

الممارسة اللغوية في وسائل الإعلام العربية الجديدة

دراسة في واقع الأنماط اللغوية المستخدمة

Linguistic Practice in the New Arab Media

A study of the reality of the linguistic patterns used

¹ عزيز كعواش

جامعة محمد خيضر - بسكرة - الجزائر aziz.kaouache@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2020/ 02/02 تاريخ القبول: 2020/11./05 تاريخ النشر: 2020/11/09

Abstract:

The media can promote the language that you want and the dialect that you want, until the language under these modern means has turned into strength and power because of its tremendous impact on the thinking of individuals and groups or on their feeling, behavior, and opinions, and this is the effect of the linguistic practice of the media. In this context, this study aims to know the reality and identity of the Arabic language practice in the modern and new Arab media and to diagnose its condition, by exploring the role of these methods in light of the language patterns used, especially in generalizing or reducing the use of the Arabic language.

Keywords: practice, patterns, language, media, identity

المخلص:

تستطيع وسائل الإعلام أن تروج للغة التي تريد واللهجة التي تريد، حتى تحولت اللغة في ظل هذه الوسائل الحديثة إلى قوة وسلطان لما لها من تأثير هائل على تفكير الأفراد والجماعات أو على شعورهم وسلوكهم وأرائهم، وهذا هو الأثر الذي تخلفه الممارسة اللغوية لوسائل الإعلام. وفي هذا السياق تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع وهوية الممارسة اللغوية العربية في وسائل الإعلام العربية الحديثة والجديدة وتشخيص حالها، من خلال استكشاف دور هذه الوسائل في ظل الأنماط اللغوية المستخدمة، ولأسيما في تعميم أو تقليص استعمال اللغة العربية. الكلمات المفتاحية: ممارسة، أنماط، لغة، إعلامية، هوية.

1. مقدمة

تزداد أهمية الإعلام يوما بعد يوم انطلاقا من إيمان الجماهير برسائلته التي يحملها، فلا يستطيع أحد أن ينكر الأثر البالغ لوسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، فالإعلام بوسائله المختلفة يلعب دورا بارزا في حياة الناس، ويكاد يدخل في أدق تفاصيل الحياة، بل يقوم بدور كبير في قولبة هذه الحياة، بل هناك ما يشبه الإجماع على أن في وسع وسائل الإعلام أن تنهض بالشعوب في مجالات التعليم من أدنى الدرجات إلى أرفعها، وأنها - بمداخلتها للحياة في كل بيت وفي كل ساعة - قادرة على تحقيق أبعاد مجالات التقدّم والتنامي.

ولعل من أبرز الوسائل الإعلامية حضورا في مجال الإعلام والاتصال بجانب الصورة هي اللغة، وكثيرا ما يشيد المختصون في هذا المجال بأهمية اللغة في العملية الاتصالية، ذلك أن الإعلام الجماهيري يحتاج إلى وسيلة نشر واسعة الأفق من أجل أن يكون إعلاما جماهيريا، والواسطة هنا هي اللغة، و بها تبلغ الرسالة الشفوية أو الخطية إلى المشاهد أو السامع أو القارئ.

ولأجل ذلك يذهب بعضهم في عدّ اللغة جنسا إعلاميا، "لأننا لا نستطيع بأي حال من الأحوال أن نفصل بين اللغة والوعاء الذي يحملها (الرسالة) وهو الوعاء الذي ينقلها، والوعاء الذي يرسلها (المرسل) والوعاء الذي يستقبلها (المتلقي). وهكذا يكون لوسائل الإعلام الجماهيرية دورها الفعال والواسع عندما تنجح إلى استخدام وسيلتها الأساسية التي هي اللغة. وعلاقة الإعلام باللغة كالعلاقة العضوية لا تُفصم عراها، شأنها في ذلك شأن العلاقة بين الطفل وأمه؛ فكما يصعب على الطفل أن ينمو نموًا طبيعيًا ويكتسب معطيات الحياة من حوله بصورة تلقائية بدون أمه، فكذلك فإن الإعلام لا يمكن أن يجد التربة الخصبة التي ينمو فيها، والمجال الذي يمارس فيه نشاطه بدون لغة تصوغ رسائله وتنقل الأفكار التي تتضمنها. وكذلك فإن اللغة الإنسانية ستؤول إلى الذبول دون الاتصال بين أفراد المجتمع البشري من خلال إحدى وسائل الإعلام التي تعطي لهذه اللغة قيمة ، وتعطي لرموزها معنى. فيمكن للإعلام إذن أن يرتقي باللغة ويساهم في تطويرها، ويمكنه أيضا أن يكون عنصر تأخر اللغة في حالة غياب الشروط الكفيلة بفهم واستيعاب الإعلام في مكوناته وشروطه.

ومن المؤسف ألا تتولى السياسات الإعلامية العربية هذا الموضوع الأهمية التي هو بها حري أمام التطور اللغوي الحاصل في العالم، والذي تصاحبه هيمنة إعلامية لغوية.

فليست هناك خطة قومية متماسكة لخدمة اللغة العربية من قبل الأجهزة الإعلامية. لقد دلت دراسة قامت بها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم على أن وحدتنا اللغوية لا تقوم إلا على 7% تقريبا من مجموع الكلمات العربية التي نستعملها بيننا، بينما نحن متخلفون عن باقي المجموع بنسبة تتجاوز 93% من المادة اللغوية، إذ تشكل اللهجات الدارجة بمستوياتها المهذبة والمبتذلة الجانب الأعظم من لغة الحوار في برامج الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح. وهذا كله يدفعنا بقوة للتساؤل عن طبيعة الممارسة اللغوية في وسائل الإعلام العربية الحديثة، وعن واقعها من خلال ما توظفه هذه الوسائل من أنماط لغوية مختلفة؟.

2- البحث الإعلامي في اللغة

إن الخطاب في مجال الإعلام يعني في مستواه العام الموضوعات المطروحة داخل الرسالة الاتصالية. ويتحدد الموضوع داخل الخطاب الصحفي في مجموعة المقولات التي تشكل البنية الدلالية المتسعة له، وتهيكل المعلومات المهمة به. وتلعب طرق البناء والهيكل هنا دورا إدراكيا حيويا في فهم المعنى المقصود من الخطاب والتأثير المحتمل نتيجة التعرض له.

ولا شك أن الخطاب الإعلامي يحتاج إلى اللغة الإعلامية القادرة على إيصال معاني دلالات الخطاب المراد إيصاله إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد، حتى يتسنى له فهم محتواه واستيعاب معانيه الظاهرة والمضمرة. (لرقان، 2017) لذلك كان منهج البحث الإعلامي في اللغة يهدف إلى دراسة ماهية اللغة من حيث كونها أداة اتصال يستعملها المشتغلون في الأجهزة الإعلامية، فيبحث هذا المنهج بشكل خاص في اللغة الإعلامية بمستواها العلمي الاجتماعي باعتبارها كيانا خاصا متميز الملامح والسمات، مستقلا عن اللغة بمستوياتها التذوقي الفني الجمالي والعلمي النظري التجريدي، فاللغة الإعلامية لا تهدف إلى مناشدة حاسة الجمال لدى القراء، بل العكس من ذلك تتضمن اتصالا ناجحا أساسه الوضوح والسهولة.

فارتباط لغة الإعلام بتطور الحياة اليومية جعل منها لغة متجددة تتفاعل مع المستجدات لتفرض طبيعتها الجديدة على المتلقي، كما أنها تفرضها على اللغة ككل. و"تمتاز لغة النص الإعلامي بصراحتها ووضوحها ومباشرتها وملموسيتها التي صقلتها عدة اعتبارات كالمستوى الثقافي للجمهور، والوجود الفعلي والحقيقي للوقائع والأماكن والأشخاص،

إضافة إلى ارتباطها بتطور الحياة اليومية ". (عياضي، 1991، صفحة 15) ولأجل ذلك عرّف علماء الاتصال اللغة الإعلامية بأنها لغة جماعة تخاطب أفرادا وجماعات أخرى قصد التأثير فيهم. بيد أن لغة الإعلام ذات الانتشار الواسع والمرتبطة بتطور الحياة اليومية وحوادثها تخضع لتطورات سريعة ومتلاحقة تفرضها على المتلقي وتؤثر على اللغة عبر وسائل الاتصال الجماهيرية. (حمدي، 1993)

وللغة الإعلام خصائص تتميز بها عن باقي الاستعمالات اللغوية، إلى درجة أنها أخذت حظا في الدراسات اللغوية لتصبح علما قائما بذاته، وهذا ما يعبر عنه بعلم الإعلام اللغوي أو علم اللغة الإعلامي. و" يبحث هذا العلم في ظاهرة الاتصال الإعلامي، ومكانة اللغة وسماتها المؤثرة في تحقيق الاتصال الفعال بالجماهير باعتبار التعبير اللغوي جزءا مهما في عملية الإعلام ، يتمه جزء مقابل يركز على كيفية الاستيعاب والتعبير وتطوير المعلومات ". (شرف، 1980 ، 1983 ، 1991، 2000، صفحة 109)

وقد أوجز عبد العزيز شرف (1980 ، 1983 ، 1991، 2000) خصائص اللغة

الإعلامية ومميزاتها عن أنواع اللغة الأخرى فيما يلي :

- كل كلمة في اللغة الإعلامية يجب أن تكون مفهومة من طرف جمهور المستقبلين، كما يجب أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراءة والمتابعة والاستماع، وهي شرط أساسي من عوامل النجاح في الرسالة الإعلامية للبلوغ والتأثير في الجمهور. أما فنون التورية وازدواج المعاني أو الهالات الانفعالية حول الألفاظ وغيرها من فنون الأدب التي تؤدي إلى تداعي المعاني وخاصة في الشعر، فهي بعيدة تماما عن لغة الإعلام؛ لأنها تقطع تيار الاتصال الذي يجب أن يكون مجراه صافيا منيرا.
- إذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص في الأسلوب، وهي البساطة والإيجاز والوضوح والنفاد المباشر والتأكيد والصالة والاختصار والدقة والجلال.
- اللغة الإعلامية تجنح إلى الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأداة التعريف التي لا لزوم لها مثل: شبت النار في القرية، بحيث تكون أقوى في لغة الإعلام حيث تكون: شبت نار في القرية. أما أدوات التعريف اللازمة فلا تستغني عنها اللغة الإعلامية بحال من الأحوال.

- تستعني لغة الإعلام عن الصفات وظروف الزمان والمكان وأحرف الجر.
- لا تميل لغة الإعلام إلى الجمل الطويلة، وتفضل أن تقول استغرقت المناقشة نحو ساعتين بدل من القول استغرقت المناقشة مدة تقرب عن الساعتين.
- من أهم سمات اللغة الإعلامية استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة الواضحة، فنقول الحقد بدل الضغينة والحرب بدل الوغى والبحر بدل اليم... الخ. (الصفحات 73-74)

أما إبراهيم إمام (1972) فقد أضاف إلى خصائص اللغة الإعلامية المذكورة سابقا ما يلي:

- تمتاز لغة الإعلام بالموضوعية، فهي تعكس مشاعر الجماعة وأرائها مقيدة بمصلحة الجموع، وتخطب جمهورا بعينه وثقافة بعينها. كما ترتبط بزمن محدد وتمتاز بموقعها الوسطي بين النثر الفني أي لغة الأدب وبين النثر العادي أي لغة التخاطب اليومي.
- تقوم لغة الفن الإعلامي على الوظيفة الهادفة والوضوح، وتكاد تكون فنا قائما بذاته، فالفن الإعلامي تعبير اجتماعي شامل، ولغته مركبة خاضعة لكل مظاهر النشاط الثقافي من علم وفن وموسيقى وفنون تشكيلية، وهذا إلى جانب السياسة والتجارة والموضوعات الأخرى. (صفحة 41)

إلا أن من الدارسين من يلاحظ أن هناك خصائص تتميز بها اللغة الإعلامية وتشارك فيها جميع وسائل الإعلام، غير أن انقسام وسائل الإعلام إلى وسائل مطبوعة (صحف، مجلات، جرائد...) ووسائل سمعية بصرية (إذاعة وتلفزيون) جعل اللغة تتطبع بطبيعة الوسيلة التي تستخدمها، فبرغم وجود قواسم مشتركة تجتمع فيه لغة وسائل الإعلام كلها، فإن ذلك لم يمنع من أن تكون لكل وسيلة خصوصية تنفرد بها عن غيرها. (أحمران، 1998)

وبغض النظر عن طبيعة كل وسيلة من وسائل الإعلام وخصوصيتها، وحاجتها إلى لغة خاصة بها متلائمة معها، فإن هناك خصائص عامة يجب توافرها في اللغة الإعلامية من مثل الوضوح والاختصار والمعاصرة والمرونة والملاءمة والاتساع والجاذبية والقابلية للتطور وغيرها من السمات.

3 - اللغة الإعلامية العربية والتطورات الراهنة

لم تتضح اللغة الإعلامية العربية إلا مع عمليات التطور الاجتماعي والثقافي والفكري الحديث ومنذ أوائل القرن التاسع عشر. وفي طيات الحركات الثقافية الاجتماعية أثريت اللغة العربية بألفاظ جديدة تتناسب والعصر الحديث أفادت في نهضة الصحافة العربية التي راحت تعبر عن هذا التطور الاجتماعي والثقافي منذ النصف الأخير من القرن التاسع عشر بلغة طيبة وسهلة.

وممن كان لهم إسهام في انتقاد " لغة الصحف " في نهاية القرن التاسع عشر الشيخ إبراهيم اليازجي 1906 في لغة الجرائد، وهي مقالات نشرها في مجلة " القضاء " قدم فيها نحو 364 تعبيراً ولفظاً مما كان يروج على أقلام الكتاب في الجرائد يومئذ، مما هو غير صحيح من حيث قواعد اللغة و أساليبها. واستمر هذا النزوع في المعنى بالتصحيح ومتابعة الأخطاء إلى أواخر القرن الماضي. (الخولي أ.، 1987)

ويشير طائفة من اللغويين إلى أن وسائل الإعلام بصفة عامة والصحافة بصفة خاصة كان لها دور في تجديد اللغة العربية، ومن هؤلاء عضو مجمع اللغة العربية عبد الله كنون الذي ألف كتاباً عنوانه " الصحافة وتجديد اللغة ". أشار فيه إلى أن " أكبر تطور عرفته لغتنا العربية في عصرنا الحاضر كان على يد الصحفيين ومحرري الصحف. وهذا التجديد في اللغة الذي نجده في عمل الصحافة كما يشير إلى ذلك كنون هو تطوير لها باحتضان ما جد من المعاني والأفكار، من غير تبديل ولا تغيير في القواعد والأحكام ". (الشريف و منصور ندى، 2004، صفحة 33)

ويذهب رشاد محمد سالم (سالم، 2006) إلى أن الصحافة العربية قد أحدثت تطوراً كبيراً في لغتنا العربية؛ حيث أشار بعض الدراسات المهمة بلغة الصحافة، إلى أن أكبر تطور عرفته لغتنا العربية في عصرنا الحاضر كان على يد الصحفيين ومحرري الصحف، فإن هذه الفئة من حملة الأقلام تواجه عملاً يتطلب منها نتاجاً يومياً متنوعاً، يملأ أنهار الصحف على اختلاف صفحاتها.. وهذا الهمل ... هو وحي اللحظة وتفكير الأونة. (صفحة 84) وفي هذا الخصوص يقول إبراهيم مذكور رئيس مجمع اللغة العربية بالقاهرة " ولا يفوتني أن أشير إلى أن النهوض باللغة العربية ليس مقصوراً على المجامع وحدها، بل هو قبل كل شيء من صنع الكتاب والأدباء والعلماء والباحثين ورجال الثقافة والإعلام ... وهذا التجديد في اللغة الذي نجده في عمل الصحافة هو تطوير لها باحتضان ما جد من المعاني والأفكار، من غير تبديل

ولا تغيير في القواعد والأحكام ... وتلك هي البراعة في الأداء والمقدرة في التعبير اللتان أوجدتهما الصحافة ولغة الصحافيين.

ومن المؤكد أن للصحافة وأجهزة الإعلام تأثير كبير على اللغة العربية، فهي التي خلّصت النثر العربي من الزخارف اللفظية كالتسجع والطباق وغيرها من المحسنات، وأحلت محلّها الأسلوب المرسل السهل السريع، الذي يحرص على المادّة الفكرية أكثر مما يحرص على البهجة اللغوية، فقد كان للإعلام دوره في خلق لغة تجمع بين البساطة والجمال وسرعة الأداء والتعبير. إن اللغة الإعلامية بهذه الصفة هي نتاج تطور فكري وحضاري شهده العالم العربي منذ نشأة الصحافة العربية في منتصف القرن التاسع عشر، والأدب المسرحي والقصصي والأغنية العربية في بدايات القرن العشرين وحتى الستينات من القرن الماضي. (نسمة، 1999)

ولغتنا العربية في وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة لغة طيّعة، مكنتها صفاتها الخاصة من صوغ أساليب تتواءم وطبيعة الإعلام، فتجيب بكل أريحية على ما يدور بخاطر رجل الإعلام، وتجعله يستخدم منها ما يسمح له بإيصال فكرته. ومرّد ذلك تلك الخصائص المميزة للغة العربية التي ساعدتها في التكيف مع قوالب لغة الأداء الإعلامي المختلفة، فإذا كانت اللغة العربية كما وصفها العقاد هي (اللغة الشعرية) و (الشاعرة)، لغة بُنيت على نسق الشعر في أصوله الفنية والموسيقية، فهي في جملتها فن منظوم منسق الأوزان والأصوات، لا تنفصل عن الشعر في كلام تألفت منه، ولم يكن من كلام الشعراء. فإن اللغة العربية كذلك لغة إعلامية، ونريد بذلك أنها لغة بُنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، تعرض مواد بسيطة يسهل على الجماهير استيعابها وفهماها، كما أنّها تتمشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده.

ومن أجل كل ذلك، ولما كانت أهمية الإعلام تجمع بين نقل المعلومة والاهتمام باللغة، لم يكن بالإمكان أن ينتقي الإعلاميون من اللغة العربية ألفاظها الصعبة وأساليبها الفنية المعقّدة على الأخذ والإفهام، والتي تحتاج إلى إعمال فكر وتروّ في الاستخدام. لذلك تميّزت لغة الإعلام المستحدثة عن الفصحى القديمة بسلاستها وبسر استخدامها، ومن ثمّ ظهرت اللغة الثالثة التي تربط الفصحى بعالم الإعلام والاتصال، فلا هي تتخلى كليّة عن فصاحتها، ولا

هي تتشبت كل التشبت بتعقيدها. فتتوسط هذه اللغة مستويي اللغة السابقين؛ الفنيّة لغة الأدب والعلميّة لغة العلوم، ولكنها تقع في المستوى الاجتماعي منهما الذي يلجأ إليه عمال الإعلام لأنه الأنسب في تحري تقاريرهم وبث أخبارهم.

إن مهمة الإعلامي في القنوات العربية في المرحلة الراهنة هي غرس جماليات اللغة العربية لدى المتلقين العرب والناطقين بغيرها بمختلف مستوياتهم الفكرية والاجتماعية، وأنّ المقدّم الناجح من يطرب جمهوره بلغته السليمة الفصيحة والسلسة على الأسماع والأفهام والمترفعة عن العاميّة. فالعربية الفصحى لغة حيّة تمنح الإعلاميين ثقة واعتزازا كبيرين بالنفس، وقدرة فائقة على الوقوف أمام الكاميرا. ومن الضروري أن يستخدم مقدمو البرامج عبارات شائقة فصيحة تجذب الناس، وأعتقد أنه من الضروري أن يُتقن كل من العاملين في وسائل الإعلام اللغة العربية، فهي تصلح لكل زمان ومكان، ويكفي أنها تتجدد وتقبل من اللغات الأخرى، وهذا سرّ عظمتها.

وإذا كانت اللغة الإعلامية حريصة على مراعاة قواعد الفصحى فإنها كذلك تحرص من جهة أخرى على اختيار الأسلوب البسيط الذي تسترسل فيه الكلمات مع الوضوح والإيجاز، فكانت الدعوة ملحة من أجل خلق لغة جديدة تحافظ على صلابة العربية الفصحى من جهة، وتواكب سرعة العصر والتطوّرات الحادثة من جهة أخرى. ليجد الإعلام نفسه أمام مهمة صعبة فرضها واقع الإعلام وطبيعته في العصر الحديث.

والعربية المعاصرة قد نشأت بين ضريبين من الكلام، وفقا لما أوجبه طبيعة التواصل في عصر السرعة، وإنما " تُعنى الفصحى المعاصرة في واقعها بمستوى لغوي يقف وسطا بين الفصحى وبين العاميّة وبين لهجاتها المحليّة المختلفة، وتكون بمثابة لغة مشتركة سليمة سائغة يجيدها الخاصّة، ولا تعجز عنها العامّة، وهي لغة تواصل، وأساس تحقيق المزيد من الترابط والتماسك الحضاري " (بلعيد و آخرون، بلا تاريخ، صفحة 25).

بدأت هذه اللغة الجديدة تفرض نفسها في الوسط الإعلامي، حتى سمّيت باللغة الثالثة بعد الفصحى والعاميّة، وهي تتوسطهما فتأخذ من قواعد الفصحى ما يخدم وجهتها وتتأسى بالعاميّة في سهولتها وانتشارها، لتكون الحل الوسط أو الحل الأمثل للإشكال اللغوي، وقد تكون الحل الأمثل للأزمة التي تواجهها اللغة العربية، بل يمكن أن تكون الوسيلة التي تخفف حدة الصراع بين فصحى العربية وعاميّتها. (بلعيد و آخرون، بلا تاريخ)

وهذه اللغة الثالثة أو العربية الوسطى أو العربية المعاصرة كما يسميها البعض مقابلا للفظ الأجنبي *l'arabe moderne* ، " يمكن أن تكون مفتاح الأمل الذي تحلّ به الأزمة التي تواجهها اللغة العربية، أو بالأحرى يواجهها العرب مع لغتهم في الحاضر، أو تكون الوسيلة الأنجع التي بها يمكن التخفيف من حدّة الصراع القائم بين الفصحى والعاميّة، حيث تصبح هذه اللغة الجسر الذي يربط بينهما والقاسم المشترك الذي يمكن أن يلتقي عنده أفراد المجتمع العربي في مجال الإعلام وعمليات التنقيف ". (بلعيد و آخرون، بلا تاريخ)

4 - وسائل الإعلام العربية الجديدة وسؤال الهوية اللغوية

إن الاستعمال الخاطيء للغة سواء أكان ذلك داخل وسائل الإعلام أم خارجها يعطل فكر أهله، ويشل قدرات الناس الذهنية ويفسد ألسنتهم. و " عندما تمر المجتمعات بفترات سيئة في تاريخها ينعكس ذلك على لغة الإعلام، لأن الواقع بشذوذه وتشابكه وتعقيده عندما ينعكس في الإعلام لا بد أن تبدو صورة الشذوذ والتشابك والتعقيد في اللغة المستخدمة أيضا ". (بليبيل، صفحة 68)

ولا يقف دور وسائل الإعلام عند حد التأثير على ممارسة اللغة، وتشكيل الثقافة اللغوية وغيرها من الثقافات. بل يتعدى ذلك إلى بناء الشخصية، وأداته في ذلك كله اللغة وما يصاحبها من حركات وسكنات. و " هذه اللغة المستخدمة من خلاله هي التي تسود ممارستها لدى المستعنين، فإذا كانت لغة عربية فصيحة اكتسبها المشاهدون وسادت ممارستها على ألسنتهم، والعكس إن كان الحال غير ذلك ". (الخولي، 2004، صفحة 19)

لقد مرت اللغة العربيّة بعصور مظلمة، فقدت فيها مكانتها الرفيعة بين اللغات، وفقدت فيها انتشارها الواسع في أقطار العالم، وواجهت حروبا شعواء تمثلت في مجالات كثيرة خطيرة مثل الدعوة إلى العاميّة، والدعوة إلى الكتابة بالحروف اللاتينية. وذلك إثر الهزيمة الثقافيّة التي يعاني منها بعض أبنائها، والتبعية الدليلة للغات والثقافات الأخرى، والدعوات المتكررة التي تجنح إلى تبني العاميّة بدلا من الفصحى، ناهيك عن مزاحمة اللغات الأجنبية لها نتيجة الاستعمار وعقوق بعض أبنائها الذين يرون في الحديث والكتابة باللغات الأوروبية دليلا على التقدّم والرقي. هذا كلّه وأكثر جعل من استخدام اللغة العربيّة الفصحى ينحسر، ويظهر ذلك جليا في وسائل الإعلام المختلفة. فعلى الرغم من فضل الإعلام على العربية في تطويرها

ونشرها وخلق لغة سهلة جديدة، فهو بذلك قد فتح الباب أمام مظاهر هدم الهوية اللغوية العربية، حتى أستسهل خرق قواعدها الرصينة بدعوى التيسير .

وموضوع العربية في وسائل الإعلام ومنها الفضائيات العربية خاصة، نال اهتماما كبيرا في السنوات الأخيرة من طرف أهل الاختصاص، وذلك لما تمثله كل من اللغة العربية ووسائل الإعلام العربية الجديدة من قوة فاعلة، ولمكانة كل واحدة منها، حيث لا يمكن الاستهانة بأحدهما على حساب الآخر .

تثار من حين لآخر مشكلة اللغة العربية في التلفاز وفضائياته، وكيف تلقى على الناس متعثرة بأخطاء النحو والنطق، وكيف تعمل على نشر الخطأ في أوسع نطاق بقوة التلفاز وهيمنته على الحواس والأدواق .

فعلى الرغم مما لعبته وسائل الإعلام والاتصال من دور في تقريب الفصحى من لهجاتها بالاستجداد باللغة الثالثة التي تستجيب لمتطلبات الحياة العصرية، إلا أن العربية في ظل وسائل الإعلام لا تخلو من التشويه والتحريف، فالسهولة التي تميّزت بها لغة الإعلام جعلت من مستخدميها ينأوا في كثير من الأحيان عن العرف اللغوي، وقد أدى ذلك إلى التساهل في قواعد اللغة أحيانا؛ نحوها وصرفها، أو إلى استخدام العامية في ثانيا الحديث بها، أو خلط العربية بالأجنبية وإدراج ألفاظ منها أو حتى تعابير، لتظهر بذلك مشكلات اللغة العربية مع الإعلام التي تجاوزت الفصحى الجديدة. ويتساءل عبد العزيز شرف (1980 ، 1983 ، 1991 ، 2000) في هذا السياق بقوله " فإذا كانت الوسائل الإعلامية بهذه الخطورة، وكانت اللغة هي أدواتها ووعاءها، وكانت العربية مستودع المعجزة الإعلامية البيانية. فأين دور العربية في وسائل الإعلام اليوم؟ ... إن الوضع المحزن يتمثل في أن اللغة العامية لغة الجهل تتقدم، والفصحى لغة العلم والتاريخ والتراث والحضارة تتراجع إلى المعاجم، وأن أساليب تعليمها باتت لا تشجع، بل قد تنفر ". (صفحة 160)

4 - 1- تساهل وسائل الإعلام في قواعد اللغة العربية

تخترق لغة التلفزيون في شتى البرامج حرمة اللغة العربية، والحقيقة لا يُطلب من رجل الإعلام أو الإعلامية التي تتحدث إلى الجمهور في الفضائيات العربية التحدث بلغة سيبويه، وإنما أقصى ما يُطلب منهم هو احترام قواعد اللغة والمعايير المنظمة لها، مما يُضفي

على أسلوب التقديم مسحة من الأناقة والجمالية، ويكون النأي عن الإسعاف والرداءة والقصور. (الهزايمة، 2015م)

فالفضائيات العربية في كل يوم وفي كل ساعة ترتكب جرماً بحق اللغة العربية، فتجد المقدم أو المقدمة لبعض البرامج ينتهكون حرمة العربية بلغة ذات أداء سيء ومنحرف، ويرتكبون أخطاء غير مبررة في حق هذه اللغة، لا هي من دعوة تيسير التعامل باللغة من شيء، وإنما مجرد تساهل وعدم مراعاة. وقد نتج عن هذا السلوك العديد من المظاهر المسيئة للعربية نذكر منها على سبيل الاستشهاد ما يلي:

- أن يطبع المقدم لغته بلهجة مطاطة ومتعثرة في لفظ الحروف وتراكيب الكلمات.
- الخلط غير المبرر بين العربية والفرنسية والإنجليزية واللهجات المحلية.
- عدم إعطاء القواعد العربية أية أهمية، فهناك يقع الخلط بالمئات من نصب للفاعل ورفع للمفعول وجرّ للمبتدأ ورفع للمضاف.
- ووجد كثير من الظواهر التي تخالف الفصح، وكسر لقواعد النحو وما هو في العربية من مسلمات. حتى أنك لتخجل من سماع تلك الأخطاء وهي تتردد على ألسنة الإعلاميين وتكرر دون أن يُنْتَبَه لذلك ودون أن يكلف أحد نفسه عناء تصويبها. (الهزايمة، 2015م، صفحة 110).

ومن بين الأخطاء النحوية المنتشرة بكثرة في لغة الإعلام أيضاً:

- تغليب الجملة الاسمية على الجملة الفعلية في الاستعمال: فاللغة العربية تستعمل الجملتين بخلاف ما نجده في اللغة الفرنسية أو الإنجليزية اللتين تكفيان باستعمال الجملة الاسمية.
- تعدية الأفعال: فإن من الأفعال ما يتعدى مباشرة إلى مفعول، رغم أنه في الاستعمال الفصح يتعدى بحرف. مثل: (صرّح أنه سُدّ بقاء الرئيس) عوض (صرّح بأنه سُدّ بقاء الرئيس)، وهناك من الأفعال من يتعدى إلى مفعولين وهو في الاستعمال الفصح يتعدى إلى مفعول واحد مثل: (أسندت منظمة كذا الرئيس جائزة)، والصواب: (أسندت منظمة كذا جائزة إلى الرئيس).

- تتابع الإضافات: والقاعدة في اللغة العربية ألا يفصل بين المضاف والمضاف إليه بل يتتابعان متلازمين، لكن من الاستعمالات الشائعة بكثرة، إضافة المضافين أو ثلاثة إلى المضاف إليه الواحد مثل: (أبلغه تحية أخيه الرئيس وتقديره وإكباره). (بلعيد و آخرون، بلا تاريخ، الصفحات 45-46)
- وهناك من الأخطاء الأخرى ما يمس التعبير والإعراب ومن أمثلتها:
- أن غالبية الإعلاميين يستعملون (لا زال) و(ما يزال)، والصحيح هو العكس. فإن (زال) تأخذ (ما) في صيغة الماضي، وتأخذ (لا) في صيغة المضارع، فنقول (ما زال) و(لا يزال)، ولا يصح غير ذلك.
- الخطأ في إدخال (أل) التعريف على (غير)، فحين يُعرّفون (منظمات غير الحكومية) يقولون (المنظمات الغير حكومية)، وحين يُعرّفون (غير قابل للتنفيذ) يقولون (الغير قابل للتنفيذ)، وهكذا، والحقيقة التي يجب التأكيد عليها هي أن (أل) التعريف لا تدخل على (غير) وإنما تدخل على ما يتبعها. فالصحيح أن نقول (المنظمات غير الحكومية) و(غير القابل للتنفيذ).
- من الإعلاميين من ينصبون المضاف إليه (والمضاف إليه مجرور)، فيكتبون مثلا: (قررنا عقد اجتماعا) و(كتابة مقالا) والصواب: (قررنا عقد اجتماع) و(كتابة مقال).
- وفي الكتابة الصحفية ثمة خطأ شائع هو نصب الاسم الذي يأتي بعد فعل مبني للمجهول فيكتبون: (أقيم حفلا كبيرا) والأصح (أقيم حفل كبير) على أن (حفل) نائب فاعل مرفوع (محمد، 2016م، الصفحات 157 - 158).
- وقد حاول أهل الاختصاص من اللغويين إعطاء تفسير لانتشار هذه الأخطاء الشائعة في وسائل الإعلام الجديدة، ووجدوا أنها لا تخرج عن الأسباب التالية:
- ضعف الإذاعيين في النحو والصرف.
 - التأثير اللهجي والعامية.
 - تعميم القاعدة من أمثلة الممنوع من الصرف وغيره.
 - التقاصح بين المذيعين.
 - ربط الحركة الإعرابية بالمعنى.

- عدم وجود الحركات.
 - تشابه بعض الكلمات.
 - عدم اتقان بعض قواعد تركيب الجملة. (عبده، بلا تاريخ، الصفحات 196 - 198)
- أما سبب هذا التذني في المستوى اللغوي المستعمل في هذه الوسائل فيرجعه بعض الدارسين إلى التخلف التعليمي الذي يشهده محيطنا، والذي جعل لغتنا العربية غريبة لدى أهلها، مما دفع المعنيين بأمر التلفاز والفضائيات العربية يبحثون عن صيغة لغوية تنزل بالرسالة إلى مستوى أمية الجمهور، دون أن تعمل على تطويره ليصل الى مصاف المتعلمين القادرين على فك رموز اللغة العربية. إن هذه الصيغة اعتبرت جزءا من حل سهل يركز على التعامل مع العامية الدارجة، وفي هذا تكريس لواقع الأمية وتهميش اللغة الفصحى. (طلال، 2006)
- ويذهب عبد السلام المسدي (1999) في رصده للدور الذي تؤديه وسائل الإعلام إلى أن الممارسة اللغوية لهذه الوسائل قد انحدرت - في بعض إن لم نقل في معظم الأحيان - إلى حد ارتكاب ما يمكن أن نصفه بالخطايا اللغوية، وهو بالطبع أذح من وصفها بالأخطاء اللغوية، ومرد ذلك من وجهة نظرنا أن التحديات الراهنة التي تجابهها أمتنا العربية تحتم - أو هكذا ينبغي - أن نتسلح بكل أدواتنا لنواجه غزو العولمة التي يريد أصحابها أن يقتعوا الآخرين بأنها قدر محتوم لا مناص منه. (صفحة 388)

4 - 2 - استخدام العامية وسيطرتها على لغة الإعلام العربي

يواجه المتلقي العربي اليوم لوسائل الاعلام الصحفية والإذاعية والتلفازية أو في الإعلام الجديد تحاديا آخر في مجال تحليل الرموز، يتمثل في استقبال رموز لفضية باللغة الفصيحة أحيانا، وبالعامية أحيانا أخرى. فعلاوة على ما يرتكب من أخطاء نحوية وتعبيرية في حق العربية، نجدها كذلك لا تخل من مظاهر تسلل العامية، ففي ثنايا الحديث بالفصحى تتدخل العامية وتخلط بها خلطا يصعب تفكيكه، حتى تبدو الألفاظ العامية من هذا الاستعمال وكأنها الفصحى، ويستصيغها المتلقي ويعتادها بدل الأصل، فلا يجد بعد ذلك الإعلاميون حرجا من استعمالها بحجة وبغير حجة.

ولكن عن أية عامية نتحدث؟ عن العامية المصرية أو الأردنية أو التونسية...؟
ويزيد عدد اللهجات العامية عن عدد الدول العربية أضعافا، ذلك أن في كل بلد العديد من

اللهجات التي تنتسب أحيانا إلى المدن أو المقاطعات متوزعة بين بادية وحضر وريف في كل دولة عربية. (الموسى، بلا تاريخ، صفحة 58)

قد يزيد عدد اللهجات العربية أضعاف عدد الدول؛ فكل دولة تتصوي تحتها العديد من اللهجات، لتجد كل إعلامي يستقي من لهجته في كلامه، وتتعدد الألفاظ الدخيلة على الفصحى بل وحتى التعابير، حتى أن السامع ليعتقد أن هؤلاء لا ينتمون للغة نفسها. وتغيب عند ذلك معالم العربية في وسط الإعلام وتغيب معها الوحدة. فالناظر إلى الصحف مثلا " يجد صفحاتها دعايات إعلانية قد كُتبت باللغة العامية، نراها منتشرة في كل زاوية من الصحف، بل وفي الإذاعة والتلفاز واللافتات المنصوبة على جوانب الطرق من قبل المؤسسات الإعلانية التي لا يهتما سوى الكسب المادي. حتى إن كان على حساب إيذاء اللغة العربية، والترويج إلى أفكار وألفاظ تسيء استعمالها وتحرف كلماتها وتغير معانيها ". (allzoll, 2011)

ومشكل العامية أكبر بكثير مما يتصور، " فغزو العامية في التعاملات اليومية ومن خلال وسائل الاعلام عاود الظهور ليفجر مشكل العامية مقابل الفصحى، و محاولة ارسائها من خلال الغزو الذي تبخته القنوات الفضائية لتشتغل بذلك الدعوة المضللة والتي فحواها أنه يمكن للعاميات (اللهجات) مسابرة التطور الحاصل عكس الفصحى التي وصفت بالتعقيد والتراثية" (شوشة، بلا تاريخ ، صفحة 112).

إن إغراق الإعلام باللهجات العامية دوناً عن الفصحى، يعني إغراقه في الدعوة إلى الأمية، ويعني أيضا خروج الرسالة الإعلامية عن مسارها الحقيقي المتمثل في نشر اللغة العربية وتعليمها والتحبيب إليها، لما يحمله الإعلام من قدرة على الإقناع واستقطاب الجماهير بمختلف مستوياتهم الفكرية والاجتماعية. لأن العربية القاسم المشترك، فإذا أُغتيلت اللغة في الإعلام، تحوّل بدوره إلى فوضى تعبث به الأيدي الخارجية التي يهتما جدا أمر تشويه العربية وتخريبها، ودسّ اللهجات العامية في عربية الإعلام حتى يفقد الكثير من رسالته الحقّة، لأن التحدّث باللغة العامية في وسائل الإعلام ومؤسسات التعليم لها من المخاطر التي تهدد اللغة العربية. إن المخاطر لا تواجه اللغة وحدها بل تواجه المتحدثين باللغة العربية أيضا، لأن اللغة العربية باقية بقاء القرآن الكريم، والقرآن محفوظ بوعد من الله سبحانه وتعالى.

إن تبني وسائل الاعلام العربية بما فيها الفضائيات للعامية عن قصد أو غير قصد أمر له خطورته المركبة، أولا لسرعة انتشار وتأثير وسائل الإعلام، وآخر لأن هدم الفصحى

بالعامية قد جاء بمعاولنا ومن داخلنا هذه المرة، وكأننا حفرنا لأنفسنا الخنادق المضادة للتجاوز، و نحقق بذلك رغبة استعمارية فشل الاستعمار في الفوز بها. (التلاوي، 2000) ويعود السبب في كل ذلك إلى ضعف الأداء اللغوي للعربية من قبل الخريجين من الصحافة، حتى أصبح الواحد منهم يكتب ما يقوله في حديثه العام دون أن يُكَلِّف نفسه عناء الاهتمام باللغة التي يكتب بها لعمامة الناس بمختلف مستوياتهم وثقافتهم. وثمة تصوّر آخر مصدره من يراجع هذه المواد، ولا يعتني بتصحيح أو مراجعة ما كتبه المحرر، لتظهر الأخطاء والأسلوب الركيك في الصحيفة، وتصبح بمرور الوقت من المسلمات التي تعتادها العين والأذن . (جمعة، 2013) ولا يقتصر الأمر على وسائل الإعلام العادية التقليدية، بل لقد طال تكنولوجيا الاتصال العصريّة من حاسوب وجوّال لاتصالهما بشبكة الأنترنت، فظهر أثر ذلك جلياً في لغة (الشات) " هذه اللغة ذات المصطلحات الخاصّة التي تختلط فيها اللغة الأجنبيّة باللغة العربيّة ". (محمد، 2016م، الصفحات 157 - 158)

لقد احتلت مواقع التواصل الاجتماعي صادرة عمليات التواصل الإنساني، خاصة بين الشباب باستعمال لغة أُطلق عليها اسم " الفرانكو آراب " وهناك من وصفها بـ " اللغة الفيسبوكية "، والبعض لقبها بـ " العربيزي ". وتتميز هذه اللغة بوجود مصطلحات خاصة تحولت معها اللغة العربية إلى مزيج من لفظ عربي يكتب بأحرف لاتينية ورموز وأرقام، لتُشكل لغة جديدة بدأت تُطالعا يوماً أثناء التواصل عبر الشبكة العنكبوتية نظراً لأن اللغات الأجنبية تخلو من بعض الأصوات الموجودة في العربية، ولذلك وقع المستعملون للعربية في حيرة، كيف يعبرون عن الحاء، والقاف، والضاد والعين مثلاً ؟ فبات حرف الحاء يكتب رقم '7'، والعين رقم '3'... وهكذا، فمثلاً أصبحت كلمة 'محمد' تكتب 'mo7amad' . إن الاستمرار في تداول هذه اللغة بين الناشئة والشباب يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الأيام، ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو هذه المفردات، وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين جموع الجيل الجديد مما يشكل خطراً على اللغة العربية، ويزيد الهوة بين لغة القرآن والأجيال الناشئة.

وبناء على معطيات عينات مختارة من الخطابات اللغوية المنشورة عبر مختلف صفحات الفيسبوك توصلت كثير من الدراسات الميدانية إلى واقع تدني مستوى

استخدام اللغة العربية عبر الفضاء الأزرق، أو عدم الاهتمام باستخدامها، وإن تحقق الأمر يكون بحروف وأرقام تنوب عن حروف اللغة العربية هي في طريق نحو تشكيل لغة مشفرة بمختصرات متعارف عليها بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. بما يلقي الضوء على المعاناة التي تعيشها اللغة العربية في عمق بيئتها، إما بتغييب استخدامها نهائياً وتعويضها بلغات أجنبية كالفرنسية والإنجليزية، أو باستخدام العامية في كثير من الأحيان من قبل مستخدمي هذه الشبكات. (عواج و رياح، 2017)

ومن جانب آخر يواجه المستعمل العربي تحدياً آخر وهو غزو الألفاظ الأجنبية. إذ يعدّ استخدام وسائل الإعلام العربي بأنواعها وأطرافها المختلفة للألفاظ الأجنبية امتداداً لمشكلة قديمة حديثة. فاللغة العربية شهدت فترات مختلفة من النقل والاستعارة للألفاظ الأجنبية منذ أقدم عصورها، والحقيقة أن مسألة الاستعارة للألفاظ والمصطلحات الأجنبية لا يعدّ مشكلة فعلية، ورغم أن العربية قامت باستعارة الآلاف من الألفاظ من مختلف الحضارات خاصة بعد الإسلام. إلا أن العصر الحديث بما يحمله من تطورات علمية هائلة وثورة في عالمي النقل والاتصالات، جعل هذا التدفق أسرع وأكبر وبالتالي ضاعف من مخاطره.

ولعلّ أكثر المجالات مساعدة على ترسيخ الألفاظ الأجنبية هما مجالاً التعليم والإعلام، حيث تتخذ وسائل الإعلام ولاسيما الإذاعة والتلفزيون كوسيلة للتثقيف. والغريب أن الغالبية العظمى من الألفاظ الأجنبية المستخدمة في تلك البرامج لها بديل عربي، ورغم أن ثمة الكثير من الناس قد لا يهتمون بتقشي الألفاظ والمصطلحات الأجنبية على حساب رديفها العربي، فإن هذه المسألة تبقى أحد أشرف القضايا التي يجب أن يدافع عنها متحدّثي العربية. (حبوش، 2005م)

وربما ونحن في سياق الحديث عن المصطلحات الأجنبية كأثر من آثار العولمة في لغة الإعلام العربي، فقد كان من أهم ما يلفت نظر الدارس للغة الإعلام العربية في زمن الانتكاسة إلى اليوم مصطلحاته المستمدة من الإعلام الغربي والتي يقوم بإشاعتها في الحياة العربية بكل ما تنطوي عليه من تضمينات تعكس تفكير الآخر في قضاياها أكثر مما تفصح عن المنظور العربي الذي يفترض فيها أن تجسده. وكما يمكن أن يلاحظ أي مدقق في المصطلحات المتداولة في وسائل الإعلام العربية فإن هذه المصطلحات إنما تختزل في الواقع مفاهيم يسقطها (الآخر) على المنطقة، ويحاول أن يسر بها إلى وعي أبنائها ليفكروا بها على

النحو الذي يريده لهم ويخلصوا إلى تبني وجهة نظره فيما يجري فيها، وهذا ما يحدث فعلا في بعض الأوساط العربية الرسمية.

5 - استراتيجيات وسائل الإعلام دورها في المحافظة على هوية اللغة العربية

وجب وضع حدّ لما تعانیه اللغة العربية في إعلامنا العربي وفق خطة استراتيجية متكاملة الجوانب، فحواها نشر لغة عربية سليمة والتخفيف من الأغلط التي يقع فيها الإعلام كل يوم، ومعالجتها قدر الإمكان، وذلك بالاهتمام بثلاث أطراف مهمة في صناعة الإعلام:

أ- **شخصية الإعلامي:** فيجب ألا يوضع في الموقف الإعلامي إلا من كان يُتوسّم فيه القدرة والجدارة بهذا الموقع، فالمترجّح من الجامعة يجب ألا يُختار كمدّيع إلا إذا اجتاز بنجاح الامتحان التحريري؛ في النحو العربي التطبيقي وفي الإبداع الإنشائي، والامتحان الشفوي؛ في تسجيل صوتي للمذيع حتى يمكن تقييمه، وفي حفظ ثلاثة أجزاء على الأقل من القرآن الكريم، وعدد من قصائد الشعر العربي، لا يقل عن مائتي بيت، وما لا يقل عن مائة سطر من روائع النثر العربي، وفي نطق الأعلام الأجنبية والأدبية والسياسية وأسماء البلدان والمناطق وغيرها.

ب- **المعجم الإعلامي:** أن يوضع معجم إعلامي إرشادي، وأن يقوم بهذا العمل لجنة من كبار كفاة الإعلاميين واللغويين من أصحاب الممارسة والخبرة الطويلة، وقبل وضع هذا المعجم بسنتين على الأقل يجب القيام بعملية رصد ميداني شامل للأخطاء التي يقع فيها الصحفيون والإذاعيون بنوعها.

ج - **لغة الأداء الإعلامي:** ضرورة الالتزام بالفصحى لغة للأداء الإعلامي. (قميحة، 1418هـ، صفحة 73)

ويذهب صالح بلعيد إلى وجوب " أن تتقوى دروس العربية في كليات الصحافة، و تتعزّز العلاقة بين مجامع اللغة العربية ووسائل الإعلام؛ بحيث تسارع المجامع إلى تزويد وسائل الإعلام بما تعتمد من مصطلحات، وإحداث جوائز تشجيعية للمتفوقين في العمل الإذاعي بحسن استعمال اللغة العربية تحريراً وإلقاءً ". (بلا تاريخ، صفحة 31)

وثمة أشياء أخرى لا بدّ منها من أجل إثراء اللغة العربية في الإعلام، فلا بدّ من تعيين مدققين لغويين للإشراف على نشرات الأخبار والبرامج وحتى الإعلانات لتخليصها مما يعترضها من أخطاء لغوية، تصبّح مع التكرار وكأنها هي اللغة الفصيحة وما سواها خطأ. كما

يتعيّن تنظيم دورات متواصلة على مدار السنة للإعلاميين، خاصة المذيعين والمحريين، لتعزيز قدراتهم في اللغة العربية وقواعدها، ومساعدتهم في التخلص من الأخطاء اللغوية التي لا ينج منها خبر أو مقال أو برنامج. بل يفوق عددها في بعض الأحيان عدد الكلمات الصحيحة الواردة في المادة الإعلامية. (جمعة، 2013)

كما أنه من واجب الدول العربية أن تفحص القيود المادية والإدارية المفروضة على الإعلام العربي قصد استغلاله، وتتنبّه أكثر للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير اللغوي خاصة منها الإذاعة والتلفزيون نظراً لضيق مجال استخدام الكتاب والصحيفة وانحسار انتشارهما، وتفشي الأمية وقلة الفرص المتاحة للتأثير بوسائل التثقيف الأخرى كالمرسح، فينبغي أن تُعنى الدول العربية بالإذاعة والتلفزيون باعتبارهما جزء لا ينفصل عن السياسة الإعلامية في كل قطر عربي. ثمّ أن مجابهة العامية في وسائل الإعلام لكسب كبير للإعلام العربي، لأن صراع الفصحى والعامية قد تحسمه على صعيد الإذاعة لغة الاتّصال بالجمهور التي تخاطب المتعلّم والأمي، وتفي باحتياجات التطوّر المعاصرة بحيث تصبح القضية هي نجاح الاتّصال بالجمهور.

كما طرق عديدة ناجعة للمساهمة في نشر اللغة العربية السليمة عبر الإعلام والاتّصال بالجمهور، منها مثلاً، زيادة عدد البرامج ذات المحتوى العربي الفصيح، مع زيادة الزمن المخصص لها. وتقليل الاعتماد على البرامج التي تعتمد على اللهجات. كذلك إعداد برامج تُعنى باللغة العربية الفصيحة وقواعدها تتضمن قصائد باللغة الفصحى ونصوصاً أدبية تُظهر بلاغة اللغة العربية وجمالها. فضلاً عن شرح بعض آيات الذكر الحكيم، وإظهار الإعجاز البياني والبلاغي فيها، ومن ثمّ إعداد برامج تعليمية موجهة خاصة لطلاب المدارس لتثقيفهم وتعريفهم بلغتهم. (جمعة، 2013)

لذلك وجب على أبناء الأمة العربية البحث عن حلول لمحاولة تحسين اللغة العربية من داخل بلدانها، وذلك بأمر كثيرة منها الارتقاء بأساليب تعليمها لأبنائها في المدارس والجامعات، والعمل على حمايتها من أخطار العامية، وتوجيه وسائل الإعلام لخدمتها، ومحاربة كل وسائل وأساليب الإساءة إليها " (الربيع، 2010م)، فمن لا يمتلك لغة لا يمتلك شيئاً في الحياة، ولهذا يجب على العرب جميعاً أفراداً وجماعات، رؤساء ومرؤوسين، ساسة ومثقفين، أساتذة وإعلاميين، أن يُدركوا أن أي عمل مخلص موجّه لتفجير طاقات اللغة لا يختلف عن

مبدأ ميلادها، وأن الانتصار للغة ليس منفصلا عن قيم أهلها وإرادتهم في الحرية والاستقلال والسيادة والكرامة. (نهر، 2010م)

إننا كمنظومة ثقافية وإعلامية لا نريد الاهتمام بما يقوم به العديد من الدول الصناعية شرقا وغربا لحماية لغتهم الوطنية من أجل حماية ثقافتهم والذود عن مصالحهم الحيوية. " يجب أن تكون خدمة اللغة العربية هدفا رئيسيا من أهداف النظام الإعلامي العربي الجديد، وعنصرا أساسيا لضمان الأمن الثقافي والعربي". (المصمودي، 1985، الصفحات 269 - 270) والمراد بضمان الأمن الثقافي البحث عن حاجز من المناعة الإعلامية تكون مانعا من مخاطر الاختراق الثقافي وتجزير الوعي والشعور الملموس بالوجود العربي وتساعد على تخليص العرب من مخلفات الاستعمار الثقافي الأجنبي.

6 - خاتمة

لقد بات تأثير وسائل الإعلام على الثقافة اللغوية ولغة الحديث كبيرا. حيث يتعرض الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام والاتصال إلى العديد من الأنماط اللغوية التي تتفق أو تختلف أو تتشابه مع اللغة التي يستخدمها الناس، فنستطيع وسائل الإعلام من خلال كلمات الحوار أو الحديث أو اللغة أن تؤكد على معاني لغوية موجودة بالفعل و تثيرها، وهي بذلك تقوم بوظيفة لحفظ التراث اللغوي والثقافي للجمهور. ولكن عندما يتم استخدام كلمات ومصطلحات وتعبيرات لغوية جديدة في شتى وسائل الإعلام وتصبح النمط اللغوي الشائع في المنتجات اللغوية المختلفة تبدو هنا عملية التغير والتأثير على لغة الجمهور والمستخدمين وخاصة كثفي الاستخدام. وهو ما يعرف لوسائل الإعلام.

ويعد هذه الدراسة لموضوع الممارسة اللغوية في وسائل الإعلام العربية الحديثة، لا بد من تسجيل النتائج التالية:

- اللغة في ذاتها ليست وسيلة اتصال وإنما اللغة تؤدي وظيفة اتصالية، فالاتصال وظيفة من وظائف اللغة.
- تعد اللغة الوعاء الناقل للفكر والمعرفة والحضارة عبر كل المراحل التاريخية التي مرت بها البشرية، وفي المجالات والميادين المختلفة التي عرفتها وتعرفها، التقنية

- منها والاجتماعية أو الإنسانية. وفي مجال الإعلام فهي عبارة عن وسيلة أو أداة لنقل الرسائل، وتبادل الأفكار بين مرسل ومستقبل.
- لغة الصحافة والإعلام هي اللغة التي تستخدم في وسائل الإعلام المختلفة، من جرائد وإذاعة وتلفزيون، ولكل وسيلة من هذه الوسائل خصائصها ومميزاتها، فالكيفية التي يتم بها التحرير اللغوي في كل جنس على حدا تؤثر وتتأثر بمضمون تلك الوسائل، وهذه الوسائل التي هي امتداد لحواسنا كما يقول ماكلوهان، فهي أجناس إعلامية لكل جنس منها مستواها اللغوي في التحرير.
 - لغة الإعلام ليست اللغة الخاصة، فالإعلام يعالج كافة الزوايا القانونية والمدنية والاجتماعية وغير ذلك، ولكن بلغته هو أي بلغة الإعلام فهي اللغة الثالثة أو اللغة الإعلامية. وتتميز لغة الإعلام بصفة عامة بالوضوح والمعاصرة.
 - إن ثنائية (الفصحى والعامية) في وسائل الإعلام الجماهيرية تأخذ في الاعتبار ما للإعلام اليوم من قوة ونفوذ في عصر ثورة الاتصال الثانية (ظهور وسائل الإعلامية الإذاعة والتلفزيون) والثالثة (الإنترنت)، وأيضاً عامل التأثير على الإنسان في وقتنا الحالي.
 - ضرورة الأخذ بزمام مبادرة ترشيد الاستخدام السليم لقواعد وتراكيب اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام، وخصوصاً الإعلام الجديد المتمثل في شبكة الأنترنت وما يحويه من مواقع التواصل الاجتماعي، بما يحافظ على الخصوصية القومية والثقافية للشباب خاصة والشخصية العربية الإسلامية، وبما يحفظ لغة الحضارة الإسلامية وأمجادها.
- العربية اليوم هو انعكاس للوضع الذي وصلت إليه الأمة، وهو صورة اللغة - إن واقع اللغة في وسائل الإعلام للحالة التي توجد عليها، ولذلك كان الاهتمام بمعالجة مشكلات قضايها للخروج بها من الدائرة التي تتراجع فيها أهميتها التقليدية أو الإعلام الجديد وبحث لدى فئات واسعة من أبنائها، جزءاً لا يتجزأ من الاهتمام بقضايا البناء الحضاري للعالم الإسلامي.

7 - قائمة المراجع

7 - 1 - المراجع العربية

- ابراهيم إمام. (1972). دراسات في الفن الصحفي. القاهرة: الشركة المتحدة للنشر والتوزيع.
- ابراهيم مراد. (2000). مسألة الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية التلفزيونية. مجلة الإذاعات العربية اتحاد إذاعات الدول العربية.
- أحسن أحمران. (1998). الاتجاه اللغوي لجمهور وسائل الإعلام الجزائرية في ظل الازدواجية اللغوية. الجزائر.
- أحمد حمدي. (1993). لغة الأدب ولغة الإعلام. الجزائرية للاتصال.
- أحمد مختار عمر. (2001). أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاب والإذاعيين. القاهرة: عالم الكتب.
- أشرف جمعة. (19 06, 2013م). alittihad. تاريخ الاسترداد 02 08, 2019، من www.alittihad.ae/article
- أمين الخولي. (بلا تاريخ). مقدمة مشكلات حياتنا اللغوية. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987.
- جابر قميحة. (1418هـ). أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية. المدينة المنورة: نادي المدينة المنورة الأدبي.

- حسن علي محمد. (2016م). لغة الإعلام العربي المعاصر. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- داوود عبده. (بلا تاريخ) الأخطاء اللغوية في الإعلام العربي. الأردن: مجمع اللغة العربية الأردني.
- رشاد محمد سالم. (2006). اللغة العربية والإعلام. الامارات، الشارقة: مكتبة الجامعة.
- زهير خطب. (1998). إعلام من أجل بناء ثقافة ديمقراطية. مجلة الفكر العربي.
- سامي الشريف، و أيمن منصور ندى. (2004). اللغة الإعلامية - المفاهيم - الأسس - التطبيقات. القاهرة: كلية الإعلام القاهرة.
- سامية عواج، و رضوان رياح. (1 06, 2017). تمثلات اللغة العربية في ظل الخطاب التداولي الرقمي - مقارنة سيميائية لعينة من الخطابات اللغوية عبر صفحات شبكة الفايبيوك.
- صالح بلعيد، و آخرون. (بلا تاريخ) لغة الصحافة. الجزائر: دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع.
- عبد السلام المسدي. (1999). العولمة والعولمة المضادة. القاهرة: سلسلة كتاب سطور 6.
- عبد العزيز شرف. (1983). العربية لغة الإعلام. الرياض: دار رفاعي للنشر والطباعة.
- عبد العزيز شرف. (1991). اللغة الإعلامية. لبنان، بيروت: دار الجبل للطبع والنشر والتوزيع.

- عبد العزيز شرف. (1980). المدخل إلى وسائل الإعلام الصحافة، الإذاعة، التلفزيون.
- عبد العزيز شرف. (2000). علم الإعلام اللغوي. مصر: الشركة المصرية العالمية للنشر والتوزيع.
- عبد الله الخولي. (2004). دور الإذاعة والتلفزيون في اكتساب اللغة العربية. مجلة الفن الإذاعي.
- عصام سليمان الموسى. (بلا تاريخ). اللهجات العامية في وسائل الإعلام الالكترونية. مجلة الإذاعات العربية.
- فاروق شوشة. (بلا تاريخ) اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في جمهورية مصر العربية - دراسة تحليلية ونقدية. الأردن: مجمع اللغة العربية.
- محمد طلال. (2006). اللغة العربية في الإذاعة والتلفزيون والفضائيات في المملكة المغربية، مجمع اللغة العربية، الموسم الثقافي الحادي والعشرين. تم الاسترداد من [http/ www.majma.org jo/g](http://www.majma.org/jo/g)
- محمد عبد الرحمان الربيع. (2010م). اللغة العربية في عصر العولمة الثقافية. مصر: النيل العربية للنشر والتوزيع.
- محمد لرقان. (2017). اللغة والتحرير الصحفي قراءة في مفهوم اللغة الإعلامية وسماتها. مجلة الحضارة الإسلامية ، 18.
- محمد نجيب التلاوي. (2000). مساعلة حضور الفصحى في وسائل الإعلام. مجلة الإذاعات العربية.

- محمد يوسف الهزايمة. (2015م). العولمة الثقافية واللغة العربية (التحديات والأثار). الأردن،: الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- محمود عبد القادر حبوش. (09 12, 2005م). alwatan. تاريخ الاسترداد 13 02, 2019، من <http://pulpit.alwatanvoice.com>
- مصطفى المصمودي. (1985). النظام الإعلامي الجديد. الكويت: عالم المعرفة (المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب).
- نسمة أحمد البطريق. (1999). التلفزيون والمجتمع والهوية الثقافية، دراسة نقدية. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- نصر الدين لعياضي. (1991). مساعلة الإعلام. الجزائر: المؤسسة الوطنية للطباعة.
- نور الدين بلليل. الارتقاء باللغة العربية في وسائل الإعلام. قسنطينة، مخبر بحث اجتماع الاتصال: جامعة منتوري قسنطينة.
- هادي نعمان الهيتي. (1997). اللغة في عملية الاتصال الجماهيري. بغداد: دار السامر للطباعة.
- هادي نهر. (2010م). اللغة العربية وتحديات العولمة. إريد: عالم الكتب الحديث.

7 - 2 - الراجع الأجنبية

- allzoll. (2011, 04 05). startimes. Consulté le 02 08, 2019, sur www.startimes.com/?t=27678075