

اللغة الاعلامية واللغة العربية... التأثير والتأثر واقع وآفاق

أ. محمد مليك - أستاذ مساعد -
جامعة العربي بن مهيدي - ام البواقي -

الملخص:

يتمحور هذا المقال حول العلاقة الجدلية التي تربط اللغة الاعلامية باللغة العربية في التأثير والتأثر، ويسعى إلى معرفة مدى تأثر اللغة الاعلامية باللغة العربية وما مدى تأثير اللغة الإعلامية في اللغة العربية، وذلك في وسائل الاعلام الجماهيرية سيما الإذاعة والتلفزيون.
الكلمات المفتاحية: اللغة الإعلامية، اللغة العربية، التأثير، التأثر

Abstract:

This study is intended to address an important topic related to the media language and its relationship to Arab language; it also seeks to know the levels of influence of Arab language on the values of the media message, this study focused on radio and television as two more widespread means in the mass media.

Key words: Media language, Arab language, Impact,

مقدمة

اللغة الواحدة هي الموحدة⁽¹⁾، ولعلنا نقول هنا: بأن اللغة هي من أدوات التشكيل الثقافي، بل من أهم عوامل تشكيل الأمم، إن لم نقل أهمها، ذلك انها وعاء الفكر وأداة التعبير والتواصل والتفاهم بين الناس، توثق صلاتهم وتقوي روابطهم وتبني ثقافتهم، وتشد وحدة اللحمة بينهم، وهي مستودع ذخائر الأمة ومخزونها الثقافي وتراثها، الذي يجسر بين حاضرها وماضيها، ويحدد قسما شخصيتها وملامح هويتها⁽²⁾، ولعل اللغة العربية هي من بين أبرز اللغات تعبيراً عن ذلك على مر العصور.

تشهد اللغة العربية واقعا جديدا نتيجة التطور المتسارع في مخزونها وفي الفاظها وكذا في المجتمعات الناطقة بها، وإذا كان من المسلم به لدى الدارسين على اختلاف مشاربهم، أن هناك مجموعة من العوامل كانت وراء هذا الواقع الجديد الذي تشهده اللغة العربية، فإن أهم هذه العوامل وأشدها تأثيرا إيجابيا أو سلبا هي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية والمرئية وكذا الالكترونية الاعلام الجديد-، والتي أثرت وتؤثر بشكل عميق، ليس فقط على البنيات الداخلية للمجتمع العربي، بل تؤثر أيضا تأثير في قيمه وثقافته وعلى رأسها اللغة بوصفها الأداة الفعالة التي بواسطتها يربط صلته بالمتلقي، ومن ثم بالمجتمع والجماهير على وجه العموم.

فالتطور الحضاري واكمه تطور تقني مثل اختراع بعض وسائل الإعلام (الراديو، التلفزيون...)، ومن هنا اشتدت الحاجة إلى تصميم لغة تستمد صبغتها من الوسيلة التي توظف فيها، سواء كانت مكانية أو زمنية، كما رأى عبد العزيز شرف الذي قال: "... يقصد بالوسائل المكانية تلك التي تشغل حيزا في مكان مثل الصحف، أما الوسائل الزمانية فهي تتسلسل في وقت زمني مثل الإذاعة والتلفزيون والأحاديث المسموعة، وتعتبر الأفلام الناطقة والمحادثات الشخصية المباشرة ووسائل مكانية زمانية لأنها تشغل حيزا مكانيا ووقتا زمنيا وهي وسائل سمعية، وقد أدى هذا التطور إلى ظهور لغة من نوع جديد غير اللغة الأدبية بمستواها التدوقي الجمالي، وغير لغة العلم، فاللغة الإعلامية الجديدة تسعى إلى جميع فئات القراء والى تحقيق المستوى العملي على الصعيد الاجتماعي للغة⁽³⁾.

فالإعلام مدرسة لتعليم اللغة إذا كان بالمستوى المطلوب لغة وأداء؛ ذلك لأنه "مع استمرار السماع ينضج الأسلوب والطريقة في الذهن، فتتولد المقدررة على المحاكاة، فيبدأ الإنسان في استخدام اللغة السليمة في حاجاته وأغراضه وأفكاره. وهذا يعني أن وسائل الإعلام قادرة على تنمية الملكة اللغوية عند المتلقي، مما سوف يؤدي إلى الارتقاء بالإعلام نفسه، والتحول من لغة الأمية والجهل (العامة) إلى لغة العلم والحضارة (الفصحى)، والارتقاء بالأداء، وبناء القاعدة اللغوية والثقافية المشتركة: الفصحى؛ وبذلك يشكل الإعلام... موقعا مساندا للعملية التعليمية والتربوية، ولا يتحول إلى وسيلة استلاب ثقافي متقدمة داخل الأمة⁽⁴⁾.

وفي ضوء هذا جاءت ورقتنا هذه لتسليط الضوء على العلاقة التي تربط بين اللغتين العربية والإعلامية ودرجة التأثير والتأثر الذي يحدث بينهما.

1. اللغة وموقع اللغة الإعلامية:

اللغة مدونة من المفردات والاشارات والرموز والصور توفر عملية الاتصال والتعبير لمختلف مخلوقات الله، وبالرغم من ان اللغة المكتوبة لدى معظم شعوب العالم مصدرها الاساسي هو القواميس، ومنشأها هو المجتمع⁽⁵⁾.

تعتبر اللغة في كل مجتمع عبارة عن نظام عام يشترك الأفراد في إتباعه ويتخذونه أساساً للتعبير عما يجول بخواطرهم وفي تفاهمهم بعضهم مع بعض⁽⁶⁾، بحيث يرى فندريز أن اللغة فعل اجتماعي من حيث أنها استجابة لحاجة الاتصال بين بني الإنسان، لا فرق أن تكون الحاجة عامة لقضاء أمور الناس في حياتهم المختلفة أو خاصة للتعبير عن الأفكار التي تجول في ذهن الفرد⁽⁷⁾.

وكلا هاتين الحاجتين يحتاجهما رجل الإعلام وعلم الإعلام بشكل خاص الذي يسعى لتحقيق وظائفه الأساسية في الإخبار والإعلام، التفسير والشرح، التوجيه والإرشاد، التسلية والامتناع، الترويج والاعلان، التعلم أو التنشئة الاجتماعية، وهذه كلها أمور تجول في خاطر رجل الإعلام ومهمته التعبير عنها بنفسه لتوصيلها إلى أذهان الجماهير بيد أن تعريف الاجتماعيين للغة تعريف يتناسب وما يريده الإعلاميون من اللغة الإعلامية أو الاتصال بالجماهير بوجه خاص.

واللغة- وخصوصاً اللغة الإعلامية - من الأمور التي يرى كل فرد نفسه (المرسل-المتلقي) مضطراً إلى الخضوع لما ترسمه، وكل خروج على نطاقها ولو كان عن خطأ أو جهل يلقي من الرأي العام مقاومة تكفل رد الأمور إلى نصابها الصحيح، وتأخذ المخالف ببعض أنواع الجزاء⁽⁸⁾، ذلك لأن اللغة الإعلامية تشكل في النهاية جزءاً من النظام اللغوي العام السائد فإذا اتخذت هذه اللغة منحى مختلفاً عن النظام اللغوي العام، فإن مصير هذه اللغة، لن يكون إلا الرفض من قبل المتلقي.

ولمعرفة هل اللغة الإعلامية لغة علمية أو أدبية؟ نجد أن النقاد العرب قد عرفوا النثر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن والقافية وقسموه على ثلاثة أقسام ثم اضافوا إليه قسماً رابعاً وهذه الأقسام هي⁽⁹⁾:

- 1- النثر العادي: وهو الذي يستخدمه عامة الناس في لغة تخاطبهم دون أن يحفلوا به، أو يقصدوا فيه إلى شيء من الروية أو التفكير أو الزخرف وإنما يرسلونه مباشرة لمجرد التعبير عن حاجاتهم المختلفة، وهو ما قد يمثل العمومية المنتشرة في بيئاتنا الاجتماعية.
- 2- النثر العلمي: وهو الذي تصاغ به الحقائق العلمية لمجرد إبرازها والتعبير عنها دون عناية بالناحية الفنية، أي هو الذي يستخدمه المتخصصين للتعبير عن قضاياهم، وهو اللغة التي تكون مشبعة بمصطلحات متخصصة.
- 3- النثر الفني: وهو الذي يرتفع به أصحابه عن لغة الحديث العادي ولغة العلم الجافة، إلى لغة فيها فن ومهارة وروية، ويوفرون له ضروباً من التنسيق والتعميق والزخرف، فيختارون الفاظه وينسقون جملة ومعانيه، وهو ما نجده عند أهل الفن والشعر والأدب.
- 4- النثر العملي (الصحفي): وقالوا أن هذا النوع من النثر يقف في منتصف الطريق بين لغة الأدب (النثر الفني) ولغة التخاطب اليومي (النثر العادي) له من النثر العادي الفته وسهولته الشعبية وله من الأدب حظه من التفكير وعذوبة التعبير.⁽¹⁰⁾

ولمعرفة موقع اللغة الإعلامية كذلك ينبغي أن نفرق بين الإعلام والأدب، فالإعلام مهنة لها لغتها الخاصة وأساليبها، ورجل الإعلام له أسلوبه بمعنى أن أسلوبه عملي علمي، لا بمعنى العلم وإنما بمعنى أن أسلوبه مقابل للأسلوب الأدبي، ألفاظه ليست مقصودة لذاتها فهي بعيدة عن الدلالات المجازية وهي مرتبة بمنطق علمي سليم ودقيق وموضوعي تنقل الحقائق لا التجارب الذاتية، وبأسسط الأساليب اللغوية الميسرة والمعبرة، أما الأدب فهو فن ولغته ذاتية تعتمد التصوير والإيحاء واللغة الموسيقية واستخدام المجازات والبديح والإطناب والمحسنات اللغوية، وهو يستهدف تكوين الفرد المعنوي للتأثير فيه من خلال التأمل، والفارق بينها كبير فالإعلام أداته الكلمة وهي وسيلة لنقل الخبر الذي هو صلب العمل

الإعلامي ويأتي بعدها الصورة والرسم الكاريكاتيري، فالكلمة لا تطلب لذاتها، أما الأدب فأداته الكلمة وهي تطلب في ذاتها لأنها جوهر التعبير ونبضه وأن فقدتها انهار، والإعلام مهنة والأدب فن والفرق بين المهنة والفن هو الفرق بين الإعلامي والأديب.⁽¹¹⁾

2. مفهوم اللغة الإعلامية:

إن تحديد مفهوم اللغة الإعلامية لا يستغني عن نتائج الدراسات اللغوية بمختلف ميادينها، إذ تمدّها بما تهتدي إليه من ظواهر لغوية، وما تكشفه من بحوث فنية تفيد في دراسة لغة الإعلام وتهذيب ألفاظها وتوسيع نطاقها وترقية مفرداتها وإدخال مفردات جديدة على مفرداتها، وتدعيم خصائص هذه اللغة الإعلامية من تبسيط وسلامة ووضوح، واقتراب شديد من لغة الواقع الحي المثقف دون إسفاف أو هبوط إلى العامية ... واستخدام اللغة العملية التي تعبر عن الحياة والحركة والعمل والإنجاز هي اللغة الإعلامية المؤثرة حقاً.⁽¹²⁾

يشير مصطلح اللغة الإعلامية إلى تلك اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام (الصحافة، الإذاعة، التلفاز (الفضائيات) وقد ارتبط ظهور وتطور هذا المصطلح مع وجود تطور وسائل الإعلام لذلك يمكن أن نميز ثلاثة مستويات من اللغة الإعلامية بحسب وسائل الإعلام التي تستخدمها في التواصل مع الجمهور، وهذه المستويات هي:

1. اللغة الإعلامية المستخدمة في الصحافة (لغة الصحافة).
2. اللغة الإعلامية المستخدمة في الإذاعة (لغة الإذاعة).
3. اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفاز (القنوات الفضائية) (لغة الفضائيات).

يمكن تعريف اللغة الإعلامية بأنها الأداة التي يقوم الإعلاميون من خلالها بتحويل المعلومات والأفكار إلى مادة مقروءة أو مسموعة أو مرئية يمكن تلقيها وفهم واستيعاب ما تحمله من مضامين توضع في أشكال فنية معينة.⁽¹³⁾

ويؤكد الدكتور هادي نعمان الهيتي بأن اللغة الإعلامية هي نظام من الرموز المرئية والمسموعة اللفظية وغير اللفظية التي تستخدم في أعداد الوسائل الاتصالية الموجهة إلى الآخرين بقصد استحضارهم المعاني.

ومن خلال ذلك نستنتج أن اللغة الإعلامية هي (الأداة التي يستخدمها الإعلاميين لتحويل الرموز، المعلومات، الآراء والأفكار إلى مادة يمكن تلقيها من قبل الجمهور المستهدف وفهم ما تحمله من مضامين موجهة ومخطط لها مسبقاً.

3. خصائص اللغة الإعلامية:

لقد انصبّت جهود الباحثين في لغة الصحافة على أن "تكون هذه اللغة قادرة على إيصال المعنى بأقصر لفظ، وأغزر معنى، مع اعتماد الشفافية والإثارة التي تقتضيها عملية اجتذاب القراء"⁽¹⁴⁾ وواقع الأمر أنّ منهج البحث الإعلامي في اللغة إنّما يهدف "إلى البحث في ماهية اللغة من حيث كونها أداة اتصال يستعملها المشتغلون في الأجهزة الإعلامية، بحيث ينصبّ المنهج على البحث بشكل خاص في اللغة الإعلامية بمستواها العملي الاجتماعي باعتبارها كياناً خاصاً متميّز الملامح والسّمات، مستقلاً عن اللغة بمستوياتها التذوّقي الفني الجمالي والعلمي النظري التجريدي"⁽¹⁵⁾، مع ضرورة التنبه على أنّ هذا يجب ألاّ ينحطّ باللغة الإعلامية إلى هاوية العامية أو المزدوجة المشوّهة!

وحتى يكون صاحب اللغة الإعلامية - الصحفي - قريباً من جميع فئات المجتمع وان يكون مقبولاً عندهم فإنه ينبغي أن تتسم لغة الصحفي - كما يرى الدكتور عبد اللطيف حمزة - بسلاسة العبارة، وعذوبة

الحديث، وقُرب الفكرة، وأن يبتعد ما أمكنه عن إجهاد القارئ وإعناته بلون من ألوان البحث في الموضوعات المجردة (16)، وقد اشترط محمد عبد المطلب البكاء على المرسل في إعداده للرسالة الإعلامية ان يتوفر فيها: اختيار الألفاظ المناسبة، والوضوح، والدقة، والإيجاز ما أمكن، والربط بين أجزاء الموضوع، والعرض بأسلوب ممتاز (17).

ويحاول العقاد وصف ما يجب أن تكون عليه اللغة الإعلامية فيقول: " ... إن أسباب التشعب والتفرع كانت وفيرة في العصور الماضية ولم تكن إلى جانبها أسباب للتوحيد والتقريب تضارعا في قوتها وأثرها، فتوافرت هذه الأسباب في العصر الحاضر بعد شيوع الصحافة والإذاعة والصور المتحركة وقوالب الحاكي المشهورة باسم الاسطوانات، ومما يرجى من آثار هذا التقريب أن ييسر فهم الفصحى لغير المتعلمين وأن يدخل في الفصحى مفردات نافعة من ألفاظ الحضارة يمكن إجراؤها مجرى المفردات الفصحى بغير تعديل أو ببعض التعديل.. " (18)

ولغة الاعلام توصف بأنها " قريبة الدلالة سريعة الفهم تقترب كثيرا من لغة الخطاب اليومي، وتتفاعل مباشرة مع الواقع الخارجي، وفيها الكثير من التراكم الجديدة، التي تعبر عن معاني حديثة، فالحدث يصنع لغة خاصة به، قد تنتهي بموته وتحمل طابع الدقة والحيوية والوضوح ويختلف الاسلوب باختلاف المشاركين في الحدث ومضمون الموضوع " (19)

وقد بدأت بوادر الاهتمام باللغة الإعلامية - الصحفية- عام 1904 عندما أصدر الشيخ ابراهيم اليازجي كتابه " لغة الجرائد " الذي يعتبره بعض الباحثين الاعلاميين في مجال الاساليب الصحفية آنذاك بمثابة " التمهيد لمنظور بحثي شامل " (20)

4. اللغة الإعلامية واللغة العربية ... علاقة التأثير والتأثر:

إن العلاقة التي تربط اللغة الإعلامية بعلم اللغة هي علاقة تأثير وتأثر... فعلاقة التأثير بين اللغة الإعلامية وعلم اللغة هي علاقة التنمية اللغوية، فوسائل الاتصال الإعلامية تساهم في نشأة كلمات لم تكن موجودة في اللغة من قبل، وفي هجر كلمات كانت مستخدمة فيها أو انقراضها انقراضا تاماً. ذلك أن وسائل الاتصال الإعلامية تعكس أهم العوامل التي تدعو إلى نشأة كلمات في اللغة، كمقتضيات الحاجة إلى تسمية مستحدث اجتماعي جديد (مثال على ذلك مصطلح الحراقة)، سواء أكان نظاماً اجتماعياً أم اقتصادياً، أم نظرية علمية جديدة أو فلسفية أو مخترعاً مادياً جديداً... الخ) مثال ذلك ما ظهر من مفردات كثر تناولها على الصعيد الاقتصادي والسياسي كالخصخصة أو العولمة أو القطب الواحد..... الخ. (21)

يمكن القول إن الصحافة وغيرها من وسائل الإعلام قد حققت في بعض جوانبها ما يصبو إليه المجمعون من المحافظة على سلامة العربية وتمكينها، وجعلها قادرة على الوفاء بمطالب العلوم والفنون (22)، ولكن بعض الباحثين الصحفيين يبالغون في بيان فضل الصحافة على اللغة العربية، ويرون أن الأسلوب السهل المشرق "الذي وصلنا إليه اليوم في الكتابة بلغتنا العربية، لا يعود الفضل فيه إلى معلّم اللغة العربية في المدارس والكلّيات، ولا يعود الفضل فيه إلى الكتاب والأدباء القدامى، بل الفضل الأول في هذا الأسلوب يعود إلى صحافة اليوم، وذلك لأنها طوّعت اللغة، وجعلتها مرنة تفي بمتطلبات الحياة العصرية، وتستوعب التطوّرات العظيمة التي صاحبها النهضة في ميادين الحياة المختلفة، فقد أشاعت ألفاظاً، واستحدثت ألفاظاً جديدة، ومصطلحات جديدة، ووسعت آفاق اللغة، وطرقت أساليبها في العلوم والفنون والاجتماع والسياسة**" (23)

ولا يستطيع منصف أن ينكر على الصحافة دورها المهمّ "فيما أصاب اللغة العربية من تغيير، ولا نبالغ إن قلنا إن العربية المعاصرة مدينة للغة الصحافة بما تتمتع به الآن من مرونة ويسر، فأسلوب

الصحافة في التعبير هو الأسلوب الذي يجتمع الناس على فهمه وعلى محاكاته حين يتكلمون أو يكتبون. وقد وجد هذا الأسلوب طريقه إلى العالم العربي بأسره، فأصبح هو الأسلوب الذي يجتمع العرب على فهمه ومحاكاته»⁽²⁴⁾

وقد أدت وسائل الإعلام هذا الدور المهم للغة لأسباب أولها سعة انتشارها، وهذه الميزة "هي التي ضخمت نفعها للغة أو ضررها للغة، وجعلت دورها خطيرا، فلغة الإعلام ولغة الصحافة لا بد أن تعكس الواقع الاجتماعي"⁽²⁵⁾

ويشير بعض الباحثين إلى جانب آخر خطير لهذه الوسائل الإعلامية، بقوله: "وسائل الإعلام المقروءة: الصحف والمجلات والدوريات... من أخطر وسائل نشر المعرفة في عصرنا بما تشتمل عليه من مواد ذات صلة بالفنون الأدبية والفن والاجتماع والاقتصاد وغير ذلك من فنون العلوم. وهي بهذا الاعتبار إحدى أخطر وسائل إذاعة اللغة ونشرها وتنويع أساليبها وإدخال المصطلحات المستحدثة إليها، وهي وسائل وأدوات بيد متوليها ومستعملها، فقد تكون أدوات بناء، وقد تكون أدوات هدم"⁽²⁶⁾

وقد نضيف إلى ما تقدم أن اللغة العربية أفادت من الصحافة كثيرا في مجال الترجمة والتعريب واستحداث مصطلحات جديدة واستخلاص نثر حديث مختلف عما تقدمه من أنواع النثر العربي،⁽²⁷⁾ وإذا تقرر في الأذهان أن لغة الصحافة أسبق نشأة من لغة الإعلام في سائر وسائله مسموعاً ومرئياً ومطبوعاً، فإن الفضل في هذا الذي تقدم يعود إلى لغة الصحافة بصورة خاصة .

إن الإعلام الحديث "له مهمات تتعدى عملية تنوير المتلقي بطبيعة الأحداث اليومية وزيادة معلوماته وإطلاعه على أحداث الساعة أولاً بأول... ولقد أفادت اللغة الإعلامية كثيرا من العملية المعقدة التي خاضتها الصحافة في مسعاها الدؤوب لاستخلاص لغة صحفية مشرقة سهلة المأخذ سريعة التناول قادرة على الإقناع والإفهام والإمتاع"⁽²⁸⁾

ومن جانب آخر، فإن بعض الباحثين يرون تأثيرات سلبية للصحافة والإعلام في اللغة العربية، ويرى بعض هؤلاء أن الاستخدام الصحفي للغة العربية قلل "من مستوى الدقة على مستويات كثيرة، بعضها يظهر في استخدام عبارات أو ألفاظ ذات معانٍ مختلفة استخداما ترادفياً استبدالياً، فلا فرق مثلاً بين الأفعال (طالب؛ طلب؛ ناشد؛ دعا؛ التمس...)، ولا فرق بين أمثلة (أكد؛ شدد؛ ركز؛ ...)، ولا بين (شجب؛ ندد؛ استنكر؛ أنكر على؛ ...) (29) ويرى بعض الباحثين أن حرية التصرف في اللغة التي منحها الصحفي لنفسه تركت جملة من الآثار السيئة التي يمكن أن نؤشر أبرزها، في⁽³⁰⁾:

1. التوسع في الاشتقاق دون مراعاة الضوابط اللغوية في هذا الميدان.
2. ظهور تعبيرات وألفاظ خاصة في الصحف بدعوى أنها أخفّ وقعا على مسامع القراء مع وجود الألفاظ عربية صحيحة تؤدي المعنى المراد.
3. استعمال كلمات عربية الأصل، لكنّها غير موفّقة في الدلالة على المعنى المقصود.
4. الاستهانة بالقواعد النحوية.
5. تغليب العامية، خاصة في وسائل الإعلام السمعية والبصرية والإعلان.
6. الكتابة بأساليب جديدة هي تقليد للأسلوب الأجنبي ومحاكاة له، والابتعاد عن الأساليب العربية.
7. فسح المجال لانتشار كثير من المصطلحات الأجنبية مع وجود ما يقابلها في العربية.
8. استخدام لغة ملتوية عويصة أو مرتخية، وذلك بإفراغ الألفاظ والعبارات من معانيها ومضامينها.
9. تكريس الأخطاء الشائعة، وعدم الأخذ بما ينبّه على ضرورة تصحيحه منها بدعوى أن الخطأ

المشهور خير من الصواب المهجور!

10. التوسّع في دائرة دلالات الألفاظ، وتحميلها معاني جديدة لم تكن تدلّ عليها من قبل، متناسين أنّ الألفاظ العربية التي أصابها تطوّر دلاليّ، أو أصابت خطأً من التطوّر، ألفاظ قليلة أوّلاً، ثمّ إنّ التطوّر الذي أصابها لم يخرج بها غالباً عن دلالاتها الأولى.

5. اللغة الإعلامية والعامية:

- ترجع الباحثة فريال مهنا جنوح اللغة الإعلامية إلى الاستعانة بالعاميات إلى عدة أسباب منها:
- إن وسائل الإعلام الجماهيري صنعت جمهوراً إعلامياً يحتوي على شرائح أمية أو شبه أمية أجدباً وثقافياً مما جعل الفصحى تشكل حائلاً اصطلاحياً وتواصلية وتأثيرياً لا يمكن تخطيه إلا باللجوء إلى العاميات .
 - اعتقاد بعض الوسائل الإعلامية التي تدخل العامية إلى أغلب موادها، أن ذلك هو الوسيلة المثلى لاستقطاب الجمهور، مدفوعة باعتقاد أن مواكبة العصر والتطور ومحاكاة الأمم الأكثر تقدماً تستوجب الابتعاد عن الفصحى واللجوء إلى العاميات
 - المضامين الهابطة لبعض المواد (البرامج) وخاصة الترفيهية، تحتم استخدام العامية لأن الفصحى لا تلاؤم بطبيعتها مع هذا النوع من الثقافات الترفيهية.
 - تمسك بعض الأوساط الثقافية والأكاديمية بحرفية اللغة العربية التراثية إلى حد التعصب مما يدفع العديد من القائمين على الإعلام نحو التخلي التدريجي عن اللغة الفصحى.⁽³¹⁾
- واللغة العربية بسبب هذا الواقع تبدو اليوم من أكثر اللغات حيرة بين الولاء لماضيها وماضي أصحابها الثقافي، وبين الالتزام بمتطلبات الوقائع والأحداث الجديدة، وحرصاً على سلامة اللغة العربية الفصحى من التجزئة والتشتت والضياع وعدم الهبوط بالمستوى الثقافي اللغوي لدى الجمهور، وفي الوقت نفسه عدم استخدام لغة غير قادرة على التعبير عما يجري على أرض الواقع من مجريات جديدة، فإن المطلوب هو السعي إلى توازن لغوي خلاق بين الولاء للماضي والالتزام بالحاضر كما أسلفنا الذكر.⁽³²⁾
- وتلأم وسائل الإعلام العربية بصورة خاصة "لترخصها في استخدام اللغة العامية، أو الهجينة من العامية والأجنبية؛ لأنها تسمى الوحدة اللغوية بين الأقطار العربية، وتهبط بلغة الجمهور إلى حدود الإقليمية الضيقة التي تضيّق فهم المتلقّي، وتقلّص معارفه، وتزيد الحواجز بينه وبين أبناء قومه من أصحاب اللهجات المحليّة الأخرى"⁽³³⁾

6. اللغة الإعلامية واللغة العربية:

إنّ تعدد وسائل الإعلام، وثورة الاتّصالات، وتصارع الإيديولوجيات، وتشابك المصالح، قد جعلت استخدام اللغة "في وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية، صناعة متطوّرة لها علاماتها الفارقة وخصائصها المميّزة... فقد صارت اللغة الإعلامية تُوظّف توظيفاً دقيقاً للتعبير عن هذه المصالح باستخدام المفردات والصيغات الإخبارية بشكل يخدم أهداف كاتب الخبر وصانع الرسالة والمخطّط الدّعائي"⁽³⁴⁾.

وكانت الصحافة الجيدة مرتبطة "بالكتابة المقتردة التي تتطأّب دوماً سيطرة سهلة على اللغة السليمة، ويُنْتَظَر من المراسلين أنّهم كتّاب محترفون أن يكونوا كتّاباً متمكّنين، وهم في العادة كذلك، مع هذا ثمة حاجة للتأكد من قدراتهم، فأحياناً يقوم محرر الشؤون الداخلية بتصحيح الأخطاء النحوية قبل أن يصل الموضوع إلى مكتب التحرير، وذلك باعتبار أنّ مكتب التحرير هو صاحب المسؤولية النهائية للتأكد من أنّ أعمدة الجريدة صحيحة ومقروءة ما أمكن ذلك"⁽³⁵⁾.

وارتأيت في هذه النقطة ان أركز على وسيلتين اعلاميتين اعتقد بانهما أكثر تأثيراً في الجمهور واكثرها ارتباطاً بهم، وذلك نظراً لخصائصهما وخصائص الجمهور المخاطب، وهما الإذاعة والتلفزيون.

اللغة الإعلامية الإذاعية: هي لغة الاصوات بكل مفرداتها وأنماطه وتشمل الكلمة الأبجدية والمؤثرات الصوتية والموسيقي.

ويقول المجري عبد الكريم جرما نوس: "لقد كانت الطباعة قوة فعالة في نشر التعليم، أما الآن فأماننا أداة أعظم شأنًا لتعليم الشعب لغة بلاده وهي المذيع، فالمذيع عامل قوي من عوامل التقدم ومكافحة الأمية والفقر ونشر المعرفة والترفيه عن النفس، وهو عامل لم يسبق له مثيل في الأزمنة الماضية، والروح الغريزية للشعوب الناطقة بالضاد ستحفزها على انتهاز الفرصة للظهور في الميدان⁽³⁶⁾ أولاً: الكلمة الأبجدية: هي الأبجدية المنطوقة ذات النص المكتوب وتمثل اللبنة الأولى والأساسية والأسهل والأقصر لتوصيل المعنى والأفكار من القائم بالاتصال (مثل المذيع. خصائص الكلمة الإذاعية:

1. مراعاة القواعد اللغوية : نحو وصرف والبساطة والوضوح، الإيحاء والاستغناء عن الكلمات الزائدة .
2. المرونة لكي تواكب لغة العصر، والقدرة علي خلق صورة ذهنية واضحة ومؤثرة.
ثانيا: الموسيقي: هي عنصر رئيسي وهام من عناصر اللغة الإعلامية بشكل عام وخاص وتهدف الى جذب المستمعين.

ثالثا: المؤثرات الصوتية: هو نقل أو محاكاة أصوات الطبيعة بكل ما تحتويه.
رابعا: الطرق تقديم اللغة الإذاعية: هي العنصر الرابع الذي يربط بين العناصر السابقة (لغة الكلمة - لغة الموسيقي - لغة المؤثر الصوتي) وتقديمها الي المستمع في شكل برامجي مقنع عقليا ومؤثر انفعاليا.

سمات اللغة الإذاعية:

ترتبط اللغة الإذاعية بأرخص وأسرع وسيلة إعلامية لإذاعة الاخبار وتقديم البرامج وكافة نوعيات الجماهير المثقفة والأمية ذات المستوي الاجتماعي والاقتصادي المرتفع او المنخفض - سعة انتشارها ولا تتطلب الانتباه او التفرغ.

وإذا كانت هذه الأمور من المثبطات التي تعمل على إحداث الفجوات في التأدية الجيدة للغة، فمن المنتظر أن يكون لها بالغ التأثير في العقول، وحسبي في هذه النقاط الوقوف عند أمراض النحو وبالخصوص ما يشككي منها الإعلاميون والموسومة بالأخطاء الشائعة، وهي كثيرة لا نستطيع أن نأتي عليها وما يصاحب ذلك من العاميات التي تزاحم الأداء اللغوي الحسن للفصحى، إذ نجد أن أعلى نسب للعامية في برامج الأطفال وبرامج الأسرة ونقل المباريات والتحقيقات والمسلسلات والأغاني وإنها لبدعة عجيبة تلك التي سرت في الزمن الأخير، وتعلق بها بعض الناس وبعض من المخدوعين وهم ليسوا على دراية مما يدعون، أليس تغليب لغة الجهل كارثة علينا؟ وما الفائدة إذا ما محو الأمية إذا كانت العامية تسد مسد الفصحى؟ ولماذا تخسر الدول العربية كلها أموالا كبيرة من ميزانياتها السنوية من أجل تعليم الفصحى؟

مواصفات لغة المذيع: لغة المذيع مواصفات تعرف من خلال أنساقها أنها لغة الصحافة، من مثل اعتماد الجمل القصيرة الأنيقة في كتابة الأخبار، صياغة الخبر في شكل حوار، استعمال المختصرات والرموز، توظيف بعض الألفاظ الأجنبية، البساطة والتخلص من التعقيد، اعتماد ايجاز الفصل بين المتضايقين، تتابع الإضافات، اتجاه لغة الإذاعة أحيانا إلى التراكيب التي تحتمل أكثر من معنى لتصل بها إلى لبس أو تعمية، إن المذيع كما نعرف يستعمل الإيجاز والاقتضاب، وسهولة العبارة، كما يستعمل لغة وسيطة بين الخطاب العادي والخطاب الأدبي، وهذا ما يجعله عرضة للأخطاء والزلات اللغوية، فخطابه خطاب عصر وتواصل دائم "خطاب العصر، خطاب التوصل المستمر الذي لا يعرف انقطاعا عبر وسائل الإعلام(37)،

فالصحافي المذيع ينبغي أن يكون جهازه النطقي خاليا من العيوب، واتباع المنهج اللغوي السليم، وهو استعمال عربية فصحة في برامج الإعلام والتثقيف والتعليم وما شابه ذلك.

اللغة الاعلامية التلفزيونية: اللغة التلفزيونية امتداد طبيعي ومتطور للغتي الاذاعة والسينما بكل عناصرهما.

اللغة الاعلامية والقوالب البرمجية في الراديو والتلفزيون:

1. اللغة الاعلامية والبرامج الدرامية: هي لغة خاصة مرتبطة بالبناء الدرامي ويجب ان تتوافق مع طبيعة الشخصيات الدرامية الزمنية المكانية الاجتماعية الاقتصادية وهي لغة تعمل على تصاعد الاحداث ورسم الشخصيات والصراع الدرامي.
2. اللغة الاعلامية والبرامج الاخبارية: تعرف مستويات اللغة في البرامج الاخبارية بعامية المثقفين، والتي تتميز بسمة الاختصار والوضوح وسرعة نقل الاحداث، يميل فيها المحررين الى استخدام الجملة الفعلية للتعبير عن الحدث وقد يستخدمون الجملة الاسمية في التقرير للخروج من الرتابة، وتعتمد لغة الاخبار في الاذاعة تقديم الحدث بأقل عدد من الكلمات وبصيغ وعبارات واضحة خالية من اللبس او التجميل اللغوي.
3. لغة البرامج الثقافية والتعليمية: هي اللغة الاكثر رصانة وضبطا فهي تقترب من العلمية وكذا الادبية- تتميز كذلك بالبساطة والمباشرة والوضوح، يتميز مقدمو البرامج الثقافية والتعليمية بقدرات اتصالية عالية وبقبول صوتي ومرئي حتى يمكنهم التأثير على الجمهور المستهدف المثقفين - ومخرجين يتمتعون بمستوى عال من الحس الثقافي والذخيرة.
4. لغة البرامج الترفيهية: اغلبها تستخدم العامية بالإضافة الى اللغة الاجنبية الفرنسية او مزيج بين العامية وفرنسية غير سليمة، يعتقد القائمون على هذه البرامج ان العامية هي الوسيلة الأفضل لاستقطاب مزيد من الجمهور الإعلامي في الأوساط التعليمية والثقافية الدنيا. ولعل مصر ولبنان هما البلدان العربيان الأكثر استخداما للعاميات الموجودة لديهما، الأولى في محاولة لتعليم لهجتها واستبدالها باللغة الفصحى استنادا إلى تراث سينمائي عريق استطاع نشر هذه اللهجة في جميع العالم العربي، والثانية لاعتقادها أن العصرية والتطور ومحاكاة الأمم الأكثر تقدما تستوجب الابتعاد عن الفصحى واللجوء إلى العاميات، رغم أن جميع البلدان المتقدمة تستخدم لغاتها الفصحى فحسب في موادها الإذاعية والتلفازية، بما فيها الأعمال الفنية كالدراما والمسلسلات والبرامج الترفيهية. ولا شك أن المضامين الهابطة لبعض البرامج التلفازية، وخاصة في مجال الترفيه، تحتم استخدام العاميات لأن اللغة الفصحى لا تتلاءم بطبيعتها مع هذا الضرب من ثقافات الترفيه.⁽³⁸⁾
5. لغة البرامج الجماهيرية: تعتمد على القائمين بالاتصال يؤمنون بأهمية هذه البرامج باعتبارها من اهم اشكال برامج الراي وصناعة الديمقراطية - مستوى الابجدية عامية المثقفين.
6. لغة برامج الأطفال: بسيطة معبرة واضحة تتناسب مع المدى العمري للأطفال تعتمد على نغمة صوت وطريقة القاء وعناصر تشويق وتعتمد لغة اللغة العربية البسيطة التي يمكن استيعابها، واعتقد بان الرسوم المتحركة في المنطقة العربية هي الوحيدة التي لازالت تعتمد على اللغة العربية البسيطة في مخاطبة الجمهور، وان كان قد بدأ في الظهور الميل الى استخدام اللهجات المحلية في الرسوم المتحركة ومن بينها اللهجة الخليجية.

7. لغة البرامج الرياضية: تتميز بالإثارة التي توأكب إثارة المباراة المنقولة على الشاشة، ولا يراعى فيها اي ضابط او معيار للسلامة اللغوية المهم ان يكون المعلق او المذيع يصف او ينقل او يحلل الشأن الرياضي بالشكل الذي يتناسب مع العامة من الجماهير .

8. لغة الاعلان: تعتمد على البساطة والتلقائية كما ينبغي ان تتفق لغته مع لغة الجمهور وتستخدم ألفاظا وكلمات تنتقي بعناية ولها جرس موسيقي مؤثر يسهل استيعابه، ويجب ان تجذب الجمهور وتحافظ على اهتمامه بمادة الاعلان، وهنا نجد ان اغلب الاعلانات المقدمة في التلفزيون لغتها اما تكون ركيكة او انها تتجه نحو العامية، وفي حالات اشد سوء تجدها مزيج بين اللغة الفرنسية والعامية، مما يسهم في تدني المستوى اللغوي للجمهور .

7. اللغة العربية ومناهج اقسام وكليات الاعلام:

لقد أدى تقهقر تعليم اللغة العربية للناطقين بها في المدارس والجامعات إلى نقص الملكات اللغوية لدى العاملين في الصحافة وأجهزة الإعلام الأخرى، الأمر الذي يؤدي إلى خلق حلقة مُفرغة يفضل فيها الإعلاميون تقديم لغة مبسطة مملوءة بالأخطاء وبرامج اللهجات المحليّة، وبالتالي إضعاف السليقة اللغوية عند المتلقي، إنَّ خريجي أقسام الصحافة هم نتاج عملية تعليمية تتمّ باللهجة الدارجة، فهم يتعلّمون كل المعارف بلهجة المعلم، أمّا حين يكتبون فإنهم مطالبون بالتعبير باللغة الفصحى التي يكون تكوينهم فيها ضعيفا، وفي العمل يواجه الصحفيّ المشكلة نفسها، فهو يستمع للسياسي والاقتصادي والمواطنين يتحدثون بلهجاتهم المحليّة، وعليه التعبير عن لسانهم بالفصحى" (39) كما أن تغييب اللُغة العربيّة عن الدراسة بهذا الشكل يرسّخ الاعتماد على وسائل النشر الغربية، ولا مغالاة إذا رأينا أنه لا يلبي المطالب الوطنية، بل يرسّخ مفهوم الدونية، ويشير إشارة خفية إلى أنه ليس لنا لغة تستحق الاحترام والفهم والتطوير.

إن ادراج مادة اللغة العربية في مناهج التدريس في معاهد علوم الإعلام والاتصال لتمكين طلبتها من ناصية اللغة في الحياة المهنية، قد تؤدي إلى تخريج صحفي ومذيع قادر على كتابة موضوعات صحفية باللغة العربية السليمة، وتخرّج صحفياً يعتزُّ بلغته، ولا بدُّ من الإشارة إلى أنه إذا كانت معايير الجودة تتطلب أمرين: مطابقة المواصفات، وإشباع متطلبات السوق، فإن دراسة اللُغة العربيّة داخل اقسام ومعاهد الإعلام من معايير الجودة ذات الأهميّة؛ إذ من مواصفات الإعلامي العربي الناجح أن يكون ملماً بقواعد لغته وثقافة أمته وتاريخها، أمّا عن متطلبات السوق فإن المجال الإعلامي يخلو من الإعلاميين ذوي اللُغة السليمة.

8. المشكلات اللغوية في وسائل الاعلام:

الأخطاء اللغوية في البرامج الاذاعية تتمثل في أربعة أخطاء هي:
النوع الاول: أخطاء التحرير: والتي من بينها استخدام الاساليب الادبية في الموضوعات الصحفية وكذا كثرة الجمل الطويلة في التعبير وكثرة الاضافات...الخ
النوع الثاني: أخطاء ترتبط بالأداء ويوضحها اللغويون في انها تتجسد في كثرة السكتات والوقفات الخاطئة من المذيع، وكذا نطق الاصوات نطقا معينا فلا يتقيد بمخارج الحروف، إضافة الى الخطأ في تنغيم الجملة.
النوع الثالث: أخطاء ترتبط بالنحو وهي ترتبط بالاشتقاقات الخاطئة - الافعال المعتلة...الخ
النوع الرابع: أخطاء ترتبط بالصرف

أسباب انتشار الأخطاء اللغوية:

1. اتهام بعض المثقفين للغة العربية بالعجز عن مسايرة ركب الحضارة الحديثة.

2. عمد الاستعمار القديم والحديث في فترة احتلاله للعالم العربي الى اضعاف اللغة العربية.
3. مطالبة بعض النخب باستعمال العامية بدل الفصحى.
4. عدم استخدام اللغة العربية في ميادين العلم الحديث مثل الطب والهندسة وغيرها الي ابتعاد العلماء والمثقفين عن لغتهم الأم.
5. دعوة البعض الي عدم الاعتماد على الحروف العربية في الطباعة واستبدالها بحروف لاتينية.
6. ينعكس الوضع الاجتماعي والثقافي والمادي لمعلمي اللغة العربية علي اللغة نفسها.

9. التوصيات:

- 1- مطالبة المختصين في مجال اللغة بتقديم دراسات ميدانية في تحسين لغة الإعلام عامة.
- 2- ادراج مادة تعتنى بتقنيات التعبير اللغوي في كليات واقسام الإعلام.
- 3- رفض الاعلانات التي تسيء الى اللغة العربية.
- 4- إيجاد منصب المراقب اللغوي والمدقق النحوي الذي يعمل على علاج الأخطاء، وتهذيب الاستعمالات اليومية للغة الإعلام، في قوالب صحيح وبسيطة.
- 5- عقد وتكثيف دورات للعاملين في الإعلام لتحسين الأداء.
- 6- ضرورة التركيز في تكوين طلاب الاعلام بشكل جيد قبل الخروج إلى ميدان العمل.
- 7- العمل على تنمية الجانب العملي في التكوين اللغوي للإعلاميين.
- 8- رسم سياسة لغوية على المستوى الوطني؛ قابلة للتطبيق في مجال الإعلام خشية الوقوع في أخطاء قد تدفع الأجيال إلى التخلي عن لغتها .
- 9- إصدار النصوص و سن التشريعات التي تحمي اللغة العربية في وسائل الاعلام.

الهوامش

- 1- كمال بشر: خواطر مؤتمرات في اللغة والثقافة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص224.
- 2- نور الدين بلبيل، الارتقاء باللغة العربية في وسائل الاعلام، كتاب الامة، سلسلة دورية تصدر عن وزارة الاوقاف والشؤون الاسلامية، قطر، العدد 84 السنة 21 رجب 1422 ص 13.
- 3- عبد العزيز شرف، " اللغة الإعلامية "، دار الجيل، بيروت، 1996، ص 29 .
- 4- نور الدين بلبيل، مرجع سابق، ص38.
- 5- عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والانترنت، دار هومة، الجزائر، 2011، ص 17.
- 6- كمال الحاج، الإعلام النامي، ط1، مطبوعات جامعة دمشق، 2008م، ص 54.
- 7- محمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام بين الفصحى والعامية، جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث الاعلامي، العدد الأول، 2005، ص 175.
- 8- الحاج كمال، الإعلام النامي، مرجع سابق، ص 61.
- 9- انظر عبد العالي رزاق، مرجع سابق، ص ص31.30.
- 10- محمد عبد المطلب البكاء، لغة الاعلام دراسة نظرية - تطبيقية، الموسوعة الصغيرة، العدد 367، ط1، 1990، ص20
- 11- محمد نادر السيد، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص15-17.
- 12- محمد جميل شلش، اللغة وسائل الاعلام الجماهيرية، الموسوعة الصغيرة، العدد 260، ط1، 1986، ص33.
- 13- محمود خليل، انتاج اللغة في النصوص الاعلامية، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص20.
- 14- عبد الستار جواد، اللغة الاعلامية، ص 32
- 15- عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، ص263.
- 16- عبد اللطيف حمزة، أدب المقالة الصحفية في مصر، ص214.
- 17- محمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام، ص103.
- 18- العقاد - " بحوث في اللغة والأدب " - عن المصدر نفسه، ص 29.

- 19- عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة والاذاعة والتلفزيون والانترنت، دار هومة، الجزائر، 2011، ص28، عن سامي الشريف. د/ ايمن منصور زرا. اللغة الاعلامية (المفاهيم- الاسس- التطبيقات)، القاهرة، 2004، ص33.
- 20- نفسه.
- 21- محمد جميل شلش، مرجع سابق، ص33.
- 22- عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص16، وانظر محمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام، ص97
- 23- محمد عبد المطلب البكاء، مرجع سابق، ص92.
- **عَدَّة مؤلِّفين : اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية، ضمن ندوة (اللغة العربية والوعي القومي) ، ص95. وانظر مروّة أديب، الصحافة العربية نشأتها وتطورها، دار مكتبة الحياة، بيروت، 1961، ص441.
- 24- محمد حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، المركز العربي للثقافة والعلوم، بيروت، د.ت، ص7.
- 25- محمد سيد محمد، الإعلام واللغة، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص ص14-15
- 26- محمد الدالي، في وسائل الإعلام: ثقافة كتابها ولغتهم، م م ل ع بدمشق، م74 ج3، ص532
- 27- عبد الستار جواد: مرجع سابق، ص11.
- 28- جواد، عبد الستار: اللغة الإعلامية، ص ص6-7.
- 29- نور الدين بليبيل، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ص87-88.
- 30- البكاء، محمد عبد المطلب: لغة الإعلام، ص ص118-120.
- 31- كمال الحاج، مرجع سابق، ص407.
- 32- محمد عبود فلفل، اللغة العربية بين الثبات والتغيير، مجلة المعرفة السورية، العدد 403، 1997، ص115
- 33- سعد محمد الكردي، الإعلام وتنمية الملكة اللغوية، م م ل ع بدمشق، م74 ج3، ص648.
- 34- جواد، عبد الستار: اللغة الإعلامية، ص15.
- 35- نفس المرجع، ص41، وانظر:
- Westly, Bruce : News Editing, N. Y. Houghton Mifflin, 1981, p.71.
- 36- العقاد - " بحوث في اللغة والأدب " - مرجع سابق، ص29.
- 37- صالح بلعيد، دراسة في لغة الإعلام، الأداء المسقاع في لغة المذيع، القسم الثقافي، نشر في يومية المساء يوم 15 - 08 - 2008.
- 38- فريال مهنا، لغة الإعلام العربي بين الفصحى والعاميات ملف: "البرامج الإذاعية والتلفزيونية والمسألة اللغوية" المصدر: مجلة الإذاعات العربية (مجلة يصدرها اتحاد الدول العربية)، العدد 2 العام 2002.
- 39- بثينة شعبان، دور اللغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء، م م ل ع بدمشق، م74 ج3، ص ص55-555.