

# تحديات توظيف الكتابات العربية في الشعر والحفاظ على الهوية في عصر العولمة

بحث مقدم من

د/ هاني محمد فريد حسن

المدرس بقسم الجرافيك - كلية الفنون الجميلة

- جامعة المنصورة

لا شك في أن الحفاظ على اللغة العربية ومن ثم الهوية الثقافية لمجتمعنا بات تحدياً صعباً في ظل العولمة التي تجتاح وتغزو بل تبتلع ثقافتنا وهويتنا العربية، ويقع هذا التحدي في المقام الأول على عاتق مثقفي وفناني أمتنا العربية للتصدي لمحاولات التغريب التي نعيشها في ظل الثورة الرقمية والإعلامية والتي تتحاز بدورها نحو الغرب، والجدير بالذكر أن هناك ثمة حملات تبنتها المؤسسات الحكومية الرسمية والأهلية تهدف إلى تعزيز استخدام اللغة العربية ودعمها عبر قوانين وحملات توعوية إلا أن تلك الحملات لم تؤثر في الشارع العربي التأثير المأمول فيه.

وهنا يأتي دور المصمم العربي والذي يؤثر بشكل غير مباشر في تدعيم اللغة العربية والهوية الثقافية رغم إتجاه المجتمع نحو الإتجاه المقابل بكل قوة وإندفاع. ومما لا يدع مجالاً للشك إن الدور الذي يقوم به التصميم في مخاطبة المجتمع لا يقتصر على الدور الإعلاني فحسب بل من المؤكد أنه يقوم بدور تثقيفي وتوعوي من خلال اللغة البصرية ومفرداتها التشكيلية والتي تساهم بشكل كبير في تشكيل الوجدان العام للمجتمع.

تعتبر اللغة كنص مكتوب أحد العناصر الرئيسية التي يتشكل منها التصميم الإعلاني المطبوع بل والحملات الإعلانية بكامل عناصرها بداية من تصميم شعار الشركات والمؤسسات والمنتجات ووصولاً إلى الملصقات والإعلانات الخارجية التي تملأ شوارعنا ونراها بشكل يومي سواء في الجرائد والمجلات أو الشوارع بكل عناصرها البصرية علاوة على ما تحمله من أفكار وهو ما يؤثر بشكل غير مباشر على سلوكيات وثقافة المجتمع بل تكوين الوجدان العام للمجتمع وهويته الثقافية.

ومن الملاحظ التأثير البالغ للحملات الإعلانية على ثقافة المجتمعات خاصة خلال العشرين سنة الماضية وأنها تتحو بثقافته إلى منحى بعيد كل البعد عن الهوية العربية ليس فقط من خلال استخدام الكتابات والحروف اللاتينية بل والتأثير على سلوكيات أفراد المجتمع خاصة شريحة الأطفال والمراهقين مما يوضح أن التغريب لم يؤثر فقط على أفراد المجتمع المتلقين بل أنه أصاب الكثير من المصممين والذين أضحووا أداة تضرب الهوية واللغة بقصد أو دون قصد وهو ما يشير إلى تدني الوعي العام لدى قطاع عريض من نخبة المجتمع والذين يقع على عاتقهم مسئولية توجيه الوعي الفكري المجتمعي لأهمية الهوية للحفاظ على الهوية التي تميزنا عن باقي الأمم.

## مشكلة البحث

- الدور السلبي بل والمؤثر في طمس الهوية العربية من خلال تصميم الشعار والذي يقوم به قطاع كبير من المصممين العرب.
- العوامل التي تساهم بشكل كبير في دعم الإحلال الثقافي.
- المؤثرات الاجتماعية والتطور التكنولوجي والذي ساهم في ترسيخ فكر العولمة.

## فروض البحث ومسلماته

- اللغة العربية والتراث العربي والتاريخي والشعبي أساس تشكيل الثقافة والهوية العربية.
- التصميم الإعلاني المطبوع وبخاصة تصميم الشعار يلعب دوراً هاماً في تشكيل ثقافة المجتمع.
- المصمم يؤثر بشكل واضح في فرض ثقافة بعينها كما أن له دور هام في الحفاظ على الهوية الثقافية لمجتمعه.
- يمكن حصر التحديات التي تواجه استخدام اللغة العربية.
- يمكن التوصل إلى رؤية عامة تسهم في مواجهة تحديات استخدام اللغة العربية.

## أهداف البحث

- التأكيد على أهمية تصميم الشعار كوسيلة هامة يمكن من خلالها توجيه أفكار المجتمع والحفاظ على هويته الثقافية.
- فتح الباب أمام المصممين لتبني رؤية لمواجهة التغريب في تصميم الشعار.

## أهمية البحث

- تسليط الضوء على معوقات الحفاظ على الهوية العربية وسبل مواجهة محاولات التغريب التي نعيشها.
- التأكيد على دور المصمم العربي في تعزيز وتدعيم الهوية العربية من خلال تصميم الشعار.

## حدود البحث

تتركز فترة البحث الزمانية خلال القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين، أما الحدود المكانية فتقع في الوطن العربي.

## منهج البحث

يتبع البحث المنهج التحليلي والتاريخي حيث يقوم بتحليل ودراسة تصميمات الشعارات وكذلك أثرها على المجتمع وهويته.

## اللغة والهوية

لا شك في أن اللغة مرتبطة إرتباطاً وثيقاً بالهوية فهي حجر الأساس التي تقوم عليه الهوية ولذلك فإن " اللغة أملنا في إحياء إبداعنا الفني وإبداعنا الفني بدوره أملنا في إحياء اللغة."<sup>١</sup> ولمحاولة فهم هذه العلاقة " يذهب بعض الباحثين إلى أن اللغة هي أقدم تجليات الهوية، إن اللسان الواحد هو الذي يجعل من كل فئة من الناس جماعة واحدة ذات هوية مستقلة ويزداد الإهتمام باللغة والهوية معاً ويشيع الحديث عنهما في المنعطفات أو المفاصل التاريخية في حياة الجماعات."<sup>٢</sup> ولهذا يمكننا أن نستخلص أن " اللغة مرآة الشعب ومستودع تراثه وديوان أدبه وسجل مطامحة وأحلامه ومفتاح أفكاره وعواطفه وهي فوق هذا وذاك رمز كيانه الروحي وعنوان وحدته وتقدمه وخزانة عاداته وتقاليده."<sup>٣</sup>

إن إكتشاف وتنمية الهوية والتمسك بها هو السبيل الأوحى لأخذ مكانة بين الأمم والثقافات المختلفة غير أن التبعية الثقافية لن تؤدي إلا الخروج من السباق الحضاري ولذلك " فإن البحث في الهوية .. وعن الهوية ليس بحثاً ميتافيزيقياً مجرداً، غايته إرضاء نزعة شوفينية عند أبناء الأمة بقصد الحصول على صك بتميزها عن سواها من الأمم، إنما هو بحث يجب أن يهدف أصلاً إلى المساهمة في عملية النهوض الشاملة التي تتطلع إليها الأمة. إنه تنمية حضارية هدفها خوض نضال حضاري ضد تحد حضاري يواجهنا وما زلنا نتعرض لضغوطه المتزايدة لا سيما عبر فرض نوع من التنمية الإقتصادية المشوهة والتابعة والتي يمكن أن تقود إلا إلى مزيد من التبعية."<sup>٤</sup> ومن هنا ننطلق من

<sup>١</sup> نبيل علي - الثقافة العربية وعصر المعلومات - عالم المعرفة ٢٦٥ - يناير ٢٠٠١م - الكويت - ص ٥٢٧ .

<sup>٢</sup> فيصل الحفيان - العلاقة بين اللغة والهوية - اللغة والهوية وحوار الحضارات - جامعة القاهرة - برنامج حوار الحضارات - ٢٠٠٦م - القاهرة - ص ٧٥ .

<sup>٣</sup> جميل صليبا - تعريب التعليم بين القائلين به والمعارضين له - العربي ١٨٢ - يناير ١٩٧٤م - الكويت - ص ١٢٠ .

<sup>٤</sup> صلاح قنصوة - الهوية والتراث - ندوة لعدد من الباحثين - دار الكلمة - ١٩٨٤م - بيروت - ص ١ .

مفهوم اللغة المجردة إلى الهوية بمعناها الشامل والتي أصبحت تمثل البقاء لنا كمجموعة إنسانية تقدم الحضارة بين كافة الجموع الإنسانية الأخرى وتدعمنا في التنافس الحضاري.

## الإعلام واللغة

إن للإعلام دوراً أساسياً في توجيهه وتكوين الرأي العام لدى العامة من الناس ومن ثم " فهو القادر على تنمية التنوع الفني لدى الجماهير وإلقاء الضوء على المبدعين من أجل تشجيعهم على مداومة الجهد الإبداعي وإقامة همزة الوصل بين ثقافة العامة وثقافة النخبة بهدف الإرتقاء بالأولى وجعل الثانية أكثر وعياً بمسئولياتها تجاه جماهيرها وتشجيع الإبداع الفني القائم على مزج التراث العربي والإسلامي".<sup>١</sup> إلا أننا عند متابعتنا لدور المؤسسات الإعلامية العربية والتي يقع على عاتقها " أن تشارك مشاركة فعالة في تنمية اللغة القومية وفي الإرتقاء بلغة الجمهور لا تقوم في وقتنا الراهن بدورها على الوجه الأكمل .. فتلجأ إلى استخدام ما يسمى باللغة الوسطى التي لا ترتقي بلغة الجمهور لضحالتها وقلة الرصيد اللفظي المستخدم فيها أو لعدم الإلتزام التام بتنقيتها من الشوائب وعدم التنوع فيها من استعمال الألفاظ المبتذلة والتراكيب المرتجلة والمحرفة أو الصيغ اللغوية الدخيلة".<sup>٢</sup> وكانت هناك نتيجة حتمية لهذا التراجع الإعلامي عن دوره المنشود بعد أن سيطرت عليه ثقافة العولمة فأصبح الإعلام " ينحاز بشدة إلى ثقافة العامة على حساب ثقافة النخبة، وياليت ثقافة العامة تلك تعمل على إحياء ثقافة الفئات الشعبية المختلفة، فقد أحوالها عولمة الإعلام إلى نوع من التجنيس الثقافي على النمط الأمريكي مما يضع قيوداً قاسية على ثقافات الشعوب خاصة شعوب العالم الثالث".<sup>٣</sup>

## تحديات اللغة العربية ودور المصمم

تكثر الجهود الرامية إلى نفس الثقافة العربية. بل تتعاضد الجهود الرامية إلى فرض هيمنة ثقافية لنمط أمريكي فنحن لا نتحدث عن مؤامرات، بل عن فكر علمي منضبط موثق يراه ويرصده الأقصى والداني. ولا نتناول قضية جزئية بل نعمل على محاولة فهم الأمور في إطارها الحضاري المجرد فنلاحظ " إن غلبة الإهتمام باللغة الأجنبية ولا سيما في مجالات تعليم العلوم، أدت فيما يبدو إلى تقليص حركة التأليف والتصنيف باللغة الأولى وإلى الإكتفاء أحياناً بما يستورد من الكتب والمقررات

<sup>١</sup> نبيل علي - الثقافة العربية وعصر المعلومات - عالم المعرفة ٢٦٥ - يناير ٢٠٠١م - الكويت - ص ٥٤٢ .

<sup>٢</sup> أحمد محمد معتوق - الحصيلة اللغوية - عالم المعرفة ٢١٢ - أغسطس ١٩٩٦م - الكويت - ص ١٧ .

<sup>٣</sup> نبيل علي - الثقافة العربية وعصر المعلومات - عالم المعرفة ٢٦٥ - يناير ٢٠٠١م - الكويت - ص ٤٨٨ .

والمراجع المدونة باللغات الأجنبية التي تُعتمد في التدريس والتعويل عليها. وقد زاد ذلك بدوره من غلبة استخدام المصطلحات والتعبيرات الأجنبية وساعد في سريانها على الألسن وتسربها إلى اللغة في أوساط المؤسسات المذكورة فقلل بذلك من فرص استعمال مقابلاتها العربية ومن فرص استخدام اللغة وإنعاش مخزونها اللفظي عن طريق القراءة والكتابة بوجه عام.<sup>١</sup> وهذا بدوره كان له الأثر السلبي على اللغة نفسها حيث " أن الألفاظ والصيغ اللغوية الأجنبية المتسربة إلى لغة الجمهور تظل تتداخل وتتناوب في الاستخدام مع بديلاتها العربية وعندما يزيد ويغلب على الألسنة استخدامها تثبت في الأذهان وتحل محل بديلاتها الأصلية."<sup>٢</sup> ويساعد في ذلك أيضاً تدني مستويات التعليم اللغوي والإهتمام به بالمؤسسات التعليمية حيث أن الأجيال تنشأ بعيدة عن لغتها وهو ما أثر على إرتباطها بلغتها.

وهنا تصبح ثقافة العامة اللغوية تربة خصبة للغزو من اللغات الأجنبية الأخرى والتي تبدأ مع " إزدیاد الإقتراض من هذه اللغة الأجنبية ويكثر التداخل بينها وبين اللغة الأصلية فينشأ ما يسمى بالإزدواجية اللغوية أو ما يسمى أحياناً بالثنائية اللغوية وقد ينجم من هذه الإزدواجية مع مرور الزمن إنسحاب اللغة الأصلية أمام الغزو اللغوي الغريب أو إضطراب هذه اللغة وتغيرها."<sup>٣</sup> وهذه الحالة من الإختلاط اللغوي تجعل الفرد في صراع ثقافي " لا يدري إلى أي شعب ينتمي ولا إلى أي ثقافة يرجع كما إنه يكون حائراً بين قيم وثقافة اللغة الأولى وقيم وثقافة اللغة الثانية المتبناه."<sup>٤</sup>

وفي ظل هذا التراجع الثقافي والإختراق الواضح للغة العربية يأتي دور المصمم والذي يحسب على النخبة ويفترض أن يكون له دوراً فعالاً في توجيه ثقافة مجتمعه العامة ومن ثم الدفاع عن المخاطر التي تواجهه وفي ذات الوقت إن العملية الإبداعية مرتبطة بثقافة مجتمعه حيث " ينهل الإبداع من ثقافته .. من لغتها وتراثها وقيمها وتاريخ نضالها وينفذ إلى كوامن صراعاتها ويقتفي أثر تناقضاتها."<sup>٥</sup> وهذا ما يحتاج إليه كل مصمم في ظل هذا الترهل اللغوي الذي نعيشه ليعلن الحرب ضد غزو اللغة العربية لأن المصمم أو " المبدع هو ضمير مجتمعه ورمز إرادته والشاهد على عصره والمعبر عن ثقافته والمتكلم بإسم جماعته وقد تغير دوره عبر العصور من خادم للقصور إلى مناضل ثوري يطالب بسقوط عروشها ومن ناقش للأحجار وعازف الألحان ومجمل الأسقف والجدران إلى

<sup>١</sup> أحمد محمد معنوق - الحصيلة اللغوية - عالم المعرفة ٢١٢ - أغسطس ١٩٩٦م - الكويت - ص ١٦ .

<sup>٢</sup> المرجع السابق - ص ١٧ .

<sup>٣</sup> المرجع السابق - ص ٦٧ .

<sup>٤</sup> مصطفى مندور - اللغة بين العقل والمغامرة - منشأة المعارف - ١٩٧٤م - الإسكندرية - ص ٣١ .

<sup>٥</sup> نبيل علي - الثقافة العربية وعصر المعلومات - عالم المعرفة ٢٦٥ - يناير ٢٠٠١م - الكويت - ص ٥١٠ .

الباعث على الأفكار والحاث على التغيير وموقف الهمم. لم تعد عملية الإبداع - كما يقول جارودي<sup>١</sup> - مجرد إنفعال أو أوهام بل عملية واعية تهدف إلى خلق صورة جديدة للواقع. إن مهمة المبدع الفني أن ينجز فناً يساهم في صنع المعرفة ويفجر الطاقة الخلاقة لدى متلقيه ويعاونه في إدراك حقائق واقعه والكشف عن الأشكال الجديدة لاستغلال الإنسان معلوماتياً وإعلامياً والمحافظة على تراث ثقافته وتراث الإنسانية جمعاء.<sup>٢</sup> ومع كل هذه التحديات التي يواجهها المبدع نجده " يمارس مهامه المضنية في مناخ خانق للإبداع غير محتف به حائراً بين تراث ثقافته وثقافة عصره وما بين متطلبات إنتاجه ومطالب حياته وأمنه."<sup>٣</sup>

### الخطوط العربية وإشكالية التصميم

بما أن اللغة كألفاظ ومفردات وتراكيب تواجهها مشكلات عسيرة فلا شك في أن الخط الذي تكتب به هذه اللغة قد أصابه نصيباً من تلك المشكلات، فالخطوط العربية التي أبدعها وتفنن فيها مبدعينا القدامى هي بمثابة الإرث الإبداعي والتي ينطلق منها أي مصمم إلا أن استخدامها كما هي يعتبر فقراً إبداعياً خاصة أن تلك الخطوط كالديواني والتلث والمملوكي .. إلخ يتناسب مع عصره ويشير له عند رؤيته ويدل عليه فبات من الصعب استخدامها في عصر الثورة المعلوماتية وما بعد الحداثة إلا لهدف ما قد يصوب له المصمم. ونتيجة لعدم التحديث والإبتكار في أشكال الخطوط أصبح الخط العربي غير مواكب للاستخدامات المعاصرة بالملصقات والشعارات وما شابه ذلك، مما دفع إلى استخدام الخطوط اللاتينية في التصميم وقد أرجع البعض سبب ذلك إلى حالة هجران اللغة أو إتهامها بالعجز عن التغيير والجمود من قبل " كثير ممن ضعفت حصيلتهم من مفردات اللغة وصعب عليهم التعبير بلغتهم بطلاقة أو عجزوا عن التأليف والإنتاج فيها. تميل بهم العاطفة أو يدفعهم الجهل أحياناً فلا يقرون بعجز قدراتهم أو ملكاتهم البيانية، ولا ينسبون الضعف إلى مهاراتهم اللغوية ولا يعترفون بتقصيرهم تجاه اللغة وتقاعسهم عن الجد في إكتسابها وإنما ينسبون العجز والضعف إلى اللغة نفسها فيتهمونها بالضيق والفقر وينسبون مفرداتها إلى الثقل والغرابة والوحشية والقصور عن مجازة تطورات الحياة .. هذا إضافة إلى الذين ينتابهم شعور وهمي بالإنتماء الفكري إلى مجتمع غير مجتمعهم."<sup>٤</sup>

<sup>١</sup> روجيه جارودي Roger Garaudy ( ١٩١٣ - ٢٠١٢ م ) فيلسوف وكاتب فرنسي إعتنق الإسلام وإشتهر بمعاداته للصهيونية وله مؤلفات عديدة منها " الإسلام دين المستقبل " و " الأساطير المؤسسة لدولة إسرائيل " .

<sup>٢</sup> المرجع السابق - ص ٥٤٩ .

<sup>٣</sup> المرجع السابق - ص ٥٥١ .

<sup>٤</sup> أحمد محمد معتوق - الحصييلة اللغوية - عالم المعرفة ٢١٢ - أغسطس ١٩٩٦م - الكويت - ص ٦٦ .

إلا أننا لا يمكن أن نغفل دور كثير من المصممين في محاولاتهم لتطويع الخطوط العربية وتطويرها لتتناسب مع متطلبات العصر وهذا يرجع إلى أن " واحد من المكونات الأساسية للنشاط الإبداعي في مجال الفن هو العلاقة بين الفنان وبيئته".<sup>1</sup> ولكن رغم كل هذه المحاولات إلا أنها تعد ضئيلة أمام الحاجة الملحة والكبيرة لمزيد من الخطوط والتي تعتبر مكون رئيسي لكافة فنون التصميم بداية من الشعار والملصق حتى الجريدة والمجلة، ولهذا فإن عنصر الخط العربي في التصميم بات إشكالية يواجهها المصمم عند كل تصميم يقوم به ليتناسب نوع الخط مع الموضوع والعناصر المكملة للتكوين حيث أن " التكوين الشامل هو إحداث الوحدة والتكامل بين العناصر المختلفة للعمل من خلال عمليات التنظيم وإعادة التنظيم والتحليل والتركيب والحذف والإضافة والتغيير في الأشكال والدرجات اللونية وقيم الضوء والظل والمساحات وغير ذلك من المكونات".<sup>2</sup>

## أهمية الشعار

يعتبر الشعار من أهم عناصر هوية المؤسسة فهو يعد بمثابة الإشارة أو الرمز الدال على المؤسسة يحمل دلالاتها المادية والمعنوية ويمثل العنصر المشترك في كافة مطبوعات ومنتجات المؤسسة ويمثل بالنسبة للمؤسسة مفتاح إنتشارها وأفضل وأسهل سبل خلق إنطباع مباشر لدى المتلقي وقد تحتاج المؤسسة لأكثر من شعار مثل شعار لمشروع، أو مناسبة خاصة، أو منتج جديد، ... إلخ ولكن ينبغي التأكد أن كل الشعارات الأخرى الفرعية تنطلق في تصميمها من الشعار الأساسي من حيث اللون أو الخط والعناصر الأساسية وغالباً ما تكون الشعارات الفرعية مؤقتة ينتهي استخدامها بإنتهاء مدة الحاجة إليها. كما أن " للشعار وظائف متعددة لا تكاد تحصى وهي متغيرة ليس لها وصف أو حصر كون الشعارات هي مصدر الهويات البصرية للشركات والمؤسسات وهي أحد وسائل إتصال المنتج أو حامل الشعار بالجمهور".<sup>3</sup> وينقسم الشعار إلى نوعين أولهما الشعار المكتوب والذي يعد من أكثر الأعمال صعوبة لأنه يحتاج إلى مزج عدد ليس قليل من العناصر اللغوية والصوتية في صياغته ليس هذا فحسب بل إنه يفترض أن يكون مبدعاً بشكل مطلق فلا يتشابه مع شعارات أخرى. أما ثانيهما فهو الشعار المرسوم Ideogram فهو عبارة عن رسم بسيط يحمل دلالات ومعاني وإشارات لطبيعة عمل المؤسسة أو المشروع أو الحملة أو الحزب، وكما أن " تصميم الشعار هو مجال هام من مجالات التصميم الجرافيكي ومن الصعب إتقانه، فإن الشعار المرسوم هو صورة تجسيد المؤسسة لأن

<sup>1</sup> شاكر عبد الحميد - العملية الإبداعية - عالم المعرفة ١٠٩ - يناير ١٩٨٧م - الكويت - ص ١٤٩ .

<sup>2</sup> المرجع السابق - ص ١٣٥ .

<sup>3</sup> نزار الراوي - مبادئ التصميم الجرافيكي - دار أوتز هاوس للنشر والتوزيع - ٢٠١١م - الولايات المتحدة الأمريكية - ص ٢٥٩ .



الشعارات تعني لتمثيل ماركات الشركات أو هويات الشركات وتعزيز إعراف العملاء فوراً بها وفي كثير من الأحيان قد يؤدي إلى نتائج عكسية مما يؤدي إلى إعادة التصميم.<sup>1</sup>

## تعريب شعارات الشركات العالمية

منذ أن بدأت الشركات العالمية في الدخول للأسواق العربية قام الكثير منها بتعريب شعاراته بغرض الوصول لقاعدة جماهيرية أكبر ليتسع إنتشارها وبالتالي تزيد مبيعاتها فنجد على سبيل المثال شركة المياه الغازية الأمريكية " كوكاكولا Coca-Cola " والتي أنشأت أول مصنع لتعبئة الكوكا كولا في الشرق الأوسط في مصر عام ١٩٤٤م قد صاحب الشعار الإنجليزي آخر باللغة العربية يقترب إلى حد ما من روح التصميم الأصلي - شكل رقم ١ -، و " بيبسي Pepsi " وهي أيضاً أمريكية، فنجد المصمم قد استعان بنفس الخط اللاتيني ليقوم بتصميمها باللغة العربية وقد يظهر هذا جلياً في حرفي " س، ي " كذلك نهايات الحروف " الحليات " اللاتينية والعربية العلوية وسمك الخطوط - شكل رقم ٢ -.



كذلك العديد من مطاعم الوجبات السريعة قامت بنفس الأسلوب رغبة منها في المنافسة والإقتراب من ثقافة الجمهور حتى يتسنى لها تحقيق عملاء بشكل أوسع ومنها على سبيل المثال مطاعم " كنتاكي KFC " و " بيتزا هت Pizza Hut " وهي أيضاً مطاعم أمريكية، ففي كلمة " كنتاكي " قد قام المصمم بتصميم خط عربي جديد مستوحى من الخط الكوفي - شكل رقم ٣ -، أما في كلمة " بيتزا هت " قد

<sup>1</sup> Philip B.Meggs, Alston W. Purvis - Meggs' History of Graphic Design - John Wiley & Sons -1998 - P. 369.

حاول المصمم الوصول بالخط العربي إلى روح الخط اللاتيني من حيث الحرية في الخط Line وسمكه وإنحاءاته - شكل رقم ٤ - .



شكل رقم ٤

شعار مطعم بيتزا هت Pizza Hut



شكل رقم ٣

شعار مطعم كنتاكي KFC

وفي شعار سلسلة " ماكس max " للملابس والإكسسوارات - شكل رقم ٥ - قام المصمم العربي بإقتباس نفس تصميم الحروف اللاتينية وتحويرها كما في حرفي " م، a، "، " س، m " أما حرف " x " قد إستعان به كما هو بديلاً عن حرف " ك "، إلا أن هناك بعض الشركات العالمية قامت بتصميم الخط العربي بخط أصغر مصاحب للخط اللاتيني كما هو الحال في " دوريتوس Doritos " - شكل رقم ٦ - وهو منتج غذائي للبطاطس على الرغم من أن نفس المنتج عند دخوله لدولة إسرائيل قامت الشركة بإزالة الاسم اللاتيني نهائياً واستبداله بأخر باللغة العبرية وهو ما يدل على شدة تمسك دولة إسرائيل بهويتها ولغتها العبرية والتي فرضت على الشركة تغيير الشعار ليتناسب مع لغتها وثقافتها العبرية حتى أن خلفية الكتابة والتي صممت على شكل مثلث أزرق تم تغيير اتجاهها من اليسار إلى اليمين لتتناسب إتجاه كتابة اللغة العبرية والتي تكتب من اليمين لليسار على عكس اللاتيني بينما في الوطن العربي ظلت السيادة للشعار اللاتيني وأخذ الشعار العربي دوراً هامشياً ثانوياً وهذا قد يعطي لنا تصوراً واقعياً على مدى الإتهام اللغوي والثقافي الذي نعيشه ويجب التصدي له. وعلى الرغم من أن الشركات العالمية أخذت بعين الإعتبار ثقافة ولغة الشعوب العربية المراد مخاطبتها إلا إنه في السنوات الأخيرة بدأ الشعار العربي يختفي أحياناً أو يأخذ دوراً ثانوياً فلا يطبع أساساً أو يطبع بقياس صغير مقارنة بالشعار الأصلي اللاتيني على أحد جوانب المنتج وليس بالصدارة كما كان في السابق كشوكولاتة " سنكرس SNICKERS " - شكل رقم ٧ - والتي إختفى الشعار العربي من صدارة غلافها ولكنه ظل على أحد جوانبه بقياس صغير غير أنه إختفى تماماً من كل أنواع الإعلانات الخارجية Out Door، وكذلك مطعم " صب واي SUB WAY " - شكل رقم ٨ - فقد إختفى الشعار العربي من كافة مطبوعاته.



شكل رقم ٦

شعار بطاطس دوريتوس Doritos



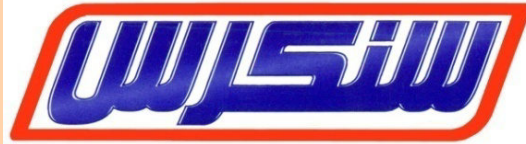
شكل رقم ٥

شعار شركة ماكس max



شكل رقم ٨

شعار مطعم صب واي SUB WAY



شكل رقم ٧

شعار شوكولاتة سنكرس SNICKERS

وهناك نوع آخر من الشركات قام بتصميم شعاراً عربياً واستخدمه لعدة سنوات حتى حقق الانتشار المطلوب ثم أعطى للشعار الإنجليزي الأهمية مرة أخرى ويكاد لا يُرى الشعار العربي في كافة مطبوعاتها ومثال على ذلك شركة الإتصالات الإنجليزية " فودافون vodafone " - شكل رقم ٩ -، ومنتج " سفن أب 7 up " وهو أحد منتجات شركة " بيبسيكو PepsiCo " تقلص دور الشعار العربي وأصبح ثانوياً بجانب الشعار الإنجليزي - شكل رقم ١٠ - رغم أن تصميم الشعار العربي يتضح فيه قدرة

المصمم على حل مشكلة التصميم من حيث الحفاظ على نفس كتلة وتصميم الشعار الإنجليزي حيث قام بتوظيف رقم " 7 " ليحل محله كلمة " أب " ، وكذلك منتجات كمساحيق الغسيل والتي تنتشر بين قطاع عريض من الجمهور نجدها وقد وضعت على منتجاتها شعاراً باللغة العربية متماشياً مع الشعار الأصلي كمسحوق الغسيل " إير يال ARIEL " - شكل رقم ١١ - و " تايد Tide " - شكل رقم ١٢ - ولكنه إختفى من الإعلانات والمطبوعات وظلت السيادة للشعار الإنجليزي فقط .



وهذه نماذج معدودة من الشعارات التي تم تعريبها وتراجع الكثير منها فضلاً عن الشركات التي لم تعرب شعارها مكنتية بالشعار الإنجليزي لها وهو ما يمثل إمتهان للثقافة العربية وهوية مجتمعاته والقصور الواضح بالقوانين التي من المفترض أن تعني بمثل هذه القضايا ويتنبه لها النخبة الواعية بمخاطر هذا الغزو .

## شركات عربية تعتمد على اللغة الإنجليزية

كانت بدايات استخدام الشعارات بالوطن العربي مع نهايات القرن الثامن عشر والحملة الفرنسية<sup>١</sup> فكان شعار أول جريدة والتي أصدرتها الحملة " La Décade Egyptienne " عام ١٧٩٨م باللغة الفرنسية، ثم شعار أول جريدة عربية " الوقائع المصرية " - شكل رقم ١٣ - والتي أصدرها " محمد علي باشا " عام ١٨٢٨م، وجريدة الأهرام - شكل رقم ١٤ - عام ١٨٧٦م باللغة العربية.



شكل رقم ١٤  
شعار جريدة الأهرام



شكل رقم ١٣  
شعار جريدة الوقائع المصرية

واستمر تصميم الشعارات باللغة العربية ولكن خلال القرن العشرين وخاصة النصف الثاني منه بدأت الشعارات الخاصة بكثير من الشركات والمؤسسات العربية تعتمد على الخط الإنجليزي ضاربة بعرض الحائط ثقافة وهوية مجتمعها والذي من المفترض أنها تخاطبه وهو المستهدف بالنسبة لها، وعلى سبيل المثال لا الحصر تم رصد العديد من تلك الشعارات، هناك مركز طبي لعلاج الأسنان " Dental Home " - شكل رقم ١٥ - والذي إفترض أن مرضى الأسنان بكافة مستويات تعليمهم وثقافتهم على علم باللغة الإنجليزية ومن لم يحالفه الحظ في المعرفة فليس له الحق في الشفاء، وشركة " LINKDSL " - شكل رقم ١٦ - المختصة بخدمات الإنترنت.



شكل رقم ١٦  
شعار شركة LINKDSL



شكل رقم ١٥  
شعار مركز علاج الأسنان Dental Home

<sup>١</sup> الحملة الفرنسية حملة عسكرية قام بها نابليون بونابرت على مصر والشام ( ١٧٩٨ - ١٨٠١م ) وكان لها أثراً ثقافياً على مصر نقلها من عصر الظلام والتخلف الذي فرضته الخلافة العثمانية إلى عصر التنوير .

<sup>٢</sup> محمد علي باشا ( ١٧٦٩ - ١٨٤٩م ) ألباني الجنسية ووالي مصر ( ١٨٠٥ - ١٨٤٨م ) وتنسب إليه الأسرة العلوية ومؤسس مصر الحديثة .

ومجموعة القنوات الفضائية " Melody " - شكل رقم ١٧ - قد إعتمدت على حرف " M " مع كتابة تخصص مضمون كل قناة باللغة الإنجليزية أسفل الحرف، وسلسلة محلات ومصنع الملابس " BTM Marie Louis " - شكل رقم ١٨ - إعتد أيضاً على اللغة الإنجليزية فقط، وتعتبر المنتجات الغذائية الخاصة بالأطفال من أخطر المؤثرات عليهم حيث يتعاملون معها منذ صغرهم وهو ما يؤثر على ثقافتهم ويحدث عندهم ازدواجية ثقافية ولغوية ويرسخ أهمية اللغة الإنجليزية مقارنة باللغة العربية فنجد على سبيل المثال منتجات غذائية كـ " روتيتو Rotato " - شكل رقم ١٩ - و" روندوز Rondozz " - شكل رقم ٢٠ - قد إعتمدوا على الكلمة الإنجليزية بشكل أساسي مع وضع الكلمة العربية بقياس أصغر بشكل ملحوظ مقارنة بالإنجليزية وهنا يجب أن نتساءل عن الغرض من سيادة اللغة الإنجليزية في التصميم على حساب اللغة العربية في شعار لمنتج عربي؟ وأين دور النخبة المثقفة والحكومات العربية في التصدي لهذه الظاهرة ووضع القوانين التي تنظم عمليات التصميم وتفرضها على الشركات.



## اللغة العربية ومحاولات تغيير حروفها

منذ زمن ليس بالبعيد ومحاولات تغيير كتابة اللغة العربية بالحروف اللاتينية تجري عبر مخططات كثيرة والهدف منها القضاء على الثقافة العربية وجعلها تابع للغرب فكان " لويس ماسينيون Louis Massignon " <sup>١</sup> واعياً جداً بأن إحلال الحرف اللاتيني محل الحرف العربي يؤدي لا محالة إلى تقويض الثقافة العربية والقضاء عليها. ومن قبله " كارل فولرس Karl Vollers " <sup>٢</sup> سولت له نفسه أن يحرم العرب من كنوز دار الكتب فكان يطالب بنبذ الحروف العربية واستعمال الحروف اللاتينية. ومثله " سلدون ولمور Seldon Willmore " <sup>٣</sup> تولى أيضاً مهمة القضاء على الثقافة العربية من خلال دعوته إلى إتخاذ العامية المصرية لغة أدبية بدلاً من الفصحى ووضع قواعد لها كما دعا إلى كتابتها بالأحرف اللاتينية. فاستمر مشروع كتابة العربية بالحرف اللاتيني واحد من مجموعة خطط غير غوغائية لنسف مقومات العروبة والإسلام وتراثهما. الجديد هو أن تنفيذ هذه الخطط يجري تحت لافتات التطوير والتحديث والتيسير ومواكبة العصر الإلكتروني، رغم أن التايلنديين، الصينيين، الهنود، اليابانيين والكوريين وغيرهم رفضوا تبني الحرف اللاتيني وأصرروا على حرفهم الذي كتب به تراثهم وهم يعدوا من الدول المصدرة للتكنولوجيا الحديثة. ولم يسعوا لتغيير حروف لغتهم للحاق بالركب العالمي. حتى أن أصدرت فرنسا سنة ٢٠٠٠م قراراً حققت به رغبة المستشرق " ماسينيون " يلزم متعلمي العربية بكتابتها بالحرف اللاتيني. والأغرب إن الاعتراض على القرار الفرنسي الأخير إنما جاء من رجل فرنسي لا من مسئول عربي.

وفي هذا المجال لا ننسى التجربة التركية بقيادة " مصطفى كمال " <sup>٤</sup> باستبدال الحرف العربي المستخدم آنذاك بالحرف اللاتيني فقطع بعمله هذا صلة الأمة التركية بالعالم الإسلامي وقطع صلتها بماضيها وهدم أمجادها وقضى على ثقافة ترجع إلى ألف سنة فيها الكثير الجيد من العلوم والفنون والأدب والشعر والتاريخ، ومحاولة منه للتشبه بالغرب والسير على نهجهم وبرغم هذا فإن الإتحاد الأوروبي رفض إنضمام تركيا له معللاً ذلك بأن إنضمام تركيا إلى الإتحاد الأوروبي يهدد هوية أوروبا وحدودها. لهذا يجب التأكيد على أننا إذا كتبنا لغتنا بالحروف اللاتينية فإننا لن نصير أوروبيين، كما أننا لن نبقى عرباً .

<sup>١</sup> لويس ماسينيون Louis Massignon ( ١٨٨٣ - ١٩٦٢م ) من أهم مستشرفي فرنسا وقد شغل عدة مناصب هامة كمستشار وزارة المستعمرات الفرنسية في شتون شمال أفريقيا ، وكذلك الزراعي الروحي للجمعيات التبشيرية الفرنسية في مصر .

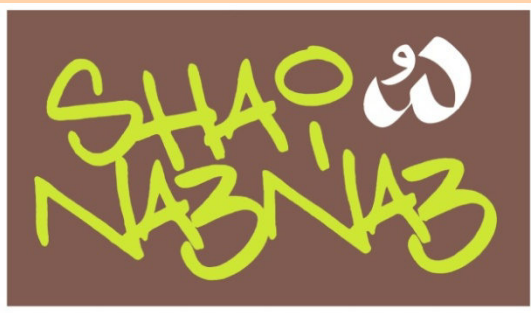
<sup>٢</sup> كارل فولرس Karl Vollers ( ١٨٥٧ - ١٩٠٩م ) مستشرق ألماني تولى إدارة دار الكتب الخديوية في مصر .

<sup>٣</sup> سلدون ولمور Seldon Willmore مستشرق إنجليزي تولى القضاء بالمحاكم الأهلية بالقاهرة إبان الاحتلال البريطاني لمصر .

<sup>٤</sup> مصطفى كمال أتاتورك ( ١٨٨١ - ١٩٣٨م ) مؤسس تركيا الحديثة بعد أن قام بإنقلاب على الخلافة العثمانية وأنهى الخلافة الإسلامية عام ١٩٢٤م وأعلن قيام جمهورية تركيا على النمط الأوروبي الحديث .

## شعارات عربية تعتمد على الحروف الإنجليزية للمنطوق العربي

بداية من العشر سنوات الأخيرة بالقرن العشرين ومع إنتشار خدمات التليفون المحمول والذي يقدم خدمة الرسائل القصيرة SMS بدأت لغة جديدة تنتشر بين المستخدمين وخاصة الشباب منهم تعرف باسم " العريبيزي " وهي عبارة عن لغة عربية تكتب بالحروف الإنجليزية علاوة على استخدام بعض الأرقام لتحل محل بعض الحروف العربية " وقد يرى المراقب ان التدفق الحضاري والثقافي للغة الانجليزية من نوافذ لا حصر لها تعليمية واعلامية ومهنية وثقافية وغيرها هي السبب الأساس في هذا المزج اللغوي بين العربية والإنجليزية فيما يسمى بظاهرة " العريبيزي " وهو مصطلح تمت صياغته من كلمتي العربي والانجليزي.<sup>١</sup> وبالطبع تعتمد هذه اللغة الجديدة على اللهجات المحلية لكل دولة وليس اللغة الفصحى ويرجع البعض السبب إنه " تعبير سلبي رافض لواقع الأمة ويعبر عن إنهيار وتراجع الثقافة العربية في ضمائر وعقول الشباب العربي، والتراجع ناجم عن ضعف التعليم بشكل عام وخاصة تعليم اللغة العربية فمن المعلوم أن الفترة الزمنية وعدد الحصص المخصصة للغة العربية في تراجع مستمر.<sup>٢</sup> وبعد أن تغلغلت هذه اللغة في استخدامها بين قطاع عريض من المجتمع بفضل إنتشار خدمات الرسائل القصيرة ومواقع التواصل الإجتماعي عبر الإنترنت استطاعت أن تخرج من خلال الشبكة العنكبوتية الافتراضية وبدأت تظهر بشكل واضح فج للواقع حتى بدأ بعض المصممين استخدامها في تصميم الملصقات والشعارات فنجد على سبيل المثال بعض المقاهي مثل " قعدة كافيه A3deh Cafe " - شكل رقم ٢١ - قد استخدم اللهجة العامية، كما كتبتها بتلك اللغة وقام باستبدال حرف " ع " بالرقم " ٣ "، وأيضاً مقهى يحمل اسم " شاي ونعناع SHAi w NA3NA3 " - شكل رقم ٢٢ - الذي استخدم فيه المصمم نفس اللغة، وبعض المطاعم مثل " رواق Rawa2 " - شكل رقم ٢٣ - قد استخدم نفس اللغة مع استبدال حرف " ق " والذي ينطق بالعامية " ء " بالرقم " 2 "، ومطعم " جمعتنا JM3ETNA " - شكل رقم ٢٤ - الذي استخدم فيه لغة " العريبيزي ".



شكل رقم ٢٢

شعار مقهى شاي ونعناع SHAi w NA3NA3



شكل رقم ٢١

شعار مقهى قعدة A3deh Cafe

<sup>١</sup> محمد المحفوظ - العريبيزي حادثة أم تخلف ؟ - جريدة البلاد - السبت ١٥ ديسمبر ٢٠١٢ م .

<sup>٢</sup> دعاء الناظور - العريبيزي بين العصرية والغزو الثقافي - جريدة العرب اليوم - ١٢ نوفمبر ٢٠١٢ م .





شكل رقم ٢٤

شعار مطعم جمعتنا JM3ETNA



شكل رقم ٢٣

شعار مطعم رواق Rawa2

ولهذا يجب التنبه لسياسة التدرج والتي تحاول مزاحمة الحرف اللاتيني للحرف العربي جنباً إلى جنب حيث أن هذه الخطوة تمهد للهدف الأخير، وهو وأد الحرف العربي والقضاء عليه إلى الأبد. وأسوة بكل البلاد المتقدمة، ينبغي أن تختفي من المدن العربية اللافتات التجارية المكتوبة بلغات أجنبية، وتلك المكتوبة بالحرف اللاتيني. وفي حالة الشركات متعددة الجنسيات فلتكتب لافتاتها باللغتين العربية والأجنبية، بشرط أن يكون حجم الحروف العربية ضعف حجم الحروف الأجنبية، ولنا في فرنسا أسوة في ذلك.

## النتائج والتوصيات

- اللغة العربية تواجه تحديات كبيرة لاستخدامها في التصميمات الدعائية.
- للمصمم دور فعال في التأثير على ثقافة المجتمع والحفاظ على هويته.
- يجب تشجيع المصممين على استخدام اللغة العربية في تصميم الشعارات وكذلك استحداث أنماط جديدة من الخط العربي تتوافق مع التطور التكنولوجي.
- يجب على الدولة إصدار قوانين تنظم عملية التصميم الخاصة بالشركات.
- يجب وضع خطة للحفاظ على الهوية مدعومة من الوزارات المعنية كالثقافة والتربية والتعليم والإعلام.

## المراجع والمصادر والدوريات

- نبيل علي - الثقافة العربية وعصر المعلومات - عالم المعرفة ٢٦٥ - يناير ٢٠٠١م - الكويت.
- فيصل الحفيان - العلاقة بين اللغة والهوية - اللغة والهوية وحوار الحضارات - جامعة القاهرة - برنامج حوار الحضارات - ٢٠٠٦م - القاهرة.
- جميل صليبا - تعريب التعليم بين القائلين به والمعارضين له - العربي ١٨٢ - يناير ١٩٧٤م - الكويت.
- صلاح قنصوة - الهوية والتراث - ندوة لعدد من الباحثين - دار الكلمة - ١٩٨٤م - بيروت.

- أحمد محمد معتوق - الحصيلة اللغوية - عالم المعرفة ٢١٢ - أغسطس ١٩٩٦م - الكويت.
  - مصطفى مندور - اللغة بين العقل والمغامرة - منشأة المعارف - ١٩٧٤م - الإسكندرية.
  - شاكر عبد الحميد - العملية الإبداعية - عالم المعرفة ١٠٩ - يناير ١٩٨٧م - الكويت.
  - نزار الراوي - مبادئ التصميم الجرافيكي - دار أوثر هاوس للنشر والتوزيع - ٢٠١١م - الولايات المتحدة الأمريكية.
  - محمد المحفوظ - العريبي حادثة أم تخلف ؟ - جريدة البلاد - السبت ١٥ ديسمبر ٢٠١٢م.
  - دعاء الناطور - العريبي بين العصرية والغزو الثقافي - جريدة العرب اليوم - ١٢ نوفمبر ٢٠١٢م.
- Philip B.Meggs, Alston W. Purvis - Meggs' History of Graphic Design - John Wiley & Sons -1998.**