

## لغة الإعلان في مدينة الموصل

## (دراسة ميدانية)

أ.م.د. شامل فخري العلاف\*

تاريخ القبول: 2010/6/23

تاريخ التقديم: 2009/10/29

## المقدمة

أضع بين أيدي القراء دراسة ميدانية أردت بها الوقوف في مركز المدينة عند العدد الكبير من الإعلانات الموزعة هنا وهناك مكتوبة على واجهات المحلات والشركات والمتاجر والدوائر الرسمية وشبه الرسمية باللغة العربية أو غيرها من اللغات تتبىء عن نفسها تارة وعن حسن خدماتها وبضاعتها تارة أخرى. وإعلانات أخرى كتبت للتأثير في نفوس الناس وجذبهم استعمل قسم منها داخل المباني وأخرى خارج المباني بمختلف وسائل الإعلان المتيسرة كالصحف والمجلات والملصقات والتلفاز والمذياع والجدران ووسائل النقل وغيرها. وهناك من الإعلان ما هو مسموع باللفظ أو الصوت المموسق يوقف الماشي ويجذب السامع ويتررب النفوس على نحو ما يفعل بعض الباعة المتجولين إلى جانب الإعلانات الصامتة الناطقة التي تحكي حال أصحابها أو تعلن عن ماهيتها لذلك كانت مشاهداتي للإعلانات وسماعي لها باعثاً للشروع في دراسة لغة الإعلان في مدينة الموصل حصراً لذلك كله رحمت أمعن النظر فيما هو مكتوب وأركز على ما هو مسموع مدونا ذلك، وما أن انتهيت من جولاتي في الأسواق وبين الباعة المتجولين ومروري على أصحاب المركبات وقراءتي للصحف والمجلات حتى شرعت بمراجعة ما جمعته من مادة. ووقفت مصنفاً ومحللاً وشارحاً لما بحوزتي من مادة علمية بغية إعطاء صورة واضحة للقارئ الكريم عن لغة الإعلان في هذه المدينة والوقوف عند نتائج هادفة مفيدة بعد تسليط الأضواء على المحاور الآتية مسبوقة بوقفة قصيرة عند تعريف الإعلان ونشأته وأهدافه ووسائله.

\* قسم اللغة التركية/ كلية الآداب/ جامعة الموصل.

1432هـ/2010م

أولاً- الإعلان المكتوب (المرئي أو المقروء)

أ الإعلان الإخباري:

1- الإعلان الإخباري المكتوب بالعربية أو بحروف عربية.

2- الإعلان الإخباري المكتوب بلغة غير العربية.

ب- الإعلان التأثيري<sup>0</sup>

1- داخل المحلات التجارية والدوائر الرسمية وشبه الرسمية

2- في الصحف والمجلات والتلفاز والمذياع والسينما والمسرح والصور

المتحركة واللافتات واللوحات والملصقات الثابتة والمتحركة على وسائط النقل

والأدلة والنشرات والجران والمنتزهات ومدن الألعاب.

ثانياً- الإعلان المسموع باللفظ أو الصوت.

ثالثاً- الإعلان المرئي بالدلالة الحالية أو الصامتة.

يجدر بي وأنا أقف عند لغة الإعلان أن أسلط الأضواء على الإعلان

معرفةً إياه وموضحة نشأته وذاكرا أهدافه ووسائله.

يعرف الإعلان بأنه مختلف نواحي النشاط الذي يؤدي إلى نشر أو إذاعة

الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور، وهو وسيلة غير شخصية

يراد منه حث الناس على شراء سلع أو طلب خدمات أو التقبل الطيب لأفكار أو

أشخاص أو منشآت معلن عنها<sup>(1)</sup>، لذلك فإن الإعلان ليس مجرد تخمين شعار

مسجوع ورسم صورة ملفتة للنظر كما يتوهم الكثير، إنما هو دراسة علمية منظمة

مبنية على حقائق تتطلب جهداً كبيراً وخلاف ذلك لا يكون الإعلان إعلاناً بل

هراء وعبثاً وتضييعاً لثروات المجتمع<sup>(2)</sup>.

(1) الإعلان: أحمد عادل راشد، ص 35.

(2) الأصول العلمية للإعلان: حسن محمد خير الدين، ص 12.

## نشأة الإعلان:

لم يكن الإعلان حديث العهد بل قديماً قدم الإنسان نفسه ، حيث تشير الشواهد التاريخية إلى أن الإعلان فن متأصل في المجتمعات البشرية<sup>(1)</sup>، وأن أول إعلان إقناعي عرف أمره هو إعلان مصري، سجل على قطعة من ورق البردي يرجع تأريخه إلى ألف عام قبل الميلاد كتبه أمير مصري يعلن فيه عن مكافأة لمن يردُّ إليه عبداً هرب منه<sup>(2)</sup>، كما قيل إن أول إعلان ظهر كان على شكل مسكوكات فضية في مدينة (Cyrene) في شمال أفريقيا قبل ميلاد السيد المسيح عليه السلام بنصف قرن ، وقد حملت تلك المسكوكات على وجهها صوراً منقوشة لنبات عشبي شائع في علاج جملة من الأمراض، وكان الهدف من إصدار تلك المسكوكات ذات الصور المنقوشة حث الناس على شراء هذا النبات من إقطاعيي المدينة<sup>(3)</sup>. ويذكر أن أول إعلان نشر في الصحف ذلك الذي نشر في جريدة<sup>(4)</sup> ﴿

## ﴿ The Continuation of our Weekly News

كما لجأ البابليون والآشوريون إلى الإعلان المنقوش والمجسم على الطين والخشب والصخور للترويج لأفكار وسلع بدائية<sup>(5)</sup>، وكان الإعلان في النقوش الموجودة في الأهرامات والمعابد الأثرية يحكي تأريخ حضارات سابقة موهلة في القدم بكل قيمها وتقاليدھا وعاداتھا<sup>(6)</sup>.

وفي المراحل الأولى من التأريخ كان هناك منادون (criers) يقومون بدور إعلاني كبير جدا وكانوا مختصين في ذلك كما كانوا من ذوي الأصوات الجهيرة في الشوارع والأزقة والساحات العامة وغيرها لكثرة رواد هذه الأماكن<sup>(7)</sup> وكانوا

(1) الإعلان: ص 5، وينظر الترويج والإعلان التجاري: بشير عباس العلاق ص 129.

(2) الإعلان ص 9.

(3) الترويج والإعلان التجاري: ص 129.

(4) الإعلان: ص 9.

(5) الترويج والإعلان التجاري: ص 129.

(6) الترويج والإعلان: د. سمير العبدلي ص 19.

(7) الإعلان: ص 10.

يستخدمون للإعلان عن أخبار الدول ووصول السفن والبضائع<sup>(1)</sup> ووجد الحرفيون أن أفضل وسيلة تروج لصناعاتهم الحرفية ويشغف بها المستهلك تكمن في وضع الإشارات والرموز والتواقيع عليها من أجل إبراز خواصها المميزة وإقناع الراغبين بالشراء لأن هذا الرمز أو ذاك يشير إلى النوعية المتميزة ثم برزت العلامات (الشعارات) الدالة على التجارة في سلعة ما أو الدالة على حرفة فكان (الكأس والثعبان) مثلاً دليلاً على مهنة الصيدلة، والحذاء الخشبي دليلاً على الاسكافي. ولا يفوتنا في هذا المقام أن نذكر أن الأغريق والرومان كانوا يعلقون لافتات تحمل أخبار بضائعهم خارج حوانيتهم كما كانوا يحفرون هذه الإعلانات ويرسمونها على جدران المنازل والحوانيت. وظهرت في إنكلترا قبل نهاية القرن الخامس عشر الإعلانات المكتوبة بخط اليد حيث كانت تعلق في الجناح الأوسط من كنيسة القديس بولص بلندن<sup>(2)</sup>. وكانت الطباعة ثورة في كل علم وفن ومنها الإعلان وبظهورها توفرت إمكانيات أكبر للاتصال بأعداد هائلة من الناس وقد ساعد ذلك على انتشار التعليم وظهور الصحف والمجلات. كما كانت للثورة الصناعية أهمية كبيرة في ظهور الإعلان بل أصبح ضرورة من ضرورات الحياة الاقتصادية وأحد المستلزمات الرئيسية للمنتج والموزع والمستهلك<sup>(3)</sup> وبذلك غدا الإعلان فرصة ذهبية في القرن التاسع عشر لأصحاب المصالح التجارية والصناعية والخدمية ولأصحاب وسائل الإعلان المقروءة والمسموعة وتحسنت نوعية الإعلان فنياً، وأدخلت فيه تقنيات أدت إلى تأثر المشاهد والسامع وبدأ الفنانون يتنافسون في تصميمه وتلوينه وزخرفته معتمدين في ذلك على اقتناص أذواق الناس وحسن ظنهم، كما شرع المعلنون في السباق لحجز حيز أكبر في وسائل الإعلان<sup>(4)</sup>.

### هدف الإعلان:

- (1) الترويج والإعلان: ص 19.
- (2) ينظر الإعلان: ص 10، الترويج والإعلان: ص 19، ص 129
- (3) الترويج والإعلان: ص 20.
- (4) الترويج والإعلان التجاري: ص 130.

يهدف الإعلان إلى إثبات مطابقة السلعة والخدمة لذوق المستهلك وحثه على شراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها بعد النجاح في لفت نظره والاستحواذ على اهتمامه إلى رؤية أو سماع الإعلان ثم ترغيبه بالشيء المعلن أو زيادة الكمية التي يقوم بشرائها<sup>(1)</sup>.

### وسائل الإعلان

إن التطور الصناعي والتجاري وما نجم عنهما من منافسة في أسواق المال والاقتصاد أدى إلى وفرة السلع وإلى ازدهار صناعة الإعلان عنها بشكل ملفت للنظر وظهور طبقة من الفنانين ذوي الدخل الرفيع في وقت يشهد العالم إبداعات وثقافات تمكنهم من التفتن في وسائل الإعلان بوصفها القنوات التي تنتقل عن طريقها الرسالة الإعلانية من مرسلها وهو المعلن إلى مستقبلها وهو المستهلك والتي تعددت أشكالها كالصحف والمجلات والمذياع والتلفاز والسينما والمسرح والصور المتحركة واللافتات واللوحات والملصقات الثابتة والمتحركة على وسائل النقل المختلفة ، والمنتزهات ومدن الألعاب و التصاميم والأدلة والنشرات والجدران وأخيرا الانترنت<sup>(2)</sup>.

من هنا يمكن القول: إن الإعلان سلاح الاتصال الذي يهدف إلى التعبير عن الجهود المبذولة في الاستراتيجيات التسويقية حتى تظهر الشركة أو المعمل ومنتجاته في صورة طيبة في أذهان الجمهور لغرض تحقيق الأهداف المطلوبة ومن ثم فإن التخطيط للحملات الإعلانية من المتطلبات الرئيسة لنجاح النشاط الاعلاني والنشاط التسويقي بشكل عام وخدمة الناس.

وليس بدعا أن يكون للعراقيين - وهم أهل أقدم الحضارات - دور بارز في نشأة الإعلان أو تطويره أو الإفادة منه في مختلف مناحي الحياة و يدل ما تركوه من نقوش في اللوحات والمسلات على ذلك.

إذ يعلن الحكام والملوك عن سياساتهم وتوجيهاتهم لتنظيم شؤون حياة الناس. وعندما أصبح العراق مركزا للخلافة العربية الإسلامية ازدهرت الحركة

(1) الترويج والإعلان التجاري: ص 33.

(2) ينظر الترويج والإعلان ص 33 ، الإعلان ص 10.

التجارية بين مدن العراق، وبين مدن العراق والدول الأخرى، استخدم التجار العراقيون الشعر والأغاني لترويج بضائعهم في الأسواق. وفي العصر الحديث بدأ الاهتمام بالنشاط الإعلاني مع تزايد النهضة العمرانية والحضارية إلى جانب العلاقات التجارية مع الدول المجاورة وغيرها وانتشار المصانع والمعامل وقد أدى هذا إلى فتح مجال تجارية لا حصر لها في مدن العراق كلها<sup>(1)</sup>.

وبعد هذه الإضاءة أقول: إن الإعلان بأنواعه ألفت فيه نخبة طيبة من أساتذة قسم الإدارة والأعمال بكلية الإدارة والاقتصاد، وكتب فيه كثير من المتخصصين. ودفعنتي جولاتي في مدينة الموصل إلى أن أسجل ملاحظات كثيرة عما شاهدته من إعلانات، كما جعلتني أقرأ مجموعة من الكتب المتعلقة بالإعلان، منها:

- 1 +الأصول العلمية للإعلان: حسن محمد خير الدين.
  - 2 +إعلان: د0 أحمد عادل راشد.
  - 3 +الترويج والإعلان: د0 سمير عبد الرزاق العبدلي.
  - 4 +الترويج والإعلان التجاري: أسس، نظريات، تطبيقات: بشير عباس العلق.
- لذلك كانت مشاهداتي للإعلانات وسماعي لها باعثاً للشروع في كتابة بحث تحت عنوان (لغة الإعلان في مدينة الموصل) وقد أردت أن يكون بحثي هذا نسبياً لدراساتهم يتفاعل معهم ولا يبتعد عنهم، ورأيت أن يكون ميدان الدراسة مدينة الموصل حصراً أقف فيه عند لغة هذه الإعلانات الموزعة هنا وهناك على وفق المحاور الآتية:

أولاً- الإعلان المكتوب (المرئي أو المقروء)

أ- الإعلان الإخباري

1- الإعلان الإخباري المكتوب بالعربية أو بحروف عربية.

2- الإعلان الإخباري المكتوب بلغة غير العربية.

ب- الإعلان التأثيري.

- 1- داخل المحلات التجارية والدوائر الرسمية وشبه الرسمية.
- 2- في الصحف والمجلات والتلفاز والمذياع والسينما والمسرح والصور المتحركة واللافتات واللوحات والملصقات الثابتة والمتحركة على وسائل النقل، والتصاميم والأدلة والنشرات والجدران والمنتزهات ومدن الألعاب.
- ثانيا- الإعلان المسموع باللفظ أو الصوت.
- ثالثا- الإعلان المرئي بالدلالة الحالية أو الصامتة.

1432هـ/2010م

أولاً- الإعلان المكتوب (المرئي أو المقروء).

أ -الإعلان الإخباري:

يراد به إخبار الزبائن والمراجعين عن مكان أو موقع العمل تحت تسمية معينة باللغة العربية أو الأجنبية بما يميزه عن غيره ويجعله ذا كيان وخصوصية مستقلة مهما بلغ حد التشابه مع غيره في محتوى هذا المكان أو ذلك الموقع. فكل ما نجد في المدينة من إعلانات معلقة على واجهات المحلات والمخازن والمعارض والشركات والمكاتب والمجمعات والدور والبيوت التجارية والمراكز والأفران والعيادات الطبية والمختبرات وأسماء الدوائر الرسمية وشبه الرسمية هي أخبار لمبتدآت محذوفة جوازا تقديرها (هذا أو هذه).

وهذه الإعلانات على قسمين:

1 - إعلانات إخبارية كتبت بالعربية أو بحروف عربية من ذلك على سبيل

المثال لا الحصر:

مطعم	أفران
مطعم النجوم	أفران دنيا للصمون
مطعم السدير	أفران الفردوس
مطعم النخيل	أفران الراوي
مطعم الزوراء	أفران التقى
مطعم النهريين	أفران الرغيف
مطعم ابوقيس	أفران المصطفى

حلاقة	صيدلية
حلاقة أسمر	صيدلية الصباح
حلاقة أحمد غانم	صيدلية الشعب
حلاقة الشباب	صيدلية الأمل
صالون حلاقة العرائس	صيدلية صهيب



صيدلية الرحمة	حلاقة محمد فاضل
صيدلية الشفاء	
فندق	جرزات
فندق الجندول	جرزات بعلبك
فندق الموصل	جرزات اللاذقية
فندق بغداد	جرزات الشام
فندق قصر نينوى	جرزات الجزيرة
فندق نينوى اوبروي	جرزات الموصل
عويينات	معرض
عويينات سرسم	معرض شذى
عويينات نينوى	معرض خالد
عويينات أم الربيعين	معرض إمشي بهداوة حقائب أحذية
عويينات الصباح	نسائي بناتي ولادي
معمل	طرشي
معمل حدادة الأخوين	طرشي الشفاء
معمل راشي تلكيف	طرشي الصقال
معمل تلج الربيع	طرشي ماشاء الله
معمل كاشي الأندلس	طرشي البركة
معمل نجارة بابل	
مخبز	مرطبات
مخبز البركة	مرطبات العسل
مخبز الريان	مرطبات حمورابي
مخبز توكلنا على الله	مرطبات شتورة
	مرطبات الجزيرة
مجمع	مكتب
مجمع المواسم للألبسة المستوردة	مكتب أحمد للتلفزيون الملون

مكتب نرغال للعقار	مجمع الزهراء التسويقي
مكتب خالد للتصوير	مجمع العائلة التسويقي
مكتب أحمد للاستتساخ	
مكتب الفرقان للحاسبات	
شركة	مركز
شركة آشور للألبسة الجاهزة	مركز أحمد اسماعيل لتحفيظ القرآن الكريم
شركة المحمود للاتصالات	مركز LG لخدمات مابعد البيع
شركة حلب لنقل المسافرين	
الشركة العامة لأخشاب الشمال	
مختبر	مصور
مختبر الإيمان	المصور ياسر
مختبر عشتار	مصور أنسام
مختبر الشفاء	مصور دنيا
مختبر الرحمة	
لحوم	مكوى
لحوم الحساوي	مكوى زيد
لحوم الوليد	مكوى السفير
لحوم أبو كرم	مكوى الأندلس
	مكوى الموصل
صياغة	أحذية
صياغة ياسين	أحذية رشا
صياغة الايمان	أحذية نورة
صياغة أبو شهد	أحذية رحمة
صياغة سرى	أحذية الأنيقة

لغة الإعلان في مدينة الموصل

أ. د. شامل فخري العلاف

أحذية ريم	صياغة الموصل
-----------	--------------

أزياء	خياطة
أزياء شريف	خياطة القيثارة
أزياء الساهرة	خياطة الأهالي
أزياء سالم	خياطة وليد
أزياء العرائس	خياطة حمورابي
أزياء المؤمن	
حلويات	أسواق
حلويات الصبايا	أسواق الجامعة
حلويات نابلس	أسواق زيد
حلويات زينة	أسواق سارة
حلويات مرام	أسواق المدينة
عالم	مستشفى
عالم الطيور	مستشفى الزهراوي
عالم الكتب	مستشفى الربيع
عالم الطوابع	مستشفى نينوى
	مستشفى الرحمة

وحيث ننظر إلى أعالي المحلات نجد أن بعضها قد كتب عليها (أسواق أبو خالد، أسواق أبو عبد الله) على سبيل المثال لا الحصر، وهذا خطأ والصحيح أن يقال: (أسواق أبي خالد ، أسواق أبي عبد الله) لأن (أبو) مضاف إليه مجرور بالياء إلا إذا حصرت الكنية بين قوسين وهذا مما لم نألفه. وقد وجدت من كتب على الجدار (الدارين للبيع) وهذا خطأ والصحيح (الداران للبيع) لأن (الداران) مبتدأ مرفوع بالالف على التنثية.

ومنهم من كتب على لافتة (بساتين وأراضي للبيع) وعلقها على الجدار وكان الصحيح أن يكتب (وأراض) لأن المنقوص تحذف ياءه في حالة الرفع والجر.

وهناك لافتات أخرى تردد الخطأ نفسه وهو (مؤسسوا منتسبوا، معلموا، موظفوا، مهندسوا...) حيث كتبت هذه الأسماء بصيغة (جمع المذكر السالم) مكسوة بالألف وهذا خطأ لأن هذه الواو ليست واو الجماعة الموصولة بالأفعال بل أن هذه الأسماء جمعت جمع مذكر سالم بإضافة الواو والنون وعند إضافتها إلى إسم آخر حذفت نونها نحو:

- مؤسس مؤسسون مؤسسو الشركة
- منتسب منتسبون منتسبو النقابة
- معلم معلمون معلمو المدرسة

من ذلك مثلاً: (احتفل مؤسسوا الشركة بالذكرى الثالثة).

(ينعى منتسبوا النقابة فقيدهم الراحل...)

وهناك لافتة كتب عليها ترحيب بضيوفها جاء فيها (كلية الآداب ترحب بضيوفها) حيث كتبت كلمة الآداب (الآداب) بهمزة القطع على ألفها والصحيح أن تكتب بهمزة المد (الآداب) لأن، جمع كلمة (أدب) آداب.

ولابد من الإشارة إلى أن آخر إعلان قرأته هو (حلاقة هاني اطفر وتلگلني) حيث إن هانيا اسم رجل حلاق، محله على الشارع العام، جاءت القوات المسلحة ووضعت عوارض كونكريتية أمام محله فأصبح بعيداً عن الأنظار مما أدى إلى انقطاع رزقه بسبب حجب محله عن الرؤية فما كان من هاني إلا أن أمسك بالفرشاة وكتب على واجهة العارضة الكونكريتية: حلاقة هاني اطفر (أي اقفز) وتلگلني (أي وتلقاني).

والى جانب هذا يبدو أن تصحيحاً قد حدث في بعض الإعلانات بسبب تقادم الزمن عليها أو بسبب حك أدى إلى سقوط حرف أو أكثر، منها:

- فوزي على تمن أصلها قوزي على تمن.
- صباغة الأخوين أصلها صياغة الأخوين.
- الصبر حميل أصلها الصبر جميل
- حلاقة حمال أصلها حلاقة جمال.
- إشرب مش وانتعش أصلها اشرب مشن وانتعش.
- صالون حلاقة سوس أصلها صالون حلاقة سوسن

1432هـ/2010م

2- الإعلان الإخباري المكتوب بلغة غير العربية.

هناك مجال تجارية رفعت لوحات إعلانية على واجهات محلاتها بلغات أجنبية بعد الإحتلال على وجه الخصوص وذلك لغياب الرقابة وضمور دورها، وقد وجدت أن بعض الزبائن بل حتى بعض أصحاب تلك الإعلانات يحفظونها ولا يعرفون دلالاتها ومن هذه الإعلانات الأجنبية -على سبيل المثال لا الحصر - ما كتب بحروف أجنبية، منها<sup>(1)</sup>:

V.I.P. very important person

محلات الشخصيات المهمة

NUMBER ONE

محلات الدرجة الأولى

FOUR SEASON

محلات الفصول الأربعة

FAMILY

محلات العائلة

PIZZA

مطعم بيتزا

BARBIE CLASSIC

محل (باربي كلاسيك للألبسة)

OSCAR

محل (اوسكار للألبسة)

BOBBY

محل (عطاريات بوبي)

FASHION

محلات الأزياء

FOR YOU MY LADY

لسيدتك FOR YOUR LADY ، لك يا سيدتي

LAUNDRY

محلات غسل وكي الملابس

(<sup>1</sup>) AL-Mawrid. A Modern English –Arabic Dictionary: MunirAL-Baalabaki ، Dar El-ilm Lil- Malayen. II Edition Beirut، Lebanon, 1972.

وأخرى أجنبية كتبت بحروف عربية نحو:  
 شاورما (çevirme)<sup>(1)</sup> كلمة تركية أطلقت على اللحم يوضع في سفود كبير دوار  
 ينضج على وهج النار. وفي التركية هي döner kebabı  
 جامعي (camcı)<sup>(2)</sup> كلمة تركية بمعنى بائع الزجاج أو مركبه.  
 قلاچي (kalaycı)<sup>(3)</sup> كلمة تركية بمعنى اللحام.  
 وايرمان (wireman)<sup>(4)</sup> كلمة انكليزية بمعنى كهربائي المركبات.  
 پنچرچي<sup>(5)</sup> كلمة فارسية ذات لاحقة تركية بمعنى مصلح إطار المركبات.  
 بيليسكلچي كلمة مركبة من پايسكل (bicycle)<sup>(6)</sup> الإنكليزية ذات لاحقة چي  
 (çi) التركية بمعنى بائع الدراجات الهوائية أو مصلحها.  
 طرشي الشفاء<sup>(7)</sup> تركيب فارسي عربي بمعنى مخلات الشفاء  
 موبيليا العرائس (EL-arais Mobilyası)<sup>(8)</sup> عبارة تركية عربية بمعنى أثاث  
 العرائس.

كوافير (kuaför)<sup>(9)</sup> كلمة فرنسية بمعنى حلقة نسائية.

### ب- الإعلان التأثيري:

يراد بهذا الإعلان التأثير في نفوس الزبائن الذين يرتادون المحال التجارية  
 لغاية في نفوس أصحابها أو المراجعين للدوائر الرسمية وشبه الرسمية رغبة في

(1) Türkçe sözlük, Türk Dil Kurumu yayınları. S.179.

(2) Türkçe sözlük, S.149.

(3) Türkçe sözlük, S.438.

(4) Al-Mawrid, Amodern English-Arabic Dictionary, Munir Al Baalabaki, p.1068.

(5) پنجه: كلمة فارسية، ينظر المعجم الذهبي، ص 163. وچي: لاحقة تركية تعني بائع أو مصلح.

(6) Al-Mawrid, p.103.

(7) المعجم الذهبي، فارسي-عربي، د. نجم التونجي، ص186.

(8) Türkçe sözlük, S.575.

(9) Dichonnaire de Fransais Larousse-Bordas, 1997.P.78.

الحفاظ على أموال الدولة أو الحث على العمل بجد دون مضيعة للوقت. وهو على نوعين:

### 1 - داخل المحال التجارية والدوائر الرسمية وشبه الرسمية.

يشعر أصحاب المحال التجارية أن وجودهم في داخل محلاتهم هو لكسب الرزق لا لقتل الوقت فلا مجال لإضاعة الوقت ، ولا مجال لاستقبال الأصدقاء لذلك كتب بعضهم هذين البيتين من الشعر معبرين فيهما عما يجيش في نفوسهم بأسلوب النداء وبصراحة تامة.

يا واقفا قف وانحرف سلّم سلامك وانصرف

هذا محل عيشنا لا ينبغي لك أن تقف (مجزوء الكامل)

ومن الباعة من ينزعج من وقوف الشباب أمام محلاتهم، لاسيما إذا كانت مبيعاتهم حاجات نسائية مما يدفعهم للإعلان بأسلوب الرجاء طالبين عدم الوقوف أمام محالهم لأن الوقوف يعمل على عزوف الزبائن وعدم ترويج بضاعتهم ومن ثم الخسارة وإغلاق المحل فيعلن بقوله: (الرجاء عدم الوقوف أمام المحل).

والبعض الآخر من الباعة على العكس من ذلك يحاول أن يجذب الزبائن كما يحاول أن يقنع الناس بأن عمله بعيد عن الغش والخداع كبائع شربت الزبيب وبائع اللبن والعسل الذين تحتمل مبيعاتهم الغش والخداع فيضعون لوحات بارزة كتبوا عليها حديث الرسول محمد (صلى الله عليه وسلم) (من غشنا فليس منا)،

أو (شربت زبيب خالص) أو (عسل نحل خالص 100%)، (لبن غنم خالص)

ليكسبوا مزيداً من الزبائن ثم مزيداً من الربح. وهناك من يضع لوحات مكتوب

عليها آيات قرآنية مثل (الحمد لله) ، (هذا من فضل ربي) ، (وما بكم من نعمة فمن

الله)، (وما توفيقي إلا بالله) ، (لئن شكرتم لأزيدنكم)، معلنين ومعبرين فيها عن

قناعتهم بما رزقهم الله، وآخرون يواسون أنفسهم عند كساد السوق من خلال ما نراه

في هذا البيت الشعري:

لا تكن للعيش مجروح الفؤاد إنما الرزق على رب العباد

(بحر الرمل)



ومن الناس من أنعم الله عليهم برزق وافر يخشون الحسد ويحاولون امتصاص ما في بعض عيون الناس القادحة ودرء شر الحاسد الذي يحول الأخضر إلى يابس فيكتبون سورة الفلق كلها أو يضعون لوحة مكتوب عليها: (الحسود لا يسود)، (عين الحسود فيها عود)، أو (من راقب الناس مات هما أو غما).

ومن المؤمنين رجال أحبوا الله فأحبهم فلم ينقطعوا عن ذكر الله وظلوا يرشدون الناس إلى ذكر الله بشكل متواصل متوخين الأجر فقد كتب بعضهم معلقاً على الجدار (لا تتسى ذكر الله) والصحيح أن يكتب (لا تنس ذكر الله) لأن لا ناهية جازمة.

ومن الباعة من يعلن أن لا طاقة له مع الناس في البيع بالأجل الذي قد يؤدي به إلى الخسارة فيعلق لوحة مكتوب عليها (الدين ممنوع والرزق على الله)، (الدين ممنوع والعنت مرفوع والرزق على الله الكريم)، (لا دين ولا دموع العين)، (لا دين ولا بعدين)، (نعتمر عن الدين من اليوم)، (نتعامل بالدين من يوم غد).

إلى جانب ما تقدم نجد إعلانات في داخل الدوائر والمؤسسات الرسمية وشبه الرسمية والشركات تتضمن منع الزيارات التي تؤثر على العمل أو منع التدخين الذي يؤثر على الصحة أو خوفاً من حدوث حريق قد يتسبب في ضياع كل شيء لاسيما إذا كانت الشركة إنتاجية فيعلقون لوحات كتب عليها (الزيارات الخصوصية ممنوعة) أو (نعتمر عن الزيارات الخصوصية)، (نشكركم لعدم التدخين)، (التدخين ممنوع)، (التدخين سبب رئيس لأمراض القلب والرئة وتصلب الشرايين). كما وجدت من كتب في إحدى الغرف على ورقة مطبوعة معلقة على الجدار (ممنوع التدخين في هذه الغرفة) أصل الجملة (التدخين ممنوع في هذه الغرفة) جملة مكونة من مبتدأ وخبر وقد قدم الكاتب الاسم النكرة الواقع خبراً على المبتدأ دون مسوغ نحوي، مسوغاً لهذا التقديم أهمية المنع في هذه الغرفة إذ إن المنع مقصور على هذه الغرفة وبإمكان المدخن أن يدخل خارج الغرفة آخذاً القرينة من عبارة (في هذه الغرفة).

ولم تقف جامعة الموصل بعيدة عن الإعلان فقد وضعت هي الأخرى إعلاناً واضحاً في واجهة المدخل مفاده (الجامعة حرم آمن يمنع دخول المسلحين

والمركبات العسكرية)، (راجع الاستعلامات رجاء)، حرصا وتحسبا من دخول بعض ضعاف النفوس والعبث بممتلكات الجامعة الأمر الذي قد يؤدي إلى خسارة بأموال الدولة.

## 2 - في الصحف والمجلات والتلفاز والمذياع والسينما والمسرح والصور المتحركة واللافتات واللوحات والملصقات الثابتة والمتحركة على وسائط النقل والتصاميم والأدلة والنشرات والجدران والمنتزهات ومدن الألعاب.

يراد به التأثير في نفوس الناس من تجار ومناقصين وسماسرة أو زبائن (مستهلكين) للإقبال على دخول مناقصة أو شراء سلعة من منشأ دون آخر لما تحمله تلك السلع من مواصفات وعلامات مختلفة دفعت إليها المنافسة التجارية الحرة ومن ثم تؤدي إلى زيادة الناتج وتحقيق الأرباح، ويتطلب هذا الإعلان لغة موسيقية وعبارات موجزة رقيقة، ذكرا للمنافع والفوائد التي تعود على المستهلك، كما ينبغي أن يكون العنوان قصيرا جدا ، سهلا ،قابلا للفهم السريع لكي يكون تأثيره أشد وأوقع وأن يكون هناك انسجام بين لغة الإعلان والصور والرسوم التي يضمها من ذلك على سبيل المثال لا الحصر:

- صابون لوكس... صابون الجمال.
- صابون حلب.
- شامبو... الجمال هبة السماء ،وجمال شعرك وبشرك هبة شامبو عادة.
- رينيو هير...سر نمو شعرك بفضل رينيوهير
- كريم روز
- أحدث المستحضرات لإزالة النمش، الكلف حب الشباب.
- كريم ديمان الفرنسي يحمي بشرتك...بشرة كلها حيوية ونضارة
- أعدل عن الدواء إلى الغذاء،عصير الفاكهة منبع الفيتامينات المنشطة.
- إيفيان،نقي وخفيف، الماء المثالي للعائلة كلها.
- الشاي الهندي...أول شاي شربه الإنسان ،الشاي الهندي هو الشاي الأصلي.
- اليانصيب الوطني...خذني أغنيك
- إن كنت مسافر خذني معاك.

- شاي سيلان...شاي منعش.
- الشاي الهندي هو الأول في العالم.
- أشرب كولا وأنتعش.
- بيبسي كولا كبير ولذيذ.
- عصير البرتقال شرابك المفضل.
- أ صباغ الشرق فريدة ومتميزة.
- حليب نيدو كامل الدسم،غني بالفيتامينات والكالسيوم.
- حبوب الوجه مشكلة الشباب من الجنسين وكريم 14 يقضي عليها.
- كباب أربيل.
- كبة الموصل.
- كبة حلب.
- ساعات سويسرية.
- خام موصل.
- بيض عرب.
- إطارات الديوانية علامة النسر.
- قريبا في الأسواق زيت الرشيد.
- زيت النخلة إنتاج وطني جديد بمواصفات عالية ومنظورة.
- زيت البننت..إنتاج وطني.
- زيت زهرة الشمس زيت صحي ومفيد.

وهناك إعلانات ذات أساليب إرشادية،توجيهية،تحذيرية،توبيخية، منها:

- حافظ على نظافة المدينة.
- النظافة من الإيمان.
- لا تسرع فالموت أسرع.
- لا تسرع يا بابا أنا بانتظارك.
- انتبه،مادة سريعة الاشتعال.
- إنتبه مركبة طويلة.

- السرعة أم المهالك.
- على مهلك على مهلك يللي رايح الهلك (على مهلك على مهلك يا الذي رايح إلى أهلك).
- في التآني السلامة وفي العجلة الندامة.
- ازرع ولا تقطع.
- خفف السرعة.
- ترشيدك للكهرباء يقلل من ساعات القطع.
- التقليل من استهلاك الكهرباء ظاهرة حضارية.
- خطر كن على بعد (50) مترا.
- البول للحمير (على الجدران)
- البول للبهائم (على الجدران)

### ثانيا- الإعلان المسموع باللفظ أو الصوت.

#### أ- الإعلان المسموع باللفظ.

إلى جانب الإعلان المكتوب هناك إعلانات مسموعة يستعمل معلونها ألفاظا واضحة موجزة في عبارات وجمل بأساليب مختلفة تتأرجح بين الرقة والقوة مراعين قول القائل: (لكل مقام مقال) كيف لا يكون هذا المقال جميلا لغة وأسلوبا وهو يراد به تنبيه الناس وتذكيرهم نحو إقامة الصلاة مثلا، أو جذب الناس لشراء شيء ما، أو تشويقهم وحثهم على حب الخير والمساعدة، أو تذكيرهم بحبهم لأولادهم لكي يسارعوا إلى شراء ما يفرحهم. نعم كل ذلك يسوقه فنانو صياغة الإعلان بلغة سهلة موجزة موسيقية يفهمها الجميع مهما اختلفت مستوياتهم وقد رأيت أن أضع أمامكم ما سمعت من ألفاظ وعبارات وجمل. منها:

- الأذان.

الله اكبر الله اكبر

اشهد أن لا اله إلا الله

اشهد أن محمدا رسول الله

حي على الصلاة

حي على الصلاة

حي على الفلاح

حي على الفلاح

الله اكبر

الله اكبر

لا إله إلا الله

وفيه يعلن المؤذن الأذان باللفظ والصوت الجمهوري لكي يسارع الناس إلى إقامة الصلاة بعد تذكيرهم بأن الله أكبر من كل شيء، وأن الشهادة فريضة، إلى جانب حث الناس على الصلاة من أجل الفلاح في الدنيا والآخرة.

- **الإمساك في شهر رمضان.**

ينادي المنادي وقت السحور (احترام أمة محمد احترام) ثلاث مرات يريد بذلك الإمساك، وقد حذف حرف النداء (يا) وأصلها (يا أمة محمد احترام) وفي هذا النداء تذكير لضبط النفس والتوقف عن تناول الطعام والشراب احتراماً لمواقيت بدء الصوم.

- **تكبيرة العيد.**

الله اكبر، الله أكبر، الله أكبر، لا إله إلا الله، الله أكبر، الله اكبر والله الحمد (هذا إعلان عن حلول العيد).

- **قراءة القرآن.**

في الدور وفي واجهاتها، أو في صالات المناسبات... إعلان عن حدوث وفاة، وإقامة جلسة لاستقبال المعزين لقراءة الفاتحة.

- **الإعلان عن شرب الماء.**

وفيه يصيح المنادي (الله يرحم والديه اليسبل) حيث يدعو بأن ينزل الله الرحمة على والدي من يتصدق لتوزيع الماء على الناس العطشى وبعد أن يستلم المنادي ما يصبو إليه من المال يعود فرحاً، ويعلن للناس ملتماً شرب الماء دون مقابل قائلاً: (شرب سبيل وبلاش).



## - أَلْفَاظُ الْبَاعَةِ الْمَتَجُولِينَ.

كثرت الباعة الذين يختارون أَلْفَاظًا وتعبيرات مختلفة تستهوي الناس لترويج بضاعتهم فباعة المرطبات مثلاً يعلنون عما لديهم بأسلوب النداء (بارد يا عطشان)، أو (برد كلبك يا عطشان)، (برد كلبك ب 100 دينار) مدركين أن الضمماً وحرارة الصيف لا يقضى عليهما إلا بالمرطبات الباردة لذلك كانت كلمة (بارد) تتصدر الكلام لكي يسارع من ارتفعت حرارته إلى شرب البارد. وهذا بائع ما يسمى ب (المستوى) (\*) يعلن أيام الشتاء الباردة بأن ما يبيعه دواء للصدر من أمراض القحة والزكام لحرارته وما فيه من فائدة فينادي المنادي بقوله: (درمان<sup>(1)</sup> الصدر يا شلغم<sup>(2)</sup>).

وهناك من يفتش ألعاب الأطفال أمامه طالبا من الناس أن يفرحوا أولادهم بنداؤه (فرح جهالك (أولادك) ب 50 دينار).

ولم يصمت باعة المعجنات أمام ترويج معجناتهم بل هم أكثر من غيرهم حرصا على بيع ما لديهم لأن بقاءها يعرضها للتلف فيعلنون بكلمات اللذة (حار، طيب، تازة<sup>(3)</sup>).

- حار وطيب الكيك.

- حار وطيب الصمون.

- تازة وطيب الجورك<sup>(4)</sup>.

(\*) المستوى: طعام مكون من قطع الشلغم والشوندر، يسلق على النار، ويباع في أيام الشتاء الباردة، وتتفرد الموصل بأنها لا تضيف الدبس عليه بعد سلقه كما تفعل أربيل وكركوك وبغداد بل يؤكل بعد رشه برشة خفيفة من الملح.

(1) درمان: كلمة فارسية بمعنى دواء، ينظر المعجم الذهبي، ص 263.

(2) الشلغم: كلمة فارسية، ينظر المعجم الذهبي، ص 377.

(3) تازة: كلمة فارسية بمعنى طازج أو جيد، ينظر المعجم الذهبي، ص 181.

(4) الجورك: كلمة تركية (çörek) نوع من المعجنات ينظر: Türkçe sözlük , S.194

ولازالت عربات بيع اللحوم شاخصة في الأسواق حيث يصيح البائع مشهيا ومشوقا الناس باستعمال (الخبر) (لحم قوزي<sup>(1)</sup> تازة) ومبتدؤه محذوف جوازا تقديره (هذا).

وحداد السكاكين المتجول يجد من الأزقة والأحياء السكنية خير ملاذ لرزقه إذ إن ربات البيوت بانتظار من يعينهنّ على حدّ سكاكينهنّ قبل طبخهم فيأتي مناديا (حداد سكاكين ، حداد سكاكين) مستخدما أسلوب التوكيد اللفظي... وباعة متجولون آخرون يحذون حذوه في هذا الأسلوب مثل: (بييض بييض، گلز گلز، غاز، صابون حلب صابون حلب... ) ومثلهم في هذا مثل أصحاب المركبات في ندائهم: (بغداد بغداد، اربيل اربيل، سكر سكر، زهور زهور... ) ومحبو الرياضة عند مشاهدة المباريات الرياضية يصيحون بصوت عال ( Goal،Goal، ) ومنهم من يستخدم أسلوب الإيضاح والتفصيل بعد الإعلان عن كونه بائع خضراوات (خضراوات خضراوات ثم يبدأ مفصلا ما بحوزته من الخضراوات بادئا بأهمها ومنتهيا بأقلها طلبا قائلا: (ياميا، طماطة، باذنجان، بصل، لوبيا، كرفس) يعقبه في ذلك ومحتذيا حذوه (أبو العتيق) أي مشتري الأثاث العتيقة قائلا: (العنده عتيق للبيع) ثم يفصل القول في ما يشتري بادئا من الأهم (ثلاجات، طباخات، غسالات، قريولات، العنده كراسي للبيع).

#### - ألفاظ المسيرات والمظاهرات.

- وفيهما يتجلى في الإعلان الانتماء الحقيقي والتضحية والدفاع عن الوطن، أو الغضب أمام المواقف الصعبة منها:
- بالروح بالدم نفديك يا عراق.
  - نطف العرب للعرب.
  - لا للحرب نعم للسلام.
  - عاش العراق.

(1) (Kuzu) كلمة تركية بمعنى خروف، ولحم قوزي أي لحم خروف، ينظر: S.529., Türkçe sözlük



- الموت لأمريكا وإسرائيل.
- نعم للحرية لا للسجون والمعتقلات.
- كافي كافي إحنا (نحن) النبع الصافي.

### ب- الإعلان المسموع بالصوت الدلالي نحو:

- صوت الناقوس في الكنائس إعلان عن بدء الصلاة.
- صوت مدفع الإفطار إعلان عن موعد الإفطار.
- صوت الذفوف إعلان عن إقامة الذكر.
- صوت (الدنبك) المصحوب بالهلاهل إعلان عن الفرح والعرس والزواج.
- أصوات منبهات السيارات المصحوبة بالتصفيق والهلاهل إعلان عن العرس، أو مجيء حاج من الحج.
- الصوت العالي لمنبه السيارة بين آونة وأخرى إعلان عن بيع: (الكاز أو الغاز أو سحب المياه الثقيلة).
- صوت القرع بآلة حديد إعلان عن بيع الغاز.
- صوت الجرس في المدارس. إعلان عن بدء الدرس أو انتهائه.
- صوت الجرس في الدوائر إعلان عن طلب السكرتيرة أو العامل.
- صوت قرع الطاسة في حمامات المدينة إعلان عن طلب حاجة من المستحم أو الانتهاء من الاستحمام وطلب المناشف.
- صوت منبه القطار إعلان عن وصوله أو مغادرته المحطة.
- صوت منبه سيارات النجدة إعلان عن وجود الشرطة واستقرار الأمن أو وجود خرق أمني طارئ.
- صوت منبه سيارات الحريق إعلان عن وجود حريق وطلب إخلاء الطريق للوصول بسرعة.
- صوت منبه سيارات الإسعاف إعلان عن وجود حالة إسعاف فوري لمريض وفيه طلب إخلاء الطريق.
- صوت الاطلاقات النارية والمدفعية إعلان عن اشتباك مسلح أو حفل عرس أو تشييع ميت.

- صوت الديك إعلان عن بدء صباح جديد.
- صوت صافرة الإنذار في الأبنية أو الدوائر أو المدن إعلان عن وجود خطر طارئ.
- صوت صافرة شرطي المرور إعلان عن وجود شرطي المرور وتنظيمه للسير.
- صوت الصافرة ليلاً قرب المحلات إعلان عن وجود حارس ليلي يحرس المحلات والمتاجر فمن كان في نفسه نية سيئة فليهرب.
- صوت قراءة القرآن في غير وقته إعلان عن وجود عزاء.
- صوت الناقوس في غير أوقات الصلاة دلالة على وجود عزاء.

### ثالثاً - الإعلان المرئي بالدلالة الحالية أو الصامتة.

إلى جانب ما تقدم من لغة الدلالة على المعاني بالألفاظ المكتوبة والمسموعة هناك لغة أخرى أبلغ من اللفظ هي لغة الدلالة الصامتة أو بما يوحي ويشير إليها وهي الحال الناطقة بغير اللفظ، والمشيرة بغير اليد، والصامت ناطق من جهة الدلالة ومتى دل الشيء على معنى فقد أخبر عنه وإن كان ساكناً<sup>(1)</sup>. وفيما يأتي طائفة من الإعلانات ذات الدلالة الصامتة:

- وضع السكين والمبرد في الحزام إعلان عن مهنة القصابة (قصاب)
- وضع الخميسية (الظهيرية) على الظهر إعلان عن مهنة الحمالة (حمال) ..
- وضع جلد الخروف والبقر على جانب من الأرصفة إعلان عن مشتري الجلود (الدبّاغ).
- وضع كيس الفحم أمام المحل إعلان عن بيع الفحم.
- وضع إطار السيارة على جانب من الرصيف إعلان عن وجود مصلح إطارات السيارات (البنجرجي).
- وضع علبة دهن محرك السيارة على جانب من الرصيف إعلان عن بيع الدهن أو تجديده (الدهان، بائع الدهن).

- وضع الورق على منضدة قرب الدوائر الرسمية كالمروور والجنسية والمحاكم إعلان عن مهنة كتابة العرائض (كاتب العرائض).
- وضع العظام والحجر والخرز والزجاج المكسر على قطعة قماش مفروشة على الأرض إعلان عن قراءة الكف أو الخط أو ما يطلق عليه بـ(قارئ الكف أو فتاح الفال).
- وضع الإبرة في الرباط (رباط العنق) ووضع المقياس (الميزورة) على الرقبة إعلان عن مهنة الخياطة (الخياط).
- حمل المالح والكفوف المطاطية إعلان عن مهنة اللباخة (اللباخ).
- حمل الخرماشة على الكتف والمنشار المسنن والمقص الطويل إعلان عن مهنة البستنة (البستاني، الحدائقي).
- حمل ميزان البناء مع الكفوف المطاطية إعلان عن مهنة البناء (البناء).
- حمل القزمة والكورك على الكتف إعلان عن مهنة الحفر (الحفار).
- حمل المطرقة الكبيرة إعلان عن مهنة الهدم (الهدام، الهداد).
- حمل صندوق صغير مألوف الشكل فيه أصباغ مختلفة إعلان عن مهنة صبغ الأحذية.
- حمل الشبكة والمدية إعلان عن مهنة صيد الأسماك (السماك).
- حمل بندقية الصيد إعلان عن مهنة الصيد في البراري (صياد البراري).
- حمل السلم على الكتف أو وضعه في سيارة إعلان عن تصليح عطلات الكهرباء أو الهاتف.
- رسم (شيش) كباب على واجهة المحل إعلان عن كونه مطعمًا أو بائع كباب.
- رسم صورة امرأة على واجهة المحل ذات شعر جميل إعلان عن مهنة الحلاقة النسائية (حلاقة).
- القرع بالفنجان إعلان عن بائع القهوة (القهوجي).
- ارتداء الجبة والعمامة إعلان عن كونه رجل دين (عالما، خطيبا، إماما، رجال الدين المسيحيين).
- ارتداء الجبة السوداء في المحكمة إعلان عن كونه رجل قضاء (محام، حاكم، قاض).

- ارتداء الصدرية البيضاء ووضع السماعة في الرقبة إعلان عن كونه طبيبا
- ارتداء الجبة السوداء ذات الشريط اللوني الخاص بالكلية مع القلنسوة إعلان عن كونه أستاذا أو عضو لجنة مناقشة.
- ارتداء الألبسة الخضراء من قبل النساء الموظفات في الطائرات إعلان عن مهنة المضيفة.
- ارتداء الصدرية البيضاء ومسك المقص إعلان عن مهنة الحلاقة (الحلاق).
- ارتداء الملابس البيض مع القبعة والربطة العنقية في المطعم إعلان عن كونه عاملا في المطعم.
- ارتداء ألبسة الغوص إعلان عن كونه غواصا.
- ارتداء ألبسة رواد الفضاء إعلان عن كونه رائد فضاء.
- ارتداء ألبسة الوقاية الكيميائية إعلان عن كونه كيميائيا.
- ارتداء الألبسة المرقطة بالإصباغ إعلان عن مهنة الصباغة (صباغ).
- ارتداء الألبسة الزرق الغامقة مع الخوذة الحمراء في الرأس إعلان عن مهنة الإطفاء (الاطفائي).
- ارتداء الألبسة ذات اللون الخاكي إعلان عن كون مرتديها جنديا عسكريا في الجيش العراقي.
- ارتداء القميص ذي اللون الأزرق الفاتح والسرwal ذي اللون الأزرق الغامق إعلان عن أن مرتديه من رجال الشرطة العراقية.
- ارتداء القميص الأبيض والسرwal الأزرق الغامق أو الأسود إعلان عن كون مرتديه من رجال المرور في البزة الصيفية.
- ارتداء الألبسة الزرق الغامقة إعلان عن كون مرتديها من رجال المرور في البزة الشتوية.
- ارتداء الألبسة الزرق الغامقة مع القبعة ذات علامة الجناح إعلان عن أن مرتديها من منتسبي القوة الجوية.
- ارتداء الألبسة البرتقالية إعلان عن كون مرتديها من عمال تنظيف الشوارع والأزقة.

- ارتداء الألبسة البيض صيفا والألبسة السود شتاء مع قبعة ذات علامة (الهنكر) إعلان عن كون مرتديها من منتسبي القوة البحرية.
- ارتداء الألبسة الحمر تعلوها صورة الهلال إعلان عن كون مرتديها من منتسبي الهلال الأحمر.
- ارتداء الأزياء المختلفة المعروفة تدل على القوميات كالعرب والأكراد واليزيدية والشبك...

- ارتداء الألبسة البالية والجلوس على قارعة الطريق مع وضع ما يبعث على الاستعطف من إنامة طفل صغير أو إظهار العوق أو وضع طاسة من غير كلام إعلان عن الفقر والعوز وطلب العون والمساعدة (الكدية).
- ربط الخاتم الذهبي في الإصبع الأيمن إعلان عن أن رابطة خاطب.
- ربط الخاتم الذهبي في الإصبع الأيسر إعلان عن أن رابطة متزوج.
- وضع الحلية الذهبية (القرآن) في صدر المرأة إشارة إلى أن صاحبها مسلمة.
- وضع الحلية الذهبية (الصليب) في الصدر إشارة إلى أن صاحبه مسيحي.
- إشارات المرور الموزعة في شوارع المدينة والطرق الخارجية إرشادات وتوجيهات مرورية صامته ناطقة.

### النتائج و التوصيات

1. منع كتابة الإعلانات باللغات الأجنبية لكي لا تتوسع الدائرة إلى تسمية الأبناء بأسماء أجنبية. وفي لغتنا العربية من جميل الأسماء ما لا حصر لها وقد حث الرسول صلى الله عليه وسلم على اختيار الأسماء الخفيفة الجميلة التي ترتاح لها النفوس.
2. منع الكتابات على الجدران لأن ذلك جانب غير حضاري والاستعانة بالتنظيف لبث الوعي الإعلاني والتوسع به عبر مختلف وسائله.
3. إن الأخطاء الواردة في الإعلانات قليلة جدا إذا ما قيست بعدد الإعلانات وهذا راجع إلى الوعي الثقافي للخطاط ومعرفته بقواعد اللغة العربية وخطوطها وقلة المفردات المستخدمة في الإعلان.

4. هناك بعض الخطوط تحتاج من القارئ إلى وقفة متأنية لقراءتها وما ذلك إلا لاهتمام الخطاط بزخرفة الخط أكثر من اهتمامه بكتابة خط مقروء لذلك يجب أن تكتب الإعلانات بخط واضح ومقروء.
5. حبذا لو تحمل الإعلانات مفردات ذات دلالات مستوحاة من عمق تاريخنا وحضارتنا لا ألفاظ ومعان مستوردة.
6. طفت على سطح الإعلانات في السنوات الأربع الأخيرة ألفاظ أجنبية قسم منها لا يعرف حتى أصحابها دلالاتها سوى أنهم استذوقوها، وأخرى ترجمت إلى العربية (مثل): مركز، عالم، ورشة، مجمع، مكتب، دار، بيت... ) وقد وجد مستعملو هذه الكلمات أنها تعطي لهم ولمحلاتهم هيبية وفخخة لا غير، لاسيما وأن بعض هذه الكلمات لا تليق ببعض المحلات... .
7. ينبغي أن لا تكتب الإعلانات إلا بعد موافقة رسمية من شعبة متخصصة لهذا الغرض في المحافظة نفسها وذلك منعا لتكرار الإعلان الواحد إلى جانب تحصينه لغة ودلالة.
8. التوعية المدرسية من خلال نشر الإعلانات التربوية الهادفة لأنها أرسخ في نفوس التلاميذ في هذا السن خاصة.



1432هـ/2010م

*A language of Advertisement in Mosul City*  
(A study case)

\*Dr. Shamel Fakry Al-Alaf

*Abstract*

I put this study in the hands of readers, I want to show that great numbers of advertisements distributed in the center of the city .There sentences are written on the faces of the shops, and stores. They are officially written. in Arabic Language or other Languages. Expressing their own selves sometimes, or offering their good services in other times. Some other advertisement written to make influence on the people and attract them. Some of them hanging inside the buildings and other outside of the buildings by different of ways of advertisement which are available, such as News papers, magazines, posters, T.V, radio, walls, and vehicles. Some advertising in form of an audio or as a music. to stop the walking man or to attract the listener, and to make the people pleased as the roaming. Vendor did besides the silent advertisement, talking ones which convey the message the state of their owners or advertising about what are they want to say. So my watching and listening these advertisings motives me to start study the language of advertisement just in Mosul city. For all these reasons I went looking at what is written and concentrate on what is spoken .I wrote these by my own self.once I have finished my tour in the markets and between the roaming vendors and walking towards the owner of the vehicles ,reading the news papers and magazines. I reviewed what I have collected, I started my analyzing and classifying to explain what I have got from my research to submit clear message to the reader about the language of advertisement in Mosul city ,and to get useful results after shedding light on the following articles with short pause for the definition of the advertisement, its aims, and its tools: They are as follown:

1. Written advertisement (visible, or readable).
  - a. News advertisement

---

\* Dept. of Turkish/ College of Arts/ University of Mosul.



1. News advertisement written in Arabic in Arabic letters.
2. News advertisement written in non- Arabic Language.
- b. Influence advertisement
  1. Inside trade shops, official or non- official.
  2. In the News papers, magazines, T.V, radio, cinema, theater, pictures, moving batches, panels, firm or moving posters on the transportations publishing on the walls and parks and game cities.
2. Audio advertisement by producing or sounds.
3. Visible advertisement by state reference.