

الباب الرابع

تقديم البيانات وتحليلها

أ. لمحة عامة عن موقع البحث

أُجري هذا البحث في منطقة مرتابورا، محافظة بنجار، كاليمانتان الجنوبية. وتُعد منطقة مرتابورا مركزاً للحكومة في محافظة بنجار، كما تُعرف بأنها إحدى مناطق التجارة والخدمات ومركزاً للأنشطة الدينية. وباعتبارها منطقة ذات مجتمع يتمتع بخلفية ثقافية مالايوية وإسلامية قوية، فإن مرتابورا تُعد منطقة يُستخدم فيها كثير من عناصر اللغة العربية في مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك استخدامها كعلامة تجارية في أسماء المتاجر.

أُجريت الملاحظة البحثية في عدة نقاط تُعد مراكز للأنشطة المتاجر في منطقة مرتابورا، وهي حول مكتب دائرة التعليم في محافظة بنجار الواقع في شارع التعليم رقم ٧، قرية سونغاي أولين، ومنطقة بوابة المياه سكومبول أوجونغ في شارع سكومبول أوجونغ، ومنطقة تانجونغ ريما، وحول مكتب دائرة إطفاء الحرائق في محافظة بنجار، وكذلك منطقة مسجد بانشاسيلا حتى شارع إندرا ساري. وقد تم اختيار هذه المواقع لأنها تحتوي على كثافة عالية من المتاجر، كما وُجدت فيها أشكال متعددة من استخدام العلامة التجارية باللغة العربية.

وبناءً على نتائج الملاحظة في جميع المواقع المذكورة، وجدت الباحثة ما يصل إلى ٤١ متجراً تستخدم عناصر اللغة العربية كعلامة تجارية للأعمال. وبعد ذلك، تم اختزال وتصنيف بيانات الملاحظة وفقاً لمجال البحث، ثم أُجريت مقابلات مع مخبرين تم اختيارهم بطريقة هادفة للحصول على معلومات حول خلفية استخدام العلامة التجارية باللغة العربية في كل متجر.

ب. نتائج البحث

١. نتائج الملاحظة

تُعد الملاحظة المرحلة الأولى في هذا البحث، وتهدف إلى تحديد المتاجر التي تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية في منطقة مرتابورا بمحافظة بنجار. وقد تم تنفيذ الملاحظة بشكل تدريجي، حيث بدأت بتتبع المواقع باستخدام تطبيق خرائط جوجل للحصول على صورة عامة حول انتشار المتاجر التي يُحتَمَل استخدام عناصر اللغة العربية فيها كعلامة تجارية. ثم قام الباحثة بإجراء ملاحظة ميدانية مباشرة للتأكد من وجود المتاجر وتسجيل أسماء المتاجر التي تتوافق مع محور البحث.

أُجريت الملاحظة في عدة نقاط، وهي حول مكتب دائرة التعليم في محافظة بنجار، ومنطقة بوابة المياه سكومبول أوجونغ، ومنطقة تانجونغ ريماء، وحول مكتب دائرة إطفاء الحرائق في محافظة بنجار، وكذلك منطقة مسجد بانشاسيلا حتى شارع إندرا ساري. ومن نتائج هذه الملاحظة، وجدت الباحثة ٤١ متجرًا تستخدم عناصر اللغة العربية كعلامة تجارية للأعمال، ويمكن الاطلاع على نتائج الملاحظة المتعلقة بأسماء المتاجر التي تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية في الجدول التالي.

رقم	اسم المتجر بالاندونيسي	اسم المتجر بالعربية	عنوان المتجر	صورة
١	TB. An Najat	النجاة (مبنى المتجر)	حول ديناس بينديديكا	

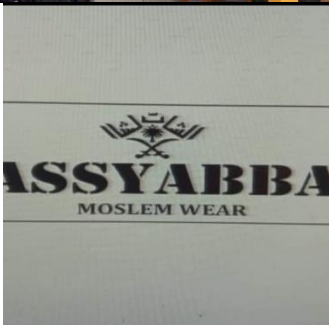
	ن (Jl. Pendidikan No. 7, Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan)	الرزاق	Al-Rozzaq	٢
	حول بينتو أير	مطبخ حضرمية	Dapur Hadramiyyah	٣
	سكومبول (Jl. Pintu Air, Kelurahan Tanjung Rema Darat, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan).	مغسل (غسيل) الناري/السيارات (ة)	Magsal	٤
		متجر الرز مبارك	Toko Beras Mubarok	٥
		متجر أدوية الشفاء	Toko Obat As-Syifa	٦

		عمي علي للعطور	Ami Ali Parfum	٧
	حول تanjung ريمما (Kelurahan Tanjung Rema, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan).	متجر الأمانة	Toko Amanah	٨
		أحسن سيل	Ahsan Cell	٩
		الميمانه لملايس المسلمين	Almainanah Moslem Wear	١٠
		ميرو لملايس المسلمين	Mairo Moslem Wear	١١
	حول ديناس ييمادام كيباكاران	عبد الله للعطور	Abdullah Parfum	١٢
		متجر أبو فهد	Toko Abu Fahd	١٣

	(Jalan Ahmad Yani (Jl. A. Yani), Cindai Alus, Martapura)	حريرة	Hariera	١٤
		الرومي كعك	Al-Rumi Cake	١٥
		بيت المال الكرامة	Bmt Al Karomah	١٦
		زهار حجاب	Zuhar Hijab	١٧
		إل زاتا	El Zatta	١٨

		الفسحة	Alfisah	١٩
		أدوات رياضية عناية	Inayah Sport	٢٠
		صبيان ملابس نفيسة	Nafisah Baby Shop & Kids	٢١
	شارع سكومبول ووسط مدينة	معرض العدني	Gallery Al-Adany	٢٢
	مرتابورا (Jalan Sekumpul Ujung, dimulai dari	حياة النفوس	Hayatun Nufus	٢٣
	Simpang Masjid Syiarus Shalihin (Masjid Pancasila),	المحبوب	Al Mahbub	٢٤
	Kelurahan Sungai Sipai dan	متجر حسين	Husin Store	٢٥

	Sekumpul, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Masjid Syiarus Shalihin (Masjid Pancasila)	أتقاء	Atqiya	٢٦
		الفاروق	Al Faruq	٢٧
		متجر الرضى	Al-Ridho Store	٢٨
		متجر القبرى	Toko Al- Kubro	٢٩
		سلطان إكسكليوسيف	Sulthan Exclusive	٣٠

		معروض سلمى	Salma Gallery	٣١
		محبة	Mahabbah	٣٢
		متجر تريم	Toko "TARIM"	٣٣
		متجر السعادة	Toko Assa'adah	٣٤
		الشباب لملاابس المسلمين	Assyabba Muslem Wear	٣٥
		ال - الزهراء	Al-Zahra	٣٦

		معرض النون	Gallery An-Nun	٣٧
		مطبعة النساء	"Annisa" Percetakan	٣٨
		قبطية حجاب	Qibtiya Hijab	٣٩
		تشيكنغ	Chicking	٤٠
		الرشاد	Ar-Rosyadz	٤١

بناءً على نتائج الملاحظة الميدانية، تبين أن استخدام أسماء المتاجر باللغة العربية في منطقة "مرتابورا" يتميز بتنوع خصائصه. فبعض المتاجر تستخدم مفردات عربية ذات معانٍ معجمية، وبعضها يستخدم اسم المالك أو أحد أفراد عائلته، وهناك متاجر تستخدم الرموز أو الاختصارات اللفظية، كما يعتمد بعضها على هوية تجارية أو أسماء ترتبط بالعالم العربي. ويعكس هذا التنوع أن استخدام العلامات التجارية باللغة العربية لا يقتصر على كونها مجرد هوية تجارية، بل يتأثر أيضاً بالقيم الدينية والثقافية، والهوية العائلية، واستراتيجيات التسويق التي يعتمدها أصحاب المتاجر. وبناءً على ذلك، ولتسهيل عملية التحليل، تم تصنيف بيانات الملاحظة وتلخيصها بناءً على فئات العلامات التجارية باللغة العربية التي تم الحصول عليها من نتائج المقابلات مع أصحاب المتاجر.

٢. عرض البيانات من علم الصرف

رقم	اسم المتجر بالاندونيسي	اسم المتجر بالعربية	النقل الحرفي والصيغة الصرفية	تقييم الصحة الصرفية	الشكل القياسي / التصحيح الصرفي
١.	TB. An Najat	النجاة	An-Najāt (مصدر من (نَجَا - يَنْجُو	صحيح	(An-Najāt) النجاة
٢.	Al-Rozzaq	الرزاق	Ar-Razzāq (صيغة (مبالغة: فَعَّال	خطأ في الكتابة	(Ar-Razzāq - الرزاق - إدغام اللام الشمسية)
٣.	Dapur Hadramiyyah	مطبخ حضرمية	Maṭbakh (اسم مكان:)	صحيح	مَطْبَخ حَضْرَمِيَّة (Maṭbakh

Ḥaḍramiyyah)		+ (مَفْعَل Ḥaḍramiyya h (اسم (منسوب			
مَغْسَل (Maghsal - كتابة حرف الغين)	خطأ في النقل الصوتي	Maghsal اسم مكان: ((مَفْعَل	مغسل (غسيل الناري/السيارات (ة	Magsal	.٤
مُبَارَك (Mubārak - بالفتحة لا (بالواو	خطأ في الصائ ت المحلي	Mubārak اسم مفعول ((من بَارَك	متجر الرز مبارك	Toko Beras Mubarak	.٥
الشِّفَاء (Asy- بنقص - Syifa' الهمزة (الممدودة)	غير دقيق	Asy-Syifā' مصدر من (شَفَى - (يَشْفِي	متجر أدوية الشفاء	Toko Obat As-Syifa	.٦
عَمِّي عَلِيّ (‘Ammī ‘Alī)	صحيح	‘Ammī (اسم مضاف) + ‘Alī (اسم (علم	عمي علي للعطور	Ami Ali Parfum’s	.٧
الأَمَانَة (Al- Amānah)	صحيح	Al-Amānah مصدر من ((أَمِنَ - يَأْمُنُ	متجر الأمانة	Toko “Amanah”	.٨
أَحْسَن (Aḥsan)	صحيح	Aḥsan	أحسن سيل	Ahsan Cell	.٩

		اسم (تفضيل: أَفْعَل)			
المِيْمَنَة (Al-Maimanah)	صحيح	Al-Maimanah اسم مكان (/ مصدر (ميمي: مَفْعَلَة)	الميمانة لملايس المسلمين	Almaimanah Mosleam Wear	١٠
مَلَابِيس مُسْلِمَة (Malābis Muslimah)	خطأ في الكتابة	Malābis (جمع تكسير) + Muslimah (اسم فاعل)	ميرو لملايس المسلمين	Mairo Moslem Wear	١١
عَبْدُ اللَّهِ (‘Abdullāh)	صحيح	‘Abdullāh مركب (إضافي / اسم (علم)	عبد الله للعطور	Abdullah Parfum	١٢
أَبُو فَهْد (Abū Fahd)	صحيح	Abū Fahd كنية (/ مركب إضافي)	متجر أبو فهد	Toko Abu Fahd	١٣
حَرِيرَة - Harīrah بالياء لا بحرف e)	خطأ في النقل الحرفي	Harīrah اسم مفرد (مؤنث)	حريرة	Hariera	١٤
الرُّومِيّ - Rūmī كتابة (اللام الشمسية)	خطأ في الكتابة	Ar-Rūmī اسم (منسوب)	الرومي كعك	Al-Rumi Cake	١٥

١٦	Bmt Al Karomah	بيت المال الكرامة	Al-Karāmah (مصدر من (كَرَّمَ - يَكْرُمُ خطأ في الصائ ت المحلي	Al- Karāmah - بالفتحة لا (بالواو
١٧	Zuhar Hijab	زهار حجاب	Zuhār اسم مفرد:) (فُعَال	صحيح (Zuhār) زُهَار
١٨	El Zatta	إل زاتا	El-Zatta اسم علم) (تجاري مبتكر	لفظ تجاري غير) حديث (عربي الأصالة
١٩	Alfisah	الفسحة	Al-Fushāh اسم صفة /) (مصدر: فُعَلَة	الفُصْحَى / (Al- Fushā / Al- Fushah) الفُسْحَة
٢٠	Inayah Sport	أدوات رياضية عناية	‘Ināyah (مصدر من) (عَنَى - يَغْنِي	صحيح عِنَايَة (‘Ināyah)
٢١	Nafisah Baby Shop & Kids	صبيان ملابس نفيسة	Nafisah اسم صفة:) (فَعِيلَة	صحيح نَفِيسَة (Nafisah)
٢٢	Gallery Al-Adany	معرض العدني	Al-‘Adanī (اسم) منسوب إلى (عَدَن	صحيح (Al- ‘Adanī) العَدَنِي
٢٣	Hayatun Nufus	حياة النفوس	Ḥayāt (مصدر) +	صحيح حَيَاةُ النُّفُوس (Ḥayāt an- Nufūs)

		An-Nufūs (جمع تكسير)			
المَحْبُوب (Al-Maḥbūb)	صحيح	Al-Maḥbūb (اسم) مفعول: (مَفْعُول)	المحبوب	Al Mahbub	٢٤
حُسَيْن (Husain - نطقها حسين (باختصار)	إمالة صوتية محلية	Ḥusain (اسم تصغير) (من حَسَن)	متجر حسين	Husin Store	٢٥
أَتْقِيَاء / الأَتْقِيَاء (Atqiyā' - بنقص الهمزة (الممدودة)	غير دقيق	Atqiyā' (جمع) تكسير: (أَفْعَلَاء)	أَتْقَاء	Atqiya	٢٦
الْفَارُوق (Al-Fārūq - بحرف - القاف لا (الكاف)	غير دقيق	Al-Fārūq (صيغة مبالغة) / اسم فاعل: (فَاعُول)	الفاروق	Al Faruq	٢٧
الرِّضَا (Ar-Riḍā - كتابة - اللام الشمسية (والضاد)	خطأ في النقل الحرفي	Ar-Riḍā (مصدر من) رَضِيَ - (يَرْضَى)	متجر الرضى	Al-Ridho Store	٢٨
الْكُبْرَى (Al-Kubrā - بالألف	خطأ في الصائ	Al-Kubrā (اسم تفضيل) للمؤنث: (فُعْلَى)	متجر القبرى	Toko Al-Kubro	٢٩

المقصورة لا (بالواو)	ت المحلي				
سُلْطَان (Sulṭān)	صحيح	Sulṭān (اسم مفرد / مصدر: فُعْلَان)	سلطان إكسكليوسيف	Sulthan Exclusive	٣٠
سَلْمَى (Salmā)	صحيح	Salmā (اسم علم / مؤنث / اسم مقصور)	معرض سلمى	Salma Gallery	٣١
مَحَبَّة (Maḥabbah)	صحيح	Maḥabbah (مصدر / ميمي: مَفْعَلَة)	محبة	Mahabbah	٣٢
تَرِيم (Tarīm)	صحيح	Tarīm (اسم علم / مكان)	متجر تريم	Toko "TARIM"	٣٣
السَّعَادَة (As-Sa'ādah)	صحيح	As-Sa'ādah (مصدر من سَعِدَ - يَسْعُدُ)	متجر السعادة	Toko Assa'adah Sekumpul	٣٤
الشَّبَاب (Asy-Syabāb) - حذف الألف (في الكتابة)	خطأ في البنية	Asy-Syabāb (جمع تكسير / من شَاب)	الشباب لملابس المسلمين	Assyabba Muslem Wear	٣٥
الزَّهْرَاء (Az-Zahrā')	غير دقيق	Az-Zahrā'	ال - الزهراء	Al-Zahra	٣٦

بنقص الهمزة (الممدودة)		اسم صفة / اسم ممدود: (فَعْلَاء)			
النُّون (An-Nūn)	صحيح	An-Nūn (اسم مفرد / حرف)	معرض النون	Gallery An-Nun Sekumpul	٣٧
النِّسَاء (An-Nisā' - بنقص الهمزة (الممدودة)	غير دقيق	An-Nisā' (جمع) تكسير: (فَعَال)	مطبعة النساء	"Annisa" Percetakan	٣٨
قِبْطِيَّة (Qibṭiyyah)	صحيح	Qibṭiyyah (اسم) (منسوب)	قبطية حجاب	Qibtiya Hijab	٣٩
لفظ تجاري أجنبي مُعَرَّب	حرفية أجنبية	Tsyīkīng (نقل حرفي) (لا اسم أجنبي)	تشيكينغ	Chicking	٤٠
الرَّشَاد (Ar-Rasyād - بالفتحة لا (بالواو)	خطأ في الصائ ت المحلي	Ar-Rasyād (مصدر من) رَشَدَ - (يَرشُدُ)	الرشاد	Ar-Rosyad	٤١

٣. عرض البيانات من الجانبين البصري والسمعي

رقم	اسم المتجر بالاندونيسي	اسم المتجر بالعربية	البصري	السمعي
١.	TB. An Najat	النجاة	يُكتب بالحروف اللاتينية الكبيرة باللون الأزرق على لافتة من الصاج فوق متجر أدوات البناء.	يُنطق وفق مخارج الحروف لدى المجتمع المحلي: "An-Najat" أو "An-Najah".
٢.	Al-Rozzaq	الرزاق	يُكتب بالحروف اللاتينية العريضة باللون الأخضر على لافتة قماشية لمتجر الأعشاب.	يُنطق بتفخيم حرف الراء وفق اللهجة المحلية "Al- Rozzak".
٣.	Dapur Hadramiyyah	مطبخ حضرمية	يُكتب بالخط العربي البارز باللون الأصفر، مع وجود كتابة لاتينية للترجمة في الأسفل.	يُنطق "Dapur" "Hadramiyah" بنبهة صوتية متميزة ذات طابع شرقي.

٤ .	Magsal	مغسل (غسيل النارية)/السيارات	يُكتب بالخط العربي المزخرف (مغسل) إلى جانب الحروف اللاتينية (Magsal) على لوحة مغسلة السيارات.	يُنطق بصورة خفيفة وموجزة. "Magsal" :
٥ .	Toko Beras Mubarok	متجر الرز مبارك	يُكتب بالحروف اللاتينية الكبيرة باللون الأصفر على خلفية خضراء لمتجر الأرز.	يُنطق مع إمالة الصائت وفق اللهجة المحلية البانجارية : "Mubarok".
٦ .	Toko Obat As-Syifa	متجر أدوية الشفاء	تُبرز كلمة-As) (Syifa) باللون الأحمر العريض على لافتة متجر الأدوية.	يُنطق بوضوح وفصاحة كمصطلح إسلامي شائع-As" : "Syifa".
٧ .	Ami Ali Parfum's	عمي علي للعطور	يُكتب بنوع خط لاتيني أنيق باللون الذهبي على خلفية	يُنطق بأسلوب مباشر وموجز "Ami Ali Parfum" :

	سوداء فوق المتجر.			
٨.	Toko "Amanah"	متجر الأمانة	يُكتب بالحروف اللاتينية المزخرفة بين علامتي تنصيص على لافتة متجر الأقمشة والأثاث.	يُنطق متداولاً بين الناس باسم Toko : Amanah .
٩.	Ahsan Cell	أحسن سيل	يُكتب بالحروف اللاتينية العريضة باللونين الأبيض والأزرق على لوحة صيانة الهواتف المحمولة.	يُنطق باختصار على ألسنة المجتمع المحلي : "Ahsan Cel" .
١٠.	Almaimanah Moslem Wear	الميمانه لملايس المسلمين	يُكتب بالحروف اللاتينية الأنيقة، مع وجود شعار بالخط العربي على الجانب.	يُنطق بسلاسة وخفة-Al : Maimanah .
١١.	Mairo Moslem Wear	ميرو لملايس المسلمين	يُكتب بالحروف اللاتينية الكبيرة بحجم عريض	يُنطق Mairo : Moslem Wear .

	على لافتة متجر الملابس الإسلامية.			
١٢	Abdullah Parfum	عبد الله للعطور	يُكتب بالحروف اللاتينية باللون الأبيض الواضح على لافتة سوداء لمتجر العطور.	يُنطق بصورة صحيحة وفصيحة : "Abdullah Parfum".
١٣	Toko Abu Fahd	متجر أبو فهد	يُكتب بالحروف اللاتينية الكبيرة على خلفية سوداء أمام متجر الملابس.	يُنطق بالنبرة العربية المستعملة "Abu Fahd".
١٤	Hariera	حريرة	يُكتب بالحروف اللاتينية البارزة باللون الفضي على واجهة متجر الأزياء.	يُنطق بنغمة صوتية هادئة. "Hariera":
١٥	Al-Rumi Cake	الرومي كعك	يُستخدم شعار دائري بالخط العربي (الرومي) مدمج مع كتابة (لاتينية-Al)	يُنطق بتوليفة مشتركة "Al-Rumi Keik".

	Rumi Cake) على إعلان ضخم.			
يُنطق وفق النطق الحلي-BMT Al- Karomah".	يُكتب بالحروف اللاتينية بنمط يحاكي الخط العربي باللون الأصفر على خلفية خضراء.	بيت المال الكرامة	Bmt Al Karomah	١٦
يُنطق بأسلوب مباشر-Zuhar Hijab".	يُكتب بالحروف اللاتينية البيضاء على لوحة خلفيتها حمراء ومترفعة.	زهار حجاب	Zuhar Hijab	١٧
يُنطق بصورة خفيفة."El-Zatta":	يُكتب بالحروف اللاتينية الصغيرة (lowercase) بتصميم عصري باللونين الأبيض والبنفسجي.	إل زاتا	El Zatta	١٨
يُنطق بتحريف في الصوائت وفق	يُكتب بالحروف اللاتينية الخضراء بتصميم بصري	الفسحة	Alfisah	١٩

اللهاجة المحلية-Al : Fisah".	غير رسمي على لافتة متجر المستلزمات المنزلية.			
يُنطق Inayah : Sport".	يُكتب بالحروف اللاتينية ذات الحواف الحادة على لوحة متجر المستلزمات الرياضية.	أدوات رياضية عناية	Inayah Sport	٢٠
يُنطق وفق النطق الشائع Nafisah : Bebi Sop".	يُكتب بالحروف اللاتينية العريضة باللون الأزرق على لوحة متجر مستلزمات الأطفال.	صبيان ملابس نفيسة	Nafisah Baby Shop & Kids	٢١
يُنطق بوضوح : "Galeri Al-Adani".	يُكتب بالحروف اللاتينية على خلفية سوداء، مصحوباً بعناصر بصرية مثل صور الجمال والنخيل.	معرض العدني	Gallery Al- Adany	٢٢

٢٣	Hayatun Nufus	حياة النفوس	يُكتب بالحروف اللاتينية المزخرفة باللون الوردي على لافتة متجر الإكسسوارات.	يُنطق في حال الوصل : "Hayatunnufus".
٢٤	Al Mahbub	المحبوب	يجمع بين شعار الخط العربي (محبوب) والكتابة اللاتينية بجسم كبير (Al Mahbub).	يُنطق بنبرة صوتية قوية ومستقرة-Al : Mahbub".
٢٥	Husin Store	متجر حسين	يُكتب بالحروف اللاتينية باللون الذهبي على لافتة سوداء لمتجر الملابس.	يُنطق "Husin : Stor".
٢٦	Atqiya	أتقاء	يُكتب بالحروف اللاتينية مع وجود رمز أو شعار ذي طابع إسلامي أعلى اللوحة.	يُنطق "Atkiya : Eksklusif".

٢٧	Al Faruq	الفاروق	يُكتب بالحروف اللاتينية البيضاء العريضة على خلفية سوداء في المجمع التجاري.	يُنطق مع إبدال الحرف الصامت محلياً. "Al-Faruk":
٢٨	Al-Ridho Store	متجر الرضى	يُكتب بالحروف اللاتينية وفق نظام النقل الحرفي الشائع.	يُنطق بسهولة التلفظ "Al-Rido Stor":
٢٩	Toko Al- Kubro	متجر القبرى	يُكتب بالخط العربي (الكبرى) على جانبي اللوحة، مع كتابة لاتينية كبيرة (AL- KUBRO) في الوسط.	يُنطق مع تغيير الصائت محلياً. "Al- Kubro":
٣٠	Sulthan Exclusive	سلطان إكسكليوسيف	يُكتب بالحروف البارزة المصممة على هيئة زخرفة عربية حديثة على واجهة المتجر.	يُنطق بنبرة رفيعة : "Sultan Eksklusif".

٣١	Salma Gallery	معرض سلمى	يُكتب بالحروف اللاتينية مدمجاً مع شعار مونوغرام للحروف العربية (سلم) على اللوحة المضيئة.	يُنطق "Salma Galeri". :
٣٢	Mahabbah	محبة	يُكتب بالحروف اللاتينية بنمط الخط اليدوي باللون الأخضر.	يُنطق مع التشديد : "Mahabbah".
٣٣	Toko "TARIM"	متجر تريم	يُكتب بالحروف اللاتينية الحمراء داخل علامتي تنصيص على لافتة ذات خلفية زرقاء.	يُنطق باختصار : "Tarim".
٣٤	Toko Assa'adah Sekumpul	متجر السعادة	يُكتب بالحروف اللاتينية العريضة باللون الأحمر على لافتة خضراء لمتجر	يُنطق بوضوح وفصاحة-As : Sa'adah".

	مستلزمات الحج.			
٣٥	Assyabba Muslem Wear	الشباب لملايس المسلمين	يُكتب بالحروف اللاتينية مصحوباً بشعار يحتوي على السيفين والنخلة ذي الطابع العربي.	يُنطق "As-Syabba Mairo Moslem Wear".
٣٦	Al-Zahra	ال - الزهراء	يُكتب بالحروف اللاتينية الموصولة البارزة على الواجهة الخارجية للمبنى.	يُنطق بصورة صحيحة - "Al- Zahra".
٣٧	Gallery An- Nun Sekumpul	معرض النون	يُكتب بالحروف اللاتينية الخضراء، مصحوباً بشعار دائري يتضمن حرف النون العربي (ن).	يُنطق بوضوح : "Galeri An-Nun".
٣٨	"Annisa" Percetakan	مطبعة النساء	يُكتب بالحروف اللاتينية العريضة بين علامتي	يُنطق "Annisa Percetakan".

	تنصيب على لافتة المطبعة.			
٣٩	Qibtiya Hijab	قبطية حجاب	يُكتب بالحروف اللاتينية بنمط أنثوي موصول أسفل اللوحة الرئيسية المكتوب عليها (Haramain).	يُنطق "Kibtiyah Hijab".
٤٠	Chicking	تشيكينغ	يُكتب متجاوزاً بالحروف اللاتينية الكبيرة وبالخط العربي (تشيكينغ)	يُنطق بأسلوب حديث : "Chicking".
٤١	Ar-Rosyad	الرشاد	يُكتب بالحروف اللاتينية الصفراء الساطعة على لوحة ذات خلفية خضراء.	يُنطق وفق التكيّف الصوتي المحلي-Ar : Rosyad".

٤ . نتائج اختزال البيانات

بناءً على نتائج الملاحظة التي تم إجراؤها، وجدت الباحثة ٤١ متجراً تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية في منطقة مرتابورا. ثم تم اختزال هذه

البيانات من خلال تصنيف أسماء المتاجر بناءً على خلفية التسمية. وقد تمت عملية الاختزال اعتماداً على نتائج الملاحظة، وتم تعزيزها من خلال نتائج المقابلات مع أصحاب المتاجر أو القائمين عليها، بحيث تم الحصول على فئات العلامة التجارية المناسبة لمجال البحث.

تُظهر نتائج اختزال البيانات أن استخدام العلامة التجارية باللغة العربية في المتاجر في منطقة مرتابورا يمكن تصنيفه إلى عدة فئات، وهي:

(أ) العلامة التجارية التي تستخدم كلمة أو عبارة باللغة العربية ذات معنى.

(ب) العلامة التجارية التي تستخدم اسم المالك أو أحد أفراد العائلة.

(ج) العلامة التجارية التي تستخدم أسماء الأماكن أو الهوية الثقافية أو الهوية المتاجر من العالم العربي.

(د) العلامة التجارية التي تستخدم الاختصارات أو الأكرونيومات.

(هـ) العلامة التجارية التي تمزج بين عناصر اللغة العربية واللغة الإندونيسية أو اللغة الإنجليزية.

رقم	العلامة التجارية	اسم المتجر
١.	العلامة التجارية التي تستخدم كلمة أو عبارة باللغة العربية ذات معنى.	النجاة، الرزاق، مطبخ حضرية، مغسل، مبارك، متجر أدوية الشفاء، الأمانة، الميمانة، حريرة، الرومي، بيت المال الكرامة، الفسحة، العدني، حياة النفوس، المحبوب، التقوى، الفاروق، الرضى ستور، القُبرى، محبة، السعادة، أنيسا، الرشاد، عبد الله للعطور، أبو فهد.

٢.	العلامة التجارية التي تستخدم اسم المالك أو أحد أفراد العائلة.	عمي علي للعطور، حسين ستور، سلمى جاليري، نفيسة بيبي شوب وكيدز، زهور حجاب، إل زاتا.
٣.	العلامة التجارية التي تستخدم اسم المكان أو الهوية الثقافية أو الهوية المتاجر ذات الطابع العربي.	متجر تريم، تشيكنغ.
٤.	العلامة التجارية التي تستخدم الاختصارات أو الاختصارات اللفظية.	الزهرء
٥.	العلامة التجارية التي تمزج بين اللغة العربية واللغة الإندونيسية أو اللغة الإنجليزية.	أحسن سيل، مسلم وير، عناية سبورت، سلطان إكسكليوسيف، جاليري النون، الشباب ستور، قبطية حجاب.

وبناءً على الجدول أعلاه، يمكن ملاحظة أن الفئة الأكثر شيوعاً هي العلامات المتاجر التي تستخدم كلمات أو عبارات باللغة العربية ذات معنى. ويُظهر ذلك أن معظم أصحاب الأعمال يختارون الأسماء العربية لما تحمله من معانٍ دينية، ودعوات، وتمنيات، وقيم إيجابية يرغبون في إيصالها إلى المجتمع. كما وُجد أيضاً استخدام أسماء أصحاب المتاجر أو أفراد العائلة كهوية تجارية، إضافة إلى استخدام الاختصارات أو الأكرونييمات، وكذلك استخدام أسماء ترتبط بالهوية الثقافية أو العلامات المتاجر من

العالم العربي. وتُعد نتائج اختزال البيانات هذه أساساً في تحديد محور التحليل في المرحلة التالية، وهي عرض نتائج المقابلات.

٥. الأشكال اللغوية للعلامات التجارية باللغة العربية

رقم	اسم المتجر	الأشكال اللغوية	التحليل
١.	النجاة	كلمة عربية	تعني النجاح أو الفلاح.
٢.	الروزاق	كلمة عربية	أحد أسماء الله الحسنى ويعني الرزاق.
٣.	مطبخ حضرية	عبارة عربية	مزيج من كلمة مطبخ (مطبخ) وحضرية (حضرية).
٤.	مبارك	كلمة عربية	تعني البركة.
٥.	منتج أدوية الشفاء	عبارة عربية	الشفاء تعني العلاج أو التعافي.
٦.	مغسل	كلمة عربية	تعني مكان الغسل أو التنقية.
٧.	أمي علي بارفوم	اسم شخصي (مختلط)	مأخوذ من اسم صاحب العمل.
٨.	الأمانة	كلمة عربية	تعني الثقة والأمانة.
٩.	أحسن سيل	مزيج عربي إنجليزي	أحسن تعني الأفضل.
١٠.	الميمانة	كلمة عربية	تعني البركة أو الحظ الحسن.
١١.	ملابس مسلمة	مزيج إنجليزي عربي	يدل على ملابس المسلمين.
١٢.	عبد الله بارفو	عبارة عربية	معبد الله تعني عبد الله.
١٣.	أبو فهد	عبارة عربية	شكل الكنية في الثقافة العربية.
١٤.	هاريرة	اختصار	اختصار أو دمج أسماء أصحاب المشروع.

١٥.	الرومي	اسم شخصي	مأخوذ من جلال الدين الرومي.
١٦.	بيت المال الكرامة	عبارة عربية	الكرامة تعني الشرف أو الكرامة.
١٧.	زهارة حجا	عبارة عربية	بتعني الإشراق أو النور.
١٨.	إل زاتا	كلمة عربية	مأخوذة من اسم ابنة المؤسس.
١٩.	الفيصة	كلمة عربية	تستخدم كهوية تجارية.
٢٠.	عناية سبورتعناية	مزيج عربي إنجليزي	تعني الاهتمام أو الرعاية.
٢١.	نفيصة بيبي شوب آند كيدز	مزيج عربي إنجليزي	نفيصة اسم عربي.
٢٢.	العديني	اسم شخصي	نسبة إلى عائلة أو مذهب عديني
٢٣.	حياة النفوس	عبارة عربية	تعني حياة الأرواح.
٢٤.	المحبو	عبارة عربية	تعني المحبوب أو المحبب.
٢٥.	حسين	اسم شخصي	ستور يستخدم اسم المالك.
٢٦.	أتقاء	كلمة عربية	تعني المتقين.
٢٧.	الفاروق	عبارة عربية	يعني الفاصل بين الحق والباطل.
٢٨.	الرضا ستور	عبارة عربية	الرضا يعني القناعة والقبول.
٢٩.	القبرى	كلمة عربية	تعني الكبير أو العظيم.
٣٠.	سلطان إكسكلوسيف	مزيج عربي إنجليزي	سلطان تعني الحاكم أو الملك.
٣١.	سَلْمى جالير	اسم شخصي	يستخدم اسم المالك.

٣٢.	الزهور	اختصار/اسم	اختصار اسم أحد أفراد العائلة.
٣٣.	جاليري النون	عبارة عربية	استخدام حرف النون من الحروف الهجائية.
٣٤.	محبة	كلمة عربية	تعني الحب أو المودة.
٣٥.	متجر تريم	اسم مكان	مأخوذ من مدينة تريم في حضرموت اليمن.
٣٦.	السعادة	كلمة عربية	تعني السعادة.
٣٧.	الشبا ستور	كلمة عربية	تستخدم كهوية تجارية.
٣٨.	النساء	كلمة عربية	تعني المرأة.
٣٩.	قبطيه حجاب	عبارة عربية	تستخدم اسمًا عربيًا كعلامة تجارية.
٤٠.	تشيكين كينغ	هوية علامة تجارية	مأخوذة من علامة Chicken King في دبي، الإمارات العربية المتحدة.
٤١.	الرشاد	كلمة عربية	تعني الهداية أو الإرشاد.

٦. نتائج المقابلات

بناءً على نتائج المقابلات التي أُجريت مع أصحاب المتاجر والقائمين على إدارتها، تبين أن استخدام العلامة التجارية باللغة العربية في المتاجر في منطقة مرتابورا له خلفيات متنوعة. فمنها ما يستخدم كلمات أو عبارات عربية لما تحمله من معان دينية، ومنها ما يعتمد على اسم المالك أو أحد أفراد العائلة، ومنها ما يستخدم أسماء الأماكن أو الهوية المتاجر المرتبطة بالعالم العربي، كما أن بعضها

يستخدم الاختصارات أو الأكرونيما. وتُعرض نتائج المقابلات وفق الفئات الآتية.

أ. العلامة التجارية التي تستخدم كلمات أو عبارات باللغة العربية ذات معنى تعد هذه الفئة أكثر الفئات وروداً في هذا البحث. وبناءً على نتائج المقابلات، اختار أصحاب المتاجر أسماءً باللغة العربية لأنها تحمل معاني حسنة، وقيماً دينية، وآمالاً، كما أنها تتناسب مع نوع النشاط التجاري الذي يمارسونه.

(١) أن النجاة

بناءً على نتائج المقابلة مع صاحب المتجر، السيد حليم الرحمن، فإن اسم "أن النجاة" مأخوذ من اللغة العربية ويعني النجاح أو الفلاح. وقد اختير هذا الاسم ليكون دعاءً ورجاءً بأن يحقق المشروع النجاح والبركة، وأن يقدم النفع للمجتمع. وقد تأسس متجر أن النجاة عام ٢٠١٨، ولا يزال يحتفظ بهذا الاسم بوصفه هويته المتاجر حتى اليوم⁵².

(٢) مطبخ حضرية

بناءً على نتائج المقابلة مع صاحب المتجر، اختير اسم "مطبخ حضرية" لأنه يعكس هوية الأسرة ونوع النشاط التجاري. وأوضح صاحب المتجر أن أسرته من أصول عربية من السادة العلويين الذين استقروا في مرتابورا منذ زمن طويل. فكلمة "مطبخ" تعني مكان إعداد الطعام، أما "حضرية" فتنسب إلى حضرموت في اليمن، وهي موطن أجداد الأسرة ومصدر تقاليدھا في الطهي. ويستخدم هذا الاسم للدلالة على أن المتجر يقدم المأكولات العربية والشرق أوسطية مع المحافظة على الهوية الثقافية العربية^{٥٣}.

(٣) عبد الله بارفوم

⁵² مقابلة مع صاحب متجر أن النجاة (السيد حليم الرحمن)، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

^{٥٣} مقابلة مع مدير متجر مطبخ حضرية، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

بناءً على نتائج المقابلة مع صاحب المتجر، اختير اسم "عبد الله" لأنه يعني عبد الله. وذكر صاحب المتجر أن هذا الاسم يعكس فلسفة مفادها أن جميع الأرزاق والنجاحات التي يحققها المشروع هي من فضل الله سبحانه وتعالى. ولذلك فإن استخدام اسم "عبد الله بارفوم" يجسد القيم الدينية، والشكر لله تعالى، ومعنى العبودية له. كما أوضح أن الفرع الأول لعبد الله بارفوم افتتح في منطقة سكومبول عام ٢٠١٠م⁵⁴.

(٤) أبو فهد

بناءً على نتائج المقابلة، فإن اسم "أبو فهد" يعد من الكنى المعروفة في الثقافة العربية، ويعني حرفياً "والد فهد". وقد اختار صاحب المتجر هذا الاسم لإبراز الهوية العربية للمحل، وللتعبير عن القيم الثقافية المتداولة في المجتمع العربي⁵⁵.

(٥) مغسل

بناءً على نتائج المقابلة، فإن اسم "مغسل" مأخوذ من كلمة عربية تعني مكان الغسل أو التطهير. وقد اختير هذا الاسم لأنه يتناسب مع طبيعة النشاط التجاري الذي يقدم خدمات غسل السيارات والدراجات النارية. وذكر صاحب المتجر أن استخدام هذا الاسم يهدف إلى توضيح طبيعة الخدمة ومنح المشروع هوية مميزة⁵⁶.

(٦) الرومي

بناءً على نتائج المقابلة مع صاحب المتجر، السيد فريد مفتاح، فإن اسم "الرومي" مأخوذ من اسم المتصوف الشهير جلال الدين الرومي.

⁵⁴ مقابلة مع مدير متجر عبد الله بارفوم، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

⁵⁵ مقابلة مع مدير متجر أبو فهد، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

⁵⁶ مقابلة مع صاحب متجر مغسل، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

وقد اختير هذا الاسم تقديراً لهذه الشخصية، كما يعبر عن الدعاء والرجاء بأن يكون المشروع مباركاً وأن يعود بالنفع على كثير من الناس⁵⁷.

(٧) زهار حجاب

بناءً على نتائج المقابلة مع صاحب المتجر، اختير اسم "زهار حجاب" لما يحمله من معنى حسن. وأوضح صاحب المتجر أن كلمة "زهار" تدل على الأزهار أو كثرة الزهور، ولذلك اختير هذا الاسم ليكون رمزاً للجمال والأناقة، مع الأمل في أن يحقق المشروع التقدم والازدهار والبركة⁵⁸.

بناءً على نتائج هذه المقابلات، يتبين أن استخدام العلامة التجارية باللغة العربية في هذه الفئة لا يقتصر على كونه هوية تجارية فحسب، بل يحمل أيضاً معاني دينية، وقيماً ثقافية، وآمالاً، كما يعبر عن طبيعة النشاط التجاري الذي يمارسه أصحاب المتاجر.

ب. العلامة التجارية التي تستخدم اسم المالك أو أحد أفراد العائلة

بناءً على نتائج المقابلات، اختار بعض أصحاب المتاجر استخدام الأسماء الشخصية بوصفها علامة تجارية لمتاجرهم. ويهدف استخدام هذه الأسماء إلى إظهار هوية المالك، وفي الوقت نفسه بناء علامة تجارية يسهل على المجتمع التعرف إليها.

(١) أمي علي بارفوم

بناءً على نتائج المقابلة، فإن اسم "أمي علي بارفوم" هو اسم مركب من اسم صاحب المشروع، وهو الحاج علي أكبر أمين. فقد أخذ عنصر "أمي" من الجزء الأخير من اسم صاحب المشروع، وهو "أمين"، بينما أخذ عنصر "علي" من اسمه الأول، وهو "علي أكبر". وقد أدى دمج هذين

⁵⁷ مقابلة مع مدير متجر الرومي، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

⁵⁸ مقابلة مع مدير متجر زهار حجاب، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

العنصرين إلى تكوين اسم تجاري ذي طابع شخصي يسهل على المستهلكين تذكره. وإلى جانب ذلك، يبيع هذا المتجر زيوت العطور المستوردة مباشرة من فرنسا⁵⁹.

(٢) سلمى جاليري

بناءً على نتائج المقابلة، فإن اسم "سلمى جاليري" مأخوذ من اسم صاحبة المشروع. وأوضحت صاحبة المتجر أن استخدام هذا الاسم يهدف إلى إضفاء هوية يسهل على المجتمع التعرف إليها، وفي الوقت نفسه يدل على ملكية المشروع⁶⁰.

(٣) إل زاتا

بناءً على نتائج المقابلة، فإن اسم "إل زاتا" مأخوذ من اسم ابنة مؤسسة المشروع، وهي زاتا، ابنة إيلي داواقي عليم عمر. وقد استخدم هذا الاسم بوصفه هوية للعلامة المتاجر منذ عام ٢٠١١، ثم تطور إلى "إل زاتا حجاب" عام ٢٠١٢. وكان اختيار هذا الاسم يهدف إلى بناء علامة تجارية يسهل تذكرها وتحمل قيمة شخصية⁶¹.

بناءً على نتائج هذه المقابلات، يتبين أن استخدام اسم المالك أو أحد أفراد العائلة بوصفه علامة تجارية يهدف إلى بناء هوية تجارية مميزة، وذات طابع شخصي، ويسهل على المجتمع التعرف إليها. ج. العلامة التجارية التي تستخدم أسماء الأماكن أو الهوية الثقافية أو هوية العلامة

التجارية من العالم العربي

(١) متجر تريم

⁵⁹ مقابلة مع مدير متجر أمي علي بارفوم، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

⁶⁰ مقابلة مع صاحبة متجر سلمى جاليري، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

⁶¹ مقابلة مع مدير متجر إل زاتا، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

بناءً على نتائج المقابلة، اختير اسم "متجر تريم" لأنه مستوحى من مدينة تريم في حضرموت، اليمن. وأوضح صاحب المتجر أن متجره يبيع مختلف الأطعمة والمأكولات الشرق أوسطية، ولذلك اختير اسم "تريم" لتعزيز الهوية العربية للنشاط التجاري⁶².

(٢) تشيكنغ

بناءً على نتائج المقابلة، فإن اسم "تشيكنغ" هو اختصار لاسم "Chicken King" ويعد هذا الاسم هوية لعلامة تجارية منشؤها دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة، ولذلك يهدف استخدام اسم "تشيكنغ" إلى المحافظة على هوية العلامة التجارية العالمية المعروفة لدى المجتمع⁶³.

وبناءً على نتائج هذه المقابلات، يتبين أن استخدام أسماء الأماكن أو هوية العلامات المتاجر المرتبطة بالعالم العربي يهدف إلى تعزيز صورة النشاط التجاري، وإبراز ارتباطه بالثقافة العربية ومنتجات الشرق الأوسط.

د. العلامة التجارية التي تستخدم الاختصارات أو الأكرونيما

(١) الزهراء

بناءً على نتائج المقابلة، فإن اسم "الزهراء" يحمل معنى خاصاً، لأنه يمثل اختصاراً لأسماء أفراد أسرة صاحب المشروع، وهي AI: (العائلة)، و Z (زيني)، و A (أمين)، و H (حافي)، و R (رحمة)، و A (أحمد). وقد اختار صاحب المشروع هذا الاسم ليكون هوية تجارية تعكس روح الترابط الأسري، وفي الوقت نفسه يسهل على المجتمع تذكره⁶⁴.

وبناءً على نتائج هذه المقابلة، يتبين أن استخدام الاختصارات أو الأكرونيما بوصفها علامة تجارية لا يقتصر على كونه هوية للنشاط

⁶² مقابلة مع مدير متجر تريم، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

⁶³ مقابلة مع مدير متجر تشيكنغ، يوم الخميس، ٢ يوليو ٢٠٢٦

⁶⁴ مقابلة مع أحد المخبرين الذي يعرف تاريخ تسمية متجر الزهراء، ٢ يوليو ٢٠٢٦

التجاري، بل يمثل أيضاً رمزاً للترابط الأسري والقيم العائلية التي يرغب صاحب المشروع في إبرازها.

ج. المناقشة

١. أشكال العلامة التجارية باللغة العربية في المتاجر في مرتابورا

بناءً على نتائج الملاحظة الميدانية، وجدت الباحثة (٤١) متجراً تستخدم أسماءً باللغة العربية في منطقة "مرتابورا". وبعد إجراء عملية تصنيف البيانات وتحليل المقابلات مع المخبرين الذين تم اختيارهم بطريقة قصدية، تبين أن أنماط العلامات التجارية باللغة العربية التي يعتمد عليها أصحاب المتاجر تنقسم إلى أربع فئات رئيسة، وهي:

١. العلامة التجارية التي تستخدم كلمات أو عبارات باللغة العربية ذات معنى.

٢. العلامة التجارية التي تستخدم اسم المالك أو أحد أفراد العائلة.

٣. العلامة التجارية التي تستخدم أسماء الأماكن أو الهوية الثقافية أو هوية العلامة التجارية من العالم العربي.

٤. العلامة التجارية التي تستخدم الاختصارات أو الأكرونيمات.

وتعد الفئة الأولى أكثر الفئات انتشاراً في هذه الدراسة؛ حيث اختيرت

أسماء مثل "TB. AN NAJAT"، و"ABDULLAH PARFUM"، و"TKO"

"ABU FAHD"، و"Magsal"، و"DAPUR HADRAMIYYAH"، و"Al"

"Rumi Cake"، و"Zuhar Hijab"، لما تحمله من معانٍ حسنة وقيم دينية، ولأنها

تمثل دعاءً ورجاءً لمالكها. ويوضح ذلك أن اختيار أسماء المتاجر لا يتم بصورة

عشوائية، بل يقوم على مراعاة المعاني والظلال الدلالية التي تتضمنها اللغة العربية.

أما الفئة الثانية، فتتمثل في استخدام اسم المالك أو أحد أفراد عائلته بوصفه علامة تجارية. وبناءً على نتائج المقابلات، فإن متاجر مثل "AMI": "ALI PARFUM'S"، و "SALMA GALLERY"، و "elzatta" تستخدم أسماء مأخوذة من أصحابها أو من أفراد أسرهم. ويهدف اختيار هذه الأسماء إلى بناء هوية تجارية ذات طابع شخصي يسهل على المجتمع التعرف إليها وتذكرها.

وتتمثل الفئة الثالثة في استخدام أسماء الأماكن أو الهوية الثقافية من العالم العربي، مثل "Toko TARIM" و "Chicking". ويعكس استخدام هذه الأسماء ارتباط النشاط التجاري بالثقافة العربية أو الشرق أوسطية، مما يمنح المتجر صورة ذهنية مميزة لدى المستهلكين.

أما الفئة الرابعة، فهي استخدام الاختصارات اللفظية، ومن ذلك اسم "al- Zahra" وبناءً على نتائج المقابلات، فإن هذا الاسم يمثل اختصاراً للحروف الأولى من أسماء أفراد أسرة صاحب المشروع. وعلى الرغم من أنه جاء في قالب اختصار، فقد صيغ في قالب عربي ظاهر، مما أكسبه قيمة هوياتية وقيمة أسرية في الوقت نفسه.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نظرية العلامة التجارية التي ترى أن "العلامة التجارية" هي عملية بناء هوية لمنتج أو مشروع بحيث يسهل التعرف عليه وتمييزه عن غيره. ومن خلال العلامة التجارية، لا يقتصر دور صاحب المشروع على اختيار اسم لمتجره فحسب، بل يسعى أيضاً إلى بناء صورة ذهنية، وسمات، وقيم يرغب في إيصالها إلى المستهلكين. وبناءً على ذلك، فإن استخدام اللغة العربية بوصفها علامة تجارية في متاجر "مرتابورا" يمثل إحدى الاستراتيجيات التسويقية التي يعتمدها أصحاب المتاجر لتكوين

هوية تجارية فريدة وتمييزها عن غيرها من الأنشطة التجارية.

٢. الوظائف الاجتماعية للعلامة المتاجر باللغة العربية في متاربورا من منظور علم الصرف وعلم اللغة الاجتماعي

بعد رسم أنماط صيغ العلامات التجارية في القسم السابق، يركز هذا البحث على تفكيك الوظائف الاجتماعية لاستخدام اللغة العربية في أسماء المتاجر بمدينة "متاربورا". وتُدرس هذه المناقشة بشكل متكامل من خلال مدخلين تحليليين رئيسيين؛ وهما: علم الصرف لمعرفة كيفية تشكيل البنية الصرفية (الصيغة) للمعنى، وعلم اللغة الاجتماعي لفهم كيفية تفاعل هذه الأسماء مع الواقع الاجتماعي، والثقافي، والقيم الدينية لمجتمع "متاربورا".

ومن الناحية الصرفية، فإن اختيار أصحاب المشاريع لأسماء المتاجر باللغة العربية لا يتم بصورة عشوائية؛ إذ يوجد ارتباط وثيق بين الأوزان الصرفية المختارة والرسائل أو الوظائف الاجتماعية المراد إيصالها إلى المجتمع. ويستفيد أصحاب المتاجر—سواء عن وعي أو عن إدراك فطري—من خصائص الصيغ الصرفية لتحقيق غايات اجتماعية متعددة؛ بدءاً من التعبير عن الدعاء والرجاء، وإبراز صفات الخير، وتوضيح طبيعة النشاط التجاري، وصولاً إلى إثبات الهوية الشخصية أو الإقليمية.

وبناءً على تحليل بيانات (٤١) متجراً في الميدان، يمكن تصنيف هذه الوظائف الاجتماعية من منظور علم الصرف وعلم اللغة الاجتماعي إلى أربع فئات صرفية رئيسية، على النحو الآتي:

رقم	الفئة الصرفية (الصيغة)	الأوزان الرئيسة	الوظيفة الاجتماعية الرئيسة	أسماء المتاجر الميدانية
١			التعبير عن الدعاء	
٢	فئة المصادر	فِعَال، فِعَالَة، إِفْعَال، فُعْلَة	والرجاء والقيم المطلقة المستمرة (التعبير عن أمل الحصول على البركة والخير الدائم)	<i>TB. An Najat, Toko Obat As-Syifa, Toko "Amanah", Inayah Sport, Toko Assa'adah Sekumpul, Ar- Rosyad.</i>
٣	فئة أسماء الفاعلين، والمفعولين، وصيغ المبالغة	فَعَّال، مَفْعُول، أَفْعَل، فَعِيلَة	إبراز الصفات المحمودة للمتجر أو المالك (إظهار الطابع الإيجابي، والتميز، ورجاء الوفرة والازدهار)	<i>Al-Rozzaq, Toko Beras Mubarak, Ahsan Cell, Nafisah Baby Shop, Al Mahbub, Atqiya Exclusive.</i>
٤	فئة أسماء المكان	مَفْعَل، مَفْعَلَة	تحديد طبيعة النشاط التجاري والموقع (توضيح وظيفة المكان ونوع البضائع المعروضة)	<i>Dapur Hadramiyyah, Magsal (Maghsal), Almaimanah Mairo Moslem Wear.</i>

Ami Ali Parfum's, Abdullah Parfum, Toko Abu Fahd, Gallery Al- Adany, Toko "Tarim", Qibtiya Hijab.	إثبات الهوية الشخصية والأسرية والجغرافية/الثقافية (بناء روابط أسرية، وعلاقات شخصية، وتمثيل الثقافة العربية)	الإضافة، ياء النسب	فئة المركب الإضافي والأسماء المنسوبة	٥
--	--	-------------------------------	---	----------

بناءً على الجدول أعلاه، فيما يلي شرح تفصيلي لكل فئة من فئات الصيغ الصرفية، وعلاقتها بالوظائف الاجتماعية والسوسiolسانية في مجتمع "مرتابورا":

من منظور علم اللغة الاجتماعي، يتبين أن استخدام اللغة العربية في العلامات التجارية للمحال في "مرتابورا" يوضح أن اللغة لا تقتصر على كونها أداة تواصل نفعية فحسب، بل تعد أيضاً وسيلة للتعبير الاجتماعي الغني بالقيم الثقافية والدينية. وتماشياً مع نظرية المشهد اللغوي (Linguistic Landscape Theory) التي طرحها "لاندرى وبورييس" (١٩٩٧)، فإن استخدام اللغة في الفضاء العام يؤدي وظيفتين رئيسيتين: وظيفة إعلامية (Informational)، ووظيفة رمزية (Symbolic).

وتتمثل الدور الاجتماعي الأول والأكثر بروزاً في التعبير عن الهوية الدينية. فإليك اختيار الأسماء ذات الطابع الإسلامي مثل "TB. ANNAJAT"، و "TOKO" "OBAT AS-SYIFA"، و "AR-ROSYAD"، و "ABDULLAH PARFUM"؛ إذ أصبحت رموزاً بصرية تؤكد بشكل مباشر الخلفية والمبادئ الروحية لأصحاب المشاريع. وهذا يعزز رؤية "جوشوا فيشمان" حول اللغة والهوية (Language and Identity)، حيث تعمل اللغة بوصفها مميّزاً ومؤكّداً للهوية الاجتماعية والدينية لمجموعة ما. وفي قلب الفضاء العام لمدينة "مرتابورا" الملقبة بـ "مدينة مكة الثانية"

(Serambi Mekkah)، يسهم وجود هذه الأسماء في بناء الثقة والطمأنينة النفسية لدى المستهلكين المسلمين الذين يولون أهمية بالغة لقيم الحلال والأخلاقيات الإسلامية في معاملاتهم التجارية.

أما البعد الاجتماعي الثاني، فيأتي تجسيداً للدعاء وطلباً للبركة في النشاط الاقتصادي. فقد اختار أصحاب المتاجر عن وعي أسماء تحمل معاني معجمية إيجابية، مثل استخدام كلمات "AL-ROZZAQ"، و "TOKO BERAS"، و "MUBAROK"، و "INAYAH SPORT"، و "TOKO ASSA'ADAH"، و "SEKUMPUL" وكما وُضِّح في مفهوم الوظيفة التعبيرية للغة عند "ديل هايمز" (Dell Hymes)، تُستغل اللغة للتعبير عن المشاعر، والآمال، والاعتقادات الداخلية للمتكلم. وفي المشهد اللغوي لمجتمع "البانجار" المتدين، لا تُعد لوحة اسم المتجر مجرد علامة تجارية فحسب، بل يُعتقد أنها أوراد دعائية ينطقها ويقرؤها الزوار تكراراً ومراراً طلباً لسعة الرزق والسلامة.

والدور الاجتماعي الثالث هو تأكيد الروابط الأسرية والهوية الشخصية. ويظهر ذلك في المتاجر التي تُدرج اسم المالك، أو أحد أفراد أسرته، أو ألقاب الكنية، مثل "AMI ALI PARFUM'S"، و "TOKO ABU FAHD"، و "SALMA"، و "GALLERY"، و "elzatta"، و "NAFISAH BABY SHOP" وفي سياق التفاعل المجتمعي، يعمل هذا النمط من التسمية على إضفاء الطابع الإنساني على العلاقات التجارية من خلال بناء روابط عاطفية حميمة وشخصية بين صاحب المتجر والمستهلكين المحليين، كما يمثل في الوقت نفسه رهاناً على السمعة الأخلاقية والاعتبار الأسري في أوساط المجتمع المحلي.

أما الدور الاجتماعي الرابع، فهو التعبير عن الصلات الثقافية وتمثيل منطقة الشرق الأوسط. إن استخدام الأسماء التي تشير إلى الهوية الجغرافية والثقافية العربية، مثل "DAPUR HADRAMIYYAH"، و "Toko 'TARIM'"، و "Gallery AL-ADANY"، و "Qibtiya Hijab"، يعكس الاعتزاز والارتباط التاريخي والروحي

للسكان بالحضارة الإسلامية في الشرق الأوسط. واستناداً إلى نظرية الهوية العرقية اللغوية (*Ethnolinguistic Identity Theory*) ، يُستفاد من هذه الرموز الثقافية كاستراتيجية لبناء الصورة الذهنية التي تمنح قيمة مضافة (*Prestige*) وتُعزز التضامن الثقافي، مما يكسب المتجر جاذبية خاصة في أعين جمهور المستهلكين.

يثبت التكامل بين القواعد الصرفية والمنظور السوسiolساني وجود ترابط وثيق للغاية بين اختيار الصيغ الصرفية، ووظيفة اللغة، والواقع السوسiolثقافي للمجتمع المحلي. وتماشياً مع نظرية النسبية اللغوية (*Linguistic Relativity Theory*) التي وضعها "إدوارد ساير" و"بنيامين لي وورف"، فإن البنية اللغوية واختيار الكلمات لدى المجتمع يعكسان نمط تفكيرهم، ورؤيتهم للعالم (*Worldview*) ، والقيم الثقافية التي يعيشونها. وفي هذا السياق، فإن اختيار "الصيغة" أو "الوزن" من قبل أصحاب المتاجر ليس مجرد مصادفة لغوية بحتة، بل هو انعكاس مباشر للقيم الروحية والاجتماعية التي يؤمن بها سكان "مرتابورا".

فقد أُختيرت الأسماء المجردة مثل "المصدر" لتوافقها مع تطلع المجتمع وشوقه إلى البركة الدائمة والاستمرارية. وفي الوقت نفسه، جاءت "صيغة المبالغة" و"اسم المفعول" لتمثيل أمل السعة في الرزق وفيض صفات الخير. وكذلك جاء استخدام "اسم المكان" والتركيب "الإضافي" و"الاسم المنسوب" ليستجيب بدقة لمتطلبات التوجيه الإعلامي العملي وتأكيد الهوية الأسرية والثقافية في الميدان. وكما أوضح "رونالد واردهاف" (*Ronald Wardhaugh*) "في دراساته السوسiolسانية، فإن البنية اللغوية والبنية الاجتماعية تربطهما علاقة تأثير متبادل (*Interrelatedness*) ؛ حيث توفر البنية الصرفية للغة العربية الوعاء والآلية للصيغ، بينما يمدّها الواقع الاجتماعي لمجتمع "مرتابورا" بالمضمون والمعنى الاجتماعي.

ويزداد هذا الترابط قوة بالنظر إلى الموقع الاستراتيجي لمدينة "مرتابورا" — ولاسيما منطقة "سكومبول" — بوصفها مركزاً للأنشطة الدينية ومقصداً حيوياً

للسياحة الدينية. فالواقع الاجتماعي المرتبط بتراث المدارس الإسلامية (البرسانترين)، ومجالس العلم، وإجلال العلماء، يخلق بيئة لغوية مريحة للغاية باللغة العربية. فاللغة العربية في هذه المنطقة لا يُشعر بها كعنصر أجنبي جامد، بل بوصفها جزءاً أصيلاً من الهوية الثقافية المحلية لمجتمع "البانجار" ذات الطابع الإسلامي.

وبناءً على ذلك، استطاع استخدام اللغة العربية في أسماء المتاجر بمدينة "مرتabor" التجسير بين الأبعاد الداخلية للغة) التحليل اللغوي الدقيق / البنية الصرفية (والأبعاد الخارجية للغة) التحليل اللغوي الموسع / الديناميكيات السوسiolسانية. (وبذلك أصبحت كل علامة تجارية نقطة التقاء تُصاغ فيها البنية الصرفية العربية للاستجابة للواقع الاجتماعي، مما جعل اللغة العربية تؤدي دورها الأكفأ—ليس فقط كعلامة تجارية كلاسيكية، بل كلوحة لحفظ القيم الدينية، وصيغة للدعاء، ومقوّ للروابط الأسرية، وجسر للتواصل الثقافي في حياة المجتمع.