

## أزمة اللغة العربية في وسائل الإعلام العربية

### The crisis of the Arabic language in the Arab media



د. محمد عبد الله خريف - السودان

أستاذ اللغة العربية ومدير الإعلام التربوي السابق - الخرطوم



د. سعيد محمود موسى - السودان

أستاذ اللغة العربية المساعد - جامعة الملك خالد  
المملكة العربية السعودية

#### Abstract

This study came to achieve a number of objectives. The most important of them are: standing on the reality of the Arabic language in the Mass media, revealing the challenges facing the Mass media to raise the level of the Arabic language in them, proposing solutions, and showing the role of the Mass media in preserving the Arabic language. It reached to these results, which are: among the reasons for the decreasing of the Standard Arabic language in the media, is the media personnel's ignorance of it, their fascination with the West and other languages, and the lack of awareness of the role of Arabic in preserving the nation and its identity. The two researchers recommend: Developing the linguistic capabilities of media professionals, and creating and adopting firmware In order to circulate proper methods.

#### مستخلص الدراسة

مستخلص الدراسة: أتت هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف؛ أهمها: الوقوف على واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام، والكشف عن التحديات التي تواجه وسائل الإعلام للنهوض بمستوى اللغة العربية فيها واقتراح الحلول، وإظهار دور وسائل الإعلام في المحافظة على اللغة العربية. وتوصلت إلى عدد من النتائج، أبرزها: من أسباب انحسار اللغة العربية الفصيحة في وسائل الإعلام، جهل الإعلاميين لها، وانبهارهم بالغرب واللغات الأخرى، وعدم الإحساس بدور العربية في المحافظة على شخصية الأمة وهويتها، وأن مما يعيق الاستخدام الأمثل لها في وسائل الإعلام عدم التوظيف اللغوي السليم لموقع اللغة الإعلامية، ومستويات التعبير اللغوي. من مسؤوليات الإعلام تجاه اللغة العربية حفاظاً عليها: تنمية الوعي اللغوي والارتقاء بالعامية. يوصي الباحثان ب: تنمية القدرات اللغوية للإعلاميين، وإيجاد واعتماد برامج ثابتة بوسائل الإعلام من مثل: أخطاء شائعة - قل ولا تقل - لغتي الجميلة...، وذلك من أجل تعميم الأساليب السليمة.

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد، وآله وصحبه أجمعين، وبعد  
اتساقاً مع أهداف هذا المؤتمر العلمي، تأتي هذه الورقة في المحور الخامس بعنوان: «أزمة  
اللغة العربية في وسائل الإعلام العربي».

### مشكلة الدراسة

يمكن صياغتها في الأسئلة الآتية:

١. ما واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام العربية؟
٢. ما المطلوب والمأمول من أجل النهوض بمستوى اللغة العربية في وسائل الإعلام؟
٣. ما العقبات التي تحول دون التوظيف اللغوي السليم في وسائل الإعلام؟

### أهمية الدراسة

تبدو أهميتها من خلال العلاقة الوثيقة بين اللغة العربية ووسائل الإعلام، والدور  
الذي تلعبه وسائل الإعلام في العملية التعليمية، وضرورة الوقوف على العقبات التي تحول  
دون التوظيف اللغوي السليم في وسائل الإعلام، واقتراح الحلول.

### أهداف الدراسة

١. الوقوف على واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام.
٢. إبراز العلاقة الوثيقة بين اللغة العربية ووسائل الإعلام.
٣. الكشف عن التحديات التي تواجه وسائل الإعلام للنهوض بمستوى اللغة العربية فيها،  
واقترح الحلول.
٤. إظهار دور وسائل الإعلام في المحافظة على اللغة العربية.

### منهج الدراسة: الوصفي التحليلي

**الدراسات السابقة:** من خلال اطلاعنا لم نعثر على دراسة بهذا العنوان، غير أننا  
استفدنا مما توافر لنا من مصادر ومراجع، والاطلاع على بعض المقالات، فضلاً عن  
الملاحظة والممارسة ومعايشة الواقع.

**هيكل الدراسة:** تتفق هذه الدراسة في مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة.

## المبحث الأول

### واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام العربية

المتتبع لوسائل الإعلام العربية يجد أنّ اللغة العربية الفصيحة تواجه تحديات خطيرة، توشك أن تعصفَ بها، وهي محتاجة إلى وسائل كثيرة تعينها على الصمود في مواجهة التحديات، وقد كان الأمل -وما زال- معقوداً على وسائل الإعلام العربي المختلفة؛ لكي تؤدي بعضاً من هذا الدور أو معظمه؛ فأجهزة الإعلام -من تلفاز، وإذاعة، وفضائيات، وصحافة وغيرها من وسائل الثقافة والتثقيف المهمة- باستطاعتها أن تضطلع بدور لا يماثلُه دور في خدمة اللغة العربية الفصيحة، ونشرها بين الناس، وتحبيبها إليهم، وفي الانتصاف لها من طغيان العاميَّات، وتسربها إلى كلِّ نشاط من أنشطة حياتنا العربية؛ فقد دخلت هذه الأجهزة كلَّ بيت، وسكن إغواؤها وإغراؤها جميعَ النفوس والأفئدة، ولكن هل تتعل وسائل الإعلام ذلك؟ أجل إن بعضاً منها يفعل، ولكن كثيراً منها صار معولَ هدمٍ وتخريب.

وصار حظُّ العامية في وسائل الإعلام يتضاعف يوماً بعد يوم، حتى بدت العاميَّات المختلفة هي المهيمنة هيمنةً واضحة، حتى كأنما يُراد حملَ المتلقي العربي عليها حملاً، وجعلها واقعاً لغوياً مفروضاً عليه، بدلاً من العربية الفصيحة؛ لغة الدين والحضارة والأصالة والتوحد<sup>(١)</sup>.

### بعض أسباب انحسار اللغة الفصيحة في وسائل الإعلام

١. الجهل بها من قبل كثير من الإعلاميين.
٢. عدم الإحساس بأهمية اللغة العربية الفصيحة، أو تقدير دورها في الحفاظ على شخصية الأمة

(١) الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، نور الدين بلبل، كتاب الأمة، وزارة الأوقاف القطرية العدد ٨٤.

وكرامتها وهويَّتها ووحدها.

٣. ظنُّ فاقدي الثقة بأمّتهم وحضارتهم أن استعمال اللغات الأجنبية دليلُ الحضارة والرُقَى.
٤. الانبهار بالآخر الغربي، ومن هذا الانبهار بلغته وإيثارها على العربية.
٥. التكاسل في الترجمة والتعريب، وإيثار الجاهز من الألفاظ والمصطلحات والمسميَّات الأجنبية.
٦. غياب القرار السلطوي -في أغلب وسائل الإعلام العربية- الذي يُكزِّم بالفصيحة، ولا سيما عندما يستشري الخطر، ويتفشَّى الداء.

### إيجابيات الإعلام في خدمة اللغة الفصيحة

إنَّ الإنصاف في القول يقتضي أن نشير إلى أن بعض وسائل الإعلام العربية قد خدمت اللغة العربية، وكان لها دور إيجابي في نشرها وتقريبها من المتلقين، بل تحبيبهم فيها. إن اللغة العربية المستعملة في بعض وسائل الإعلام هي لغة فصيحة، سهلة التداول، قريبة من أفهام عامة الناس، وهي لغة مقبولة على ما قد يشوبها أحياناً من بعض الأخطاء اللغوية، أو الأسلوبية، أو النحوية، ولكنها أخطاء يمكن تجاوزها، والارتقاء بلغة الإعلام، ولا سيما إذا ازداد الوعي اللغوي، ونما الإحساس بأهمية العربية، والحرص على ألا تزاحمها العاميَّات في هذه الأجهزة التثقيفية المهمة. إن الإعلام - بما يملك من إمكانات التواصل المذهلة، وبسبب تأثيره البالغ في المتلقين - يمكن أن يكون من أنجع وسائل الازدهار اللغوي، وتقريب المسافة بين المواطن العربي ولغته القومية، وإنه لقادرٌ على خدمة اللغة العربية خدمةً لا حدود لها، ولا سيما في عصر ثقافة الاستماع، ثقافة الصورة المصاحبة بالكلمة المنطوقة، واستعلائها على الكلمة المقروءة.

## المبحث الثاني

### العقبات التي تحول دون التوظيف اللغوي السليم في وسائل الإعلام

ويحاول الباحثان تناول هذا العقبات من خلال هذه النقاط:

#### موقع اللغة الإعلامية

إن تحديد مفهوم اللغة الإعلامية لا يستغني عن نتائج الدراسات اللغوية بمختلف ميادينها، إذ تمدها بما تهتدي إليه من ظواهر لغوية، وما تكشفه من بحوث فنية تصيد 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 والتطور هي اللغة الإعلامية المؤثرة حقاً<sup>(٢)</sup>. وقد أدى هذا إلى ظهور لغة من نوع جديد غير اللغة الأدبية بمستواها التذوقي الجمالي، وغير لغة العلم، فاللغة الإعلامية الجديدة تسعى إلى جميع فئات القراء وإلى تحقيق المستوى العملي على الصعيد الاجتماعي للغة.

#### اللغة والدلالة والاتصال الإعلامي

إن علم اللغة قد حقق بمنهجه في تحليل البنية والدلالة درجة عالية من الدقة بحيث أصبح كثيرون من المشتغلين بعلوم الاتصال بالجماهير يطبقون الأسس المنهجية للتحليل اللغوي أو تحليل البنية اللغوية في بحث عمليات الاتصال بالجماهير المختلفة، فبدأ التمييز بين الدراسة الوصفية للبنية وبين الدراسة التطورية لها، وتوصلوا بالتمييز بين العناصر الرمزية

الدالة وما تدل عليه في إطار المجتمع، وأخذ الباحثون في الاتصال بالجماهير يبحثون في اللغة باعتبارها عنصراً أساسياً في عملية الاتصال الإعلامي<sup>(٣)</sup>. فاللغة إذن هي العروة الوثقى التي جعلت الاتصال عملية اجتماعية، وهي التي تحدد الكيان الاجتماعي للاتصال الإعلامي أو اضطرابه في مواجهة المعايير التي يفرضها المجتمع في المظهر والسلوك، وعلى ذلك فإن منهج البحث الإعلامي في اللغة إنما يهدف إلى البحث في ماهية اللغة من حيث كونها أداة اتصال يستعملها المشتغلون في الأجهزة الإعلامية، بحيث ينصب المنهج على البحث بشكل خاص في اللغة الإعلامية بمستواها العلمي الاجتماعي، باعتبارها كياناً خاصاً متميز الملامح والسمات، مستقلاً عن اللغة بمستويها التذوقي الفني الجمالي والعلمي النظري التجريدي، ذلك أن اللغة الإعلامية لا تهدف إلى مناقشة حاسة الجمال للقارئ، بل على العكس من ذلك تتضمن اتصالاً ناجحاً أساسه الوضوح والسهولة.

#### اللغة الإعلامية والتناغم بين عناصر الاتصال

لا بد من توافر التناغم والتوافق بين المرسل والمستقبل، وهذا يعني وجود معانٍ وخبرات مشتركة بين المرسل والمستقبل، وكلما كان المرسل والمستقبل متفاهمين في إطار دلالي واحد، كان ذلك أقرب ما يكون إلى الفهم<sup>(٤)</sup>.

إن آلية الاتصال والاستقبال مرهونة بالمرسل والمستقبل، فكلما كانت المرتكزات الأساسية بينهما مشتركة مثل الخبرات، والظروف الاجتماعية والاقتصادية والنفسية والسياسية والثقافية والجغرافية والتاريخية والوجدانية، كانت عملية الاتصال أوضح وأسرع وأبعد عن التشويش.

(٢) الفكر واللغة، صقر خوري، مجلة المعرفة السورية، العدد ٤٩٦، ص ١٧٩، ٢٠٠٥.

(٤) علم الإعلام اللغوي، عبد العزيز شرف، المركز الثقافي الجامعي، القاهرة، ص ٦٣.

(٢) أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، د. جابر قميحة، من إصدارات نادي المدينة المنورة الأدبي رقم ١١.

## اللغة الإعلامية ومستويات التعبير اللغوي

توجد ثلاثة مستويات للتعبير اللغوي: أولها المستوى التذوقي الفني والجمالي، ويستعمل في الأدب والفن، وثانيها المستوى العلمي النظري التجريدي، ويستعمل في العلوم، وثالثها المستوى العلمي الاجتماعي العادي الذي يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام. وهذه المستويات الثلاثة كائنة في كل مجتمع إنساني، والفرق بين المجتمع المتكامل السليم والمجتمع المنحل المريض، هو تقارب المستويات اللغوية في الأول، وتباعدها في الآخر - فتقارب مستويات التعبير اللغوي، دليل على تجانس المجتمع، وتألف طبقاته، وحيوية ثقافته.

## اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية

إذا كانت اللغة العربية هي اللغة الشعرية أو الشاعرة كما وصفها الأستاذ العقاد، لغة بُنيت على نسق الشعر في أصوله الفنية والموسيقية، فهي في جملتها فنٌ منظوم منسق الأوزان والأصوات لا تنفصل عن الشعر في كلام تألفت منه، فإن اللغة العربية كذلك لغة إعلامية، نعني بذلك أنها لغة بُنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، تعرض مواد مبسطة يسهل على الجماهير فهمها، كما أنها تتماشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده، فالألفاظ العربية تدل على تفكير العرب ونظرتهم إلى الأشياء<sup>(٥)</sup>، واللغة العربية لغة دالة، ترمي إلى التبسيط من خلال منهج لوضع الألفاظ للمعاني الجديدة، يختار صفة من صفات الشيء الذي يراد تسميته أو بعض أجزائه أو نواحيه أو تحديد وظيفته وعمله<sup>(٦)</sup>، وعليه فإن اللغة الإعلامية لا تختلف في منهج تطويرها للغة عما يريده اللغويون وحراس

اللغة، ورغم أن الإعلامي مطالب بتكيف أخباره ومقالاته وفنونه التحريرية وفقاً للقوالب الصحفية المنشورة، فإن عليه أن يحرص على القواعد المصطلح عليها في النحو والصرف والبلاغة وما إليها، وإذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى من بساطة وإيجاز ووضوح ونفاذ مباشر وتأكيد وأصالة وجلاء واختصار<sup>(٧)</sup>، إن الكلمات لا تستعمل في واقع اللغة الإعلامية تبعاً لقيمتها التاريخية، ذلك أن للألفاظ في الإعلام قيمة وقتية محددة باللحظة التي تستعمل فيها، وقيمة المفردات خاصة بالاستعمال الوقتي الذي تستعمله، وقد تمر لحظة تستعمل فيها كلمة ما استعمالاً مجازياً، ولكن هذه اللحظة لا تطول؛ لأنّ للغة معنى واحداً في الوقت الواحد<sup>(٨)</sup>. إن استخدام اللغة العربية بشطريها: الفصحى والعامي في وسائل الإعلام، ومدى ملائمة وعدم ملائمة كل منهما في الوقت نفسه، أدى إلى ظهور تيارين، تيار يؤيد استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام، والآخر يرفض هذا المبدأ داعياً إلى استخدام العامية بدلاً منها، إذ يرى التيار الأول (الفصحى) أن استخدام العاميات يُعدُّ إفساداً للغة والثقافة، وأن اللغة العربية الفصحى تؤدي إلى فوائد عدة، منها تنمية الحس الفني لجمالية اللغة، وخلق مناخ مستمرة تجاه عوامل التجزئة على الصعيد القومي والوطني، بينما سيؤدي استخدام العامية إلى تكريس التجزئة الوطنية والقومية، وبالتالي فهي انتحار، بينما يرى التيار الآخر أن واقع الحال يفرض استخدام العامية فهي اللغة المشتركة الأقرب إلى فهم الجمهور. ويرى الباحثان أن جنوح اللغة الإعلامية إلى الاستعانة

(٧) اللغة الإعلامية ص ١٢٥.

(٨) اللغة العربية وتحديات العولمة، عبدالله أبو هيف، المجلة العربية للثقافة، العدد ٤٢، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، ديسمبر ٢٠٠٢، ص ٤١٨.

(٥) اللغة الإعلامية، عبد العزيز شرف، دار الجيل، بيروت، ص ١٢٣

(٦) اللغة العربية بين الثبات والتغيير، محمد عبده فلفل، مجلة المعرفة السورية، العدد ١٩٩٧، ٤٠٢م، ص ١١٦.

بالعاميات يرجع إلى عدة أسباب، منها:

١. إن وسائل الإعلام الجماهيريّ صنعت جمهوراً إعلامياً يحتوي على شرائح أميّة أو شبه أميّة أبجدياً وثقافياً، مما جعل الفصحى تشكل حائلاً اصطلاحياً وتواصلياً وتأثيرياً لا يمكن تخطيه إلا باللجوء إلى العاميات.

٢. اعتقاد بعض الوسائل الإعلامية التي تُدخِل العاميات إلى أغلب موادها، أنّ ذلك هو الوسيلة المثلى لاستقطاب الجمهور، مدفوعة باعتقاد أنّ مواكبة العصر والتطور ومحاكاة الأمم الأكثر تقدماً تستوجب الابتعاد عن الفصحى واللجوء إلى العاميات

٣. المضامين الهابطة لبعض المواد (البرامج) وخاصة الترفيهيّة، تحتم استخدام العاميات، لأنّ الفصحى لا تتلاءم بطبيعتها مع هذا النوع من الثقافات الترفيهيّة.

واللغة العربيّة بسبب هذا الواقع تبدو اليوم من أكثر اللغات حيرةً بين الولاء لماضيها وماضي أصحابها الثقافيّ، وبين الالتزام بمتطلبات الوقائع والأحداث الجديدة، وحرصاً على سلامة اللغة العربيّة الفصيحة من التجزئة والتشتت والضياع وعدم الهبوط بالمستوى الثقافيّ اللغوي لدى الجمهور، وفي الوقت نفسه عدم استخدام لغة غير قادرة على التعبير عمّا يجري على الواقع من مجريات جديدة، فإنّ المطلوب هو السعي إلى توازن لغويّ خلاق بين الولاء للماضي والالتزام بالحاضر.

ويجدر بنا الحديث عن دور الصحافة العربيّة التي كانت أولى وسائل الإعلام ظهوراً في العالم العربيّ، وهي التي أدت وتؤدي دوراً مهماً في نشر الوعي الاجتماعيّ، وقد تعدّدت عثرات اللغة الصحفية، وكثرت كبواتها وجنت أحياناً على الفصيحة، ومن أهم هذه العثرات: غزو الألفاظ العاميّة لأسطر الصحف والمجلات، وقلماً تسلّم صحيفة أو مجلة من ذلك، وهذا من أفظع ما جنته

الصحافة على الفصحى. كما تملئ صفحات الجرائد والمجلات بالإعلانات التي تُصاغ بالعاميّة، وكذلك النشرات الإرشاديّة وأغلب مجلات الأطفال، ومن العثرات أيضاً التي تقع فيها الجرائد والمجلات شيوع اللحن والأخطاء النحويّة، والأساليب اللغوية الركيكة على صفحاتها، ويرجع الباحثان السبب في ذلك إلى ضعف إمام المحررين بقواعد اللغة العربيّة، وعدم الاعتناء بالأساليب اللغوية السليمة، وهناك ما يُسمى في عالم الصحافة بالقوالب الجاهزة التي تُصّب فيها المادة الصحفية، وهذا ما نراه في كتابة خبر معين في كثير من الصحف وبطرائق متشابهة، وأنّ بعضاً منهم يستخدم ألفاظاً ومفردات أجنبية على الرغم من وجود لفظ عربيّ مقابل لها<sup>(٩)</sup>. ومن التّحديات التي تواجه الإعلام العربيّ حرب اللّهجات المستمرة بين الإذاعات والفضائيات العربيّة، والتنافس المحموم لحيازة الريادة لنشر عاميّة هذه الإذاعة أو تلك الفضائيّة بين أكبر عدد من المستمعين أو المشاهدين، ومن الحلول المقترحة للقضاء على هذه الظاهرة الملوثة للغة وما تحمله من قيم:

١. محاربة العاميّة في الصحف والمجلات والقنوات.

٢. التّوعية الإعلاميّة بأهميّة اللغة العربيّة وذلك بطريقة تلائم عصرنا.

بعد ذلك كله يحق لنا أن نتساءل -نحن المعنيين بالمسألة اللغويّة- هل ينبغي أن يقتصر الاهتمام بهذا الموضوع على الجانب الاحتفاليّ «طقوس تمكين العربيّة» الذي لا يخلو من فائدة؟

إنّ المجتمع العربيّ يعاني نقصاً معرفياً مركباً، وهذا ما أشار إليه بعض المفكرين العرب، ومنهم المفكر العربيّ نبيل عليّ في كتابه العقل العربيّ ومجتمع المعرفة، يرى جهلاً في المعرفة وجهلاً باللغة،

(٩) العربية في الإعلام: الأصول والقواعد والأخطاء الشائعة محي الدين عبد الحليم، ص ١١.

## المبحث الثالث

### المطلوب والمأمول من وسائل الإعلام

#### للمحافظة على اللغة العربية

يرى الباحثان أنّ من مسؤوليات الإعلام تجاه اللغة العربية:

#### أ- تنمية الوعي اللغوي:

اللغة كائنٌ حيٌّ ينمو، ووسائل الإعلام عامة دورٌ مهمٌّ في تطوير اللغة العربية، وقد أضافت أجهزة الإعلام بمختلف وسائلها عبر ما يقرب من قرنين إلى اللغة العربية كلمات وعبارات وتراكيب جديدة مبتكرة، ألّفها المجتمع على ألسنة الناس سلسلةً سهلةً<sup>(١١)</sup>.

ولغة الإعلام -مهما يكن من أمر- فقد أضافت إلى اللغة العربية عبارات لا تُحصى وأثّرت حركتها بأن جعلت فيها حيوية تتفق مع روح العصر. وعملية الإنماء اللغوي هذه تتطلب العمل المستمر على فرض رقابة تضمن للغة العربية باستمرار ما يقبها من التّحريف وتجعلها دائماً على مستوى الرّقي الفكريّ في كلّ جيلٍ من الأجيال، وهذا يتطلب أن تتضافر وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية لتكوين الملكة السليمة في تقديمها للنماذج اللغوية الصّحيحة وتعميمها<sup>(١٢)</sup>.

ولهذا لا بدّ لوسائل الإعلام أن تحسّن اختيار اللفظ والعبارة، وتراعي الكلمات الصحيحة التي

وهناك أسباب عدة وراء هذا الجهل بالمعرفة، ما بين فلسفيّة واجتماعيّة ونفسية ومعلوماتيّة، وقصور في الأسس النظرية والوسائل العملية، فهو يرى: (أنّ أحد أهم أسبابها في رأيه الجهل باللغة، صنّعة المعرفة وصانعتها، فمع كلّ الإنجازات التي تحققت في مجال اللغة خلال القرن الماضي، فإنّ اللغز اللغويّ مازال يحتفظ بكثيرٍ من أسرارهِ، خصوصاً في إشكالية المعنى وهو بدهاة ذو صلة بالمعرفة، وكما هو معروف فقد حيرت إشكالية المعنى ومازالت الفلاسفة والعلماء والمناطقة). ويضيف أنّ اللغة هي منظومة قوامها ثلاثة عناصر رئيسة هي نظام القواعد، والمعجم ومجالات استخدامها أو توظيفها، ونحن نعاني قصوراً شديداً على هذه الجبهات الثلاث، فالتنظير للعربية قد شغله ظاهر اللغة عن الغوص في باطنها. وهو في أغلبه تنظير طابعه تلقينيّ يكتفي بتجميع حالات الاطراد والشذوذ، ويخلو من أيّ مسعى إلى تفسير السلوك اللغوي على ضوء العلم التجريبيّ الحديث<sup>(١٠)</sup>. والذي يراه الباحثان أنّ اللغة تنمو وتزدهر ولا خوف عليها من اللهجات العامية، فاللهجات موجودة في معظم اللغات الحيّة.

فالعربية -رغم ما قيل عنها ويُقال- تعيش عصراً جديداً من التعايش مع الإنتاج المعرفيّ العالميّ -رغم تقصير أبنائها في ترجمة المصطلح، ولا سيما في العلوم الدّقيقة- كما أنّ الدّوريات القوميّة تُقرب المسافة بين العاميات والفصحى، وأمّا وسائل الإعلام المرئية، فإنها تخلق جواً جديداً من التعايش بين شطري العالم العربي: المشرق والمغرب، وكذلك تنقل الفصحى من القواميس إلى اللغة المعيشة المتداولة القادرة على التّوصيل بين مستويات أبناء العربية.

(١١) دراسات في التربية الإعلامية، محمد منير سعد الدين،

المكتبة العصرية، بيروت ط، الأولى، ص ١٠.

(١٢) الوعي اللغوي بين قاعات الدرس وأجهزة الإعلام، أبو

الفتوح، محمد حسين، جمعية لسان العرب لرعاية اللغة

العربية، المؤتمر السنوي، أكتوبر ٢٠٠٠ م، ص ١٤٩.

(١٠) الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، عبد العزيز

شرف، دار قباء القاهرة، ١٩٩٨، ص ١٠٧-١٠٨، وانظر:

وسائل الإعلام ولغة الحضارة، عبد العزيز شرف، مؤسسة

مختار للطبع والنشر، القاهرة، ص ٨.

## أولاً: النتائج

١. من أبرز أسباب انحسار اللغة العربية الفصيحة في وسائل الإعلام، جهل الإعلاميين لها والانبهار بالغرب ولغاته، وعدم الإحساس بأهمية اللغة العربية الفصيحة، أو تقدير دورها في المحافظة على شخصيّة الأمة وهويّتها.
٢. مما يُعيق الاستخدام الأمثل للغة العربية في وسائل الإعلام، عدم التوظيف اللغويّ السليم لموقع اللغة الإعلامية، واللغة والدلالة والاتصال الإعلامي، ومستويات التعبير اللغويّ.
٣. إنّ استخدام اللغة العربية بشطريها: الفصح والعامي في وسائل الإعلام أدى إلى ظهور تيارين، تياراً يُؤيد استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام والآخر يرفض هذا المبدأ، ولكل مسوغاته.
٤. من التّحديات التي تواجه اللغة العربية في وسائل الإعلام حرب اللهجات المستمرة والتنافس المحموم لحيازة الريادة لنشر عامية هذه الإذاعة، أو تلك الفضائية بين أكبر عددٍ من المستمعين أو المشاهدين، وأخطر المنافذ البرامج الموجهة للأطفال التي تستخدم العامية في برامجها.
٥. من مسؤوليات الإعلام تجاه اللغة العربية حفاظاً عليها: تنمية الوعي اللغوي والارتقاء بالعامية.

تستطيع الجماهير استيعابها، وفهم مقاصدها، وتبتعد عن الألفاظ الوضعية الغربية غير المألوفة وعدم التكلّف في صياغة النصوص الإعلامية ومراعاة مستوى إفهام هذه الجماهير حتى يقبلوا على اللغة العربية الصحيحة ولا ينفروا منها، وفي الوقت نفسه يبتعدون عن الألفاظ المبتذلة وكذا الإسفاف في اختيار الكلمات الهابطة لعرض المعاني بهدف الارتقاء بمستوى الجماهير ورفع مستوياتهم اللغويّة ومَلَكَاتهم الفكرية<sup>(١٣)</sup>.

## ب- الإعلام والارتقاء بالعامية

ينبغي للأجهزة الإعلامية أن تُسهم في الارتقاء بمستوى اللهجات العامية التي تقدّم بها البرامج، بحيث تصبح الألفاظ الفصيحة وتعبيراتها أكثر تداولاً على الألسنة؛ تمهيداً لتعميم استعمال اللغة العربية الفصيحة في جميع البرامج، إذ أنّ هذه اللغة الفصيحة هي الأساس للثقافة العربية، وتعميم استعمالها يمكن الأجهزة الإعلامية من مخاطبة جمهور أوسع<sup>(١٤)</sup>.

## الخاتمة

من خلال رصد واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام لاستشراف ما هو مطلوب منها، يورد الباحثان جملةً من النتائج والتوصيات والمقترحات:

(١٣) التعليم باللغة دليل سيادة الأمة، عبد الرحيم شاکر، مؤتمر تعريب التعليم الفني، الكويت، أبريل ١٩٩٦م، ص ٢.  
(١٤) ضعف الأداء اللغوي في وسائل الإعلام، رشاد محمد سالم، ص ٢٠.



## ثانياً: التّوصيات والمقترحات

١. ضرورة استغلال الرسالة الإعلامية للفضائيات العربيّة بما يخدم اللّغة العربيّة ويُسهم في الارتقاء بها، من خلال ضبط ما يُقدم عبر وسائل الإعلام، وإخضاعه للسياسة التّربويّة الشّاملة.
٢. إنتاج المصطلحات العربيّة وترويجها إعلامياً، والمتابعة المستمرة لأنشطة المجامع اللّغويّة ومراكز التّعريب وتوظيف جديدها إعلامياً، حتى تجد هذه المفاهيم طريقها للذّيع الجماهيريّ.
٣. نقل الوعي باللّغة من مستوى النّخبة إلى مستوى الجماهير؛ لتصبح اللّغة العربيّة لغة تفكيرٍ إعلاميٍّ وعلميٍّ، تتكيف مع التّحولات وتفي بغرض واقع الحال، وتحفظ بأصالتها وقوتها بحيث تؤدي الغرض وتنقل المعنى بجزالة التّعبير وسلامة الأسلوب.
٤. التّأكيد المستمر على أنّ الإعلام رسالةٌ وليس مهنة أو حرفة، فلا يتصور أن يحب المتلقي اللّغة العربيّة إلا إذا كان العاملون في وسائل الإعلام يحبون ويعشقون اللّغة العربيّة الفصيحة ويتحدثون بها.
٥. تنمية القدرات اللّغويّة لدى العاملين بوسائل الإعلام.
٦. ألا يشغل وظيفة إعلامي - ونعني به الصّحفي والمذيع في الرّاديو والفضائية - إلا من كان جديراً بهذا العمل، وذلك بعد اجتيازه اختبارات جادة تبين عن شخصيته وقدراته وتمكّنه من اللّغة العربيّة.
٧. إصدار معجم إعلامي شامل: يضمّ الأعلام العربيّة والأعجميّة، والألفاظ والعبارات التي يحتاج إليها الإعلاميّ أكثر من غيرها. وكذلك الأخطاء التي تشيع بين الإعلاميين، مع بيان علة الخطأ وصورة الصواب.
٨. مراقبة الإعلانات مراقبَةً جادة، وعدم السّماح بعرضها إلا إذا كانت بالعربيّة الفصحى، ملتزمة بعدم الخروج عن ديننا، وقيمنا الروحية والأخلاقية.
٩. نشر اطروحات المجامع اللّغويّة على أوسع نطاق حتى لا تبقى هذه الأطروحات حبيسة الكتب والمجلات المتخصصة التي لا يسمع بها إلا الأقلون. وعلى وسائل الإعلام أن تتلقف كلّ جديدٍ تصدره المجامع من أفاض الحضارة وتقدمه للناس بصورة دائمة منتظمة.
١٠. إيجاد واعتماد برامج ثابتة بوسائل الإعلام من مثل: أخطاء شائعة - قل ولا تقل - لغتي الجميلة... وذلك من أجل تعميم الأساليب السليمة.
١١. إدراج مادة قواعد اللّغة العربيّة وعلم الدّلالات في المقررات الدّراسيّة بمعاهد الإعداد الإعلامي.

## المصادر والمراجع

- أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية فى اللُّغة العربيَّة، د. جابر قميحة، من إصدارات نادى المدينة المنورة الأدبي رقم ١١.
- الارتقاء بالعربية فى وسائل الإعلام، نور الدين بلبيل، كتاب الأمة، وزارة الاوقاف القطرية العدد ٨٤.
- الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، عبد العزيز شرف، دار قباء القاهرة، ١٩٩٨م.
- الإعلام والاتصال بالجماهير، إبراهيم إمام، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة، ١٩٦٩م.
- التعليم باللُّغة دليل سيادة الأمة، عبد الرحيم شاكر، مؤتمر تعريب التعليم الفني، الكويت، أبريل ١٩٩٦م.
- دراسات فى التربية الإعلامية، محمد منير سعد الدين، المكتبة العصرية، بيروت ط١.
- ضعف الأداء اللُّغوي فى وسائل الإعلام، رشاد محمد سالم.
- العربية فى الإعلام: الأصول والقواعد والأخطاء الشائعة محي الدين عبد الحليم.
- علم الإعلام اللُّغوي، عبد العزيز شرف، المركز الثقافى الجامعي، القاهرة.
- الفكر واللُّغة، صقر خوري، مجلة المعرفة السورية، العدد ٤٩٦، ٢٠٠٥م.
- اللُّغة الإعلامية، عبد العزيز شرف، دار الجيل، بيروت، ص ١٢٢.
- لغة الخطاب الإعلامي، محمد نادر السيد، دار الفكر العربي، القاهرة، ص ١٩.
- اللُّغة العربيَّة بين الثبات والتغيير، محمد عبده فلفل، مجلة المعرفة السورية، العدد ٤٠٣، ١٩٩٧م.
- اللُّغة العربيَّة وتحديات العولمة، عبدالله أبو هيف، المجلة العربية للثقافة، العدد ٤٢، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، ديسمبر ٢٠٠٢.
- المنطق واللا منطق فى الخطاب الإعلامي، عطا الله الرمحين، مطبوعات جامعة دمشق، دمشق.
- وسائل الإعلام ولغة الحضارة، عبد العزيز شرف، مؤسسة مختار للطبع والنشر.
- الوعي اللُّغوي بين قاعات الدُّرس وأجهزة الإعلام، أبو الفتوح، محمد حسين، جمعية لسان العرب لرعاية اللُّغة العربيَّة، المؤتمر السنوي، أكتوبر ٢٠٠٠م.