中東硏究 2017년 제36권 1호, 131-154

تعليم اللغة العربية باستخدام النصوص الإعلانية*

-تركيزا على ظاهرة الازدواجية

يون أون كيونغ**

الفهرس

1. المقدمة
2. ازدواجية اللغة العربية والتعليم
3. تعليم اللغة العربية باستخدام النصوص الإعلانية
4. الخاتمة

* This Work was supported by Hankuk University of Foreign Studies Research Fund of 2016.
** Associate Professor, Department of Arabic language, Hankuk University of Foreign Studies
أستاذة مشاركة بقسم اللغة العربية، كلية اللغات الشرقية، جامعة هانكوك للدراسات الأجنبية

<Abstract>

Teaching Arabic Language using the Advertisement texts
- Focusing on the Diglossia

Yun, Eun Kyeong
(Hankuk University of Foreign Studies)

This research aims to study the effective methods of teaching rabic language using the advertisement texts focusing on the diglossia. The phenomenon of diglossia is one of the most important issues that must be placed in the priorities of teaching Arabic language to the non-native speakers more effectively. Considering the levels of Arabic language in the light of the diglossia, the research presents a new and comprehensive way of teaching Arabic language to non-native speakers using the advertisement texts.

In general, the advertisement texts are considered as an ideal material in the Arabic language classes because they contain the characteristics of the literary standard Arabic and spoken Arabic according to the purposes of the production. So they can help students to develop skills in Arabic language, especially the skill to speak. The research presents examples of the different advertisement texts that can be used in the Arabic language classes, as well as a suggested procedural model for how to use the comprehensive method of teaching Arabic through the texts of advertising based on the communicative Approach.

Key Words : Diglossia, Teaching Method, Advertisement texts, Arabic Language, Communicative Approach

1. المقدمة

إن اللّغة العربيّة هي إحدى اللغات السامية وتعد من أهم لغات العالم حاليا حيث يستخدمها أكثر من ثلاثمائة مليون نسمة في 22 دولة عربيّة كما أن اللّغة العربيّة هي اللغة الرسمية للصّلاة لكل مسلمى العالم. إضافة إلى كونها إحدى اللغات الرسميّة الست لمنظّمة الأمم المتحدة وعدد من الهيئات والمؤسسات الدولية، وهذا ما يؤدي إلى إقبال كبير من قبل الطلاب الكثيرين على تعلمها باعتبارها من أهم لغات الحضارة والثقافة والعلوم في العالم أجمع.

ولكن لا يفوتنا هنا أن نتحدث عن الأحوال اللغوية في العالم العربي الحديث، والتي تمتاز بظاهرة تعدد المستويات اللّغويّة بصور متعددة وتواجد اللغة العربية الفصحى واللهجات العامية وهو ما يسمى "Diglossia"أي ظاهرة الازدواجية التي تختلف عن ظاهرة ثنائية اللغة، أي "Bilingualism" باللغة الإنجليزية. الحقيقة فان ظاهرة الازدواجية في اللغة العربية من أهم المشكلات اللغوية التي تواجه العالم العربي، وبخاصة من النواحي الاجتماعية والتربوية. لأن النمط العالي أي اللغة العربية الفصحى تستخدم في الأغراض الرسمية القليلة مثل وسائل الإعلام والكتابة والتعليم وغيرها، في حين يُستخدم النمط العامي أي اللهجات العامية لأغراض غير رسمية مثل المحادثة بين أفراد الأسرة والأصدقاء في البيت وفي الشارع. ومن هذا المنطلق يمكننا القول بأن ظاهرة

الازدواجية في اللغة العربية تعتبر من أهم القضايا التي يجب أن نضعها ضمن أولويات تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها بصورة أكثر فعالية، وذلك من أجل تعليم اللغة العربية مع التركيز على تطوير مهارات اللغة وخاصة مهارة التحدث حسب المذهب الاتصالي.

ونظرا لهذه الأهمية، سوف يتناول هذا البحث طريقة مقترحة لتعليم اللغة العربية قائمة على استخدام النصوص الإعلانية في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها.

جدير بالذكر أن الخبراء في مجال تعليم اللغات الاجنبية يجمعون على أن بعض المواد البصرية والسمعية مثل كلمات الأغاني والأفلام السينمائية والنصوص الإعلانية تعد من أفضل المواد التعليمية لغير الناطقين بها وخاصة لتعليم اللغة الفصحى واللهجات العامية في آن واحد. كما أنه من المهم إثارة الدافع والاهتمام بالدرس للطلاب من خلال تشجيعهم على المشاركة في الدراسة بشكل فعَّال. بالإضافة إلى ذلك يتوجب وضع خطة مفصلة للمناهج التعليمية المعتمدة على تحسين مهارة الكلام والتفاهم التي تهدف إلى دفع الطلاب إلى استخدام اللغة الحية.

حيث سبق وأن بعض البحوث قد تناولت طرق تعليم اللغة العربية باستخدام الأغاني والأفلام السينمائية(سا هي مان 1992، يون أون كيونغ 2015). لكن لم يتم تناول النصوص الإعلانية حتى الآن. ومن هذا المنطلق، يرتكز هذا البحث على دراسة طرق تعليم اللغة العربية باستخدام النصوص الإعلانية لغير الناطقين بها. حيث سنلقي الضوء أولا على نظرية ازدواجية اللغة العربية، ومناهج تعليم اللغة بناء على ظاهرة الازدواجية، ثم ننافش طريقة تعليم اللغة القائمة على استخدام النصوص الإعلانية وذلك من أجل تحسين مهارة التواصل لدى الطلاب بصورة أكثر فاعلية.

2. ازدواجية اللغة العربية والتعليم

1) ازدواجية اللغة العربية

تباينت الآراء في بيان حد مصطلح الازدواجية ومفهومها، وبدا في دراسات معظم اللغويين مختلطا بمصطلح "الثنائية اللغوية" ومتداخلا معه، فأطلق مصطلح الازدواجية على الثنائية والثنائية على الازدواجية، ونشأ من هذا الاختلاط والتداخل خلط بيِّن في المفهومين، واختلاف واضح بشأن مكونات كل منهما(عباس المصري 2014، ص 40).

والازدواجية اللغوية هي حالة لسانية مستقرة نسبيًا يتواجد فيها مستويين للكلام من نفس اللغة (كالعامية والفصحى) وهذان المستويان يستخدمان بطريقة متكاملة وأحدهما له موقع اجتماعي ثقافي مرموق نسبيًا على الآخر عند المجموعة اللغوية الناطقة بهذه اللغة. وقد ذهب بعض الباحثين إلى القول بأن هناك مجموعة من المستويات اللغوية في اللغة العربية وليس فقط مستويين وهذا ما سموه بالتعددية اللغوية.

ولهذا يمكننا القول إن الحالة اللغوية الاجتماعية للعالم العربي تتميز بظاهرة الازدواجية(1). حيث عرّف الباحث الفرنسي " فرغسون" ظاهرة الازدواجية قائلا:

---

(1) إن كلمة "ازدواجية" ترجمة للمصطلح الانجليزي "Diglossia". يُعتَقد أن أول من تحدث عن هذه الظاهرة هو اللغوي الألماني كارل كرمباخر (1902) في كتاب له صدر عام 1902، تطرَّق فيه إلى طبيعة هذه الظاهرة وأصولها وتطورها. لكن الرأي العام الشائع في أدب هذه الظاهرة اللغوية هو أن العالم الفرنسي وليم مارسيه (1930) أول من نحت الاصطلاح بالفرنسية(La diglossie) وعرَّفه في مقالة تخص الازدواجية في العربية عام 1930 بقوله: "هي التنافس بين لغة أدبية مكتوبة ولغة عامية شائعة للحديث.

" إنها حالة لغوية مستقرة نسبيا، تتمثل في وجود لهجات محلية إلى جانب المستوى الرفيع للغة ونمط منطقي عال، تنحرف عنه بدرجات ومقادير وتكون نسبة كثيرة من المكتوب في تلك اللغة بالمستوى العالي "الفصيح" والذي يحتذي حذو مرحلة مبكرة من اللغة وأدبها.. أو تحتذي حذو لهجة مجتمع محلي ما في تلك اللغة تتعلمه فئات كثيرة من فئات المجتمع. وتستعمله في الأغراض الرسمية. بينما لا تستعمله الفئات المختلفة العامة لأغراض الحياة اليومية".

ترجع مشكلة الازدواجية اللغوية في البلدان العربية إلى المشكلة اللغوية نفسها وهي مشكلة تشكل مخاطر كثيرة على العربية الفصحى؛ ذلك أن العرب اليوم لا يتكلمون العربية الفصحى، فالعامية هي الدارجة على ألسنتهم والمستخدمة في جل محادثاتهم، والعامية نفسها ليست واحدة، وهي المتداولة فيما بينهم وفي نواديهم ومحافلهم، وحواراتهم، ففي كل قطر أو بلد ثمة عامية، وإنما هي عاميات متعددة، وقد يتعذر على العراقي فهم التونسي أو المغربي، حتى ليصعب على الشامي أن يفهم اليمني، بل إن أبناء القطر الواحد قد يجدون صعوبة في فهم بعضهم بعضا(السامرائي1983، ص 51).

لقد قام فرغسون بتقسيم مستويات اللغة العربية المتعددة إلى نمطين، هما النمط العالي أو أسلوب الفصحى والآخر الأسلوب العامي. ولكن إذا ما نظرنا إلى الحالة اللغوية في الواقع في المجتمع العربي، فسنكتشف نمطا آخر يتواجد بين النمطين وهو ما يسمى بـــ " اللغة الوسطى" والتي تختلف عن اللغتين الفصحى والعامية، حيث تعتبر امتزاجًا بين الفصحى والعامية.

وبعد فرغسون، أقبل بعض العلماء والباحثين على إعادة البحث في ظاهرة الازدواجية في اللغة العربية وتعريف مفاهيم أنماط أخرى لها. ومن هؤلاء، الأستاذ الدكتور "السعيد محمد بدوي(1973)" الذي كان يرى أن الحالة اللغوية في مصر تتميز باستخدام أنماط متعددة للغة، مما أدى إلى اعتبارها ظاهرة تعددية للغة وليست ازدواجية. في الوقت الذي قام فيه بتقسيم مستويات العربية المعاصرة في مصر إلى خمسة مستويات وهي فصحى التراث، وفصحى العصر، وعامّية المثقّفين، وعامّية المتنوّرين، وعامّية الأمّيّين. وهذا التحديد لا يقتصر على الحالة اللغوية في مصر فحسب، بل على معظم البلاد العربية أيضا.

ونظرا لذلك، فلابد على كل من يدرس اللغة العربية فهم الحالة اللغوية في العالم العربي بصورة صحيحة، من أجل اكتساب المهارة اللغوية بصورة أكثر فعالية. لأن لكل من اللغة الفصحى واللهجات العامية وظائف مختلفة وهيكل لغوي مختلف، مما يؤثر على أفراد المجتمع سواء أكان في النواحى الحضارية أو لتعليم وغيرها.

2) تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها

أما التعليم فلا يعني مجرد توصيل معلومات أو معارف من مُعلِّم إلى مُتَعلِّم، إنه عملية أكبر من ذلك، إذ تستهدف في المقام الأول الكشف عما لدى الطلاب من استعدادات وقدرات ومساعدتهم على استغلالها في أقصى طاقاتها حتى يُعلِّموا أنفسهم بأنفسهم(يون أون كيونغ 2014 ص 169). لقد شهد مجال تدريس اللغات الاجنبية تغيرات ملحوظة خلال الأونة الأخيرة وقد ظهرت كثيرٌ من الطرق والمناهج التعليمية في إطار الجهود الرامية للبحث عن الطريقة الأفضل منها طريقة القواعد

والترجمة وطريقة القراءة والطريقة السمعية الشفهية والطريقة الموقفية وحتى الطريقة المعتمدة على المذهب الاتصالي(بيه دو بون 2006 ص 131- 138، ناصر بن عبد الله 2012 ص 13-14).

وتماشيا مع المذهب الاتصالي وتحسبا لخصائص الازدواجية، اقترح محمود البطل (1992) بعض الطرق لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها بناء على ظاهرة الازدواجية بما فيها الطريقة المعتمدة على فصحى التراث، والطريقة المعتمدة على فصحى العصر الحديث، إضافة إلى الطريقة المعتمدة على اللهجات العامّية.

من بين هذه الطرق، الطريقة المعتمدة على فصحى العصر الحديث والتي تعد أشهر وأنسب طريقة لتعليم اللغة العربية حاليا وهي الطريقة التي يتم اعتمادها في الكثير من المدارس. وهذه الطريقة تضع في الاعتبار خصائص ازدواجية اللغة العربية، كما أنها تعتبر من أسهل الطرق لتعليم المبتدئين نسبيا. في حين ترتكز الطريقة المعتمدة على اللهجات العامية على التدريب على مهارة التحدث، والتي تمتاز بسهولة جذب اهتمام الدارسين. ولكنها لا تعتبر طريقة مناسبة لتحسين مهارات الدارسين اللغوية ككل. ومن هذا المنطلق كان علينا تبني طريقة تعليمية شاملة تمزج بين الفصحى واللهجات العامية.

من الجدير بالذكر أن معظم طرق تعليم اللغة العربية السابقة كانت تعتمد اعتمادًا كبيرًا على نظرية النحو والترجمة، والتي تعتبر من أقدم الطرق التعليمية، مما أدى إلى تعرض الطلاب للكثير من الصعوبات في التحدث مع الناطقين بالعربية، وبما أن العالم العربي يتميز بظاهرة الازدواجية اللغوية، أي تواجد العربية الفصحى واللهجات العامّية، فيمكننا القول إن أفضل منهج تعليمي للغة العربية هو الذي يجمع بين الفصحى والعامية

وهذا ما شدد عليه أيضا رايدينغ بقوله " إذا أردت إتقان اللغة العربية كلغة أجنبية، ينبغي إتقان العربية الفصحى وعامية المثقفين وإحدى اللهجات العامية في آن واحد"(رايدينغ 1991). فيجب علينا الاهتمام بتعليم العربية الفصحى واللهجات العامية جنبا إلى جنب باستخدام مختلف أنواع الوسائل والمواد البصرية والسمعية الحديثة المتنوعة والعملية مثل نصوص الأخبار والأعمال الأدبية والأغاني أو الأفلام السينمائية. وذلك من أجل تحسين المهارات اللغوية الأربع (الاستماع والتحدث والقراءة والكتابة)، حتى يستطيع الطلاب فهم الثقافة العربية والنواحي الاجتماعية العربية بصورة أكثر فاعلية. ونظرا لذلك الواقع الذي يحتم علينا إيجاد بعض الحلول المناسبة للتغلب على تلك الصعوبات، فقد اقترحنا طريقة تعليمية شاملة تجمع بين فصحى العصر واللهجات العامية، عن طريق استخدام النصوص الإعلانية التي تحتوي على خصائص فصحى العصر واللهجات العامية جميعا طبقا للغرض من إنتاجها، وذلك باستخدام مختلف أنواع المواد والوسائل التعليمية.

3. تعليم اللغة العربية باستخدام النصوص الإعلانية:

1) تعريف الإعلان

يمكننا القول ان الإعلان هو أحد الأنشطة الإعلامية التي لا غنى عنها للأنشطة الاقتصادية من صناعة وتجارة وخدمات وغيرها من الأنشطة الاقتصادية وكذلك بالنسبة للمؤسسات والمنظمات الخيرية وغير الربحية والتي بدون الإعلان عن مجهوداتها فلن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها في عملها وأدائها لرسالته. والإعلان هو أسلوب من التواصل مع الكيان الجماهيري العام أو بعض فئاته؛ وذلك لتحفيز الجمهور على اتخاذ ردود أفعال في اتجاهات معينة، مثل: زيادة الحركة الشرائية أو المشاركة في نشاط ما، وبصفة عامة الإعلان هو أسلوب لمخاطبة نفسية الإنسان سواء كان قارئا، مستمعا، مشاهدا، أو ضمن جماعة محددة مثل هيئة عمل أو دراسة(2).

والإعلان هو عبارة عن فن يتطور تطورًا ذاتيًا بالتطور التقني الذي نصل إليه، ففي ظل التطور الكبير الذي أحدثته التكنولوجيا الحديثة في عالمنا اليوم، انعكس ذلك بدوره على عالم الدعاية والإعلان فأصبح تصميم الإعلانات وإخراجها به ما به من التطور والجاذبية. واللوحات الإعلانيَّة، واللافتات وبرامج الإعلان التلفزيوني، من أرقى أدوات التواصل بين المعلن والمستهلك، وقد تبوَّأت اليوم منزلة سامية في ميدان الإعلام التجاري، وصار لها حضور فعّال في حياة العامّة، فأنَّى التفَتَ المرءُ يقع بصره على

(2) http://www.abahe.co.uk/terminologies-advertising.html

إعلان ما، وتتنافس هذه اللوحات في شدّ الأنظار وجذبِها إليها؛ من خلالِ استخدام الألوان الزَّاهية، والأضواء الباهرة، والعبارات المنمّقة، بالإضافة إلى الاعتماد على صور بعض الشخصيّات الجماهيرية التي تتميز بشعبية كبيرة.

أما بالنسبة للمستهدفين من الإعلان حسب نوعية مستخدم المنتج فقد يكون :

أ- المجتمع بصفة عامة: مثل الإعلام العام المتعلق بضروريات الحياة اليومية والإسكان، أو المتعلق بالشئون الدعائية لتوجهات دينية أو سياسية أو ثقافية...إلخ .

ب- فئات معينة من المستهلكين؛ فهناك إعلانات خاصة بمنتجات وخدمات تقدم لفئة معينة؛ مثل: الأطفال، الرجال، النساء، الدارسين بمستوياتهم، رجال الأعمال...إلخ.

هذا وبالنسبة لأنواع الإعلانات هي

أ- الإعلانات التجارية التي تركز نشاطها على المنتجات الاستهلاكية والإعلانات الخدمية التي تجذب العميل إلى الشراء.

ب- الإعلانات الدعائية (غير التجارية) مثل الدعاية التوعوية بالقضايا ذات الأبعاد السياسية، الأخلاقية، البيئية، الاجتماعية وغيرها.

وفيما يتعلق بوسائل الإعلان، يمكننا القول ان :

أ – الإعلانات التقليدية: ويشمل الوسائل الجماهيرية كالصحف، المجلات، إعلانات التلفاز التجارية، إعلانات الراديو، إعلانات الشارع من منشورات يدوية أو معلقات، البريد المباشر.

ب- الوسائل الحديثة: مثل المدونات، المواقع الإلكترونية، الرسائل النصية، وسائل المواصلات، المهرجانات الدعائية، المهرجانات الرياضية وغيرها(3).

هذا وبالنسبة لأهمية الإعلان، يقوم الإعلان بتوصيل رسالة محددة وواضحة إلى الجمهور عن منتج أو خدمة، أو دعاية لفكرة من نوع خاص. وبالتالي فإن الإعلانات تعتبر أحد الأنشطة الإعلامية التي لا غنى عنها في التسويق التجاري وتقديم العديد من الخدمات وغيرها من الأنشطة الاقتصادية. وكذلك بالنسبة للمؤسسات والمنظمات الخيرية غير الربحية والتي بدون الإعلانات عن الخدمات التي تقدمها فلن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها وأدائها لرسالتها. كما تعتبر الإعلانات جزءا من نشاط متعدد العناصر وهو النشاط الترويجي، ومن المعروف أن الإعلانات تتفوق في حالات كثيرة؛ لما تتميز به من مزايا عديدة، بالمقارنة مع الطرق الترويجية الأخرى، وخاصة إذا تعلق الأمر بالمنظمات الصناعية؛ وذلك لأن الطبيعة الخاصة للإعلانات تحقق هذا التفوق، كما يمكنها الانتشار على نطاق واسع جدًا في وقت محدود للغاية. ولذلك تحتل الإعلانات مكانة متميزة ضمن المزيج الترويجي، بل أن أهميتها تصل في بعض الحالات إلى أن يراها البعض كلمة مرادفة للترويج، نظرًا للعمق التاريخي لهذا النشاط مقارنة بالأنشطة الترويجية الأخرى.

(3) http://www.abahe.co.uk/terminologies-advertising.html

2) اللغة المستخدمة في الإعلانات

وإذا تحدثنا عن أنماط اللغة المستخدمة في النصوص الإعلانية فيمكننا القول إن هناك إعلانات بالعربية الفصحى، وإعلانات أخرى بعامية المثقفين أو باللهجات العامية الخالصة، وذلك نظرًا للغرض من إنتاجها والهدف من الترويج لها. بالإضافة إلى الفئة المستهدفة من المجتمع. وبالتالي فقد كان علينا اختيار مختلف أنواع النصوص الإعلانية المناسبة لتعليم اللغة العربية للطلاب حسب مستوياتهم ودوافعهم الدراسية أو أغراض الدراسة.

3) نماذج للنصوص الإعلانية المستخدمة في تعليم اللغة العربية:

أما الآن، فسنلقي الضوء على بعض النصوص الإعلانية التي يتم فيها استخدام اللغة العربية الفصحى واللهجات العامية طبقا لأغراضها.

أ- نص إعلاني بالعربية الفصحى:

إعلان عن حكومي

" عندك بس 24 ساعة في اليوم استثمر وقتك. إليك حكومي .

فيمكنك الوصول بسرعة للعديد من المعلومات. دفع الفواتير، طلب منحة دراسية، تجديد جواز السفر، إنجازالإقامات و السجل التجاري بكل سهولة عبر حكومي بوابة قطر الإلكترونية.

كما يمكنك البحث عن الوظيفة المناسبة أو إيجاد الموظفين المؤهلين

و الآن العديد من خدمات حكومي متوفرة على جوالك

و إذا جاتك مخالفة لا سمح الله ادفعها بكل سهولة. اُطلب تأشيرة زيارة لمن تحب.
حكومي ما في أسهل منه ".

كان هذا جزءا من النص الإعلاني لموقع " حكومي" الإلكتروني بقطر. وكما نرى في الإعلان السابق، فقد تم إنتاجه بالعربية الفصحى من أجل تقديم معنى موحد لجميع المشاهدين الذين يتحدثون العربية؛ وذلك بهدف إرسال الرسائل الحكومية والمصالح العامة، مما يظهر مشاعر الفخر وتعزيز هويتهم لكونهم أبناء أمة عربية واحدة. فيمكن استخدامه في تعليم اللغة العربية الفصحى للطلاب الذين يرغبون في دراسة العربية الفصحى وخاصة فصحى العصر التي تستخدم في الصحافة والكتابة وغيرها من المناسبات الرسمية في العالم العربي.

ب- نص إعلاني بالعامية:

" هو دا اللى بيقولوا عليه "بوب أرت

يا لطيف! شو هيدا؟ ما في شيء بيملى العين.

ايش اللي صار؟

ما بصدق! بطعم اسبريسو.

ايش ايش! ما أشوف!

و كابوتشينو كمان.

. دي تحفة تجدر

طول بالك لازم أنا جربها بالأول

استني دورك يا حلوة! دي بتعتي أنا، أنا...

شو بلا رأس"

وكان هذا جزءا من النص الإعلاني لمنتجات "نيسكافي دولتشي غوستو" حيث تم إنتاج اللوحة الإعلانية بالعربية الفصحى بجملة " شكلها لذيذ وطعمها ألذ" لجذب انتباه الجمهور. لكن تم إنتاج البرنامج الإعلاني المتحرك بمثابة الحوار باللهجات العامية المصرية والشامية وذلك بهدف شد الانتباه والتعاطف مع المشاهدين العاديين.

ومن الملفت للانتباه انه يمكننا اكتشاف بعض الخصائص اللغوية للهجات العامية المصرية والشامية في النص الإعلاني السابق. منها على سبيل المثال يتم فيه استخدام " دا" بدلا

من "هذا"، و"اللي" بدلا من " الذي"، و"ايش" و"شو" بدلا من "ما"، و" أشوف" بدلا من " أرى"، و"كمان" بدلا من " أيضا"، و" استني" بدلا من " انتظري"، و" دي" بدلا من " هذه" و"بتعتي" بدلا من "لي".

ولذلك، من خلال هذا النص الإعلاني، يتمكن الطلاب من تعلم مختلف التعبيرات الحيوية التي يستخدمها العرب في مصر وبلاد الشام في الحياة اليومية بشكل طبيعي وبصورة أكثر إثارة ومتعة مما يؤدي إلى تحسين مهارة التحدث عندهم.

4) نموذج إجرائي لاستخدام الطريقة الشاملة في تعليم اللغة العربية باستخدام النصوص الإعلانية:

في فصل التدريس، يمكن أن يختار المعلم مادة من النصوص الإعلانية تتناسب مع أغراض الدراسة ومستويات الطلاب أو دوافعهم. والآن، سنناقش نموذجا لاستخدام النصوص الإعلانية في فصل التدريس واقعيا.

الزمن: 60 دقيقة.

الأهداف الإجرائية: يتوقع من الدارس في نهاية الدرس أن يكون قادرًا على أن:

- يضبط كلمات النص ضبطًا صحيحًا أثناء النطق بها.
- يقرأ النص قراءة جهرية بسرعة وفهم.
- يقرأ النص في جمل مستقلة ذات معنى.

- يميز بين الحركات القصيرة والطويلة.
- يستخرج الفكرة الرئيسة من النص.
- يستنتج الأفكار والمعاني الضمنية الواردة في النص.
- يعبر عن بعض معاني النص بأسلوبه ملتزمًا بما جاء فيه من أفكار.

المواد والوسائل التعليمية: (النص الإعلاني، الفيديو، السبورة، الأقلام، جهاز العرض، بطاقات تدريب وأوراق عمل، التسجيلات الصوتية)

مصادر التعلم: بعض الإعلانات التجارية التي يتم عرضها على القنوات العربية في الدول العربية.

وسيجري الدرس بصورة تدريجية على اختلاف المراحل كما يلي في الجدول(1)

جدول(1) خطوات السير في الدرس

المرحلة	الخطوات	الوقت اللازم
قبل مشاهدة الإعلان	– تهيئة لموضوع الدرس وأهدافه باستخدام النصوص الإعلانية. – تعليم التعبيرات والمفردات الجديدة في الدرس. – تعريف الطلاب بالأنشطة التي سيقومون بها أثناء الدرس.	10 دقائق

مشاهدة الإعلان (بصورة جماعية)	– مشاهدة الإعلان بدون صوت، وتخيل ما فيه. – الاستماع إلى الإعلان دون مشاهدة الفيديو. – مشاهدة الإعلان بالصوت والصورة، وفهم محتوياته بصورة عامة.	10 دقائق
مشاهدة الإعلان (بصورة فردية)	– توزيع الأوراق على الطلاب ليكتبوا فيها بعض التعبيرات التي تعلموها. – مشاهدة الإعلان بالصوت والصورة، وملأ الفراغات في الورقة.	10 دقائق
مشاهدة الإعلان (بصورة جماعية وفردية)	– شرح التعبيرات في الإعلان ودراسة الخصائص الفونولوجية والنحوية والصرفية لها. – تكرار الاستماع إلى التعبيرات الواردة في الإعلان. تمرينات نطق التعبيرات الواردة في الإعلان.	20 دقيقة
بعد مشاهدة الإعلان	– لعبة تمثيل الأدوار بناء على ما ورد في الإعلان. – تلخيص التعبيرات الجديدة. – تقييم الدرس.	10 دقائق

4. الخاتمة

إلى هنا، تطرق هذا البحث إلى طريقة شاملة في تعليم اللغة العربية باستخدام النصوص الإعلانية للناطقين بغيرها تركيزا على ظاهرة الازدواجية، حيث ألقينا نظرة على الخصائص اللغوية الاجتماعية للعالم العربي الحديث وقضية الازدواجية، ثم ناقشنا هذا الوضع في ضوء الدراسات اللغوية الحديثة، بالإضافة إلى بعض طرق تعليم اللغة العربية مثل الطريقة المعتمدة على فصحى التراث والطريقة المعتمدة على فصحى العصر والطريقة المعتمدة على اللهجات العامية وغيرها. ومن أجل تحسين مهارات الدارسين في التحدث، فعلينا أن نطبق الطريقة الشاملة التي تجمع بين اللغة العربية الفصحى واللهجات العامية عند تعليم الطلاب غير الناطقين بالعربية. فبقدر الإمكان، ينبغي أن نقدم مختلف أنواع المواد التعليمية للطلاب طبقًا لمستوياتهم ودوافعهم الدراسية. ولذلك، فقد اقترحنا الطريقة الشاملة في تعليم اللغة العربية باستخدام النصوص الإعلانية التي تعتبر من المواد البصرية والسمعية المفيدة في تعليم اللغة العربية الفصحى واللهجات العامية في الوقت نفسه.

وفي الختام، لا يفوتنا أن نشدد عن دور المعلم، فالمعلم هو محور العملية التعليمية، من حيث الإعداد الدقيق والمتكامل للدرس، كما ينبغي عليه أن يسعى بكل ما في وسعه لاختيار أنسب المواد التعليمية، وتطوير الكتب المدرسية المتنوعة وفقا لمستويات الطلاب، وطبقا لأغراض الدراسة ودوافع الطلاب. كما يجب عليه تطوير المواد التعليمية البصرية والسمعية الحديثة المتنوعة باستخدام شبكة الإنترنت وغيرها من

الوسائل المتعددة التي تسهم في تعليم الطلاب اللغة العربية والثقافة ونمط حياة العرب بشكل أكثر فاعلية.

المراجع والمصادر

배두본(2006). 『 외국어교육과정론 』, 한국 문화사, 서울

사희만(1998). "노래를 통한 효율적인 아랍어 학습전략",『외국어교육연구』, 4(1).

신인섭 (1993). 『광고학 입문 』, 나남.

오명근(1996).『아랍어 구문어체 비교론』, 서울: 한국외국어대학교 출판부.

윤은경(2015). “노래를 활용한 구어체아랍어 교육에 대한 연구”, 『중동연구』 제33권 3호 .

Al-Batal, Mahmoud(1992). “Diglossia proficiency: The need for an alternative approach to teaching.” *The Arabic language in America.* Ed. Aleya, Rouchdy. Detroit, MI: Wayne State UP.

Allen, Roger(1985). "Arabic proficiency guidelines", *al-Arabiyyah,* 18:45-70.

Ferguson, C. A.(1959). "Diglossia", *Word*, 15.

Ryding, K. C.(1991). "Proficiency despite diglossia; A new approach for Arabic", *The Mordern Journal*.

Zughoul, M. R.(1980). "Diglossia in Arabic: Investigating solutions", *Anthropological Linguistics*, 22(5).

السامرائي، إبراهيم (1983)، *التطور اللغوي التاريخي*، دار الأندلس، بيروت.

السعيد محمد بدوي (1973)، *مستويات العربية المعاصرة في مصر*، القاهرة، دار المعارف بمصر.

أيمن بن أحمد ذو الغني(2007)،" لغة الإعلانات".

جابر قميحة(2015)، " لغة الإعلانات التلفزيونية".

حسن شحاتة (1993)، *تعليم اللغة العربية بين النظرية والتطبيق* ، الدار المصرية اللبنانية.

رشدي طعيمة (1998)، *الأسس العامة لمناهج تعليم اللغة العربية*، القاهرة، دار الفكر العربي.

ناصر بن عبد الله بن غالي & صالح بن ناصر الشويرخ(2012)، *تطوير مناهج تعليم اللغة*.

عباس المصري& عماد أبو حسن (2014)،"الازدواجية اللغوية في اللغة العربية"، مجلة المجمع ، العدد 8.

يون أون كيونغ(2014)،" دراسة في طرق تعليم اللغة العربية بالألعاب تركيزًا على المرحلة الابتدائية"، *دراسات الشرق الأوسط*، العدد 33-1، معهد دراسات الشرق الأوسط، جامعة هانكوك للدراسات الأجنبية، سيول.

http://www.alukah.net/literature_language/0/282
www.youtube.com/watch?v=l5NHsWHZPhMwww.youtube.com/watch?v=b7wdDMrkqiI
http://www.abahe.co.uk/terminologies-advertising.html

▶ 윤은경

소 속 : 한국외국어대학교 아랍어과
이메일 : nabilayun@hanmail.net

투 고 일 : 2017. 05. 10
심 사 일 : 2017. 05. 30~06. 21
게재확정일 : 2017. 06. 23