر: نشرت على شبكة الإنترنت: موقع الشركة على
الويب والصفحة الرسمية على الفيسبوك " Yaourt

"Délíce Tunisie

التقنية: اعتمدت تقنية التصوير الفوتوغرافي وتقنية الجرافيك

المحمل: صور على الشاشة

الجمهور المستهدف: يستهدف هذا المصق كل الفئات

العمرية خاصة محبي الزبادي بالفراولة

* رسالة لغوية Message Linguistique

شعار المنتج: "Délíce"

شعار الاستئناف: "يعطيك الصحة"

شعار شد الانتباه: "Healthy وبنين"

* تحليل الشعار الإشهاري

ورد شعار "Healthy وبنين" باستعمال لغتين

ونعني بما أيضا استعمال نوعين أو شكلين من اللغة، النوع

الأول يكون عادة على شكل لغة فصحي تسمى بالشكل

اللغوي الأعلى، أما النوع الثاني فيأخذ شكل اللهجة العامية،

ويسمى بالشكل اللغوي الأدنى.⁴ وفي هذا الشعار ورد

مصطلح "Healthy" باللغة الإنجليزية وهو تعبير عن الأكل

الصحي الغني بالمنافع ومصطلح " وبنين" الذي يعبر عن الطعام

اللذيذ وهكذا يبين لنا هذا الشعار المزوج في لغته الازدواج

بين القيمة الغذائية والصحية والمذاق، و يبرز لنا هذا الشعار

² القنصل الشرفي للجمهورية التونسية في أوكرانيا اطلعت عليه في

2018/11/04 من موقع: [\[http://www.tunisia.org.ua\]](http://www.tunisia.org.ua)

³ اطلعت عليه في 2020/09/27 من الصفحة الرسمية على الفيسبوك

"Yaourt Délíce Tunisie"

⁴ ابراهيم صالح الفلاي، ازدواجية اللغة، النظرية والتطبيق، ص19.

ازدواجية اللغة للإشارة إلى مواقف لا تعد فيها ثنائية اللغة
صنيع فرد مخصوص بل بالأحرى صنيع مجموع الشعوب.¹

عند البحث في أصول اللغة التونسية علاوة عن العربية وهي

اللغة الرسمية في البلاد نجد أن التونسيين استخدموا ثماني لغات،

ست منها لغات حية واثنتان ميتتان.²



صورة عدد1: ملصقة منتج "دليس دانون"³ الإشهارية

* تقديم المصق

المصمم: "احمد بركة" من شركة "Access Content

Agency" الإشهارية

المكون: مكون لساني ومكون ايقوني

الأبعاد: ينبغي أن تكون بدقة 170×170 بيكسل على

الكمبيوتر و128×128 بيكسل على الهاتف الذكي.

¹ أندرية مارتينه، المنظمة العربية للترجمة، وظيفة الألسن وديناميتها،

ترجمة نادر سراج، بدعم من مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، توزيع:

مكتب دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى: بيروت ديسمبر 2009،

ص 221.

تعايش اللغات في مجتمع واحد وتنافسها إذ تحاول الواحدة منها إثبات وجودها على حساب الأخرى.

* صورة تقريرية (الرسالة التعيينية) Image :Constative

الدال: صورة فتاة جميلة مبتسمة جالسة على مائدة بيضاء اللون تمسك في يدها اليمنى "ياغورت دليس" وفي يدها اليسرى ملعقة وهي تأكل، أمامها على المائدة علبة أخرى من "ياغورت دليس" بالفراولة، على يمين الصورة من الأعلى شعار "Healthy" وبنين" وقد ورد "Healthy" باللون الأزرق " وبنين" باللون الأحمر، وعلى يسار الصورة من الجهة العليا شعار المنتج "Délice" وشعار الاستئناف "يعطيك الصحة"، كل هذه المكونات اجتمعت على خلفية ديكور للمنزله موه يطغى عليه اللون الأبيض.

* بلاغة الصورة (الرسالة التضمينية) Rhétorique de l'image

المدلول: تحمل هذه الصورة الإشهارية العديد من الدلالات والمعاني اللغوية والايقونية، لعل من أبرزها صورة الفتاة الجميلة المبتسمة وقد ظهرت في الصورة مرتدية قميصا أصفر يدل على التفاؤل فهو من الألوان الجميلة الموجودة في الطبيعة، وتبعث الطاقة، والإيجابية بصفة بالغة، إذ إنه لون الانفتاح والإبداع والإقبال على الحياة، ويتصف بأنه لون الاعتزاز بالنفس، بخطوط بيضاء أضفت نوعا من الشروق والنقاء ونوعا من الامتداد في الصورة وقد أضفى اللون الأبيض على لباس الفتاة صفة الترف ويساهم هذا اللون بصفة مباشرة في نيل إعجاب الآخرين وجذب انتباههم وعلى هذا النحو تثير في المتلقي الرغبة في تذوق منتج "دليس دانون" لما تحمله

الصورة من أحاسيس اللذة والمتعة عبر الاستمتاع بتناول المنتج، بالإضافة للشراء الذي قدمه الشعار الإشهاري "Healthy" وبنين" وقد وردت كلمة "Healthy" في الشعار باللون الأزرق الذي يرمز إلى الراحة والهدوء ويساعد على الاسترخاء والسكينة ويعطي الحيوية كما وردت كلمة " وبنين" في الشعار باللون الأحمر الذي يعتبر من أشد الألوان جاذبية ويعتبر لونا مشرقا ودافئا كذلك ذلك أنه يثير المشاعر لدى الفرد لأنه لون الحب والعاطفة، كما يعبر عن الدفء، والقوة والطاقة، والشجاعة، كما يكمن الثراء في الشعار في اللغات المعتمدة إذ يتكون من كلمتين إحداهما باللغة الإنجليزية لإضفاء صورة راقية وعالمية بالنظر إلى مستخدم اللغة الإنجليزية في تونس، وكلمة أخرى بالدارجة التونسية التي أصبحت تدمج مع كل اللغات الأخرى في عصرنا الحديث خاصة بعد هذا الانفتاح على وسائل الاعلام وشبكات التواصل والإعلانات الإشهارية وتساهم هذه الازدواجية اللغوية في تونس بطريقة أو بأخرى بإرضاء كل الأذواق في المجتمع، كل هذه المكونات اللغوية والايقونية تجلت في خلفية يطغى عليها اللون الأبيض الساطع من ناحية ديكور المنزل الخلفي الذي يساهم في بعث نوع من الراحة والسكينة والاتساع في المساحة ويساهم في بعث الراحة التي يبحث عنها الأفراد.

* الازدواجية اللغوية وتجليها في المجتمع: منبع يستقي منه الإشهار

وورد في قاموس "Le petit Robert" تعريف

الازدواجية على أنها: "استعمال لغتين عند الفرد أو في منطقة

ما.¹ في حين عرفها "المعجم المفصل في علوم اللغة" بأنها:
"حالة وجود لغتين مختلفتين عند شعب ما، كتكلم يهود
أمريكا اللغتين العبرية والإنجليزية."²

نطلق من فهم ازدواجية اللغوية في المجتمع كي
نتوصل إلى معرفة سبب تفضيل المشهر استعمالها وتوظيفها
بهذا الشكل المفرط في الإشهارات التونسية، وذلك لأن
الازدواجية اللغوية حالة لسانية اجتماعية تستعمل فيها لغتان
مختلفتان كما ورد في ملصقة منتج "دليس دانون" الإشهارية،
ونعني بها أيضا استعمال نوعين أو شكلين من اللغة، يكون
النوع الأول عادة على شكل لغة فصحي تسمى بالشكل
اللغوي الأعلى، أما النوع الثاني فيأخذ شكل اللهجة العامية،
ويسمى بالشكل اللغوي الأدنى.³

ومن هنا نستنتج أن الازدواجية اللغوية تعني وجود
لغتين مختلفتين عند فرد أو جماعة في آن واحد وهما مختلفتان
في النظام والقواعد ومزدوج اللغة هو ذلك الفرد الذي يملك
كفاية لغوية في لغتين مختلفتين. ومعنى هذا أن اللغات التي
تعايش في مجتمع واحد تحاول الواحدة منها إثبات وجودها
على حساب الأخرى وذلك من خلال إثبات وجودها
وإرساء معالمها في الاستعمال اليومي عند أفراد المجتمع.

فلا يمكن ربط الخطاب الإشهاري بالجانب الفني
والاستيطقي والتقني دون العبور بمنصة السوسيو-لغوي

والسوسيو-ثقافي الذي يُبنى فيه كل خطاب إشهاري فهو
يصنع اللغة المعاصرة عن طريق صناعة الحدث، ولا يمثل
الإشهار إلا ناقلا لهذه الصناعة اللغوية شأنه شأن مجالات
أخرى كالإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، والغناء خاصة
الراب وغيره... وواقع الخطاب الإشهاري اليوم ليس منفصلا
عن المستهلك بصفته فردا من أفراد المجتمع وبقضاياه اليومية
والاجتماعية، ذل أن للإشهار سلطة وقدرة على التأثير في
سلوك الفرد عبر استخدام مفردات دون غيرها وتكون سهلة
في النطق والاستماع والقراءة هدفها الأساسي أن ترسخ في
ذهن المتلقي، إذ تستمد قوتها التأثيرية من مظاهر الحياة الحديثة.
في هذه المرحلة نستنتج أن الازدواج اللغوي ظاهرة
هامشية، فلم يكن تحت طائلة أي علم من العلوم سواء كانت
لغوية أم اجتماعية، فقد كان في نظر أغلب الناس حالة خاصة
يتميز بها بعض الأفراد من مجموعات لغوية معينة وبعض الدول
متعددة اللغات. لكن في الواقع يمثل الازدواج اللغوي ظاهرة
عامة تمس أغلب شعوب العالم وجل الميادين الإعلامية
والثقافية والإشهارية المتوجهة إلى المجتمع، ولا يهم ذلك
المجتمع التونسي والمغاربي فقط بل يشمل جل المجتمعات.
وللازدواج اللغوي مظهر رسمي، يضمن الاستقرار اللساني،
فهو إذن وسيلة للتواصل بين الأفراد وبين الشعوب تسمح
بالاستفادة من نتائج العلوم أينما أثمرت في العالم.⁴

³ ابراهيم صالح الفلاي، ازدواجية اللغة، النظرية والتطبيق، 1996،
ص19.

⁴ Mackey William Francis, Bilinguisme et contact
des langues. Série B. Collection Initiation à La
linguistique, Paris, 1976, p 13-14.

¹ PAUL Robert, le petit Robert, avenue par
métier, Paris, 1996, P184.

² محمد التوينجي وراجي الأسمر، المعجم المفصل في علوم اللغة
الألسنيات، دار الكتب العلمية، 2001، ص18.

ولم تولِ الدراسات العلمية أهمية لظاهرة الازدواج اللغوي إلا في العصر الحديث بعد هذا الانفجار الإعلامي وانتشار شبكات التواصل والإعلانات الإشهارية.

تنتشر حالات الازدواج اللغوي في المناطق المتاخمة*¹ أو على الحدود بين بلدين ومن أهم شروطها أن يكون لها طرفان فأكثر، وفي الغالب ينجر عنها لغة وسطى، كاللهجات العربية مثلا. ويرى "بلومفيلد" Bloom "Field" أن الازدواجية اللغوية تعني حيازة الكفاءة اللفظية في كل من اللغتين مثل ناطق بلغته الأم. أما "مارتينييه" "Martinet" فيرى أن مزدوج اللغة هو الشخص الذي يحسن استعمال اللغتين بنفس الكفاءة.

ويؤكد "بزيير" "Béziers" و"فان أوفر باك" "Van Ouvrabac" على أن الازدواجية اللغوية تعني: "امتلاك وسيلة مضعفة ضرورية أو اختيارية للاتصال الفعال بين عالمين مختلفين بواسطة نظامين لغويين." ومن هنا نستنتج أن الازدواجية اللغوية تعني إتقان الفرد المزدوج اللغة الأولى واللغة الثانية بالدرجة نفسها إتقانه للغة الأم أي الأولى.

أن الازدواجية اللغوية هي ظاهرة علمية ومن المستحيل وجود بلد أحادي اللغة، لذلك ليس من الغريب استعمالها المكثف في الخطبات الإشهارية التونسية، وهذا

معناه أن مصير الإنسان هو أن يكون في مواجهة اللغات المتعددة لا أن يكون في مواجهة اللغة الواحدة.²

في هذا السياق يرى "ماكنمار" "Macanamar" أن مزدوج اللغة هو "الشخص الذي يملك أدنى كفاءة من المهارات اللغوية الأربعة، وهي: الفهم، التعبير، القراءة، والكتابة باللغة الأم غير اللغة."³ وكذلك يرى "تيتون" "Titon" أن الازدواجية هي "قدرة الفرد على التعبير بلغة ثانية مع احترام المفاهيم والبنى الخاصة بهذه اللغة، دون اللجوء إلى الترجمة بلغته الأم."⁴

وتبرز الازدواجية اللغوية في الشعارات الإشهارية في المجتمع التونسي فقد "تعاظمت مكانة الفرنسية في البلدان المغاربية الثلاثة (تونس، المغرب، الجزائر) وتفاقم وضعها بعد جلاء الاحتلال، فأصبحت لغة شبه رسمية، بل أخذت في واقع الحال، وفي الكثير من الأحيان، وظائف اللغة الوطنية الرسمية واحتلت أهم المواقع في التعليم والإدارة والاقتصاد والمقاولات والشركات والإعلام وكل المجالات الحيوية بالقطاعين الخاص والعام."⁵

من هنا نستخلص تميز الواقع اللساني الحديث بتونس بمظهرين رئيسيين: أولهما الثنائية لغوية بين العربية والفرنسية في مستوى أول وبين البربرية والانجليزية في مستوى ثان،

4 محمد علي الخولي، الحياة مع لغتين، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2002م، ص18.

5 د. الودغيري عبد العلي، لغة الأمة ولغة الأم عن واقع اللغة العربية في بيئتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتب العلمية، بيروت، 2013، ص147.

1 * مُتَاخَمَةٌ بَلَدٌ لِبَلَدٍ : مُجَاوِزَتُهُ، مُلَاصَقَتُهُ.

2 الحبيب النصاروي، العربية الحديثة في تونس، مركز النشر الجامعي، تونس، 2014، ص10.

3 Macanamar mvij, the linguistite en the pendency of kikinguals journal of tearing and verbal behavior, P719 – 736.

وثانيهما الازدواجية اللغوية في صلب العربية بين اللسان الفصيح المستعمل في التعليم وفي المستوى المكتوب من جهة واللهجة العامية المستعملة في الخطاب الشفوي وفي المعاملات اليومية وهي خالية من تقاليد الكتابة وتعرف رواسب قديمة بربرية، لاتينية، يونانية، إيطالية، إسبانية، وتركية...¹

ويسبب المفاضلة بين هذين المستويين، تمجد العربية وتحقر الدارجة، فلا يتحدث أصحاب التعليم والسياسة إلا بالفصحى في حين يشتكي اللسان الدارج في تونس نقصا فادحا لا يمرر له علميا. لذل سعى عدد من المختصين في تونس إلى سد هذه الثغرة بإرساء ما يسمى بالأطلس التونسي لتوفير المادة الأولية الأساسية لدراسات اللهجية انطلاقا من البحوث الميدانية لتجنب الآراء الانطباعية والذوقية السائدة. وهو ما قد يجد من الآثار السلبية المتصلة بالثنائيات

اللسانية وما يتولد عنها من شعور بالانفصام.²

* الازدواجية اللغوية من الفرد إلى المجتمع

نقصد بها أن يكون الفرد المتعلم في المجتمع عارفا بلغتين اثنتين لغة وطنية، ولغة أجنبية معرفة جيدة، حتى يستطيع استعمال كليهما بنفس الدرجة والكفاءة، وهذا النوع من الازدواجية لا يضر بل يدعم الكفاءات اللغوية عند الأفراد.

ولا يعد كل من يعرف لغتين ازدواجيا، بل لا بد من توفر مجموعة من الشروط حتى تنطبق عليه التسمية بأنه ازدواجي، ومن أهم هذه الشروط نذكر:-

التمكن من اللغة الثانية مثل ناطق أصلي بها، أي على شاكلة اللغة الأولى (الأم) لهذا يقول "بلومفيلد" هي امتلاك قدرة المتحدث الطبيعي للغة، شرط الاستقلال بين النظامين، أي إنه يحتفظ بكل نظام بمعزل عن الآخر، مما يمنعه من استعمال أحدهما حسب الظروف، وهذا التمكن من اللغة يضمن له سرعة التنقل من نظام لغوي إلى نظام لغوي آخر بتغيير الظروف، بالإضافة إلى "قدرته على التعبير عن المعنى نفسه بالنظامين، وهذا ما عبر عنه "ميجل" و"مكاي" بالقدرة على الترجمة.³ وحسب "ميشال زكرياء" الازدواجية اللغوية تشترط التمكن من اللغتين: "أن يتحقق إلا لدى الأفراد الذين ولدوا نتيجة زواج بين شخصين ينتميان إلى مجتمعين مختلفين، والذين يكتسبون بالتالي وبشكل طبيعي لغتين (لغة الأب ولغة الأم) كلغة أم، ويملكون من جراء ذلك كفاية لغوية في اللغتين."⁴

³ ميجل ومكاي، التعليم والثنائية للغة، ترجمة: إبراهيم بن محمد القعيد ومحمد عاطف، عمادة شؤون الجامعات، جامعة الملك سعود، الرياض، 1994، ص 1_2.
⁴ ميشال زكريا، قضايا السنوية تطبيقية، دار العلم للملايين، لبنان، ط1، 1993، ص 37.

¹ الحبيب النصراوي، العربية الحديثة في تونس، مركز النشر الجامعي، تونس، 2014، ص 45.
² الطيب البكوش وصالح الماجري، إنجاز الأطلس اللساني التونسي، في "واقع اللغات ومستقبلها في تونس"، مركز النشر الجامعي، تونس، 2000، ص 293-299.

1930 الوضع اللساني بالجزائر في كتاب سماه "الازدواجية اللغوية العربية" "Diglossie arabe" الذي عرف فيه الازدواجية اللغوية بحالة يتعايش فيها نظامان لغويان في مجتمع واحد.

وإذا كان "وليام مارسيه" قد طبق هذه المبادئ على العربية في الجزائر، فإن الأمريكي "شارل فرغىسون" "Charles Fergusson" قد مثل لهذه الظاهرة بأربع لغات منها العربية. وذلك في مقالته المنشورة في مجلة "In Word" سنة 1959 تحت عنوان "La Diglossie".³

واتخذت الازدواجية اللغوية عنده معنى التقابل بين ضربين من الاستعمال اللغوي لدى جماعة لغوية واحدة، ترتفع منزلة أحدهما فيصبح لغة الكتابة والتعليم ويعتبر معيارا، ولا يستعمل في الخطاب الا مع الخاصة، وتخط منزلة الآخر فيظل لغة للخطاب عند العامة.⁴

وقد وسع لساني أمريكي آخر هو "جوشو فىشمان" "Josh Fishman" سنة 1967، تطبيق

نقصد بالازدواجية اللغوية الاجتماعية¹ أنّها استعمال لغتين وسيلة اتصال في المجتمع أو المجموعة، أو في مؤسسة ما. ونطلق هذا المصطلح عندما تعم ظاهرة استعمال لغتين باعتبارهما وسيلة اتصال في مجتمع معين، وكذا نجد الازدواجية الاجتماعية ذا صلة قوية بالازدواجية الفردية، أي إنّها ترتبط بها ارتباطا وثيقا، إذ في أغلب الأحيان تظهر وتشكل الازدواجية اللغوية الاجتماعية نتيجة وجود مجموعة أفراد مزدوجي اللغة أو العكس، فحين تفرض الدولة أحادية اللغة في التعليم أو العمل أو في مختلف النشاطات السائدة فوّىها، فلا شك أنّ ذلك سينعكس على لغة الأفراد الذين ينتمون إلى تلك الدولة أو ذلك المجتمع.

* الثنائية اللغوية في الشعارات الإشهارية التونسية

نعني بالثنائية اللغوية وجود لغتين من نظامين مختلفين عند المتكلم، ولعل الباحث الفرنسي "وليام مارسيه" "William Marcia" هو أول من أطلق هذا المصطلح على وضع اللغة العربية بقوله: "وهي التنافس بين لغة أدبية مكتوبة ولغة عامية شائعة للحديث".² وقد وصف سنة

⁴ لويس جان كالفي، حرب اللغات، ترجمة حسن حمزة، المنظمة العلمية للترجمة، ط1، 2008، ص79.

⁵ جوشو فىشمان "Joshua Fishman" هو كاتب غير روائي وأستاذ جامعي وعالم اجتماع ولساني اجتماعي من أمريكا، ولد في 1926 في "فيلادلفيا" في الولايات المتحدة، وتوفي في 2015 في "ذا برونكس" في الولايات المتحدة

¹ ميكل ومكاي، التعليم والثنائية اللغة، ترجمة: إباراهيم بن محمد القعيد ومحمد عاطف، عمادة شؤون الجامعات، جامعة الملك سعود، الرياض، 1994، ص22.

² WILLIAM Marcia, La diglossie arabe, L'enseignement, Paris (1990), Vol.9, P401.

³ ابراهيم صالح الفلاي، ازدواجية اللغة النظرية والتطبيق، ط1، 1997، ص17، نهاد موسى، اللغة العربية في العصر الحديث، دار الشروق، عمان، 1428هـ/ 2007م، ص137.

إذن فإن الثنائية اللغوية تعني وجود شكلين لغويين في مجتمع واحد، ولكل شكل وظائف خاصة به تكمل وظائف الآخر. ولخطابات الإشهارية نصيب من هذا التنوع اللغوي لأنها المكون اللساني في الإشهار الذي يستقي من كل لغات المجتمع ولهجاته.

وفي عرضنا هذا حاولنا قدر المستطاع التطرق إلى تعريف هذين المصطلحين بالإضافة إلى معرفة خصوصية هذا التشكيل اللغوي في المجتمعات بصفة عامة وفي المجتمع التونسي بصفة خاصة لبيان أهمية اعتماد الخطابات الإشهارية في استراتيجياتها التجارية مبدأ تعدد اللغات وتوظيف كل هذا التشكيل اللغوي الممنهج لإضفاء صورة إشهارية مبنية على واقع لغوي معيش باعتبار أن اللغة نسق من الأنساق الاجتماعية.

* خلاصة

حاولنا عبر هذه الدراسة اللغوية فهم انعكاساتها الاجتماعية وفهم العلاقة بين الجانب اللغوي والجانب الاجتماعي دواعي استعمال لغة دون لغة أخرى لخلق صورة إشهارية متكاملة.

بما أن المشهر يبحث عن النفع المادي واكتساح الأسواق. ممتوجه فعليه أن يمر أولاً بمرحلة مهمة لضمان نجاح

مفهوم ازدواجية في حالات ليست الأنظمة اللغوية فيها متقاربة، إذ لم يعد مقتصر على وجود شكلين من اللغة الواحدة، إنما أيضاً على وجود لغتين في المجتمع، ولكن ركز في تحليله على المستويين اللغويين في نفس اللغة. وقد انتهت دراسته إلى تعريف الازدواجية بأنها "صراع لغوي أو توظيف لساني مزدوج".¹

ويلتقي هذا اللساني في ذلك مع "تشارلس فيرغسون" "Charles ferguson"²، الذي تبقى دراسته من بين أهم الدراسات حول ظاهرة الثنائية اللغوية، لأنها تتعد عن الواقع نوعاً ما، خاصة في فصل المستويين اللغويين، ذلك أن الفصل بينهما صعب.

وقد تحدثت "صونيا بكال" في مجلة اللغة الأم حول مفهوم المهيمنة في الثنائية اللغوية بصفته مفهوماً جديداً: "الحديث عن الثنائية لا يكون باستعماله في علاقته مع الازدواجية، إنما بإدخال ظاهرة هيمنة اللغة (أ) على اللغة (ب) العديد الجماعي".³

أي إن ظاهرة الثنائية اللغوية لا تقتصر على وجود لغتين أو مستويين مختلفين في المجتمع، وإنما الوضعية التي يؤخذ بها الشكلان اللغويان أو اللغتان.

ستانفورد، ويعتبر من مؤسسي اللسانيات الاجتماعية، معروف بأعماله حول الازدواجية اللغوية.

³ صونيا بكال، الازدواجية اللغوية، مجلة اللغة الأم، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص141.

¹ Dubois Jean / Giacomo Mathée/ Guespin louis / Marcellesi Chritiane / Marcellesi J.B /MévelJ.P. : Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage, Larousse, 1994, P148.

² شارل فيرغسون بالإنجليزية: "Charles A. Ferguson" ولد سنة 1921 وتوفي سنة 1998، هو لساني أمريكي يدرّس في جامعة

الإشهار وهي فهم خصوصية كل مجتمع ومميزاته ولعل أبرز
مميزات مجتمعا في العصر الراهن هي تعدد اللغات في الحياة
اليومية. وذلك ما نجد صداه في الخطاب الإشهاري الذي يظهر
كما رأينا في صورتين إما صورة الازدواجية اللغوية وإما
الثنائية اللغوية فأما الأولى فهي أن يكون الخطاب الإشهاري
متضمنا للغة رسمية أصلية وهي في مثالنا العربية ولهجة متفرعة
عنها وهي التونسية رغم أننا نتبنى الرأي القائل بأن اللهجة
التونسية هي لغة مستقلة وقادرة على أن تكون لها كيانها
الخاص وقواعدها المختلفة وأما الثانية فهي الثنائية اللغوية وهي
تحدثُ الإشهار بلغتين مختلفتين كالفرنسية والعربية
والإنجليزية.

وهذا ما نجد في الصور الإشهارية التونسية حمل
تراوح أحيانا بين الازدواجية والثنائية اللغوية وتجمع بينهما
أحيانا أخرى. مما أدى إلى تنوع جيبي وعرقي وتنوع في أصل
اللهجة وجمعها بين العربية والايطالية والتركية والأمازيغية
والاسبانية وغيرها. فهذا التنوع في الانتماء ينعكس على
الخطاب اليومي في مرحلة أولى والخطاب الإشهاري في مرحلة
ثانية.

ودراسة اللغة الإشهارية التونسية هي ممارسة تعكس
القوالب الاجتماعية والثقافية الأكثر ارتباطا بالواقع المعيش في
كل بلد، وتبين لنا الصور الإشهارية، بكل اللغات واللهجات
المستعملة هي صورة لخطاب إقناعي يختلف عن الخطابات
الأخرى بالجمع بين مكونات لغوية وأيقونية، وتشكيلية،
وصوتية، وحركية...فهو فضاء لتقاطع دلائل وتقنيات لغوية
عديدة كاستعمال تعدد اللغات في الخطاب الإشهاري
التونسي واستيحاء اللغة من ثقافة الشارع التونسي اعتمادا

على اللغة المتداولة في وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت
والفاسبوك ولغة الإرساليات القصيرة، بالإضافة إلى تداخل
العديد من المستويات اللغوية كالفصحى والعامية في الخطاب
الإشهاري. ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى استخلاص
مجموعة من النتائج المتمثلة في:

الخصائص اللغوية في الصور الإشهارية هي الوجه
المدني المتحضر من حرب اللغات، إذ تمكن الخطاب الإشهاري
من تشكيل فرعا من علم حديث هو علم اللسانيات
الاجتماعية، ولها موضوعاتها ومنهجها.

لعل من أبرز النتائج التي توصلنا إليها حول التأثيرات
الاجتماعية إسهام الإشهار اجتماعيا عبر دعمه لوسائل
الاتصال الجماهيرية.

في الوقت الحاضر أخلاقيات الإشهار مرنة للغاية
وتسبب مشاكل كثيرة تدهور النسيج الأخلاقي للمجتمع.
فالانتهاكات الأخلاقية في الإشهار تضعف القيم الاجتماعية
والدينية، كذلك وجب احترام الكرامة الإنسانية بعدم
استعمال الألفاظ السوقية السيئة والإيحاءات الجنسية المنافية
للأخلاق.

تتحلى أهمية الدراسة على أنها تلقي الضوء على
بعض التأثيرات المحتملة للإشهار من الجانب النفسي والتأثير
في السلوك الاجتماعي. ومن التأثيرات السلبية تشويه مفهوم
الانتماء والولاء، والتأثير في المنظومة التعليمية من خلال
استعمال لغة هجينة، وتصور طبقي للمجتمع.

* المراجع

أولاً- المراجع العربية

قدور عبد الله ثاني سيميائية الصورة، معاهدة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم دار العرب النشر والتوزيع الجزائر، الطبعة الأولى، تاريخ النشر 2008.

عبد الرحيم مودن، تقديمه للصورة الإشهارية باعتبارها محوراً ليوم دراسي نظمتها مجموعة البحث في المعجم الأدبي عن الخطاب الإشهاري، علامات، العدد 18، المغرب، 2002.

عصام نور الدين، الإعلان وتأثيره في اللغة العربية مجلة الفكر العربي، العدد 92، سنة 1998.

لويس جان كالفي، حرب اللغات، ترجمة حسن حمزة، المنظمة العلمية للترجمة، ط1، 2008.

محمد التوينجي وراجي الأسمر، المعجم المفصل في علوم اللغة الألسنيات، دار الكتب العلمية، 2001، ص18. محمد علي الخولي، الحياة مع لغتين، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2002م.

القنصل الشرفي للجمهورية التونسية في أوكرانيا اطلعت عليه في 2018/11/04 من موقع:

[<http://www.tunisia.org.ua>]

الصفحة الرسمية على الفيسبوك " Yaourt Délice Tunisie" اطلعت عليه في 2020/09/27.

ثانياً- المراجع الأجنبية

Claude Tatilon, Le texte publicitaire, traduction ou adaptation? les presses de L'université de Montréal, Meta,35, n°1, 1990.

ابراهيم صالح الفلاي، ازدواجية اللغة النظرية والتطبيق، ط1، 1997، ص17، نهاد موسى، اللغة العربية في العصر الحديث، دار الشروق، عمان، 1428هـ/ 2007م.

أندرية مارتينه، المنظمة العربية للترجمة، وظيفة الألسن وديناميتها، ترجمة نادر سراج، بدعم من مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، توزيع: مكتب دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى: بيروت ديسمبر 2009.

الحبيب النصاروي، العربية الحديثة في تونس، مركز النشر الجامعي، تونس، 2014.

الطيب البكوش وصالح الماجري، إنجاز الاطلس اللساني التونسي، في "واقع اللغات ومستقبلها في تونس"، مركز النشر الجامعي، تونس، 2000.

د. الودغيري عبد العلي، لغة الأمة ولغة الأم عن واقع اللغة العربية في بيئتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتب العلمية، بيروت، 2013.

د. بشير إيرير، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، اربد: عالم الكتب الحديث، الأردن، 2010.

صونيا بكال، الازدواجية اللغوية، مجلة اللغة الأم، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.

عبد الرحمان الدايم، سيميائية الصورة في الخطاب الإشهاري، مجلة معارف السياحي، قسم الآداب واللغات السنة الثامنة العدد 15، ديسمبر 2013.

- Dubois Jean/Giacomo
Mathée/Guespin
louis/Marcellesi
Chritiane/Marcellesi J.B
/MévelJ.P. : Dictionnaire de
linguistique et des sciences du
langage, Larousse, 1994.
- Eliseo VERON : « l'analogie et le
continu », communications,
Seuil, N15, 1970.
- Macanamar mvij, the linguisite en the
pendency of kikinguals journal
of tearing and verbal behavior.
- Mackey William Francis, Bilinguisme
et contact des langues. Série B.
Collection Initiation à La
linguistique, Paris, 1976.
- PAUL Robert, le petit Robert, avenue
par métier, Paris, 1996.
- "publicity", Oxford Dictionaries,
Retrieved 26-12-2016. Edited.
- Umberto Eco « sémiologie des
messages visuels » op.cit.
- WILLIAM Marcia, La diglossie arabe,
L'enseignement, Paris (1990),
Vol.9.