

تصميم الرسالة الإعلانية باستخدام الفرانكو آراب وتأثيرها علي الهوية العربية The design of the advertising message using the Franco Arab and its impact on the Arab identity

أ.م.د/ سمر هاني السعيد أبو دنيا

أستاذ مساعد - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - مصر

Assist. Prof. Dr. Samar Hany Al Saeed Abo Donia

Associate Professor, Advertising Department, Faculty of Applied Arts, Helwan

University, Egypt

dr.samarhany@hotmail.com

ملخص البحث :

إن للغة قيمة جوهرية في حياة كل أمة، فهي الأداة التي تحمل الأفكار، وتنقل المفاهيم، فتقيم بذلك روابط الاتصال بين أبناء الأمة الواحدة. واللغة هي الأداة التي تحمي الأمة وتحفظ هويتها وكيانها ووجودها، وتحميها من الذوبان في الحضارات والأمم الأخرى، ولغتنا العربية هي سيدة اللغات، فلا تجاريها أو تعادلها أي لغة أخرى في دقة التعبير فهي هوية ولسان الأمة العربية.

ولكن انتشرت في السنوات الأخيرة لغة أوجدها الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي- الفيس بوك والمنتديات والمدونات والشات- حتى أصبحت سمة سائدة للتواصل فيما بينهم، حتي أصبحنا نراها في مواقع الترجمة العالمية، بمعنى إنك عندما تستدعي معنى كلمة من موقع مثل «جوجل للترجمة» على سبيل المثال سوف تصدمك الكلمة العربية وهي مكتوبة بالأحرف اللاتينية.

وقد أطلق الشباب على هذه اللغة «الفرانكو آراب» وهو كتابة اللغة العربية بحروف إنجليزية، بالإضافة إلى استبدال بعض الحروف العربية التي لا يوجد لها نظير في اللغة الإنجليزية إلى أرقام.

وبملاحظة الإعلانات في الفترة الأخيرة لوحظ استخدام لغة الفرانكو آراب في عرض الرسالة الإعلانية المقدمة سواء علي لوحات الإعلانات الخارجية أو علي أفيشات الأفلام العربية أو المجلات والكتب ووسائل الإعلام المختلفة، مما يزيد من انتشارها وترسيخها في ذهن الشباب، مما يشكل خطراً علي لغتنا العربية من ناحية، ويهدد الهوية العربية من ناحية أخرى.

ومن هنا تظهر مشكلة البحث في محاولة الإجابة عن التساؤل الآتي :

كيف يمكن توظيف اللغة العربية البسيطة في صياغة رسالة إعلانية ناجحة تحافظ علي هويتنا العربية وتتناسب مع فئات الجمهور (خاصة الشباب) ممن يستخدمون تلك اللغة (الفرانكو آراب) ولا تثير نفورهم نحو الإعلان؟

هدف البحث:

يهدف البحث إلي التمسك بلغتنا العربية وتوظيفها في جميع نواحي، الحياة خاصة الإعلان بمختلف وسائله باعتباره وسيلة مؤثرة علي هويتنا العربية.

منهج البحث:

يتبع البحث المنهج الوصفي لبعض النماذج الإعلانية المصرية المستخدمة للفرانكو آراب في توصيل الرسالة الإعلانية، يليه الجانب العملي من قبل الباحثة في تصميم بعض النماذج الإعلانية باستخدام اللغة العربية البسيطة مرة، وهي نفسها باستخدام الفرانكو آراب مرة أخرى في تصميم الرسالة الإعلانية، ثم عمل استبيان علي عينة عشوائية للوقوف علي نقاط القوة والضعف بين اللغتين وأيهما المفضلة لدي الشباب في تصميم الرسالة الإعلانية المقدمة.

حدود البحث: حدود موضوعية : دراسة ظاهرة الفرانكو آراب .

حدود زمانية : فترة اعداد البحث من 2017: 2018 .

حدود مكانية : نماذج إعلانية مصرية .

وقد توصلت الدراسة إلي أن اللغة العربية الفصحى لم تعد هي الأكثر شيوعاً في مجال الإعلان، ولكن امتدت لتشمل لغات كثيرة منها لغة الفرانكو آراب، مما يؤثر بالسلب علي هويتنا العربية خاصة بين الشباب، مما يترتب عليه أهمية غرس الاعتزاز باللغة العربية في نفوس أبنائنا من الشباب لكونها لغة القرآن الكريم، وباعتبارها اللغة الرسمية لبلادنا العربية، فعلينا تربية الأطفال منذ صغرهم علي احترام اللغة العربية والاعتزاز بها فتمسكنا باللغة العربية يعني التمسك بهويتنا العربية وديننا الاسلامي وثقافتنا وماضينا.

كلمات مفتاحية: الفرانكو آراب - الرسالة الإعلانية - مواقع التواصل الاجتماعي - الهوية العربية.