

المحاضرة الثانية عشرة

اللغة في الخطاب الإعلامي

الدكتور تيسير أبو عرجة
جامعة البترا

الخميس 17 محرم 1435هـ- الموافق 21 تشرين الثاني 2013م

المقدمة

تركز هذه الدراسة على اللغة العربية في وسائل الإعلام، سواء أكانت وسائل الإعلام التقليدي المتمثلة بالصحافة والإذاعة والتلفزيون، أو الإعلام الجديد الذي تعبر عنه الصحافة الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي. وتشتمل الدراسة على خمسة أقسام رئيسية هي:

أولاً: وسائل الاتصال - الأدوار والخصائص.

ثانياً: اللغة الإعلامية - الفصحى المشتركة.

ثالثاً: وسائل الإعلام ودورها الإيجابي في نشر اللغة العربية وإثراء مفرداتها.

رابعاً: وسائل الإعلام وتأثيراتها السلبية على اللغة العربية.

خامساً: اللغة العربية والإعلام الجديد بين موقفين.

الخاتمة

الهوامش

أولاً: وسائل الاتصال: الأدوار والخصائص

إن الوظائف العديدة التي يضطلع بها الاتصال في حياتنا المعاصرة جعلت منه معلماً بارزاً ومرفقاً أساسياً يشكل محوراً للعديد من الأنشطة التي تعرفها مجتمعاتنا الحديثة، وذلك من خلال دوره في التعريف بهذه الأنشطة وتعزيزها وتوظيفها في خدمة الإنسان والمجتمع. وقد أصبحت وسائل الاتصال بالنسبة إلى الجمهور المعاصر شيئاً مفروغاً منه. حتى أنه ليصعب على معظم الناس تصور العالم دون وسائل الاتصال.

ونستطيع القول، إن وسائل الاتصال الجماهيري باتت تهيمن على حياة الإنسان المعاصر بإمكانياتها الكبيرة ووسائلها المختلفة التي تعتبر الأكثر قوة واستخداماً ومعايشة في عصرنا الحاضر.

إن الاتصال يؤدي أدواراً معينة تعكس أهميته للمجتمع، تتمثل فيما يلي:

أولاً: يوفر الاتصال للأفراد في المجتمع، المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها، مما ينعكس على دعم الاستقرار والأمن داخل المجتمع وخارجه.

ثانياً: يحقق الاتصال الترابط أو التقارب بين أفراد المجتمع وعناصره، ودعم التفاعل بينهم، فيؤدي ذلك في النهاية إلى تحقيق التماسك الاجتماعي.

ثالثاً: يحقق الاتصال المحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع، بنقل تراثه من جيل إلى آخر، وتعريف الأجيال الجديدة بهذا التراث، الذي يعتبر أحد المحددات الأساسية للنظام الثقافي في المجتمع⁽¹⁾.

وهناك خصائص تميز كل واحدة من وسائل الاتصال، تؤثر في وظائفها وأدوارها، فالمطبوعات تتميز بأنها تحتاج إلى مساهمة أكبر من جانب جمهورها

بدرجة تفوق المساهمة المطلوبة لجماهير وسائل الإعلام الأخرى، وذلك لان المطبوعات لا تواجه جمهورها بمتحدث يسمعه كما يفعل الراديو أو يشاهده كما هو الحال في التلفزيون أو العرض السينمائي، ولهذا يسمح المطبوع بحرية أكبر في التخيل، والتفسيرات وما شابه ذلك⁽²⁾.

ويمكن القول إن المواد المطبوعة تمتاز بين الوسائل الإعلامية بأنها الوحيدة التي تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض، كما تتيح له الفرصة لكي يقرأ الرسالة أكثر من مرة. كذلك يسمح المطبوع، أكثر من أي وسيلة أخرى، بتطوير الموضوع في أي طول وبأي تعقيد تظهر الحاجة إليه. وتشير التجارب إلى أن المواد المعقدة من الأفضل تقديمها مطبوعة من تقديمها شفهيًا، ومن الأفضل استخدام المطبوع للوصول إلى الجماهير المتخصصة والجماهير الصغيرة الحجم.

ولا يحتاج الراديو إلى مجهود من جانب المستمعين، وحيث أن غالبية الناس أصبحوا مشغولين وليس لديهم وقت للتفرغ للقراءة أو المشاهدة. أصبح الراديو هو الوسيلة السهلة التي تبقيهم على علم بما يحدث. والرسالة المذاعة قد تكون أكثر فاعلية من الرسالة التي تنقل بالاتصال المواجهي لأنه يمكن تقويتها بواسطة الموسيقى والتأثيرات الخاصة التي تترك انطباعاً قوياً.

والاختلاف بين التلفزيون والراديو هو اختلاف في طبيعة الاهتمام والتركيز أثناء التعرض، فالتلفزيون يتطلب انتباهاً أكثر من الراديو لأنه يحتاج إلى حاسي السمع والبصر، فلا يستطيع المتفرغ أن يفعل شيئاً آخر وهو يشاهد التلفزيون في حين أنه يستطيع أن يقرأ أو يقود العربة وهو يستمع إلى الراديو. ومشاهد التلفزيون يندمج تماماً في المشاهدة لأن مضمون التلفزيون محدد وليس مضموناً مجرداً، فالمتفرغ على التلفزيون يشاهد ويسمع بينما المستمع إلى الراديو يتيح الفرصة

لخياله لكي يصل ويجول، فالتلفزيون أكثر قوة لأنه يجذب المتفرجين وقتاً أطول ويحتاج إلى انتباه أكثر⁽³⁾.

وهكذا نجد أن لكل وسيلة إعلامية (صحافة، إذاعة، تلفزيون) خصوصية تكنولوجية معينة، تترك آثارها البالغة الأهمية على شكل، وأسلوب، ولغة، ومضمون الأنواع الصحفية المستخدمة فيها. وقد بلغ هذا الطابع الخاص درجة من التطور، أوجدت أنواعاً جديدة. وهكذا لم نعد نتحدث عن الخبر الصحفي وندرسه، بل أصبحنا نتحدث عن الخبر الإذاعي، والخبر التلفزيوني وندرسهما، كأنواع تنتمي إلى مجالات مختلفة هي الصحافة المقروءة، والصحافة المسموعة، والصحافة المرئية⁽⁴⁾.

هذا بالنسبة إلى وسائل ما بات يعرف بالإعلام التقليدي، الذي بدأ رحلته التاريخية بميلاد الطباعة والصحافة المطبوعة، أما الإعلام الجديد الذي نعيشه اليوم إلى جانب الإعلام التقليدي فهو ثمرة من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومن أبرز وسائله الصحافة الرقمية أو الالكترونية، التي تجمع بين خصائص الوسائل الإعلامية المكتوبة والمسموعة والمرئية وتتميز بعدد من الخصائص تتمثل بالسرعة في نشر الأخبار والمعلومات، وبالتفاعلية التي تعني إتاحة الفرصة للجمهور للمشاركة في إبداء الرأي وكتابة التعليقات، وإمكانية السرعة في التعديل والإضافة على ضوء ما يستجد من التطورات والمعلومات.

وتجدر الإشارة، إلى أن هذه الحالة الإعلامية المتقدمة على صعيد الإمكانيات التي أتاحتها ثورة الاتصالات والمعلومات قد حملت معها إيجابيات عديدة لصالح الجمهور المستهلك للرسائل الإعلامية تتمثل فيما يلي⁽⁵⁾:

- القدرة على الانتقاء لدى الجمهور بين الوسائل الإعلامية التي يتعامل معها، سواء الوسائل التقليدية المعروفة، أو الوسائل الالكترونية والرقمية.

- إمكانية المشاركة بما يتم مشاهدته في البرامج التلفزيونية، من خلال وسائل الاتصال المتاحة كالهاتف والفاكس والبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي. الأمر الذي يشير إلى تطور مفهوم وظيفة الوسيلة الإعلامية في تعاملها مع المتلقي.
- إمكانية الوصول إلى الأفكار والمعلومات بحرية، وبدون وساطة الجهات التي كانت تحتكر طويلاً هذه الوسائل الإعلامية، خاصة الحكومات صاحبة هذه الوسائل تاريخياً.
- التنوع الكبير في البرامج التي يمكن مشاهدتها ومتابعتها، وهو ما يعني عدم الارتهاق إلى جهة واحدة تحتكر هذا الإنتاج التلفزيوني.
- الخروج من إطار العزلة على الفرد والمجتمع، إلى مجالات أرحب من الاتصالات والمشاركة والمعرفة.
- الإمكانيات الفنية التي يتيحها التلفزيون الرقمي من الصور الأكثر وضوحاً إلى التوسع في المهام والوظائف.
- إتاحة المعلومات المطلوبة بسرعة وكفاءة عالية، لا تستطيع أية جهة أن تفرض عليها قيود الرقابة أو التشويش.
- قدرة وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون، على وضع الأجندات السياسية للدول، بما يتيح من أخبار ومعلومات تفرض المنافسة السريعة الضرورية لهذه الأجندات.
- تعرّف الشعوب على أنماط حياة وثقافة ومستويات معيشة الشعوب الأخرى، خاصة لجهة التقدم العلمي الذي تعيشه الدول المتقدمة، مقارنة مع أشكال التخلف والامية والفقر التي ترزح تحت أثقالها بعض شعوب الأرض.
- قيام أشكال من الانفتاح الإعلامي والاتصال الثقافي بين الشعوب من ثقافات مختلفة، بما يعزز الشعور بوحدة الهموم الإنسانية.

- إمكانية المشاركة في المؤتمرات العلمية عن بعد من خلال ما يتيحه الأقمار الصناعية لمثل هذه المشاركات، وهو ما يعني محاولة الانتفاع من التقدم الزاهن في المجالات المتعددة.

- اتساع سقف الحريات الإعلامية، خاصةً مع التنافس الذي يتم بين المحطات الفضائية بما تقدمه من برامج حوارية تتسم بعض طروحاتها بالجرأة، ومحاولة البحث عمّا وراء الأخبار من تفسيرات ومعلومات.

- الانعكاسات اللغوية لثورة المعلومات في مجال المفردات والمصطلحات التي تدخل عالم الإعلام والاتصال، وتصبح بمرور الوقت معربةً تثري القاموس اللغوي العربي في التعاطي مع تطورات العصر المستفيدة من ثورة المعلومات.

- إمكانية استفادة الجيل الناشئ من الأطفال في اكتساب خبرة التعامل مع وسائل الإعلام وتوسيع الإطار الدلالي الذي تغذيه هذه الوسائل بما تقدمه من معلومات.

ثانياً: اللغة الإعلامية.. الفصحى المشتركة

يمكن بيان الدور الذي نهضت به الصحافة العربية تاريخياً في حركة التنوير العربي من خلال الدور المميز الذي قام به عدد مهم من المفكرين والأدباء العرب الذين قاموا بإصدار الصحف وتحريرها.

وكانت السمة المميزة لمحربي الصحف العربية في نشأتها الأولى أنهم كانوا من الأدباء الذين رأوا في هذه الصحف وسائل متاحة للنشر والتعبير، من إبداعات أدبية ذاتية، أو ما يتم استساغته من النقل والترجمة.

وقد شكّلت عدد من الصحف العربية رافعة مهمة لتعزيز اللغة العربية وتخليصها مما يعوق فهمها وانتشارها، وكانت خطوة (رفاعة رافع الطهطاوي) في الوقائع المصرية عندما تسلم رئاسة تحريرها، بإلغاء اللغة التركية في أنهر

الصحيفة، وتحريرها باللغة العربية الخالصة نقلة مهمة في هذا السبيل. كما دأبت هذه الصحف في مخاطبتها لجمهورها على الاقتراب منه باللغة الفصحى التي يجري تخليصها تدريجياً من المفردات التي تتطلب جهداً قاموسياً، مما لا يستقيم طرحه مع مستجدات الحوادث والأخبار التي تقوم الجرائد اليومية بمعالجتها.

وقد سبق (للدكتور عبد اللطيف حمزة) أن وضع كتاباً من ثمانية أجزاء بعنوان (أدب المقالة الصحفية في مصر) أبان فيه الدور الذي قامت به الصحافة عبر تاريخها، بجهود نفر من الصحفيين والأدباء، بجعل اللغة العربية التي تكتب بها مقالات الصحف وأخبارها قابلة للفهم، ومستجيبة للتطور مع تمسكها بمقتضيات القواعد اللغوية السليمة والإعراب الصحيح.

وقد كانت الصحافة العربية في العقود الأولى من القرن العشرين، الوسيلة التي شكلت نافذة لحملة الأقلام والأفكار من الأدباء والمفكرين، لكي يكتبوا وينشروا نتاجاتهم الأدبية، ولولا تلك الصحف باعتبارها الوسيلة الإعلامية الأولى المتاحة، ما كان للحركة الأدبية أن تظفر بهذه الأسماء الكبيرة، التي وجدت طريقها للذيع والانتشار من خلال الصحف، بل إن الكتب التي أصدروها وعرفوا بها، ما هي إلا مقالات تلك الصحف التي قاموا بنشرها في زوايا ثابتة وأيام معلومة.

ويرى (عبد العزيز شرف) أن الصحافة قد حققت للغة العربية كل ما كان يأمل فيه المجددون من رجال اللغة، وكل ما نادى به الغيورون على هذه اللغة من وجوب تبسيطها، بحيث يفهما أكبر عدد ممكن من القراء، ومن وجوب تزويدها بالحيوية الكافية حتى لا يضيق بها أحد من القراء، بل من وجوب تطويرها حتى تتسع للتعبير عن كل جديد أو مستحدث في الأدب والعلم والفن جميعاً⁽⁶⁾.

ولكن كيف تم للصحافة العربية أن تفعل ذلك، وما هي طبيعة الأداء اللغوي والمستويات اللغوية التي قدمتها الصحافة، واتخذتها سبيلاً لمعالجاتها التحريرية المقالة والإخبارية، انسجاماً مع وظائف الصحافة في الأخبار والتفسير والتحليل والمتابعة اليومية للأحداث.

يقول (محمد سيد محمد) إنه إذا كان النقاد العرب قد قسموا النثر إلى ثلاثة أنواع هي النثر العادي، والنثر العلمي والنثر الفني، فإن أساتذة الصحافة والأدب قد أضافوا نوعاً رابعاً سموه النثر العملي أي النثر الصحفي، وقالوا إن هذا النثر يقف في منتصف الطريق بين النثر الفني أي لغة الأدب وبين النثر العادي أي لغة التخاطب اليومي، له من النثر العادي ألفته وسهولته وشعبيته، وله من الأدب وحظه من التفكير، وخطة من عذوبة التعبير. ولعله انطلاقاً من هذا المفهوم للنثر العملي أطلق بعض أساتذة الصحافة على لغة الصحافة بأنها الأدب العاجل⁽⁷⁾.

وكان لابد لصحافتنا العربية كما قال (الدكتور عبد اللطيف حمزة) من صفة "الشعبية" في التعبير، صفة التطور في الكتابة، وإفساح المجال للجديد من الألفاظ والمعاني التي لم يعرفها القدامى، فالصحافة عمل اجتماعي بحت، واللغة التي تستخدم لهذا الغرض مشتقة من الحياة الواقعة التي يحياها الناس في المجتمعات⁽⁸⁾.

وعليه، فإن لغة الصحافة تتمثل في المستوى العملي من مستويات الكتابة، التي قسمها (الدكتور حمزة) إلى ثلاثة مستويات هي المستوى الأدبي والمستوى العلمي والمستوى العملي. وهو يقول عن هذا المستوى العملي: إنه المستوى الذي يقف فيه الصحفي لينقل للناس أخبار البيئة التي يعيشون فيها، والبيئات التي يتصلون بها. وليقوم الناس بتفسير هذه الأخبار في أثناء نقلها، وبعد نقلها، وذلك

عن طريق التعليق عليها، والصحفي في سبيل هذه الغاية يستخدم لغة عملية يفهمها القراء، ولا يشترط فيها ما يشترط في لغة الأدب من خيال أو جمال، أو ما يشترط في لغة العلم من دقة بالغة في تحديد معاني الألفاظ.

وهذا المستوى العملي، هو الذي يميّز لغة الصحافة، وهي اللغة المشتقة من الحياة الواقعة التي يحيهاها الناس في المجتمعات، والتي يفهمها أكبر عدد من الناس على اختلاف أذواقهم أو أفهامهم، أو بيئاتهم وثقافتهم. وهذه اللغة هي اللغة القومية- في صورة من صورها-تمتاز بأشياء أهمها: البساطة والوضوح والإيناس واللفظ والرشاقة، وتتأى ما أمكن عن صفات التعالي على القراء، والتعقّر، أو الغرابة في الأسلوب، والمبالغة في التعمق الذي لا تقبله طبيعة الصحف بحال ما(9).

وصفوة القول إن للصحافة وأجهزة الإعلام تأثيراً كبيراً على اللغة. فمن المؤكد أنها هي التي خلصت النثر العربي من الزخارف اللفظية كالسجع والطباق وغيرها من المحسنات التي كانت تعتبر عبئاً على التعبيرات وأحلت محل هذا الأسلوب المزخرف المنمق، الأسلوب المرسل السهل السريع الذي يحرص على المادة الفكرية والعاطفية والتعبير عنها أكثر مما يحرص على البهرجة اللغوية والزخرفة اللفظية وكان للصحافة فضل كبير في خلق لغة الإعلام التي تجمع بين البساطة والجمال وسرعة الأداء والتعبير(10).

لقد فرض التحرير الصحفي أسلوباً له ملامحه الواضحة على اللغة التي يتم بها تقديم الأخبار والمقالات الصحفية، وبدا أن هناك: أسلوباً صحفياً أو أسلوباً معيناً له سماته، كما يقول (محمود علم الدين) يتبع في عملية التحرير الصحفي، وينبع هذا الأسلوب من عدة محدّدات تتعلق بطبيعة الصحافة كوسيلة اتصال من حيث حجم الصحيفة حيث المساحة المحدودة، وبجانبها التقني، وطبيعة دوريتها أو

توقيت إصدارها الذي يقتضي السرعة التي تتطلب الإيجاز والاختصار والتركيز، وبوظيفتها العامة، وهي التعبير عما يحدث في الحياة اليومية، والتي يطلق عليها الوظيفة الإخبارية كوظيفة أساسية - إذ تقوم بإخبار كل فئات الرأي العام، ولما كانت سرعة توصيل الخبر إلى كل الطبقات الاجتماعية على مختلف مستوياتها الثقافية هي الهدف الأول لكل صحيفة، إلى جانب ما استجد من ظروف العصر، ومنافسة وسائل الاتصال الأخرى، وتعدد الأحداث وتشابكها من وظائف أساسية أخرى للجريدة كانت فيما سبق من اختصاص المجلة كالتفسير والتحليل والشرح والاستقصاء، كان على الأسلوب الصحفي أن يتخذ شكلاً سهلاً يقترب من الأسلوب الدارج، وعلى الصحافة أن تقدم الأحداث اليومية ببساطة ووضوح وواقعية مبتعدة بذلك عن الاستعارات والكنائيات والتشبيهات والألفاظ الزائدة، وعن كل تعقيد حتى يسهل على الجميع فهم محتواها، على الرغم من تفاوت مستوياتهم الثقافية⁽¹¹⁾.

وأصبحنا إذن، أمام لغة إعلامية لها ملامحها ومحدداتها، تتصل بشكل وثيق مع ظروف النشر اليومي، وطبيعة الجمهور المخاطب، وخصائص الوسيلة الإعلامية القائمة على بث الرسائل الإعلامية الغزيرة المتجددة.

وهذه اللغة الإعلامية العربية قطعت رحلة طويلة كاملة من أجل أن تحقق لها شكلها المستقر المتطور الذي نراها عليه اليوم من خلال صراع الألفاظ والتعبيرات والمصطلحات. فاللغة الإعلامية إذن هي اللغة التي نشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة الثقافية والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب⁽¹²⁾.

وهي تخاطب جمهوراً مشتركاً لا يجتمع فيه أقوى من هذه اللغة الواحدة المشتركة العامة للبلاد العربية، أما اللهجات فلا تعدو أن تكون أدوات ووسائل للتعبير البيئي الضيق. فالقول، بأن العامية أصلح للغة الإعلام مردود بحكم التاريخ ومنطق الواقع، ومنطق الوسائل المحكومة بسنن الإعلام اللغوي التي تفرض وجود لغة عامة مشتركة للإعلام، فلم تجر اللهجات على الفصحى التي بقيت لغة الأمة ديناً ودولة، ومناطق وحدتها الذوقية والوجدانية، واللغة العليا للتعليم والتأليف والثقافة والإعلام والحضارة⁽¹³⁾.

ويقول (وديع فلسطين): إنه ليس ثمة ما يدعى (اللغة العامية) فالعامية ليست لغة بين اللغات، بل هي لهجات جرت على الألسنة مجرى غير مرهون بقاعدة أو بمنهاج. فالقول إذاً بأن هناك (لغة) عامية تصاول اللغة الفصحى وتناولها قولاً فيه كثير من التجوّز، لأن اللغة الوحيدة التي تعرفها الضاد هي اللغة التقليدية النظامية الفصحى، وما عداها لغوٌ منسوب إلى العامة⁽¹⁴⁾.

و لا شك أن العربية الفصيحة قد كسبت من التطور العربي والتطور الإعلامي مزيداً من النفوذ في الاتصال الجماهيري محلياً وعالمياً، وأصبح لها مكانها في بعض المنظمات الدولية كلغة عمل، ويستلزم ذلك أن تجتاز اللغة الإعلامية المشتركة المعادلة الصعبة بين التراث والمعاصرة، وأن تسعى إلى التقريب بين مستويات التعبير اللغوي بحيث لا تكون مقطوعة الصلة بلغة الحضارة⁽¹⁵⁾.

وهي (اللغة المشتركة) التي يستخدمها معظم المتعلمين في أحاديثهم وكتاباتهم والتي ترتفع عن مستوى اللغة الدارجة، ولا تصل إلى مستوى اللغة الأدبية التي تستخدم في الشعر والرواية والمسرح والكتابات الإبداعية. وهذه اللغة المشتركة تخلو من المحسنات البديعية والتكلف والتصنع، مثلما تخلو من المصطلحات

والتركيب المعقدة، وتتأى عن استخدام العامية المحدودة في زمان ومكان معينين. اللغة الصحفية تختار من الألفاظ أقصرها وأكثرها إيجاء وأداء للمعنى⁽¹⁶⁾.

ولأن لوسائل الاتصال هذه القدرة الفائقة على التبليغ والإعلام. فإننا نستطيع أن نقول عن يقين أن بمقدورها أن تؤدي خدمات جوهرية معينة للفصحى المشتركة بكل أساليب الكلمة المنطوقة: الرواية، الحوار، المحاضرة، المناقشة، التعليق، التمثيلية، أو أي شكل آخر من أشكال الفن الأدبي⁽¹⁷⁾.

واللغة العربية الفصيحة كما يقول (نهاد موسى) هي: لغة القصة القصيرة والرواية والمقالة والخطاب الثقافي والمعرفي في المجالات الثقافية والمتخصصة هذه الأيام. وهي لغة الصحافة والإذاعة المسموعة والمرئية في نشرات الأخبار وتقارير الاستطلاعات الانثروبولوجية والكشوف العلمية والأفلام الوثائقية والتسجيلية والدراما التاريخية. إنها العربية التي يقدر سواء الناطقين بالعربية - بالحدس - أنها الفصيحة المغايرة للهجات العامية المحلية المعاصرة على اختلافها⁽¹⁸⁾.

وهذه اللغة تمتلك عوامل البقاء والاستمرار، التي تتمثل في:

أنها لسان التنزيل وأنها السبيل إلى فهمه

أنها لسان تراث ما يزال كثير منه ينطوي على قيم فكرية وجمالية خالدة.

أنها رمز لهوية الأمة بمنطوياتها الوجدانية وحاجاتها الحيوية التواصلية.

أنها تعلم للناشئة ركناً محورياً في العملية التربوية

أنها لسان الإعلام على أنحاء متنوعة

أنها واسطة الإعلان لأغراض اقتصادية تنشد سوق استهلاك عربية

عريضة⁽¹⁹⁾.

إن الصحافة ووسائل الاتصال اليوم تقدم لغة إعلامية "تواكب الأحداث والتطورات السياسية، وما تفرضه هذه التطورات من لغة تعبر عنها وتستجيب لمجرباتها وتتصل بكل جزئية منها، بما يثري لغة الصحافة ويمنحها سعة في التعبير وثراء في المفردات والمصطلحات التي لم تكن صحافتنا العربية القديمة تعرفها، بصفتها وليدة تطورات السنوات الأخيرة والاتصال بالصحافة الأجنبية والانفتاح على العالم الخارجي والترجمة⁽²⁰⁾.

لقد وجدنا من خلال المتابعة الدقيقة للمادة التحريرية التي تنشرها جرائدنا الرئيسية الكبرى في الأردن الحرص الأكيد على استخدام اللغة العربية الفصحى بمستواها الصحفي العملي الذي يواكب الأحداث والمستجدات، بما تنشره هذه الجرائد من أخبار ومقالات ومقابلات وتحقيقات صحفية.

ولم تلجأ هذه الجرائد إلى استخدام العامية إلا في القليل النادر، من خلال بعض الإعلانات الصحفية، وفي أحيان قليلة من خلال عبارات وجمل قليلة يتم تضمينها داخل المقال أو التعليق من قبيل السخرية أو تقريب مفهومات المشكلة موضوع الحديث إلى أذهان القراء بطريقة مباشرة⁽²¹⁾.

إن هناك تفاوتاً في مستويات العربية في الصحافة، كما يقول (نهاد الموسى) وذلك أمر طبيعي عائد إلى الموضوع والى الأسلوب، فلكل مقام مقال، ولكل كاتب أسلوب، وقد تتباين هذه المستويات من الكتابة بما يشبه أن يكون مجازاً على الجملة كما في الإعلام الرياضي، حيث تصبح الكرة قذيفة واللاعب بطلاً أسطورياً، والمدرّب نجماً، بل حيث يحسّ من يتابع أخبار المباريات كأنما هو يتابع عرضاً حياً يقدمه مراسل عسكري في الميدان⁽²²⁾.

وهناك عوامل تفسّر تباين طرائق الكتاب في الأساليب الكتابية أوردتها

(صالح أبو إصبع ومحمد عبّيد الله):

أولاً: خصوصية تكوين الكاتب الفني الفكري

ويعتمد ذلك على موهبته وتجربته وثقافته العامة والمتخصصة، وثروته اللغوية، وروحه العامة وفلسفته في الحياة. فكلما اتسعت ثقافة الكاتب، وزاد تعمقه في موضوع اختصاصه، استطاع أن يكتب مقالات أكثر تأثيراً وأشد إقناعاً للمتلقين.

ثانياً: طبيعة الموضوع الذي يكتب فيه

تختلف المقالة التي تعالج موضوعاً أدبياً في لغتها وأسلوبها عن المقالة التي تعالج موضوعاً علمياً أو موضوعاً في الشؤون العامة، فكل موضوع له لغته الخاصة به التي يستمدّها من سياقها وطبيعته المختلفة.

ثالثاً: نوعية القراء

تختلف نوعية القراء واهتماماتهم ومستوياتهم الفكرية والثقافية مما يؤثر تأثيراً كبيراً في نجاح أية مقالة في تأدية رسالتها. والكاتب الناجح هو الذي يعرف إلى أي نوع من القراء سوف تصل رسالته⁽²³⁾.

كما أن الأسلوب الإعلامي البليغ بعامة وأسلوب التحرير الصحفي بخاصة يمكن حصر مكوناته في النقاط الأربع التالية:

المكوّن الأول: يتصل بالصحة النحوية والصرفية.

المكوّن الثاني: ويتصل بالصحة المنطقية.

المكوّن الثالث: يتصل بالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغة.

المكوّن الرابع: يتصل بالصحة الأسلوبية الخاصة أو الصحفية⁽²⁴⁾.

لقد رأينا خبراء الإعلام وأساتذته وجمهرة من الأدباء والمثقفين يرددون أن اللغة وعاء الفكر وأن اللغة أداة المفكر والأديب في التعبير عن مكونات النفس والوجدان، ولكننا نجد (زكي نجيب محمود) يقدم وظيفة للغة أبعد من ذلك عندما يقول إن: لغة الإنسان هي (فكره)، وأرجو أن نلاحظ بأنني لم أقل إنها أداة تتقل (فكره) بل إنها هي هي (فكره) وهي هي (وجدانه) وهي هي كل حياته اللاحيوانية، وذلك أن تقول أن ما يكتبه الكاتب أو يقوله المتعلم - إنما هو (عقله) وقد ظهر من ممكنه إلى العلانية، وذلك إذا كان الموضوع من موضوعات العقل، وكذلك هو (وجدانه) وقد تجسد في موجات الصوت أو في الكتابة المرقومة على ورق، واختصاراً فلغة الإنسان هي نفسه، هي شخصه هي حقيقته⁽²⁵⁾.

وإذا كان حديثنا في الصفحات السابقة قد تركز على اللغة الإعلامية كما عرفتها الصحافة العربية المطبوعة، فإننا لا نستطيع أن نغفل الدور الذي تضطلع به الصحافة السمعية والسمعية البصرية في تقديم لغة إعلامية تتسم بالبساطة والوضوح، وتتناسب مع مقتضيات العمل في هذه الوسائل، التي تخاطب شرائح واسعة من الجمهور. وهو ما جعل الأديب (فاروق خورشيد) يقول: إن ناقد الأدب بحاجة إلى امتلاك المعرفة العلمية بعلوم العصر، وفنون العصر وأشكالها وتطورها كالقصة والرواية والمسرحية والسيناريو السينمائي والعلاج التلفزيوني والنص الإذاعي، وإلى فن دراسة الجماهير وما تطلب وما تريد. وإلى فن دراسة أجهزة الإعلام العصرية وما تفرضه من مقتضيات فنية وما تلزم به الكاتب، أي أديب العصر، من خضوع لتقنياتها وحرفياتها ورسالتها وأهدافها⁽²⁶⁾.

وأن تغلغل هذين الجهازين في حياتنا، أي الراديو والتلفزيون، كما يقول (خورشيد) أدى إلى أن أصبح ما يقدمان من إنتاج فني أكثر ذبوعاً بين الجماهير من المتلقين

من كل ما يقدم عن طريق المطبعة بأي شكل من الأشكال سواء في المجالات والصحف أو في الكتب الدورية وغير الدورية على السواء.

وأدى تغلغل هذين الجهازين في حياتنا أيضاً إلى أن أصبح التحلق حولهما لا يستهدف الأخبار أو ما تقدمانه من مادة إعلامية بالدرجة الأولى - كما كان الحال من قبل- بل أصبح التحلق حولهما يستهدف بصفة رئيسية ما تقدمان من أعمال درامية، كمسلسلات أو كسهرات كاملة.

ولهذا فلن نبعد كثيراً إذا قلنا إن الأدب الإذاعي يفرض تدريجياً لغته الخاصة على الكاتب، حيث لا تصلح كل الكلمات ولا تصلح كل التركيبات اللغوية المتداولة في العمل الأدبي المكتوب⁽²⁷⁾.

وبين (أحمد المعتوق) أن التلفزيون له دوره الكبير في التنمية اللغوية حيث:

١ - أصبح التلفاز المصدر الأول للإعلام والثقافة العامة، بالإضافة إلى

كونه أداه للإمتاع والترفيه، متفوقاً بذلك على وسائل الاتصال الأخرى. وهذا بالطبع يعني اتساع رقعة انتشاره وسعة نفوذه، ومن ثم تأثيره في مجال تنمية اللغة على أساس أنها الوسيلة الأولى التي يتم بها توصيل المواد الإعلانية والثقافية، وربما المواد الترفيهية أيضاً من خلال هذه الأداة.

٢ - أصبح مجال البث التلفزيوني في الأقطار العربية واسعاً في عصر

الفضاء الحالي - بفضل الأقمار الصناعية- وهذا يعني إعطاء فرص كثيرة للمشاهدة للتتبع والتنقل، وبالتالي شدة للمشاهدة مدداً أطول، ومن ثم إعطاء مساحات زمنية أوسع للتأثير والاتصال اللغوي.

٣ - إنه في التلفاز تشترك الصورة والصوت والنغم والحركة في توصيل

المعلومات، ويشترك سمع المشاهدة وبعده في النقاط هذه المعلومات، وعن طريق

المشاهدة قد يتضاعف اكتساب المعارف واكتساب اللغة، وتلقن أو النقاط ألفاظها وتراكيبيها المختلفة النوع أو جزء من هذه المعارف⁽²⁸⁾.

ثالثاً: وسائل الإعلام ودورها الإيجابي في نشر اللغة العربية وإثراء مفرداتها.

إن التساؤلات التي تثار عندما يذكر دور الإعلام التي تملكها وسائل الإعلام إزاء اللغة العربية في الجانب الإيجابي، تتمثل بالقدرة على نشر اللغة، وإغنائها بالألفاظ والمفردات والمصطلحات، وتكريس استخدام الفصحى في البرامج والحوارات السياسية والاجتماعية، وهي تمتلك خاصية التكرار والتأثير والقدرة على التواصل والتوصيل بطريقة مشوقة، وكذلك قدرة وسائل الإعلام على إثراء القاموس اللغوي من جديد المفردات والمصطلحات في عالم السياسة والاقتصاد والاجتماع والتقنيات الحديثة، سواء بواسطة التعري ب أو الترجمة أو التوليد والاشتقاق، مما يعطي لوسائل الإعلام دوراً مهماً من هذا القبيل.

لقد أدرك جلّ الأدباء أهمية وسائل الإعلام كوسائل متاحة للكتابة والتعبير، ووسيلة النشر الأساسية لمخاطبة القراء بنتائجهم الأدبية والفكرية، وباتت الصحافة مهنة لعديد الأدباء وجدوا فيها الحرفة الأقرب إلى مواهبهم، وقلما نجد أديباً لم يتخذ الصحافة ووسائل الإعلام مهنة له أو أداة لا غنى عنها للنشر والوصول إلى جماهير القراء والمستمعين والمشاهدين. وكان ذلك مبعثاً لكثير منهم للحديث عن الخطاب الصحفي وضرورات اليسر والسهولة المطلوبة فيه، بالإضافة إلى الميزات التي تتمتع بها وسائل الاتصال والغنى المعلوماتي الذي تتوفر عليه، بصفتها سجلاً يومياً نابضاً بالأحداث، ومعبراً عن هموم الناس ومشكلات الحياة على اتساعها.

يقول رجاء النقاش عن (محمد مندور): كان عمله في الصحافة السياسية اليومية فرصة لكي يزداد خبرة بالحياة. ولكي يزداد معرفة بالواقع الاجتماعي لقد

تعرف في تلك الفترة - بطريقة دقيقة ومباشرة - على المشاكل الشعبية المختلفة وأدرك ما في الواقع الاجتماعي من فساد رهيب، حيث تقوم طبقة صغيرة باستغلال الجماهير الكبيرة⁽²⁹⁾.

ويقول (مصطفى ناصف): لقد يبدو لي في بعض الأحيان أننا نغمط حق المجتمع علينا، وحق المجتمع أن نحفل بلغة الحياة اليومية، واللغة المرتبطة بتحقيق عمل محدد، ولغة السياسة وأساليب المجتمع في دحض الأشياء والدفاع عنها. كل ذلك واجب، فإذا عطينا بالشعر فليس من حقنا أن نتجاهل لغة المجتمع الذي أنتج هذا الشعر⁽³⁰⁾.

ويشير (مصطفى ناصف) إلى تجربة (أحمد أمين) قائلاً: لقد لاحظ في تعاملنا مع اللغة الحرص الغريب على استعمال ألفاظ فضفاضة، وعزا إليها العجز عن التواصل، وربما كان الأستاذ (أحمد أمين) حريصاً على التعامل مع كلمات عادية. كانت الكلمة العادية تغذي طموحه إلى درس اللغة درساً واقعياً كان يرى الباحثين يستحيون كثيراً مما هو كثير الدوران، ربما رأى كلمة المبتذل عاتقة دون فحص كثير من اللغة، والحقيقة أن الكلمات المطروحة في الطريق تؤثر في عقولنا تأثيراً بليغاً، ولكن الناس يستحيون - مع الأسف - من فحصها، إننا لم نكتشف بعد أهمية الكلمات العادية السيارة التي يهملها (الأدباء) عادة الكلمات العادية تخدمنا بفضل تغييرها الذي لا نلتفت إليه كثيراً، الكلمات العادية الأساسية هي مجمع الخطاب أو مفصله⁽³¹⁾.

ويقول (كامل جميل ولويل): إن سعة الاستعمال اللغوي تتحقق بأجهزة الإعلام في سرعة مذهلة، وهذه السعة كانت مطلباً مهماً جداً عند العرب في جزيرتهم، ولذلك قاس علماء اللغة فصاحة اللغة أو الكلمة أو العبارة بكثرة استعمالها، فإذا كانت صياغة ذلك الخبر جرت بأسلوب فصيح سليم من الأخطاء

مراعياً التركيب النحوي، فإنك تكون قد أبلغت لغتك التي تعدّها أساساً من أسس مقومات الأمة إلى قسم كبير من الأمة في يسر وسهولة واقتدار.

وعلينا أن نقف إجلالاً لتلك المؤسسات الصحفية التي جعلت للغة حظاً في داخل أروقتها، فتكلف المدققين ألا يسمحوا بخروج كلمة واحدة عن مسار اللغة السليم، وتطلب إليهم أن يحفظوا للأسلوب اللغوي متانته كما يحفظون للخبر أمانته، وقد أدركت هذه المؤسسات أن واجبها تجاه لغتها كبير، فهي مدارس من نوع جديد، فكان التدقيق والتفحيط من الأعمال البارزة التي تحتسب لها، إذ أن هذا العمل الجليل من أهم مقومات انتشار الفصحى في العصر الحاضر، فهو أقرب ما يكون إلى تعلم اللغة بالسماع، والأخذ بها بالسليقة⁽³²⁾.

وبرأي (فاروق شوشة) فإن الإعلام هو المسؤول اليوم عن تطوير اللغة العربية أو ما يسمى باللغة العصرية والمعاصرة. وان لكل قسم من أقسام التحرير الصحفي والإعلامي لغته الخاصة والمصطلحات المرتبطة به. فلغة الخبر الصحفي لها نسقها الذي يميزها عن الأسلوب اللغوي المتبع في التحقيق والتحليلات السياسية والتراجم والموضوعات الاجتماعية والثقافية، وكذلك قسم المنوعات الذي يعتمد على مكونات لغوية أخرى، ومن هنا تعددت الأنساق والأنماط في لغة الصحافة وفقاً للمتغيرات التي تجري على أرض الواقع، كما أن الإذاعة والفضائيات أوجدت أيضاً لغة عصرية ومعاصرة تتفاعل مع الناس وتقترب منهم وتحاوهم وترتبط بهمومهم، هذه اللغة اكتسبت مرونة خاصة، واكتست في الوقت نفسه طبيعة سهلة لينة تجاري العصر.

وحول الأخطاء التي يأخذها البعض على وسائل الإعلام، والتي يقع فيها بعض مقدمي البرامج ومقدمي النشرات الإخبارية أيضاً، والمرتبطة بالمفردات اللفظية والتراكيب البنائية، يقول الإعلامي فاروق شوشة: يجب أن نعترف للعاملين في وسائل الإعلام العربية المختلفة بالفضل، وبما يبذلونه من جهد جبار سواء في

عملية التعريب أو الترجمة السريعة للأخبار الدولية التي يتناقلونها من وسائل الإعلام في مختلف دول العالم، وهم في هذه الحال يحتاجون إلى عدد وفير من المجامع العلمية حتى يدققوا لهم الأخبار ويصوبوا لهم الأخطاء، وهذا في حد ذاته يحتاج إلى شهور، لذا يتخذون قرارات سريعة من أجل اللحاق بركب المستجدات التي تحدث على الساحة العالمية، وأكد أقول إن وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة هي القاطرة التي تجر عربة المجامع اللغوية العربية للأمام⁽³³⁾. وهنا، يمكن القول، إن وسائل الإعلام الحديثة، بحسب لها الفضل الكبير، في إحياء اللغة الفصحى أو الفصيحة على الأقل، وتداولها بين عامة الناس، بعدما كانت مهددة بدعوات بغیضة، تريد الكتابة بالعاميات، من أجل ترسيخ الهوة بين أقطار الأمة، فتمكنت وسائل الإعلام من التقريب بين الشعوب العربية، وتوحيد اللغة إلى حد كبير⁽³⁴⁾.

وإذا لم يكن من المطلوب من رجال الإعلام والصحافة أن يصطنعوا الجديد من الألفاظ بالنقل أو التوليد أو التعريب أو النحت والتركيب.. فلا أقل من أن يُطلب منهم التنسيق مع رجال المعاجم والمجامع اللغوية، لأخذ ما توصل إليه هؤلاء المتخصصون من إجماع حول اعتماد المفردات اللغوية الجديدة، والعمل على غرسها في ملكات العامة، بالأسلوب المناسب، لما يتوفر عليه رجال الإعلام والصحافة من وسائل وأجهزة فعالة وخطيرة في مجال الاتصال. وإذا لم يحمل رجال الإعلام مسؤولية وضع الألفاظ والمفردات اللغوية واعتمادها بمفردهم، فإنهم مسئولون مسؤولية كاملة في مشاركة رجال المجامع اللغوية بطريقة غير مباشرة في هذه العملية، خاصة وإن أهل الصحافة عموماً هم لغويون إلى حد بعيد⁽³⁵⁾. وعليه، فإن وسائل الإعلام، قدمت كثيراً من الإيجابيات في التعامل مع اللغة العربية، لعل أبرزها:

أن هذه الوسائل أمدت اللغة العربية بكثير من الألفاظ والعبارات والتراكيب الجديدة المولودة، وكثير منها مترجم عن اللسان الأجنبي. -المباشرة، والوصول إلى أفكار الموضوع وصولاً مباشراً دون التوقف عند نتوءات فكرية فرعية، ويظهر ذلك بصفة خاصة في نشرات الأخبار والتعليق عليها.

-السهولة والوضوح، فلم تعد تستخدم الغريب أو المهجور أو الممات من ألفاظ اللغة، وتصدق هذه الخصيصة على البرامج التراثية كالتفسير، والتوعية الدينية، وتقديم الكتب القديمة وتحليلها.

-التخفف من الأثقال اللغوية والخيالية، إلى حد التخلص التام أحياناً من الصور البيانية، فأحلت التعبيرات المباشرة السهلة محل العبارات البيانية⁽³⁶⁾.

ولا بد أن نشير إلى بعض الإيجابيات المتمثلة من إنطاق كثير قي البرامج التسجيلية والعلمية وبرامج الأطفال المنتجة في خارج العالم العربي بالعربية الفصحى على نحو يحقق الالتزام بمتطلبات كل من المعاصرة والدقة ولقد اختارت الجهات المنتجة عن عمد اللغة الفصحى، حتى تحقق لهذه البرامج انتشاراً واسعاً. وقبولاً قومياً عاماً.

كذلك فإن التوسع في استخدام العاميات واللهجات المحلية من الإذاعتين المسموعة والمرئية والفضائيات، ومزاحمتها للفصحى، صاحبه التزامٌ بالمستوى الفصيح في كل من نشرات الأخبار وتقارير المراسلين والتعليقات على الأحداث والتحليلات السياسية والاقتصادية والعلمية والأدبية والبرامج الدينية والثقافية وبعض الأعمال الفنية كالأفلام والمسلسلات التاريخية الإسلامية، والأفلام التسجيلية، والأعمال الفنية المُدبلجة (الناطقة بالعربية) والنصوص المترجمة للأعمال الأجنبية.

ولا يُنسى لهذه الأجهزة الإعلامية أنها قضت على حاجز الأمية بالنسبة لملايين الأميين الذين لم تعقهم أميتهم عن المتابعة والمشاركة في كثير مما تقدمه هذه الأجهزة من خلال الاستماع إلى الإذاعة ومشاهدة التلفزيون والفضائيات في البيوت والمحال والمصانع والمزارع والبوادي⁽³⁷⁾.

وإذا كانت هناك أهداف سياسية غير خافية تقف وراء إنشاء العديد من وسائل الإعلام الأجنبية الناطقة باللغة العربية، إلا أن هذه الوسائل، تساهم بنشر اللغة العربية وتعميم مفرداتها، وزيادة وتيرة استخدام اللغة في كافة مستويات الخطاب الإعلامي وأنواع الفنون الصحفية. وربما نجد فيها حرصاً واضحاً على سلامة اللغة والنطق وتوظيف الإعلاميين المؤهلين والمدربين لغوياً ومعرفياً. وقد أشار عدد من الإعلاميين إلى الكثير من الإيجابيات لمساهمات الإعلام والإعلاميين (في تشكيل الذائقة الإنسانية وجريان لغة الضاد على الألسنة) على حد وصف جريدة (الاتحاد) الإماراتية، في مداخلة لعدد من الإعلاميين، ومنهم (محمد يوسف) الذي يرى أن الإعلام المقروء: التزم منذ البداية هذه اللغة المعبرة وشكلها بطريقة معاصرة، تتواءم مع الظروف والمتغيرات، فلم يحملها ما لا تطيق، ولم يستخدم مفرداتها الضخمة الفخمة عبر الصحف التي تلتحم بالإنسان العربي منذ فجر المطابع التي سهلت حركة النشر، وجعلت الكلمة المكتوبة سهلة مقروءة، وفي متناول الجميع، إلى أن وصلنا إلى العصر الرقمي الذي نقلها بطبيعة الحال عبر العالم في أسرع من البرق⁽³⁸⁾.

ولعل الإذاعي والشاعر (فاروق شوشة) كانت له أكثر من مداخلة يدافع فيها عن الإعلام ونأى به عن الاتهام بكونه شريكاً في ما تتعرض له اللغة العربية من تحديات تعاضمت في رأي البعض إلى حد وصفها بـ(مذبحة لغة الضاد) وقال إنه

على العكس، فإن الإعلام العربي المعاصر يقدم لنا "ثروة لغوية" عصرية ربما تحتاج أحياناً إلى تصويب في بعض جوانبها.

ودافع شوشة عن الإعلاميين العرب، وقال إنهم وحدهم دون غيرهم يحاسبون على ما يقترفون من أخطاء لغوية، بينما يخطئ الجميع في قواعد اللغة ومفرداتها بما في ذلك المسؤولون العرب أنفسهم، وقال حتى أساتذة النحو في الجامعة يدرسونه بالعامية، مؤكداً أن الإعلامي هو عنصر من عناصر إنقاذ اللغة وليس شريكاً في "المذبحة"

وأوضح إن اللغة العربية العصرية، هي اللغة التي واكبت حياتنا في كل مجال في السياسة، والأدب والثقافة العلمية حيث قدم لنا الإعلاميون العرب معجماً جديداً للغة العربية يمتلئ بعشرات الألفاظ من الألفاظ والمصطلحات والتراكيب والتعابير، مثل "العولمة"، و "المائدة المستديرة"، و"دموع التماسيح" هي لغة إعلامية صنعها إعلاميون الذين يتلقون الخبر والحدث والموضوع بلغات أجنبية يكون عليهم وهم في صالة التحرير أن يحولوا هذا الأجنبي لغة إلى لغة عربية مقروءة ومفهومة في دقائق قليلة⁽³⁹⁾.

رابعاً: وسائل الإعلام وتأثيراتها السلبية على اللغة العربية

يقدم الإعلام، كما رأينا، إيجابيات عديدة للغة العربية، إلا أننا نقف، في الطرف الآخر، أمام عدد من السلبيات التي ترتبط بالأداء الإعلامي في التعامل مع اللغة، والذي يتمثل، ميدانياً، بما يلحق باستخدامات اللغة العربية في وسائل الإعلام، من أخطاء النطق والنحو، في حالة المواد الإعلامية المقدمة باللغة العربية الفصحى، ومن خطيئة تجاهل الفصحى واعتماد العامية، في هذه الوسائل.

وتجدر الإشارة إلى أن كثيراً من الأخطاء الأسلوبية والتحريرية التي تلحق بلغة الصحافة الحديثة، يمكن إرجاعها إلى عدة عوامل: أهمها عامل السرعة وخصوصاً في التحرير الإخباري الذي يجعل من الصعب على الصحفي أن يجد الوقت اللازم لكتابة القصة الصحفية بأقوى أسلوب وأسهله. كما أن طبيعة القصة الصحفية تستلزم وجود عامل السرعة أيضاً. وقد تضعف قيمة الأخبار، بل قد تصبح عيباً صحفياً أن تنتشر هذه الأخبار بعد مرور فترة وجيزة عليها، إذا كانت المصادر الأخرى قد سبقت في نشرها.

أما العامل الثاني، فيتصل بجمهور القراء أنفسهم، وهو يتصل بطريق غير مباشر أيضاً، بعالم السرعة، ذلك لأن الكثيرين من القراء أنفسهم يريدون أن تقدم لهم القصص الإخبارية في أسلوب سهل لا يدعو إلى تعمق في التفكير، إذ ليس لديهم الوقت لإعادة التفكير في معنى من المعاني.

والعامل الثالث، يتمثل في أن غالبية القراء من أواسط المثقفين الذين لا يمكنهم فهم الأساليب الأدبية الرفيعة بسهولة ويسر، ويتم لذلك اللجوء في مخاطبتهم إلى الأسلوب الصحفي السهل⁽⁴⁰⁾.

ولعلّ ما يدفعنا إلى التوقف أمام هذا الأداء اللغوي لوسائل الإعلام، ما نراه من أخطاء على ألسنة المذيعين والمذيعات من: أخطاء في قراءة الأعداد والأرقام، وفي نطق الأسماء الأجنبية، وفي نطق أسماء الأشخاص والبلدان. وما نراه من سطوة للعامة في الإذاعات الشبابية التي تسمى إذاعات الـ FM التي تقدم برامجها الحوارية ومنوعاتها وموادها الترفيهية باللهجة العامية. وما نراه من طغيان للعامة في الإعلانات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية، التي تركز العامة، وتزداد خطورتها نظراً لتكرارها واتصالها بحاجات الناس من سلع وخدمات، وما نراه من استخدام للعامة، أو الفصحى المليئة بالأخطاء، وغير الملتزمة بقواعد النحو

العربي السليم، في الرسائل الهاتفية القصيرة التي تنتشر بكثافة في الأشرطة التلفزيونية المتحركة التي تعرف برسائل S.M.S والتي تبدو لمن يقرأها أنها غير خاضعة لأيّة مراجعة تضبط ما تعج به من أخطاء.

وقد ذكرت إحدى الدراسات حول التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على العربية الفصحى أن السهولة والبساطة التي تعتبر من ميزات لغة الصحافة قد جنحت في كثير من الأحيان إلى الخطأ والزلل، حتى تعددت عثرات اللغة الصحفية، وكثرت كبواتها، وجنت على الفصحى، ومن أهم هذه العثرات:

١ - غزو الألفاظ العامية لأسطر الصحف والمجلات، وقلما تسلم صحيفة أو مجلة من ذلك، وهذا من أعظم ما جنته الصحافة على الفصحى.

٢ - في اللغة الإعلامية عامة، واللغة الصحفية على وجه الخصوص، هناك ما يمكن تسميته بالقوالب الجاهزة التي تصب فيها المادة الصحفية، فلو تتبعنا طريقة كتابة خبر معين في عدد من الصحف، فسنجد أن صياغة الخبر تكاد تكون متماثلة من حيث المفردات المستخدمة، والأساليب التعبيرية في أغلب الصحف.

٣ - استخدام الألفاظ والمفردات الأجنبية مع وجود لفظ عربي مقابل لها، ونشر الإعلانات المصاغة بلغة انجليزية أو فرنسية، وربما احتل هذا الإعلان صفحة كاملة من الصحيفة أو المجلة، هذا فضلا عن الصحف الناطقة بلغة المستعمر السابق.. في الوطن العربي.

أما في الإذاعة والتلفاز، تضيف الدراسة، أن حرب اللهجات المستعرة بين الإذاعات والفضائيات العربية، والتنافس المحموم لحيازة قصب السبق، بانتشار عامية هذه الإذاعة أو تلك الفضائية بين أكبر عدد من المستمعين والمشاهدين، حتى تنوعت وتعددت لهجات الإذاعات والفضائيات بعدد الدول العربية، وأن منافذ العامية في الإذاعة والتلفاز، تعددت وبات من الصعب حصرها، فهناك إذاعات

وفضائيات تبدأ إرسالها وتنتهي بالعامية، وما بين البدء والختام لا يكاد المتابع يسمع جملة فصيحة. والكثير من المذيعين والمذيعات لا يحسن صياغة جملة فصيحة غير ملحونة، ولا يعلم من قواعد العربية شيئاً، وهو لا يرى في ذلك عيباً أو منقصة تحط من قدره، بل وصل الأمر ببعضهم إلى ازدياد الفصحى، وجعلها مثاراً للسخرية والاستهزاء، في مقابل الاعتزاز باللهجة المحلية، والشعور بتفوقها على ما عداها من اللهجات.

وغالباً ما يحرص القائمون على أمر الإعلانات التجارية على استخدام العامية التي يرون أنها أكثر تأثيراً وجذباً للمتابع، وبالتالي أضمن في تسويق سلعتهم وروجها. وفي مقابل الطوفان العارم للعامية، ما عاد للفصحى مكان إلا في نشرات الأخبار، وهي هنا مشوهة عليلاً، مليئة بالأخطاء اللغوية والإلقائية⁽⁴¹⁾. ولم يبتعد (جابر قميحة) كثيراً عن التشخيص السابق للتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على اللغة العربية، التي وإن كانت قدمت نفعاً للغة العربية كما يقول، فإنها تسببت في الوقت نفسه في تأثيرات ضارة كانت أهدح وأعتى:

-فالتلفزيون يصرف الأطفال والناشئة عن القراءة، وعن أوجه نشاط أخرى مفيدة.

-والإعلانات وخصوصاً التلفازي منها، كانت انتصاراً للعاميات، وترويجاً للغات الأجنبية، ونشراً للنطق المعيب لكلمات العربية، وإفساداً للذوق الفني وللحس اللغوي.

وقد حققت الإعلانات ذلك في سرعة عجيبة لأنها تعرض بأسلوب فني فتان، موظفة- بإمكاناتها الضخمة- أحدث الوسائل التي تحقق جمال العرض وبراعته، فأصبح الأطفال بخاصة متعلقين بها إلى أقصى مدى.

-وفي الإعلانات الصحفية أصبحت الأخطاء اللغوية والقاعدية هي الأصل، أما سلامة اللغة فهي الاستثناء. زيادة على أن كثيراً منها يكون مطعماً بالقوالب والكلمات الأجنبية بحروف لاتينية، أو حروف عربية.

- كما تبنت هذه الوسائل، وما تزال تتبنى الأخطاء الفادحة في المفردات، وفي الجمل والتراكيب والحوار والمناقشات والأخطاء في مخارج الحروف ونطق كلمات العربية بلكنة عامة أو أجنبية⁽⁴²⁾.

وهناك من رأى أنه "مع انتشار الفضائيات العربية وتنوع غاياتها وارتباطاتها واتجاهاتها، تسابقت إلى التبسيط والإسفاف والبهرجة، سعياً إلى الشيوخ والانتشار والريح، فطغى التجاري فيها على الثقافي والمحلي على القومي، والعامي على الفصيح والسطحي على المبدئي، وضعف الالتزام باللغة الفصيحة وشاعت اللهجات المحكية حتى في أكثر البرامج رصانة وجدية"⁽⁴³⁾.

وإنما تكبر المسألة حين ننتبه إلى أننا نقضي الوقت الأطول نحن وأبنائنا، أمام أجهزة التلفزيون والراديو، مستمعين أو مشاهدين، وربما أمضى نفر من الأسرة الواحدة ساعات، دون أن يحدث أحدهم الآخر مشدودين جميعاً إلى تمثيلية أو فيلم أو برنامج يشاهدونه. وحين يصدر غلط من هذا المذيع أو تلك المذيعة، في اللغة أو النحو والصرف، فإن الطفل أو الفتى - والراشد أحياناً- يحسب أن هذا هو الصواب، فإذا تكررت مرآت عديدة، رسخ الغلط في الذهن، حتى يعسر اقتلاعه في بعض الأحيان، نظراً لما تتمتع به العادة من قوة تتغلغل في ثنايا المزاج والعقل⁽⁴⁴⁾.

وفيما يتصل بالإعلانات التجارية التي تهيمن على مساحات زمنية واسعة من الفضاء التلفزي والأثير الإذاعي ناهيك عن الإعلانات الصحفية بشقيها الورقي والالكتروني، فإنها تشهد طغياناً للعامية، تحدث آثاراً سلبية على المتلقين وخاصة من الأطفال، إضافة إلى انتشار الألفاظ الأجنبية في لغة الإعلانات التجارية. وقد تم تعليل "انحسار اللغة العربية في الإعلانات التجارية إلى أمور منها تخلف الأمة العربية عن ركب الحضارة وميادين الابتكار والتصنيع، التبعية الغربية للعديد من أبناء المسلمين، حيث تجذب الإعلانات التجارية ذات الهوية الأجنبية الزبائن

وتظهر أنهم عصريون، والحاجة لدى التجار حيث أن اسم المحل أجنبي والماركات التي يَسوّقها أصلها أجنبي»⁽⁴⁵⁾.

خامساً: اللغة العربية والإعلام الجديد بين موقفين

يقول (نادر سراج) إن: الاقتراض اللغوي يشكل جانباً من جوانب التلاقح على مديات زمنية بين الثقافات واللغات. وبمقدور المناهج اللسانية رصد مفاعيل عمليات الاقتراض وسيروراتها وراعت ا ناهيك بلحظ دورها في تعزيز القدرات التواصلية ورفد النسيج اللغوي العربي بمفاهيم ومصطلحات حديثة. أما بالنسبة إلى اللغة المعتمدة في مجال الثروة الالكترونية في أجهزة الاتصال الخلوي والتراسل الالكتروني والرسائل النصية أو التداولية ومواقع (الفيسبوك) و(التويتر) فالمقترضات والمختصرات هي سيدة الموقف بلا منازع. ونلاحظ أن القاموس المتداول بين مرتادي ومدمني غرف الدردشة Chatting، هو بأغلبه مقترض ومعرب ومختصر وفق الصيغ الصوتية والتراكيب العربية الشبابية المنحى. وهذه اللغة (الإنترنتية) الشائعة في صفوف الشباب الذين نعتهم وسيلة إعلامية باعتبارهم (الفيسبوكيين)، وهم الذين تربط بعضهم بعض علاقات (فيسبوكية)، استتبع استعارة صحفية لاحقة للنعت (انترنتي)⁽⁴⁶⁾.

وقد قام الشباب في العالم العربي بتسطير قواميسه اللغوية بنفسه، متجهاً إلى تركيب تعابير جديدة والخلط بين العربي والأجنبي في التواصل، وخاصة في المستجدات من الأمور، أو عبر الاقتراض من عالم اللغة ما يلبي رغبته ويسد حاجاته. وفي هذا السياق يأتي الإعلام الذي ساعد على تعميق الشقة بين أهل اللغة الواحدة، والشاهد أن برامج للمواهب في العالم العربي وأكثرها شهرة ومتابعة، أسماؤها ليست باللغة العربية، فضلاً عن أن الكثير من المواهب المعروضة يكرس حالة الجفاء بين الشباب وثقافته، واللغة هي أحد أهم أدوات تحصيلها وكذلك التعبير عنها، وهي الوعاء الحامي لها والمحافظ على نقلها من جيل إلى جيل⁽⁴⁷⁾.

إن هذا الواقع اللغوي في شبكات التواصل يعمقه: تمدد التأثير والاكتماح الشامل لوسائل ووسائط الاتصال ودخول خدمات الشبكة العنكبوتية لكل بيت عربي، وظهور جيل جديد ينشط وعيه في نموذج الكائن العولمي المنفتح على كل الثقافات والخيارات اللغوية. ويترك ذلك واقع الأمة وضميرها أمام أسئلة حائرة وحالة من الشك والترقب، ولا ينتظر الوقت طرح الإجابات ونضج الحلول، إذ تبدو مفردات وحروف اللغة الانجليزية تسيطر على الخطاب اليومي للشباب وتكتب بها كلمات غريبة على اللسان العربي، وأخرى منه ولكنها طمست خصائصها وشخصيتها وبدا ذوبانها في اللغة الانجليزية⁽⁴⁸⁾.

وصفحات الشبكة من منتديات ومواقع تعد مثلاً حياً - مؤلماً أشد الألم - لما وصل إليه حال أبناء العربية. إن جولة واحدة في أحد المنتديات، تصيب المرء بالذهول من شدة (الانحطاط) اللغوي الذي تثن من وطأته هذه المنتديات والمواقع، فالفئة العمرية التي تتراد أمثال هذه المواقع تتراوح في أغلب الأحيان بين سن 20 إلى 30 وحتى 40، أي أنهم جميعاً قد نالوا قسطاً وافراً من التعليم، يمكنهم على أقل تقدير من الكتابة الإملائية الصحيحة، لكنك تفاجأ بكم هائل من الأخطاء التي ما كنت تتصور أن يقع فيها طالب الابتدائية. هذا فضلاً عن العامية التي تتحرر من كل قيد قواعدي أو إملائي⁽⁴⁹⁾.

ولكن هذه المواقع التي تسمى أيضاً وسائل الإعلام الاجتماعي، تشهد نمواً مستمراً، وقد أصبح عدد مستخدمي "الفيس بوك" في العالم العربي 55 مليوناً وعدد مستخدمي "تويتر" ثلاثة ملايين وسبعمئة ألف، حسب إحصائية وردت في (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الخامس لكلية دبي للإدارة الحكومية) تحت عنوان (تحولات التعليم في العالم العربي: كسر الحواجز في عصر التعلم الاجتماعي) وجاء فيه: أن التعليم أحد المجالات التي شهدت اعتماداً واسعاً على وسائل

الإعلام الاجتماعي في ظل وجود عدد كبير من المستخدمين العرب. وأن ظهور مفاهيم جديدة مثل "التعلم الاجتماعي" و"شبكات صنع القرار الذكي" و"الدورات واسعة الانفتاح على الانترنت" يساهم في تمكين المعلمين والطلاب والمؤسسات التعليمية في الاعتماد على أدوات الإعلام الاجتماعي لخلق أساليب مبتكرة في التعليم وبناء القدرات ونقل المعرفة في المنطقة العربية. وجاء في التقرير أن اللغة العربية لا تزال الأسرع نمواً على مختلف منصات وسائل الإعلام الاجتماعي في العالم. وعلى سبيل المثال، بلغت نسبة التغريدات العربية 74% من مجموع التغريدات بالمنطقة في مارس 2013 مقارنة مع 62% في العام السابق.

وبالنظر إلى الانتشار الواسع للمحتوى العربي على مواقع التواصل الاجتماعي، كشفت نتائج التقرير عن أن اللغة العربية باتت تمثل الخيار الأفضل للمحادثات على موقع (تويتر) بين الجهات الحكومية ومتابعيها من المواطنين في المنطقة العربية⁽⁵⁰⁾.

إن هذا الواقع الإعلامي الجديد الذي فرضه وجود مواقع التواصل الاجتماعي بقوة في حياة الملايين من الشباب العربي، يتطلب النظر إليه والتعامل معه، باعتباره ناقلاً رئيسياً لملايين "التغريدات" اليومية، التي تم وصفها بمدخلات سابقة، بأنها تتم خالية من الصواب اللغوي، مليئة بالأخطاء النحوية والإملائية، وجلبها بالعامية.

وقد بين (فاروق شوشة): أن التعليم أمامه فرصة رائعة للاستفادة من تلك المستجدات وربما أهمها (التويتر) كعنصر مساعد في حفز الإبداع اللغوي، حيث أن التغريدات ما هي إلا تعبير عن فكر في كلمات مقتضبة، وأنه يشكل بيئة مواتية للتدريب على الكتابة وبصفة يومية، في حين تكون التغريدات أيضاً وسيلة للبوخ عن مكنونات الصدور والعقول⁽⁵¹⁾.

وتجب الإشارة إلى أن الوسائل التواصلية، لديها من الميزات ما يعزّز وجودها ومكانها بين أهل الكتابة والثقافة والإبداع، خصوصاً مع انحسار القراءة الجادة، وانخفاض معدلات توزيع الكتاب الورقي، وإيقاع الحياة السريع الذي تعرفه حياتنا المعاصرة، وامتلاك هذه الوسائل التواصلية، مقومات الوظائف الإعلامية، في الإعلام، وسهولة الاستخدام، وقوة الجذب، واستخدام ملفات الصوت والفيديو، والقدرة على التواصل مع مختلف فئات الجمهور، والقدرة على تحديث البيانات والمعلومات، واعتبارها فضاءً واسعاً لحرية التعبير التي توفرها الانترنت، وتعدد منتجي الخطاب الإعلامي فيها، واختلاط التعامل بهذه الوسائل بين النخب والشرائح الواسعة من الجمهور، وسهولة التصفح، وتحميل المواد، وسرعة التعرف على الآراء، وردود الفعل السريعة على الرسالة الإعلامية، واستخدام أسلوب التواصل الحوارية، وإشباع الحاجات المعرفية والعاطفية، والحاجات إلى الاندماج، التي تؤكد على عضوية الفرد الفاعلة داخل المجتمع.

إن هذه المواقع متوفرة طيلة الوقت من خلال أجهزة الهواتف المحمولة، ويتحقق فيها التواصل بين المثقفين والكتاب والقراء، وتقرأ الردود فيها على المادة المكتوبة بشكل مباشر، ولا مجال فيها للمرور على الرقابة، ولا يوجد فيها قرارات لمحرم ثقافي تتحكم أو تراجع أو تجيز المواد المنشورة، ولا تدقيق ولا انتظار ولا صرامة في الإجراءات العملية والتدقيق اللغوي. وقد أدى ذلك إلى ظهور فئة من الكتاب لم تكن معروفة أو كانت تحول دونها عوائق النشر أو لا تملك الجرأة على التعبير عن البوح الأدبي الخاص⁽⁵²⁾.

وبرأينا، فإن الجهود المطلوب تضافرها من كافة الجهات والهيئات المعنية بسلامة اللغة العربية وانتشارها والحرص على سلامة قواعدنا ونطقها، يمكن أن تتجسد في كيفية تنقية هذا الفيض اللغوي الذي تزخر به وسائل الإعلام الجديد، سواء في الصحف الالكترونية أو شبكات التواصل الاجتماعي. وقد لاحظنا كيف برز هذا الضعف في التحرير الصحفي والإخباري في بعض الصحف الالكترونية

التي ساهمت تكنولوجيا الاتصال في ظهور المنصات منها في فترة زمنية قصيرة دون التيقن من القدرات اللغوية والثقافية للعاملين فيها والقائمين على إدارتها. أو في حوارات الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر حرة طليقة من أية قيود، وتقوم على البث الشخصي للرسائل عبر شاشات أجهزة الحواسيب والهواتف النقالة، وهي من الكثافة والغزارة، بحيث لو أحسن تقديمها، لشكّلت إضافة مهمة إلى اللغة العربية وقاموس مفرداتها.

ونرى أن هناك تحديات تواجه اللغة العربية المستخدمة في هذه

الشبكات، أهمها:

- أن هذه الحوارات والكتابات المسماة "تغريدات" تتطلب قدرة لغوية في

المبادرة والاستجابة وسرعة البديهة.

- أن غالبية هذه الحوارات تتم بالعامية لأن المتحاورين، وجلهم من جيل

الشباب، لا يستطيعون، أو ربما لا يحاولون، أن تكون حواراتهم بالفصحى،

فيلجأون إلى العامية التي يفكرون بها، ويجدونها أكثر ملاءمة لنقل أفكارهم

ومداخلاتهم.

- أن جانباً من هذه الحوارات تتم بالعامية لكن باستخدام الحروف

الانجليزية، وهو الأمر الذي يجعلها غير مفهومة، إلاّ عند من يستخدمونها. ويبدو

أن هناك رموزاً متعارفاً عليها في هذا الاستخدام، يقتصر على جيل الشباب.

- يتم اللجوء كثيراً إلى استخدام الآيات القرآنية الكريمة، والأحاديث النبوية

الشريفة والحكم والأمثال والقصائد الشعرية المنسوبة إلى كبار الشعراء وأمّهات

القصائد، الأمر الذي يقدم نكهة ثقافية وأدبية وجمالية على صفحات هذه المواقع،

بما يسمح لوجود التوازن بين الضعف والقوة، وبين العامية والفصحى، وبين

الحرف العربي الأصيل والحرف الأجنبي المقحم.

- إن هناك عدداً مهماً من أصحاب الأفلام والأدباء والشعراء والأكاديميين

العرب الذين لديهم صفحات على شبكات "الفيديو" وغيره، الأمر الذي يعني

مساهمة ثقافية جادة حريصة على سلامة اللغة، وسلامة الحوار، وانتقاء العبارات المتميزة بدقة التعبير، وجمالية الألفاظ، وهو ما قد يؤدي إلى إشاعة مناخ أدبي وثقافي، تصل أصداؤه وأجواؤه إلى جيل الشباب بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، مما يبقئهم على صلة باللغة العربية الفصحى في أطرها السليمة ومستوياتها الراقية.

الخاتمة

توصلت الدراسة إلى عدد من الملاحظات والاستنتاجات على النحو التالي:
إن ثورة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات كان لها إيجابيات عديدة لصالح الجمهور المستهلك للرسائل الإعلامية وخصوصاً من الجانب اللغوي وإثراء القاموس العربي بالمفردات المتجددة بصفة مستمرة.

- أن هناك دوراً مهماً نهضت به الصحافة العربية عبر تاريخها في حماية اللغة العربية وتخليصها مما يعوق فهمها وانتشارها.
- أن لغة الصحافة أو اللغة الإعلامية وصفت بأنها لغة الحياة الواقعة التي تتسم بالبساطة والسهولة وتتطلب الإيجاز والاختصار والتركيز، وأنها تعبير عن المستوى العملي من مستويات الكتابة، إلى جانب المستوى الأدبي والمستوى العلمي.
- أن الفصحى المبسطة قطعت رحلة طويلة من التطور، وأطلق عليها الفصحى المشتركة التي يتم تداولها كلغة للإعلام والتعليم داخل أقطار الوطن العربي، وهي قاسم مشترك في كل فروع المعرفة والفنون والآداب.
- أن العامية ليست لغة بين اللغات بل هي لهجات جرت على الألسنة، وهي تعبر عن بيئات محلية، لا ترقى أن تكون لغة للفهم والتواصل بين أبناء العروبة في كافة بلدانهم.
- أن الصحافة العربية المطبوعة تحرص على استخدام العربية الفصحى بمستواها الصحفي العملي المواكب للأحداث والمستجدات، وما تقع به من أخطاء يعود إلى ضعف التحرير والسرعة وضعف المهنية لدى بعض المحررين.
- أن العامية يجري تداولها في كثير مما تقدمه الوسائل الإعلامية السمعية والسمعية البصرية (الراديو والتلفزيون) وأن هناك أخطاء كثيرة يلاحظها

- المستمعون والمشاهدون في المواد الإذاعية المقدمة بالفصحى، سواء من النواحي القواعدية أو أخطاء النطق وغيرها.
- أن هناك إيجابيات كثيرة تقدمها وسائل الإعلام لجهة نشر اللغة العربية وإثراء مفرداتها بما يستجد يومياً من خلال المعالجات الإعلامية سواء في عملية التعريب أو الترجمة السريعة للأخبار الدولية.
 - أن وسائل الإعلام تساهم في التخفيف من الأثقال اللغوية، من خلال اللجوء إلى التعبيرات المباشرة السهلة، وأن هناك دوراً مهماً تقوم به هذه الوسائل في التنمية اللغوية وإثراء المعجم اللغوي.
 - وإلى جانب الإيجابيات الآتفة الذكر، فإن هناك سلبيات ضارة تلحق باستخدامات اللغة العربية في وسائل الإعلام، لعل أبرزها طغيان العامية في الوسائل السمعية والسمعية البصرية وفي الإعلانات التجارية.
 - أن الصحف الالكترونية، التي كانت من ثمار تكنولوجيا الاتصال، ظهر الكثير منها في فترة زمنية قصيرة دون أن تكون معتمدة على أجهزة تحريرية تتمتع بالقدرات اللغوية والمعرفية لتقديمها إلى القراء، وقدمت مستويات تحريرية ولغوية تتصف بالضعف.
 - أن هناك "لغة شبابية" قائمة على الاقتراض اللغوي، وهي شائعة الاستخدام على شبكات التواصل الاجتماعي وأجهزة الاتصال الخليوي والتراسل الالكتروني.
 - أن العامية طاغية على حوارات الشباب ومدخلاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن حروف اللغة الانجليزية تسيطر على الخطاب الإعلامي للشباب.
 - أن وسائل الإعلام الاجتماعي، التي تشهد نمواً مستمراً، تشهد كثافة في الاستخدام باللغة العربية، وأن هناك ملايين التغريدات باللغة العربية على مواقع الفيسبوك وتويتر.

- أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر عنصراً هاماً في حفز الإبداع اللغوي، حيث أن التغريدات ما هي إلا تعبير عن الفكر في كلمات مقتضبة.
- أن أجواء الحوار في هذه المواقع مفعمة بالحيوية، مما يشكل رصيماً جيداً للغة وانتشارها إذا ما أحسن الأداء المحيط بالاستخدام اللغوي، وذلك بسبب اتساع هذه المواقع لتقديم الصور والرسوم والمعلومات والأخبار.

الهوامش والمراجع

- ١ - محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص22.
- ٢ - محي الدين عبد الحليم، الاتصال بالجماهير والرأي العام، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1993، ص104-105.
- ٣ - جيهان رشي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978، ص366.
- ٤ - أديب خضور، مدخل إلى الصحافة - نظرية وممارسة، ط2، دمشق، 2000، ص61.
- ٥ - تيسير أبو عرجه، الثقافة العربية وتقانة الإعلام الجديد، في كتاب مستقبل الثقافة العربية في ظل ثورة المعلومات، رابطة الكتاب الأردنيين، عمان، دار الينابيع للنشر والتوزيع، 2000، ص157-159.
- ٦ - عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، القاهرة وبيروت، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني، 1980، ص156.
- ٧ - محمد سيد محمد، الصحافة بين التاريخ والأدب، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985، ص50.
- ٨ - عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فن التحرير الصحفي، ط 2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965، ص216.
- ٩ - عبد اللطيف حمزة، المرجع السابق، ص217، 170.
- ١٠ - عبد العزيز شرف، لغة الحضارة وتحديات المستقبل، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1999، ص56.

- ١١ - محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، القاهرة، دار النهضة العربية، 2008، ص 100-101.
- ١٢ - عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، المرجع السابق، ص 55.
- ١٣ - عبد العزيز شرف، لغة الحضارة، مرجع سابق، ص 170-171.
- ١٤ - وديع فلسطين، قضايا الفكر في الأدب المعاصر، ط 2، بيروت، دار الجديد، ص 18-19.
- ١٥ - عبد العزيز شرف، لغة الحضارة، مرجع سابق، ص 105.
- ١٦ - عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عمان، دار مجدلاوي، 1999، ص 243.
- ١٧ - عبد العزيز شرف، لغة الحضارة، مرجع سابق، ص 185-186.
- ١٨ - نهاد الموسى، اللغة العربية في العصر الحديث، عمان، دار الشروق، 2007، ص 29.
- ١٩ - نهاد الموسى، المرجع السابق، ص 180.
- ٢٠ - تيسير أبو عرجه، تقويم لغة الصحافة العربية اليوم، كتاب ندوة اللغة العربية ووسائل الإعلام، جامعة البترا، 2000، ص 30.
- ٢١ - تيسير أبو عرجه، المرجع السابق، ص 40-41.
- ٢٢ - نهاد الموسى، المرجع السابق، ص 109.
- ٢٣ - صالح أبو أصبع ومحمد عبيد الله، فن المقالة، عمان، دار مجدلاوي، 2002، ص 21-22.
- ٢٤ - محمود علم الدين وليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2004، ص 10.

- ٢٥ - زكي نجيب محمود، في تحديث الثقافة العربية، ط 2، القاهرة، دار الشروق، 1993، ص261.
- ٢٦ - فاروق خورشيد، هموم كاتب العصر، القاهرة، دار الشروق، 1981، ص61.
- ٢٧ - فاروق خورشيد، المرجع السابق، ص126-128.
- ٢٨ - أحمد المعتوق، الحصيلة اللغوية، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، رقم1996، 212، ص92.
- ٢٩ - رجاء النقاش، أدباء معاصرون، بغداد، وزارة الإعلام العراقية، سلسلة الكتب الحديثة، 1972، ص87.
- ٣٠ - مصطفى ناصف، اللغة والتفسير والتواصل، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، 1995، 193، ص126.
- ٣١ - مصطفى ناصف، المرجع السابق، ص338-340.
- ٣٢ - كامل جميل ولويس، اللغة العربية في وسائل الإعلام، الكويت، ط 2، وكالة الأنباء الكويتية، 2005، ص32-33.
- ٣٣ - صحيفة الاتحاد الإماراتية، تقرير صحفي بعنوان: وسائل الإعلام تساهم في تشكيل الذائقة الإنسانية وجريان لغة الضاد على الألسنة، مداخلة فاروق شوشة، 12/ يوليو/ 2013.
- ٣٤ - محمد الأمين، اللغة العربية في وسائل الإعلام، موقع مقالات إسلام ويب، بتاريخ 20/12/2010.
- ٣٥ - أحمد بن نعمان، واقع اللغة العربية في أجهزة الإعلام (عرض تقويمي)، ورقة علمية مقدمة إلى ندوة اللغة العربية إلى أين، جامعة أم القرى، ومنشورة على الرابط:

<http://www.isesco.org.ma/pub/arabic/langue-arab/p6.htm>

- ٣٦ - عبد الرحمن هاشم، أثر وسائل الإعلام في اللغة العربية- قراءة في كتاب الدكتور جابر قميحة، موقع رابطة أدباء الشام، على الرابط www.odabasham.net/show.php?sid=34467
- ٣٧ - فاروق شوشة، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في جمهورية مصر العربية - دراسة تحليلية ونقد، عمان، مجمع اللغة العربية الأردني، حزيران 2003.
- ٣٨ - صحيفة الاتحاد الإماراتية، مداخلة محمد يوسف، المصدر السابق.
- ٣٩ - سامي أبو العز - تقرير بعنوان: منتدى الإعلام العربي يتصدى لأزمة اللغة العربية، دبي، مداخلة فاروق شوشة، منشور على الرابط الآتي: www.alwafd.org
- ٤٠ - تيسير أبو عرجه، فن المقال الصحفي، عمان، دار مجدلاوي، 2010، ص 117-118.
- ٤١ - الأبيّة (اسم مستعار لكاتبة عربية)، أثر الإعلام في تقويض دعائم العربية، منشور في موقع مدار القلم، بتاريخ 2013/3/15.
- ٤٢ - عبد الرحمن هاشم، قراءة في كتاب د. جابر قميحة، المرجع السابق.
- ٤٣ - تقرير صحفي بعنوان: كيف نصون لغتنا العربية في عصر الإعلام، مداخلة د. سهيل الملاذي، نشر بتاريخ 2012/11/5.
- ٤٤ - نصر الدين البجرة، اللغة العربية والإعلام، موسوعة دهشة، الناشر: الهاشمي، على الرابط: <http://http://Awu-dam.org/trath/78/turath78-001>
- ٤٥ - حلقة نقاش بعنوان " اللغة العربية والإعلان " مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، نشر بتاريخ 23 ابريل 2013.

- ٤٦ - نادر سراج، الشباب ولغة العصر، بيروت، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2012، ص34،63،66،68.
- ٤٧ - خالد الخاجة، اللغة العربية والإعلام الجديد، صحيفة البيان الإماراتية، 12 فبراير 2013.
- ٤٨ - عبد الرافع محمد، واقع اللغة العربية وهواجس المستقبل، نشر في موقع الجزيرة نت، بتاريخ 2012/12/29.
- ٤٩ - الأبيّة، أثر الإعلام في تفويض دعائم العربية، المصدر السابق، بتاريخ 2013/3/15.
- ٥٠ - تقرير صحفي بعنوان: 3.7 مليون مستخدم نشط لتويتر وأكثر من 55 مليون مستخدم لفيسبوك في العالم العربي، البوابة العربية للأخبار التقنية.
- ٥١ - سامي ابو العز، منتدى الإعلام العربي يتصدّى لأزمة اللغة العربية، مداخلة فاروق شوشة، المصدر السابق.
- ٥٢ - تيسير أبو عرجه، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الثقافة العربية - الفيسبوك أنموذجاً، الجسرة الثقافية الإخبارية الإلكترونية، سبتمبر 2013.

التعليقات والمناقشات

- د. حامد صادق قنبي

يرى أن التدفق اللغوي عن طريق الصحافة المعاصرة لا يمكن تجاهله، وهذا التدفق أمدّ اللغة العربية بكثير من الألفاظ والتراكيب التي عاصرت الحداثة والتجدد في المفاهيم والأفكار.

ويتساءل: إلى أي مدى يتفق أو لا يتفق هذا التدفق اللغوي عن طريق الصحافة مع قرارات مجامع اللغة العربية؟

- د. خلف الجرادات

يرى حماساً كبيراً للإعلام في الورقة، إذ كاد الباحث يبرئ ساحته من مشكلة خطاب العصر الذي يتحمل الإعلام وزرها أو وزر جزء كبير منها.

كما يرى أن الإعلام يتحمل تأثيرات سلبية على اللغة ولا يتحدث هنا عن التخطئة الصرفية أو النحوية البسيطة، وإنما ما تجاوزته لغة الإعلام إلى أكثر من ذلك بكثير حتى صارت القضية قضية معنى.

- د. عاطف فضل

يخالف رأي الباحث في أن الإعلام ينشر اللغة، ويرى بصفته متابعاً جيداً للإعلام بكل أشكاله- أن هناك مجازر لغوية تدور في كل الفضائيات عدا قناة الجزيرة التي تضبط اللغة وتلتزم قواعدها.

رد الدكتور تيسير أبو عرجة

فيما يخص الفجوة بين مجامع اللغة العربية والصحافة يرى أن هناك فجوات عدّة بين الصحافة وأشياء كثيرة؛ فالصحافة مهنة تركّز كثيراً وربما لا تلتفت لبعض الجهود المبذولة، وربما تكون المجامع مقصرة في نشر بضاعتها أو تقديمها

لهذه الوسائل الإعلامية على الرغم من عدم تقصيرها في خدمة اللغة، وربما تكون الصحافة أسرع ويكون جهد المجامع أبطأ؛ فالصحافة كلُّ يوم أمام تحدٍّ جديد من حيث استخدامها اللغة، ودخول مفردات جديدة فيها كل يوم.

وفيما يخص جمع كلمة "الخطاب" يقول: كلمة الخطاب مفردة تعني عن الجمع، فهي مفردة وجمع. وإذا قلنا مثلاً: هطل المطر لا داعي لأن نقول: هطلت الأمطار.

والخطاب مفرداً يغني عن الجمع؛ لأن الخطاب ليس اللغة فقط وإنما اللغة بالمعنى والفكر وهذا هو الخطاب.

وبخصوص تأثير الإعلام يقول: ضمت ورقتي تأثيرات إيجابية وأخرى سلبية للإعلام، ولدي مذبحة في الحديث عن السلبيات، وحديثنا الدائم عن اللغة يتعلق في تقليل السلبيات ومحاصرتها وفي كيفية تدريب الإعلاميين وكيفية تعيين المراجعين اللغويين.

كما يرى أن أخطاء الصحافة تكمن في الصياغة ولكن أخطاء الإذاعات وقنوات التلفزة تكمن في مجازر العامية التي تخاض فيها، وهناك فرق بين تجويد أخطاء الصياغة وبين مذبحة اسمها العامية.

وفيما يخص ما ذكره د. الجرادات يقول: إن عصر العولمة الذي نشهده ونعيشه هو عصر ثورة تكنولوجية إلكترونية مذهلة، جعلت من المواطن صحفياً وجعلت كل إنسان قادراً على امتلاك صحيفة، وجعلت بدلاً من الصحيفة أربعين وبدلاً من الإذاعة خمسين وبدلاً من المحطة الفضائية مئات وهكذا، فأين لهذه أن تؤمّن الخريجين القادرين على ضبط اللغة، كما أن المشكلة اللغوية تكمن في الخريج الجامعي الذي يدرس سنوات ولا يحصل من اللغة الكثير، لأن القدرة

اللغوية تكمن في النذوق اللغوي والبناء السليم المستند إلى تدريس القرآن والجهد الذي يبذل لتحقيق هذا البناء وذلك بفرض مساقات لغوية عديدة في أقسام الإعلام في الجامعات لبناء ثروة لغوية هائلة. إلا أن طبيعة الإعلام تقتضي التنافس لأن هناك سرعة في الخبر؛ لذا لا بدّ من العودة إلى ما كنا عليه من تدريب مكثّف للمراجعين اللغويين وإعداد لغوي طيب للإعلاميين، لتخلص من سلبيات الإعلام الذي يأتيه الخريج طامحاً بمنصب رئيس التحرير من اليوم الأول. كما أنه لا يمكن لأحد أن ينكر أن الإعلام يصنع اللغة، واللغة تأتي عن طريقه بمئات المصطلحات التي نقرأها يومياً وإن كان بعضها قادم بالترجمة؛ فهذه ميزة تضاف إلى لغتنا التي تقبل الترجمة والاشتقاق والنحت والتعريب وتستخدم في لغتنا وكأنها جزء من كيانها اللغوي، فنقول: لوجستي، وديمغرافي، ومليشيا... وغيرها.