

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'enseignement supérieur  
et de la recherche scientifique  
Université 8 mai 1945 Guelma  
Faculté des lettres et langues  
Département de langue et lettres arabe



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 8 ماي 1945 قالمة  
كلية الآداب واللغات  
قسم اللغة والأدب العربي

الرقم: .....

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة

**العاستر**  
**تخصص: لسانيات تطبيقية**

## الأخطاء اللغوية

# في الإشهارات التجارية (دراسة لسانية) - نماذج مختارة -

مقدمة من قبل:

الطالبة: موامية هناء

الطالبة: صنصري رزيقة

تاريخ المناقشة: 2020/09/26

أمام اللجنة المشكلة من:

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
لطيفة رواجية	أستاذ (ة) محاضر "ب"	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	رئيسا
العايشي عميار	أستاذ محاضر "أ"	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفا ومقررا
صويلح قاشي	أستاذ محاضر "ب"	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2019 - 2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شُكْرٌ وَتَقْدِيرٌ

قال الله تعالى في كتابه المنزل: بسم الله الرحمن الرحيم  
(قُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ)  
فالشكر الأول لله عزّ وجلّ الذي منّ علينا بفضله، ووفقنا في إتمام  
هذا البحث المتواضع بالشكر الجزيل والحمد له جلّ علاه.  
كما نتقدّم بالشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف "عميار لعايشي"  
الذي وجهنا وأرشدنا، ونشكر جزيل الشكر كل من مدّ لنا يد العون  
والمساعدة من قريب وبعيد ونخصّ بالذكر الأستاذة الفاضلة "أسماء  
حماديّة" التي أفادتنا بنصائحها وتوجيهاتها طوال فترة البحث، كما  
نشكر كل من: سناء، نورة، ميمونة، لما قدمنه لنا من معلومات  
ومصادر.  
وفي الأخير نشكر كلّ من ساهم في هذا البحث بنصيحة أو جهد أو  
توجيه.

# إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من وقف معي طيلة المشوار  
الدراسي بالدعاء والتشجيع وتوفير كل المتطلبات؛ نبع الحنان  
والعطاء أُمي الغالية، ونور الحياة وجمالها أبي العزيز، أطال الله في  
عمرهما وأعطاهما الصحة والعافية، ورزقني رضاها.

إلى من شجعني على إتمام بحثي وساعدني في إيجاد الإشهارات  
وكتابة المذكرة بصدر رحب؛ شريك حياتي "زوجي الكريم"  
أدامه الله سندا لي.

إلى كل عائلته من كبيرهم إلى صغيرهم وأخص بالذكر والديه  
الكريمين.

إلى أخويّ العزيزين ، سمير، ووليد وزوجته.

إلى أختي الغالية وزوجها وأولادها الكتايت حفظهم الله.

إلى كل أقاربي وصديقاتي.

إلى كل أساتذة وطلبة قسم اللغة والأدب العربي.

هنا

# إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى رمز العطاء والوفاء أُمي الغالية.  
إلى قدوتي الأولى في الحياة إلى من جعل العلم منبع اشتياقي أُمي  
العزير أسأل الله له الشفاء.  
إلى إخوتي: حسام، أيمن، مراد، نصيرة، شامة.  
إلى رمز الصداقة هناء، عائدة، خولة، آية، نور الهدى، إيناس.  
إلى كل من ساهم من بعيد أو قريب في إتمام هذا البحث  
المتواضع.

رزيقة



# مُقَدِّمَةٌ



بسم الله والصلاة والسلام على سيدنا ونبينا محمد -صلى الله عليه وسلم- .

إنّ اللّغة ظاهرة اجتماعيّة تعدّ من أهم دعائم أي مجتمع ومقوماته، تعتبر همزة وصل بين الأفراد والشعوب، فهي نسق من الأنساق الاجتماعية لا تحقق وظيفتها إلا من خلال الاتصال والتفاعل الاجتماعي، كما أنّها وسيلة للاتّصال وأداة للتعبير عن الأفكار، فبحسب مستجدّات العصر فإنّ دلالاتها تكون عرضة للتغيّر و التبدّل.

فجد أنّ الإشهارات أو الإعلانات التجاريّة تعتمد على اللّغة في إيصال المعلومة إلى المستهلك باعتبارها واسطة فعّالة في نقل المعلومات والأخبار إلى المتلقي وإفهامه والتأثير فيه.

فالإشهار فن يستهدف إحداث تأثير نفسي على الجمهور ليحقق غايات تجارية، والهدف من ذلك تسويق منتجات معينة، وتنمية المشروعات الاقتصادية والقدرة على الإقناع والتأثير في المتلقين، وهذه الإشهارات يتم نشرها في الصحف أو المجلات ، أو تعلق على الجدران، أو تعرض على التلفاز، أو الإذاعة، أو السينما، وهذا يعتمد أساسا على اللّغة باعتبارها آلة الإعلام التي يتمّ التواصل بها مع المتلقي وهي الأكثر فعالية في إيصال المحتوى الإعلاني إلى الجمهور وإفهامه، فمن هنا وظفت الرسالة الإعلانيّة الصورة والألوان وغيرهما من الأنساق الأيقونية فهي تنقل المعلومة بطريقة فعّالة وتصل إلى درجة عالية من التأثير والإفهام كاللّغة .

فاللّغة غرضها الأساسي هو التّواصل؛ فهي تسهل على الجمهور تلقي الرّسالة الإعلانيّة وفك شفرتها وفهمها بسرعة، فالعلاقة بين اللّغة والإشهار علاقة وطيدة فمن دون اللّغة لا تتحقق عملية الاتصال: فهي عنصرا أساساً في نقل المعلومات والأفكار والمشاعر، إلا أنّنا نشاهد في إشهارات العصر الحالي تغيرا كبيرا في اللّغة، فقد ظهرت لغة جديدة تختلف عن اللّغة الأصليّة الفصيحة العذبة التي تمتاز بالذوق الجميل، وهذا التغير مسّ جميع الجوانب اللّغوية (الصوتيّة، الصرفيّة، النحويّة، الإملائيّة)، وقد كان هذا التغيّر إلى السلب، ومن هنا ظهرت الأخطاء اللّغوية، فقد تراجع المستوى اللّغوي الفصيح بسبب خرق القواعد اللّغوية واستعمال لغة بعيدة عن السلامة اللّغوية، ومن

الأسباب أيضا الخلط بين العامية والفصحى وتوظيف كلمات بأوزان جديدة لا علاقة لها بالقواعد وكذلك توظيف الكلمات الدخيلة والمعربة التي تؤثر على واقع اللغة العربية في الإشهار، وهذا ما يؤدي إلى تشوهات تفسد جمالها والذوق اللغوي.

وهذا ما دفعنا إلى دراسة هذه الظاهرة فجاء بحثنا موسوماً بـ: "الأخطاء اللغوية في الإشهارات التجارية (نماذج مختارة)"، فحاولنا في بحثنا هذا أن ندرس الأخطاء اللغوية في بعض النماذج الإشهارية التجارية، على المستوى النحوي، الصرفي، الإملائي...، في مختلف الوسائل الإعلانية (تلفزيون، صحف، ملصقات)، وإشكالية بحثنا هي: **الأخطاء اللغوية وأثرها السلبي في المتلقي.**

والهدف من اختيارنا لهذا الموضوع هو الكشف عن الأخطاء الموجودة في بعض الإشهارات التجارية وتأثيرها على المتلقي.

اعتمدنا في إنجاز بحثنا على منهج تحليل الأخطاء، واتخذنا خطة أتبعنا فيها ما يلي: مقدمة، مدخل، فصل أول، فصل ثان، خاتمة.

فأما المقدمة: ذكرنا فيها عنوان البحث وأهميته، وأسباب اختيارنا لهذا الموضوع، والمنهج المتبع.

وأما المدخل: المعنون بـ: "الإشهار"؛ فتناولنا فيه مفهوم الإشهار، وأنواعه، ووسائله، ومكوناته.

أما الفصل الأول: المعنون بـ: "الخطاب الإشهاري والمعيارية اللغوية"، فتحدثنا فيه عن مفاهيم ومصطلحات (مفهوم: الخطأ: اللحن، الغلط، الزلة، والفرق بينهم)، كما تناولنا فيه أيضا أنواع الأخطاء اللغوية، وأسباب الوقوع في الأخطاء اللغوية في الإشهارات التجارية، وحددنا منهج تحليل الأخطاء.

وأما الفصل الثاني: الذي جاء بعنوان: "دراسة تحليلية لنماذج من لوحات إشهارية" فحاولنا فيه عرض بعض نماذج الأخطاء اللغوية في الإشهارات التجارية وتصنيفها وذكر الصواب.

وتمت خاتمة بحثنا بذكر أهم نتائجه.

ولإنجاز هذا البحث اعتمدنا على مجموعة من المصادر والمراجع نذكر أهمها:

- فهد خليل زايد، الأخطاء الشائعة، النحوية والصرفية والإملائية.
  - منى الحديدي، الإعلان؟.
  - محمد أبو الرب، الأخطاء اللغوية في ضوء علم اللغة التطبيقي.
- أما الصعوبات التي واجهتنا هي: قلة المصادر والمراجع نظرا لهذه الظروف والجائحة التي حلت بالبلاد وإغلاق المكتبات، وكذلك وجدنا صعوبة في جمع هذا النوع من الإشارات.
- وبالرغم من هذا حاولنا جاهدين إتمام بحثنا المتواضع، وهذا بفضل عون الله تعالى والحمد لله رب العالمين.

# مُدْخَلُكَ : الإِشْهَارُ

توطئة

أولاً: تحليل بعض المصطلحات

ثانياً: أنواع الإِشْهَارِ

ثالثاً: وسائل الإِشْهَارِ

رابعاً: مكونات الإِشْهَارِ

### توطئة:

يعتبر الإشهار قوّة فاعلة في جذب الجماهير والتأثير فيهم، وذلك من خلال تطور وسائله المختلفة وأدواته التكنولوجية و الجماليّة لما لها من أهميّة بالغة لدى الجمهور، يعمل على إيصال الرّسالة الإشهارية للمتلقّي عن طريق وسيلة من وسائله، فيساهم في عملية التّواصل، فهو عنصر من عناصر الاتّصال التسويقي، له أهمية ودور كبيرين في الحياة.

## أولاً- مفهوم الإشهار:

لقد نال الإشهار الحظوة لدى الباحثين الإعلاميين وأخذ أهم الوسائل الاتصالية الحديثة ويتجلى ذلك في الإشارات التجارية المرئية والمسموعة والمكتوبة ، وقد أصبح من الأعمدة الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات الاقتصادية في تحقيق أهدافها.

### 1- الإشهار لغة:

من بين التعاريف اللغوية التي وردت عن الإشهار نجد: لقد ورد مصطلح الإشهار في «لسان العرب» من الجذر (ش، هـ، ر) والشهرة ظهور الشيء في شنة حتى يشهره للناس.<sup>1</sup> ومعنى الشهرة هنا هو الوضوح والظهور.

وورد في «قاموس المحيط» الشهرة بالضم: ظهور الشيء في شنة، شهرة كمنعه وشهره وشهرته فاشتهر.<sup>2</sup>

والملاحظ في كلتا التعريفين أن مصطلح الإشهار لم يخرج عن معنى الإظهار والوضوح.

أما في «معجم الوسيط» ورد: شهرة شهراً وشهرة أعلنه و أذاعه.<sup>3</sup> ارتبط مصطلح الإشهار هنا بالدلالات و الدعاية والترويج.

<sup>1</sup> ابن منظور [أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (ت 811 هـ)] مج/4، مادة (ش.هـ.ر)، دار الصادر، بيروت لبنان، (د.ط)، (د ت) ص: 431.

<sup>2</sup> الفيروز أبادي [مجد الدين محمد بن يعقوب (ت 817)]، قاموس المحيط، تح/ مكتب تح: محمد نعيم العرقسوسي، مادة (ش.هـ.ر) مؤسسة الرسالة، بيروت لبنان، ج1، 2005، ص 421.

<sup>3</sup> مجمع اللغة العربية: معجم الوسيط، مادة (ش.هـ.ر) مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط 4، 2004، ص 497.

## 2- الإشهار اصطلاحاً:

للإشهار تعريفات عديدة في الاصطلاح نجد منها:

هناك من يعرف الإشهار بأنه: "عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمناً معيناً لإيصال معلومات معينة إلى فئات معينة من المستهلكين"<sup>1</sup>.

وقد عرفت جمعية التسويق الأمريكية الإعلان بأنه عبارة عن: "الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع"<sup>2</sup>.

وما يمكن أن نستخلصه من هذا القول المتفق عليه أنّ من خصائص الإشهار أنّه وسيلة اتصالية غير شخصية وأنه مدفوع الأجر للجهة المشهورة.

ويعرف أيضاً بأنه: "الإشهار بالشيء أي الإعلان عنه في المجتمع، فهو عملية يقوم بها الأفراد من أجل إعلام فئة ما بأمر ما، وهو ظاهرة حضارية مرتبطة بالإنسان و يعني النشر والإظهار"<sup>3</sup>.

ويعرّفه أحدهم بقوله: "الإشهار فن إعلامي يستند على مؤشرات مرئية مثل العناوين في الكتابة ومضامينها وأنواع الطباعة والصورة"<sup>4</sup>.

فالإشهار إذا يهدف إلى التأثير في المستهلك أو المتلقي لتسويق المنتجات والتشهير بها. وما يمكن الإشارة إليه أنّها توجد تعاريف كثيرة للإشهار، كما أنّه يوجد الكثير من الأشكال الأخرى للاتصال لها أهميتها، ويعتقد البعض أنّها مرادفة للإشهار وعليه نبين بعض هذه الأشكال حتى لا تختلط المعاني والمفاهيم.

<sup>1</sup> - محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، ط 1، الأردن، 1998، ص 102.  
<sup>2</sup> - انظر، محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإعلان: أنواعه، مبادئه، وطرق إعدادة، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، دج، ط 1، 2013، ص 13.  
<sup>3</sup> - قرشي سهام، دور الترجمة الإشهارية في الترويج السياحي، دراسة حالة المهرجان الدولي لفنون الأهفار، "تمنراست"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، ص 6.  
<sup>4</sup> - جمال مباركي ومحمد عبد الهادي، سيميائية الصورة الإشهارية، دراسة في رواية الإرائية، الملتقى الدولي السادس والنص الأدبي، قسم الأدب واللغة العربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 589.

أ- الإعلام:

عبارة عن نقل لوجهات نظر فئات المجتمع ويحتاج إلى الآلات والأدوات لإقناع المتلقي والسامع.

فالخطاب الإعلامي منبع المعرفة وأداة التوجيه والتأثير في جميع الأمم، وتتبع أهميته في أنه يخاطب كل شرائح المجتمع وفئاته؛<sup>1</sup> فالإعلام هو نشر الأخبار والمعلومات بين الجمهور ونشر الثقافة بين أفرادهم وتنمية وعيه الاجتماعي والسياسي.

ب- الدعاية:

هي "النشاط الذي يؤدي إلى التأثير في عقيدة الجمهور، سواء من خلال جعله يؤمن بفكرة أو مبدأ أو عقيدة معينة أو من أجل صرفه عن فكرة أو مبدأ يؤمن به".<sup>2</sup> فمن هنا نجد أن الدعاية هي أحد أنواع الاتصالات التي تهدف إلى التأثير في سلوك الفرد من خلال وسائل الاتصال العامة لجعله يؤمن بفكرة أو معتقدات معينة.

ج- الترويج:

يعرّف على أنه: "عملية اتصالية تسويقية فعّالة يتم من خلالها التعريف بالسلع والخدمات بهدف التأثير على السلوك الشرائي لجمهور معين".<sup>3</sup>

لذلك يعتبر الترويج أحد منافذ الإشهار، والفرق بين الترويج والإشهار يكمن في: "أن الشركة التي تريد الترويج لمبيعاتها هي المالكة لوسائل ترويج المبيعات بينما الإشهار تكون وسائله مملوكة للوسيط الإشهاري، كما أنّ أثر الإشهار يكون طويل الأمد مقارنة بآثر وسائل ترويج المبيعات الذي يكون قصير الأجل، ويتوجه الإشهار إلى عدد غير محدود من المستهلكين، بخلاف الترويج الذي يتوجه إلى عدد محدود".<sup>4</sup>

1- شبكة المؤتمرات العربية المؤتمر العلمي الدولي العاشر، تحت عنوان "التحديات الحيوفيزيائية والاجتماعية والإنسانية والطبيعية في بيئة متغيرة، 25-26 يوليو 2019، تركيا <http://www.kamshare.net/isac2019> ص 537

2- راشدي سعيدة، الإشهار التجاري وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة بجاية، 2018، ص 12.

3- عزوز سارة، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2016، ص 50.

4- ينظر، عباس العلاق، بشير ربابعة محمد علي، الترويج والإعلان التجاري، أسس نظريات تطبيقات (مدخل متكامل) دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007، ص 37.

فعملية الإشهار تكون بتبيين خصائص السلعة المروج لها من العلامة والجودة... وغيرها، ومحاولة إقناع المستهلك بهذه الخصائص لشراء واستهلاك هذه الخدمة أو السلعة.

#### د- الإعلان:

يعرف "بطرس البستاني اللبناني" الإعلان في اللغة بأنه "الإظهار والنشر".<sup>1</sup> وجاء في تعريف للإعلان بأنه: "أداة لبيع الأفكار أو السلع أو الخدمات لمجموعة من الناس".<sup>2</sup>

فهذا التعريف يجمع بين الإعلان عن السلع و الأفكار والخدمات وليس من شيء واحد فقط، فالإعلان مدفوع الأجر ويعتمد على وسائل لإيصال الرسالة الإعلانية للمستهلك. فهو وسيلة اتصال هدفها إقناع الجمهور بما يعلن عنه، كما أنه عملية هدفها التأثير على أساس غير شخصي، حيث تكون من خلال وسائل الاتصال العامة. ورغم تعدد تعريفات الإعلان لدى الدارسين إلا أنهم اتفقوا على أنه الإظهار والإعلام والاتصال.

\* ومن هنا يمكن تلخيص كل ما تقدم فيما يلي:

- فالإشهار نشاط غير شخصي؛ لأنّ المعلن يقوم بالاتصال مع الجمهور بطريقة غير مباشرة من خلال استخدام وسائل الإشهار من صحف وإذاعة وتلفزيون ومجلات وغيرها، بعكس الإشهار عن البيع الشخصي والذي يكون باتصال المعلن أو البائع اتصالاً شخصياً بالمستهلك لبيع السلع؛<sup>3</sup>

- الإشهار إضافة إلى ترويجه للسلع يروج كذلك الأفكار والخدمات؛

- ما يميّز الإشهار عن الدعاية هو أن الإشهار يدفع عليه أجرا محددًا بخلاف الدعاية التي لا يدفع عليها أي أجر؛

<sup>1</sup> - انظر، منى الحديدي، الإعلان؟، الدار المصرية اللبنانية، ط 2، 1999، ص 19.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 20

<sup>3</sup> - انظر، عباس العلق، بشير علي محمد ربابعة، الترويج والإعلان التجاري، مرجع سابق، ص 32.

- الهدف من الإشهار ليس فقط توصيل المعلومة للمستهلك، وإخباره بوصول و ظهور سلعة جديدة في الأسواق بل لا بد من إقناعه بمدى فاعلية تلك السلعة ومحاولة التأثير فيه وإقناعه بشرائها.

وبالتالي ومن خلال ما تقدم يمكن القول أنّ الإشهار هو وسيلة وشكل من وسائل وأشكال البيع، حيث تقوم سلسلة من الأبحاث العلمية من أجل الجمع والإلمام بمشاكل التسويق بناء على مراعاة اتجاهات المستهلك في جميع الحالات.

لقد تعددت واختلفت وجهات نظر الباحثين حول وضع تعريف موحد وشامل، فهناك من يستعمل مصطلح الإشهار، وهناك من يستعمل مصطلح الإعلان، فمفهوم الإعلان يستخدم في دول المشرق العربي حول الاستعمال الشائع في وسائل الإعلام (إذاعة تلفزيون، جرائد، مجلات)، ومختلف الكتابات والملصقات، بينما يستخدم مفهوم الإشهار بدلا منه في دول المغرب العربي<sup>1</sup>.

فإشكالية المصطلح تعود إلى البيئة والبلد، ولذلك نشير إلى أننا سوف نتعامل مع مصطلح الإشهار والإعلان بمعنى واحد ونستعمل أكثر مصطلح الإشهار نسبة لبيئتنا.

### ثانياً- أنواع الإشهار:

الإشهار هو وسيلة الاتصال بين المنتج والمستهلك، خاصة مع المنافسة الاقتصادية في عصرنا الحالي، وهذا ما أدى إلى ظهور تقسيمات عديدة للإشهار، كل منها يتجه اتجاهها معينا بحسب نوع كل إشهار، فهناك من يقسمه حسب الوسيلة التي استخدمت في نشره، وهناك أيضا من يقسمه حسب الرسالة الإشهارية، وهناك تقسيمات أخرى لكنها لا تخدم موضوعنا، فالإشهار ينقسم إلى أنواع كثيرة منها:

#### 1- حسب الوسيلة أو الدعاية المشهر بواسطتها:

##### 1.1- الإشهار المسموع:

<sup>1</sup> - انظر، فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1988 م، ص 38.

يتم هذا النوع من الإشهارات من خلال اللفظ المسموع والصوت والكلام المنطوق والمحاضرات والإذاعات والندوات والخطب في المساجد...<sup>1</sup> ويعد اللفظ المسموع من الوسائل والآليات القديمة التي استخدمت للإشهار، وأهم ما يميزه طريقة الأداء، ونبرة الصوت التي تلعب دوراً هاماً جداً في التأثير على المتلقي من خلال التنغيم والجره والإيقاع و الهمس ومختلف الصفات الصوتية الأخرى، بالإضافة إلى الموسيقى التي تصاحبه، وكل هذا يدفع المتلقي إلى الشراء.

### 2.1- الإشهار المكتوب:

يشمل هذا النوع من الإشهار وسائل وآليات مختلفة كالكتب، الصحف، المجلات، التقارير، النشرات، والملصقات على جدران الشوارع أو غيرها حيث يكثر الناس، ليشيع صيتها، ويصل إلى أكبر قدر ممكن من المستهلكين، ويكون أيضاً الإشهار المكتوب على اللوحات الثابتة والمتحركة.

### 3.1- الإشهار السمعي البصري:

يشمل هذا النوع الإشهار المكتوب والمسموع معاً، ومن أهم وسائله نجد التلفزيون والسينما، يقوم على الصورة والصوت واللون والموسيقى، وطريقة الأداء والحركة، ويتم إنجازه عن طريق عدد من العمال المختصين في الأثاث والديكور والحلاقة والإخراج والتصوير والإضاءة والتجميل وضبط الصوت والتسجيل، والتكريب والتّمثيل، وهذا ما يؤثر على المتلقي ويدفعه إلى اقتناء وشراء تلك المنتجات التي شهروا بها.

### 2- حسب الرسالة الإشهارية:

#### 1.2- الإشهار الاجتماعي:

يعمل فيه على تقديم خدمة عامة للمجتمع، كالإعلان عن مواعيد تلقيح الأطفال أو إسداء نصائح للفلاحين، أو الدعوة إلى الوقاية والحذر من أمراض معينة.<sup>2</sup> فالإشهار الاجتماعي يهدف إلى تقديم خدمة أو منفعة عامة إلى كل ما يخص المجتمع، كما أنه يؤثر على السلوك الاجتماعي للجمهور لمحاولة القضاء على المشكلات

<sup>1</sup> عبد الرزاق الدليمي، الخطاب الإعلامي و الخطاب الدّعائي، دائرة المكتبة الوطنية عمان، ط 1، 2017، ص 22.  
<sup>2</sup> جمال مباركي ومحمد عبد الهادي، سيميائية الصورة الإشهارية مرجع سابق، ص 589.

الاجتماعية كالسكن، المخدرات، فهو يهدف إلى الدّعوة إلى القيم والمبادئ الاجتماعية والحضارية عكس الإشهار التجاري الذي يهدف إلى تحقيق الربح والتجارة.<sup>1</sup> فالإشهار الاجتماعي يقوم على كل ما يقدمه أفراد المجتمع.

## 2.2- الإشهار السياسي:

يقوم على التعبير عن الآراء المختلفة ومحاولة التأثير على الرّأي العام، وذلك بتقديم الإشهار في شكل يبرز أهمية الرّأي بأنه الأحسن والأفضل من بين الآراء الأخرى المتواجدة في السّاحة، كما هو الشأن في الدّعاية للحملات الانتخابية والاقتراع.<sup>2</sup> كما أنه يقوم بالدّعوة إلى منتج معين أو قضية ما من القضايا السياسية عبر قنوات الاتصال.

أما النوع الثالث من الإشهار التجاري، وهذا النوع هو الذي يخدم موضوعنا.

## 3.2- الإشهار التجاري:

هو ذلك الإشهار أو الإعلان الموجه إلى المستهلك، موضوع الحماية باعتباره وسيلة من وسائل تنشيط التعاقد وشكلا من أشكاله وطريقة من طرق تصريف السلع والخدمات.<sup>3</sup>

فالإشهار التجاري يرتبط بالاستثمار والمنافسة فتصدره شركات تجارية أو الترويج لبضاعة ما، أو الإعلان عن تخفيضات في أسعار السلع، محاولة منهم التأثير في المستهلك وإقناعه بجودة البضاعة، ولا بد في هذا الإعلان من وجود إمكانيات إبداعية عالية ودراسات تقنية متخصصة وتقنيات مميزة تحقق الأثر المطلوب.<sup>4</sup>

كما يعرف "محمد جودت ناصر" الإشهار التجاري بأنه: "أداة إنتاج وتوزيع، فهو أداة توزيع لأنه يؤثر تأثيراً كبيراً على العرض من طرف التجار والمروجين، والطلب من طرف المستهلكين والمتلقين، كما أنه أداة إنتاج لأنه يحفز على زيادة منتجاتهم."<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - انظر، شذوان علي شبيبة، الإعلان المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر، دط، 2005، ص 315.  
<sup>2</sup> - فاطمة حسين عواد، الاتصال والإعلام التسويقي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010، ص 107.  
<sup>3</sup> - محمد عبد الباقي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة وقانون منشأة المعارف، 1996، ص 91.  
<sup>4</sup> - انظر، محمد رابح، الخطاب الإشهاري، مقارنة سيميائية سوسيو اقتصادية، ط1، 1999، ص 42.  
<sup>5</sup> - انظر، محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، مرجع سابق، ص 111.

وعليه فالإشهار التجاري غايته إيجاد مستهلكين، فهو وسيلة ضرورية للتواصل هدفها تسجيل انتشار العلاقات الاقتصادية، وانتشار ثقافة الاستهلاك.

بما أن الإشهار التجاري يرتبط بالاستثمار والمنافسة، لا بد من الإتيان بأفكار جديدة مبتكرة للدخول في منافسة مع الشركات الأخرى.

فالهدف من الإشهارات التجارية هو الترويج للسلع والخدمات لتحقيق الربح المادي. ومن هنا يمكن القول أن الإشهار التجاري هو اتصال بين المرسل والمرسل إليه بطريقة غير مباشرة، وذلك عن طريق إعلان مدفوع الأجر عبر وسائل مختلفة كالتلفاز والصحف والمجلات ... وغيرها، فيعتمد صاحب الإعلان أساليب فنية مغرية لترويج سلعه وخدماته وجلب المستهلك حولها.

أما الإشهار بصفة عامة فهو وسيلة تواصلية ضرورية في جميع المجالات، تهدف إلى تسهيل انتشار الأفكار والخدمات للمتلقين والمستهلكين.

### ثالثاً- وسائل الإشهار:

وسائل الإعلان هي الأدوات التي يخاطب بها المشهر أو صاحب الإشهار المتلقي أو من سيوجه إليه الإشهار، كما أنها تعتبر الوسيط الذي يعمل على إيصال الرسالة الإشهارية إلى المعني بالأمر ومن هنا يمكن تقسيم الوسائل الإشهارية إلى عدة أنواع منها:

#### 1- الصّحف:

للصّحف والجرائد أهمية بالغة عند المشهرين و الموزعين والمنتجين و المستهلكين، كما أنها تعتبر من أقدم الوسائل الإشهارية، فهي متداولة عند الجميع و سهلة المنال نظراً لانخفاض تكلفتها مقارنة ببعض الوسائل الأخرى، ويمكن أيضا العودة إليها في أي وقت، فنجد أن هناك صحف دولية وأخرى وطنية وأخرى محلية يتم نشرها يوميا صباحا ومساء، أو أسبوعيا، فالصّحف تمتاز بكثافة المرتقبين والقارئین.

#### 2- الإذاعة والراديو:

تعتبر الإذاعة من الوسائل المهمة في الإشهار وذلك لقدرتها على إيصال الرسالة الإشهارية إلى الجمهور، ونظراً لما يتميز به من طول فترة البث، وتقديمه لبرامج متنوعة وكذلك لانخفاض تكلفته واتساع انتشاره واستخدامه للصوت أكثر من أي شيء آخر

فنبيرات الصوت يمكن أن تؤثر على المستهلكين كما أن الاعتماد على الصوت يساعد الجمهور الأمي الذي لا يستطيع القراءة، فهو يقدم المعلومة بلغة تصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، فكل هذه المميزات تساعد في التأثير على المستهلك ، فهو إذن وسيلة ذات أهمية بالغة في نقل الرسالة الإشهارية بطريقة سريعة وسهلة واضحة.<sup>1</sup>

### 3- التلفزيون:

إن التلفزيون هو أكثر آلية ووسيلة شائعة ومنتشرة في عصرنا الحالي ومن خلال كثرة جمهور المشاهدين لبرامجه وإشهاراته يعدّ أقوى وسيلة للاتصال، ونجد أنّ التلفزيون أداة عرض مناسبة للمنتجات وجذب رغبة المستهلك وإنعاش حاجياته، وهذا راجع إلى العرض الجيد للإشهارات والبرامج من خلال الجودة الصوتية والبصرية و الحركية، كما أنه يقوم بتطوير شهرة المنتج وذلك من خلال عمليات البث اليومية وتكرار الرسالة الإشهارية وهذا ما يؤدي إلى ترسيخها وحفظها في ذهن المتلقي و المشاهد، فهي تعرفه بخصائص السلعة وطريقة استخدامها.<sup>2</sup>

فاعتماد التلفزيون على الصوت والصورة جعل منه وسيلة شارحة ومقنعة ومؤثرة، كما أنها لافتة للنظر و السمع على غيرها من الوسائل أحادية الحاسة.<sup>3</sup>

فطريقة إبلاغه للرسالة الإشهارية إلى المشاهدين يؤدي إلى جذب انتباههم وتشجيعهم على شراء السلعة.

### 4- المجالات:

قد تكون المجالات عامة توجه لجميع أفراد المجتمع، وقد تكون خاصة موجهة لأفراد معينين من المجتمع، كمجالات النساء و الشباب...وما تتميز به المجالات هو إمكانية وصولها إلى جمهور محدد ومختار، فهي تعتبر من أفضل وسائل الإشهار عن أي شيء جديد يحتاج إلى الترويج، كما تتميز بطول الحياة مقارنة بالوسائل المقروءة الأخرى وهذا ما يمكن القارئ من قراءتها عدّة مرات، كما أنها تضمن وصول الرسالة الإشهارية إلى عدد كبير من الأفراد لأنها تمر على جميع أفراد العائلة.

<sup>1</sup> - انظر، منى سعيد الحديدي و سلوى إمام علي، الإعلان أسسه ووسائله فنونه ، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، ط1، 2005، ص 108 - 111.

<sup>2</sup> -فايزة يخلف، مبادئ في سيميولوجيا الإشهار، طاكسيج كوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 101.

<sup>3</sup> - منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلان أسسه ، وسائله ، فنونه، مرجع سابق، ص 116.

5- السينما:

تعتبر السينما من أقدم الوسائل الإشهارية، وأكثر الوسائل المستخدمة للترويج والإعلان والإشهار عن انتاجاتها فهي وسيلة إعلانية مرئية وتشبه التلفزيون في خصائصه الإعلانية كالحركة والصوت والصورة، إلا أنها تختلف عنه في كبر حجم الصورة المعروضة لاتساع حجم الشاشة، فهي تتيح للمعلن إمكانية الإبداع خاصة من خلال التبررات الصوتية، كما أنها تمتاز بانخفاض التكلفة.<sup>1</sup>

6- الملصقات:

تخاطب هذه الوسيلة أساساً حاسة النظر،<sup>2</sup> وتعتبر من الوسائل الإعلامية القديمة، تتكون من الصورة والألوان والأشكال، والكلمات، والعبارات، تعتمد أساساً على إيصال إعلان معين للمتلقي وتعريفه عن طريق الكلمات الشارحة والرسوم والصور الملونة والمضيئة الملفتة والمؤثرة. ونتيجة لطول بقائها في مكانها، وتكرار مشاهدتها، يؤدي هذا إلى ترسيخ المعلومة، وكذلك جذب جمهور جديد من المستهلكين حول هذه السلعة.<sup>3</sup> فهذه الوسيلة تتمثل في استغلال مساحات على الجدران والطرق والشوارع والسيارات والشاحنات العمومية ... وغيرها. ومن هنا نستنتج أن:

لكل وسيلة خصائصها ومميزاتها في طريقة جذب المستهلكين أو المتلقين، وهنا لا بد على المعلن اختيار الوسيلة التي يراها أفضل في نشر وتوزيع الشيء المعلن عنه، والتي تحقق أكبر انجذاب من طرف المستهلكين.

فوسائل الإعلام مهمة جداً في حياة الإنسان سواء أكانت سمعية أم بصرية، أم سمعية بصرية، وبكافة خصائصها، فمن خلالها يتم إيصال الرسالة الإعلانية إلى الجمهور وتعريفه بها، فلكل فرد وسيلته الخاصة والمتبعة.

رابعاً- مكونات الإشهار:

<sup>1</sup> - سعد سعيد حامد، رؤية الإشهار السياحي في مصر، الأهرام الدولي، عدد: 1998/02/19، ص 18.

<sup>2</sup> - منى سعيد الحديدي، الإعلان؟، مرجع سابق، ص 75.

<sup>3</sup> - منى سعيد الحديدي، سلون إمام على، الإعلان، أسسه، وسائله، فنونه، مرجع سابق، ص 145، 146.

يتكون الإشهار من نسقين دلاليين أساسيين هما: النسق اللساني والنسق الأيقوني، فالنسق اللساني، تكمن أهميته بالنسبة للنسق الأيقوني بأنه يربط بين مختلف أنواع أو مقاطع النسق الأيقوني خاصة إذا كانت صورة ثابتة كما أنه يبيّن للقارئ قراءة محدّدة، فخصائص ومميّزات هذين النسقين تكوّن لنا صورة إشهارية مميّزة، فهذين النسقين هما: "فعالين من نشأة واحدة، ومختلفتين في الطاقة التعبيرية، يتعلق الأمر بطريقتين في قول «العالم» وتسريب المعنى إلى كائناته وأشياءه"<sup>1</sup>، فالإشهار يشمل اللّغة والصّورة ، ففي الإشهار لا يمكن للصّورة الاستغناء عن العلامات اللسانية، ولا استغناء العلامة اللسانية عن الصورة، فكل منهما مكمل للآخر، وكل منهما يعبر عن الآخر، فالإشهار يتكوّن من المكوّن الأيقوني والذي هو تعبير بصري تبيّنه الصّورة الإشهارية، كما يتكوّن من المكوّن اللساني والذي يكون عبارة عن تعبير لفظي يترجمه النص والكلمات المصاحبة للصّورة، فالإشهار لا يتكوّن من علامة لسانية فقط أو من علامة أيقونية فقط ، بل هو كل لا يتجزأ، حيث تتداخل هاتين العلامتين وتصبحان علامة واحدة ألا وهي العلامة الإشهارية.

فمثلا عندما نأخذ إشهارا عن أي شيء (سيارة، قهوة، مشروب...) وننظر إلى عناصره الأيقونية فإننا لا نفهمها دون الرجوع إلى العلامة اللسانية لذلك الإشهار. ومن هنا نتطرق إلى الحديث عن هذين النسقين كما يلي:

#### • النسق الأيقوني البصري:

يعدّ هذا النسق المكوّن الأساسي في الإشهار نظرا لما يقدمه من تأثيرات واستجابات في نفس المتلقي .

فللمكون الأيقوني عناصر عديدة تساعد في خلق تواصل غير شفوي، ومن بين هذه العناصر: الصّورة واللّون والصّوت، والحركات، والنّبرة... وغيرها، ففي أغلب الأحيان تكون هذه العناصر أكثر قوّة في إيصال المعلومة وتوضيحها من الكلمات واللّغة، كما أنّها

<sup>1</sup> - <http://www.said bengred.net/ar/victor off-htm>

تعمل على توضيح الهوية السيميائية للإشهار ، وهذا ما عبّر عنه "ابن جني" بقوله:  
« ربّ إشارة أبلغ من عبارة »<sup>1</sup>.

فالمكوّن الأيقوني يعمل على تقليص تنوع وكثرة المعاني، وأحياناً توظف الكلمات في الصورة لتثبت المعنى فقط، فهو يتمثل في العناصر البصرية التي من خلالها يتكون الإشهار، والتي توظف التقنيات التي يستخدمها المعلن، كالألوان والأشكال والنبذة، بهدف التأثير في المشاهد وجلب انتباهه واستهلاكه للمتوج.

فالنسق البصري تعبّر عنه الصورة الإشهارية التي ينتج عنها دلالات أيقونية وذلك من خلال تحويل دال لفظي إلى دال بصري كتحديد ميزة "انتعاش" من خلال زجاجة معطرّ الجو.

تهدف الصورة الإشهارية إلى تحقيق الخطاب الإقناعي، فهي تكون في الإشهار ساكنة أو متحرّكة، كما أنّها تؤثر في المشاهد تأثيراً كبيراً، فللصورة دوراً فعالاً في تقديم الإشهار، فهي تعتبر من أروع التقنيات التي تعرض إمكانية تمثيلية كبرى لنقل الموضوعات المختلفة وإعادة إنتاج الواقع البصري.<sup>2</sup>

فالصورة معادل لأف كلمة كما يقول المثل الصيني، فالصورة الإشهارية هي صورة إعلامية إخبارية تستخدم في جلب انتباه المشاهد والتأثير عليه لشراء المنتج، فهي عنصراً أساسياً في الإعلان التجاري، "فليس هناك رسائل إخبارية دون صور".<sup>3</sup> شأنها شأن الكلمات والأشياء، لا يمكنها أن تنفلت من لعبة المعنى.<sup>4</sup> فهي تساعد على ترسيخ المعنى وتأكيد المعلومة في ذهن المستهلك.

#### • النسق اللساني:

تعتمد العملية الإشهارية أيضاً على اللغة في نقل الرسالة الإشهارية إلى الجمهور فهي همزة وصل بين المعلن والمتلقي، تمكنهم من التفاهم والتواصل من خلال مجموعة من الرموز والمقاطع الصوتية التي يصطلح كل قوم التعبير بها عن أغراضهم في الحياة.

<sup>1</sup> - انظر، عبد النور بوصابة، بلاغة الخطاب الإشهاري التلفزيوني وقدرته على التأثير، مرجع سابق، ص 263.

<sup>2</sup> - عبد الكريم الشيكري، يوميات مشاهد، 97-98، بحثاً عن لغة العلامات، عدد 11، سنة 1999، ص 95.

<sup>3</sup> - محمد حدوش، عن الترجمة والإشهار، مجلة الترجمة والإشهار، كلية الآداب، الجديدة، د ط، د ج، ص 42.

<sup>4</sup> - سعيد بن كراد وآخرون، إستراتيجيات التواصل الإشهاري، دار الحوار للنشر والتوزيع، ط 1، 2010، ص 140.

فاللغة نسق من الأنساق الاجتماعية فاكتمالها يكون داخل الجماعة وليس عند فرد واحد وتحقق وظيفتها من خلال التفاعل والتواصل الاجتماعي.

فالنسق اللساني يعمل على توجيه القارئ نحو قراءة محددة، ويربط عناصر النسق الأيقوني بعضها ببعض، خاصة إذا كانت الصورة غير متحركة فكل قراءة للسنن الأيقوني لا بد أن تبدأ من معطيات لسانية، كما أن اللغة الإشهارية تعمل على الاقتصاد في الكلمات واختصارها.

يتكوّن المكوّن اللساني في الإشهار من المستويات اللغوية؛ كالمستوى الصوتي، والصرفي، والدلالي، والتركيبية... وغيرها من المستويات.

فالنسق اللساني هو اللغة التي تمنح المنتج هويته البصرية واللفظية، وهي أساس وجود تداوله واستهلاكه.<sup>1</sup>

فالنص يحضر في الرسالة الإشهارية لكي يبيّن المعنى المراد توضيحه وإيصاله للمتلقّي وتحسين القراءة من التأويلات الخاطئة التي تؤثر على الهدف الأساسي للصورة فالنسق اللفظي أو التعبير اللغوي يترجمه النص المصاحب للصورة فنتج عنه دلالات لغوية لسانية.

فهو يشكّل المستويات اللسانية الصوتية والصرفية والتركيبية... وغيرها، وتبيين خصائصها.

فاللسان حتى في الإشهار ذي البنية البصرية في أغلب مكوناته يمتلك أهلية التدليل منفرداً، وله القدرة على إنشاء الرسالة بمعزل عن أي نسق علاماتي آخر، والدليل على ذلك الرسالة الإشهارية الإذاعية.<sup>2</sup>

بعدما تطرقنا إلى هذين النسقين الأساسيين في الإشهار (المكوّن اللساني والمكوّن الأيقوني)، وما لهما من أهمية بالغة في الإشهارات التجارية، وبما أنّ عنوان مذكرتنا "الأخطاء اللغوية في الإشهارات التجارية" فلا بد أن نركّز أكثر على النسق اللساني لأنّه هو الذي يخدم موضوعنا أكثر من النسق الأيقوني، فهو المقصود بالدراسة في مذكرتنا من

<sup>1</sup> - بشير ابرير، دراسات في تحليل الخطاب- الخطاب غير الأدبي- عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1 2010، ص 101.

<sup>2</sup> - خاين محمد، العلامة الأيقونية والتواصل الإشهاري، الملتقى الدولي الخامس "السينما والنص الأدبي"، د ط، ص 14.

حيث أنّ الإشهار التجاري يعتمد أساساً على اللّغة في مخاطبة الجمهور وتزويده بالمعلومات المراد بلوغها باعتبارها أداة توصيل واتّصال وتأثر وتأثير، فهي ظاهرة اجتماعيّة تحيا في مجتمع إنساني، وهذا ما يؤدّي بها إلى التّبدل والتغيّر والتطوّر الدائم من جميع النّواحي الصّوتيّة والصرفيّة والتركيبيّة والنحويّة والدلالية، فقد تتطور اللّغة، وقد تنفّرع اللّغة الواحدة إلى لهجات ولغات، وقد تدخل في صراع مع اللغات.

ونظراً للظروف الاجتماعيّة التي تمرّ بها اللّغة فقد يقوى التّغير أحياناً ويضعف أحياناً أخرى، وقد ترقى إلى مستوى عال، وقد تتدنّى، وتنحدر لأنّها تخاطب كل فئات المجتمع من صغير وكبير، مثقّف وغير مثقّف...، ومن أهمّ الأسباب التي تؤدّي باللّغة إلى التغيّر هو الاحتكاك اللّغوي بين المجتمعات واللّغات، ومن هنا تظهر الأخطاء اللّغوية، وكذلك تأثر اللّغة بالعملية الإعلاميّة بعد انتشار وسائل الإعلام من تلفزيون وجراند ولافات ولوحات إشهارية... وغيرها من الوسائل المرئيّة والمسموعة، وأصبحت اللّغة هنا هي العنصر الأساسي في إيصال المعلومات والأفكار للمتلقّين وسط المجتمع، وتقديم المعرفة لهم في كل ما يخصّ متطلباتهم اليوميّة دون مراعاة الفوارق والطبقات الاجتماعيّة، فقد أصبحت تدخل لغة داخل لغة، وذلك بتداخل الفصحى مع العاميّة وكذلك اللّغات الأجنبيّة، وابتداع لكلمات جديدة خارجة عن القواعد اللّغويّة، ومجافاة للغة العربية الفصيحة، والإشكال هنا لا يكمن في توظيف العاميّة فقط، بل في كتابتها بالحروف العربيّة، وما يترتب عن هذه المسألة من مشاكل لغويّة مما ينعكس سلباً على المتلقي خاصة الأطفال الصّغار الذين يكتسبون المعارف، ولم يتعلموا العربيّة بقواعدها.<sup>1</sup>

فالطفل هنا كيف يمكنه التمييز بين العربيّة والفصحى والعاميّة؟

فمثلاً المعلن عندما يشهر بالقهوة فإنّه لم يختر لغة محدّدة في التّعريف بسلعته بل يدخل لغة داخل لغة، ويأتي بكلمات جذابة وألفاظ سجعية لا وجود لها في اللغة الفصيحة، وذلك لجذب انتباه المشاهدين و التّأثير فيهم، وهذا مخل بنظام اللّغة العربيّة ويتنافى مع قواعدها، ومن هنا تظهر الأخطاء اللّغويّة وتنتشر، فالمجتمع ليس في مستوى لغوي واحد هذا ما يجعل اللّغة الإشهارية تراعي هذا الواقع كي تسهل على الجمهور تلقّي الرّسالة الإشهارية

<sup>1</sup> - د. لمياء مرتاض نفوسي، كتابة اللّغة العربيّة في الخطاب الإشهاري، تحليل لعينة من الومضات الإشهارية في القنوات التلفزيونيّة الجزائريّة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، د ط، د ج، ص 89.

وفهمها، فتخرق لغة الإشهار القواعد اللغوية وتستعمل لغة بعيدة عن الأصالة والسلامة اللغوية، وبهذا تلحق بها تأثيراً كبيراً يضعف خصائصها المميزة، ويلحق بها أضراراً تصل أحياناً إلى تشوهات تفسد جمالها.<sup>1</sup>

ومن هنا نتطرق إلى دراسة الأخطاء اللغوية، وتحديد أهم أنواعها، وأبرز الأسباب التي تؤدي بالمعلن إلى الوقوع فيها.

---

<sup>1</sup> - مصطفى عنان العيثاوي، الأخطاء اللغوية الشائعة في الصحافة العربية- دراسة تطبيقية- مجلة مداد الآداب، جامعة السلطان قابوس، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، سلطنة عمان، د ج، د ط، ص 105.

الفصل الأول

# الخطأ الإشهاري والمعيارية اللغوية

توطئة

أولاً: مفاهيم ومصطلحات

ثانياً: أنواع الخطأ

ثالثاً: أسباب الأخطاء اللغوية في الإشهارات التجارية

رابعاً: منهج تحليل الأخطاء

## توطئة:

تعتبر اللغة أداة تواصل واتصال أساسية بين الأفراد لأنها تمكن الفرد من التفاعل والتواصل في المجتمع، والدخول في علاقات اجتماعية مختلفة، وبما أن الألفاظ والعبارات تخضع للقواعد والقوانين اللغوية المتنوعة من قواعد صوتية، صرفية، نحوية ... وغيرها فإنها في بعض الأحيان تخرج عن هذه القوانين وتتعداها، وهذا ما يعرف بالخطأ اللغوي، فهذا الأخير يعتبر قضية من القضايا التي اهتم بها العلماء قديما وحديثا، فقد حاولوا إيجاد تعريفا مضبوطا له، ومعرفة الأسباب التي تؤدي إلى الوقوع فيه، ونحن في حديثنا هذا نحاول التطرق إليه ومعرفة أهم أنواعه وأهم أسبابه.

## أولاً- مفاهيم ومصطلحات:

يحتاج بحثنا إلى ضبط بعض المصطلحات أهمها:

## 1- مفهوم الخطأ:

يعرّف الخطأ تعاريف عديدة ومتنوعة عند القدماء والمحدثين، وقد عرّف في اللغة والإصلاح كالاتي:

## 1.1- لغة:

جاء في تعريف "ابن منظور": الخَطَأُ ما لم يتعمّد، والخِطْءُ ما تعمّد، وفي الحديث: قَتَلَ الخَطِيئَ دِيئُهُ كَذَا وكَذَا وهو ضد العمد، وهو أن تقتل إنساناً بفعلك من غير أن تقصد قتله.

وأخطأ يُخطئُ إذا سلك سبيل الخطأ عمداً وسهواً، ويقال خطئ بمعنى أخطأ، وقيل خطئ إذا تعمّد، وأخطأ إذا لم يتعمّد.<sup>1</sup> فالخطأ عند "ابن منظور" هو عدم الصّواب.

ونجد أن الخطأ في "معجم الوسيط"، مادة (خ ط ئ): وخطأ: أذنب وتعمّد الذنب، وغلط (حاد عن الصّواب)، وخطأ: تخطئة نسبة إلى الخطأ.

والخطأ ما يتعمد من الفعل وضده الصّواب ج (أخطئة)، والخطأ الكثير الخطأ.<sup>2</sup> الخطأ: نقيض الصّواب، وقد يمدّ، وقرئ بهما قوله تعالى: {وَمَنْ قَتَلَ مُؤْمِنًا خَطَأً، وقال "الأموي": المخطأ من أراد الصّواب، فصار إلى غيره، والخطأ: من تعمّد بما لا ينبغي. وتقول: خطأته تخطئة وتخطيئاً إذا قلت له: أخطأت.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، م1، ط3، 1994، ص 66.

<sup>2</sup> إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، القاهرة، مصر، ج 1، 1960م، ص 258.

<sup>3</sup> انظر، الجوهري، الصّاح تاج اللغة وصّاح العربية، تح، أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ج1، ط4، 1992، ص 47 - 48.

## 2.1- الخطأ اصطلاحاً:

فالخطأ عند «كمال بشر» هو: "الخروج عن القواعد والضوابط الرّسميّة والمتعارف عليها لدى أصحاب الاختصاص، ومن على شاكلتهم من المعنيين باللّغة وشؤونها، فما خرج عن هذه القواعد أو ما انحرف عنها بوجه من الأوجه يعدّ لحناً أو خطأ، وما سار على هديها وجاء مطابقاً لمبادئها، فهو صواب"<sup>1</sup>.

كما يعرفه «فهد خليل زايد»: "بأنّه مرادف (اللّحن) قديماً، وهو مواز للقول فيما كانت تلحن فيه العامة والخاصة"<sup>2</sup>.

فالخطأ هنا هو كل ما خالف قاعدة من قواعد اللّغة في مستوياتها الصرفيّة ، والنحويّة والإملائيّة ...

وقد عرّف أيضاً بأنّه: "استخدام متعلمي اللّغة الهدف المادة اللّغوية فيها بصورة مخالفة لقوانينها ، لأن معرفتهم بهذه القوانين غير كاملة"<sup>3</sup>.

أما "سيرفت" فقد عرفه بأنّه: "أيّ استعمال خاطئ للقواعد، أو سوء استخدام القواعد الصحيحة، أو الجهل بالشواذ (الاستثناءات) من القواعد، مما ينتج عنه ظهور أخطاء تتمثل في الحذف، أو الإضافة ، أو الإبدال، وكذلك في تغيير أماكن الحروف"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - كمال بشر، اللّغة بين التطور وفكرة الخطأ والصّواب، مجلة اللّغة العربيّة المصريّة، منشورات مجمع اللّغة العربيّة المصريّة، القاهرة، ج2، 1988، ص 135.

<sup>2</sup> - فهد خليل زايد، الأخطاء الشائعة، النحويّة والصرفيّة والإملائيّة، دار اليازوري، ط 1، 2009، ص 71.

<sup>3</sup> - محمد أبو الرب، الأخطاء اللّغوية في ضوء علم اللّغة التطبيقي، دار وائل للنشر، ط 1، 2005، ص 43.

<sup>4</sup> - انظر، رشدي أحمد طعيمة، المهارات اللّغوية، مستوياتها ، تدريسها، صعوباتها، دار الفكر العربي، القاهرة، د ط، 2006، ص 307.

## 2 - مفهوم اللحن:

## 1.2 - لغة:

جاء في لسان العرب لابن منظور:

(لحن) اللحن : من الأصوات المصوغة الموضوعة ، وجمعه ألحانٌ ولحون .  
واللحنُ واللحنُ واللحانةُ اللحانية : ترك الصواب في القراءة والنشيد ونحو ذلك.<sup>1</sup>

ورجل لاجنٌ ولحانٌ ولحانةٌ ولحنةٌ: يخطئ.

والتلحين التخطئة، ولحن له يلحنُ لحناً قال له قولاً يفهمه عنه ويخفى على غيره، لأنه يميله بالتورية في الواضح المفهوم ... وألحن في كلامه أي أخطأ... قال "ابن الأثير" اللحن الميل عن جهة الاستقامة.

وقال "أبو عبيد" في قول عمر- رضي الله عنه:- تعلموا اللحن، أي الخطأ في الكلام

لتحترزوا منه.<sup>2</sup>

وجاء في "معجم الوسيط" لحن فلان، فطن لحبته وأنتبه لها، ألحن في كلامه: أخطأ ولحن القول: فحواه وما يفهمه السامع بالتأمل فيه من وراء لفظه وفي تنزيل العزيز {وَلِنَعْرِفَنَّهُمْ فِي لَحْنِ الْقَوْلِ}.<sup>3</sup>

## 2.2- اصطلاحاً:

يعرفه "محمد التنوخي" بأنه: "عيب لساني يقوم على تحريف الكلام في اللغة، أو قواعد الإعراب، أو القراءة أو تركيب الجملة، ويمثل اللحن استخدام كلمة في غير محلها أو تبديل في نطق بعض الحروف أو خطأ في نطق عين الفعل، أو في ضبط حركات الإعراب، أو في استخدام حروف الجر في غير محلها"<sup>4</sup>، فنجد أن "محمد التنوخي" قد ركز في تعريفه على أن اللحن قد يصيب الجانب الصوتي والنحوي...، ولم يذكر الجانب الإملائي، وقد ذكر ذلك "محمد عبد الله بن التميمين" في قوله: "اللحن هو صرف الكلام

<sup>1</sup> - ابن منظور، لسان العرب، مادة (ل ح ن) طبعة مراجعة مصححة، دار الحديث القاهرة، ج8، 2003، ص 53.

<sup>2</sup> - ابن منظور، لسان العرب، مادة (ل ح ن)، دار صادر بيروت، ط3، 1994 ص379.

<sup>3</sup> - إبراهيم مصطفى وآخرون، معجم الوسيط، مرجع سابق، ص27.

<sup>4</sup> - محمد التنوخي، راجي الأسمر، معجم علوم اللغة العربية، دار الجيل للنشر والطباعة والتوزيع، بيروت، ط 1، 2003، ص 357.

عن حالته السوية، وقد يكون ذلك الصّرف بتغيير شكل الحرف أو بتغيير هيئته أو بتغيير مخرجه أو صفته".<sup>1</sup>

أي أنّ اللحن يدور حول معنى الميل وتحول الشيء من هيئته المألوفة إلى أخرى غير مألوفة.

### 3- الفرق بين الخطأ واللحن:

يكمن الفرق بين اللحن والخطأ في أنّ ظهور اللحن جاء نتيجة اختلاط العرب بالأعاجم، ويكون في القول فقط، فاللحن هو صرف الكلام عما كان عليه، أما الخطأ فقد يكون في القول (اللغة) أو الفعل، وذلك عن طريق النطق أو الكتابة، فالخطأ هو عدم مطابقة العقل أو الذهن مع الأشياء الخارجية التي تقابله.

ويفرق "أبو هلال العسكري" بين اللحن والخطأ في قوله: "اللحن صرفك الكلام عن جهته، والخطأ إصابة خلاف ما بقصد وقد يكون في القول والفعل، واللحن لا يكون إلا في القول، وتقول: لحن في كلامه، ولا يقال لحن في فعله، كما يقال أخطأ في فعله".<sup>2</sup>

### 4- مفهوم الغلط:

#### 1.4- لغة:

جاء في لسان العرب في مادة غَلَطُ: الغَلَطُ أن تعيا بالشيء فلا تعرف وجه الصواب فيه، وقد غَلِطَ في الأمر يَغْلُطُ غَلَطًا وَأَغْلَطَهُ غيره، والعرب تقول، غَلِطَ في مَنْطِقِهِ وقال "الليث": الغَلَطُ كل شيء يعيا الإنسان عن جهة صوابه من غير تعمّد. وقد غَالَطَهُ مُغَالِطَةً.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الله بن التميمي، اللحن اللغوي وآثاره في الفقه واللغة، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، دبي، ط 2، 2012م، ص 34.

<sup>2</sup> أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل العسكري، الفروق اللغوية، علق عليه ووضع حوافيه محمد باسل عيون السود، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط 1، 2009 ص 67.

<sup>3</sup> ابن منظور، لسان العرب، دار صادر بيروت، لبنان، ج 7، ط 3، 1994، ص 363.

كما جاء في "المعجم الوسيط": غَلِطَ غَلْطًا: أخطأ وجه الصواب، يقال غَلِطَ في الأمر، أو في الحساب، أو في المنطق، فهو غلطان<sup>1</sup>.

فالمقصود بالغلط هنا هو عدم موافقة الصواب، ويكون من غير قصد أو وعي.

#### 2.4- اصطلاحاً:

يعرّف الغلط بأنه: " الخروج من المؤلف المتداول، سواء أكان متعلقاً بالاستعمال اللغوي أم بقوانين اللغة وقواعدها الصّرفيّة والتركيبيّة، أم بإنتاج ملفوظات لغوية أو كلاميّة، وتحدّد درجة الغلط بقدر انحرافه عن القاعدة<sup>2</sup>.

فهذا التعريف مشابه للخطأ، بكونه مرتبط بالقواعد اللغوية أو مخالفتها. فالغلط هو الخروج عن الصواب دون قصد، وتداركه بسرعة وتصحيحه.

#### 5- الفرق بين الخطأ والغلط:

الغلط هو وضع الشيء في غير موضعه، ويجوز أن يكون صواباً في نفسه، و الخطأ ما كان الصواب خلافه هو ليس الغلط ما يكون الصواب خلافه، بل هو وضع الشيء في غير موضعه، وقال بعضهم الغلط أن يسهى عن ترتيب الشيء وإحكامه، والخطأ أن يسهى عن فعله<sup>3</sup>.

يجوز الغلط أن يكون صواباً بعكس الخطأ الذي لا يكون صواباً أبداً.

فالغلط مخالف للخطأ؛ لأن الغلط يكون في الكلام أي في الأداء اللغوي بخلاف الخطأ الذي يكون من خلال إنتاج الفرد للغة وقدرته على ذلك، فالخطأ يكون بتكرار الانحراف في القواعد اللغوية، وهو يعتبر أكثر خطورة من الغلط.

<sup>1</sup> - إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، مادة (الغلطة)، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، ج1، ص 709.

<sup>2</sup> - مؤلف جماعي، دراسات نقدية في الكتاب المدرسي، المقال بقلم فريد أمعشيشو، ط 1، ص 75.

<sup>3</sup> - أبو هلال الحسن العسكري، الفروق اللغوية، مرجع سابق، ص 67.

## 6- مفهوم الزلّة:

## 1.6- لغة

جاء في لسان العرب، قال "ابن العربي": "زُلَّ إذا دُقَّق، زَلَّ إذا أخطأ".<sup>1</sup>  
كما جاء في "معجم الوسيط" تعريف الزلّة ب: زَلَّت قدمه زَلّاً، وزللا: زلقت، ويقال زَلَّ  
في منطقة: أخطأ.<sup>2</sup>

والمقصود بالزلّة هنا هو الزلق والخطيئة.

## 2.6- اصطلاحاً:

يقول «أبو هلال العسكري»: "الزّلُق اللّسان الذي لا يزال يسقط السّقطة ولا  
يريدها، ولكن تجري على لسانه".<sup>3</sup>

وقد عرفها "إبراهيم أنيس" بقوله: "انحراف العربي عن طريق أداء سليفته  
اللغوية".<sup>4</sup>

فزلة اللسان تظهر من خلال انفعال أو غضب، أو موقف مخيف، ومن يتقن اللغة العربية  
على أصولها، ووصل إلى مرحلة السليقة اللغوية فإنه يشعر بذلك الانحراف فيصححه  
مباشرة، أمّا من كان لا يتقنها إتقاناً جيداً فإنه في أغلب الأحيان لا يحس بخطئه، ومن هنا  
لا يصححه فيصبح خطأ.

## 7- الفرق بين الزلّة والخطأ والغلط:

بيّن «كوردد» الفرق بين الزلّة والخطأ والغلط بقوله: "فالزلّة معناها الأخطاء الناتجة  
عن تردّد الكلام وما شابه ذلك، أمّا الغلط فيكون نتيجة إتيان المتكلم غير مناسب للموقف،  
والخطأ هو مخالفة المتكلم أو الكاتب قواعد اللغة".<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - ابن منظور، لسان العرب، مادة (زلل)، دار الحديث القاهرة، ط4، 2003م، ص397.

<sup>2</sup> - إبراهيم مصطفى وآخرون، معجم الوسيط، مرجع سابق، ص441.

<sup>3</sup> - أبو هلال العسكري، الفروق اللغوية، مرجع سابق، ص68.

<sup>4</sup> - محمد أبو الرّب، الأخطاء اللغوية في ضوء علم اللغة التطبيقي، مرجع سابق، ص38.

<sup>5</sup> - انظر، رشدي أحمد طعيمة، المهارات اللغوية، مرجع سابق، ص306.

## ثانياً- أنواع الخطأ:

إنّ الإشهار أو الإعلان في مختلف الوسائل مليء بالأخطاء اللغوية من جميع المستويات، سواء على المستوى النحوي، أم الصّرفي، أم الصّوتي، أم الإملائي، أم الأسلوبى، أم المعجمى، حيث أنّ هذه الأخطاء تفسد القوة التعبيرية اللغوية، وإن لم يتم مواجهتها وتصحيح كل تلك الأخطاء والوقوف في وجهها، فإنه يؤدّي ذلك إلى خطر يهدد ويدمر اللغة وفصاحتها والتواصل الجيد الفصيح، وهو ما نحاول الوقوف عنده والتعرض إليه من خلال رصد هذه الأخطاء على النحو التالى:

### 1- الأخطاء الصّرفية:

تعدّ قواعد الصّرف من أهم القواعد التي تساهم في تدريب المتعلم على اكتساب اللغة الصحيحة.

#### 1.1- الصرف لغة:

يعرّف "ابن منظور" الصّرفُ بأنه: "ردّ الشّيء عن وجهه، صرّفه، يُصرّفه صرّفاً فانصرف، وصارف نفسه عن الشّيء: صرفها عنه، والصّرف التقلب والحيلة، وقيل الصّرف الوزن والعدل الكيل.<sup>1</sup>

#### 2.1- الصّرف اصطلاحاً:

هو "علم بأصول تعرف بأحوال أبنية الكلم التي ليست بإعراب".<sup>2</sup> كما يعرف "الثمانيني" الصّرف بأنه: "ما اختص بأبنية الكلم وما اشتق منها بزيادة أو نقصان، لتدلّ كلّ صيغة على ما لا تدلّ عليه الأخرى.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص 189-190.

<sup>2</sup> الاسترياذي رضي الدّين (688هـ)، شرح شافية ابن الحاجب، تح: محمد الحسن، ومحمد الزّقراق، ومحمد محي الدّين عبد الحميد، مطبعة حجازي، القاهرة، دط، ص1.

<sup>3</sup> انظر الثمانيني، عمر بن ثابت، شرح التصريف، تح: إبراهيم سليمان البعيمي، مكتبة الرشد، الرياض، ط1، 1999، ص21.

فالمستوى الصرفي هو الذي يهتم بدراسة بنية الكلمات و اشتقاق وتوليد بعضها من بعض.<sup>1</sup>

وقد عرف «ابن جنى» التصريف في كتابه "التصريف الملوكي" بقوله: "التصريف هو أن تأتي إلى الحروف الأصول فتتصرف فيها بزيادة حرف أو تحريف بضرب من ضروب التغيير، فذلك هو التصريف لها والتصرف فيها نحو قولك: ضرب، فهذا منال الماضي، فإن أردت المضارع قلت: يضرب، أو اسم الفاعل: ضارب، أو المفعول قلت مضروب ... إلخ.<sup>2</sup>

فالصرف إذن هو ما اختص ببنية الكلمة، وما يقع فيها من زيادة أو نقصان وحذف وإعلال وصحة وإدغام... وغيرها، ومشتقات اللغة وصيغها فهو يهدف إلى جعل الكلمة الواحدة على صيغ مختلفة أو تغييرها بزيادة أو نقصان لتدل على معنى آخر وجديد، فالصرف يشمل قواعد أبنية الكلم، فالفعل له صيغته الخاصة، والاسم صيغته والمشتقات صيغها ... وغيرها.

### 3.1- الأخطاء الصرفية:

وحدثنا هنا عن الأخطاء الصرفية، التي تنتج عن الغلط في اشتقاق الكلم وكذلك تغيير الصيغ المتداولة، فالخطأ في المستوى الصرفي يظهر من خلالها أخطاء متعددة في المستويات اللغوية الأخرى كالصوتي، والنحوي، والدلالي، والإملائي ...، فالصرف مرتبط بكل المستويات اللغوية.

فالخطأ الصرفي هو: "كل خطأ يرتكب في بناء الكلمة من حيث صياغة بنيتها الأولية، أو ما يلحق هذه البنية من أجزاء صرفية كالألواح والسوابق، وهذا الخطأ يؤدي إلى ضعف في النظام اللغوي ككل".<sup>3</sup>

ومن أشهر الأخطاء الصرفية حذف همزة القطع، وإثبات همزة الوصل، وكذلك الخطأ في استخدام صيغة الجمع المناسبة... وغيرها من الأخطاء.

<sup>1</sup> - فهد خليل زايد، الأخطاء الشائعة، مرجع سابق، ص159.

<sup>2</sup> - انظر، محمد حسن عبد العزيز، مصادر البحث اللغوي، مصدر سابق، ص58.

<sup>3</sup> - سهى نعمة، وجميلة مغنم، تحليل الأخطاء الصرفية للناطقين بغير العربية في ضوء تقاطعاتها اللغوية، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، العدد 10، 2012، ص181.

كما تعرف الأخطاء الصّرفية بأنها: "تلك الأخطاء التي تخرج عن قاعدة من قواعد تصريف الكلمات وطرائق اشتقاقها، ومن أخطاء الصّرف نجد: الخطأ في استعمال كلا وكتنا، الخطأ في الجموع الخطأ في النسب.<sup>1</sup>

## 2- الأخطاء الإملائية:

### 1.2- مفهوم الإملاء:

هو الرّسم الصحيح للكلمات، والكتابة الصحيحة تكتسب بالتدريب والمران المنظم ورؤية الكلمات، والانتباه إلى صورها وملاحظة حروفها ملاحظة دقيقة، واستخدام أكثر من حاسة في تعليم الإملاء، لتقطيع صور الكلمات في الذّهن، ويصبح عند الطالب مهارة في كتابة الكلمات بالشكل المطلوب.<sup>2</sup>

كما يعرفه "علوي عبد الله طاهر" بأنه: "تحويل الأصوات المسموعة المفهومة إلى رموز مكتوبة، أي إلى حروف توضع في مواضعها الصّحيحة من الكلمة لاستقامة اللفظ وظهور المعنى المراد".<sup>3</sup>

فالإملاء يعتبر مقياساً يعرف به مستوى وصول التلاميذ في تعلمهم.

كما عرف أيضاً عند "زين كامل الخويكسي" بأنه: "الوسيلة الخطية التي ننقل بها ما نطقه من الألفاظ والعبارات والجمل، كما أنّه التّصوير الخطي لأصوات الكلمة المنطوقة".<sup>4</sup>

فالإملاء تعاريف عديدة، وقد تطرقنا إلى بعض منها فقط، فالإملاء هو تحويل الأصوات إلى كتابة لإعادة قراءتها وإيصالها إلى المتلقي وفق قواعد لغوية مضبوطة.

<sup>1</sup> - يمونة جواد، الأخطاء اللغوية، في نشاط التعبير لدى تلاميذ السنة الثالثة متوسط، دراسة ميدانية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، إشراف عبد الغاني قبايلي، جامعة قسنطينة، 2015، ص 146 - 147.

<sup>2</sup> - راتب قاسم عاشور ومحمد فؤاد الحوامدة، أساليب تدريس اللغة العربية بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، ط 2، 2007، ص 125.

<sup>3</sup> - علوي عبد الله طاهر، تدريس اللغة العربية وفقاً لأحداث الطرق التربوية، دار المسيرة، عمان الأردن، ط 1، 2010، ص 28.

<sup>4</sup> - زين كامل الخويكسي، المهارات اللغوية (الاستماع، التحدث، القراءة، والكتابة وعوامل تنمية المهارات اللغوية عند العرب وغيرهم) دار المعرفة الجامعية، 2014، ص 185.

## 2.2- مفهوم الخطأ الإملائي:

يعرّف الخطأ الإملائي بأنه: "الخطأ المسبب في قلب المعنى وغموض الفكرة والذي يقع دائماً في هجاء الكلمات وزيادة وحذف للحروف وقلب من مبنى الكلمات وفي التّفخيم وإبدال الحروف وقلب الحركات القصار إلى طوال، لذا فهو يعيق المتكلم من متابعة دراسته والانتقال من مرحلة إلى أخرى"<sup>1</sup>.

كما يعرف أيضاً بأنه: "قصور التّلميز عن المطابقة الكلية أو الجزئية بين الصّور الصوتية أو الذهنية للحروف والكلمات، مدار الكتابة الإملائية مع الصّور الخطية لها، وفق قواعد الكتابة الإملائية المحددة أو المتعارف عليها"<sup>2</sup>.

والمقصود هنا هو مخالفة قواعد الكتابة الإملائية عن طريق حذف بعض الحروف، أو الزيادة أو القلب، فلا يكون هناك تطابق بين نطق حروف الكلمة وكتابتها، وقد تؤدي هذه الأخطاء في أغلب الأحيان إلى تغيير المعنى.

- فهو عدم قدرة الفرد على تمثيل القواعد الإملائية بطريقة صحيحة أثناء الكتابة.

## 3- الأخطاء النحوية:

يعتبر النحو أساس تدريس اللغة العربية، فهي تكسب الإنسان فصاحة اللسان وتبعده عن الخطأ، ويصبح متمكناً من التعبير الصحيح، فالنحو هو الوجه الثاني للصرف، فهما وجهان لعملة واحدة ولكن يختلفان في القضايا التي يعالجانها.

## 1.3- النحو لغة:

يعرّف "ابن منظور" النحو بأنه: القصد نحو الشيء.

نَحَا نَحْوًا أَنْتَحَاءً، ونحو العربية منه، إنّما هو انتحاء سمّت كلام العرب في تصرّفه من إعراب وغيره كالتثنية والجمع والتّصغير والتّكبير والإضافة والنّسب وغير ذلك، ليلحق

<sup>1</sup> - فضل الله محمد رجب، الاتجاهات التربوية المعاصرة في تدريس اللغة العربية، عالم الكتب، القاهرة، ط 1، 1997، ص 71.

<sup>2</sup> - فهد خليل زايد الأخطاء الشائعة، النحوية، والصرفية، والإملائية، عند تلامذة الصفوف الأساسية العليا وطرق معالجتها، دار اليازوري، الأردن عمان، دط، ص 71.

من ليس من أهل اللغة العربية بأهلها في الفصاحة فينطق بها وإن لم يكن منهم، أو إن شدّ بعضهم عنها رُدّ به إليها، والجمع أنحاء ونحو، قال "سيبويه": شبهوها بعنوّ وهذا قليل.<sup>1</sup> وجاء في «معجم الصّاح» النّحو: القصد والطريق، يقال: نحوت نحوك؛ أي قصدت قصدك، ونحوت بصري إليه أي: صرفته، ثم صار الانتحاء الاعتماد والميل في كل وجه، وانتحيت لفلان أي؛ عرضت له، والنّحو: إعراب الكلام العربي.<sup>2</sup>

### 2.3- النحو اصطلاحاً:

نجد أنّ المستوى النّحوي يتعامل مع نظام الكلمات داخل السياق، فهو من الوسائل التي تسهّل علينا فهم الكلمات المتداولة كلّ يوم.<sup>3</sup>

فالنّحو هو الذي يضبط الكلمات والألفاظ بالقواعد اللّغوية إلى المعنى المراد.

ويعرّفه "ابن جني" بقوله: "هو انتحاء سمت كلام العرب في تصرّفه من إعراب وغيره كالتثنية، والجمع، والكسر، والإضافة، والنّسب، والتّركيب وغير ذلك ليلقى من ليس من أهل العربيّة بأهلها في الفصاحة فينطق بها وإن لم يكن منهم".<sup>4</sup>

فقد جمع "ابن جني" هنا بين النّحو والصّرف، والمقصود هنا هو أخذ علماء النّحو عمّا قالته العرب، وذلك من خلال بيان نوع الكلمات أهي جمع أو مثنى ... أو غير ذلك، وكذلك من خلال بيان الحركات الإعرابية، فالنّحو دقيق جداً لأنّه مأخوذ من كلام العرب فلا يوجد فيه زيادة ولا نقصان.

كما يعرّف النحو بأنّه : "علم يبحث فيه عن أصل تكوين الجملة وقواعد الإعراب، أي أنه يبحث في مختلف القواعد والضوابط التي تحدد لنا أساليب الجملة في اللغة العربيّة والأصول العامة لتكوينها، كما أنه يبحث عن وظيفة الكلمة في الجملة".<sup>5</sup>

فالنحو يبحث في أواخر الكلم إعراباً وبناءً، فالهدف منه هو الحفاظ على اللّغة من

اللّحن.

<sup>1</sup> - ابن منظور، لسان العرب، ج15، ط 3، 1994 [نحا]، دار صادر، بيروت، ص310.

<sup>2</sup> - الجوهري الصّاح تح: أصيل بديع يعقوب وآخرون، مادة (ن ح و)، دار الكتب العلميّة للنشر بيروت لبنان، ط 1، 1999 م، ص 526.

<sup>3</sup> - ناير صبحي عبد السلام تركي، مستويات التّحليل اللّغوي، دار الكتب العلميّة، بيروت، ط 1، 2010، ص139.

<sup>4</sup> - ابن جني، الخصائص، تح، عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلميّة، بيروت لبنان، ط 3، 2008، ص 88.

<sup>5</sup> - عبد الهادي الفضلي، مختصر النحو، دار الشروق، جدة، ط 1، 1980 ص 5.

## 3.3- الخطأ النحوي:

يعرّف الخطأ النحوي على أنّه: "قصور في ضبط الكلمات وكتابتها ضمن قواعد النحو المعروفة، والاهتمام بنوع الكلمة دون إعرابها في الجملة".<sup>1</sup>

فالخطأ النحوي هو كتابة كلمات مخالفة للقواعد النحوية، كالخطأ في ضبط أواخر الكلم، أو عدم الاهتمام بإعراب الكلمة داخل الجملة، فهو مخالفة قواعد النحو وعدم الإلمام بها سواء على مستوى المرفوعات، أم المنصوبات، أم المجرورات، أو الأخطاء في علامات الإعراب وغيرها، فالخطأ في القواعد اللغوية كعدم المعرفة بالتغيرات التي قد تقع فيها الكلمة بناءً على موقعها في الجملة، أو التغيرات التي قد تطرأ على بنية الكلمة الأصلية لعلّة ما.

كما عرفه "أحمد مختار عمر" بقوله: "هي تلك الأخطاء التي تخرج على قاعدة من قواعد النحو".<sup>2</sup>

## 4- الأخطاء الكتابية:

نجد هذه الأخطاء منتشرة أكثر على مستوى الكتابة الخطيّة وكذلك الطباعة، ونجد أيضا أنها متصلة بالأخطاء الإملائية فهي تكون بفعل الضعف في التمكن من مهارات اللّغة العربيّة.

## 5- الأخطاء الأسلوبية:

تكون بوضع الكلمة في الجملة بشكل خاطئ، أو وضع الكلمات في سياق غير صحيح.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - إبراهيم صحيح، في رحاب اللّغة العربيّة، دار الكتب الحامد، للنّشر والتّوزيع، عمّان، ط 2، 2000، ص 189.

<sup>2</sup> - أحمد مختار عمر، أخطاء اللّغة العربيّة المعاصرة عند الكتاب الإذاعيين، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط 1، 1991، ص 58.

<sup>3</sup> - جاسم علي جاسم، دراسات لغوية (الجاحظ عالم اللّغة التطبيقي)، مجلة الدراسات اللّغوية الأدبية، العدد 2، 2012، ص 56.

فالمقصود بالخطأ الأسلوبي هو وضع الكلام في غير موضعه الذي ينبغي له فهذا يكون بخرق بناء الجملة العربية وشكلها.

### ثالثاً- أسباب الأخطاء اللغوية في الإشهارات التجارية:

إنّ ظاهرة الأخطاء اللغوية تعتبر ظاهرة خطيرة على اللغة، ولهذا لا بد من الوقوف على أهم أسبابها:

- ازدواجية اللغة الفصحى والعامية؛
- الاحتكاك اللغوي بين المجتمعات؛
- استعمال اللغة العامية، وبروز اللهجات المحلية لجذب أكثر عدد من الزبائن وإفهامهم؛
- تأخير قواعد اللغة والتركيز على الصورة المتحركة؛
- انتشار الأخطاء اللغوية وتداولها دون إدراك مخالفة قواعدها؛
- ضعف الحاسة اللغوية لدى المعلنين؛
- عدم توظيف برامج آلية للتصحيح اللغوي؛
- عدم إحياء قواميس عربية وتحديثها بالمصطلحات والمعاني التي تتوافق مع الجديد؛
- الاهتمام بجودة الخط وإهمال الجانب اللساني أو اللغوي؛
- الجهل بقواعد اللغة العربية، كالقواعد الإملائية (عدم التفريق بين التاء المفتوحة والمربوطة، الضاء والصاد، وحروف تنطق ولا تكتب كالتنوين) وكالقواعد النحوية ( خرق قاعدة التقديم والتأخير والإضافة) والقواعد الصرفية وغيرها؛
- الطباعة؛
- الشرود والسّهو وعدم الانتباه؛
- التداخل اللغوي؛

- التّرجمة الخاطئة والانفتاح الهائل على الغرب؛
  - تحويل ما هو مألوف ومستعمل من الكلام إلى لغة مجازية واستعارية وبلاغية خارقة لما هو عادي؛
  - عدم مراعاة النّطق السليم للحروف؛
  - قلة الاستعمال والتّطبيق؛
  - القصور في الاستيعاب؛
  - تحرير إشهارات من قبل أشخاص لا مهارة لغوية لهم، أو من قبل أشخاص غير عرب تعلموا العربية في مستواها العامي؛
  - عدم مراجعة هذه الإشهارات مراجعة لغوية شاملة دقيقة.
- وهذا ما يؤدي إلى وجود لغة سطحية مبتذلة، ويمنع وجود لغة فصيحة.

#### رابعاً- منهج تحليل الأخطاء:

##### 1- مفهوم تحليل الأخطاء:

من خلال تحليل الأخطاء اللغوية نستطيع معرفة المشكلات التي يتعرض لها المتعلمين أثناء تعلّمهم، ومن نسبة وقوع الخطأ يتبين لنا مدى صعوبة المشكلات اللغوية أو سهولتها.<sup>1</sup>

يعتبر تحليل الخطأ عنصراً مهماً في دراسة تعلّم اللّغة، فيثبت صحتها أو خطأها، كما أنه يقدم معرفة عن الخصائص الكلية المشتركة في تعلّم اللّغة الأجنبية، فهو يكشف عن الكثير من الكليات اللّغوية.<sup>2</sup>

فتحليل الأخطاء مصطلح يستخدمه علم اللّغة التطبيقي في تعلّم اللّغة، يعتبر الخطوة التّالية للتّحليل التّقابلي، فهو يدرس لغة المتعلم التي ينتجها وهو يتعلم وليس لغته الأم.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - محمد أبو الرّب، الأخطاء اللغوية في ضوء علم اللّغة التطبيقي، مرجع سابق، ص 203.

<sup>2</sup> - ينظر، عبده الرّاجحي، علم اللّغة التطبيقي في تعليم العربية، دار المعارف الجامعية الإسكندرية، د ط، 1995، ص 57.

<sup>3</sup> - ينظر، عبد الرحمن الفوزان، إضاءات لتعليم اللّغة العربية لغير النّاطقين بها، مكتبة الملك، فهد الرياض، ط 1، 2011، ص 88.

كما يعرف تحليل الأخطاء بأنه: "البحث في الأخطاء الخاصة باللغة في أي نوع وكيفية حدوثها، وطريقة علاجها".<sup>1</sup>

ف تحليل الأخطاء يلعب دوراً هاماً في ترقية عملية تعليم اللغة، وتصحيح الأخطاء التي وقع فيها المتعلم وتحسين المستوى اللغوي.

## 2- منهج تحليل الأخطاء:

ظهر منهج تحليل الأخطاء للرد على التحليل التقابلي الذي يدخل ضمن ميادين علم اللغة التطبيقي، إذ يبين أصحاب هذا المنهج بأن التحليل التقابلي يرى بأن جميع الأخطاء سببها التأثير السلبي للغة الأم.

فهم يرون بأنه يبالغ في ذلك لأن لها أسباباً أخرى غير ذلك.

فيرى "نايف خرما" أن منهج تحليل الأخطاء يقوم على عدة عوامل هي: التعرف على الأخطاء وتصنيفها إلى أخطاء نحوية صوتية صرفية ... إلخ وتحديد أسبابها إذا كانت بسبب التداخل مع اللغة الأم أو تداخل مع صيغ اللغة الأجنبية، أو أخطاء سببها الموقف التعليمي، أو الموقف التواصلية.<sup>2</sup>

ويرى أصحاب هذا المنهج أن المراحل التي يمر بها الطفل عند تعلمه لغته الأم هي نفسها التي يمر بها المتعلم عند تعلمه لغة ثانية، كما يرون أن الأخطاء التي يقع فيها المتعلم قد تكون بسبب قياس خاطئ على قاعدة سابقة أو جهل بقواعدها وكيفية تطبيقها أو لأسباب أخرى.<sup>3</sup>

وتمر عملية تحليل الأخطاء بمراحل أهمها:

<sup>1</sup> - ينظر محمد شاهين توفيق، علم اللغة العام، دار التضامن للطباعة، القاهرة، ص 32.

<sup>2</sup> - نايف خرما، علي حجاج، اللغات الأجنبية، تعليمها وتعلمها، علم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1979، ص 78.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 78.

## 1- التعرف على الخطأ:

فيكون بالنظر إلى الإنتاج اللغوي وتحديد مكان الخطأ.

## 2- وصف الخطأ وتصنيفه:

يكون وصف الخطأ بمقارنة العبارات المنتجة، بالعبارات الصحيحة، واكتساب الأخطاء اللغوية المرتكبة، من حذف وإضافة وسوء ترتيب، فيكون ذلك بتوضيح أوجه الانحراف عن القاعدة وتصنيفه للنوع الذي ينتمي إليه.<sup>1</sup>

## 3- تصويب الخطأ:

يمكن تصويب الأخطاء بعد التعرف على مصادرها وأسبابها ومحاولة الوصول إلى تفسير للتمكن من علاجها، إذ يقوم هذا العلاج بتغيير وتصحيح الأخطاء،<sup>2</sup> فيكون تصويب الخطأ بوضع الجملة الصحيحة مكان الجملة المشتملة على الخطأ.

## 4- تفسير الخطأ:

يكون بالبحث عن العوامل والأسباب التي أدت إلى ارتكاب الخطأ، وردّها إلى مصدرها لتفاديها مستقبلاً، ثم تصحيح هذا الخطأ وذكر الصواب. فمن خلال هذه المراحل يتبين لنا أنّ منهج تحليل الأخطاء، يعمل على اكتشاف أهداف العملية التعليمية، من خلال إظهار المشاكل اللغوية الصرفية، والنحوية، والأسلوبية، والمعجمية، أو البحث عن الأسباب التي تؤدي إلى الوقوع في الخطأ، ومحاولة علاجها والحدّ منها.

ونحن في بحثنا هذا نستعين بهذا المنهج لتحليل الأخطاء اللغوية التي ترد في الإشهارات التجارية، ونتبع أهم خطواته، فنحاول التعرف على الخطأ وتحديدّه، ثم نقوم بمقارنته بالعبارة الصحيحة المتبعة للقاعدة اللغوية، ثم نحاول معرفة أهم الأسباب التي أدت إلى ارتكاب هذا الخطأ، ونستبدل الخطأ بالصواب، وبهذه الطريقة نتبع دراسة جميع

<sup>1</sup> سهى نعمة وجميلة أبو مغنم، تحليل الأخطاء الصرفية للناطقين بغير العربية في ضوء تقاطعاتها اللغوية، مرجع سابق، ص 170.

<sup>2</sup> عبده الراجحي، علم اللغة التطبيقي مرجع سابق، ص 58.

أنواع الأخطاء اللغوية، في هذه الإشهارات سواء كانت أخطاء صرفية أم صوتية أم نحوية ... إلخ.

# الفصل الثاني

## دراسة تحليلية لنماذج من لوحات إسمارية

توطئة

نماذج من الأخطاء النحوية

نماذج من الأخطاء الإملائية

نماذج من الأخطاء الصرفية

## الأخطاء النحوية:

تطرقنا في دراستنا إلى الأخطاء الإعرابية التي يكثر وقوعها في الإشهارات التجارية بمختلف أنواعها، فالأخطاء الإعرابية هي عدم إعطاء العلامات الإعرابية حقها، فكما نعلم أنّ للإعراب أربعة أنواع: الرفع وعلامته الأصلية الضمة، النصب وعلامته الفتحة، الجر وعلامته الكسرة، الجزم وعلامته السكون، أمّا الحركات الفرعية للإعراب فالمثنى يرفع بالألف، وينصب ويجر بالياء، حيث يقول "سيبويه" في كتابه "الكتاب": «واعلم أنّك إذا تثنيت الواحد لحقته زيادتان: الأولى منها حرف المد واللين وهو حرف الإعراب غير متحرك ولا منون يكون في الرفع ألفا ولم يكن واواً ليفصل بين التثنية والجمع الذي على حدّ التثنية، ويكون في الجرياء مفتوحاً ما قبلها، ولم يكسر ليفصل بين التثنية والجمع الذي على حدّ التثنية، ويكون في النصب كذلك، ولم يجعلوا النصب ألفاً ليكون مثله في الجمع»<sup>1</sup>، أما جمع المذكر السالم فيرفع بالواو وينصب ويجر بالياء.

ومن بين الأخطاء النحوية التي نجدها في الإشهارات الجزائرية: الخطأ في المرفوعات كمخالفة رفع الفاعل، ومخالفة رفع المبتدأ، ومخالفة رفع الخبر، والخطأ أيضاً في المنصوبات، كمخالفة نصب المفعول به، والخطأ في النواسخ، كمخالفة رفع خبر "إنّ" ومخالفة نصب خبر "كان"، و الخطأ في المجرورات، كمخالفة جر الاسم المجرور، وكذلك الخطأ في جزم الفعل المضارع ... إلخ

وسنذكر بعض النماذج عن هذه الأخطاء؛

<sup>1</sup> - سيبويه، أبو بشر عمر بن عثمان بن قمبر، ت: عبد السلام هارون، دار الجيل، بيروت، ج1، ط1، ص 17.

نماذج عن الأخطاء في المرفوعات

نموذج (02)



نموذج (01)



نموذج (04)



نموذج (03)



نموذج (05)



- 1 - مجلة سيدتي، عدد 109، مارس 2015.
- 2 - صفحة شوكولاتة على الأنستغرام.
- 3 - لوحة إشهارية الشارع الرئيسي، نقرين، تبسة.
- 4 - ملصقة بمتجر "المنظر الجميل"، بئر العاتر، تبسة.
- 5 - صفحة المستهلك على الفيسبوك.

الجدول رقم 01: يوضح الخطأ في المرفوعات.

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب	التعليق
01	مصفف الشعر براون يستعمله المحترفين	نحوي	المحترفون	يرفع الفاعل بالواو لأنه جمع مذكر سالم
02	الذوقُ الرَّاعِ	نحوي	الرَّاعُ	مرفوع لأنه خبر، فالخبر يتبع المبتدأ
03	ذوق وانتعاش رائعان	نحوي	رائعين	لأنه نعت.
04	حليب غنياً بالكالسيوم	نحوي	غنيٌّ	نعت مرفوع لأنَّ "النعت يتبع المنعوت في عشرة أمور: رفعه، ونصبه، وجره، والإفراد، والتثنية، والجمع، والتذكير، والتأنيث، والتعريف، والتتكير" <sup>1</sup>
05	مذاق جيداً	نحوي	جيدٌ	نعت مرفوع

من خلال هذه النماذج نلاحظ أن الإشهاريين يخطؤون في المرفوعات، سواء كان فعلاً أم خبراً أم نعتاً، وهذا كله بسبب جهلهم للقواعد النحوية والإعرابية، فهم ينصبون الفعل المضارع الذي حقه الرفع إذ لم تسبقه أداة جزم أو نصب، فهم هنا يجهلون القاعدة التي تقول: "يرفع الفعل المضارع إذا تجرّد من ناصب أو جازم، وعلامة رفعه الأصلية

<sup>1</sup> - محمد بوزواوي، الحديث في اللغة العربية في الإعراب وتمارين الصرف والقواعد، دار الحديث إقرأ للطباعة والنشر والتوزيع، دج، دط، ص 48.

هي الضمة الظاهرة إذا كان صحيح الآخر مجردا من ألف الاثنين وواو الجماعة وياء المخاطبة ونون النسوة".<sup>1</sup>

كما أنهم رفعوا جمع المذكر السالم بالياء، والصواب أنه يرفع بالواو، وهذا ما أثبتته "ابن مالك" في قوله:

وارفَعُ بِوَإِوٍ، وَبِإِأَجْرُزٍ وَأَنْصِبِ      سالم جمع «عامر» و «مُذْنِبٍ»

وأشار هذا إلى أن جمع المذكر السالم، وما حُمِلَ عليه يعرب بالواو رفعا، وبالياء نصبا وجرا، وبعدهما حرف النون مبنيا على الفتح {قد أفلح المؤمنون}، "وما صدقت المؤمنين"، وأثبتت على المؤمنين.<sup>2</sup>

فالفاعل المضارع علامته الأصلية الرفع، أما جمع المذكر السالم فإنه يرفع بالواو وهذا ما يجهله الإشهاريون.

كما أنهم أخطؤوا في العلامة الإعرابية للخبر، وذلك لجهلهم بالقاعدة التي تقول أن الخبر يكمل المبتدأ فلا بد من موافقته له في الأفراد والتنثية، والجمع والتذكير والتأنيث، تقول "محمدٌ ناجحٌ، المحمدان ناجحان، المحمدون ناجحون، القضاة ناجحون، زينبُ ناجحةٌ، الزينبان ناجحان، الزينبات ناجحات، الزيانب ناجحات".<sup>3</sup>

ف نجد هنا أن الخبر المفرد لا بد أن يتبع المبتدأ في أي شكل من الأشكال لأنه مكمل له.

كما نجد أنهم أخطؤوا في العلامة الإعرابية للنعت التي تقول أن "النعت يتبع ما قبله في التذكير والتأنيث و التعريف والتذكير والأفراد والتنثية والجمع نحو: "هذا عالمٌ صادقٌ صار هذان عالمان صادقين، هذه بئر عميقة، هؤلاء مناضلاتٌ قديراتٌ، أشفقت على المواطنين المظلومين".<sup>4</sup>

فالنعت يتبع المنعوت.

<sup>1</sup> محمد أسعد النادري، نحو اللغة العربية، كتاب في قواعد النحو والصرف مفصلة موثقة مؤيدة بالشواهد والأمثلة، المكتبة العصرية، ط 2، 1997 ص 439.

<sup>2</sup> عبد المنعم سيد عبد العال، جموع التصحيح والتكسير في اللغة العربية، مكتبة الخانجي، القاهرة، دار الإتحاد العربي للطباعة، د ط، ص 9.

<sup>3</sup> قسم اللغة العربية، الوجيز في النحو والصرف، الجامعة الإسلامية، غزة، كلية الآداب، قسم اللغة العربية، المركز الدولي للنشر، غزة، ط 3، 2006، ص 21.

<sup>4</sup> محمود حسني مفاكسة، النحو الشافي، مؤسسة الرسالة، ط 3، 1997، ص 376.

نماذج عن الأخطاء في المجرورات

نموذج (02)



نموذج (01)



نموذج (04)



نموذج (03)



اشتر حفاظة بامبرز وتحصل على حفاظتان مجاناً

1 - موقع [www.vatika.com](http://www.vatika.com).

2 - محل لبيع الملابس الرجالية وسط مدينة تبسة.

3 - ملصقة محل المواد الغذائية بوساحة، حمام النبائل، قالمة.

4 - محطة متعددة الخدمات البائل، حاسي مسعود، ورقلة.

الجدول رقم 02: يوضح الخطأ في المجرورات.

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب	التعليل
01	الصحبة في بيتك	نحوي	بيتك	اسم مجرور علامته الكسرة
02	قدم لأبوك أحلى خواطر	نحوي	لأبيك	اسم مجرور بالتاء لأنه من الأسماء الخمسة
03	تحصل على حفاظتان	نحوي	حفاظتين	يجر الاسم المجرور بالياء لأنه مثنى
04	غسل ملابس	نحوي	الملابس	مضاف إليه معرفاً لأنه أضيف إلى معرفة لا نكرة

نلاحظ من خلال هذه الأمثلة أن المعلنين يهربون من الإعراب ويجهلون القواعد النحوية للغة العربية فيميلون إلى تسكين أواخر الكلم، فإحيانا يسكنون الاسم المجرور، وأحيانا يضمونه بدل الكسرة، وأحيانا أخرى يجرونه بالألف والنون في المثنى، بدلا من الياء والنون.

وأحيانا ينكرون المضاف إليه، وفي بعض الأحيان يضمونه، وذلك كله لجهلهم بالعلامات الإعرابية والقواعد النحوية، فالأصل في الجر أن يكون بالكسرة وينوب عنها: ياء في المثنى وجمع المذكر السالم والأسماء الخمسة وفتحة في الممنوع من الصرف إذا تجرد من "أل" والإضافة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - حفني ناصف وآخرون، الدروس النحوية، دار العقيدة، ج1، ص 323.

نماذج عن الأخطاء في المنصوبات

نموذج (02)



نموذج (01)



<sup>1</sup> - محل بيع الهواتف النقالة، شارع التطوع، قامة.  
<sup>2</sup> - موقع [www.masrofek.com](http://www.masrofek.com).

## الجدول رقم 03: يوضح الخطأ في المنصوبات.

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب	التعليل
01	لن تخسر شيء	نحوي	شيئاً	المفعول به يكون منصوباً
02	ننصح الطباخون	نحوي	الطباخين	م به منصوب بالياء لأنه جمع مذكر سالم

من خلال ما تقدم نجد أن المشهرين يميلون إلى تسكين أواخر الكلم للتسهيل وهروباً من الإعراب فلا يعطون الكلمات حقها حتى لو كانوا يعلمون أن المفعول به يكون منصوباً بالفتحة في المفرد، والياء في المثنى والجمع والألف في الأسماء الخمسة، ورغم هذا يتبعون لهجتهم فيلجؤون في المفرد إلى السكون، وفي التثنية والجمع إلى الياء والنون "فالأصل في نصب الاسم أن يكون بفتحة، وينوب عنها ألف في الأسماء الخمسة، وكسرة في جمع المؤنث السالم، وياء في المثنى وجمع المذكر السالم، نحو: اِحْتَرِمَ أُمَّكَ وَأَبَاكَ وَعَمَاتِكَ وَأَخَوَيْكَ وَالْأَقْرَبِينَ".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - حفي ناصف وآخرون، الدروس النحوية، مرجع سابق، ص 439.

نماذج عن الأخطاء في النواسخ

نموذج (02)



نموذج (01)

يكون السفر مريح في سيارة BAIC-X65



نموذج (03)



ifri إن ماء إيفري نقياً

<sup>1</sup> - جريدة الشروق اليومي عدد 4567 بتاريخ: 2014/11/25

<sup>2</sup> - موقع [www.ar.computer.com](http://www.ar.computer.com).

<sup>3</sup> - شاحنة نقل البضائع.

## الجدول رقم 04: يوضح الخطأ في النواسخ.

قم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب	التعليل
01	يكون السفر مريح	نحوي	مريحا	خبر "كان" منصوب
02	يصبح نومك هادئ	نحوي	هادئا	خبر "أصبح" منصوب
03	إنّ ماء إيفري نقيا	نحوي	نقي	خبر "إنّ" مرفوع

من خلال ما تقدم يتضح أن المعلنين يخلطون بين عمل "كان" وأخواتها و"إنّ" وأخواتها، فيضعون عمل "كان" مكان عمل "إنّ" و العكس، صحيح أن كل من "كان" وأخواتها و "إنّ" وأخواتها يدخلون على الجمل الاسمية ، لكن هناك اختلاف في عمل كل منهما "فكان" ترفع المبتدأ ويسمى اسمها ، وتنصب الخبر ويسمى خبرها، أمّا إنّ فهي تنصب الأول فيسمى اسمها وتبقى الثاني مرفوعا فيسمى خبرها".<sup>1</sup>

لهذا لا بد من التفريق بين عمل كل منهما حتى تكون الجملة سليمة.

<sup>1</sup> - نادية رمضان محمد النجار، الواضح في النحو وتطبيقاته، ج 1، كلية الآداب، جامعة حلوان، ط 1، 2000، ص 205.

نماذج عن الخطأ في جزم الفعل المضارع

نموذج (02)



نموذج (01)



<sup>1</sup> - صفحة دانون على الفيسبوك.  
<sup>2</sup> - موقع [www.samsung.com](http://www.samsung.com).

رقم 05: يوضح الخطأ في جزم الفعل المضارع.

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب	التعليل
01	لم تعرف	نحوي	تعرف	مجزوم وعلامة جزمه السكون
02	لم تعلمون	نحوي	تعلموا	مجزوم وعلامة جزمه حذف النون لأنه من الأفعال الخمسة

نلاحظ من خلال هذه الأمثلة أنّ أصحاب الإشهارات يخلطون في العلامات الإعرابية للفعل المضارع المعرب في كل ن الجزم والتّصّب، فقد رفعوا الفعل المجزوم وأثبتوا نونه في الأفعال الخمسة، كما أنّهم أثبتوا حرف العلة، ونحن نجد أن هذا الفعل له حالات إعرابية خاصة ففي حالة الجزم تحذف نونه إذا كان من الأفعال الخمسة، وتحذف حرف علته إذا كان فعلا ناقصا.

"فالفعل المضارع يُجزم إذا سبقه جازم أو كان جوابا للطلب، وعلامة جزمه الأصلية هي السكون الظاهرة إن كان صحيح الآخر، نحو: "لم أسمع ما قلت" وحذف الآخر إن كان معتل الآخر، نحو: "لا تدع مع الله أحدا" وحذف النون إن كان من الأفعال الخمسة نحو: "لا تيأسوا...".<sup>1</sup>

وحروف الجزم هي: "لم، لَمّا، لام الأمر، لا الناهية".

وقد أثبتوا نون الأفعال الخمسة في حالة الجزم والتي لا بد أن تكون محذوفة؛ فالأفعال الخمسة أفعال مضارعة ترفع وعلامة رفعها ثبوت النون وتنصب وتجزم وعلامة ذلك حذف النون.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محمد أسعد النادري، نحو اللغة العربية، ص 467.

<sup>2</sup> - ابن مالك الطائي الشافعي، الإمام أبو عبد الله جمال الدين، شرح الكافية الشافية، ت: علي محمد وعادل أحمد، دار الكتب العلمية، بيروت، ط 1، 2000، ص 83.

## الأخطاء الإملائية:

كما تطرقنا في بحثنا هذا إلى دراسة بعض الأخطاء الإملائية التي وقع فيها أصحاب الإشهارات التجارية، والخطأ الإملائي هو الخطأ الذي يقع في هجاء الكلمات وزيادة أو حذف للحروف وفي التفخيم وإبدال الحروف وقلب الحركات القصار إلى طوال ...<sup>1</sup>.

ومن أهم الأخطاء التي تطرقنا إليها نجد الخلط بين همزة الوصل وهمزة القطع، وكذلك الخطأ في رسم الهمزة في أول الكلمة وفي وسطها وفي آخرها، ومن بين الأخطاء أيضا نجد الخلط في مواضع رسم التاء المربوطة والمفتوحة، وكذلك الخطأ في إطالة الصوائت القصيرة والصوائت الطويلة، وكذلك الخطأ في زيادة حرف أو حذفه، والخطأ في كتابة الهمزة؛ وكل هذه أخطاء الإملائية تؤدي إلى فساد وتشوه في اللغة.

<sup>1</sup> - فضل الله محمد رجب، الاتجاهات التربوية المعاصرة في تدريس اللغة العربية، عالم الكتب، القاهرة، ط 1، 1997، ص 71.

نماذج عن الخطأ في همزة الوصل

نموذج (02)



نموذج (01)



نموذج (04)



نموذج (03)



نموذج (06)



نموذج (05)



- 1 - صيدلية الشفاء، فركان، تبسة.
- 2 - مجموعة "المستهلك" على الفيسبوك.
- 3 - إشهار على قناة البديل.
- 4 - موقع ثور وأخطاء لغوية.
- 5 - إشهار على قناة النهار الجزائرية.
- 6 - لافتة لمركز تجاري بالأخضرية.

الجدول رقم 01: يوضح الخطأ في همزة الوصل:

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب	التعليل
01	إكتشف	إملائي	اكتشف	تكتب همزة الوصل في ماضي الفعل الخماسي والسداسي، وأمرهما ومصدرهما. <sup>1</sup>
02	إنتعاش	إملائي	انتعاش	
03	إستمعوا	إملائي	استمعوا	
04	إبن	إملائي	ابن	تكتب همزة الوصل في الأسماء التالية: ابن، ابنة، ابنم، امرؤ، امرأة، اسم، اثنان، اثنتين، اسم است، ايمن، ايم. <sup>2</sup>
05	إقتصاد	إملائي	اقتصاد	اقتصاد يكتب بهمزة وصل لا قطع لأنه من الفعل اقتصد، وهو فعل خماسي والهمزة ليست أصلية بل همزة وصل لتسهيل النطق بالساکن بعده.
06	إفتتاح	إملائي	افتتاح	افتتاح تكتب بهمزة وصل لا قطع لأنه مصدر من الفعل افتتح وهو فعل خماسي مزيد والهمزة.

<sup>1</sup> - إميل بديع يعقوب، معجم الأعراب والإملاء، دار السلام للنشر والتوزيع: ط 1، 2007، ص 21.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 21.

نماذج عن الخطأ في همزة القطع

نموذج (02)



نموذج (01)



<sup>1</sup> - واجهة محل تجاري على صفة أفيسبوك.  
<sup>2</sup> - بطاقة إعلانية من صاحب محل electro led

## الجدول رقم 02: يوضح الخطأ في همزة القطع:

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب	التعليل
01	الواح	إملائي	أواح	تكتب همزة القطع في جميع الأسماء ما عدا الأسماء السبعة (ابن، اسم ...)
02	انواع	إملائي	أنواع	السبعة (ابن، اسم ...)

## همزتي الوصل والقطع:

يتبين من خلال النماذج السابقة أنّ المعلنين لا يميزون بين همزة القطع والتي هي "همزة تراد في أول كلمة ليتوصل بها إلى بالنطق الساكن، وذلك عندما تكون هذه الكلمة مبدوءة بسكون، لأن العرب لا تبتدئ بساكن ولا تقف على متحرك كما هو معروف مثل: كتب يكتب أكتب<sup>1</sup>، وبين همزة الوصل التي تعرف بأنها "الهمزة التي تلفظ دائماً، سواء في أول الكلام أم في درجة (أثنائه) وتأتي هذه الهمزة في الأسماء والأفعال، والمصادر"<sup>2</sup>، فهمة القطع تكون في ماضي الفعل الرباعي وأمره ومصدره، وفي كل فعل مضارع للمتكلم، كما في الحروف المبدوءة بهمزة، كما أنها تكتب في صيغتي التعجب والتفضيل، وفي كل اسم مبدوء بهمزة مفرداً كان أو جمعاً، ما لم يكن مصدر الفعل خماسياً أو سداسياً.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - إبراهيم قلاني، قصة الإعراب، جامع دروس النحو والصرف، دار الهدى، 2006، ص 300.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 301.

<sup>3</sup> - إميل بديع يعقوب، معجم الأعراب والإملاء، مرجع سابق، ص 18.

بخلاف همزة الوصل التي تقع في "ال" التعريف، وفي أول فعل الأمر الثلاثي، كما أنها تكون في أول ماضي الفعل الخماسي أو السداسي وأمرهما ومصدرهما في الأسماء التي تم ذكرها آنفا.<sup>1</sup>

ومن هنا يمكن القول أن همزة القطع تنطق في ابتداء الكلام وفي وصله، بخلاف همزة الوصل التي تكتب وتنطق إذا وقعت في أول الكلام، وتكتب ولا تنطق إذا وقعت في وسطه، ولكل منهما مواضع كتابتها.

---

<sup>1</sup> - إميل بديع يعقوب، معجم الإعراب والإملاء، مرجع سابق، ص 21.

نماذج عن الخطأ في إطالة الصوائت القصيرة

نموذج (02)



نموذج (01)



نماذج عن الخطأ في تقصير الصوائت الطويلة

نموذج (01)



- 1 - لافتة محل بيع العطور، صفحة المدينة الحديثة فيسبوك.
- 2 - لافتة محل تجاري.
- 3 - ملصقة، محل بيع المشروبات بالجملة، بوشقوف، قالمة.

الجدول رقم 03: يوضح الخطأ في إطالة الصوائت القصيرة:

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب
01	أجواد	إملائي	أجود
02	الشيفرة	إملائي	الشفرة

الجدول رقم 04: يوضح الخطأ في تقصير الصوائت الطويلة:

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب
01	الصفية	إملائي	الصافية

من خلال هذه النماذج يتبين لنا أن أصحاب الإشهارات مرات يطيلون الصوائت القصيرة ومرات يقصرون الصوائت الطويلة، وهذا ما يؤدي بالكلمة إلى الفساد والتشوّه، وأحياناً يعطي لها معنا مخالفاً، فهم هنا لا يراعون القواعد الإملائية والرّسم الإملائي.

نماذج عن الخطأ في زيادة حرف أو حذفه

نموذج (02)



نموذج (01)



نموذج (04)



نموذج (03)



نموذج (05)



- 1 - إشهار قناة النهار الجزائرية.
- 2 - واجهة محل، العلمة، سطيف.
- 3 - الصفحة الرسمية famico على الفيسبوك.
- 4 - صفحة المستهلك على الفيسبوك.
- 5 - إشهار قناة البلاد الجزائرية.

## الجدول رقم 05: يوضح الخطأ في زيادة حرف أو حذفه:

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب
01	نقا	إملائي	نقاء
02	الافتات	إملائي	اللافتات
03	الشتا	إملائي	الشتاء
04	الذيذ	إملائي	الذيذ
05	معاها	إملائي	معها

في بعض الإشهارات نجد أن المعلنين أحيانا يحذفون حروفا من الكلمات، ففي بعض الأحيان يحذفون حرفاً في أول الكلمة وأحيانا أخرى في وسطها وأحيانا في آخرها، وفي بعض الأحيان يزيدون حروفا في الكلمة سواء في أولها أم في آخرها أم في وسطها، والزيادة والنقصان قد تكون في حرف واحد أو عدة حروف في الكلمة، وهذا يؤدي إلى تشوه الكلمة وفساد المعنى.



## الجدول رقم 06: يوضح الخطأ في إبدال حرف بحرف.

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب
01	الذهب	إملائي	الذهب
02	حفاضة	إملائي	حفاضة
03	حافظوا	إملائي	حافظوا
04	الصهرة	إملائي	السهرة
05	طخفيظاط	إملائي	تخفيضات

من خلال هذه الأمثلة يتبين لنا أن المشهرين يخلطون في كتابة حرف بحرف آخر، قد يكون قريبا في مخرجه (س ص، ج ش)، أو يتأثر بالحرف الذي جاء قبله، أو بعده.

نماذج عن الخطأ في رسم التاء

نموذج (03) (04)



نموذج (01) (02)



- 1 - صفحة تدابير منزلية على الفيسبوك.
- 2 - المرجع نفسه.
- 3 - واجهة محل للمرطبات، بومرشي، جيجل.
- 4 - المرجع نفسه.

الجدول رقم 07: يوضح الخطأ في رسم التاء:

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب	التعليل
01	نظافت	إملائي	نظافة	تكتب التاء في الاسم المفرد غير الثلاثي والصفة ...
02	تامت	إملائي	تامة	مربوطة وعند الوقف يمكن أن تنطق هاء
03	مكسرة	إملائي	مكسرات	تكتب التاء مفتوحة في جمع المؤنث السالم
04	بهره	إملائي	بهارات	

ما لاحظناه في هذه الأمثلة أن المعنيين يخلطون في كتابة التاء المربوطة والتاء المفتوحة، فأحيانا يكتبونها مربوطة وأحيانا أخرى مفتوحة دون اللجوء إلى القاعدة، رغم أنّ هذه القواعد بديهية ومعروفة منذ المراحل الابتدائية، فالتاء المربوطة تكتب في نهاية صفة المؤنث أو علم، أو في جمع التكسير على وزن فعلة، أو في بعض الأسماء المفردة المؤنثة ...<sup>1</sup>

أمّا التاء المفتوحة فهي تكتب في بعض المواضع كالجُموع الملحقة بجمع المؤنث السالم، وأواخر الأسماء الثلاثية الساكنة الوسط، وفي الأفعال المنتهية بتاء التأنيث.

<sup>1</sup>- أحمد طاهر حسين، حسن شحاتة، قواعد الإملاء العربي بين النظرية والتطبيق، القاهرة، مصر، ط 1، 1998، ص 63.

نماذج عن الخطأ في رسم الهمزة

نموذج (02)



نموذج (01)



نموذج (03)



- 1 - ملصق بصيدلة شعلال حمام النبال، قامة.
- 2 - مجلة سيدتي العدد 91، 2019.
- 3 - منتدى التدابير المنزلية .

الجدول رقم 07: يوضح الخطأ في رسم الهمزة.

التعليل	الصواب	نوعه	الخطأ	رقم الخطأ
الهمزة في أول الكلمة تكتب على الألف	لأنه	إملائي	لنئه	01
تكتب الهمزة المتوسطة على النبرة إذا كانت مكسورة و ما قبلها ساكن. <sup>1</sup>	دائمة	إملائي	دائمة	02
تكتب الهمزة المتوسطة على السطر إذا جاءت مفتوحة وماقبلها ألف ساكن. <sup>2</sup>	العباءات	إملائي	للعبآت	03

<sup>1</sup> - عبد العزيز محمد الجابر، قواعد الإملاء بطريقة ميسرة، د ط، ص 24.  
<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 21.

## الأخطاء الصرفية:

درسنا في بحثنا هذا الأخطاء الصرفية التي تمس بنية الكلمة، وتغيّر الصيغ اللغوية في بعض النماذج الإشهارية.

من أهم الأخطاء الصرفية التي تطرقنا إليها هي: الخطأ في الإفراد، الخطأ في التأنيث، فما حقه في التأنيث يذكرونه، الخطأ في التنثية، الخطأ في التذكير، والخطأ في الجمع، فيجمعون الكلمات جمعا خاطئا على أوزان خاطئة.

كما يخطؤون أيضا في الأوزان الصرفية وذلك راجع إلى جهلهم بالقواعد الصرفية.

نماذج عن الخطأ في الأفراد والتنثنية والجمع في التأنيث والتذكير

نموذج (02)



نموذج (01)



نموذج (04)



نموذج (03)



نموذج (05)



- 1 - مجلة الشروق العربي عدد 165
- 2 - موقع [www.sayidaty.com](http://www.sayidaty.com)
- 3 - موقع [www.dawaa.com](http://www.dawaa.com)
- 4 - موقع منتدى المستهلك.
- 5 - ملصقة بمحل مواد التجميل شارع الوثام، تبسة.

الجدول رقم 01: يوضح الأخطاء في الإفراد والتثنية والجمع في التأنيث والتذكير:

رقم الخطأ	الخطأ	نوعه	الصواب	التعليل
01	الزنك يساعدكم على مضاعفة مناعتها طبيعياً	صرفي	مناعتكم	جمع المذكر. نقول مناعتكم لأنّ الضمير في الفعل يساعدكم جمع يقابله في الجمع مناعتكم وليس مناعتها
02	التشكيلة الذي تزيدكم أناقة	صرفي	التي	يحق لها التأنيث
03	صابون الجمال المرطبة	صرفي	المرطب	لأن كلمة "صابون" مذكر و"المرطبة" يجب أن تتطابق معه فالصواب القول مرطب بدلاً من مرطبة
04	بكل أنواع الأرز البيضاء	صرفي	الأبيض	لأن الأرز كلمة مذكورة
05	ورود	صرفي	وردات	جمع وردة وردات <sup>1</sup>

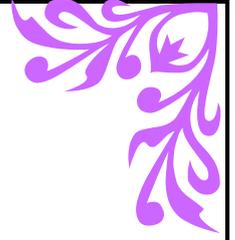
نلاحظ من خلال هذه الأمثلة أن المعلنين لا يطابقون بين المضاف والمضاف إليه ولا بين الفعل وفاعله، ولا بين الصفة والموصوف في الإفراد والتذكير والتأنيث، فهم يخلطون بين المفرد والمثنى والجمع، وهذا ناتج عن عدم تداولهم للغة العربية الفصحى

<sup>1</sup> - محجوب محمد موسى، تطهير اللغة من الأخطاء الشائعة، مراجع لغة عربية بمكتبة الإسكندرية، دار الإيمان، الإسكندرية، ج 1، دط، ص 19.

وبعدهم عنها، وتداخل العامية مع الفصحى، ومن أسبابه أيضا كتابة المواضيع من دون تركيز وإهمال وعدم إعادة قراءتها وتصحيحها.

و من بين الأخطاء في الجمع نجد الخطأ في جمع الكلمات المختومة بتاء التانيث، فالصواب في هذه الكلمات أن تجمع جمع تانيث سالم نقول: كلمة: كلمات، قبلة: قبلات، حسنة: حسنات، نجمة: نجمات، نظرة: نظرات ... إلخ، فجمع "وردة" على "ورود" غير صحيح، لأن الورد مصدر الفعل وَرَدَ فيقال: فلان ورد الماء ورودا، فلا علاقة تربط بين هذا وذاك، فهنا تم تحويل بنية الكلمة من صيغة إلى أخرى، ويمكن أن نجعل وردة على ورد أيضا.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - محبوب محمد موسى، تطهير اللغة من الأخطاء الشائعة، مرجع سابق، ص 17.



الْحَمْدُ لِلَّهِ  
الْعَلِيِّ الْعَظِيمِ



إن ظاهرة الأخطاء في الإشهارات التجارية ظاهرة أكثر انتشارها، ولا بد من محاربتها والتقليل منها أو القضاء عليها، نظرا لخطورتها على اللّغة وفي نهاية بحثنا هذا توصلنا إلى النتائج التالية:

- هناك مصطلحات أخرى للإشهار من بينها الإعلان، إلا أننا نستخدم الإشهار وفقا لبيئتنا.

- الإشهار هو عملية اتصال غير شخصية تعمل على إيصال المعلومات للمستهلكين والتأثير عليهم.

- هناك العديد من الأنواع للإشهارات سواء حسب الوسيلة المشهر بواسطتها، أم حسب الرسالة الإشهارية، وأهم الأنواع: الإشهار التجاري الذي تناولناه في بحثنا.

- ويهدف الإعلان إلى ترويج سلعة ما ومحاولة إغراء الجمهور والتأثير فيه، وإقناعه بجودتها، فهو يسهل انتشار الأفكار والمعلومات للمتلقين.

- ظهر في الإشهار أخطاء لغوية في مختلف العناصر اللّغوية (الصرفية، الإملائية، والنحوية...).

- من خلال تمييزنا للمصطلحات اللّغوية (الخطأ، اللحن، الغلط، الزلة) وتحديد الفرق بينها تبين لنا أن المصطلح الأنسب هو الخطأ.

- الخطأ هو مخالفة القواعد اللّغوية، فما خرج عنها فهو خطأ وما صار على هداها فهو صواب.

- فالأخطاء اللّغوية هي الخروج عن القاعدة اللّغوية الصحيحة و المتعارف عليها لأحد الأسباب التي تشكل خلا في النظام اللّغوي.

- للخطأ أنواع عديدة أهمها: الأخطاء النحوية كالخطأ في المرفوعات، والمنصوبات، والمجرورات؛ الأخطاء الصرفية وتتمثل في الخطأ في الأوزان، الخطأ في الإفراد والتثنية والجمع؛ أما الأخطاء الإملائية فتتمثل في الخطأ في إهمال الهمزة ، والخلط بين التاء المربوطة و المفتوحة، وكذلك الخطأ في زيادة حرف أو حذفه.

- من أهم أسباب الأخطاء اللّغوية في الإشهارات التجارية نجد الإحتكاك اللّغوي، والجهل بالقواعد اللّغوية، والسهو، والتداخل اللغوي

- شيوع الأخطاء اللغوية في الإشهارات يؤثر سلباً في اللغة.
  - منهج تحليل الأخطاء هو المنهج الذي يساعد على معرفة أنواع الأخطاء اللغوية وأسباب الوقوع فيها.
  - أهم ما يؤدي إلى الوقوع في الخطأ من طرف المشهرين هو الجهل بالقواعد اللغوية واللامبالاة.
  - من أكثر أسباب الوقوع في الخطأ اللغوي أيضاً المزاجية بين الفصحى والعامية من قبل المعلن.
  - أكثر الأخطاء اللغوية شيوعاً في الإشهارات التجارية نجد الأخطاء الإملائية.
  - هدف المعلن هو إيصال المعلومة للمتلقي والتأثير فيه وذلك عن طريق اهتمامه بالشكل، ورونق وجمال العبارات دون اهتمامه بفصاحتها وصحتها.
  - قواعد اللغة العربية بالنسبة لهم مجردة.
  - لا يوجد اهتمام من قبل المعلنين بتصحيح الأخطاء الإملائية.
  - السرعة في نشر الإشهار وعدم التركيز والمراجعة يؤدي إلى الوقوع في الخطأ.
  - الأنساق اللسانية وغير اللسانية لها نفس الوظيفة في التبليغ والتأثير في المتلقي.
  - اللغة هي وسيلة التخاطب والتواصل لهذا لا بد أن تكون قوية ومتينة، لأنها إذا ضعفت سيتشتت الأمة.
  - ولهذا لا بد من تقديم بعض الإقتراحات لتفادي لمثل هذه الأخطاء:
  - محاولة المشهرين التركيز مع ما يكتبونه ومراجعتهم جيداً.
  - إطلاعهم على القواعد اللغوية ومعرفتها.
  - التصدي للخطأ المكتشف ومعالجته.
  - النظر إلى المتلقي ومدى تأثيره بهذه الأخطاء خاصة الأطفال في سنّ التعلّم.
- وفي الأخير نتمنى أن تخلو اللغة في الإشهار خاصة ولغتنا الفصحى عامّة من الأخطاء اللغوية في جميع المستويات.





الْمَلِكِ الْخَصِصِ



## ملخص:

تعد مسألة الخطأ من المسائل الأكثر خطورة على لغتنا العربية، فقد كثر انتشارها في عصرنا الحالي، فلا يسلم أي مجال من الخطأ، والمتتبع للإشهارات يلاحظ الكثير من الأخطاء اللغوية بأنواعها المختلفة صوتية صرفية نحوية ، لهذا ارتأينا في بحثنا المتواضع المعنون بـ: "الأخطاء اللغوية في الإشهارات التجارية -نماذج مختارة-"، الوقوف عند أهم الأخطاء التي يقع فيها المحررون وتحديد الصواب متبعين في ذلك منهج تحليل الأخطاء.

**Résumé:**

a question de l'erreur est l'un des éternels les plus dangereux pour notre langue arabe, car elle est devenue plus répandue à notre époque, elle n'épargne donc pas un champ d'erreur, et l'adepte de la publicité éternel de nombreuses erreurs linguistiques de toutes sortes, des erreurs phonémiques et grammaticales, nous avons donc considéré dans notre modeste intitulée: Erreurs linguistiques dans les publicités commerciales Modèles sélectionnés: éternel des erreurs les plus importantes commises par les éditeurs et éternel de l'exactitude, en suivant l'approche d'analyse des erreurs

**Summary:**

The issue of error is one of the most dangerous issues for our Arabic language, as it has become more widespread in our current era, so it does not spare a field of error, and the follower of advertising notices many linguistic errors of all kinds, phonemic and grammatical errors, so we considered in our modest research entitled: linguistic errors in commercial advertisements Selected models: Determining the most important mistakes made by editors and determining the correctness, following the error analysis approach

قائمة الملحق

I - الكتب العربية:

- 01- إبراهيم صحيح، في رحاب اللغة العربية، دار الكتب الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط، 2000
- 02- أحمد مختار عمر، أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاب والإداعيين، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1991.
- 03- بشير ابرير، دراسات في تحليل الخطاب -الخطاب غير الأدبي- عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010.
- 04- حفني ناصف وآخرون، الدروس النحوية، دار العقيدة، ج1
- 05- ابن جني، الخصائص، تح: عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط3، 2008 .
- 06- راتب قاسم عاشور ومحمد فؤاد الحوامد، أساليب تدريس اللغة العربية بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2007
- 07- رشدي أحمد طعيمة، المهارات اللغوية، مستوياتها، تدريسها، صعوباتها، دار الفكر العربي، القاهرة، د ط، 2006.
- 08- زين كمال الخويسي، المهارات اللغوية (الاستماع، التحدث، القراءة، الكتابة، وعوامل تنمية المهارات اللغوية عند العرب وغيرهم)، دار المعرفة الجامعية ط1، 2009.
- 09- الاستربادي رضي الدين، شرح شافية ابن الحاجب، د ط، تح: محمد الحسن، ومحمد الزقزاق، مطبعة مجازي القاهرة
- 10- سعيد بن كراد وآخرون، استراتيجيات التواصل الاشهاري، دار الحوار للنشر و التوزيع، ط1، 2010.
- 11- سيبويه، أبو بشر عمر بن عثمان بن قنبر، الكتاب، تح: عبد السلام هارون، الناشر مكتبة الخانجي، القاهرة، ج2، ط3، 1988
- 12- شذوان علي شبيبة، الإعلان المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 2005.
- 13- طاهر محسن الغالبي وأحمد شاكر العسكري، الإعلان "مدخل تطبيقي"، دار وائل للنشر، الأردن، ط1، 2003.
- 14- عباس العلاق، بشير ربابعة محمد علي، الترويج والإعلان التجاري، أسس نظريات تطبيقية (مدخل متكامل)، دار اليازوري العلمية، عمان، ط1، 2007
- 15- عبد الزقزاق الديلمي، الخطاب الإعلامي والخطاب الدعائي، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، ط1، 2017.
- 16- عبد الهادي الفضلي، مختصر النحو، دار الشروق، جدة، ط1، 1980.

- 17- عبده الرَّاجحي، علم اللُّغة التَّطبيقي في تعليم العربيَّة، دار المعارف الجامعيَّة الإسكندريَّة، دط، 1995.
- 18- عبد الرَّحمان الفوزان، إضاءات لمتعلِّمي اللُّغة العربيَّة لغير النَّاطقين بها، مكتبة الملك فهد، الرِّياض، ط1، 2011
- 19- عبد المنعم سيد عبد العال، جموع التَّكسير في اللُّغة العربيَّة، مكتبة الخانجي، القاهرة، دار الإتحاد العربي للطَّباعة، دط.
- 20- علوي عبد الله طاهر، تدريس اللُّغة العربيَّة وفقاً لأحداث الطَّرُق التَّربويَّة، دار المسيرة، عمان ، ط1، 2010
- 21- علي بهاء الدِّين بوخدود، المدخل الصَّرفي، تطبيق وتدريب في الصرف العربي، المؤسسة الجامعيَّة للدراسات والنَّشر والتَّوزيع، ط1، 1988.
- 22- عمر ابن ثابت الثماني، شرح التَّصريف، تح: إبراهيم بن سليمان البعيمي، مطبنة الرِّشد، الرِّياض، ط1، 1999.
- 23- فاطمة حسين عواد، الإِتصال والإعلام التَّسويقي، دار أسامة للنَّشر والتَّوزيع، عمان، ط1، 2010
- 24- فضل الله محمد رجب، الاتِّجاهات التَّربويَّة المعاصرة في تدريس اللُّغة العربيَّة، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1997.
- 25- فهد خليل زايد، الأخطاء الشائعة، النَّحويَّة والصَّرفيَّة والإملائيَّة، دار اليازوري، ط1، 2009.
- 26- ابن مالك الطائي الشافعي، الإمام أبو عبد الله جمال الدِّين، شرح الكافية الشافية، تح: علي محمد وعادل أحمد، دار الكتب العلميَّة، بيروت، ط1، 2000.
- 27- محجوب محمد موسى، تطهير اللُّغة من الأخطاء الشائعة، مراجع لغة عربيَّة بمكتبة الإسكندريَّة، دار الإيمان، الإسكندرية، ج1، دط
- 28- محمد أبو الرِّب، الأخطاء اللُّغويَّة في ضوء علم اللُّغة التَّطبيقي، دار وائل للنَّشر ، ط1، 2005.
- 29- محمد أسعد النَّادري، نحو اللُّغة العربيَّة، كتاب في قواعد النَّحو والصَّرف مفصَّلة موثَّقة مؤيَّدة بالشواهد والأمثلة، المكتبة العصريَّة، ط2، 1997.
- 30- محمد بو زواوي، الحديث في اللُّغة العربيَّة في الإعراب وتمارين الصَّرف و القواعد، دار الحديث إقرأ للطباعة والنَّشر و التَّوزيع، دج، دط.
- 31- محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان و العلاقات العامة، دار مجدلاوي، ط1، الأردن، 1998.
- 32- محمد رابح، الخطاب الإشهاري، مقارنة سيميائية سوسيو اقتصادية، ط1، 1999 .
- 33- محمد شاهين توفيق، علم اللُّغة العام، مكتبة وهبة للطباعة والنَّشر، دط، 1980.

- 34- محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإعلان، أنواعه، مبادئه، وطرق إعداده، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.
- 35- محمد عبد الله بن التميمين، اللحن اللغوي وآثاره في الفقه واللغة، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، دبي، ط2، 2012
- 36- محمود حسني مفاكسة، النحو الشافي، مؤسسة الرسالة، ط3، 1997
- 37- منى الحديدي، الإعلان؟، الدار المصرية اللبنانية، ط2.
- 38- منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي، الإعلان أسسه ووسائله وفنونه، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، ط1، 2005.
- 39- نادية رمضان محمد النجار، الواضح في النحو و تطبيقاته، كلية الآداب، جامعة حلوان، ط1، 2000
- 40- نايف خرما، علي حجاج، اللغات الأجنبية-تعليمها وتعلمها- عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ط1، 1988
- 41- ناير صبحي عبد السلام تركي، مستويات التحليل اللغوي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 2010.
- 42- قسم اللغة العربية، الوجيز في النحو والصرف، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم اللغة العربية، المركز الدولي للنشر، غزة، ط3، 2006.

## II – المعاجم:

- 01- إبراهيم مصطفى وآخرون، معجم الوسيط، القاهرة، ج1
- 02- ابن منظور (أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم)، لسان العرب، دار صادر بيروت لبنان، 1993.
- 03 الفيروز أبادي (مجد الدين محمد بن يعقوب)، قاموس المحيط، تح: محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة بيروت، ج1، 2005.
- 01- مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط4، 2004.
- 02- الجوهري، الصحاح، تاج اللغة وصحاح العربية، تح: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت، ج1، ط4، 1992.
- 03- .
- 04- محمد التنوخي، راجي الأسمر، معجم علوم اللغة العربية، دار الجيل للنشر والطباعة والتوزيع، بيروت، ط1، 2003.

05- إميل بديع يعقوب، معجم الإعراب والإملاء، دار السلام للنشر والتوزيع، ط1، 2007.

### III- مذكرات التخرج:

- 01-راشدي سعيدة، الإشهار التجاري وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة بجاية، 2018.
- 02- عزوز سارة، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسيّة، جامعة باتنة، 2016
- 03- قرشي سهام، دور الترجمة الإشهارية في الترويج السياحي، دراسة حالة المهرجان الدولي لفنون الأهفار، "تمنراست"، مذكرة لنيل شهادة الماستر.
- 04- يمونة جواد، الأخطاء اللغوية في نشاط التعبير لدى تلاميذ السنة الثالثة متوسط، دراسة ميدانية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، إشراف عبد الغاني قبايلي، جامعة قسنطينة، 2015.

### IV – مجلات ومقالات علمية:

- 01- جمال مباركي ومحمد عبد الهادي، سيميائية الصورة الإشهارية، دراسة في رواية الإرائية، اللتقى الدولي السادس والنص الأدبي، قسم الأدب واللغة العربيّة، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- 02- خاين محمد، العلامة الأيقونية والتواصل الإشهاري، الملتقى الدولي الخامس "السينما والنص الأدبي"، د ط.
- 03- سعد سعيد حامد، رؤية الإشهار السياحي في مصر، الأهرام الدولي، عدد: 19/2/1998.
- 04- شبكة المؤتمرات العربية المؤتمر العلمي الدولي العاشر، تحت عنوان "التحديات الجيوفيزيائية والاجتماعية والإنسانية والطبيعية في بيئة متغيرة"، 25-26 يوليو 2019.
- 05- الإشهار الكاذب والمضلل، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 2 ديسمبر 2009، مجلد ب، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009
- 06- عبد الرحمان تيبيرماسين وآخرون، نظرية القراءة المفهوم والإجراء، قسم الأدب واللغة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ط1، 2009.
- 07- عبد الكريم الشيكري، يوميات مشاهد، 97-98، بحثا عن لغة العلامات، عدد 11، 1999.
- 08- كمال بشر، اللغة بين التطور وفكرة الخطأ والصواب، مجلة اللغة العربية المصرية، منشورات مجمع اللغة العربية المصرية، القاهرة، ج 2، 1988.
- 09- محمد حدوش، عن الترجمة والإشهار، مجلة الترجمة والإشهار، كلية الآداب الجديدة.
- 10- محمد عبد الباقي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة وقانون منشأة المعارف، 1996.

11- مصطفى عنان العيثاوي، الأخطاء اللغوية الشائعة في الصحافة العربية -دراسة تطبيقية- مجلة مداد الأداب، جامعة السلطان قابوس، كلية الأداب والعلوم الإجتماعية ،سلطنة عمان دج،ط



# فهرست المحتويات



الصفحة	العناوين
	شكر وتقدير
	إهداء
أ - ج	مقدمة.....
	مدخل: الإشهار.....
02	توطئة.....
03	أولاً: تحديد بعض المصطلحات.....
03	1- مفهوم الإشهار.....
03	1-1- الإشهار لغة.....
03	1-2- الإشهار اصطلاحاً.....
08	ثانياً: أنواع الإشهار.....
08	1- حسب الوسيلة.....
08	1-1- الإشهار المسموع.....
08	1-2- الإشهار المكتوب.....
08	1-3- الإشهار السمعي البصري.....
09	2- حسب الرسالة الإشهارية.....
09	1-2- إشهار اجتماعي.....
09	2-2- إشهار سياسي.....
10	3-2- إشهار تجاري.....
11	ثالثاً: وسائل الإشهار.....
11	1- الصحف.....
11	2- الإذاعة.....
11	3- التلفزيون.....
12	4- المجلات.....

12	5- السينما.....
13	6- الملصقات.....
13	رابعاً: مكونات الإشهار.....
14	1- المكون الأيقوني.....
15	2- المكون اللساني.....
18	الفصل الأول: الخطأ اللغوي وأنواعه.....
19	توطئة.....
20	أولاً: مفاهيم ومصطلحات.....
20	1- مفهوم الخطأ.....
20	1-1- الخطأ لغة.....
21	1-2- الخطأ اصطلاحاً.....
22	2- مفهوم اللحن.....
22	1-2- اللحن لغة.....
22	2-2- اللحن اصطلاحاً.....
23	3- الفرق بين الخطأ والحن.....
23	4- مفهوم الغلط.....
23	1-4- الغلط لغة.....
24	2-4- الغلط اصطلاحاً.....
24	5- الفرق بين الخطأ و الغلط.....
25	6- مفهوم الزلة.....
25	1-6- الزلة لغة.....
25	2-6- الزلة اصطلاحاً.....
25	7- الفرق بين الزلة والخطأ و الغلط.....
26	ثانياً: أنواع الخطأ.....
26	1- الأخطاء الصرفية.....

26	1-1- الصرف لغة.....
26	2-1- الصرف اصطلاحا.....
27	3-1- الخطأ الصرفي.....
28	2- الأخطاء الإملائية.....
28	1-2- مفهوم الإملاء.....
29	2-2- مفهوم الخطأ الإملائي.....
29	3- الأخطاء النحوية.....
29	1-3- النحو لغة.....
30	2-3- النحو اصطلاحا.....
31	3-3- الخطأ النحوي.....
31	4- الأخطاء الكتابية.....
31	5- الأخطاء الأسلوبية.....
32	ثالثا: أسباب الأخطاء اللغوية في الإشهارات التجارية.....
33	رابعا: منهج تحليل الأخطاء.....
33	1- مفهوم تحليل الأخطاء.....
34	2- منهج تحليل الأخطاء.....
37	الفصل الثاني: تحليل الأخطاء اللغوية.....
38	الأخطاء النحوية.....
40	1- الخطأ في المرفوعات.....
43-42	2- الخطأ في المجرورات.....
45-44	3- الخطأ في المنصوبات.....
47-46	4- الخطأ في النواسخ.....
49-48	5- الخطأ في جزم الفعل المضارع.....
50	الأخطاء الإملائية.....
55-51	1- الخطأ في همزة الوصل والقطع.....

56	.....2- الخطأ في إطالة الصوائت القصيرة
57	.....3- الخطأ في تقصير الصوائت الطويلة
59-58	.....4- الخطأ في زيادة حرف أو حذفه
61-60	.....5- الخطأ في إبدال حرف بحرف
63-62	.....6- الخطأ في رسم التاء
65-64	.....7- الخطأ في رسم الهمزة
66	.....الأخطاء الصرفية
69-67	.....1- الخطأ في الإفراد والتثنية والجمع والتأنيث التذكير
73-70	.....خاتمة
74	.....ملخص
80-76	.....قائمة المراجع
85-81	.....فهرس المحتويات