مركز الترجمة والتعريب والاهتمام باللغة العربية
GCC Centre for Translation, Arabisation and Promotion of Arabic



سلسلة ملخصات الحلقات النقاشية ١٦

المَشْهَدُ اللُّغويُّ في دولِ مجلسِ التَّعاونِ الخليجي

١٤٤٨هـ/٢٠٢٦م
إصدار مركز الترجمة والتعريب والاهتمام باللغة العربية

سلسلة ملخصات الحلقات النقاشية ١٦

المَشْهَدُ اللُّغويُّ في دولِ مجلسِ التَّعاونِ الخليجي

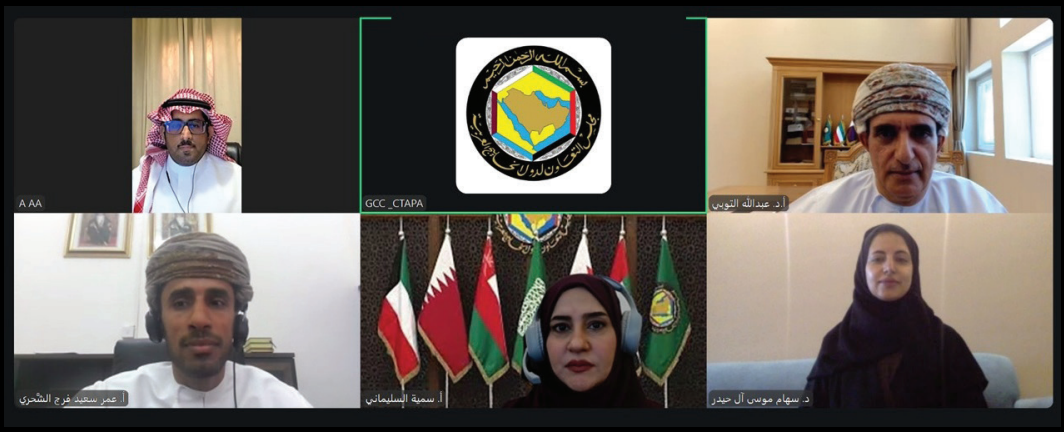
الفهرس

- مقدمة ٥
- محاور الحلقة النقاشية ٦
- المشاركون في الحلقة النقاشية ٧
- الترحيب وإدارة الحلقة النقاشية ٨
- تَوطِئة ٩
- محاور الحلقة النقاشية ١١

المحور الأول:
المشهد اللغوي في دول مجلس التعاون الخليجي
بين الهُويَّة العربية وتحديات العولمة ١٢

المحور الثاني:
المشهد اللغوي في العلامات التجارية ٢٤

المحور الثالث:
هندسة الأبجديات ودورها في تشكيل المشهد اللغوي ٣٢


A AA
GCC_CTAPA
أ.د. عبدالله التوبي
أ. عمر سعيد فرج الشّحري
أ. سمية السليماني
د. سهام موسى آل حيدر

مقدمة

ينظِّمُ مركزُ التَّرجمة والتَّعريب والاهتمامِ باللُّغة العربيَّة دوريًّا حلقاتٍ نقاشيةً تخصصيةً يشاركُ فيها بعضُ المهتمين والمسؤولين والمختصين في المؤسسات المعنية باللغة العربية والترجمة والتعريب وعلماء اللغة وأساتذة الجامعات، وتهدف هذه الحلقات النقاشية إلى تناول مختلف المواضيع المتعلقة بالترجمة والتعريب والاهتمام باللغة العربية حضارةً وثقافةً ومكانةً وواقعًا، بالتنسيقِ مع بعض الجهات ذات الاختصاص في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية وخارجها.

ويأتي إصدارُ هذه الكتيبات من أجل توثيق خلاصات هذه الحلقات النقاشية ونشرها؛ لتعميم فائدتها على المختصين والمهتمين كافَّة.

محاور الحلقة النقاشية

تتكون الحلقة النقاشية من ثلاثة محاور، وهي:

- **المحور الأول:**
  المشهد اللغوي في دول مجلس التعاون الخليجي
  بين الهُويَّة العربية وتحديات العولمة

- **المحور الثاني:**
  المشهد اللغوي في العلامات التجارية

- **المحور الثالث:**
  هندسة الأبجديات ودورها في تشكيل المشهد اللغوي



الترحيب

الأستاذ الدكتور/ عبدالله بن سيف التوبي
مدير مركز الترجمة والتعريب والاهتمام باللغة العربية

إدارة الحلقة النقاشية

الأستاذة/ سمية سليمان السليماني
خبيرة اللغة العربية
بمركز الترجمة والتعريب والاهتمام باللغة العربية

المشاركون في الحلقة النقاشية



الدكتور/ عائض بن عبدالله البقمي
أكاديمي متخصص في اللغويات التطبيقية
جامعة أم القرى
المملكة العربية السعودية



الأستاذ/ عمر بن سعيد بن فرج الشَّحري
باحث في اللغويات الاجتماعية والحاسوبية
مركز السلطان قابوس العالي للثقافة والعلوم
سلطنة عمان



الدكتورة/ سهام موسى آل حيدر
أستاذ اللغويات التطبيقية المشارك واللسانيات
جامعة الملك خالد
المملكة العربية السعودية

الترحيب والتعريف بالمركز

افتتح الأستاذ الدكتور/ **عبد الله بن سيف التوبي** (مدير مركز الترجمة والتعريب والاهتمام باللغة العربية) الحلقةَ النقاشيةَ بكلمةٍ افتتاحيةٍ رحَّب فيها بالحضور وقدَّمَ الشكرَ للمُشَاركين، وتطرَّقَ إلى أهمية عقد مثل هذه اللقاءات التي تهدف إلى تسليط الضوء على مختلفِ المواضيع المتعلقة باللغة العربية ورصد القضايا والتحديات ومناقشتها ووضع التوصيات والمقترحات بشأنها.

وَقدَّمتْ الأستاذة/ **سمية بنت سليمان السليماني** (خبيرة اللغة العربية في المركز) لموضوع الحلقة النقاشية الرئيس بمقدمةٍ موجَزة عن المشهد اللغوي في دول مجلس التعاون الخليجي وأهمية دراسته والبحث فيه مشيرة إلى الدراسة التي أعدَّها المركز بالتعاون مع مجمع الملك سلمان العالمي في العام 2025م، ثمَّ رحَّبت بضيوف الحلقة الكرام مُستهلَّةً الحلقة بذِكر سيرهم ومُنجَزهم في البحث والدراسة، كلٌّ على حدة.

وجديرٌ بالذكر أن المركز يسعى إلى تحقيق الشراكات مع الأفراد المهتمين والمختصين والجهات ذات العلاقة بالاهتمام باللغة العربية في دول مجلس التعاون الخليجي واللجان ذات الصلة بعمل المركز، إضافة إلى المراكز والمؤسسات والمنظمات البحثية الخليجية والإقليمية والدولية.

تَوطِئة

الحمدُ للّهِ الذي جعلَ القلمَ لسانَ الفكرِ، والكلمةَ مفتاحَ الوجودِ، والصلاةُ والسلامُ على من أوتيَ بيانًا وحكمةً، وعلى آله وصحبِه ومن سارَ على نهجِه إلى يومِ الخلود.

سنبدأ هذه الحلقة بالخيال،

تخيّلوا معي أجنبيًّا وصلَ إلى إحدى دولِ الخليجِ العربيِّ، وقد جاءَ وهو يحملُ شغفًا بتعلّمِ اللغةِ العربيَّةِ والانغماسِ في بيئتِها الطبيعيَّةِ. وما إنْ نزلَ من الطائرةِ ودخلَ المطارَ، حتى بدأتْ أولى مفاجآتِهِ. نظرَ إلى اللوحاتِ الإرشاديَّةِ فوجدَ العربيَّةَ إلى جانبِ الإنجليزيَّةِ، واستمعَ إلى أحاديثِ الناسِ من حولِهِ فسمعَ لغاتٍ متعدِّدةً تتداخلُ في المكانِ. ثم خرجَ إلى المدينةِ، فإذا بالإعلاناتِ والمتاجرِ ووسائلِ النقلِ تعكسُ المشهدَ نفسَهُ؛ عالمٌ تتجاورُ فيهِ لغاتٌ وثقافاتٌ مختلفةٌ في مساحةٍ واحدةٍ. هكذا هي الحياة المنفتحة ولا بأس، ولكن ما حضور العربية في هذا الفضاء؟!

ومن هنا تنطلقُ حلقتُنا النقاشيّةُ اليومَ؛ لنستكشفَ معًا ملامحَ هذا المشهدِ اللغويِّ، ونتأمّلَ أثرَهُ في استعمالِ اللغةِ العربيَّةِ، وفي الهويَّةِ الثقافيّةِ والسياساتِ اللغويَّةِ في دولِ مجلسِ التَّعاون الخليجيِّ.

تعكس التَّغيراتُ الاقتصاديةُ والاجتماعيةُ والثقافية التي شهدتْها المنطقةُ خلالَ العقودِ الأخيرةِ وجودَ تحولاتٍ متسارعةً في المشهدِ اللغويّ في دولِ مجلسِ التعاونِ الخليجيّ. وقد أفرزتِ العولمةُ والانفتاحُ الاقتصاديُّ والتوسعُ في استقطابِ العمالةِ الوافدةِ بيئةً لغويةً معقدةً تتداخلُ فيها العربيةُ مع لغاتٍ عالميةٍ وإقليميةٍ متعددةٍ، الأمرُ الذي جعلَ المنطقةَ نموذجًا فريدًا للتَّعددِ اللغويّ في العالمِ العربيّ.

وتؤكدُ البحوثُ والدراساتُ الحديثةُ أنَّ هذا التعددَ اللغويَّ لم يعدْ مجردَ ظاهرةٍ تواصليةٍ عابرةٍ، بل أصبح عنصرًا مؤثرًا في تشكيلِ الهويةِ اللغويةِ والثقافيةِ للمجتمعاتِ الخليجيةِ، وفي إعادةِ توزيعِ المكانةِ الاجتماعيةِ والاقتصاديةِ للغاتِ المستخدمةِ. ففي الوقتِ الذي لا تزالُ فيه اللغةُ العربيةُ تمثلُ الركيزةَ الأساسيةَ للهويةِ الوطنيةِ والثقافيةِ، تتنامى أدوارُ اللُّغاتِ الأجنبيةِ بوصفها أدواتٍ للمعرفةِ والتجارةِ والتواصلِ الدوليّ، مما يثيرُ تساؤلاتٍ متزايدةً حول العلاقةِ بين المحافظةِ على مركزيةِ العربيةِ ومتطلباتِ الانفتاحِ العالميّ. ومن هنا تبرزُ أهميةُ دراسةِ المشهدِ اللغويّ في دولِ مجلسِ التعاونِ الخليجيّ؛ لفهمِ التحولاتِ التي يشهدها الفضاءُ الخليجيُّ العام، واستكشافِ انعكاساتِها على تعلمِ العربيةِ واستعمالِها، وعلى السياساتِ اللغويةِ والهويةِ الثقافيةِ في المنطقةِ.

بين حقلِ الثنائيةِ اللُّغويةِ وتعددِ اللُّغاتِ في ظلِ العولمةِ والانفتاحِ التِّجاري العالمي، ما موقعُ العربية؟ ما صفةُ حضورِها في أراضٍ عربية تمثلها دولُ مجلسِ التَّعاون الخليجي منشأ العروبة وموطنها الأول. نحن اليوم في جلسة "إعادة التفاوض" على مواقع اللغات ووظائفها وحدود حضورها في دول المجلس. يشاركنا في هذا النقاش ثلةٌ من المهتمين والمختصين، ونسأل الله التوفيق والسداد.

سمية سليمان السليماني
خبيرة اللغة العربية بالمركز

محاور الحلقة النقاشية

ملخصات أوراق العمل



الورقة الأولى

مقدم الورقة

الدكتور/ عائض بن عبدالله البقمي
أكاديمي متخصص في اللغويات التطبيقية
جامعة أم القرى.
المملكة العربية السعودية

المشهد اللغوي في دول مجلس التعاون الخليجي
بين الهُوية العربية وتحديات العولمة

مقدمة

أصبحَ المشهدُ اللغوي خلال العقود الثلاثة الأخيرة من الحقولِ المركزية في علمِ اللغة الاجتماعي واللغويات التطبيقية؛ لأنه يتيح الانتقال من دراسةِ اللغة بوصفها نظامًا مجردًا إلى دراستها بوصفها ممارسة اجتماعية مرئية تتجسد في الفضاء العام من خلال اللافتات، والإعلانات، وأسماء المحلات، ولوحات الشوارع، وغيرها من العلامات المكتوبة. وقد أسَّس كل من Landry and Bourhis (١٩٩٧) لهذا الحقل عندما عرَّفاه بأنَّه: ظهور اللغات وبروزها على اللافتاتِ العامة والتجارية في إقليم أو منطقة معينة، وأشارا إلى أنَّ اللغات الظاهرة في المجالِ العام تؤدي وظائف إعلامية ورمزية معًا؛ فهي تنقل المعلومات من جهة، وتكشف عن مكانةِ اللغة وقيمتها الاجتماعية والرمزية من جهةٍ أخرى.

هـذا وتكتسب دول مجلس التعاون الخليجي أهمية خاصة في هـذا المجال؛ لأنَّها تمثل فضاءً لغويًّا مركبًا يجمع بين العربية بوصفها لغةً رسمية ومركزية رمزية، وبين الإنجليزية -بشكلٍ خاص- بوصفها لغةً واسعة الانتشار في مجالات العمل والتجارة والتعليم والخدمات، داخل مجتمعات تتسم بدرجات مرتفعة من التنوع السكاني واللغوي (Hopkyns & Elyas, 2022 ،Baig ،2024). وقد جعلت التحولاتُ العمرانيةُ والاقتصادية والسياحية التي شهدتها المدنُ الخليجيةُ الكبرى الفضاءَ العام الخليجي أكثر كثافة في اللافتات التجارية والرسائل البصرية، وهو ما أعطى المشهد اللغوي دورًا متزايدًا في تشكيل صورة المكان وهويته ووظيفته (Hopkyns & Zoghbor, 2022).

مفهوم المشهد اللغوي:

يُعدُّ مفهوم المشهد اللغوي من المفاهيم التي شهدت تطورًا ملحوظًا في الدراسات اللغوية المعاصرة؛ إذ تجاوز النظر إليه بوصفه مجرد رصدٍ للغات الظاهرة في الفضاءِ العام إلى اعتبارهِ إطارًا تحليليًّا يُعنى بدراسةِ العلاقةِ بين اللغةِ والمكانِ وما تحمله من أبعادٍ اجتماعيَّةٍ وثقافيَّةٍ وسياسيَّةٍ واقتصاديَّةٍ (Van Mensel et al., 2016 ،Landry & Bourhis ،1997). وفي هذا السياق لا تُفهم اللافتات العامة باعتبارها وسائط لنقلِ المعلومات فحسب، بل بوصفها موارد سيميائية تُسهم في إنتاجِ المعاني وتمثيل الهُوية وإبراز أنماط السلطة والانتماء داخل الفضاء الاجتماعي (Jaworski & Thurlow, 2010 ،Scollon & Scollon, 2003). ومن ثمَّ فإن دراسة المشهد اللغوي لا تقتصر على تحديد اللغات الحاضرة في المجال العام، بل تمتد إلى تحليل طرائق عرضها وتنظيمها ومواقعها ووظائفها ودلالاتها، بما يتيح فهمًا أعمق للتفاعلات الاجتماعية والثقافية التي تتجسد من خلالها اللغة في الحياة اليومية (Shohamy & Gorter, 2009 ،Gorter, 2006).

الخليج العربي بوصفه فضاءً للمشهد اللغوي:

تُظهر الأدبيات الخليجية أنَّ المنطقة تمثِّل حالة لغوية معقدة تتجاور فيها العربية والإنجليزية داخل مشهدٍ لغويٍّ اجتماعي يتسم بالعولمة، والهجرة السكانية الكثيفة، والتمدن المتسارع، والاقتصاد العالمي (Hopkyns & Zoghbor, 2022؛ Gallagher, 2025). وتشير دراسات حديثة في الهُويَّة اللغوية الخليجية إلى أنَّ العربية لا تزال تحتفظ بمكانتها الرسمية والثقافية، في حين تؤدي الإنجليزية أدوارًا عملية ورمزية متزايدة في التعليم، والأسواق، والخدمات، والفضاءات شبه الرسمية (Hopkyns & Elyas, 2022؛ Baig, 2024). وتؤكد الأدبيات الخليجية أنَّ التحدي لم يَعد متعلقًا بوجود الإنجليزية من عدمه، بل بكيفية إدارة العلاقة بين اللغتين في المجال العام وفي السياسات والمؤسسات، بحيث لا يتحول الحضور المتزايد للإنجليزية إلى تقويضٍ رمزيٍّ أو وظيفيٍّ لمركزية العربية. ومن هنا تبدو المدن الخليجية بيئات خصبة لدراسات المشهد اللغوي؛ لأنَّها تضم فضاءات متغايرة: أسواقًا تقليدية، ومراكز تجارية حديثة، ومطارات، ومقاهي، ومناطق سكنية متعددة الجنسيات، وأحياء عمل وصناعة. وكلُّ فضاء من هذه الفضاءات ينتهج سياسة لغوية ضمنية أو صريحة تختلف عن الآخر، سواء من حيث اللغات الظاهرة، أو ترتيبها، أو مقدار التوازن بينها، أو درجة التزامها بالضوابط الرسمية. ولهذا فإنَّ المشهد اللغوي في الخليج لا يكتفي بعكس الواقع الاجتماعي، بل يشارك أيضًا في بنائه وإعادة إنتاجه من خلال ما يُبرزه وما يُهمشه من لغاتٍ ورموز ووظائف (Landry & Bourhis, 1997؛ Shohamy & Gorter, 2009؛ Hopkyns & Elyas, 2022).

الدراسات الخليجية للمشهد اللغوي:

تشيرُ وقائعُ الدراساتِ والأبحاث الخليجية في المشهد اللغوي إلى نمو مسار بحثي انتقل من الوصف العام لحضور اللغات في المجال العام إلى تحليل دقيق لعلاقات اللغة بالهُويَّة والاقتصاد والعولمة والسياسة اللغوية. ومن الدراسات المهمة في هذا المسار دراسة Buckingham and Al-Athwary (2016) عن اللافتاتِ التجارية في عُمان واليمن، وهو عمل ربط بين استعمال الإنجليزية في الإعلان التجاري وبين التحولات الاجتماعية والقيمية والاقتصادية في المجال اللغوي العام، وقد بينت الدراسة أنَّ اللافتات التجارية ليست مجرد أدوات للإشهار، بل هي وسائل لتمثيل الحداثة والانفتاح وتوجيه الخطاب الاستهلاكي.

وفي دراسةٍ أخرى مقارنة بين المشهد اللغوي التجاري في عمَّان والدوحة تناولت دراسة Omar (2019) لغة لافتات المحلات التجارية في المدينتين، وأظهرت أنَّ استخدام العربية أو الإنجليزية أو الجمع بينهما يرتبط بالخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لكل من أصحاب المحلات والجمهور المستهدف. وقد بيَّنت الدراسة أنَّ اختيار أسماء المحلات ولغة اللافتات يتأثر بعوامل مثل المكانة الاجتماعية وعلاقات القوة والانتماءات الثقافية، وهو ما يجعل المشهد اللغوي جزءًا من البنية الاجتماعية للمدينة، لا مجرد انعكاس محايد لها. وفي السياق القطري ربطت دراسةُ Amin and Zarrinabadi (2022) المشهدَ اللغوي في الدوحة بخطابات الوحدة الوطنية والاستدامة الاجتماعية والهوية الوطنية. وأوضحت الدراسة أن اللافتات العامة والتجارية لا تؤدي وظيفة تعريفية فحسب، بل تُستخدم أيضًا بوصفها أداة رمزية لنقل الرسائل الوطنية وتعزيز الانتماء الاجتماعي. وتبرز أهمية هذه الدراسة في توسيع فهم المشهد اللغوي بوصفه وسيلة لإنتاج الخطاب العام وتعزيز القيم المرتبطة بالدولة والمجتمع.

وفي البحرين قدَّم Gomaa (2017) دراسة إثنوغرافية عن المشهدِ اللغوي في المنامة من خلال ٤٩٣ صورة للافتات الشوارع، وانتهى إلى أنَّ العربية الفصحى الحديثة هي اللغة الأكثر بروزًا في المجال العام، مع حضور ضعيف للهجة البحرينية، وتأثير واضح للإنجليزية، وتمثيل محدود، ولكن ملحوظ للغات وافدة متعددة. حيث يتبين أنَّ الثنائية العربية والإنجليزية هي التركيب الثنائي الأكثر شيوعًا، الأمر الذي يعكس رسوخ هذا النمط بوصفه الصيغة الأكثر استقرارًا في لافتات الشوارع البحرينية.

وفي الإمارات تمثل دراسةُ Karolak (2022) حول سوق نايف في دبي إسهامًا مهمًا في دراسات المشهد اللغوي؛ لأنَّها وجَّهت الاهتمام نحو فضاءات الهجرة والعمالة منخفضة الدخل بدلاً من الاقتصار على المناطق التجارية الراقية. وأظهرت الدراسة أنَّ الإنجليزية أصبحت لغة تواصل مشتركة بين جماعات مهاجرة متعددة، وكشفت أنَّ تفاوت حضور اللغات في الفضاء العام يعكس تفاوتًا في المكانة الاجتماعية والرمزية لهذه اللغات، وليس مجرد تنوع لغوي ظاهري. وخلصت الدراسة أيضًا إلى أنَّ ارتفاع مستوى التعدد الثقافي لا يعني بالضرورة تمثيلاً متوازنًا للغات بل قد يؤدي إلى تسليعها، مع تصاعد حضور الإنجليزية بوصفها وسيلة للتفاوض داخل الفضاء الحضري. وبيّنت دراسةُ Hopkyns and van den Hoven (2022) عن مدينة أبوظبي أنَّ العربية والإنجليزية هيمنتا على لافتات التوعية المرتبطة بجائحة كوفيد ١٩، في حين ظل حضور اللغات الأخرى محدودًا رغم التنوع السكاني الكبير في المدينة. وتكشف هذه النتيجة عن إشكالية التمثيل اللغوي وإمكانية الوصول إلى المعلومات داخل المجتمعات متعددة اللغات، وتؤكد أنَّ التنوع السكاني لا ينعكس دائمًا بصورة متوازنة في المشهد اللغوي.

وفي السياق السعودي يمكن إدراج عدد من الدراسات البارزة ضمن المسار الخليجي العام. ففي خميس مشيط قدَّمت دراسة Alfaifi (2015) تحليلاً لأنماط حضور العربية والإنجليزية في المنطقة السياحية والمنطقة التجارية، وخلصت إلى أنَّ العربية كانت أكثر حضورًا في الفضاء السياحي، في حين بدا المجال التجاري أكثر تأثرًا بالعولمة، مع زيادة استخدام الإنجليزية فيه، وإن بقيت العربية هي اللغة الغالبة في المحصلة. وتكشف هذه الدراسة أثر وظيفة المكان في إعادة ترتيب اللغات بصريًّا ورمزيًّا داخل المدينة الواحدة.

وفي المدينة المنورة بحث Aljohani (2019) دور الدِّين والتعددية اللغوية والسياسة اللغوية في تشكيل الفضاء العام، معتمدًا على ٣٠٠ لافتة من ثلاثة محاور رئيسة، ومقابلات وتسجيلات للصوت المحيط. وأظهرت الدراسة أن الدِّين يُسهم بقوة في تشكيل المجال العام وفي إبراز هوية المدينة وقداستها، وأنَّ التعدد اللغوي يمثل جزءًا طبيعيًّا من الحياة اليومية في بعض أجزائها بفعل حضور الزوار والحجاج والمتحدثين بلغات متعددة. وتُعدُّ هذه الدراسة الميدانيَّة من الدراسات السعودية المهمة التي ربطت المشهد اللغوي بنظام المدينة المقدسة ووظائفها الدينية والسياحية معًا.

وفي الرياض هدفت دراسةُ العليان (٢٠٢٢) إلى وصف اللغة المستخدمة في لافتات المحلات التجارية من حيث شيوع الألفاظ الأجنبية، وتحديد المجالات الأكثر استخدامًا للتسميات الأجنبية، ورصد نظم الكتابة الأكثر استعمالاً عند تسمية المحلات بألفاظ أجنبية. وقد انتهت إلى حضور واضح للإنجليزية في قطاعات مختلفة، مع تفاوت ملحوظ بين الأنشطة التجارية، وشيوع لافت للنقل الصوتي للألفاظ الأجنبية. وتمثل هذه الدراسة إضافة كمية واسعة نسبيًّا في رصد اللافتات التجارية في الرياض.

وفي السياق نفسه، تناول كاتبُ هذه السطور دراسةَ المشهد اللغوي في المراكز التجارية وهي دراسة ميدانية للمشهد اللغوي في مدينة الرياض (٢٠٢٦)، كشفت هذه الدراسة عن وجود تباينٍ ملحوظٍ بين الفضاءات التجارية التقليدية والحديثة؛ إذ هيمنت اللافتات الأحادية اللغة على المشهد العام بنسبة (٧٢,٣٪) لصالح اللغة الوطنية(العربية)، مقابل (٢٧,٤٪) للافتات الثنائية اللغة، مع حضور محدود جدّا للافتات متعددة اللغات. وكشفت النتائج عن هيمنة اللغة العربية على المشهد اللغوي، لا سيما في الفضاءات التقليدية، في حين برزت الثنائية العربية والإنجليزية بصورة أكبر في الفضاءات الحديثة. وقد تبيَّن أنَّ اللغة الإنجليزية تمثل اللغة الأجنبية الرئيسة في اللافتات الثنائية اللغة، بما يعكس رسوخ الثنائية العربية والإنجليزية بوصفها النمط الأكثر شيوعًا في التواصل التجاري. وأظهرت نتائج المقابلات ارتباط العربية بدلالات الهُوية والانتماء، مقابل ارتباط الإنجليزية بمعاني الحداثة والعالمية، ممَّا يُشير إلى أنَّ أنماط استخدام اللغات في المشهد اللغوي تتأثر بطبيعة الفضاء ووظائفه الاجتماعية والاقتصادية، وتعكس في الوقت نفسه التفاعل بين الهُوية المحليَّة ومتطلبات الانفتاح العالمي الذي يتطلبه السوق.

وفي الطائف خلصت دراسةُ Almathkuri (2023) إلى أنَّ توظيف الإنجليزية في لافتات القطاع التجاري يُعزى إلى مكانتها العالمية ورأسمالها الرمزي بوصفها لغة جاذبة تجاريًّا، مع التأكيد على أهمية حضور العربية اتساقًا مع الخلفية اللغوية للعملاء. وقد دعت الدراسة إلى وضع سياسات واضحة لضبط الاستعمال المكثف للإنجليزية، لا سيما في اللافتات الثنائية. وتفيد هذه الدراسةُ في تأكيد أنَّ المسألة لا تتعلق بوجود الإنجليزية فحسب، بل بتنظيم استعمالها وتناغمه مع حضور العربية.

ومن خلال هذه الدراسات الخليجية مجتمعة يتضح أنَّ البحث في المشهد اللغوي قد انتقل من مجرد وصف اللغات الظاهرة إلى تحليل علاقاتها بالهوية والاقتصاد والعولمة والسياسة اللغوية والطبقة الاجتماعية ووظيفة المكان. ويتضح أنَّ الثنائية العربية والإنجليزية لاتزال الإطار الأكثر شيوعًا في كثير من الفضاءات الحضرية والتجارية، غير أنَّ دلالتها ووظيفتها تختلف باختلاف المدينة ونوع الفضاء وجمهوره، وهو ما يفتح المجال أمام مزيد من الدراسات المقارنة الدقيقة داخل المدن الخليجية نفسها.

التحديات الراهنة وأثر العولمة:

تكشف الأدبيات الخليجية أنَّ المشهد اللغوي في الخليج يواجه جملة من التحديات المتداخلة، لا يمكن اختزالها في مسألة وجود الإنجليزية أو حتى غياب العربية. ومن أبرز هذه التحديات: اختلال التوازن بين العربية والإنجليزية في بعض البيئات الحديثة، حيث تتقدم الإنجليزية أحيانًا إلى موقع الهيمنة البصرية أو الرمزية، إمَّا من خلال كِبَر الخط، أو موضع التقديم فتكون مُقدَّمة على اللغة الوطنية، أو قوة الحضور التسويقي. ويضاف إلى ذلك الفجوة بين السياسة المعلنة والممارسة الفعلية؛ إذ توجد في عدد من السياقات الخليجية تشريعات أو توجيهات تنظِّم حضور العربية في اللوحات والأسماء التجارية، لكن التطبيق في الواقع يظل متفاوتًا بحسب نوع الفضاء والجهة الرقابية وطبيعة العلامات التجارية نفسها.

وتبرز كذلك مشكلة الترجمة بوصفها تحديًا نوعيًّا؛ فالمشكلة ليست دائمًا في غياب العربية، بل في كيفية حضورها. فقد تكون العربية موجودة في الواجهة لكنها لا تؤدي وظيفة دلالية مكتملة، أو تأتي في صيغة تعريب صوتي لاسم أجنبي دون تمثيل حقيقي لمعناه، وهو ما وثقته الأدبيات في دبي وبعض البيئات التجارية الخليجية الحديثة. ويضاف إلى ذلك محدودية الإدماج اللغوي الحقيقي في البيئات متعددة الجنسيات؛ فوجود مجتمع شديد التنوع لغويًّا لا ينعكس بالضرورة في اللافتات على نحو مناسب.

ولا يمكن فهم هذه التحديات بعيدًا عن العولمة؛ لأنَّها العامل الأبرز الذي أعاد تشكيل اللغة في الفضاء الخليجي المعاصر. فالعولمة كثَّفت التنقل البشري، ووسَّعت حضور الإنجليزية بوصفها لغة التجارة والعلامات العالمية والخدمات والاتصال الدولي، وأعادت صياغة العربية نفسها داخل المشهد؛ إذ قد تظهر أحيانًا في صورة تعريب صوتي أو حضور زخرفي أكثر منه حضورًا دلاليًّا مستقلًّا. ومن هنا فإن العولمة لا تلغي العربية، لكنها تدفع إلى إعادة التفاوض على مواقع اللغات ووظائفها وحدود حضورها. ولهذا فإن التحدي الأساسي لا يتمثل في مجرد وجود الإنجليزية، بل في شكل هذا الوجود، ومدى اتزانه مع حضور العربية، ومدى حفاظه على فاعلية العربية بوصفها لغة للمعنى والهوية والسيادة داخل المدينة الخليجية الحديثة.

خاتمة:

يتضح أنَّ المشهد اللغوي في دول مجلس التعاون الخليجي يمثِّل مجالاً مهمًّا لفهم التحولات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تشهدها المدن الخليجية المعاصرة؛ إذ لم تعد اللافتات والكتابات الظاهرة في الفضاء العام مجرد أدوات تعريفية أو إرشادية، بل أصبحت نصوصًا حضرية تكشف عن علاقة معقدة بين اللغة والهُوية والعولمة ووظائف المكان. فالعربية بما تحمله من شرعية رسمية ورمزية وطنية وثقافية، تظلُّ اللغة المركزية في التعبير عن الانتماء والسيادة والخصوصية الحضارية، في حين تحضر الإنجليزية باعتبارها لغة الاقتصاد العالمي والحداثة وذلك لما تُؤديه من وظائف تجارية واتصالية دولية. غير أنَّ الإشكال لا يكمن في حضور الإنجليزية في حدِّ ذاته ولا في التعدد اللغوي بوصفه ظاهرة طبيعية في مجتمعات منفتحة ومتعددة، بل في طبيعة التوازن بين اللغات، وفي الكيفية التي تظهر بها العربية والإنجليزية من حيث الترتيب، والحجم، والوظيفة، والدلالة. وعليه فإنَّ صون مكانة العربية لا يتحقق بمجرد ظهورها البصري على اللافتات، وإنَّما عبر تفعيل دورها الدلالي بوصفها لغةً فاعلة في إنتاج المعنى لا مجرد إضافة جماليَّة للافتة. وينبغي أن يدار الانفتاح على اللغات العالمية ضمن سياسات لغوية واضحة تراعي هوية المكان، وحاجات الجمهور، وجودة الترجمة، والتمثيل اللغوي. وبذلك يغدو المشهد اللغوي الخليجي مجالاً لإعادة التوازن بين الأصالة والانفتاح، وبين متطلبات التنمية وحماية الهوية، بما يعزز من حضور العربية بوصفها ركيزة للانتماء والسيادة الثقافية، دون إغفال مقتضيات التواصل العالمي في المدينة الخليجية الحديثة.

المراجع:

البقمي، عائض بن عبدالله. (٢٠٢٦). المشهد اللغوي في المراكز التجارية بالرياض: دراسة في التعددية والسياسة اللغوية -رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية-.

العليان، فهد بن صالح. (٢٠٢٢). المشهد اللغوي في مدينة الرياض: دراسة وصفية تحليلية للغة المستعملة في لافتات المحلات التجارية. مجلة الجامعة الإسلامية للغة العربية وآدابها، ٦(١)، ٢٧٦-٣١٢.

مجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية. (٢٠٢٥). الواقع اللغوي للغة العربية في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، ط١.

Al-Athwary, A. A., & Buckingham, L. (2016). Linguistic landscape as an indicator of the status of English in Yemen and Oman. Journal of English Linguistics, 58–38 ,(1)44.

Alfaifi, A. (2015). Linguistic landscape: The use of English in the tourist and commercial areas of Khamis Mushait. Journal of Arab English for Specific Purposes, 40–18 ,(2)1.

Aljohani, N. (2019). The linguistic landscape of Al-Madinah Al-Munawwarah: A socio-semiotic perspective (Doctoral dissertation). University of Leeds.

Almathkuri, M. (2023). English and Arabic in the linguistic landscape of Taif commercial signs: Globalization and language policy perspectives. International Journal of Linguistics, Literature and Translation, 132–120 ,(4)6.

Amin, F., & Zarrinabadi, N. (2022). Linguistic landscape, national identity, and social sustainability in Doha. Sustainability, 17–1 ,(18)14.

Baig, R. (2024). The English language in the Gulf: A lingua franca redefining identity and opportunity. Journal of English Language and Literature, 9–1 ,(1)11.

Gallagher, K. (2025). World Englishes in the Arab Gulf States. Routledge.

Gomaa, Y. A. (2017). The linguistic landscape of Manama, Bahrain: An ethnographic approach. International Journal of Arabic-English Studies, 144–125 ,(1)17.

Gorter, D. (Ed.). (2006). Linguistic landscape: A new approach to multilingualism. Multilingual Matters.

Hopkyns, S., & Elyas, T. (2022). Arabic vis-à-vis English in the Gulf: Bridging the ideological divide. In S. Hopkyns & W. Zoghbor (Eds.), Linguistic identities in the Arab Gulf States: Waves of change (pp. 30–13). Routledge.

Hopkyns, S., & van den Hoven, M. (2022). Linguistic inclusion and exclusion on Abu Dhabi coronavirus signage. In S. Hopkyns & W. Zoghbor (Eds.), Linguistic identities in the Arab Gulf States: Waves of change (pp. 183–167). Routledge.

Hopkyns, S., & Zoghbor, W. (Eds.). (2022). Linguistic identities in the Arab Gulf States: Waves of change. Routledge.

Jaworski, A., & Thurlow, C. (Eds.). (2010). Semiotic landscapes: Language, image, space. Continuum.

Karolak, M. (2022). Linguistic landscape in Naif Souq, Dubai: Migration, multilingualism, and space. In S. Hopkyns & W. Zoghbor (Eds.), Linguistic identities in the Arab Gulf States: Waves of change. Routledge.

Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. Journal of Language and Social Psychology, 49–23 ,(1)16.

Omar, Y. Z. (2019). Linguistic landscape in Amman and Doha: A comparative study of shop signs. International Journal of Arabic-English Studies, 194–173 ,(2)19.

Scollon, R., & Scollon, S. W. (2003). Discourses in place: Language in the material world. Routledge.

Shohamy, E., & Gorter, D. (Eds.). (2009). Linguistic landscape: Expanding the scenery. Routledge.

Van Mensel, L., Vandenbroucke, M., & Blackwood, R. (2016). Linguistic landscapes. In O. García, N. Flores, & M. Spotti (Eds.), The Oxford handbook of language and society (pp. 449–423). Oxford University Press.



الورقة الثَّانية

مقدم الورقة

الأستاذ/ عمر بن سعيد بن فرج الشَّحري
باحث في اللغويات الاجتماعية والحاسوبية
مركز السلطان قابوس العالي للثقافة والعلوم
سلطنة عمان

المشهد اللغوي في العلامات التجارية

مقدمة

يعدُّ حقل المشهد اللغوي حقلاً حديثًا نسبيًّا في أدبيات البحث التخصصي أو البيني، وهو حقل يختص بشكلٍ عام باللغاتِ المشاهدة في الحياة العامة، ويشير بلومرت Blommaert (2012) إلى أنَّ النظر في اللافتات العامة يمكن أن يقود نحو رؤى حول البنية الاجتماعية التي تناسبها؛ وذلك من مبدأ التسلسل من العلاماتِ إلى الممارساتِ إلى الناس. ما يمكن أن يستدعي تحليلاً حقيقيًّا للمشهد اللغوي للكشف عن القضايا العامة المتصلة باللغات في المجتمعات. فهو مبحثٌ قائمٌ بذاته نشأ في أحضانِ اللسانيات الاجتماعية، ليصبح مجالاً بينيًّا تتجاذبه عدةُ تخصصاتٍ، وتجلى ذلك من تنوع مقارباته ومنهجياته وطرائقه (المسعودي والدخيل، ٢٠٢١).

المشهد اللُّغوي: ظاهرة لغوية أم حقل علمي؟

يظهر أن المفهوم قد مرَّ بتطورات كثيرة، وأنه لا يزال غير مستقر على تعريف محدد؛ لعدم اتفاق التعريفات على مفهوم المشهد اللغوي من حيث دلالته على الظواهر اللغوية البارزة في الحيز العام، ودلالاته في الوقت ذاته على الحقل الذي يعنى بدراسة اللغة في الحيز العام، وهو أمرٌ جليٌّ في تعريف جورتر Gorter (2019) «المشهد اللغوي حقل يحاول أن يفهم أشكال تعدد اللغات المعروضة في الأماكن العامة من دوافعها، واستخداماتها، وأيديولوجياتها، وأصناف اللغة فيها، والمنازعات عليها» (ص: ٤٢)، وتعريف الشويرخ (١٤٣٨هـ) تعريفًا شاملاً، حيث عرفه بأنه: «المظاهر اللغوية التي تسم الفضاءات العامة (ص: ١٦٧)، علاوة على مرور المشهد اللغوي بمستجدات مرتبطة بالدراسات البينية، والمناهج البحثية المختلفة، والأدوات التكنولوجية الحديثة (Maly & Blommaert, 2019)؛ الأمر الذي نتج عنه تطورات في المفهوم نفسه لدلالته على معانٍ أخرى لم تكن موجودة من قبل.

ومن ذلك أيضًا عدم الاستقرار على نوع اللغة المراد دراستها في الحيز العام من حيث اللغة المكتوبة واللغة المنطوقة، وعلى هذا يكون تعريف جورتر Gorter (2019) مناسبًا من حيث دلالته على الحقل الذي يعنى بدراسة اللغة في الحيز العام؛ كونه تعريفًا شاملاً واسعًا لاشتمال عبارة «يحاول أن يفهم» على كلِّ الوسائل التي ترمي لقراءة المشهد اللغوي في الدراسات، مع اشتماله على الدوافع والأيديولوجيات والاستخدامات ونحوها من العبارات التي تتسع لتطور الحقل، مع صلاحيتها لتصف بشكلٍ عام الاهتمامات العلمية الحالية بحقل المشهد اللغوي. أما تعريف الشويرخ (١٤٣٨هـ) فهو الأنسب لدلالته على اللغة بشكلها العام سواء المكتوبة أم المنطوقة، وذلك جلي في عبارة «المظاهر اللغوية»، ولهذا يكون التعريفان مكملين لبعضهما، وذلك أشمل لوصف المشهد اللغوي في ظل هذا التطور، رغم وجود عمومية في التعريفين قد تقرأ من زاوية سلبية في بعض الأحيان.

المشهد اللغوي وتعدد المقاربات:

أ) المناهج المتبعة في دراسة المشهد اللغوي:

وقسَّم المسعودي والدخيل (٢٠٢١) المناهجَ المتبعة في دراسة المشهد اللغوي بناءً على الدراسات التي اتبعت تلك المناهج، فخلصا إلى أن المناهج إما كمية، أو نوعية، أو مشتركة (كمية ونوعية)، أو مقارنة، أو تاريخية. وكلٌّ منهجٍ من المناهج له أدواته وآلياته وأهدافه وإيجابياته وسلبياته.

ب) وحدة التحليل:

وحدة التحليل هي العلامة التي يُستند عليها في جمع البيانات، وغالبًا هي مرتبطة بمحددات أخرى في الجمع والتصنيف، ويشدد الباحثون على تحديد مكان جمع البيانات بدقة، وعلى تحديد وحدة التحليل. وهي من أبرز القضايا التي تثار في الدراسات التي تناولت المشهد اللغوي؛ ذلك أن المشهد اللغوي أصلاً مختلَف في ماهية العلامات التي تمثله، إضافة إلى صعوبة تأطير قضايا متعلقة بنسبة اللغة إلى إقليم بعينه، أو لغة بعينها في الدراسات الكمية (Edelman,2010)، والاختلاف كذلك في ترجمة الاسم أو نقله صوتيًا، علاوة على ظهور ما يسمى علامات تجارية عالمية، مع اشتراك كثير من اللغات في قواسم مشتركة بحيث يصعب مع كلِّ ذلك النسبة إلى لغةٍ بعينها؛ ومن هنا يغلب على الدراسات التي تناولت المشهد اللغوي مرونة في تحديد وحدة التحليل وتصنيفها، بخاصة في حالة التعدد اللغوي.

المشهد اللغوي وقانون العلامات التجارية الخليجي:

وتخضعُ العلامةُ التجارية لأنظمة وقوانين خاصة بها، وذلك وفق نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج وفق المرسوم السلطاني (٢٠١٧/٣٣) الصادر بتاريخ ٢٠١٧/٧/٢٥م المنشور في الجريدة الرسمية عدد (١٢٠٤)، وتستثنى من القرارات واللوائح المنظمة لأسماء اللافتات، نحو: «إذا لم يكن للعمل التجاري علامة تجارية محددة (و/ أو شعار) ينبغي أن تذكر اللافتة الاسم التجاري بالكامل للنشاط التجاري باللغتين العربية والإنجليزية «(دليل اللافتات التجارية، بلدية مسقط)، ومنه ما جاء في القرار الوزاري (٢٠١٦/١٢٤) الصادر بتاريخ ٢٠١٦/٥/٨م المنشور في الجريدة الرسمية العدد (١١٤٥)، في المادة رقم (٦) ما نصه: «لا يجوز أن يتخذ أي فرع للمنشأة في أي نشاط تجاري لها اسمًا تجاريًا مستقلاً عن اسم المنشأة. ويحق تسجيل أي علامة تجارية للمنشأة أو فروعها، وذلك وفقًا لقانون حقوق الملكية الصناعية المشار إليه».

وبذلك يمكن القول إن انضمام السلطنة لنظام العلامات التجاري لدول المجلس التعاون لدول الخليج قد شكَّل منعطفًا رئيسًا في المشهد اللغوي في سلطنة عمان بشكل عام وفي مدينة صلالة بشكلٍ خاص؛ حيث أصبحت السياسة اللغوية والتخطيط اللغوي على صنفين: صنف تخضع له اللافتات التجارية العادية (القياسية)، وصنف آخر تتدرج العلامات التجارية فيه؛ الأمر الذي أتاح لأصحاب الأنشطة التجارية الحرية شبه المطلقة في تصميم اللافتات، واختيار لغة الاسم التجاري، عن طريق تسجيل العلامة التجارية في الجهات الرسمية.

من هنا يكون المشهد اللغوي ما قبل سنة ٢٠١٧م في اللافتات التجارية من قبيل اللافتات القياسية، وذلك ما ظهر أيضًا في دراسة باكنغهام Buckingham (2014) التي قامت بالتقاط ١٦٠٠ لافتة في مناطق متعددة من سلطنة عمان بما فيها مدينة صلالة، ولم تشر إلى وجود لافتات من قبيل العلامات التجارية، ولم ترفق سوى لافتات قياسية.

وهذه المرونة التي ظهرت في قانون العلامات التجارية جعلت المشهد اللغوي في تأثر مباشر بعوامل أخرى تاريخية واجتماعية واقتصادية وثقافية لكلٍّ الأطراف المتفاعلة معه؛ فظهرت لافتات بلغاتٍ أحادية سواءً بالعربيةِ أو باللغاتِ الأخرى، وظهرت لافتات منقولة حرفيًّا بحروف اللغات الأخرى، ولافتات ثنائية اللغة ومتعددة اللغات، وبتصاميم متنوعة جدًّا؛ وذلك في سبيل الغاية الأساسية للعلامة التجارية «التميز والتفرد»؛ وهو ما يثير أسئلة في نواحٍ شتى، منها: بمعزل عن التشريعات والأنظمة الموجهة للوضع اللغوي بشكلٍ عام، ما الأسباب التي تكمن وراء ظهور اللغات وبروزها في المشهد اللغوي؟ ومن هو الموجِه حينها؟

أنواع اللافتات التجارية:

أ) اللافتات التجارية العادية (القياسية):

هي لافتةٌ تجارية تقترن بنشاطٍ تجاريٍّ ما للتعبير عمَّا يقدمه النشاط من منتجاتٍ أو خدمات، ويشترط تعليقها على واجهة الطابق الأول أعلى واجهة المحل، ويمكن تعليقها على البنايات التجارية والمتعددة الاستخدامات كافة، التي يوجد بها نشاط تجاري، ويشترط فيها ذكر الاسم التجاري بالكامل للنشاط التجاري باللغتين العربية والإنجليزية، وقد تعطى الأولوية لأيٍّ من اللغتين بارتفاعٍ لا يتجاوز نصف متر (دليل اللافتات التجاري، بلدية مسقط).



شكل (١): صور لافتات قياسية (عادية)

ب) العلامة التجارية:

هي لافتاتٌ تجاريةٌ خاضعة لقانون العلامات التجارية الخليجي، وتميزت باختلافها شكلاً ومضمونًا، ومادةً، وقانونًا عن اللافتات القياسية. وهذه اللافتات سميت بـ «العلامة التجارية» في الجهات والأنظمة القانونية الرسمية؛ كونها تتيح مرونة شبه مطلقة في تصميمها، وشكلها، ومضمونها، ولغتها. وهي على الصعيد الحالي تظهر على ثلاثة أشكال: اسم وشعار، شعار فقط، اسم فقط.



شكل (٢): صور علامات تجارية

التوصيات:

- إجراء تقييم للسياسة اللغوية والتخطيط اللغوي في قانون العلامات التجارية الخليجي، ورفع مقترحات للجهات الفاعلة لصون اللغة العربية في المشهد اللغوي والحفاظ عليها.
- صناعة محتوى إعلامي عربي يوافق ميول الشباب والنشء؛ لتصحيح تصوراتهم عن اللغة العربية.
- إجراء المزيد من الدراسات عن سيميائيات المشهد اللغوي الاجتماعية في مدن عربية أخرى.

المراجع:

الشويرخ، صالح ناصر. (١٤٣٨هـ). قضايا معاصرة في اللسانيات التطبيقية. مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية. الرياض.

المسعودي، عبد العزيز والدخيل، معاذ. (٢٠٢١). المشهد اللغوي في بريدة. اللسانيات العربية، ١٤(١)، ١-٢٩.

الجريدة الرسمية. القرار الوزاري رقم: (٢٠١٦/١٢٤).

الجريدة الرسمية. المرسوم السلطاني رقم: (٢٠١٧/٣٣).

Buckingham, L. (2015). Commercial signage and the linguistic landscape of Oman. World Englishes, .435-411 ,(3)34

Blommaert, J. (2012). Chronicles of complexity: Ethnography, superdiversity, and linguistic landscapes (Tilburg Papers in Cultural Studies 29). Tilburg, Netherlands: Tilburg University.

Gorter, D. (2019). Methods and techniques for linguistic landscape research: About definitions, core issues and technological innovations. In M. Pütz & N. Mundt (Eds.), Expanding the Linguistic Landscape: Multilingualism, Language Policy and the Use of Space as a Semiotic Resource (Vol. 2, pp. 57–39).

Maly, I., & Blommaert, J. (2019). Digital ethnographic linguistic landscape analysis (ELLA 2.0). Tilburg Papers in Culture Studies, .25-1 ,233

Edelman, L. (2010). Linguistic landscapes in the Netherlands: a study of multilingualism in Amsterdam and Friesland. Doctoral Dissertation. Netherlands Graduate School of Linguistics.



الورقة الثّالثة

مقدم الورقة

الدكتورة/ سهام موسى آل حيدر
أستاذ اللغويات التطبيقية المشارك واللسانيات
جامعة الملك خالد
المملكة العربية السعودية

هندسة الأبجديات ودورها في تشكيل المشهد اللغوي

مقدمة

يُعدُّ المشهد اللغوي أحد المؤشرات البصرية المهمة التي تعكس الواقع اللغوي والثقافي للمجتمعات، من خلال ما يظهر في الفضاءِ العام من لافتات وإشارات ولوحات إعلانية ومعلوماتية. وفي دول مجلس التعاون الخليجي، يشهد المشهد اللغوي تنوعًا ملحوظًا نتيجة التفاعل بين اللغة العربية واللغات العالمية الأخرى، ولا سيما الإنجليزية، في ظل التحولات الاقتصادية والعمرانية والانفتاح على الأسواق الدولية.

ورغم هذا التنوع، تظل اللغة العربية الركيزة الأساسية للمشهد اللغوي الخليجي، بوصفها لغة الهوية والثقافة والتاريخ، فضلاً عن كونها اللغة الرسمية في جميع دول المجلس. وتسهم العربية في تعزيز الانتماء الوطني والحفاظ على الخصوصية الثقافية، وتؤدي دورًا محوريًا في تشكيل الهوية البصرية للمدن والمؤسسات والفضاءات العامة. ومن هنا تبرز أهمية تطوير تصميمات حروفية وأبجديات عربية معاصرة تجمع بين الأصالة والحداثة، بما يعزز حضور اللغة العربية في المشهد اللغوي ويواكب متطلبات التنمية والتواصل في المجتمعات الخليجية.



سنتناول في هذه الورقة العلمية المحاور التالية:

١. تعريف اللغويات المشهدية ومدخل للسيميائية

٢. تكييف المشهد اللغوي الخليجي (منهجية التصميم الهندسي للأبجديات)

٣. التخطيط اللغوي (السياسة اللغوية)

٤. الإقصاء اللغوي

٥. الظواهر اللغوية المعاصرة

Linguistic Landscape and Semiotics
تعريف اللغويات المشهدية ومدخل للسيميائية

يُعرَّف المشهد اللغوي بأنه الظهور المرئي للغات في الفضاء العام من خلال اللافتات والإشارات المرورية وأسماء الشوارع والمباني والإعلانات التجارية واللوحات الحكومية وغيرها من النصوص المعروضة في الأماكن العامة. ويُستخدم المشهد اللغوي بوصفه أداة لدراسة العلاقة بين اللغة والهوية والثقافة والسلطة والسياسات اللغوية داخل المجتمع.

ويُعد التعريف الأكثر استشهادًا في الأدبيات العلمية هو تعريف:

Rodrigue Landry &Richard Y. Bourhis (1997):

«لغة اللافتات العامة، ولوحات الإعلانات، وأسماء الشوارع، وأسماء الأماكن، واللافتات التجارية، واللافتات الحكومية الموجودة في فضاء جغرافي معين.»

أهمية المشهد اللغوي

يساعد المشهد اللغوي على:

- فهم التوزيع الفعلي للغات في المجتمع
- دراسة العلاقة بين اللغة والهوية الوطنية والثقافية
- تحليل السياسات اللغوية وتطبيقاتها في الفضاء العام
- الكشف عن علاقات القوة والهيمنة بين اللغات
- قياس حضور اللغة الرسمية مقارنة باللغات الأخرى

Semiotics مدخل للسيميائية:

السيميائية أو علم العلامات هي العلم الذي يدرس العلامات والرموز وكيفية إنتاج المعاني وتفسيرها في التواصل الإنساني. ولا تقتصر السيميائية على اللغة المكتوبة أو المنطوقة، بل تشمل الصور والألوان والأشكال والإشارات والإعلانات والعمارة وكل ما يمكن أن يحمل معنى.

تنطلق السيميائية من فكرة أن الإنسان يعيش في عالم مليء بالعلامات التي يفسرها باستمرار لفهم محيطه والتفاعل معه. ولذلك تهتم بدراسة العلاقة بين العلامة وما تشير إليه من معنى، وكيف يفسرها المتلقي ضمن سياق ثقافي واجتماعي معين.

رواد السيميائية

Charles Sanders Peirce	Ferdinand de Saussure
قسَّم العلامات إلى: **أيقونة** (Icon): تشبه الشيء الذي تمثله **مؤشر** (Index): يرتبط بالشيء بعلاقة سببية أو مادية **رمز** (Symbol): يعتمد على الاتفاق والعرف الثقافي	**رأى أن العلامة اللغوية تتكون من:** **الدَّال** (Signifier): الشكل أو الصورة الصوتية للكلمة **المدلول** (Signified): المفهوم أو المعنى المرتبط بها

Charles Sanders Peirce	Ferdinand de Saussure
مثال سيميائي من المشهد اللغوي لنفترض وجود لوحة لمقهى في إحدى مدن الخليج اسم المقهى مكتوب بالخط العربي التقليدي اللون الذهبي مستخدم في الشعار توجد زخارف إسلامية هندسية	**مثال عملي:** كلمة «شجرة» هي الدال صورة الشجرة الذهنية هي المدلول

Geometric Design of Alphabets (GDA)
تكييف المشهد اللغوي الخليجي (منهجية التصميم الهندسي للأبجديات)



تُعرِّف آل حيدر(٢٠١٨، ٢٠٢٤) منهجيةَ التصميم الهندسي للأبجديات على أنه **نمط سيميائي يُعنى بالخصائص البصرية لنظام الكتابة في النصوص المعروضة، مثل نوع الخط ولونه وحجمه وتنسيقه، باعتبارها موارد دلالية تؤدي دورًا مهمًا في تشكيل المعنى والهوية البصرية داخل المشهد اللغوي**. جمالية هذه المنهجية هي أنها تجعل كلَّ من يرى التصميم على اللوحات من بعيد يعتقد أنها لغة واحدة وليست لغتين مختلفتين، فأساس هذه المنهجية توفر على الأقل لغتين مختلفتين أو أكثر على اللوحة. على سبيل المثال الصورة التالية:

وهي صورة لاسم فندق في مدينة الرياض، في المملكة العربية السعودية، يكاد الرائي للصورة من بعيد الظن أنها لغة واحدة بسبب التماثل الهندسي بين اللغتين (العربية والإنجليزية) على اللوحة نفسها، حيث تظهر الحروفُ بحجمٍ واحدٍ، ونوعِ خطٍّ واحدٍ، وتمايزٍ في اللون مما يُضفي عليه جمالاً وجاذبية، ونرى تماثل الأحرف التالية بين اللغتين (حرف الدَّال في العربية (د) يتماثل مع حرف (d) في الإنجليزية في التقوس نفسه، وحرف (ة) المربوطة في نهاية الكلمة العربية (دارة) يتماثل تماماً مع حرف (a) في نهاية الكلمة الإنجليزية dara). هذه المنهجية تُلاحظ بشكلٍ كبير ومنتشر في الأسواق والمحلات التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي وفي الشرق الأوسط بشكلٍ أعم.

التخطيط اللغوي (Language planning)

التخطيط اللغوي هو مجموعةُ السياسات والإجـراءات المقصودة التي تهدف إلى تنظيم استعمال اللغات وتطويرها وتحديد أدوارهـا في المجتمع بما يحقق أهدافًا ثقافية وتعليمية وتنموية. هذه السياسات تصدر من الجهة الرسمية في الدولة وتُعنى بذلك الوزارة المختصة مثل وزارة التجارة، وزارة الثقافة، والمجامع اللغوية والهيئات المتخصصة، بوضع الأطر المنظمة والقواعد التنفيذية لإصدار هذه اللوح وتصميمها. وتختلف في طبيعتها إذا كانت تجارية أو حكومية.

الإقصاء اللغوي (Language exclusion)

الإقصاء اللغوي هو إحدى آليات المشهد اللغوي التي قد تتمثل في الاستخدام الحصري للغة واحدة، بما يؤدي إلى تهميش أو استبعاد المتحدثين باللغات الأخرى من الوصول إلى المعلومات أو المشاركة الكاملة في الفضاء العام، وقد ينتج الإقصاء اللغوي عن ضغوطٍ سياسية بين الدول أو في المقابل قد يكون إحدى ممارسات القوة الناعمة بالتركيز على اللغة المهيمنة وهي اللغة الرسمية للدولة وتميزها بجعلها اللغة الوحيدة على بعض اللوح في بعض الأماكن الحكومية ذات السيادة.

بعد استعراض كلٍّ من التخطيط اللغوي والإقصاء اللغوي، من المهم ذكر أنَّ التخطيط اللغوي ليس بالضرورة إقصاءً لغويًا؛ بل يمكن أن يكون أداةً لتعزيز العدالة اللغوية. ومع ذلك، إذا صُممت السياسات اللغوية دون مراعاة التنوع اللغوي للمجتمع، فقد تؤدي إلى أشكال من الإقصاء اللغوي، سواء بشكلٍ مباشر أو غير مباشر.

الظواهر اللغوية المعاصرة Language Trends

الظواهر اللغوية هي الأنماطُ والتغيراتُ التي تطرأ على استخدام اللغة في مجتمع معين خلال فترة زمنية محددة، نتيجة عوامل اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية أو تقنية، وتنعكس في المفردات وأساليب التواصل والكتابة والخطاب العام. ويمكن تعريفها في سياق المشهد اللغوي بأنَّها: التغيرات والأنماط المتكررة في استخدام اللغات وتمثيلها بصريًا في الفضاء العام، بما يعكس التحولات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية في المجتمع. أمثلة على الاتجاهات اللغوية في المشهد اللغوي الخليجي:

- ازدياد الثنائية اللغوية: استخدام العربية والإنجليزية معًا في اللوحات التجارية والإرشادية.
- تعاظم حضور اللغة الإنجليزية: انتشار المصطلحات الإنجليزية في قطاعات الأعمال والتقنية والسياحة، مثال:
  Coffee, Lounge, Mall, Business Center
- عودة الاهتمام بالهوية اللغوية العربية: استخدام الخط العربي في الشعارات والهويات البصرية للمؤسسات.
- الجمع بين العربية والإنجليزية في الاسم أو الإعلان الواحد (تطبيق منهجية التصميم الهندسي للأبجديات):Code-Mixing المزج اللغوي

التحول الرقمي للغة

انتشار الرموز التعبيرية والاختصارات والرسوم. (Hashtags) في التواصل العام والإعلانات

تعريب المصطلحات الحديثة: على سبيل المثال استخدام Artificial Intelligence بدلاً من الذكاء الاصطناعي.

وهناك ظواهر لغوية كثيرة منتشرة في دول الخليج أمثلة:

التعريف	المصطلح
العربية التي يُتحدث بها يوميًا	العربية العامية أو العربية الدارجة Colloquial/Vernacular Arabic
هي لهجةٌ بيضاء تخلو من أي تميز قبيلي ومناطقي وعادة ما يتحدث بها المتعلمون أو الأجيال الشبابية.	اللهجة البيضاء أو اللهجة الحضرية Urban dialect/ white dialect
وهي تنوعٌ من اللغة العربية، يُتَحَدَّثُ بها بين دول الخليج العربي	العربية الخليجية Gulf Arabic
وهي تنوعٌ من العربية الركيكةِ التي تنتج عن عدم وجود لغة مشتركة، وتكون بين الأفراد القادمين للعمل في دول الخليج من شرق آسيا والخليجين.	العربية الخليجية الهجينة Gulf Pidgin Arabic

التعريف	المصطلح
وهي لغةٌ هجينةٌ ركيكةٌ تنتج عن عدم وجود لغة مشتركة بين طرفين	اللغة الهجينة Pidgin
وهي إدخالُ كلمةٍ أو مصطلح أجنبي إلى العربية وتكييفه ليتوافق مع النظام اللغوي العربي أو إيجاد مقابل عربي له.	التعريب Arabization
النقل الحرفي أو النقل الصوتي وهو تمثيل كلمة بلغة ما باستخدام حروف لغة أخرى مع المحافظة على نطقها الأصلي قدر الإمكان دون ترجمة معناها.	النقل الحرفي /الصوتية الحرفية Transliteration
هي عمليةٌ اجتماعية يكتسب من خلالها الأفراد أو الجماعات عناصرَ ثقافيةً جديدة نتيجة الاتصال المستمر بثقافةٍ أخرى، مع حدوث تغيرات في القيم والعادات واللغة والسلوك وأنماط الحياة، مع الاحتفاظ ببعض عناصر الثقافة الأصلية أو التخلي عنها بدرجات متفاوتة	التثاقف Acculturation
هو مزجُ عناصرَ لغوية أو ثقافية أو بصرية مختلفة لإنتاج أشكال جديدة تعكس التفاعل بين الهويات المحلية والتأثيرات العالمية، ويُعدُّ من أبرز الظواهر التي تميز المشهد اللغوي في المجتمعات متعددة اللغات والثقافات. وهو نتاجُ ما بين التقييس اللغوي (اللغة الرسمية والعامية).	التهجين اللغوي Hybridization

خاتمة

في ختامِ هذه الورقة العلمية، يتضحُ أنَّ المشهد اللغوي ليس مجردَ مجموعة من اللوحاتِ والإشارات والنصوص المنتشرة في الفضاء العام، بل هو انعكاسٌ حيٌّ للهويات الثقافية واللغوية والاجتماعية والسياسات اللغوية السائدة في المجتمع. ومن خلال دراسة المشهد اللغوي في دول مجلس التعاون الخليجي، نلحظ التفاعل المستمر بين اللغة العربية بوصفها لغة الهوية والانتماء والثقافة، وبين اللغات العالمية التي فرضتها متطلبات التنمية الاقتصادية والانفتاح الدولي والتواصل العابر للحدود.

وأظهرت مفاهيم التخطيط اللغوي والتقييس والتثاقف والتهجين والإقصاء اللغوي أنَّ اللغة في الفضاء العام ليست عنصرًا محايدًا، بل تمثل أداة للتواصل وبناء الهوية وإنتاج المعاني وترسيخ القيم الثقافية. وفي هذا السياق، تبرز أهمية التصميم الهندسي للأبجديات العربية بوصفه أحد الموارد السيميائية الفاعلة التي تسهم في تعزيز حضور اللغة العربية بصريًا، وإبراز جمالياتها وقدرتها على التكيف مع المتغيرات المعاصرة.

إنَّ التحدي الحقيقي أمام المجتمعات الخليجية يتمثل في تحقيق التوازن بين المحافظة على مكانة اللغة العربية وتعزيز حضورها في المشهد اللغوي، وبين الانفتاح على اللغات الأخرى بما يحقق التواصل الفعَّال ويواكب متطلبات التنمية والعولمة. ومن ثَمَّ فإنَّ بناءَ مشهدٍ لغويٍّ متوازنٍ وشامل يعكس الهُويَّةَ الوطنية ويستجيب للتنوع الثقافي واللغوي يُعدُّ أحدَ المؤشرات المهمة على حيوية المجتمع وقدرته على الجمع بين الأصالة والحداثة.

المراجع

Alhaider, S. (2018). Linguistic landscape: A contrastive study between Souk Athulatha'a and Asir Mall in Abha City, Saudi Arabia (Doctoral dissertation, University of Florida). https://ufdcimages.uflib.ufl.edu/UF/E00001/86/19/05/0/ALHAIDER_S.pdf

Alhaider, S. (2024). Between Souks and Malls: A Semiotic Reading of the Linguistic Landscape of Saudi Arabia. Publisher Europe Books. https://www.europebookstore.com/products/between-souks-and-malls-dr-siham-alhaider/

De Saussure, F. (1966). Course in General linguistics (W. Baskin, Trans.). McGraw-Hill. (Original work published 1916).

Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. Journal of Language and Social Psychology, 49-23 ,16. https://doi.org/0261927/10.1177X970161002

Peirce, Charles S.; Buchler, Justus (ed.) (1955). The Philosophical Writings of Peirce, New York: Dover.

الإشراف العام
أ.د. عبدالله بن سيف التوبي
مدير مركز الترجمة والتعريب
والاهتمام باللغة العربية

الإشراف على التصميم
د. نبهان بن سيف اللمكي

التواصل والتنسيق
أ. يحيى بن ناصر البوصافي
أ. أحمد بن سليم الهنائي

إعداد وتنفيذ
سمية بنت سليمان السليماني

التَّدقيق اللُّغوي
مضاوي بنت عمر المرهون

للتواصل:

CTAPA@GCCSG.ORG | (+٩٦٨) ٢٤٩٦٨٨٥٩

@CTAPA_GCC | (+٩٦٨) ٢٤٦٧٥٥٠

ص.ب: ٥٣٩، الرمز البريدي: ١١٨، مسقط، سلطنة عُمان