

التشويه الكتابي في تصاميم الإعلانات التجارية

أ.د. نصيف جاسم محمد

مستخلص البحث:

استشرت في الآونة الأخيرة الأغلط اللغوية واستخدام المسميات الأجنبية في المطبوعات والألواح الإعلانية التي تعلق على المحال التجارية وغيرها، هذا التصرف أصاب اللغة العربية بضرر كبير وأساء إلى توظيفاتها وجماليات أساقها وطرائق التعبير، فضلاً عن تشويه البنية التصميمية للشكل البصري للحروف والكلمات واستخدام أنماط خطية لا تتسم بالوضوح والمقروئية، وهما خاصيتان لا بد أن تتوافرا في النمط الكتابي العربي المتصل حروفيًا، المتسق قرائيًا، ما أدى إلى أن ينبري مجموعة من الخطاطين وأصحاب مكاتب الإعلان إلى استخدام أنماط خطية تشابه الخطوط الأجنبية، لكن الأمر جوبه برد فعل من الحريصين على سلامة اللغة العربية ومحبي الخط العربي، وتم إيقاف كثير من المحاولات التي كان بعضها يعلم أو يغير علم سائرا في طريق التشويه تحت وازع التحديث وإيجاد أنماط خطية جديدة، وفي السنوات الأخيرة، وبعد ان اقتحمت ثورة المعلوماتية والوسائط المتعددة ووسائل التعبير الحر بقوة نطاق التعامل الواقعي، والإفتراضي، ظهرت اشتغالات جيدة، ربما لم تكن في حسابان الكثير أثرت بطريقة، وأبأخرى على تعامل المصممين مع الكتابات العربية الموظفة في التصاميم الإعلانية، التي تُعد من بين أهم ميادين النشر الإعلامي على مستوى التلقي، لاسيما وأن الفضاءات الإعلانية تحتوي كثير من التوظيفات الكتابية، فهناك العنوانات والرسائل الإعلانية، ومما أسهم في تعقيد الأمر هو ظهور عدد كبير من أنواع الخطوط المصممة (font) الرقمية التي لا يتوافر في كثير منها شروط السلامة اللغوية فهي مشوهة غير دقيقة لا تتفق مع البنية الوظيفية والجمالية التي تتسم بها اللغة العربية التي أثبتت أنها مرنة ذات مطواعية مع التطورات التي حصلت وتحصل في عصر التقانة والإنفوميديا.

ان اللغة العربية لغة القرآن والتراث المجيد يتجسد فيها البيان العذب المشرق الجميل والمعنى الرائع البديع، وتبرز فيها البلاغة والفصاحة، وسماها القرآن الكريم اللسان العربي المبين. ولقد صمدت خلال القرون الطويلة بفضل انفتاحها المستمر على الثقافات والحضارات، وقطعت مراحل حضارية وفكرية لم تقطعها اللغات الأخرى لطول عمرها، وفي خضم ما يحصل فإن البحث الحالي يحاول أن يسبر غور هذا الموضوع واضعا التساؤل الاتي مشكلة له:

ما أبرز معطيات التشويه الكتابي في تصاميم الإعلان التجاري؟

وتكمن أهمية البحث في أنه يمكن ان يسهم في تعزيز البعد اللغوي والكتابي لدى العاملين في التصميم الاعلاني، كما يمكن أن تفيد منه المؤسسات والوكالات الإعلانية، فضلاً عن المطبوعات بأنواعها كافة. ويتحدد البحث بدراسة التشويه الكتابي (الأنماط النصية) في الإعلانات التجارية - المنطقة العربية سنة انجاز البحث.

كلمتان مفتاحيتان:

بقصد وضع تعريفات تتوافق مع متطلبات البحث الحالي، يضع الباحث كلمتين مفتاحيتين لهما علاقة بالموضوع هما، التشويه، والإعلان التجاري:

التشويه:

جاء معنى شوه في لسان العرب رجل أَشَوَّهُ قَبِيحُ الْوَجْهِ يَقَالُ شَاءَ وَجْهَهُ يَشُوهُ وَقَدْ شَوَّهُهُ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ فَهُوَ مُشَوَّهُ قَالَ الْحَطِيبُ (أَرَى نَمَّ وَجَّهَا شَوَّهُ اللَّهُ خَلَقَهُ فَقَبَّحَ مِنْ وَجْهِ

وَقَبَّحَ حَامِلَهُ) شَاهَتِ الْوُجُوهُ تَشُوهُ شَوْهًا قَبَّحَتْ (٤٠)، كما جاء تعريف ومعنى تشويه في قاموس المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصر. قاموس عربي عربي):
تَشُوهُ: (ش وه). (مصدر شَوْه).
تَشْوِيهِ مَلَامِحِ الْوَجْهِ: إِفْسَادُهَا وَتَقْبِيحُهَا، تَشْوِيهِ الْحَقِيقَةِ: -: تَحْرِيفُهَا، تَغْيِيرُهَا، أما في المعجم الفني فقد ورد كلمة شوه، شوه - تشويها، شوهه اي قبحه (٤١)، نستشف من ذلك أن التشويه هوالية تتسم بالإفساد والتحريف والتغيير السلبي، وإذا ماربطنا

من خلال تاريخ بعض الألواح الطينية التي وجدت في الحفريات القديمة التي تم العثور عليها بجنوب العراق، وأكدوا أنها ترجع لعهد السومريين (١٥ص٦) بلاد الرافدين التي قدمت للحضارة الانسانية مجموعة مهمة من الابتكارات التي تقف الكتابة على قمتها، ويؤشر التأريخ أن (الكتابة بدأت عند السومريين باستخدام الإشارات التصويرية ففي ذلك الوقت كان السومريون يستعملون نحو ٢٠٠٠ إشارة تصويرية، إلا أن هذا العدد أخذ يقل تدريجياً نتيجة لتزايد ارتباط الإشارات بالأصوات حتى وصل عددها إلى ٦٠٠ - ٥٠٠ إشارة خلال الألف الثانية ق.م (١٦ ص ١٢)، وهذا العدد الكبير من الإشارات يحمل دلالات ومعاني محددة تشير الى الأنشطة اليومية التي كانت تمارس آنذاك.

إن الكتابة المسمارية التي ظهرت في العراق، وعثر بها من خلال بعض الألواح الطينية التي وجدت في الحفريات القديمة جنوب العراق، أكدوا أنها ترجع لعهد السومريين (١٣ص٦)، مفصلاً مهماً في حراك التطور الأبجدي الكتابي في بلاد ما بين النهرين، وعُد هذا الإبتكار أهم ما وصل اليه العقل البشري، من جانب آخر ظهرت في بلاد النيل الكتابة الهيروغليفية، وتذكر بعض المصادر أن المصريين القدماء اقتبسوها عن السومريين، عن طريق الإختلاط بين الحضارتين (٢٢ص٥٤)، إذ إستخدمت لمدة تزيد على ٣٠٠٠ سنة في النقوش الدينية على المعابد والنصب التذكارية الحجرية، وتسجيل كلمات

الأولين (٩ص١١٨)، وفي عودة الى التاريخ الكتابي، هناك آراء متعددة حول البدايات الحقيقية للكتابة، لكن هناك شبه إتفاق على أنها مرّت بمراحل قبل أن تصل إلى مرحلة الكتابة الأبجدية، أبرزها (١٠ص٦٩):

١. الكتابة التصويرية، وتقوم على أساس رسم صور الأشياء التي تحيط بالإنسان، لكن العلاقة بين تلك الأشياء والجوانب المعنوية والمشاعر الإنسانية يصعب التعبير عنها بالصورة.

٢. الكتابة المقطعية: تتمثل بالكتابة المقطعية أولاً، ثم الكتابة الأبجدية بعد ذلك، والأساس الذي تقوم عليه الطريقة المقطعية هو استعمال القيم الصوتية للعلامات الصورية والرمزية للدلالة على مقاطع صوتية تستعمل في كتابة كلمات لا علاقة لها بمعاني ورموز تلك العلامات.

٤. الكتابة الهجائية: تقوم على تخصيص رمز واحد للصوت الواحد، أي إن عدد الرموز المستعملة في الكتابة يكون مساوياً لعدد الأصوات التي تتألف منها اللغة، بشكل عام، وانخفض بذلك عدد الرموز المستعملة في الكتابة إلى أقل من ثلاثين رمزاً، هذا وتمثل الكتابة الهيروغليفية مرحلة الكتابة التصويرية الرمزية، والمسمارية مرحلة الكتابة المقطعية، ويرى البعض أن (البداية الحقيقية للكتابة كانت في بلاد الرافدين، ثم تبعتها مصر بمدة متقاربة... إن الكتابة بدأت في العراق، وهي الكتابة المسمارية، وكانوا يؤكّدون على ذلك

المعنى مع موضوع البحث الحالي، فإنه يعني التشويه الذي يحصل بقصد على الأنماط الكتابية التي تكتب في تصاميم الاعلانات.

الإعلان التجاري:

عرف لغويًا البيان والاطهار والمجاهرة وهدفه الإعلام، أما اصطلاحاً له معنيان الأول: هو الإعلان الاخباري، أو التعليمي، والثاني: بمعنى الدعاية التجارية أو الترويج (١٨ ص ٨٨)، ويعرف الإتحاد الامريكي لتسويق الإعلان التجاري بأنه " الشكل غير الشخصي لتقديم وترويج الأفكار والسلع والخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع (٢ ص ٢٩٦)، ويرى صابات أن الإعلان التجاري وسيلة من وسائل البيع وشكل من اشكاله وطريقة من طرائق تصريف البضاعة (٧ ص٥)، فضلاً عن ذلك (عدّ) فعالية تسويقية الغرض منها تحقيق أكبر قدر من المبيعات والوصول بالسلعة الى موقع تنافسي أقوى ((p. ٨٤ ٢٥)، كذلك (عدّ) نشاطاً إتصالياً يهدف الى الإعلام عن سلعة أو فكرة، أو خدمة، والترويج لها عبر وسائل الإتصال الجماهيري ((١٤ص١٨٢).

الاطار النظري

الكتابة العربية توطئة

تعد الأبجدية والكتابة العربية من بين أقدم الأنماط الكتابية المتصلة، التي مازالت تؤدي أغراضها الوظيفية والتواصلية بين الأفراد والناطقين بها، إذ إن (ظهور الكتابة هو الحد الذي يعين بداية التأريخ، تلك البداية التي يتراجع عنها كلما إتسعت معارف الإنسان بأثار

وأفعال الشخصيات والأسر الملكية)(٢٢ ص٣٦-٣٥)، وفي جزيرة العرب وما يحيط بها وجدت نقوش أثارت إهتمام المؤرخين حول تطور الأبجدية والكتابة العربية، إذ يرى غالبية العلماء أن (الكتابة النبطية إستمدت من الكتابة السريانية حوالى القرن الثالث ق.م، ولكن ليست هناك أدلة مادية تدعم ذلك الإعتقاد، فبينما يمكن اليوم تصوير نقوش نبطية تعود للقرن الثاني ق.م على جدران مدينة البتراء، ويرجع تاريخ أولى نقوش الكتابة السريانية الى القرن الميلادي الاول، إذ تبدوغالبية أشكال الحروف السريانية، كالنبطية، مستمدة بوضوح من الأشكال الأرامية، كذلك عدد حروفها، ويبدوأنها استخدمت لأول مرة في اوديسا الأغرقيية، المعروفة اليوم في جنوب تركيا بإسم مدينة أورفة (٢٣١٢-٣٠)، وبحلول القرنين الميلاديين الثالث والرابع، أصبحت ظاهرة وصل الحروف ضمن الكلمات ظاهرة واسعة الانتشار في مناطق الجزيرة العربية وبلاد فارس، وكانت ممارسة وصل الحروف على الأرجح نتيجة مباشرة لإدخال وسائل وأدوات نقشية جديدة دشنت عملية وصل الحروف هذه بدون شك حقبة تاريخية جديدة في تطور الكتابة(٢٧p٢٤))، وإذا كان الإتفاق على أن الكتابة هي من صنع الإنسان، لا توفيقية من(الله) ولا من وضع آدم (ع)، فهذا يعني أن الكتابة لم تكن بالشكل المتعارف عليه الآن، لكنّها مرّت بعدة مراحل طويلة عبر التاريخ، وذلك تبعاً لتطور حياة الإنسان، وبيئاته المختلفة، حتى وصلت إلى ما هي عليه في هذا العصر، ونظرية التوفيق هي من بين نظريات عدة تناولت أصل الكتابة العربية. التي كانت

حاضنتها الجزيرة العربية، البيئة التي ظهرت فيها أولى بوادر النمط الخطي بمعناه المتعارف عليه، إذ (تشير المصادر العربية إلى أن أول خط عند العرب كان يسمى بأسماء عدة كالخط الحيري، والأنباري، والمكي، والمدني، والكوفي بعضها عرفه العرب قبل إسلامهم وبعضها الآخر عرفه بعد الإسلام، وما أن بزغ فجر القرن السادس الميلادي إلا وللعرب خط جديد أطلق عليه العلماء الخط العربي) (٥ ص ١٠). وانتشر هذا النوع الكتابي في ديار العرب والمسلمين بشكل لم يسبق له مثل، إذ عدّ(الخط الكوفي الأكثر استعمالاً في القرن الأول الهجري (السايع الميلادي) معروفاً بالكوفي نسبة إلى مدينة الكوفة في العراق... التي مثلت أزهى عصور التدوين بالخط العربي حتى ظل متداولاً إلى نهاية القرن الرابع) (٢، ص٨٩)، ومع التنوع الكبير الذي شهده الخط العربي والإهتمام المتزايد الذي أبداه الخلفاء الراشدون، صار سمة اساسية ومعلما مهما من معالم الشخصية العربية والاسلامية، وهو الذي صار ركيزة دعمت فكرة استنباط مجموعة كبيرة من الأنماط الخطية التي يشهدها عالم اليوم، تتوافق مع البيئة الالكترونية والرقمية الحديثة، في خضم ذلك جابهت فيها لغة وكتابة العرب مشكلات كبيرة، من بينها(مشكلات تشفير الحارف بطريقة معيارية يعتمدها المصنعون لتوفير المعدات والبرمجيات الخاصة باللغة والكتابة العربييتين، وقد تم التوصل إلى تجاوز قسط كبير من هذه التحديات بفضل المساهمات الداخلية والخارجية، لاسيما تلك الجهود التي قامت بها المنظمة العربية للمواصفات والمقاييس (ASMO)، ثم تلك

التي بادرت بها الجمعية الأوروبية لمصنعي الحواسيب، وأخيرا الحلول المعتمدة من قبل مجمع اليونيكود ومنظمة الأيزو، ولقد كان الدور العربي في هذه الجهود العالمية ليس بالهين في إثراء التعددية اللغوية الرقمية العالمية وفك السيطرة اللاتينية على التكنولوجيات الحديثة للمعلومات، لكن يبقى الدور العربي، على الرغم من إسهامه في الحضارة العالمية الرقمية وإتساع الرقعة الجغرافية للوطن العربي وكثافة بعده الديموغرافي، أدنى بكثير من المستوى الذي كان من الضروري أن يكون عليه (٢٨)، ولاشك اننا في عصر (التسجّر المعرفي، والانتشار الثقافي الخاطف، والعلم، والثقافة، والتكنولوجيا، والإتصال، والمعلومات، إذ أحدثت هذه التطورات بأدواتها ووسائلها (تأثيراً بارزاً في مختلف مناحي الحياة اليومية للأفراد والجماعات، إلى درجة أصبح الكل يستغل نتائجها وتطبيقاتها في إنجاز عمله، وبموجب هذه الظاهرة طرأت تغيرات جذرية على مختلف الأنشطة التي يقوم بها الإنسان. ومن ثمة أصبح يعيش على إيقاع الانفجار المعلوماتي(١٥ ص ١٨)، وفي خضم هذا التفجر المعرفي والتقني الكبير، فإن (الرقمنة عدت من أهم إنجازات التقنية الرقمية، إذ ساعدت في تحقيق الإندماج بين الكمبيوتر وشبكات الإتصالات والبرمجيات جاعلة من هذه التقنية الوسيلة الفعالة في تحقيق التكامل بين العلوم والفنون وأمتزاج المعارف والخبرات(٢٧)، وهناك من يعلق قائلاً(توازي مسيرة استعمال الحروف العربية على الحاسوب سيرورة التعلّب على الإشكالات التي صاحبت تكييف أنظمة

ما أرتبطت بالدين) (٢٩)، فضلاً عن ذلك (لم يعد الحديث عن الإعلان كوسيلة مهمة لترويج السلع مجرد كلمات مرتبة لمعنى بسيط، فقد أضحى الإعلان علماً قاما بذاته، واصبحت وسائله متنوعة وواسعة وموجهة إلى شرائح المجتمع بعناية ودقة بالشكل الذي يحقق الهدف الأساس من الإعلان، وأدى ظهور الحاسب الآلي إلى تمكين المرء من تحويل خبرات الإتصال السلبية إلى خبرات إيجابية تفاعلية (١٢ ص ٢٧)، وهذه الخبرات مهمة في عالم اليوم بسبب حجم التطورات التقنية التي تحصل، هذا وارتبط تطور الإعلان التجاري أيضاً بتطور التقنيات الإخراجية للإعلانات، إذ أن تطور أنظمة الحاسوب ومجموعة كبيرة من البرمجيات مثل (الفوتومونتاج والفوتوشوب) كان وراء تحقيق المرونة والهيأة الخطية والتداخل الصوري في الإعلان، إذ أخضعت الحروف وهندستها إلى التناسق مع أهداف الفكرة... لذلك فإن هذه التقنيات أعطت مرونة لتعدد خيارات المصمم لتمط الحروف والتحكم بصفاتها المظهرية، فضلاً عن مرونة تشكيلها، ما يضيف دلالات رمزية معبرة تحدث تطابقاً في مضمون النصوص الكتابية وإمكانية تعشيقيها مع التعدد الصوري، أوتداخلها مع الفضاءات المفتوحة، كأن يحدث تقريباً لأحد الحروف أوفضاء النصي بوصفها حالة إتصال بين السلعة والحروف الكتابية لتحقيق دلالة مباشرة بينهما (١٧ ص ١٦-١٧) ومن مقومات الإتصال البصري السليم في الإعلانات التجارية ما يأتي (١ ص ٣٥):

- ١- توظيف الرموز اللفظية مثل إستخدام الأبجدية (اللغة).

التي تشمل العنوانات الرئيسية والفرعية والرسالة الإعلانية التي كثيراً ما يشوبها ضعف وعدم وضوح ومقروئية، ما أدى في غالب الأحيان الى نتائج غير مرضية قرائياً، وفي عودة تاريخية فقد دعت بعض الحركات العربية الإصلاحية التي ظهرت في القرن العشرين إلى (صحوة ثقافية في الأدب، ومفاهيم سياسية محدثة، وإصلاح لغوي. ومن بين ما دعت إليه أيضاً، تمثيلاً بصرياً جديداً للحرف العربي يسعف بقية الإصلاحات المكتوبة، لاسيما في ما يختص بالطباعة الأخذة بالازدهار، وكان للحرف العربي مجلوه والمشفوفون بتطويره، وهؤلاء كثر من الفنانين والخطاطين والمصممين الذين إضطرتهم التطور التكنولوجي حينذاك وظهور الآلة الكاتبة والمطابع، إلى العمل على تطوير الحرف العربي بما يتناسب مع هذه المستجدات، وذلك من أجل إدخال العرب عالم الطباعة والنشر، وكان من بين هؤلاء (نصري خطار) الذي اسهم في تطوير «الأبجدية الموحدة» التي تتناسب مع الآلة الكاتبة الجديدة (٢٦، ٢٦). هذه المحاولات أرادت ان تعطي للحرف والابجدية العربية دفعة جديدة نحوالتعامل مع أفق تطوري يتعاطى مع المستجدات التقنية الحديثة، (إذ لعل من أهم العوامل في دراسة خطوط الطباعة العربية: دمج الحروف الهجائية العربية واللاتينية لمختلف متطلبات الاتصالات... كذلك أيضاً معرفة الفرق بين خط اليد وخطوط الطباعة، ومعرفة خصائص كل نظام وكيفية الافادة منه على حدة، ذلك إن الحروف العربية مبنية على وفق أشكال رسم حروف خط اليد، الذي يعد ممارسة فنية لها تاريخ مجيد عند العرب، وغالباً

الحاسوب والخطوط العربية ليتلاءم بعضها مع بعض وكذلك تجاوز القيود التي عرقلت الكتابة العربية في بدايات امتحان الرُقْمَنَة. اخترع الغرب الحاسوب وصممه على مقاس لغاته وكتاباته. وكان تكيفه، أوترويضه صعباً للغاية في البداية، إذ إن ما يقابل بين منظومة الكتابة العربية ومنظومة الكتابة اللاتينية أكثر بكثير ممّا يجمعهما، وبعضه الآخر إلى التقاليد الموروثة عن إستعمال الآلة الطابعة وتأقلم نظام الكتابة اللاتينية معها، (وأصبحت بموجب ذلك تميّز بين الكتابة الخطية -العادية أو الزخرفية- والكتابة الطباعية) مقابل التقاليد الخطية التي لا تزال متشبّثة بالشكل القديم مراعاة لجمالية الخط العربي فتسعى إلى إستخدام أشكال الحرف الواحد في المخطوطات وفي الطباعة، وإنقلت الكتابة اللاتينية إلى عصر الطباعة إثر اختراع (غوتنبرغ) الطابعة في حين لم تعترف الكتابة العربية بعدُ بثورة الطباعة. وهذا لا يعني أنّ الكتابة اللاتينية قطعت نهائياً مع التقاليد الخطية (٤٢).

تبيوغرافيا التصميم الاعلاني

يعد التعامل مع الأنماط الكتابية والنصية العربية في التصميم الاعلاني أمراً ليس بالسهل كما يتصوره البعض، لإعتبارات عدة منها: نوع الكتابة والحروف، وطبيعة الحروف العربية كونها متصلة، والحركات الإعرابية، الى غير ذلك، وشكلت هذه الاعتبارات مفاصل مهمة في الطريقة التي ينبغي أن يتعامل فيها المصمم مع الحرف والكتابة العربية، أوماتعرف اصطلاحاً ب (التبيوغرافيا)

التصميم، فضلاً عن كونه رسالة موثقة موجهة إلى المستهلك، فكلما كانت النصوص مختصرة ومعبرة ومرتبطة بالموضوع ومكتوبة بخط واضح يسهل قراءته بنظرة واحدة، كان دوره فعالاً في إنجاح عملية الإتصال وإيصال الرسالة (٢١ص ٦٨) من هذا المنطلق، فإن (توزيع أشكال حروف الطباعة التي تمتاز في التناسق والعرض والارتفاع وتوزيع أحجامها التي تتناسب مع أهمية الموضوع من أهم (عوامل التأثير على مشاعر المتلقي وأفكاره) (١١ص ١٤٢).

معالم التشويه الكتابي

تكمن أهمية الحديث عن اللغة والكتابة العربية في أنها تمثل هوية الأمة وشخصيتها الاعتبارية، فضلاً عن المعرفية والإنتاجية البحثية العلمية، والأدبية، وكأي لغة تعرضت الى ماتعرضت اليه من حملات التهميش والتشويه وسط رياح الأزمات والوعول، التي أرادت أن تعمل عملها وسط منهجيات وثقافات هجينة ليس لها علاقة بالشخصية العربية المرتبطة أساساً بثقافة ومرجعيات الفكر الديني والأسلامي.

أن اللغة والكتابة العربية التي استطاعت أن تثبت قدمها وسط كل ذلك عبر الإنتاجات الفكرية والثقافية في شتى صنوف المعرفة، كان لا بد لها أن تواجه كل ما يستجد في الوسط الإعلامي، والثقافي، والعلمي، والأدبي، وفي كل الاحوال، ظهرت الكثير من المشكلات القرائية والكتابية التي رافقت الحراك والنشاط الإعلامي، اذ (كثرت الأخطاء الإملائية في الهمزات والألف اللينة في آخر الكلمة، فضلاً عن

إعطاء أولوية شكلية، صفائية مظهرية فضائية للكتابة العربية، وأن لا تتداخل مع كتابات أخرى.

إذا كان هناك وجود للكتابة غير العربية، فالأفضل أن تستخدم حجوم حروفية أصغر وبحسب الأهمية.

عدم الإكثار من المعالجات التقنية التي يمكن أن تشوه المعالم الرئيسة للحرف العربي.

يفضل استخدام الإبتكارات التصميمية المستلهمة من الخطوط العربية الأساسية ودونما استسناخ، وفي هذا الباب يمكن الإفادة من التوزيعات الخطية المنضدة في برامجيات الحاسوب المستلة من الأنواع الرئيسة والبعيدة عن التشويه، فضلاً عن معرفة المصمم الاعلاني بالخطوط العربية الأساسية اوعلى الأقل تدرج عليها، وفي هذا المجال فإن الاسم التجاري، أو العنوان الذي دائماً ما يتخذ حجماً ومكاناً مميزاً، تكمن اهميته في التعريف بالفكرة وتعزيز الجاذبية وقيم الانتباه لموضوع معين، علماً أن للعنوان وظائف عديدة يمكن تحديدها على وفق ما يأتي:

تأكيد الفكرة الرئيسة للرسالة المطلوبة.

تركيز المتلقي على أهم الأفكار الواردة في التصميم.

ولا بد من ذكر إختيار أنواع الحروف وأحجامها وألوانها وملاءمتها للفضاء التصميمي المحيط، إذ أن المعالجات التقنية الوظيفية تؤدي دوراً مهماً في الجاذبية (٢٠ص ٣٥)، من جانب آخر تُعد (الكتابة عنصراً تيبوغرافياً يتم اعتماده بوصفه جزءاً مهماً وحيوياً في

٢. توظيف الرموز الصورية مثل استخدام الصور والرسوم لتصوير الأحداث، إذ يمكن اظهار الرموز والدلالات اللونية وإبراز وظيفتها في الإعلان التجاري (٨ص ٣٢ - ٥٠).

٣. توظيف اللون، إذ يستخدم لتوضيح الرموز اللفظية وإعطاء الرموز الصورية التي تستخدم تشبيهاً بالحياة لتعطي صورة واقعية، فضلاً عن إضفاء الحركة لتحقيق الشد والجاذبية.

أن التصميم الاعلاني قبل كل شيء لا يمكن ان يوجد إلا لأسباب محددة في الشركات، او الافراد، ولهم اساليبهم في إبتكار الصيغ الاعلانية والترويج لمنتجاتهم.. وهي أسباب استهلاكية بالدرجة الاولى (١٩ ص ٢٦)، وهنا لا ينبغي للمصمم أن يضع أعذاراً للإلتكاء على إستخدامات حروفية أقل ما يقال عنها هجينة معولة، من ذلك:

- الإصرار على تصميم الكتابة العربية بصيغة الحروف المنفصلة.

- التداخل في تنظيمات تلك الحروف وإظهارها بطريقة متصلة.

- إدخال بعض الكتابات الاجنبية البعيدة عن الشخصية العربية وملاحمها المظهرية.

- التلاعب بنسب الحروف من حيث الشكل والتسلسلية الموضوعية (١٩ص ٦٩).

أن التعامل مع الكتابة العربية يبقى صعباً للخصائص التي تحملها في حديها التصميمي والجمالي. ويراد الانتباه الدقيقة وبلا تشويه، لذلك فالضرورة تقتضي مراعاة المصمم الاعلاني لإشترطات تصميمية منها:

ارجع البعض (إنكفاء كثير من الجهات المعنية باللغة العربية على ذاتها، واقتصارها في تقديم خدماتها على الطلاب بإختلاف مراحلهم الدراسية. أو تنفيذ البحوث والدراسات المتعلقة باللغة العربية، وكلا هاتين الوظيفتين (التعليم، والبحث) لهما أهمية كبيرة وخطر عظيم، بيد أنهم يغفلون وظائف أخرى منوطة بهم، لعل من أهمها: تمكين اللغة العربية الفصحى في حياة الناس العامة، من خلال إعداد برامج خاصة للغة العربية الوظيفية، وإبتكار مسارات استثمارية فيها (٢٥)، أما الظاهرة الغريبة التي بدأت تشيع وتنتشر عبر هذه اللوحات، فهي اللغة المعبّرة عن مضمون الإعلانات، فبدل أن نفيد من هذه الوسيلة الإعلامية المهمة للارتقاء بلغة الناس والجيل الجديد؛ بإستعمال عبارات إعلانية فصيحة، وجمل تشويقية صحيحة، بدأنا نرى لغة تجارية تميل إلى الركاكة والضعف، بل الأنكى من هذا أن الإعلانات صارت تُكتب باللغة العامية الدارجة، وبعبارات في غاية الإسفاف والإنحدار، دون مراعاة لذوق الناس، ولا إحترام لعقولهم (٢٤)، كما نجد (أخطاء فاضحة وإعلانات بين العربية والإنجليزية ولا نتفاجأ بوجود كثير من اللوحات المعلقة في الشوارع بكلمات فاضحة الأخطاء، لا تكاد تراعي شيئاً من القواعد الإملائية أو النحوية... الأمر الذي يفرض تساؤلات عن الذي يكتب هذه اللوحات! وما دور الجهات الرقابية في الحفاظ على أصول لغتنا سليمة من أي تعدد أو تجاهل) (٢٦)، ومن هذا المنطلق قدمت مجموعة من المقترحات العملية في الصحافة والإعلان، وهي تصلح لتكون مفيدة في التعامل مع

تدريس العربية في عموم مدارس ومعاهد العالم العربي، الذي انعكس على تعاطي الجيل الجديد مع اللغة والكتابة العربية ومانراه اليوم من واقع مؤسف للكتابة في التصاميم الإعلانية وغيرها هوننتيجة لما حصل في الواقع التعليمي العربي (٢٢) وعزت (مصادر مختصة استمرار ظاهرة أخطاء اللوحات في الطرق والمرافق العامة وتكرارها بصورة لافتة للأنظار، الأمر الذي حولها إلى ظاهرة حقيقية في شوارعنا ومؤسساتنا، إلى أن الأغلبية العظمى من العاملين في مهنة "الخطاطين"، هم من أبناء الجنسيات الآسيوية المقيمين، (٢١) وهذه واحدة من المشكلات التي أسهمت في ازدياد ظاهرة التشويه الكتابي في الإعلان التجاري والصحافة، كذلك يرى البعض إلى أن (الأخطاء الحالية تكشف عن عدم وجود مرجعية لغوية لدى هذه الشركات يستندون عليها، سواء كانوا أفراداً، أو مناهج وقواميس، بل يعتمدون على الإجتهد في ذلك، (٢٢)، ويقصد بذلك المرجعيات الرقابية ذات العلاقة بتطبيق قوانين السلامة اللغوية التي أصدرتها مجموعة من الدول العربية، ولا ينكر الدور الذي تقوم بها العمالة الأجنبية غير العارفة بأسلوبية الكتابة العربية التي نرى تمظهراتها في الإعلان التجاري الذي يُعد (أخطر واقعة اجتماعية وإعلامية وثقافية واستهلاكية في عصرنا، فقد أصبح الإعلان أحد معالم المجتمع الحديث والذي لا يمكن الاستغناء عنه، إنه صناعة يزداد ثقلها يوماً بعد يوم، فضلاً عن ذلك هونشاط يقدم رسائل مرئية ومسموعة لأفراد المجتمع) (٢٣)، ومع كثرة التداول الإعلاني والخلط الكتابي والخطي، فقد

الخلط بين التاء المربوطة والهاء وغيرها، نتيجة الجهل بالقواعد الإملائية، أضعف القراءة، وأعدم توازن مدققين لغويين أكفاء... إن تعويد العين على رؤية الخطأ يؤدي إلى رسوخه وعدم تصويبه وتكراره مستقبلاً) (٢٩)، ويرى الباحث أن الدخول الاجنبي بفعل التجارة والعمل والتلاقح الثقافي عزز من شيوع الخطأ، فضلاً عن (وجود أعداد كبيرة من المقيمين الذين يتحدثون بالعديد من اللغات الأجنبية التي أصبحت تزاخم اللغة العربية في مجالات الحياة المختلفة، وهذا بالطبع يؤثر على لغتنا العربية التي هي عنوان الهوية والثقافة والحضارة، وأي تجاوز لهذه اللغة في مجتمعاتنا العربية، أو أي تهميش لدورها سينعكس حتماً على هوية الشعوب العربية وعلى ثقافتها ومستقبل أجيالها (٣٠)، وفي خضم ذلك، وما سببته جملة من المعطيات التي وجدت في الساحة العربية مجالاً خصباً في نموها، فقد توافرت (جملة من الاسباب التي اسهمت في وجود الأخطاء اللغوية وغزوها للعربية، ومن هذه الاسباب تسلب بعض التعبيرات الاجنبية الدخيلة اليها، بفعل الترجمة، وكذلك تغفل بعض الأساليب اللغوية الأجنبية (٢٤) كذلك التهجين الغريب للكلمات والألفاظ التي لاتألف مع الأذن العربية وتركيب العبارة بشكل مستسلل واضح، ومن (أسباب إنتشار الإخطاء اللغوية... التصحيف الذي سببه الضعف في الرسم العربي، لكنه تسرب إلى النطق، وترتبت عليه أخطاء شائعة في حروف الكلمات، وشكلها وبنيتها، وقوامه العلماء لكنه بقي حتى يومنا هذا مصدر خطر على القارئ والناطقين، صاحب ذلك ضعف

الصيغة الاعلانية كونه يمثل واحدة من الصيغ الإعلامية المعروفة:
أ- دعوة القارئ على الإعلام والصحافة للعمل على تعميم العربية الفصحى كلفة أساسية لجميع وسائل الإعلام العربية.
ب- إدراج مادة قواعد اللغة العربية وعلم الدلالات في المقرّر الدراسي لكليات الإعلام.
ج- إصدار قواميس تتعلّق بالخصوصيات اللغوية لكل المؤسسات الإعلامية.
د- تفعيل التعاون بين أقسام اللغة العربيّة في الجامعات من ناحية، والهيئات الرسمية للدولة ووسائل الإعلام من ناحية ثانية.
هـ- تنظيم مهنة المصحّحين اللغويين للمقالات الصحفية وإنشاء نقابة خاصة بهم، كذلك العاملين في مجال العمل الإعلاني (٢٨).

منهجية البحث

إحخط البحث الحالي اسلوب البحث الثانوي (المعروف أيضاً بالبحث المكتبي) تلخيص، أو تجميع، أو ترتيب لبحث موجود بدلاً من البحث الأساس، إذ يتم جمع البيانات من موضوعات وتجارب بحثية، ويُستخدم المصطلح على نطاق واسع في الأبحاث الطبية والأبحاث القانونية، وكذلك في بحوث السوق. ولهذا الغرض إطلع الباحث على مجموعة من الإعلانات التجارية المتوافرة في بعض من المدن العربية، وما كتب في هذا المجال من أدبيات وإطروحات نقدية، عدها الباحث مجتمعا بحثيا يلي متطلبات البحث، فضلا عن الإفادة من حيثيات ماورد في الإطار النظري في تصدير الموضوعات.

النتائج ومناقشتها:

يدون الباحث في أدناه النتائج التي توصل اليه البحث:
١- ضعف المعرفة اللغوية والكتابية العربية لدى العاملين في إنتاج العمل الإعلاني، إذ يرجع ذلك إلى اعتماد العمالة الأجنبية في التصميم والتنفيذ، وهي لاشك عمالة غير عارفة بإصول الكتابة والخط العربي وما يتصل بهما من معالجات قواعدية.
٢- سوء توظيف الأنماط الخطية المبرمجة رقميا، إذ تحفل مجاميع الخطوط بأنماط تتصف بالهجنة القواعدية، والتركيبات الزخرفية، وما يدخل عليها من حركات إعرابية، وهناك عدد مهم لا يتصل بحقيقة الحرف العربي ومنهجته التسلسلية، فضلا عن وضوحه ومقروئيته.
٣- تداخل الكتابة النصية العربية مع الأجنبية، وإعتماد بعض المعالجات الفنية التي لا تتوافق مع شخصية الحرف العربي، بل أن كثيراً من تلك المعالجات أضرت بالهوية الشخصية للحرف، وحالته الى منح غير مفهومة لفظياً وكتابياً.
٤- ضعف الرقابة الحكومية على المؤسسات والوكالات الإعلانية التي يتصرف أغلبها على وفق ما يراه، أو ما يتطلبه السوق والزبون، ويمثل هذا الضعف مشكلة حقيقية، أدت الى فهم سيء للحرية في التصميم والتعبير الفني.
٥- الإنهيار الواضح وغير المبرر بالحرف الأجنبي ومحاولة اسقاطه على شخصية الحرف العربي أدى في كثير من الأحيان إلى تشويه متعمد

الحرف، من ذلك تقطيع الحروف والكلمات، أو إضفاء بعض اللمسات التركيبية التي لا تتوافق مع تشريح الحرف العربي، وإغفال البعد الخاصصي لكل من النوعين الأجنبي والعربي.

٦- ضعف التواصل والتداول اللفظي الكتابي في البلدان العربية ذات النسيج الاجتماعي المتداخل مع الأجنبي، أدى ويؤدي فعلاً الى ضعف اليات الكتابة والنطق العربي، ما عزز من ذلك إسهام الفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي إلى حد كبير في حضور ذلك.

٧- غياب الدول العربية بمؤسساتها ذات العلاقة في تعزيز سلامة اللغة، وتوجيه الأنظار الى ما يحيق بها من خطر، وعدم وضع خطط منهجية لمتابعة ما يحصل من إنحرافات، فضلاً عن ذلك تفعيل دور الإعلام والمليقيات والندوات العلمية في التثقيف المباشر.

الإستنتاجات:

في أدناه بعض الإستنتاجات التي توصل لها البحث:
١- الغفلة الرقابية وسوء المتابعة تجعل التصرف في الصيغة الإعلانية امراً وارداً، لا سيما وأن من ينتج الإعلان غير ملم بما هو عامل.
٢- التطور التقني والبرامجي لا يفي أبداً اعتماد صيغ مسؤولة لتعليم الجيل الحالي من المصممين طرائق التعامل الصحيح مع النصوص الكتابية العربية، وتعرف شخصيتها القومية

- المتفردة.
- ٣- يمكن ان يكون بعض من مظاهر العولمة القلت بظلالها على الواقع الفني الاعلاني، منها ازدياد الشركات الوافدة، التي غالباً ماتعتمد اساليب خاصة بها.
- ٤- يمكن ان يكون البعض من المشتغلين في الانتاج الاعلاني، قد فهم بقصد اوبدونه، أن السوق يفرض خياراته وعليه أن يتماشى معه حفاظاً على استثمارية مؤسسته.
- التوصيات:**
- ٤- تدوين البحث التوصيات الأتية:
- ١- إعتتماد مصممين مهرة عارفين بالكتابة والخط العربي في المؤسسات الاعلانية، وعد ذلك شرطاً للتوظيف، ولهذا الغرض ينبغي إختبارهم مسبقاً وتعرف إمكاناتهم اللغوية والكتابية.
- ٢- الإكتثار من الندوات والملتقيات التي تناقش الشأن اللغوي العربي، وحفظه من الأخطار المحيطة به.
- ٣- الإهتمام بالتربية اللغوية لدى طلبة المدارس والكليات العربية، وعد ذلك منهجاً تربوياً لازماً، مع التنبيه إلى
- ٤- تبييه الشباب العربي الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت، إلى ضرورة التعامل بالكتابة والنطق العربي، وعدم الإنجرار إلى إستخدام اللهجات الدراجة في التواصل مع الأخر.
- ٥- إدخال العاملين في الوكالات والمكاتب الاعلانية دورات تقوية في أصول وخط الكتابة العربية يديرها أساتذة أكفاء بغية الحد من ظاهرة التشويه، وأشعارهم بالمسؤولية القومية التي تترتب عليهم.

المصادر:

- ١- إنتصار رسمي موسى، إخراج وتصميم الصحف العراقية، اطروحة دكتوراه، كلية آداب، جامعة بغداد، ١٩٩٧.
- ٢- أيمن عبد السلام، موسوعة الخط العربي، ط١، دار إسامة للنشر، الاردن، عمان، ٢٠٠٠.
- ٣- البكري، ثامر ياسر، إدارة التسويق، ط١، بغداد، مطبعة عصام، ١٩٨٦، ص ٢٩٦.
- ٤- الجبوري، سهيلة ياسين، أصل الخط العربي وتطوره حتى نهاية العصر الأموي، رسالة ماجستير، مطبعة الأديب اللبناني، جامعة بغداد، ١٩٧٧.
- ٥- الجبوري، خليف محمود خليف، العلاقة بين التعدد الصوري والتنظيم المكاني في تصاميم الإعلان التجاري، رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الفنون الجميلة - جامعة بغداد.
- ٦- جمعة إبراهيم، دراسة في تطور الكتابات الكوفيّة، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٦٩.
- ٧- خليل صابات، الإعلان تاريخه، اسسه وقواعده، فنونه واخلاقه، القاهرة، مكتبة الانجلوالمصرية، ١٩٦٩.
- ٨- رغد منذر احمد، دلالات الرموز في تصميم الملصق السياسي في العراق، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠٢.
- ٩- الرفاعي، عبد الجبار، تأريخ ظهور الكتابة والورق والطباعة، تراثنا، العدد ٣٢ و١٤١ و٢٠١٤، ٢٢.
- ١٠- رمزي بعلبكي: الكتابة العربية السامية، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ١٩٨١.
- ١١- سمير صبحي، صحيفة تحت الطلب، دراسات صحفية، دار المعارف، مصر.
- ١٢- سهير حجازي، عبدة سرحان، مقدمة في الحاسبات وتكنولوجيا المعلومات، ط٢، طنطا، جامعة طنطا، ٢٠٠٠.
- ١٣- عبد الرحيم هانم، تاريخ الكتابة والمكتبات وواعية المعلومات، مركز الإسكندرية للكتاب، الاسكندرية، ٢٠٠٦.
- ١٤- عصام سليمان موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، ط١، اربد، دار الشعب، ١٩٨٦.
- ١٥- عمر مهديوي، توليد الأسماء من الجذور الثلاثية الصحيحة في اللغة العربية - مقارنة لسانية حاسوبية - الجزء الأول، إشراف عبدالغني أبو العزم، جامعة الحسن الثاني - عين الشق - كلية الآداب والعلوم الإنسانية - الدار البيضاء، شعبة اللغة العربية وأدابها - وحدة علوم اللغة العربية والمعجميات، ٢٠٠٨.
- ١٦- الكسندر ستيتيفيتش، تأريخ الكتاب. ترجمة. د. محمد الأرنؤوط، ق ١، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٩٩٢.
- ١٧- لمى أسعد، التنظيمات الشكلية في تصاميم البطاقات الاعلانية لمنتجات وزارة الصناعة والمعادن وإمكانية تطويرها، رسالة ماجستير غير منشورة،

كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠٣.

- ١٨- محمد عبد القادر احمد، دور الإعلام في التنمية، بغداد، دار الرشيد للنشر، ١٩٨٢.
- ١٩- نصيف جاسم محمد، مدخل في التصميم الإعلاني، مكتبة الفتح، بغداد، ٢٠٠٥.
- ٢٠- -----، تقنيات تصميم الإعلان، سلسلة برنامج العراقية تطبع، شبكة الاعلام، شركة نورس للطباعة والنشر، بغداد، ٢٠١٥.
- ٢١- النوري، عبد الجليل مطشر محسن، التنوع التقني ودوره في اظهار القيم الجمالية التصميمية في المصنقات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة جامعة بغداد، ٢٠٠٢.
- ٢٢- يوهانس، فريديش، تاريخ الكتابة، ترجمة: سليمان الظاهر، الموسوعة العربية، م٢٦-٢٢٤، ط١، منشورات وزارة الثقافة، سورية، ٢٠٠٤.
- ٢٣ -AL-Said. Said F.; Wenginger. Stefan. Eine Unvollendete Sabäische Urkunde. Arabian Archaeology and Epigraphy. ١٥. ٢٠٠٤.
- ٢٤ - Healey. John F. and Drijvers. Han J. W. The Old Syriac Inscriptions of Edessa and Osrohoene. ١٩٩٩. Brill.
- ٢٥ - Welbacher. W. M. Advertising. New York. Macmillan Publishing Company. n.d.

الانترنت:

- ٢٦- سببتي، فيديلي، نصري خطار بطل الحرف الذي ساهم في تطوير الابجدية الموحدة (انترنت)، بيروت، دار الحياة، النسخة ورقية - دولية، آخر تحديث: الأحد، ١٨ يناير / كانون الثاني ٢٠١٧: <http://www.alhayat.com/Articles/٢٠١٧>
- ٢٧- عماد هادي الخفاجي، التقنية الرقمية وعملية الرقمنة، (الانترنت)، القاهرة، الهيئة العربية للمسرح، ٢٠١٧، السبت ١٤ يناير: <http://atitheatre.ae>
- ٢٨- ناريمان إسماعيل متولي، اللغة العربية بين الانتماء والهوية والتحديات المستقبلية في عصر الرقمنة (الانترنت)، ملتقى اللغة العربية، دبي، ٢٠١٧، الجمعة ١٢ يناير: http://www.arabiclanguageic.org/print__page.php?id=٨٥٢
- ٢٩- رمضان درويش، أخطاء لغوية تهدد اللغة وتشوه المنظر العام، (الانترنت)، الفجيرة نيوز، مارس ٢٥، ٢٠١٤: <http://fujairahnews.ae/١١٩٦٦/٢٥/٠٣/٢٠١٤>
- ٣٠- نشوى فكري، أخطاء لغوية على اللوحات الإعلانية للمحال التجارية (الانترنت)، صحيفة الشرق، السبت ٠٧-٠٢-٢٠١٥ الساعة ٠٨:٤٥: <http://www.al-sharq.com/news/details/٣٠٧٤٤٦>
- ٣١- حلوالطباعي، أخطاء الخطاطين نكتة سوداء في جبين العربية باللوحات الاعلانية والتجارية (الانترنت) رأس الخيمة، ٨ - ٤، ٢٠١٢، ٠٨:٤٦ AM: <http://forum.alrams.net/showthread.php?t=٣٢٧٩٨٤>
- ٣٢- أخطاء إملائية تشوه صروحاً أكاديمية في السعودية (الانترنت)، الشرق الوسط، السبت ١٤ يناير ١٠، ٢٠١٧-٢٧-٢٠١٣ ٠٩:٣٠ AM: <http://www.alrakoba.net/news-action-show-id١٢١١٦٣-.htm>
- ٣٣- الرماني، زيد بن محمد، الإعلانات التجارية غسيل للمخ (الانترنت)، تاريخ الإضافة: ٣/٧/٢٠١٧، زيارة: ١٥٤٤: <http://www.alukah.net/web/rommany/٢٢٢٦٨/٠/#ixzz٤VkyQL٧U٥>
- ٣٤- الصغير، علي، اللوحات الإعلانية تقتل «العربية» في أرضها وتهدد الأجيال القادمة (صور)، (الانترنت)، م، ٨ رجب ١٤٣٦ هـ، ٢٧ أبريل ٢٠١٥ م: <http://twasul.info/١٦٤٦٠٧>
- ٣٥- ذوالغنى، أيمن بن أحمد، لغة الاعلان (الانترنت)، تاريخ الإضافة: ١١/١/٢٠٠٧ ميلادي - ١٢/٢١/١٤٢٧ هجري زيارة: ١١١٢١: http://www.alukah.net/literature__language/٢٨٢/٠/#ixzz٤V٥U٥ZHHK

٣٦- محمود كريشان، يفتالون اللغة العربية في إعلاناتهم ويستبدلونها بلهجات وإيحاءات دوتية غرائزية (الانترنت)، الخميس، ٦ مارس/آذار، ٢٠١٤:
<http://stocksexperts.net/showthread.php?t=٩٦٠٢٤>

٣٧- زينب محمود عثمان، واقع اللّغة العربية وسبل ترفيتها في وسائل الإعلام المكتوبة (الصّحافة)، (الانترنت)، المركز التربوي للبحوث والإنماء
الجمهورية اللبنانية، وزارة التربية والتعليم العالي، ٢٠١٥:

<http://www.crdp.org/ar/details-edumagazine/١٠٨٢١/٢٥٤٨٨>

٣٨- بن هنده، بدايات الترميز الرقمي المعياري للمحارف العربية (الانترنت)، كُتب يوم ٢١/٠١/٢٠١٥:

<http://www.benhenda.com/ara/?p=١٥٨٢>

٣٩ - <http://www.marefa.org/index.php>

٤٠ - <http://www.maaajim.com>

٤١ - <http://www.almaany.com>

٤٢ - http://www.alecso.org/bayanat/arabic__letters__in__computers.htm