

## 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، فعلياً 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.

### Abstract:

Our Arabic Language is an important part of our Arab Identity as language is speaking thought whilst thought is unspoken language. It is of enormous value to life of each nation for being a tool that carries thoughts and exchange concepts between citizens of the same nation. In addition, it is the cultural tool that builds a nation and protects its existence.

There is a correlative relationship between Arabic Language and advertising as there is no successful visual advertising without a clear and simple advertising message written in easy and simple language expressing content and idea of the advertisement.

Advertising communication is important and complicated as advertising, which is a process of communicating with the mass, aims at providing the latter with information on products and services along with creating sufficient awareness through widespread methods using numerous techniques and different languages for advertising messages to influence individuals and groups with different cultures, needs and motivations.

Today, the Arab use the Franco-Arabic language in their daily life whether in Social Media or their daily SMSs extending to advertising messages in signage, film posters, magazines, books and different mass media, thus, this language increasingly spreads and is established in the mind of youth, a matter that poses danger to our Arabic Language from one hand and threatens Arab identity from the other side.

Therefore, the **Research Problem** lies in answering the following question:

How can we function the simple Arabic Language in formulating a successful advertising message that preserves our Arab identity and is fit for different segments of the mass (especially youth) that use this (Franco-Arabic Language) without alienation by the mass?

**Keywords:** Franco Arab - Advertising message - Social Media - Arab Identity

### مقدمة البحث :

تعتبر لغتنا العربية جزء هام من هويتنا العربية، فاللغة فكر ناطق، والتفكير لغة صامتة. واللغة هي معجزة الفكر الكبرى، إن اللغة قيمة جوهرية كبرى في حياة كل أمة فهي الأداة التي تحمل الأفكار، وتنقل المفاهيم فتقيم بذلك روابط الاتصال بين أبناء الأمة الواحدة، وبها يتم التقارب والتشابه والانسجام بينهم، إن القوالب اللغوية التي توضع فيها الأفكار، والصور الكلامية التي تصاغ فيها المشاعر والعواطف لا تنفصل مطلقاً عن مضمونها الفكري والعاطفي، إن اللغة هي الأداة الثقافية التي تبني الأمة وتحمي كيانها.

والعلاقة بين اللغة العربية والإعلان علاقة متلازمة، فلا يوجد إعلان مرئي ناجح بدون رسالة إعلانية بسيطة وواضحة، مقدمة بلغة مكتوبة سهلة وبسيطة معبرة عن مضمون وفكرة الإعلان .

وتعد عملية الاتصال الإعلاني من العمليات الهامة والمعقدة، إذ يهدف الإعلان بوصفه عملية اتصال بالجمهور إلى إمدادهم بالمعلومات عن السلع والخدمات، وخلق الإدراك الكافي عنها لديهم بوسائل واسعة الانتشار، واستخدام العديد من الأساليب واللغات المختلفة للرسائل الإعلانية للتأثير في الأفراد والجماعات مختلفي الثقافات والحاجات والدوافع.

واليوم تدخل لغة الفرانكو آراب في حياة العرب اليومية من مواقع التواصل الاجتماعي والرسائل اليومية علي الهواتف المحمولة، ونجدها امتدت إلي الرسائل الإعلانية المقدمة اليوم علي لوحات الإعلانات الخارجية وعلي أفيشات الأفلام العربية والمجلات والكتب ووسائل الإعلام المختلفة، مما يزيد من انتشارها وترسيخها في ذهن الشباب، و 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 ( لغة الفرانكو آراب ) ولا تثير نفورهم نحو الإعلان؟

### أهمية البحث:

تظهر أهمية البحث بابتعاد بعض مصممي الإعلان في الفترة الأخيرة عن توظيف اللغة العربية السليمة في صياغة الرسائل الإعلانية المقدمة، وتوجههم إلي استخدام لغة الفرانكو آراب كلغة موازية للغة العربية تستقطب فئة الشباب خاصة، للتواصل عبر التقنيات الحديثة ( مواقع التواصل الاجتماعي خاصة ) والتي تهدد مصير اللغة العربية وهويتنا العربية .

### هدف البحث:

التمسك باحترام لغتنا العربية وتوظيفها في جميع نواحي الحياة خاصة الإعلان بمختلف وسائله باعتباره وسيلة مؤثرة علي هويتنا العربية .

### فرض البحث:

1- إن توظيف لغة الفرانكو آراب في تصميم الرسالة الإعلانية يعمل علي ترسيخ هذه اللغة، مما يشكل خطراً علي شبابنا وهويتنا العربية .

2- إن توظيف اللغة العربية البسيطة في صياغة الرسائل الإعلانية يعمل علي توضيح فكرة الإعلان، وعدم نفور الشباب من لغة الإعلان، مما يعمل علي رفع ثقافة الجمهور المتلقي وكذلك يؤكد علي الهوية 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، وباستخدام 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.

### حدود البحث:

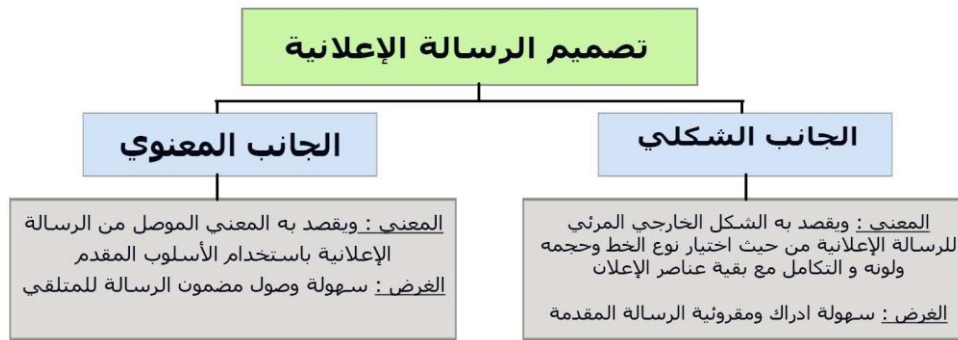
حدود موضوعية : دراسة ظاهرة الفرانكو آراب .

حدود زمنية : فترة اعداد البحث من 2017 : 2018 .

حدود مكانية : نماذج إعلانية مصرية.

## تصميم الرسالة الإعلانية:

ويقصد بها فن استخدام كتابة النصوص الإعلانية بشكل علمي مدروس لتأدية الغرض التسويقي منها، باقناع المتلقين بالمنتج أو الخدمة المعلن عنها، واحداث الأثر المطلوب وضمان سهولة ادراك وفهم تلك النصوص، وقد تكون كلمة أو كلمتين أو جملة واحدة أو عدة جمل والتي تصمم عن طريق محررين متخصصين في كتابة الرسائل الإعلانية (6).  
وعملية تصميم الرسالة الإعلانية تتطلب جهد جماعي يحتوي علي جانب فني و يتضمن جانب ابتكاري يقوم علي أساس وجود استراتيجية إعلانية متكاملة للإعلان، فهي تعتمد علي مهارات محرر الرسالة في تقديم الأفكار الخلاقة، فهي تحتاج إلي محرر ذكي ومبدع وذو ثقافة واسعة وملم بالقواعد النحوية، وله القدرة علي تأليف الرسائل ذات الوقع الجرسى الرنان والمؤثر (9-P.89)، فدور محرر الرسالة الإعلانية هو ترجمة ( النقاط البيعية ) للسلعة أو الخدمة إلي ( مزايا ومنافع ) تنقلها الكلمات والجمل للجمهور المستهلك، والذي يحتاج إلي دراسة الجمهور دراسة واعية من الناحية الديموجرافية والسيكولوجية والثقافية والاقتصادية، فالمحرر بحاجة إلي بيانات مثل الجنس والعمر والحالة الاجتماعية والتعليم وغيرها لتحقيق الأهداف الإعلانية المطلوبة بنجاح، حيث تعتبر الرسالة الإعلانية والصور أو الرسوم من العناصر التي يكمل بعضها البعض، حيث تعتبر أنجح الإعلانات هي تلك التي تعتمد الرسالة الإعلانية والصور علي بعضهما البعض ويفسر كل منها الآخر، فهي من أصعب مراحل تصميم الإعلان والتي لا تقل أهمية عن تصميم الفكرة الإعلانية نفسها (10-P.184)، فبدون نص إعلاني ناجح قد تفشل الرسالة في الوصول للمتلقى بالشكل الصحيح، وينقسم تصميم الرسالة الإعلانية إلي قسمين كما في المخطط التالي:



مخطط رقم (1) ( من تصميم الباحثة )

يوضح أقسام الرسالة الإعلانية من حيث الجانب الشكلي والمعنوي

## سمات وخصائص الرسالة الإعلانية الناجحة:

- 1- قدرة الرسائل الإعلانية علي جذب المتلقي واثارة اهتمامه .
- 2- أن تكون الرسالة مختصرة، بشرط ألا يخل بالمعنى ( من اثنين إلي ثماني كلمات) ولا ينتقص من المعلومات الواجب توافرها (9-P.89).
- 3- دراسة وفهم طبيعة الجمهور الموجه له الرسالة قبل تصميم الرسالة الإعلانية الخاصة به، لاختيار الألفاظ والكلمات المناسبة.
- 4- أن تكون الرسالة ذات جرس موسيقي علي الأذان، ليسهل حفظها وتكرارها وبذلك يضمن ثباتها في الذاكرة لأطول فترة ممكنة .
- 5- عدم المبالغة في التعبير أو استخدام الكلمات التي تحمل أكثر من معني حتي لا يفقد الإعلان مصداقيته.
- 6- التوافق بين الرسالة المكتوبة والأشكال والصور المقدمة لتوضيح فكرة الإعلان.
- 7- أن تكون الرسالة واضحة باختيار لغة بسيطة سهلة، باستخدام جمل قصيرة وتراكيب نحوية بسيطة (6).

## نشأة وتطور الفرانكو آراب:

هي لغة مستحدثة غير رسمية ظهرت منذ سنوات، تستخدم بين الشباب أغلب الوقت، في الكتابة للتواصل عبر الانترنت في بلادنا العربية أو رسائل المحمول أو المنتديات أو المدونات أو الشات، وتنطق تماماً كالعربية ولكن الحروف المستخدمة في الكتابة هي الحروف والأرقام اللاتينية بطريقة تشبه الشفرة (8).

ويرجع تاريخ نشأتها إلي تسعينات القرن العشرين من خلال شبكات المحادثة المنقولة بالانترنت، وذلك لأن الأجهزة لم تتح سوي الحروف اللاتينية للكتابة في بادئ الأمر، مما أجبر مستخدمي اللغة العربية علي استخدام الحروف اللاتينية، حيث انتشرت في بادئ الأمر بين الطلبة العرب المبعوثين كطريقة تواصل أرخص مادياً من المكالمات التلفونية (3- ص 124).

غير أن السبب الرئيس لظهور لغة الفرانكو آراب المكتوبة هو الرسائل النصية القصيرة للهاتف المحمول ( sms ) والذي عاصر ظهور الانترنت، والتي كانت تحدد لكتابة الرسالة باللغة الانجليزية عدد حروف أكبر عن اللغة العربية لنفس الرسالة الواحدة، فكانت الرسالة باللغة الانجليزية لها 160 حرف في حين كانت للغة العربية 70 حرف فقط ، والتي سرعان ما انتشرت بين المستخدمين (5).

ويطلق علي لغة الفرانكو آراب أيضاً:

- العربيزي: وهو كلمة مشتقة من كلمتين (عربي) و (انجليزي) .
- أرابيش: وهو كلمة مشتقة من كلمتين (Arabic) و (English) .
- العربيتيني: وهو كلمة مشتقة من كلمتين (عربي) و (لاتيني).

- لغة الشات: The Arabic Chat Alphabet

أو الفرانكو عربي أو الفرانكو أو الانجلوعربي وغيرها

## قواعد الفرانكو آراب المستخدمة في الكتابة:

تحول الحروف العربية إلي نظيراتها من اللغة اللاتينية مباشرة، فمثلاً الحرف العربي ( س ) يحول إلي الحرف اللاتيني (S)، أما الحروف التي ليس لها نظير في اللغة اللاتينية من حيث النطق فتحول إلي الأرقام اللاتينية الأقرب لها شكلاً كما في شكل رقم (1)، فمثلاً حرف (ح) يحول إلي الرقم اللاتيني (7)، وتوضع الفاصلة العليا فوق الحروف والأرقام لتعبر عن النقطة فوق الحروف مثل الحرف (ض) يكتب (9' ) ، ويوجد استثناء واحد في هذا النظام وهو الحرف (خ) فيكتب (5' ) وذلك لأن الرقم خمسة يبدأ بالحرف (خ)، وهناك اختلافات بسيطة حسب عادات المستخدمين فيمكن أن يكتب حرف (خ) رقم (7' ) أو يكتب ( Kh ) (3- ص 129)، ويمكن تلخيص تلك القواعد كما في الجدول التالي :

تستبدل برقه	الحروف
2	ق أو الهمزة
9	ص
9'	ض
3	ع
3'	غ
7	ح
7 أو 5	خ
6	ط

شكل رقم ( 1 ) ( 11 )

قواعد كتابة لغة الفرانكو آراب للحروف التي ليس لها نظير في اللغة اللاتينية من حيث النطق

وقد انتشر استخدام الفرانكو بسرعة كبيرة في فترة زمنية قصيرة، حتى أنه أصبح في أدوات البحث مثل جوجل بلاي (Google Play)، عبر تقنيات متقدمة كلغة مستحدثة تدعمها شركة جوجل مثل محرك البحث، فالآن يمكنك أن تبحث في أدوات البحث عن طريق استخدام الفرانكو آراب مثل البحث عن بعض المواقع مثل موقع (7ar9ous)، وقد قامت شركة (مايكرو سوفت) بإطلاق برنامج (مارين) لترجمة لغة الفرانكو آراب إلى اللغة العربية مما ترتب عليه أيضاً إصدار التطبيقات المختلفة لترجمة الكلمات والجمل العربية إلى الفرانكو والعكس مثل التطبيق التالي Franco to Arabic (4 - ص 31):



شكل رقم ( 2 ) ( 12 )  
احدي التطبيقات لترجمة اللغة العربية للفرانكو والعكس

### أسباب استخدام الفرانكو آراب كلغة مستحدثة جديدة :

- 1- عدم وجود لوحة المفاتيح للحروف العربية مع بداية اختراع الكمبيوتر والهاتف النقال للكتابة والاتصال.
- 2- تعتبر الأسرع والأسهل في الاستخدام بعد التعود علي لوحة المفاتيح اللاتينية
- 3- أقل تعقيداً من اللغة العربية في الكتابة، فيمكن الكتابة بها دون الخوف في الوقوع في أخطاء لغوية (4 - ص 54).
- 4- ملائمة للتعبير عن اللهجات المختلفة مثل حرف (جيم الشام) مثلاً .
- 5- العوامل النفسية للمستخدمين الذين يعتقدون أن استخدام الفرانكو يزيدهم تحضراً أمام الغير، ويطفي نوعاً من الوجاهة الاجتماعية .
- 6- تعتبر لغة جديدة تكتب بالشفرة لا يفهمها إلا الشباب مما يعطيهم نوعاً من التميز والاختلاف عن الأجيال السابقة (3- ص 127).

### خصائص الفرانكو آراب :

- 1- **واسع النطاق:** بفضل التطور التكنولوجي الواسع وتطبيقه في المجتمع في كافة المجالات، توسعت أبجدية الفرانكو إقليمياً بسرعة مذهشة من الانترنت الافتراضي إلى الحياة الاجتماعية الحقيقية، مع ارتفاع عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة .
- 2- **الجمهور المستهدف :** الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً للفرانكو، فأما الذين تقدمت بهم السن يفضلون استخدام اللغة العربية أو الانجليزية.
- 3- **المرونة في التعبير :** لا توجد قواعد صارمة للفرانكو مقارنة باللغات الأخرى الرسمية، فيمكن أن تكتب نفس الكلمة بعدة طرق مختلفة اعتماداً علي الخلفية اللغوية للمستخدم (8).

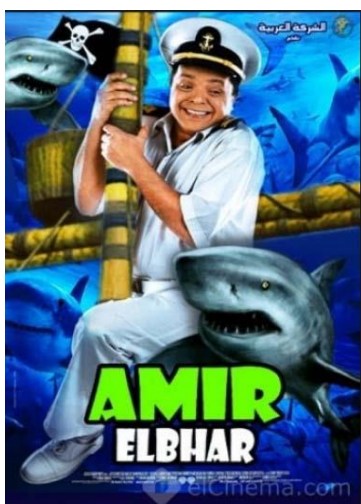
4- خصائص ومميزات لغة الشات : استخدام الحروف المكبرة والكررة للتعبير عن المبالغة والتعجب وغيرهما للفت الانتباه مثلاً :

(Alf Mabrook) بمعنى (ألف مبرووك) وعبارات الاختصار الانجليزية مثل (ths) وتعني ( thanks ) وكلمة (pls) وتعني (pleas) والاختلاط بين العربية والانجليزية مثل (ISA) وتعني (In shaa Allah) ان شاء الله، بالإضافة إلى ظاهرة تعريب الاختصار الانجليزي وكتابته بالعربية مثل ( لول) (LOL) وهي اختصار إلى ( Laughing out loud).(7)

#### توظيف الفرانكو آراب في وسائل الإعلان المختلفة:

بالنظر إلى لغة الإعلان اليوم نجد أنها لم تعد تقتصر على استخدام اللغة العربية فقط ولكنها امتدت لتشمل أكثر من لغة مثل اللغة العامية واللغة الانجليزية ولغة الفرانكو آراب وغيرها.

وقد توسع استخدام الفرانكو آراب على نواحي عديدة، فانتقل من الإعلام الإلكتروني إلى الإعلام المرئي ذو الجمهور الأوسع، فقد استخدمه الفنان الجرافيتي في أعماله على جدران الشوارع، وظهر أيضاً مطبوعاً على ملابس الشباب المختلفة وعلى أفيشات الأفلام العربية والإعلانات الخارجية في الشوارع والعلامات التجارية ولافتات المحال التجارية وغيرها كما في الأمثلة الآتية :



شكل رقم ( 4 ) ( 13 )

نموذج لأفيش سينمائي باستخدام الفرانكو آراب في كتابة عنوان الفيلم (أمير البحار)



شكل رقم ( 3 ) ( 14 )

توظيف الفرانكو آراب على ملابس الشباب



شكل رقم ( 5 ) ( 15 )

توظيف الفرانكو آراب في تصميم أحد العلامات التجارية لاحدي المطاعم المصرية

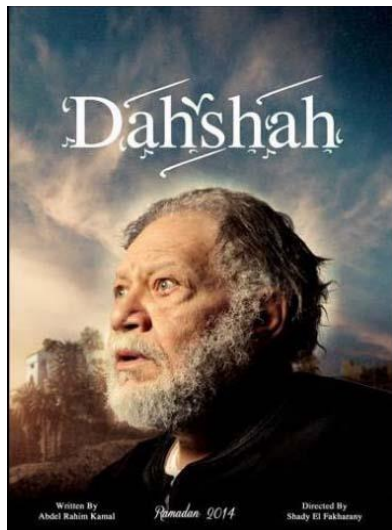




شكل رقم ( 6 ) ( من تصوير الباحثة )

واجهة احدي المحال التجارية لبيع الهواتف المحمولة يستخدم الفرانكو آراب

ظهر أيضا في مجال الإعلام حيث يظهر أحيانا في الشريط المتحرك أسفل شاشة التلفاز وفي عناوين بعض المسلسلات العربية كما في المثال التالي:



شكل رقم ( 8 ) ( 16 )



شكل رقم ( 7 ) ( 16 )

ملصق خارجي لاحدي المسلسلات الرمضانية ( دهشة ) لسنة 2014، تم كتابة العنوان باللغة العربية مرة والفرانكو آراب مرة أخرى



شكل رقم ( 9 ) ( 17 )

إعلان علي احدي القنوات التلفزيونية المصرية عن أحد المسلسلات العربية لقرية ( المزارطة )



بالإضافة إلى شركة كادبوري للشيكولاته التي أصدرت في 9 يونيو 2012 حملتها الإعلانية علي الفيس بوك، عن منتجاتها الجديدة التي وظفت بها الفرانكو أراب في تصميم أغلفة عبواتها الثلاث والتي كانت تحمل جمل هي (RAWA2) روق ( Ba7EBAK ) بحبك (3ALA BALY) علي بالي.



شكل رقم ( 10 ) ( 18 )

حملة شركة كادبوري للشيكولاتة علي الفيس بوك، وتوظيفها للفرانكو أراب عن منتجاتها الجديدة



شكل رقم ( 11 ) ( 19 )

إعلان خارجي لأحد الأغنيات كتب اسمها بالفرانكو أراب ( المصالح )



شكل رقم ( 12 ) ( 20 )

أحد الإعلانات من موقع التواصل الاجتماعي - فيس بوك- باستخدام الفرانكو أراب في تصميم الرسالة الإعلانية



شكل رقم ( 13 ) ( 21 )  
توظيف لغة فرانكو آراب علي عبوات التغليف

وقد اقتحم فرانكو آراب الصحافة المطبوعة أيضاً، فقد أصدرت أول مجلة من نوعها تكتب بلغة فرانكو آراب وهي مجلة ( what's up ) وهي مجلة مصرية شبابية ربع سنوية، تصدر بالفرانكو آراب وهي توزع مجاناً في الجامعات والنادي والشواطئ، وقد صدر العدد الأول منها سنة ٢٠٠٨ م، وقد لاقت نجاحاً كبيراً بين الشباب وذلك لاستخدام فرانكو آراب في كتابة العناوين الرئيسية والفرعية، بينما كان يكتب المتن باللغة العامية، وبرغم ذلك النجاح لاقت هجوماً كبيراً أيضاً خوفاً من ترسيخ هذه اللغة (8)، وقد صرح عمرو منتصر رئيس مجلس إدارة المجلة- وهو شاب مصري يبلغ من العمر 28 عاماً - أنه لا يقلل من شأن اللغة العربية ولكنه وجد لغة فرانكو آراب وسيلة جديدة يجذب بها فئة الشباب لقراءة المجلات باللغة العربية .

وبالفعل نجحت في اجتذاب فئة الشباب الراضة للقراءة باللغة العربية، وذلك لأنها استخدمت اللغة نفسها التي يتحدث بها الشباب في حياتهم اليومية، وقامت بتقديم المعلومات الصحيحة لهم والنصيحة المفيدة بشكل غير مباشر من خلال الموضوعات التي تناقشها المجلة والتي تهتم الشباب (7).



شكل رقم ( 14 ) ( 22 )  
شكل رقم ( 15 ) ( 22 )  
عديدين من مجلة ( what's up ) المصرية المنشورة بلغة فرانكو آراب

**التباين في الآراء حول لغة الفرانكو آراب :**

خلال بضعة السنوات الأخيرة أثارت ظاهرة الفرانكو آراب التباين الشديد في المجتمع العربي، ما بين مؤيد لها ومعارض والتي نعرضهم فيما يلي:

**الرأي الأول: مؤيدي لغة الفرانكو آراب :**

يعتبرها أصحاب الرأي الأول ظاهرة شبابية جديدة تتماشى مع عصرنا الحالي عصر السرعة، مطالبين بدعوة تجعل (لغة الخطاب هي لغة الكتاب)، بمعنى أن تكون اللغة العامية هي لغة الكتابة والعلم، وأنه كطبيعة أي لغة لا بد من أن تخضع اللغة للتطوير والتحرر من أشكالها القديمة والتي ظلت عليها منذ قرون، مما يصعب استيعابها في وقتنا الحاضر، وذلك بوضع أسس لغة تواكب التطور المجتمعي والتقني التواصلي، ودعوا إلى ضرورة التخلي التدريجي عن اللغة الفصحى، نظراً لما تطرحه من تشدد في احترام قوانينها وقواعدها، وبناء لغة بديلة فاعلة ومؤثرة تنسم بالبساطة والحميمية(5).

ومن مؤيدي ذلك الرأي الشاعر اللبناني (سعيد عقل) الذي كتب ديوانه (يارا) بالفرانكو آراب، وقد كتب في المقدمة الحروف التي يستخدمها، وأضاف من عنده حده أحرف لتغطية قصور الحروف اللاتينية، فجاءت النتيجة أبجدية بها أكثر من ثلاثين حرف(4 - ص 55).

ومنهم الكاتب المصري الشاب (عمر طاهر) صاحب كتاب (شكلها باظت) وكتاب (كابتن مصر)، والتي استخدم فيهم الفرانكو آراب في كتابة الفصول وهي (Ezay Te3raf Enak Morahek?) بمعنى(ازاي تعرف إنك مراهق؟)، وهي طريقة تبدو أنها تقترب من الفئة المستهدفة للكتاب وهي فئة المراهقين، وأكد أنها لن تؤثر علي هويتهم العربية علي أي حال فهناك مبالغة من الخوف منها(8).

**الرأي الآخر: المعارضين للغة الفرانكو آراب :**

يعتبرها أصحاب ذلك الرأي أنها ظاهرة هدامة غرضها تدمير اللغة العربية، وتعكس ميولاً لبعض الشباب تجاه الغرب، وخطورة استخدام تلك اللغة يظهر في أن يألّفها الشباب ويعتادونها علي حساب اللغة الأم فينتج جيلاً ضعيفاً بلغته، يحتاج إلي من يصححها ويقومها له، وقال الله تعالى في مدح اللغة العربية ( لسان الذي يلحدون إليه أعجمي وهذا لسان عربي مبين ) (سورة النحل - آية ١٠٣)

فلا بد من استغلال هذه الوسائل الإعلانية للارتقاء بلغة الناس والجيل الجديد، باستعمال عبارات إعلانية فصيحة وجمل تشويقية صحيحة، فقد بدأنا نري لغة تجارية ركيكة تكتب بلغة الفرانكو آراب، وهذا يهدد الأجيال الحالية عندما تكبر وتجعل التعامل مع لغتنا الأم صعباً.

وبناءً عليه ظهرت العديد من حملات التوعية التي تحارب استخدام الفرانكو آراب منها ( معاً ضد الفرانكو ) ( حملة القضاء علي الفرانكو ) ( أبوس ايدك اكتب عربي ) ( يا إما تكتب عربي يا إما تكتب انجليزي ) ( كفاية فرانكو ) ( استرسل و اكتب عربي ) وغيرها الكثير من الصفحات التي أطلقت علي الفيس بوك تهاجم الفرانكو آراب وتدعو إلي الاعتزاز باللغة العربية(3 - ص 131) :



شكل رقم ( 16 ) ( 23 )

احدي الحملات المعارضة للكتابة بالفرانكو آراب ( كفاية فرانكو)



شكل رقم ( 17 ) ( 24 )

احدي صفحات الحملات المعارضة للكتابة بالفرانكو آراب علي الفيس بوك ( لا للفرانكو عربي) ويظهر آراء الجمهور

### جماليات اللغة العربية :

نحتفل في الثامن عشر من شهر ديسمبر من كل عام باليوم العالمي للغة العربية، وذلك لطاقتها التعبيرية الهائلة، وكذلك الخط العربي وجمالياته، فلغة العربية جماليات لا تجدها في غيرها من اللغات الحية، فهي لغة الأمة ولسانها الناطق وقلبها النابض ومفتاح علمها وقاموس مجدها ورمز هويتها وعنصر من عناصر ثقافة أبنائها، وهي أداة تفكير واتصال وطريق المعرفة والتحصيل (2 - ص 24).

كما تتميز اللغة العربية بأن لها خصوصية فريدة لا تتوفر لسواها من اللغات مثل :

فصاحة الكلم وعذوبة اللفظ وجزالة التراكيب وركة العبارة ودقة الدلالة والقدرة علي التوليد والاشتقاق، بالإضافة إلي كثرة المترادفات وتشابه الألفاظ واختلاف معانيها والدقة البالغة في الدلالة التي يدرکها أبناء اللغة بسهولة، والتي قال فيها أمير الشعراء أحمد شوقي :

"ويجمعنا إذا اختلف ديار ..... بيان غير مختلف ونطق" (2 - ص 29)



أما الخط العربي فهو من الفنون البارزة في الحضارة العربية والإسلامية ، فتقديم النص العربي وبالأخص القرآني يرتكز علي جماليات تربط بين معني النص وجمال الشكل، لما في ذلك من أثر روحاني وحسي علي المتلقي، فالحرف العربي يملك قدرات تشكيلية متميزة تنفرد عن غيره من اللغات، لكي يشكل مجالاً رحباً لإعلان الهوية وتأكيد الثقافة العربية المعاصرة وفي ذلك روحانية واستمرارية لهوية الشرق (1 - ص 14).



شكل رقم ( 18 ) ( 25 )

احدي اللوحات الفنية الموظفة للخط العربي يظهر فيها جمالياته وقدراته التشكيلية المتميزة لجملة ( و إنك لعلي خلق عظيم)

### التحديات التي تواجه اللغة العربية في تصميم الرسالة الإعلانية :

- 1- تحديات داخلية : وتتمثل في الأزمة الحضارية التي تعيشها الأمة العربية، حيث وجدنا من يدعو لهجرها واستبدالها بالعامية المحكية أو مزجها بالعامية، بدعوي التسهيل أو الاعتماد علي اللغات الأجنبية كبديل عنها كأحد أنواع التطور، علماً بأن هناك دولاً تطورت مع الحفاظ علي لغتها القومية كاليابان والصين، فليست اللغة وسيلة إلا للبيان .
  - 2- تحديات خارجية : وتتمثل في مزاحمة اللغات الأخرى لها والغزو الفكري الوافد من الأمم الأخرى، والمتمثل أخيراً في العولمة التي تريد ابتلاع ثقافات الأمم والشعوب، والقضاء علي هذا التنوع اللساني في العالم، فنجد دولة كفرنسا تتمسك بلغتها أكثر حفاظاً علي لغتهم من الانحسار والضياع، فما بال اللغة العربية التي لا يتمسك أصحابها بها فنجد لافتات المحال التجارية في الشوارع تستخدم أكثر من لغة كالانجليزية والفرنسية والآن الفرانكو آراب، ثم زحفت علي الإعلانات في الطرقات والمجلات حتي إعلانات التلفزيون (2- ص 60).
- ومن هنا تظهر أسباب تمسكنا باللغة العربية :

- 1- أسباب دينية : فهي الوسيلة لأداء العبادات والصلوات وتلاوة القرآن الكريم.
- 2- أسباب اجتماعية : فهي وسيلة التواصل من المحيط للخليج، والحفاظ عليها أساس التلاحم القومي بين الناطقين بها.
- 3- أسباب تراثية وأدبية وإنسانية : فهي ثروة ثقافية للإنسانية وقد استفادت منها اللغات الأخرى كالعبرية والفرنسية والانجليزية، واضمحلال هذه اللغة معناه ذهاب أحد أهم الموارد المغذية للغات الإنسانية (2- ص 62) .

### الدراسة التطبيقية للباحثة :

قامت الباحثة بتصميم خمسة نماذج إعلانية مختلفة موجة لفئة الشباب خاصة لأنهم الأكثر استخداماً لهذه اللغة، مستخدمة لغة الفرانكو آراب مرة، واللغة العربية البسيطة مرة أخرى في تصميم الرسالة الإعلانية، للوقوف علي نقاط القوة والضعف بين اللغتين، وأي من اللغتين المفضلة لدي الشباب وأسباب تفضيلهم لها، من خلال عمل استبيان علي عينة عشوائية ( 100 فرد ) في الفترة من ( مايو 2008 إلي يونيو 2018 ) ، وجاءت استمارة الاستبيان كالتالي :



## استمارة استبيان

لبحث تحت عنوان : تصميم الرسالة الإعلانية باستخدام الفرانكو أراب وتأثيرها على الهوية العربية

يهدف هذا الاستبيان إلى معرفة مدى استحسان توظيف الإعلان في المصعد ومدى فاعليته في مصر وتذكره لدي المتلقي للوقوف على نقاط القوة والضعف باعتبار المصعد من الوسائل الإعلانية الجديدة ، مع العلم أنه سيتم معاملة هذا الاستبيان بشكل سري بغرض البحث العلمي .

لذا أرجو من سيادتكم ملئ هذه الاستمارة بمنتهي الموضوعية بوضع علامة (V) في داخل المربع :

الاسم ( اختياري) : .....

الاميل : .....

## أولاً : المعلومات العامة :

- 1- الفئة العمرية  من 15 - 25  من 26 - 35  من 36 - 45  أكثر من 46
- 2- هل لاحظت توظيف لغة الفرانكو أراب من حولك؟  محادثات  إعلانات  لافتات محال  مطبوعات
- 3- هل تستخدم لغة الفرانكو أراب في حياتك عامة ؟  نعم  أحياناً  لا
- 4- ما هي علاقتك بمجال الإعلان؟  متخصص أكاديمي  ممارس في السوق  جمهور متلقي

## ثانياً : المعلومات التصميمية :

- 5- هل فكرة الإعلان واضحة بدون وجود رسالة نصية ؟  نعم  إلى حد ما  لا
- 6- أي لغة للإعلان تفضل ؟  اللغة العربية  الفرانكو أراب  أخرى
- 7- هل تؤيد توظيف لغة الفرانكو أراب في الإعلان ؟  نعم  إلى حد ما  لا
- 8- هل الفرانكو أراب يؤثر بالسلب على الهوية العربية ؟  نعم  إلى حد ما  لا

## ثالثاً : معلومات فردية :

- 9- اذكر سبب تأييدك أو معارضتك لاستخدام لغة الفرانكو أراب في الإعلان .

.....

.....

.....

.....

ولسيادتكم جزيل الشكر والعرفان

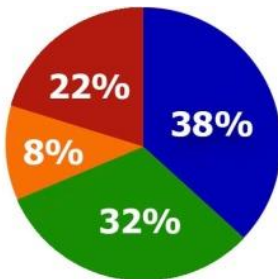
شكل رقم ( 19 ) (من تصميم الباحثة)

نموذج لاستمارة الاستبيان

وجاءت نتيجة أسئلة الاستبيان كالتالي :

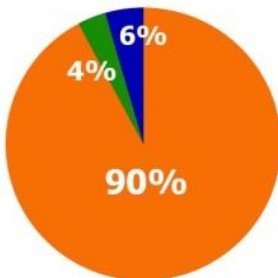
أولاً : المعلومات العامة :

السؤال الأول : الفئة العمرية



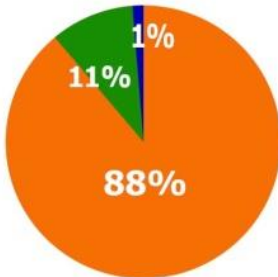
- من 15 : 25 ..... % 38
  - من 26 : 35 ..... % 32
  - من 36 : 45 ..... % 22
  - أكثر من 45 ..... % 8
- مخطط رقم (2)

السؤال الثاني : هل لاحظت توظيف الفرانكو آراب من حولك ؟



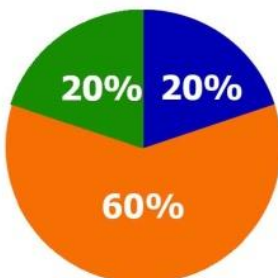
- في المحادثات ..... % 90
  - الإعلانات ..... % 6
  - لافتات المحال ..... % 4
  - المطبوعات ..... % 0
- مخطط رقم (3)

السؤال الثالث : هل تستخدم لغة الفرانكو آراب ؟



- نعم ..... % 1
  - أحيانا ..... % 11
  - لا ..... % 88
- مخطط رقم (4)

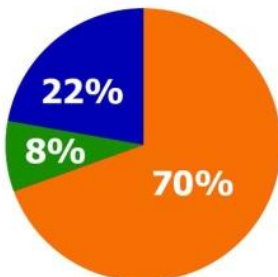
السؤال الرابع : ماهي علاقتك بمجال الإعلان ؟



- متخصص أكاديمي ..... % 20
  - ممارس في سوق العمل ..... % 20
  - جمهور متلقي ..... % 60
- مخطط رقم (5)

ثانياً : المعلومات التصميمية :

السؤال الخامس : هل فكرة الإعلان واضحة بدون رسالة نصية ؟



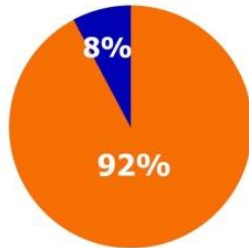
- نعم ..... % 80
  - إلي حد ما ..... % 22
  - لا ..... % 70
- مخطط رقم (6)

السؤال السادس : أي لغة للإعلان تفضل ؟

وجاءت نتيجة هذا السؤال لاحقاً بعد عرض النماذج الإعلانية علي عينة الاستبيان.

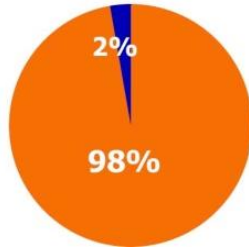


السؤال السابع : هل تؤيد توظيف لغة الفرانكو آراب في الإعلان ؟



- نعم ..... 8 %
- إلي حد ما ..... 0 %
- لا ..... 92 % مخطط رقم (7)

السؤال الثامن : هل الفرانكو يوثر بالسلب علي الهوية العربية ؟



- نعم ..... 98 %
- إلي حد ما ..... 0 %
- لا ..... 2 % مخطط رقم (8)

ثالثاً : معلومات فردية :

السؤال التاسع : اذكر سبب تأييدك أو معارضتك لاستخدام لغة الفرانكو آراب في الإعلان .

جاءت معظم أسباب المؤيدين لاستخدام لغة الفرانكو آراب ما بين سهولة الكتابة بها، عدم وجود حروف عربية للوحة المفاتيح لديهم، لغة جديدة شبابية مختلفة، بينما جاءت آراء الشباب المعارضين لاستخدام الفرانكو أنها لغة تؤثر بالسلب علي لغتنا وهويتنا العربية أن لغة الفرانكو آراب هي لغة من لا لغة له، وهم يرفضون تماماً التعامل بها، ومنهم من لا يفهمها أو يستطيع قراءتها، ويطالبون من يستخدمها بالكتابة باللغة العربية أو الانجليزية للحد من هذه الظاهرة .

وفيما يلي عرض التصميمات الإعلانية التي تحمل رسائل إعلانية مستخدمة لغة الفرانكو آراب مرة واللغة العربية البسيطة مرة أخرى :

النموذج الأول :



شكل رقم ( 21 )

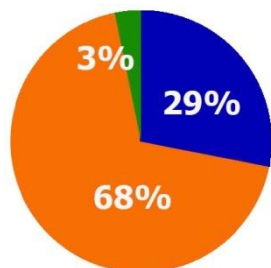


شكل رقم ( 20 )

إعلان عن مشروب غازي (دابل دير) للشباب، جاء تصميم الرسالة الإعلانية مرة باللغة العربية (انتعاش يفوق الخيال)، ومرة بالفرانكو آراب (3ayar Modak) بمعنى (غير مودك) .

وجاءت نتيجة هذا السؤال في الاستبيان كالتالي :

• أي لغة للإعلان تفضل ( السؤال السادس في الاستبيان) ؟



مخطط رقم (9)

- اللغة العربية . %68
- الفرانكو آراب . %29
- أخرى . %3

جاءت نسبة الاستبيان لتوظيف اللغة العربية 68%، في حين جاءت نسبة توظيف الفرانكو آراب 29%، وجاءت نسبة اللغات الأخرى مثل اللغة العامية أو الانجليزية 3%، ولكن جاء أكثر تعليق هو تفضيل أن يكون مضمون الرسالة الإعلانية المكتوبة باللغة العربية نفس مضمون الرسالة المكتوبة بالفرانكوآراب، ليسهل المقارنة بينهما، لأن الرسالة الإعلانية التي باللغة العربية تعطي انطباعاً يختلف عن الرسالة الإعلانية بالفرانكو آراب.

النموذج الثاني :



شكل رقم ( 23 )

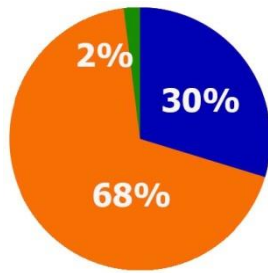


شكل رقم ( 22 )

إعلان لشاي ليبتون الأخضر بالنعناع، جاء تصميم الرسالة الإعلانية مرة باللغة العربية ( يجمعنا كل يوم)، ومرة بالفرانكو آراب ( Ya la nekamel Lametna ) بمعنى ( يلا نكمل لمتنتنا) .

وجاءت نتيجة الاستبيان للنموذج الأول كالتالي :

أي لغة للإعلان تفضل :



مخطط رقم (10)

. 30 % اللغة العربية

. 68 % الفرانكو آراب

. 2 % أخري

جاءت نسبة الاستبيان لتوظيف اللغة العربية 30% ، في حين جاءت نسبة توظيف الفرانكو آراب 68%، وجاءت نسبة اللغات الأخرى 2%، بالرغم من مهاجمة معظم أفراد العينة باختلاف مستوياتهم العمرية والثقافية للفرانكو آراب إلا أن نسبة توظيف الفرانكو في هذا الإعلان جاءت أعلى من توظيف اللغة العربية، وجاء السبب من نتيجة مناقشة أفراد العينة أن الرسالة الإعلانية المصممة بالفرانكو آراب تتميز بالحيوية والشباب ومرتبطة بالمنتج المعلن عنه أكثر من اللغة العربية والتي وجدوا بها ثقل في القراءة وبعد في معني الرسالة، بالرغم من التشابه الكبير في مضمون الرسالة الإعلانية المقدمة سواء باللغة العربية أو الفرانكو آراب.

### النموذج الثالث :



شكل رقم ( 24 )

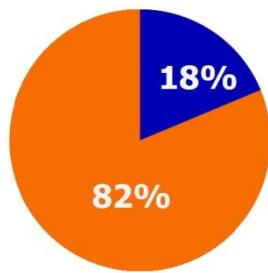


شكل رقم ( 25 )

إعلان لمنتج نسكافيه، جاء تصميم الرسالة الإعلانية مرة باللغة العربية ( ابدأ يومك ... مع )، ومرة بالفرانكو آراب ( Sa7 Sa7 we Fawa2 ) بمعنى ( صح صح و فوّق ) .

وجاءت نتيجة الاستبيان للنموذج الأول كالتالي :

أي لغة للإعلان تفضل :

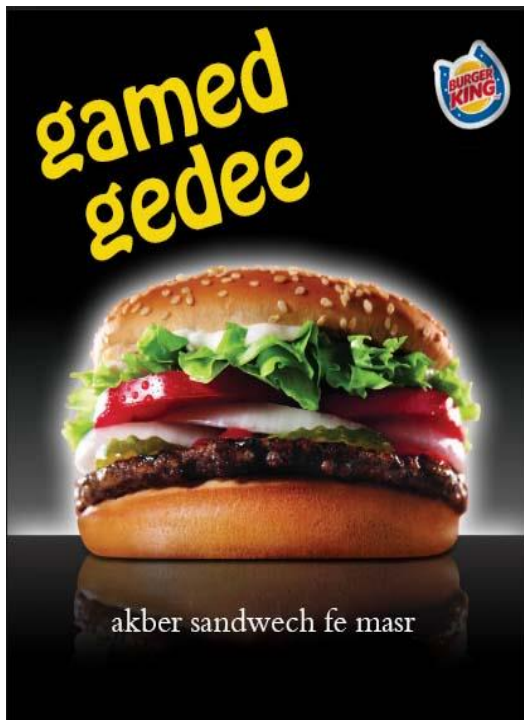


مخطط رقم (11)

- اللغة العربية 82 % .
- الفرانكو آراب 18 % .
- أخري 0 % .

جاءت نسبة الاستبيان لتوظيف اللغة العربية 82%، في حين جاءت نسبة توظيف الفرانكو آراب 18%، حيث فضل معظم أفراد العينة استخدام اللغة العربية عن الفرانكو آراب ، حيث أبدوا استحسانهم للرسالة الإعلانية بها في هذا الإعلان خاصة لمضمون ومعني الرسالة بها المعبرة عن خصائص المنتج.

النموذج الرابع :



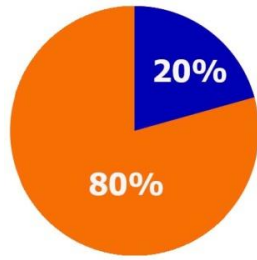
شكل رقم (27)



شكل رقم (26)

إعلان لمطعم (برجر كينج) ، جاء تصميم الرسالة الإعلانية مرة باللغة العربية ( حجم جديد ) (بمناسبة الصيف تمتعوا معنا بعروضنا)، ومرة بالفرانكو آراب (gamed gedee) بمعنى (جامد جداً) (Akber sandwech fe masr) بمعنى (أكبر ساندوتش في مصر)





مخطط رقم (12)

وجاءت نتيجة الاستبيان للنموذج الأول كالتالي :

أي لغة للإعلان تفضل :

- اللغة العربية 80 % .
- الفرانكو آراب 20 % .
- أخري 0 % .

جاءت نسبة الاستبيان لتوظيف اللغة العربية 80%، في حين جاءت نسبة توظيف الفرانكو آراب 20%، حيث جاء الاعتراض علي الرسالة الإعلانية باللغة العربية لأن المعني والمضمون مختلف عن الرسالة بالفرانكو آراب، فجاءت بعض الاقتراحات تفضل كتابة ( أقوى طعم ) بدلاً من ( حجم جديد ) لتتناسب مع مضمون رسالة الفرانكو ليسهل المقارنة بينهم.

### النموذج الخامس :



شكل رقم (29)



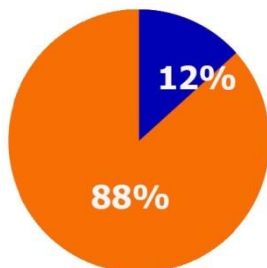
شكل رقم (28)

إعلان لجل كريم ( فيانسيه )، جاء تصميم الرسالة الإعلانية مرة باللغة العربية ( وقت التوفير)، ومرة بالفرانكو آراب (wafar we saytar) بمعني ( وقت التوفير) .

وجاءت نتيجة الاستبيان للنموذج الأول كالتالي :

أي لغة للإعلان تفضل :

- اللغة العربية 88 % .
- الفرانكو آراب 12 % .
- أخري 0 % .



مخطط رقم (13)

جاءت نسبة الاستبيان لتوظيف اللغة العربية 68%، في حين جاءت نسبة توظيف الفرانكو آرب 12%، حيث جاءت التعليقات أن اللغة العربية في تصميم الرسالة الاعلانية هنا مناسبة أكثر من الفرانكو آرب مع تصميم صورة المنتج المستخدمة.

### نتائج البحث :

- 1- جاءت الفئة العمرية 60% من فئة الشباب (15: 35 سنة) الأكثر دخولا علي مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماً للغة الفرانكو آرب.
- 2- مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر استخداماً وتوظيفاً للفرانكو آرب عن غيرها من الوسائل مثل الإعلانات ولافتات المحال التجارية والمطبوعات وغيرها.
- 3- لاقى توظيف لغة الفرانكو آرب نفورا كبيراً من معظم أفراد العينة والمتمثلة في الشباب، لدرجة أن بعضهم يعمل علي توعية غيرهم بخطورة استخدامها، وجاءت النسبة الأقل التي يستخدمون الفرانكو آرب لسرعة الكتابة بها أو عدم وجود حروف عربية للوحة المفاتيح لديهم.
- 4- ووجدت الباحثة أنه لا يوجد فرق بين المتخصصين في مجال الإعلان أو الذين يعملون في سوق الإعلان أو الجمهور المتلقي في توعيتهم بخطورة استخدام الفرانكو آرب عامة خاصة فئة الشباب، و في وسائل الإعلام الجماهيرية مثل الإعلان .
- 5- ضرورة وجود الرسالة الاعلانية النصية لمعرفة فكرة الإعلان بالشكل الصحيح، حيث أنه أحياناً تكون الصورة في الإعلان غير مفهومة أو غير مرتبطة بالمنتج، ولكن عند قراءة الرسالة الاعلانية تتضح الفكرة من الإعلان .
- 6- معظم أفراد العينة أكدت علي تأثر الهوية العربية باستخدام الفرانكو آرب في نواحي الحياة المختلفة، وضرورة تجنبها.
- 7- لم تعد اللغة العربية الفصحى هي اللغة الأكثر شيوعاً في مجال الإعلان، ولكن امتدت لتشمل لغات كثيرة منها لغة الفرانكو آرب، مما يؤثر بالسلب علي هويتنا العربية خاصة بين الشباب.
- 8- لغة الفرانكو آرب هي لغة يستخدمها الشباب علي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة، لاختصار الوقت أثناء المحادثات اعتقاداً منهم أنها أسرع من اللغة العربية في الكتابة، وقد امتدت لتشمل الإعلان في وسائله المختلفة ولافتات المحال التجارية والمطبوعات بأشكالها المختلفة.

### توصيات البحث :

- 1- 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 بتطوير البرامج التعليمية ابتداءً من المدارس، فتمسكنا باللغة العربية يعني التمسك بهويتنا العربية وديننا الإسلامي وبتقافتنا وماضينا.
- 2- علي المسؤولين أن يعوا بوجود هذه الظاهرة، ومدى تفاعل الشباب معها ويعملوا علي توعية الشباب بمدى خطورة استخدام هذه اللغة دون المبالغة، وذلك باطلاق حملات توعية مكثفة خاصة علي مواقع التواصل الاجتماعي، لأنها ملتقي الشباب تحته علي التمسك بلغتنا العربية والاعتزاز بها وعدم استخدام لغة الفرانكو آرب.
- 3- علي الجهات المسؤولة والمعنية اصدار القوانين والتشريعات الرسمية التي لا تسمح باضعاف اللغة العربية، واستعمال اللغة العربية في جميع المعاملات الرسمية والاعلامية سواء تعلق الأمر بالمعلومات الارشادية في الطرق أو الاعلان،

وعدم اتخاذ اللغة العامية أو الانجليزية أو الفرانكو آراب في وسائل الإعلام المختلفة، بما في ذلك الإعلان بجميع أشكاله أو لافتات المحال التجارية في الشوارع والميادين .

4- علي مصممي الإعلان التمسك بتوظيف اللغة العربية البسيطة علي الأقل وذلك عند تصميم الإعلان في جميع وسائله، باعتبار الإعلان من الوسائل الجماهيرية والتي تؤثر بشكل كبير علي ثقافتنا وهويتنا.

### مراجع البحث :

#### أولاً : الكتب العربية :

- 1- الحباري، آلاء محمد . *الخط العربي فن وعلم وإبداع* . الأردن : دار أمجد للنشر والتوزيع ، 2014.
- Elhaiary, Alaa Mohamed : *Alkhat El Araby Fan we Ibdaa* - Alordon- dar Amgad lelnashr waeltwzea- 2014.
- 2- ألتونجي . *جماليات اللغة العربية*، لبنان : دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، 1997.
- Altongy: *gamaliat el logha Alarabia*- Lebnan- Dar el fekr el Arabi- tabaa ola - 1997.
- 3- محمد، حسن علي ، *لغة الإعلام العربي المعاصر ( الصحافة المطبوعة- الالكترونية - الراديو والتلفزيون - الموبايل شبكات التواصل الاجتماعي )* سوريا : دار الفجر للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى، 2016.
- (<https://books.google.com.eg/books?id=7K08DwAAQBAJ&pg=PA131&dq=>)
- Mohamed, Hassan Ali: *logha el ealam el arabiAlmoaaser( alsahafa elmotboaa- alelectronia- alradi, wa eltlafzion- Mobaile- Shabakat ei tawasol el egtmaey)*-Soria- Dar el fagre lelnashr we el tawzea- Tabaa Ola- 2016.
- 4- غازي ، خالد محمد . *ما بعد العولمة ( صناعة الاعلان وتحول السلطة)*. الأردن، المنهل للنشر والتوزيع، يناير 2017.
- Ghazy ,khaled Mohamed: *Ma baad el Awlama (senaa el eAlan wa tahawel elsolta)* - Alordon- Almanhal lelnasher wa el tawzea- yanaier 2017.

#### ثانياً : المقالات المنشورة :

- 5- بوابة الفجر : تاريخ الفرانكو آراب ، 4 يناير 2013 (<https://www.elfagr.com/257829>)
- Bawabet al fagr: tarekh al franco arab, 4 yanair 2013.
- 6- منصور، رياض: تحرير الرسالة الإعلانية ، المؤسسة العربية للإعلان ، 2018.
- (<http://www.elan.gov.sy/2017/site/arabic/index.php?node=557&cat=1058&>)
- Mansour, Ryad: *tahrir al resala al E'alan*, al moaasasa al arabia lel E'alan, 2018
- 7- السمبوك، محمود: الفرانكو أرابيك (مفهوم حديث وأبعاد تاريخية) ، جريدة البيان ، 30 نوفمبر 2017 (<http://www.elbyan.com/>)
- Al Sambouk, Mahmoud: *al franco Arabic (mafhoum hades w abaad tarikhia)*, garidat al bayan, 30 November 2017
- 8- قاسم، محمود: الخطر الذي يهدد بطمس الهوية العربية للأطفال، بوابة فيتو، الجمعة 2 مايو 2014 (<https://www.vetogate.com/989954>)
- Qasem, Mahmoud: *Al khatar alazi yohadid btams al hawia al arabia lel atfal*, bawabet veto, al gomaa 2 mayo 2014



## ثالثاً : الكتب الأجنبية :

- 9- Emanuel Faltz, Association of National Advertisers , *The slogan in modern advertising* , Association of National Advertisers, Pennsylvania State University, Inc , the 2<sup>sec</sup> Edition , United States ,November 2010.
- 10- Hephaestus Books, *Advertising Slogans, Including: Advertising Slogan, Where's the Beef?, Better Living Through Chemistry, I Am Canadian, Got Milk?, Whassup?, Write Once, Run Anywhere, Just Say No, Clunk Click Every Trip, Coca-Cola* , Hephaestus Books, USA, 2011.

## رابعاً: مواقع الانترنت:

- 11- <http://www.elbyan.com> (15 may 2018 ).
- 12-<http://keefwiki.com/tech/2014/06/29/how-to-convert-from-3rabizi-to-arabic-on-android/>(3june 2018).
- 13-  
<https://sharingcode.com/details.php?id=5d0bbd81b2108dd885de69a948a16a3083386b6f>(3june 2018).
- 14-<https://www.masrawe-b.com/2017/09/Photos-Ana-3arosa.html> (15 may 2018 ).
- 15-<https://www.facebook.com/alkhair.bengaluru/> (15 may 2018 ).
- 16-<https://www.elcinema.com/work/2025678> (11 august 2018 ).
- 17-<https://www.facebook.com/Al-mazarita-night-club-425204394257507/> (15 may 2018 ).
- 18-<https://www.behance.net/gallery/1208499/Cadbury-> (11 august 2018 ).
- 19-<http://afr-savanna.info/worksheets/suggestions/hykdm-a-vh/>(3june 2018)
- 20-<https://www.musicjinni.com/WORWGCTIWze/TODO-Filled-Cake-Hatozbot.html>(11 august 2018 ).
- 21-<https://egypt.souq.com/eg-ar/>(11 august 2018 ).
- 22-<http://archive.aawsat.com/details.asp?issueno=11700&article=575883#.W4qiJs4zaUk>(11 august 2018 ).
- 23-<http://www.cairodar.com/>(11 august 2018 ).
- 24-<https://www.facebook.com/search/top/>(11 august 2018 ).
- 25-<https://www.eskchat.com/article-9921.html/best-font-13>(3june 2018)