

## ازدواجية استخدام اللغة العربية في الخطاب الإعلامي العربي ما بين العربية الفصحى واللغة المنطوقة "العامية"

### *The dual use of the Arabic language in the Arab media discourse Between Standard Arabic and the Spoken Language*

د. ميلود مراد

جامعة باتنة 1 (الجزائر)، mourad.miloud@univ-batna.dz

تاريخ الإستلام: 2021 / 08 / 21 تاريخ القبول: 2021 / 09 / 20 تاريخ النشر: 2021 / 09 / 30

#### ملخص:

باتت وسائل الإعلام والاتصال العربية والأجنبية بفعل قوة انتشارها وتأثيرها في المتلقي تمثل مرجعية لغوية لا تقل أهمية عن المرجعيات الأخرى. ولعل المقلق هو قدرة هاته الوسائل على القيام بتوجيه جمهورها وتطويره لغوياً لأن أهدافها التسويقية وخلفياتها الاستهلاكية ومنطقها الربحي يكاد يطغى على اللغة. فهدف شدّ المستقبل أكبر وقت ممكن جعل من البديهي في أحيان كثيرة لأن تتحول اللغة إلى ازدواجية بين اللسان الفصيح والعامي واستخدام مصطلحات وعبارات أجنبية ليغيب الضبط والإتقان. وأي خطاب بهذا الشكل لا يمكن أن يسهم في بناء فكر أو صناعة ثقافة بل من شأنه أن يشوه الإنتاج الفكري للغة العربية التي لا يمكن أن ينتج عنها إلا فكراً دخيلاً عن المحيط المحلي.

الكلمات المفتاحية: اللغة الاعلامية ؛ الخطاب الاعلامي؛ اللغة العربية الفصحى؛ اللغة المنطوقة

#### Résumé

Les médias arabes et étrangers sont devenus une référence linguistique non moins importante que d'autres références. Peut-être le plus troublant est la capacité de ces moyens à guider et à développer le téléspectateur linguistiquement parce que leurs objectifs de marketing a submergé la langue. L'objectif de resserrer le spectateur aussi longtemps que possible rend évident que la langue se transforme souvent en une Dualité du langage médiatique entre le classique et le familier en utilisant des termes et des phrases étrangers qui mènent à perdre la maîtrise.

Un tel discours ne peut pas contribuer à la construction de la pensée ou de la culture, mais plutôt à déformer la production intellectuelle, car une langue étrangère ne peut que conduire à une pensée étrangère

**Keywords:** langue des médias: discours médiatique: Arabe classique: langue parlée

## مقدمة:

تعتبر اللغة عنصرا مهما شأنها شأن الظواهر الاجتماعية الأخرى عرضة للتطور في مختلف عناصرها أصواتها وقواعدها ودلالاتها، واللغة بهذا المفهوم تعد في إطار السياق الحقيقي الذي تنسب إليه في المجتمع فهي لا تؤدي وظيفة ثانوية بل تؤدي دورا وظيفيا رئيسيا يساعد على التواصل والتفاهم بين الأفراد. ولا نكاد نتصور نهضة لغوية إلا وتصاحبها نهضة علمية وفكرية، فهذه اللغة ليست من صنع جمهور الأدباء والشعراء والخطباء، ولم تكن ملكا خاصا لمجموعة دون أخرى.

وإن اختلفت لغة الإعلام أو اللغة الإعلامية أو لغة الصحافة في المسميات فإنها تتفاعل وتتداخل في بوتقة واحدة هي اللغة الإعلامية. التي تعتبر نتاج وسائل الإعلام تنمو وتتطور عبره وتعد الوسيلة الأساسية التي يستطيع من خلالها الإعلامي أن يحقق أهدافه المختلفة فعن طريق اللغة الإعلامية يستطيع هذا الأخير إيصال رسالته الإعلامية التي ينبغي التعبير عنها ونقل تأثيرها للمتلقي.

فاللغة بالنسبة للإعلاميين تُعد بمثابة وسيط يجب اختياره بدقة و عناية لنقل الفكرة التي يستهدفها القائم بالاتصال، فكل رسالة إعلامية يجب أن تستخدم أسلوبا أو رمزا يناسب الجماهير حتى تُحدث فيهم الأثر المطلوب، ورجل الإعلام عليه أن يدرك أن الصياغة اللغوية الإعلامية السليمة للمضمون الإعلامي هي التي تُمكن المستقبل من استيعاب المحتوى بالتالي تحقيق الأثر المطلوب من هذه الرسالة الإعلامية.

وقد أوصت الكثير من الأدبيات والدراسات بضرورة العناية البالغة للإعلاميين باللغة المستخدمة من طرفهم والاهتمام بفكرة إيصال المعنى لمختلف الفئات، لكن هذه التوصيات لم تضبط اليات وقواعد وشروط هذه اللغة الموجهة لجميع شرائح المجتمع، وبالتالي أخرجت اللغة الإعلامية عن نطاقها لتُصبح مزدوجة الخطاب بين اللغة العربية الفصحى واللغة المنطوقة "العامية" والتي تختلف طبعا من بلد عربي الى اخر، حتى يصعب فهمها لدى شعوب دون اخري بالرغم ان اللغة هي لغة عربية، وكذا الاختلاف مع اللغة السينماتوغرافية بالنسبة للإعلام المرئي. فالإعلامي بحكم عمله يجب أن تتوفر لديه المهارات اللازمة لتوصيل المعلومات والخبرات والأفكار للآخرين، سواء أكان عاملا في الإذاعة، التلفزيون أو الصحافة المكتوبة او حتى الصحافة الإلكترونية.

ويبقى شغل وسائل الإعلام الشاغل هو القدرة على التواصل وإيصال الفكرة سواء أكان هذا التواصل مباشرا أو غير مباشر، بواسطة اللغة العربية الفصحى أو اللغة المنطوقة "العامية"، هذه الأخيرة التي تزايدت ظاهرة الكتابة بها واستخدامها كلغة للتخاطب في الراديو والتلفزيون، بطريقة أصبحت خطرا على اللغة العربية الفصحى. حيث أن اللغة ليست فقط أداة للتخاطب بل تمثل الهوية الدينية و الثقافة المحلية للمجتمع المحلي.

لقد كان ولازال تطور اللغة الإعلامية مرتبطا بتطور وسائل الاتصال الجماهيري مكتسبة بذلك السمات العامة لكل وسيلة، كما أن التطور الكبير الذي أصبح يدرس اللغة كقوة حية ومؤثرة ووسيلة للفكر نظرا لأهميتها لتحقيق التوافق بين المرسل والمستقبل، السؤال الذي يطرح نفسه بإلحاح :

هل استطاعة وسائل الإعلام العربية اليوم تثبيت دعائم اللغة العربية، و كيف يُمكن أن نوازن في استخدام اللغة في وسائل الإعلام ما بين اللغة العربية الفصحى و اللغة المنطوقة "العامية" حتى نحافظ على الهوية؟

تعد وسائل الإعلام مهما كانت انواعها واشكالها ذات تأثير قوي على الأفراد المتلقين خاصة إذا ما كانت هاته الوسيلة الإعلامية ناجحة ، فتزداد ثقة المجتمع في ما تقدم وتطرح لرأي العام .

فالإعلام في عصرنا الحديث قد اتخذ صوراً وأشكالاً عديدة خاصة مع التطور العلمي والتقني الكبير فتعددت الوسائط الإعلامية بين المرسل والمتلقي مما جعل الوسائط الإعلامية تأخذ حيزاً مهماً في حياة الناس بل أصبحت تمثل جانبا أساسيا من حياتهم ومعيشتهم ، فهذه الوسائط جميعها قد استخدمت في مجالات تعزيز القيم الروحية والتأثير السياسي والثقافي والاجتماعي علي الناس .

وكما يذكر الدكتور فائز الصائغ في المجالات الأساسية لوسائل الإعلام ( الصحافة والإذاعة والتلفزيون السينما والمسرح) فإنها كلها تشكل فرصاً جيدة للاختلاط والنشاط البشري. (الصانع فائز، 1992) فاللغة الإعلامية زودت اللغة العربية بعبارات لا تحصى ولا تعد وأثرت حركتها بأن جعلت فيها حيوية تتفق مع روح العصر، غير أن عملية الإنماء اللغوي هذه تتطلب فرض رقابة تضمن للغة العربية باستمرار ما يقمها من التحريف وتجعلها دائماً في مستوى الرقي الفكري في كل جيل من الأجيال ويا حبذا تتضافر وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية لتكوين المملكة السليمة في تقديمها للنماذج اللغوية الصحيحة وتعميمها.

### 1. أنواع اللغة الإعلامية المستخدمة:

اهتم اللسانيون باللغة الإعلامية من أجل تحديد طبيعة المفردات والتراكيب المستعملة وبتحديد سمات وخصائص النص المؤثر والملائم للرسالة الإعلامية وفق نوعها حيث أن تأثير هذه الأخيرة على المتلقي أصبح علماً قائماً بذاته، فبعد أن كان هذا التأثير مرهوناً في بدايته باعتماد الرسالة على المنطق والبلاغة والفصاحة اللغويتين أصبح اليوم ذا صلة قوية بالمنطق وعلم النفس وعلم الاجتماع من ناحية وعلى الدراسات اللسانية من ناحية أخرى.

وقد استطاع الباحثون تحديد أنواع اللغة الإعلامية المناسبة لعرض الرسالة الإعلامية خاصة في ميدان الإعلام السمعي البصري باعتبار أن الصحافة المكتوبة تركز في لغتها الإعلامية على اللغة الفصحى بعيداً عن العامية لأن لغتها تعتبر أسمى لغات الإعلام. (هادي نهز، 2003)

وعموماً تنقسم اللغة الإعلامية إلى الفصحى واللغة المنطوقة "العامية" ومختلطة بالإضافة إلى مصطلحات من نحو: عامية، اللهجة، الهجين، الفصحى، الفصيحة، اللغة المشتركة، اللغة العربية عربية المثقفين، العربية الحديثة وسندرج التقسيم الآتي لمستويات اللغة الإعلامية :

**أولاً: الفصحى:** تعرف بأنها: "لغة القرآن الكريم والحديث النبوي والشعر والنثر والخطابة وسائر مجالات الإنتاج الفكري، وتعلم في المدارس ويجري بها التدريس لمختلف المواد في المدارس والمعاهد والجامعات، تؤلف بها الكتب والصحف والمجلات وتصدر الإعلانات الرسمية وغيرها وهي تخضع لقوانين تضبطها وتحكم عباراتها أهمها قواعد الصرف والنحو". (عبد الغفور، 1997)

وتعتبر اللغة الفصحى هي لغة الآداب والعلوم عبر العصور قد شهدت تطوراً من حيث الألفاظ والتراكيب ومعاني بعض الكلمات فأصبح لها مدلولات واتسعت اللغة الفصحى الحديثة، وقل استعمال الكثير من الألفاظ التي كانت شائعة في الماضي، بالإضافة إلى أنها لغة العقل فهي فصيلة لسانية قائمة بذاتها، لها نظامها الصوتي والتركيبى ولها مفرداتها وقياساتها. (عبد الغفور، 1997)

واللغة الفصحى لا تنتقل من السلف إلى الخلف في سن الطفولة عن طريق التقليد كما تنتقل العامية وإنما تتعلمها في مراحل دراستنا وتكويننا العلمي، وبالرغم من تعدد لهجات المحادثة فإن اللغة الإعلامية تركز على استخدام الفصحى في البرامج ذات المواضيع الأدبية والفنية والتعليمية والتي تحتاج إلى مستوى لغوي واضح وفصيح لتقديم المعلومات الخاصة بها، وهذه اللغة الفصحى انتابتها في العصر الحاضر تطورات جديدة ترجع أهم عواملها إلى اقتباس مفردات أجنبية بعد تعريبها للتعبير عن مفردات أو آلات حديثة أو مصطلحات علمية أو نظريات كما ترجع إلى ترجمة الكثير من المفردات الأجنبية الدالة على معان خاصة تتصل بمصطلحات العلوم والفلسفة والآداب. (انيس، 1980)

ويقول "كمال يوسف الحاج" إن اللغة الفصحى ذات مفهوم أبعده وأعمق من الإجماع بين العلماء... وهي أيضا ذات سلطة تستمد من العقل ذاته حيث لا يمكن أن يتغير قانون من قوانينها لأن الإجماع يريد ذلك، وأن الرجوع للعقل البشري وفق ما رسمناه أقوى ضمان في سبيل تحديد اللغة الفصحى، هذا العقل بوجود نظام للجملة لا يمكن تغييره، وهو لا يبحث في الحروف والألفاظ ولكنه يبحث في العامل والعامل هو الإعراب. (انيس، 1980)

في ضوء هذا التعريف للفصحى المبني على النحو... أي الإعراب تصبح كل كلمة قابلة لأن تصير فصيحة، شرط أن تدخل في جملة مفيدة هي عامية إذا استعملت في ترتيب يقوم على الجملة وارتبطت بسابقات لها ولاحققات، حيث تنشأ الوحدة النحوية والمعنوية وتهتم اللغة الفصحى بصلة آخر الكلمات في بعضها البعض لأنها صلة قائمة بالأساس على الجملة، حيث يلجا عليها في اللغة الإعلامية إلى الروابط والعوامل النحوية لأنها تعتمد على التفسير والتحليل والوضوح والسهولة لتحقيق الهدف المرجو.

وتركز اللغة الإعلامية على استخدام الفصحى اذ يمكن أن توجه الاهتمام من حين الى حين إلى عادة جديدة أو سلوك لغوي. وتستطيع أيضا تربية الذوق اللغوي ذلك أن الجمهور المتلقي يتعلم ضمن حدود ما يجب أن يسمع ويرى، وقوة وسائل أعلام التي تختص بها هي أنها تعمل على توسيع وتطوير اللغة الفصحى فتجعل اللفظ مألوفا وهكذا تؤثر في تطوير الذوق اللغوي. وعلى حد تعبير "ولشرام" أن اللغة الفصحى جسر الثقافة ومن غير الممكن أن تكون هذه اللغة ثابتة فهي عرضة للتطوير كأي لغة أخرى. (انيس، 1980)

والفصحى عند الجماهير العربية ترتبط بالمعجزة اللغوية الكبرى "القرآن" وإن تعميمها عن طريق التلفزيون لا يلقي صعوبة كبرى ذلك أن الكثير من المعتقدات والقيم التي يتمسك بها الأفراد أمور مشتركة عند الجماعة يسعون دائما للمحافظة عليها.

#### ثانيا: اللغة المنطوقة العامية:

وهي لغة الحديث التي نستخدمها في شؤوننا العادية ويجري بها حديثنا اليومي في الصورة التي اصطلحنا على تسميتها بلغة "لهجات المحادثة" وهي لا تخضع لقوانين تضبطها وتحكم عباراتها، لأنها تلقائية متغيرة تتطور تبعا لتغير الأجيال والظروف المحيطة بهم، ويعتبر وجودها بجانب الفصحى ظاهرة طبيعية في كل اللغات ولقد أثبت لنا وجود هذه اللغة بعض العلماء المهتمين

بالدراسات اللغوية مثل "علي وافي"، "إبراهيم أنيس" و "أنيس فريحة" و "حنفي نصيف" إلى غيرهم من المهتمين العرب بالإضافة إلى الفرنسي "هنري بوش" "henri bauche".

ويرى كمال يوسف الحاج: "اللغة المنطوقة "العامية" لغة الحس والعجلة، لغة فجائية تلقائية انفعالية وهي لا تبالي بالعوامل النحوية وهي تستمد زخمها ومعناها الأكبر من الإيحاءات والإشارات المختصرة التي ترافق مفرداتها، ولهذا لا تتركب من جمل بمعنى النحو والإعراب، وفي العامية ألفاظ ذات معنى وفي الفصحى جمل ذات معنى، فالعامية تترك لذهن المتلقي أن يدرك بالحدس. (عبد الغفور، 1997)

و هناك من يعرف اللغة المنطوقة "العامية" بأنها اللهجة التي تشيع على السنة العامة في إطار تعاملهم اليومي وهي خليط من الفصحى ولغات أخرى تأثرت بها من خلال الاحتكاك الحضاري على المدى الطويل (الصالح، 2000)

واللغة المنطوقة "العامية" تختلف في مقدراتها وتراكيبها من بلد إلى آخر، بل أنها تختلف من مدينة إلى مدينة ومن حي إلى حي منهم من يستعملها بطريقة تقترب إلى الفصحى ومنهم من يلفظها بشكل يقترب إلى العامية الشعبية المتوارثة.

والملاحظ أن اللغة المنطوقة "العامية" في الوطن العربي كانت منذ القديم حيث كانت هناك فوارق في اللهجات وتطورت تدريجياً مع الفتوحات الإسلامية حيث اختلط العرب بغيرهم من الرومان والعجم والبربر وهذا ازدادت الفوارق في هذه اللهجات، وكان من الأسباب الرئيسية لتطور العامية في الوطن العربي دخول الاستعمار الأجنبي الذي دعا إلى اعتماد العامية كلغة للحديث والكتابة لتحقيق أهدافهم باعتبار أن اللغة العربية الفصحى كانت توحد هذه الأمة وترسخ معالمها الدينية والثقافية وبرزت الدعوة إلى إحلال العامية محل الفصحى بشكل واضح في مصر عام 1880 على يد الألماني "وليام سبيتا" ويبدو أن "نفيسة سعيد" كانت من الذين رصدوا تاريخ الدعوة إلى العامية وآثارها على اللغة العربية الفصحى واتضح أن مصدر هذه الدعوة أجنبي مرتبط بالاستعمار. (معروف، 1985)

ويتضح أن جمهور وسائل الإعلام انساقوا وراء هذه الدعوة بقصد أو عن غير قصد حيث أن أصحاب الدعوة إلى العامية عملوا على إيصالها إلى الجمهور المتلقي وسلوكوا في ذلك سبل منها:

- إدخالهم تدريس اللهجات اللغة المنطوقة "العامية" في مدارسهم وجامعاتهم في إيطاليا والنمسا وروسيا وفرنسا وألمانيا والمجر وإنجلترا إلى غير ذلك من الدول الأجنبية، وقد درست العربية العامية في مدرسة "نابولي للدروس الشرقية" في إيطاليا وقد أنشئت سنة 1927 ووجدت سنة 1888، وفي مدرسة باريس "للغات الشرقية الحية" التي أنشئت 1759، وكان أول من قام بتدريس العامية فيها المستشرق الفرنسي "سيلفرستردى ساسي". (عبد الغفور، 1997)

- الاهتمام بالتأليف في اللهجات وفي مقدمة هذه الكتب "قواعد العربية العامية في مصر" ل"وليام سبيتا" إذ اشتكى من صعوبة العربية الفصحى.

واتبع هؤلاء مختلف الطرق لنشر دعوتهم من الصحف، التلفزيون، الإذاعة، الكتب، المحاضرات وغيرها، وذهبوا إلى أن اللغة الفصحى تقلل ملكة الابتكار لمن يقرأ ويتعامل بها وتمنع العلماء من التفكير ولا توصل معنى الرسالة الإعلامية الموزعة، وقد تبعهم في دعوتهم هذه بعض العرب

المتأثرين بأراء غيرهم من الأجانب ومتهم: داود جيلي، مصطفى كمال، عبد العزيز فهمي، أحمد لطفي السيد سلامة موسى، سعيد عقيل، هارون غصن، أنيس فريحة، وغيرهم. (نفيسة، 1964)

## 2. تأثيرات وسائل الإعلام على اللغة العربية

لقد اتفق كافة الباحثين الذين قاموا بدراسة العلاقة بين الإعلام واللغة على أن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في اللغة لم يعد محل شك، و أثره في الجماهير أصبح حقيقة، لذا نادوا بضرورة تركيز رجال الإعلام على دورهم في الإبداع اللغوي ووظيفتهم في زرع المفاهيم اللغوية بطريقة غير مباشرة.

فوسائل الإعلام تؤثر في لغتنا تأثيرا كبيرا حيث أنها تعمل على تغيير النطاق الكامل لنشاطنا اللغوي، ويتمثل هذا التغيير في:

1. التأثير على الطريقة التي نتحدث بها مثل النطق وقواعد النحو والصرف وكذا تكوين الجمل.

2. التأثير على اللغة بوجه عام من خلال توسيع الكلمات المستخدمة و تعديلها . (عبد العظيم، 2010)

إلا أن هذا التصنيف تناول تأثير وسائل الإعلام على التحدث فقط، لكن الإعلام في حقيقة الأمر يؤثر على جميع المهارات اللغوية، مهارات فيما يتعلق بالكتابة والقراءة والاستماع، فوسائل الإعلام لها دور في تعليم الكتابة الصحيحة الخالية من الأخطاء النحوية والصرف، أيضا لا نغفل دور وسائل الإعلام في الاستماع لدى الأفراد، حيث أن وسائل الإعلام تُعد محور الكلام المسموع المعتمد على طاقة الكلمة في الانتشار فلا تحقق الكلمة هدفها إلا من خلال الاستماع الجيد.

فوسائل الإعلام يمكنها القيام بدور المدرسة دون التقيد بعدد المتمرسين من خلال قيامها بترسيخ المهارات اللغوية. فضلا عما تؤديه الوسائل الإعلامية من دور في تنمية الثروة اللغوية وتعميم اللغة المشتركة، فالاستخدام الفعال لهذه الوسائل يمكن أن يسهم في تعميم اللغة وحفظها وتوسيع نطاقها وتكتملها من ناحية المفردات، القواعد والأساليب.

لكن إذا قلنا أن وسائل الإعلام نفعها للغة جليل، ففي الوقت نفسه يمكن القول بأن الفساد الذي تسببه في اللغة بالغ الخطورة وسنوضح ذلك في جانبين: (شرف، 1991)

-الجانب الأول يتعلق بتغليب اللغة المنطوقة " العامية" في بعض وسائل الإعلام والذي كان سببا من أسباب أزمة اللغة العربية المعاصرة وذلك لأن وسائل الإعلام تخاطب الجماهير العريضة ذات المستويات الثقافية المتباينة للغة المنطوقة " العامية"، و حجة بعض وسائل الإعلام في ذلك أنها تُحاول إرضاء الأذواق وتتجه إلى فئات كثيرة من الأفراد. ولكن في الواقع أن استخدام اللغة المنطوقة " العامية" يبعدنا عن جذورنا اللغوية الأصيلة المتمثلة في الفصحى، كما أنه يعيق تدفق الأفكار والمعرفة الصحيحة.

-الجانب الثاني يتعلق بافتقار القائم بالاتصال في وسائل الإعلام للمهارات اللغوية وبالتالي يكون تأثيره اللغوي على رسالته اللغوية والمتلقي لهذه الرسالة تأثيرا سلبيا ويتضح ذلك جليا من خلال المستوى المتدني للأجيال الإعلامية التي تلتحق للعمل في وسائل الإعلام والتي تفتقد بشكل كبير لفنون التواصل اللغوي المختلفة.

وقد أرجعت الأدبيات والبحوث السبب في ذلك إلى أن المُقبل على العمل الإعلامي هو نتاج واقع تعليمي متدن أفرزته العملية التعليمية العربية التي لا تخضع في أولويات اهتمامها بناء إعلامي متمكن من مهارات التواصل اللغوي المختلفة.

ومن هنا ظهرت الدعوة إلى ضرورة العناية بتعليم المهارات اللغوية وتنميتها لدى الإعلاميين، سواء العاملين في الحقل الإعلامي أو طلبة الإعلام. (بدوي، 1993)

### 3. الدلالة اللغوية في حقل الإعلام العربي:

يتم الاتصال البشري و الجماهيري خصوصا عن طريق الكلمات سواء منطوقة أو مكتوبة ودون اللغة يصبح من المستحيل نقل المعنى الدقيق للأفكار. فاللغة ذات معنى وهناك لغة مشتركة إذا استخدم كل من المرسل و المستقبل نفس الكلمة بنفس المعنى، أي للدلالة على نفس الأشياء، فالدلالة لا تنفصل عن علم الاتصال، و تنبع أهمية البحث الدلالي للنصوص الإعلامية من عدة أسباب:

✓ إن النص الإعلامي يهدف بالأساس إلى فكرة أو رأي بواسطة الرموز اللغوية، فإن لم تكن هذه الرموز واضحة الدلالة بالنسبة للمتلقى فستفشل العملية الاتصالية.

فمن غير الممكن أن ينجح الإعلامي في أداء رسالته ما لم يعرف حقيقة الإطارات الدلالية للجمهور فيصمم بذلك رسالة تهدف إلى تزويد الجمهور بالأفكار والمعلومات أو تعديل الاتجاهات بما يتفق وخصوصية هذا الإطار، لذا لا بد من أن تكون الألفاظ التي تستخدم في الكتابة الإعلامية واضحة الدلالة، بعيدة عن الغموض وخالية من ما يسمى "بالتشويش الدلالي". (خليل، 2009)

وهناك مصادر عديدة لهذا النوع من التشويش:

-الكلمات شديدة الصعوبة.

-اختلاف دلالات الكلمات من المرسل إلى المستقبل.

-اختلاف المستوى الثقافي لكل من المرسل و المستقبل.

-الاختلاف في فهم المعنى الضمني بين المرسل و المستقبل مثل الجمل الشاذة التركيب والتي يصعب على المستقبل إدراكها.

✓ إن شبكة الألفاظ التي يحتوي عليه النص الإعلامي العربي والتي تستخدم في التعبير عن مجموعة القضايا والأفكار التي يتضمنها، تعكس جوانب على قدر كبير من الأهمية فيما يتعلق بالأبعاد الدلالية للرسالة الإعلامية، فهي تعكس من ناحية رؤية الإعلام لقضايا المجتمع، ومن ناحية أخرى تعكس الإطار الإيديولوجي الذي تلتزم به الوسيلة الإعلامية في التعبير عن القضايا الاجتماعية، فالعملية التي يتم من خلالها نقل الرسالة الإعلامية بالاعتماد على اللغة تعد هدفا للوصف والتحليل اللغوي.

✓ إذا كانت الأنظمة الإيديولوجية توجد ويتم التعبير عنها من خلال اللغة فإنه يمكن الوصول إليها أيضا من خلال التحليل اللغوي. فالكلمات على سبيل المثال تقدم تصنيفا للعالم من وجهة نظر معينة.

✓ كما يكشف التحليل الدلالي للنص الإعلامي عن درجة الدقة والالتزام في التعبير عن الأحداث و الوقائع بصورة موضوعية بحيث تستخدم الألفاظ بدلالاتها الحقيقية دون تزييف للواقع، وقد أصبح من المألوف الآن أن يستغل بعض الإعلاميين الكلمات استغلالا سيئا ويضعوها في معان غامضة غير محددة

قصدا إلى خدمة هدف معين. فعلم الدلالة يساعد في دراسة اللغة الإعلامية كقوة فاعلة ويساعد الإعلاميين كذلك في فهم اللغة. (جبران، 1986)

يتضح مما سبق أن علم الدلالة له تطبيقات عديدة في مجال الاتصال الجماهيري لنجد لنظرية الرموز والعلامات تطبيقات عديدة في الوقت الحاضر. فوسائل الاتصال عامة تحفل بدلالات ومعان مختلفة يمكن أن تكون هدفا للبحث والتحليل.

ولو نظرنا إلى التطور الدلالي فإنه من الممكن الرجوع إلى ظروف المجتمع كمقدمة أو سبب، ويمكن اعتبار لغة الإعلام إطار يحتوي هذا التفاعل بين المجتمع واللغة، فهيكल المنظومة اللغوية داخل أي مجال من المجالات يرتبط بالظروف السائدة فيه، ففي المجال السياسي مثلا نجد أن التعبير الوصفي لرئيس دولة ما ولنظام اقتصادي يختلف من فترة تاريخية لأخرى ومن نظام حكم لآخر. وهذه النتيجة يُمكن الخروج بها أيضا إذا ما قارنا نوعية العبارات والكلمات التي تستخدمها الصحافة المكتوبة عبر حقبتين زمنيّتين والمتعلقة بقضية من القضايا البارزة في المجتمع.

فأي لغة يمكن النظر إليها كنظام من الأنظمة الاجتماعية وهي بهذا الاعتبار خاضعة لتطور مستمر ولكنه في النهاية مشروط بتحوّلات الجماعة التي تمثله.

#### 4. ثنائية اللغة العربية الفصحى واللغة المنطوقة العامية في لغة الإعلام العربي:

إن المجتمع العربي يعاني نقصاً معرفياً مركباً وهذا ما أشار إليه بعض المفكرين العرب ومنهم "نبيل علي" في كتابه "العقل العربي ومجتمع المعرفة يرى جهلاً في المعرفة وجهلاً باللغة"، وهناك أسباب عدة وراء هذا الجهل بالمعرفة، ما بين فلسفية واجتماعية ونفسية ومعلوماتية، وقصور في الأسس النظرية والوسائل العملية، فهو يرى أن "أحد أهم أسبابها في رأيه الجهل باللغة صنيعة المعرفة وصانعتها، فمع كل الإنجازات التي تحققت في مجال اللغة خلال القرن الماضي، فإن اللغز اللغوي مازال يحتفظ بكثير من أسراره خصوصاً في إشكالية المعنى وهو بدهة ذو صلة بالمعرفة وكما هو معروف فقد حيرت إشكالية المعنى ومازالت الفلاسفة والعلماء والمناطق". ويضيف أن 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 تلقيني يكتفي بتجميع حالات الاطراد والشذوذ، ويخلو من أي مسعى إلى تفسير السلوك اللغوي على ضوء العلم التجريبي الحديث. (عبد الغفور، 1997)

ما زالت مسألة ازدواجية في اللغة العربية بين العربية الفصحى

□ خاتمة:



إن موضع انتباه المهتمين باللغة العربية واللغة المنطوقة "العامية" أينما وُجدوا، مما يوهن لغتنا ويجعلها فريسة سهلة للغة المنطوقة "العامية" أو للغة الإنجليزية أو الفرنسية أو أي لغة أجنبية تجتاح اللغات المحلية، وتضرب الخصائص والهويات الثقافية للبلد الذي تنتشر فيه خاصة فيما يتعلق بالرسائل الإعلامية التي تساعد في تشكيل الآراء وتكوين السلوكيات.

هذا التحول ينبغي أن تواكبه حركة الأنظمة الحاكمة العربية بتطبيق التحول في المدارس والجامعات والحياة الثقافية، وفي الإعلام الفضائي بشكل خاص، حتى نعيد إلى الفصحى قيمتها ودورها بعيدا عن أي تعقيد قاموسي إضافة إلى تولي اللغويين ومجامعهم جعل اللغة العربية منفتحة لمواكبة مناجي التطور العلمي والتكنولوجي والحضاري، فالقصور ليس فيها بل في القائمين عليها.

ورغم اهتمام دارسي الإعلام في الأساس بمتابعة التطور اللغوي الذي يرتبط بالأحداث المختلفة داخل المجتمع وتعبئته وسائل الإعلام إلا أن لغة الإعلام تعد مجالا خصبا لدراسة التطور الدلالي.

فالباحث في مجال الإعلام عندما يتناول التطور الدلالي لا يقوم بذلك انطلاقا من أحكام، وهو إن اضطر لتقويم ظاهرة لغوية ما فإنه يفعل ذلك قياسا على معايير الفن الإعلامي وقاعد الكتابة الإعلامية، وبالتالي الاعتماد على المدخل الوظيفي الذي يعمل على ربط العناصر اللغوية بالوظائف التي تؤديها داخل النص الإعلامي، وأساس الحكم هنا يقوم على مراعاة الإعلامي لإمكانات القراء أو المستمعين أو المشاهدين اللغوية فيما يقدم إليهم إنَّ

لابد لدارسي الإعلام العربي في المقام الأول ان يهتمو بتأثير العوامل الخارجية عن اللغة، ومنها الاجتماعية والنفسية فالتطور الاجتماعي يؤدي في غالب الأحيان إلى تطور لغوي فتموت ألفاظ وتتغير معاني البعض منها وقد يقترن هذا التطور بظهور ألفاظ أخرى جديدة، ومن الخطورة عزل اللغة عن شروط إنتاجها الاجتماعية وهو ما يتجنبه الباحث في الإعلام، حيث يسمح هذا العزل في تطور بناء اللغة، ومن ناحية أخرى فيقدر تطور علم اللغة بناء على هذا الأساس بقدر ما يبتعد عن العلوم الاجتماعية.

ومن أجل التصدي لمخاطر زوال اللغة العربية وجب على الأقل الاهتمام بالجوانب التالية:

- الحد من المضمون الإعلامي العامي، والارتقاء عن التداول الإعلامي الاستهلاكي للغة. لأن الرسالة الإعلامية الهادفة لا تعني الهبوط إلى ركافة التعبير و ذلك من خلال التصدي لطغيان اللهجات العامية والأجنبية المتفشية في الوطن العربي.

- الحد من ازدواجية اللغة داخل البيئة التعليمية خاصة لما تمثله المدرسة كمؤسسة تنشئة اجتماعية. العناية بتعزيز مهارات العاملين في وسائل الإعلام المرئي والمسموع للتحدث بالفصحى الميسرة، وتنمية مهاراتهم في هذا الاتجاه.

- أن يكون هناك إعلام متخصص في القضايا التعليمية يقوم عليه أفراد يتم تدريبهم وتأهيلهم للعمل في هذا المجال.

- الاهتمام بإجراء البحوث المتعلقة بأثر تعرض المعلمين لوسائل الإعلام على الأداء المهني آخذين في الاعتبار عمر المتلقي وثقافته وتعليمه حيث أنها عوامل تلعب دوراً خطيراً في حجم التأثير.

- إجراء دراسة على القائمين بالإعلام والمسؤولين عن توجيه مثل هذه الرسائل الإعلامية والتي تمس الطفل بالدرجة الأولى مع الأخذ بفكرة التركيز على مستوياتهم التعليمية ومراتهم الوظيفية وخلفياتهم الاجتماعية وتأثير ذلك على القضايا التربوية.

- إنشاء لجنة من تربويين وإعلاميين تتولى إعداد استراتيجيات طرح مختلف المضامين الإعلامية من وضع الأهداف المراد تحقيقها بنشر هذه المضامين وطرق معالجتها مع المتابعة الميدانية.

#### المراجع المعتمد عليها:

1- الصانع فائز : اللغة والتعريف ودور الإعلام – دار مجلة الثقافة – دمشق – 1992.

2- هادي نهر: الكفايات التواصلية والاتصال، (عمان، دار الفكر العربي، 2003.

3- أحمد عبد الغفور عطار أحمد عبد الغفور عطار: دفاع عن الفصحى، (الرياض، مكتبة المكرمة، 197.

4- إبراهيم أنيس: اللغة القومية والعالمية، دار المعارف (1980)، القاهرة.

5- ياسر الصالح: الفصحى والعامية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، (القاهرة، جامعة الدول العربية، عدد2، 2000.

6- نايف معروف: خصائص العربية وطرق تدريسها، (بيروت، دار النفائس، 1985.

7- نفيسة سعيد: تاريخ الدعوة إلى العامية، (القاهرة: مطبعة الإسكندرية، 1964.

8- ريم أحمد عبد العظيم: الحوار الإعلامي، دار المسيرة، 2010 الأردن.

9- عبد العزيز شرف: اللغة الإعلامية ببيروت. دار الجيل. 1991.

10- بدوي السعيد محمد: علم لغة النص، المفاهيم والاتجاهات، مكتبة الأنجلو المصرية، 1993 1

11- محمود خليل: إنتاج اللغة في النصوص الإعلامية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة 2009

12- جان جبران كرم: /مدخل إلى لغة الإعلام، بيروت، دار الجيل، 1986 1