

وسائل الإعلام ودورها في ترقية اللّغخ العربيخ

أ. فارس طباش

جامعة الجزائر-3- الجزائر

ملخص:

تبحث الدراسة في علاقة تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة (إذاعة، تلفزيون، صحافة مكتوبة على اللغة العربية ومستوياتها المختلفة، وعلاقة ذلك بتربقيتها وتطويرها وإعطائها خصائص جديدة تجعلها تحتل مكانتها الحقيقية بين لغات العالم، وتجعلها تتماشى مع العصر، وتحقق لها الانتشار التي يعتبر عاملا مهما في التنمية اللّغوية.

Abstract :

This study examines the relation between the effects of the different media (radio, television, printed news) on the Arabic language and its various levels, and the relation of this with its development by giving this language new characteristics that make it able to occupy its real place among the languages of the world and make it compatible with the modern times and achieve the spreading which is considered an important factor in the linguistic development.

مقدمته:

يُوجد موضوعُ اللّغة(*) العربية عديدَ النقاشات التي تَطغى عليها وُجُهاتٌ نظريّةٌ كثيرةٌ إلى الدّرجة التي لا يُمكن حصرها، فالتّعرض لها ولشّتى الإشكالات المرتبطة بها تجعل الباحث يلامس الآراء الإيديولوجية المدافعة على اللّغة العربية والرّافضة لأيّ تطوّرٍ أو تغييرٍ على أيّ مستوى منها ، ذلك لأنّ الرّأي المدافع عنها بهذا الشّكل يجد فيها بأنّها شيءٌ مقدّسٌ وسمّاويٌّ(**) لا ينبغي المساس به وبكل ما يتّصل بموروثه.

والتّعامل مع موضوع اللّغة العربية يؤدي بالباحث إلى أن يطّلع كذلك على الإشكالات الكبير الذي يطرحه كثيرٌ من اللّغويين والمهتمين بخصوص مكانتها داخل المجتمع وأسباب ودواعي عدم التّقدم بها لغويّاً مقارنةً بباقي اللّغات الأخرى، وفي هذا الشّأن فإنّ المشتغل على اللّغة العربية سيقف عند ما يُجمع عليه اللّغويون في أنّ ثمة موقفاً متّخذاً راسخاً في مُعتقدات أبنائها يتمثّل في كونها لا تستطيع إنتاج المعرفة، ويتجلّى بشكلٍ واضحٍ في الواقع لدى العلماء والباحثين الذين يَستخدمُ كثيرٌ منهم اللّغات الأجنبيّة في إنتاجهم المعرفي دون العربية.

(*) يشير الدكتور "عمّار ساسي" في كتابه " اللسان العربي وقضايا العصر " إلى أن مصطلح اللّغة لم يرد في القرآن الكريم ولو لمرة واحدة.

(**) هناك بعض المدافعين على اللّغة العربية يرون فيها أنّها توقيفٌ وهبةٌ من الله ولغة القرآن، ولغة "آدم" الإنسان الأول، ولغة أهل الجنّة.. ويرى نفس الفريق أنّ اللّغة العربية هي اللّغة الأمّ التي تفرعت عنها اللّغات الأخرى وأنّ لها الفضل عليها، وهناك من يجد بأنّ هذه الحجج غير كافية وإنّه لا دليل على ذلك.

وفي هذا الصّدّد تحديداً هناك من يُناقش بإسهاب سُبُل التّقدم باللّغة العربيّة وكيف لها أن تكون لازمةً للتّمية والنّطور والنّماء، واشترط من يذهب إلى هذا الطّرح ضرورة تطوّر ورفيّي المجتمع ماديا وثقافيا وفكريا في مدارج الحضارة، حتّى تتعرّز اللّغة وتكون لها القيمة والمكانة اللائقة بها.

وهناك من الباحثين من اشتغلوا في دراساتهم بتواجد اللّغة العربيّة واستخداماتها على مستوى وسائل الإعلام، الّتي تُوظّفها كباقي اللّغات الأخرى كنظام رمزي تتوجّه به إلى الجمهور المتلقّي، وعلى هذا الصّعيد يلامس الباحث ذاته كثيرا من الإشكالات يُثيرها المهتمون بقضايا العربيّة عبر دراساتهم وبحوثهم العلميّة^(***)، فثمّة آراء تجد في وسائل الإعلام أنها ساهمت في وجود وضع سيءٍ للعربيّة، وتستدلّ في ذلك بكون أنّ الإعلام وظّف اللفظ العامي وأوجد أساليب لغويّة ركيكة وتميّز بكثرة أخطائه النّحوية، في حين أنّ هناك عددا من الباحثين يجدون أنّ وسائل الإعلام مكّنت اللّغة العربيّة وحقّقت لها الانتشار والتّموقع بين لغات العالم، وهو الإشكال الّذي أردنا أن نثيره من خلال هذه الدراسة من زاوية دور وسائل الإعلام في ترقية اللّغة العربيّة ، لاسيّما وأنّ هذه الدّراسة تتدرج في إطار العلاقة المّوجودة بين وسائل الإعلام واللّغة.

^(***) توجد كثير من الدّراسات في هذا النّطاق منها دراسات استعنّا بها خلال هذه الدّراسة، كدراسة الباحث "تسيم الخوري" حول موضوع "الإعلام العربي وانهار السلّطات اللّغويّة"، ودراسة الأستاذ "الحبيب التّصراوي" حول "التّوليد اللّغوي في الصّحافة العربيّة الحديثة".

وإنّ اللّغة العربية تعتبر واحدة من لغات العالم التي توظّف اليوم بشكل كبير ضمن المضامين المختلفة لوسائل الإعلام، بالنظر لضخامة عدد المتحدثين بها، كما أنها تظهرُ عبر مختلف أشكال الوسائط الإعلامية بمستواها العملي، أي بأسلوبٍ تفرضه خصوصية الصّحافة حين الاتّصال بالجمهور، فلا تكون اللّغة العربية الموظفة في وسائل الإعلام في ذلك المستوى الفنّي والجمالي الذي يستعمل في الأدب، ولا ذلك المستوى النظري الذي يكون في العلوم أو الذي يبرز في المجال الثقافي كالفنّ والموسيقى، والفن التشكيلي.... وتتسم إضافة إلى ذلك بخصائص ترتكز على البساطة والوضوح، واستخدام مفردات جديدة فرضتها مقتضيات الحاجة إلى تسمية المستحدثات الاجتماعية الجديدة، وكل ذلك يندرج ضمن ما يسمّى بـ "لغة الإعلام".

ومن منطلق هذه الخصائص فإنّ ثمة علاقة تأثيرٍ وتأثيرٍ بين وسائل الإعلام واللّغة العربية تبرزُ على مستوى المفردات والألفاظ والتراكيب وقواعد النحو والصّرف والبنية الصّوتية، بمعنى أنّ ثمة علاقة ترابطية قائمة بين وسائل الإعلام واللّغة العربية لا بدّ من النّظر في التأثير النّاجم عنها، وإذا ما ساهمت في ترقيتها-أي اللّغة العربية- وفقاً للأطر والمعايير التي تقتضيها العملية، ولن يكون الكشف عن ذلك إلا إذا تمّ النّظرُ في استخدام الأفراد لوسائل الإعلام الموظفة للّغة العربية الفصحى، وتأثير خصوصية كل وسيلة إعلامية في ذلك، وعلى هذا المستوى لا بدّ من التعمّق في طبيعة اللّغة الإعلامية وقدرتها على التأثير على سمات اللّغة العربية ومستوياتها، الذي قد يتجلّى في إنشاء استخدامات لغوية جديدة وإثراء اللّغة العربية بمصطلحات ومفردات تتناسب

والتّطور الحاصل في شتى المجالات وفقا لضوابط تقتضيها اللّغة العربيّة ، كما أنّ البحث في موضوع دور وسائل الإعلام في ترقية اللّغة العربيّة يحتاج إلى الأخذ بجانب مهم يعتبر عاملا حاسما في التنمية اللّغوية وهو المرتبط باستخدام الأفراد للّغة العربيّة الفصحى في حديثهم وتواصلهم اليومي جراء تعرضهم لوسائل الإعلام بمعنى مستوى تأثير الأخيرة في دفع الأفراد إلى توظيفها.

إنّ وسائل الإعلام تعدّ من مؤسسات المجتمع الهامة، فهي ولخصوصيتها التي "تخطت حواجز المجتمعات الجغرافية وحدودها السياسيّة، باتت تتفاعل بشكل مباشر مع الأفراد والجماعات"⁽¹⁾، وتخطب كل شرائح المجتمع وفئاته، وتقدّم أخبارا اجتماعية عن الأفراد والجماعات والمؤسسات الاجتماعيّة والثّقافيّة والسياسيّة، وبالتالي جعلت لنفسها وسيلة الاتّصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير التي أصبحت تفضي جانبا هاما من وقتها أمام أجهزة الإعلام للتّعرض لمادة إعلاميّة تكون إمّا تمثيلية أو فيلماً أو برامج إذاعيّة.

ومن هنا يكون الإعلام سياقاً تواصلياً فعالاً داخل المجتمع، من خلال كونه يقوم على تحقيق انتشار وذيوع المعلومات والأفكار والآراء بين الأفراد والجماعات⁽²⁾، تترتّب عنها آثاراً مختلفة تساهم في تشكيل المجتمع، وهي التي تظهر من خلال الكثير من الجوانب، أهمها:

⁽¹⁾ فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011، ص16.

⁽²⁾ مصطفى محمّد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، ط1، دار أسامة، الأردن 2011، ص21.

1- تساهم وسائل الإعلام في تكوين علاقات إنسانية بفعل ميزة رسالتها الاتصالية التي تمتاز بالفورية، أي نقل الأخبار والأحداث فور وقوعها⁽¹⁾، فما يختص به الفرد داخل المجتمع يُوجد ضرورة تستدعي الإعلام والاستعلام⁽²⁾، أي أن الفرد داخل المجتمع في حاجة لتلقي معلومات.

2- يُساهم الإعلام في تكوين المعرفة وتوجيه الأفراد، لاسيما في المجتمعات التي تعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام، فهي ترفع من نسبة التعليم ومنها درجة التصنيع فيها، على خلاف المجتمعات البدائية التي كانت تعتمد على الاتصال الشخصي في نقل المعلومات، فالرّاديو مثلا يساهم مساهمة فعالة في التعبير الاجتماعي، وذلك انطلاقا من طبيعة رسائله الإعلامية المسموعة المشبعة بمعلومات جديدة، أو اشباعا لحاجات المتلقين.

3- تُساهم وسائل الإعلام في تقديم ثقافة جديدة للجمهور المُتلقي، فهي تُوفّر له كل ما يتعلق بأخبار الفاعلين داخل المجتمع من رجال سياسة ونجوم.....، وتعتمد في ذلك على العديد من القيم.

⁽¹⁾ "محمود عبد الله الخوالدة" و"حسين علي العموش"، علم النفس السياسي والإعلامي، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص16.

⁽²⁾ محمد الأوراغي، اكتساب اللغة في الفكر العربي القديم، ط2، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2014، ص129.

وتكون بذلك الرّسالة الإعلاميّة متغيّرا هاما في "صياغة وعي الجمهور ومواقفهم تجاه القضايا التي تعرضها وسائل الإعلام"⁽¹⁾، لاسيّما اليوم مع التطوّر الهائل في تقنيّة الرّسالة الإعلاميّة ووسيلتها، ما جعل أفراد الجمهور يتعلّقون ويعتمدون بشكل أكبر على الوسيلة الإعلاميّة لمعرفة ما يجري، وبفضل هذا العامل وإفرازاته فإنّ وسائل الإعلام هي التي مكّنت من وجود العولمة من جانب آخر حسب الكثير من الدّارسين، وهذه العولمة التي تحقّق الاتّصال المتبادل بين أقصى نقطتين تعطي للتّواصل والاتّصال بين مختلف المجتمعات أفرادا أو جماعات معاني أخرى، وتساهم أكثر في نقل الثقافات والعادات دون اعتبار للحدود الجغرافيّة والسّياسيّة، فالإعلام بعد أن استفاد من الأعمار الصّناعيّة التي حولت العالم إلى قرية صغيرة بات يترك آثاراً كبيرة على مجمل الحياة العامّة، وكل ذلك يتمّ بوجود اللّغة⁽²⁾. ومن هنا "فالإعلام لا يستطيع أن يُحقّق وظائفه دون اللّغة التي بدورها تستمد قوتها من المجتمع، فهي تزدهر وتنتشر وترقى بقدر ما يرقى المجتمع ثقافيا وحضاريا وعلميا واجتماعيا"⁽³⁾، فالإعلام الذي هو جزء من الاتّصال الذي يعني في واحد من تعريفاته أنه "انتقال المعاني بين

⁽¹⁾ محمّد بن سعود البشر، إيديولوجيا الإعلام، ط1، دار غيناء للنشر، الرياض، المملكة العربيّة السعوديّة، 2008، ص6.

⁽²⁾ فواز منصور الحكيم، مرجع سبق ذكره، ص97.

⁽³⁾ محمّد كريم الكواز، البلاغة والنقد: المصطلح والنشأة والتجديد، ط1، مؤسسة الانتشار العربي، بيروت لبنان، 2006، ص278.

⁽³⁾ محمد عبد الرزاق الدّليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتّصال، ط1، دار النّقاة للنّشر والتّوزيع، الأردن، 2011، ص21.

الأفراد⁽¹⁾، يتحقق بانتقال الرّموز ذات المعنى و تبادلها بين الأفراد، لاسيما وأنّ أوجه النّشاط الجماعية أيّا كان نوعها-والإعلام هو واحد منها- متوقفة على الخبرات المُشتركة في المعاني، والتي تجسدها اللغة.

وخلال هذه العملية تعتمد وسائل الإعلام عموماً على "تطويع لغتها بتبسيطها حتى تكون مفهومة لدى أكبر قطاع من المتلقين، وذلك بهدف إيصال الرّسالة وكافة عناصرها إلى المتلقّي"⁽²⁾، وفي هذه الحالة يأخذ تطويع اللّغة الاتصالية الإعلامية خصائصه من طبيعة الوسيلة الإعلامية، كون أن أهداف أي مضمونٍ إعلامي لا تتحقق إلا إذا توافقت اللّغة الموظّفة مع طبيعة الوسيلة الإعلامية، فخصوصية كل وسيلة تتعكس على الأسلوب الإعلامي وتجعله متنوعاً بحسب طبيعة الوسيلة الإعلامية، فعملية تحريك الكلمات اللّغوية تتمّ بشكل مختلف من وسيلة إلى أخرى، ذلك لأنّ "طبيعة الوسيلة الإعلامية تُحدِث أثراً من نوعٍ خاصٍ يَنبُجُ عنه تغيّر موقع التّراكيب والكلمات، ما يُوجد في النّهاية عددا لا متناهياً من الوضعيات اللّغوية"⁽³⁾ التي تكون كل وسيلة إعلامية أسهمت من منطلق خصوصياتها في وجود جزءٍ منها، وبهذه اللّغة الإعلامية تكون كلُّ وسائل الإعلام على اختلاف خصائصها قادرة على التّعبير على الواقع في إطارٍ توافقي بين المُرسلة الإعلامية والوسيلة الإعلامية حسب "ماكلوهان".

⁽¹⁾ محمّد كريم الكواز، مرجع سبق ذكره ص 277.

⁽²⁾ عزّام أبو الحمام، الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2011، ص 28.

⁽³⁾ مصطفى محمد الحسناوي، مرجع سبق ذكره، ص 50.

فالأسلوب الإعلامي الذي تعتمدّه مختلفُ وسائل الإعلام هو "أسلوبٌ وظيفيٌّ غايةً الأساسية إيراد الحقائق والمعلومات وإبلاغها"⁽¹⁾، مع وجود اختلاف في طبيعة اللّغة المستخدمة تتفاوت بحسب الوسيلة الإعلامية، التي يكون لها دور هيّ الأخرى في نوع التأثير ومستواه كما سبق الإشارة، وهذا ما يذهب إليه "ماكلو هان" عندما يقول "إنّ طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في مرحلة ما، تُساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التّشكيل"⁽²⁾.

ويتّضح انعكاس خصوصية وطبيعة الوسيلة على أسلوبها الإعلامي من خلال التّفزيون مثلاً، الذي يعتبر من أهم وسائل الاتّصال الجماهيري⁽³⁾، ويتميز بمزايا عديدة يشارك فيها وسائل الإعلام الأخرى، وينفرد دونها بخصائص أخرى، "فالتّفزيون يجمع بين الصّوت والصورة والحركة معاً"⁽⁴⁾، وبالتالي فهو يغطي شقي الاستماع والمشاهدة معاً، بالإضافة إلى أنّ اللّغة في التّفزيون لا تظهر في شكلٍ رمزي كما في الصّحافة المطبوعة، ولذلك فهي تشترط مهارة

⁽¹⁾ محمد البكاء، الإعلام واللّغة: مستويات اللّغة والتّطبيق، ط1، دار نينوى للدراسات والنشر، دمشق، سوريا، 2009، ص 59.

⁽²⁾ إبراهيم الدسوقي، الإعلام واللّغة: بحوث في لغة الصّحافة التونسية، ط1، دار غريب، القاهرة، مصر، 2010، ص 24.

⁽³⁾ عزى عبد الرحمن، الإعلام والمجتمع: نظرة سوسبيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربيّة والإسلامية، ط1، دار الورسم للنشر والتّوزيع، الجزائر، 2010، ص 206.

⁽⁴⁾ نبيهة صالح السامرائي، علم النّفس الإعلامي: مفاهيم، نظريات، تطبيقات، ط1، دار المناهج للنشر، الأردن، 2007، ص 25.

الإلقاء والأداء، وهي مهارة مركّبة تجمع بين إتقان اللّغة والقدرة على التّوَع بالأساليب وتوظيفها، والمرونة في تبديل مواقع الكلام وتغييرها، والانتقال من فكرة إلى أخرى، وهو ما يؤثّر حتمياً على طبيعة أسلوب وسيلة التّلفزيون الذي يميّزُ بتوّع أساليب عرض مادته، وينطبق ذلك على وسيلة إعلامية أخرى هي الإذاعة التي تعتمد على اللّغة المنطوقة مما يلزمها التركيز على حاسة السمع دون باقي الحواس الأخرى، فتتوجه بذلك للأذن وتستهدف خيال المتلقي، فاتّصال الإذاعة بالمتلقي المستمع يكون شفهيّاً، ويتوجّب أن تتوفّر فيه عناصر عديدة كالتمعّن والكلام والاستماع لطبيعة رسالتها الصّوتية التي تُبثّ من أي مكان، وتُسمع في أي مكان وفي اللّحظة ذاتها⁽¹⁾، وهذه الخصوصية على مستوى هذه الوسيلة هي التي تُبقي الجمهور على علم بما يحدث⁽²⁾.

ولذلك نجد أنّ "اللّغة الإذاعية أثناء توجيهها للجمهور تحاول تجنب الجمل الطويلة، وتقسّمها إلى مقاطع قصيرة، بما يُبسّط الفكرة من جهة، ويُمكّن من إلقائها^(*) من جهة ثانية، ويجعلها قابلة للفهم من جهة ثالثة، مع ضرورة التزام

⁽¹⁾ عبد الرّزاق محمّد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص166.

⁽²⁾ تيسير أحمد أبو عرجة، قضايا ودراسات إعلامية، ط1، دار جرير للنشر والتّوزيع، الأردن، 2006، ص119.

^(*) استنتجت بعض الدراسات إلى أن القراءة بمعدل 140 كلمة في الدّقيقة تجعل الإلقاء بطيئاً، ولا يجذب الانتباه، كما أن القراءة بمعدل 200 كلمة في الدّقيقة يجعل الإلقاء سريعاً إلى درجة لا يمتكّن المستمع العادي من متابعة الخير..... وتجدر الإشارة إلى أن الإلقاء الإذاعي والتلفزي يختلف عن الأسلوب الخطابي للسياسيين، فالإلقاء في الإذاعة والتلفزيون يتطلب

الدّقة في اختيار الكلمات حتّى تُعبّر على المعنى المرغوب فيه⁽¹⁾، خصوصا وأن الإذاعة تقتضي التّعبير عن الموضوع بأقصى درجة مُمكنة في أقل قدر ممكن من المدة الزّمنية⁽²⁾، لأنّ "طول الجمل الإخبارية المُداعة تؤثر على انتباه واهتمام المستمع عند تعرضه لمضامين الإذاعة، لاسيّما وأن قدرة الجمهور على الإنصات محدودة"⁽³⁾.

ولا تحذو الصّحيفة أو الجريدة على هذا، فكونها تعتمد على الكلمة المطبوعة، التي يلعب جهاز البصر(العين) دورا فاعلا في إعطائها دلالاتها ومعانيها عن طريق فعل القراءة، الذي يستعين من خلاله قارئ الجريدة بموسوعته المعرفية من أجل الكشف عن المضامين الإعلامية المتنوّعة المُضمّنة في الصّحيفة، فإنّ ذلك بدوره يؤثر على اللّغة الإعلامية التي تنتبأها هذه الوسيلة الإعلامية.

إن مثل هذه الخصائص التي تميز اللّغة الإعلامية عبر مختلف الوسائل الإعلامية نجد أنّها تنطبق على اللّغة العربية عند توظيفها كنظام رمزي من قبل وسائل الاتّصال الجماهيريّ ، ذلك لأنّ اللّغة العربية التي تكون في الأساس

تركيزا ذهنيا من المقدم على المادة ومعانيها والالتزام بالسرعة المناسبة ويقواعد اللّغة نحو صرفا.

(1) محمد عوض" و"بركات عبد العزيز"، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2000. ص50.

(2) المرجع نفسه، ص55.

(3) محمد عوض، الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1994، ص58.

لغة كاللغات الأخرى تتوفر على مكونات نحوية ودلالية وصرفية ونظام أسلوبية وكتابي تتأثر جميعها في حال وجود علاقة بينها ووسائل الإعلام ، ذلك لأنّ الإعلام هو الطرف الأقوى في هذه العلاقة التي تجمعها مع اللّغة العربية. فاللّغة العربية التي تتوفر على ميزات جعلتها توصف بأنها أرقى اللّغات معنى و مبنى واشتقاقا، تكون جملة من صفاتها التي تتوزّع على مستوياتها المختلفة قابلة للتأثر بعلاقتها بوسائل الإعلام المختلفة، **فالفصحى** مثلا التي تشترط أن لا تُخالف قواعد النحو، ويتمّ تفادي تنافر الكلمات والتّعقيد، الذي قد يُوظّف في اللّغة بما لا يحقق غايتها ومُرادها على مستوى اللفظ والمعنى ، تكون واحدة من الميزات التي تتأثر من العلاقة التي قد تربطها عند توظيفها من قبل وسائل الإعلام، ثمّ إن خاصية الإعراب الذي يعتبر أحد وسائل اللّغة العربية التي تتوحى الإيضاح والإبانة، فلا يُستطاع التمييز بين النقي والتعجب والاستفهام في بعض المواضع مثلا إلا بالإعراب (1)، فمن المهم أن نلاحظ أن العربية تقوم أساسا على الإعراب الذي يعدّ خاصية بارزة من خصائص الفصحى، وعلى صحّة التراكيب النحوية وسلامة الأبنية الصرفية والأداء الصوتي كذلك (2)، ولا بدّ من ملاحظة أن النظام النحوي هو الذي يشتمل هذه الخاصية أي الإعراب،

(1) محمّد محمّد داود، لغويات مُحدثة في العربية المعاصرة، ط1، دار غريب للنسر والتوزيع، القاهرة مصر 2006، ص16.

(2) محمّد البكاء، مرجع سبق ذكره، ص55.

فهو يتضمن قواعد تركيب الجملة، وأحكام إعرابها⁽¹⁾، التي قد لا يتم مراعاتها من قبل وسائل الإعلام في استخداماتها المختلفة.

وتوجد ميزات أخرى في اللغة العربية تكون مساهمة في أن يكون أثر وسائل الإعلام بارزا وواضحا على مستواها إما بالإيجاب أو السلب، ومن أبرز تلك الخصائص:

- **الاشتقاق**: الذي يعني لغة هو أخذُ شقِ الشّيء وهو نصفه، أمّا في الاصطلاح فهو اقتطاع فرع من أصلٍ مع ضرورة التّناسب في المعنى⁽²⁾، أو هو أخذُ لفظٍ من آخر على أن يكون هناك تناسب بينهما في المعنى، مع تغيير في اللفظ وشكله.

- **قابلية التطور**: اللغة العربية لغة تقبل أيّ تجديد أو أيّ ألفاظ جديدة تطرأ عليها، التي يفرضها واقع الحال، أو مرحلة زمنية معينة قد تتطلب ألفاظا خاصة بها للتعبير عن الإحداث والوقائع التي ترافق تلك المرحلة الزمنية⁽³⁾.

- **الثراء اللغوي**: فاللغة العربية ثرية بأصول الكلمات والمفردات، وغنيّة بالوفرة الهائلة للصيغ وهذا ناتج عن طبيعتها التي تختلف عن اللّغات الأخرى، فهي من أعزّر اللّغات مادّة، "تتوارد على المعنى الواحد فنقحمه في معارف شتى"⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ "محمد الماضي" و "معاذ السّرطاوي" و "حسان الدبّك" و "موسى قيشاوي"، **الشامل في اللّغة العربية**، ط1، دار المستقبل، عمان، 1991، ص 12.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 186.

⁽³⁾ مصطفى محمد الحسناوي، مرجع سبق ذكره، ص 60.

⁽⁴⁾ محمد البكاء، مرجع سبق ذكره، ص 111.

سعة القواعد: فهي من أوسع اللغات وأدقها في قواعد الصّرف والنّحو، ويرجع ذلك لارتباطها الوثيق بالقرآن الكريم، فقد نزل بهذا اللسان العربي المبين وأصبح معياراً له ومصدراً رئيساً من مصادره.

إنّ كل هذه الخصائص المميّزة للغة العربية تتأثّر في تعاملها مع وسائل الإعلام، وينعكس ذلك على طبيعتها الذاتية ومفرداتها وأسايبها، ذلك لأن العملية الإعلامية ووفقاً لما تقتضيه من توصيل للمعلومات وتحقيق الاستجابة لدى المتلقّي، فهي توظف أدوات عدّة تدخل في ما يعرف بالتوليد كالاقتراض والمجاز والترجمة والنّحت، وهي التي توظف في وضعيات مختلفة أثناء الممارسة الإعلامية توجدّها أحيانا ضرورة الآنية في نقل الحدث، وأحيانا أخرى حتمية توصيل الفكرة من قبل القائم بالاتصال-الصّحفي- في ظروف ما تُحتمّ عليه الارتجال وبالتالي إيجاد استخدامات جديدة، وكل هذا يعني أنّ ثمة تأثير على اللّغة العربية عند توظيفها من قبل وسائل الإعلام، لأنّ المعنى يتأثّر بكل ما يدخل الكلمات والأساليب من تغيير، والتّغيير الذي يدخل العبارة بتقديم أو تأخير، تعريف أو تنكير، لا بدّ من أن يكون له صدى في معنى الجملة.

ومن هنا يأتي التعمق في إشكال الدّراسة المتعلّق في إذا ما كان هذا التأثير ساهم في ترقية اللّغة العربية أم العكس، خصوصاً وأنّ اللّغة العربية في وسائل الإعلام (*) تبرّز اليوم من خلال "مؤسسات إعلامية تابعة للدّول العربية، وأخرى

(*) استعمال اللّغة العربية فقط على مستوى المحطات التلفزيونية العربية هو الآخر كان محل انتقاد، ذلك لأنّ توظيفها من قبل الدول والحكومات عبر هذه المحطات لا يُستفاد منه في

ناطقة باللّغة العربيّة وموجودة في العواصم الأجنبيّة⁽¹⁾، وهذه المؤسسات التي نشير لها تبرزُ بشكل واضح من خلال المحطات الفضائية التي تركز في خطابها الإعلامي على البثّ باللّغة العربيّة^(**)، وهي التي نشير بشأنها الدّراسات بأنها وظّفت اللّغة العربيّة للتّوجّه بمضامينها للجمهور العربي، وهي المضامين التي تحمل عقائد وأفكار ورؤى تتطلق من مرجعيات ثقافية وفكرية وحضارية غربية سَطّرت وفق أجندة محدّدة ومضبوطة.

إن الدراسة تعمقت لأجل الإجابة على هذه الإشكالية العلمية من خلال آراء مجتمع بحثٍ تمثّل في مجموع المتعرضين لمختلف الوسائل الإعلامية الموظّفة للّغة العربيّة الفصحى محلياً وعربياً سواء كانت مكتوبةً أو سمعيةً وبصريةً، والمقصود هنا تحديداً (الإذاعة والتلفزيون والصحف)، وتمّ التركيز من خلال هذا المجتمع البحثي على فئات متجانسة لها درايةٌ ومعرفةٌ عميقةٌ بالعملية الإعلامية وأهمية النظام الرمزي اللّغوي بالنسبة لها والعلاقة الكامنة بينهما .

وتمثّلت الفئات المتجانسة المُشكّلة لتباينات مجتمع البحث الأصلي، في فئة مفرداتها تبني علاقةً وثيقةً مع اللّغة العربيّة لأتّها أساسية في بناء رسالتها

مخاطبة الآخر، وأعتبر بأنّه وجود إعلامي خارج الوظيفة الأساسية للإعلام، ذلك لأنّ الوصول إلى الرّأي العام العالمي برأيهم لا يكون إلا باللّغات التي يفهما.

⁽¹⁾ محمد البكاء، مرجع سبق ذكره، ص 15.

^(**) يطرح الدكتور نسيم الخوري في كتابه الإعلام العربي وانهيار السّطات اللّغوية أسئلة مفادها: إذا ما كان لوسائل الإعلام أساليبها اللّغوية من حيث طبيعتها وأهدافها وجمهورها، وهل لهذه الوسائل تأثيرات كبرى تتجاوز باقي الأساليب الأخرى؟ وهل تطول هذه التأثيرات جوهر اللّغة فيجعلها الإعلام عجينة تتبدّل وتتحوّل إلى درجة لا حدود لها؟

الموجّهة لجمهورها العريض، فاللغة هي النّظام الرّمزي اللّغوي الذي تتكئ عليه في عملها الإعلامى، والمقصود هنا، فئة الصّحفيين، كما أنّ هناك مفردات أخرى تنتمي لفئة أخرى احتاجت الدّراسة لمعلوماتها وبياناتها، ترتبط باللّغة العربية استخداماً وبحثاً، وهي مفردات تُعرف بتخصّصها العلمى الذي يدرّس العملية الإعلامىة بمكوناتها وعناصرها المختلفة، وبيحث في الرّسالة التي تتحكّم في نجاحها عديد العوامل بما فيها عامل اللّغة، والمعنى هنا هي فئة أساتذة الإعلام والاتّصال، ونضيف إلى هذه الفئة فئة أخرى مفرداتها تُولى عناية خاصة للّغة العربية، من خلال دراساتها وأبحاثها التي تركّز على كلّ ما يتعلّق باللّغة العربية الفصحى وخصائصها وتطوّرها، وهي فئة أساتذة الأدب العربى الجامعيين.

وعلى هذا الأساس ونظراً للتجانس الموجود بين الفئات المطلوبة، ومن منطلق المعلومات المُستهدفة من خلال هذه الدّراسة، وبغرض التّحصل على بيانات ذات دقّة محدّدة من شرائح متميّزة ضمن جمهور المتعرضين لمختلف وسائل الإعلام المُوظفة للّغة العربية الفصحى، تمّ تحديد حجم العينة ومفرداتها بـ 120 مفردةً تتشكل من ثلاث فئات، كل فئة بها 40 مفردة، وهي تخصّ فئة الصّحفيين وفئة أساتذة الإعلام والاتّصال وفئة أساتذة الأدب العربى الجامعيين، ووزعت عليها استمارة استبانية تضمنت 36 سؤالاً، مع الاعتماد على الملاحظة والمقابلة كأداتين بحثيتين خلال الدّراسة لأجل التعمق في الموضوع، والإحاطة بالإشكال الرّئيسى لها.

ومن خلال تحليل جل البيانات المتحصّل عليها خلال الدّراسة الميدانية يتعين أنّ الجمهور يتعرّض لمختلف وسائل الإعلام الموظّفة للّغة العربية الفصحى يكون سواءً المحلية منها، أو العربية وكذا الدّولية، ويخصّصون لها وقتاً معتبراً يتعرّضون من خلاله لكثير من المواد الإعلامية (أخبار تقارير، أفلام وثائقية، نشرات.....).

ومدّة التعرّض هذه التي يخصصها الجمهور المتلقي الذي يفضل اللغة العربية عند تعرضه لوسائل الإعلام، تُثبت بأنّ ثمة استجابة لمختلف مضامين وسائل الإعلام الجماهيرية للموظّفة للغة العربية، وأنّ هناك بالموازاة تعرضاً هاماً للغة العربية كنظام رمزي وُظف في بناء الرّسالة، يستطاع من خلالها في هذه الوضعية التأثير على المتلقين فكرياً وقيماً وسلوكياً ورمزياً (لغوباً)، ومعنى ذلك أنّ وسائل الاتصال الجماهيري في وجود هذا الوقت الهائل من التعرّض من قبل الجمهور بإمكانها أن تدفعه للاهتمام باللّغة العربية، وهو ما يساعدها على الانتشار والتّطور وأخذ مكانتها داخل المجتمع على مستوى الأفراد والمؤسسات، وهذا التعرّض في حدّ ذاته يبين أنّ اللغة العربية تؤدي أدوار اجتماعية هامة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، في مختلف المجالات الحياتية، ويؤكد كذلك أنّها حقّقت هذا التّفاعل والإقبال لأنّها تماشت مع العصر واتّسمت بخصائص تجعلها تؤدي أدوارها على الوجه الكامل.

واتّضح من خلال بيانات الدراسة وتحليلها أنّ اللّغة المنطوقة تتعكس على اللّغة العربية الفصحى كونها تقتضي التّنوع في الأساليب والمرونة في تبديل مواقع الكلام وتغييرها، والانتقال من فكرة إلى أخرى وفقاً لما تشترطه

خصوصيتا الإلقاء والأداء المميزتين خصوصا للتلفزيون والإذاعة، وهو ما يؤدي إلى التأثير على جوانب عديدة خاصة باللّغة العربية. فالكلام المجسد من خلال الصّوت، يشتغل على خلق الصّورة، ما يعني أن عددا من التراكيب والاستعمالات التي قد تنشأ خلال الكلام لاسيما في الوضعيات الإعلامية المختلفة، يؤثّر على اللّغة العربية ومكوناتها المختلفة بدء من المفردة ودلالاتها وصولا إلى اللّحن والاستخدامات العديدة التي قد تنشأ من جراء هذه العلاقة القائمة بين اللّغة وهاتين الوسيطتين الإعلاميتين المهمتين، وهو الأمر نفسه بالنسبة للصّحيفة التي تؤثّر خصوصياتها على أسلوبها الإعلامي بما يحقق استجابة الجمهور للرسالة، وهو ما يجعلها تؤثّر هي الأخرى على خصوصيات اللّغة العربية.

إن اللّغة الإعلامية ولكونها تقنضي البساطة بهدف التّماشي مع احتياجات المتلقي وتوصيل الرّسالة، فذلك ينعكس على اللّغة العربية وخصوصياتها، فهذا العامل يفرض عليها تقادي المفردات المعقّدة والابتعاد عن بعض أشكال البديع والرّخرفة والسّجع والجناس، لكون أنّ اللّغة في الإعلام براغماتية، هدفها الوُصول إلى الجمهور وإيصال الفكرة له بكل الأساليب بما فيها أسلوب التبسيط، كما أن الطّابع الإخباري الذي أضحي يميّز اللّغة الإعلامية الذي يعتمد على لغة بسيطة ومختصرة يكون له تأثيره على اللّغة العربية الفصحى.

وتوظّف وسائل الإعلام كذلك أدوات الاشتقاق والترجمة والاقتراض في لغتها الإعلامية، ما يؤثّر في اللّغة العربية الفصحى وخصوصياتها، وهذا الأمر يتأكّد انطلاقا من أنّ هذه الأدوات تسمح طبيعة عملها على مدّ اللّغة العربية

بمصطلحات ومفردات جديدة، فالاشتقاق مثلا الذي نقصد به أخذ لفظٍ من آخر على أن يكون هناك تناسب بينهما في المعنى، بإمكانه أن يمد اللّغة العربية بكثير من المفردات الجديدة، والشّيء نفسه بالنسبة للاقتراض والترجمة التي تُعتمد كثيرا عند التّعامل مع الثقافة والمعرفة والوقائع الأجنبية، وباقي الأدوات الأخرى.

ومن هنا يتعيّن أن تأثير وسائل الإعلام يكون على كل مستويات اللّغة، في حين أن التأثير الأكبر حسب ما أوضحتها بيانات الدراسة يكون على المستوى التّحوي والصرفي، ثمّ الدّلالي وبعده المعجمي ليلي التأثير ذات الطبيعة الصّوتية كأحد انعكاسات وسائل الإعلام على اللّغة العربية، وذلك لأنّ الأسلوب الإعلامى الموظف من قبل وسائل الاتّصال الجماهيري، ذات طبيعة خاصة تؤثر في طبيعة التراكيب والاستخدامات التي قد تمس بالقواعد والضوابط المعروفة في النحو والصّرف، كما أن ميزة العمل الإعلامى في حدّ ذاته الذي يقتضي أحيانا الارتجال قد ينعكس على دلالة المفردة التي قد توظف لمعنى جديد وُجد بفعل وضعية تواصلية معينة (مثلا قد تكون خلال نقل حيّ لحدث ما جارٍ)، وذا ساهم في جعل اللّغة العربية تتماشى مع ما هو حاصل على مستوى مختلف مجالات الحياة الرّاهنة، فالمفردة المولّدة أي الجديدة تجعل أفراد المجتمع يستطيعون التّعبير عن حاجاتهم المختلفة لاسيّما تلك التي أفرزتها التّطورات العلمية والتّكنولوجية، فمن دون هذا الرّصيد اللغوي المولّد تكون كثير من المجتمعات بما فيها العربية نفسها عاجزة عن التّعبير عن كثير من الحقول المعرفية والحياتية المختلفة، ولذلك فإنّ المفردات المولّدة عموما بما فيها تلك

التي ساهم الإعلام في وجودها خدمت اللّغة العربية كثيرا ومدّتها بأدوات مسابرة جديد العصر ومستحدثاته.

ومع ذلك فإنّ بيانات التحليل توضح أنّ إثراء وسائل الإعلام اللّغة العربية بالمصطلحات الجديدة متوسط، على الرّغم من المصطلحات الكثيرة التي أوجدتها لاسيّما على مستوى التّقنية والتكنولوجيا التي تظهر بدرجة أكبر اليوم في استعمالات اللّغة العربية.

ومثل هذه الانعكاسات الإيجابية على اللّغة العربية على مستوى الأفراد ودلالاتها تعتبر ترقية لها مع ضرورة أنّ لا تكون ركيكة ولا تتوافق مع شروط إقحامها ضمن اللّغة العربية، أو لها ما يقابلها كلفظ عربي، وأنّ لا تكون المفردات ذات المدلولات الجديدة جاءت اعتباطيا دونما أي حاجة للّغة العربية لها، أو أنّ تكون مسألة المدلولات المختلفة لمصطلح واحد، فمثل هذه الدلالات وال مدلولات الجديدة التي تظهر بها اللّغة العربية بفعل تأثير وسائل الإعلام لا تعتبر ترقية للغة العربية في مثل هذه الحالات، ففي وجود مسميات كثيرة لشيء واحد أو العكس ومع غياب المصطلح الدقيق لا يمكن أن نقول أنّ هذه الدلالات التي أفرزتها وسائل الإعلام بأنها ترقية، ما يعني أنّ وسائل الإعلام انعكست اللّغة العربية الفصحى سلبا و إيجابا.

خاتمة:

تعتبر وسائل الإعلام ولغتها الإعلامية عاملا حاسما في ترقية اللّغة العربية، فهي قد تؤثر إيجابا على اللّغة العربية من حيث أنّها تساهم في مدّها بالمفردات والتراكيب والاستخدامات الجديدة وجعل قاموسها يتماشى والعصر كما

سبق الإشارة، لكن قد يحصل ذلك من دون مراعاة لضوابط اللّغة، وهذا هو الذي ينقص عند النّظر في دورها في ترقية اللّغة العربيّة، فكثير من الضوابط الخاصّة باللّغة العربيّة لا يتم مراعاتها نظرا لاعتماد وسائل الإعلام الهجين والدّخيل من الكلمات وإشاعة استخدامات لغوية لا صلة لها باللّغة، أدت إلى تحريفها، ما مسّ بنظام اللّغة الصّوتي والنّحوي والصّرفي... وهذا لا يتماشى مع خدمة اللّغة العربيّة وترقيتها وتطويرها، وبرز ذلك من خلال أن اللّغة العربيّة فقدت جمالياتها على مستوى الإعلام والتراكيب الأصليّة التي تميّزها، وعلى هذا الأساس، ومما جاءت به الدّراسة يكون الأخذ ببعض جوانب التنمية اللّغوية أمر ضروري لأجل تحقيق هدف ترقية اللّغة العربيّة، دونما سلبيات تتعكس على خصوصياتها وميزاتها التي تميّزها، ومن بين أبرز هذه الجوانب الواجب أخذها:

- 1- الاستغناء على كل المفردات الأجنبيّة التي يكون لها مقابل في رصيد وقاموس اللّغة العربيّة، مع التأكيد على أهميّة أن يكون هذا المصطلح المولّد حتى يستطيع الأفراد من التعبير عن حاجات تميّز حقبتهم الزمنية.
- 2- ضرورة مراعاة ضوابط إقحام هذه المفردات الجديدة التي أوجدها العصر ضمن قاموس اللّغة العربيّة.
- 3- العمل على إشاعة استخدامات لغوية سليمة من قبل وسائل الإعلام بدل توظيف الهجين اللغوي، على الرغم من أن طبيعتها توجد كثيرا من الوضعيات التعبيرية والاتّصالية التي قد تُضر باللّغة العربيّة.
- 4- يتوجّب الحرص عند توظيف اللّغة المنطوقة.

5- العمل على استغلال الارتباط الكبير للأفراد داخل المجتمع بوسائل الإعلام لاسيما الإذاعة والتلفزيون، على نشر وانتشار اللغة العربية السليمة من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وقد يحتاج تحقيق هذا الهدف إلى تنسيق الجهود العلمية بين كثير من الجهات.

6- العمل على إيجاد مسميات واحدة لكثير من الألفاظ والمصطلحات الجديدة، لما له من أهمية في ترقية اللغة العربية.

قائمه المراجع:

- 1- فواز منصور الحكيم، سوسبولوجيا الإعلام الجماهيري، ط1، دله أسامة، الأردن، 2011.
- 2- مصطفى محمد الحسنابي، واقع لغة الإعلام المعاصر، ط1، دار أسامة، الأردن 2011.
- 3- محمود عبد الله الخوالدة" و"حسين علي العموش"، علم النفس السباسب والإعلامي، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 4- محمد الأوراعي، اكتساب اللغة في الفكر العربي القديم، ط2، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2014 .
- محمد بن سعود البشر، إبديولوجيا الإعلام، ط1، دار غبناء للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2008.
- 5- محمد كريم الكواز، البلاغة والنقد: المصطلح والنشأة والتجديد، ط1، مؤسسة الانتشار العربي، بيروت لبنان، 2006.
- 6- محمد عبد الرزاق الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 7- محمد البكاء، الإعلام واللغة: مستويات اللغة والتطبيق، ط1، دار نينوى للدراسات والنشر، دمشق، سوريا، 2009.
- 8- إبراهيم الدسوقي، الإعلام واللغة: بحوث في لغة الصحافة التونسية، ط1، دار غريب، القاهرة ، مصر، 2010.

- 9- "عزي عبد الرحمن" و"السعيد بومعيزة"، الإعلام والمجتمع: نظرة
سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، ط1، دار الورسم
للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- 10- محمد محمد داود، لغويات مُحدثة في العربية المعاصرة، ط1، دار غريب
للنشر والتوزيع، القاهرة مصر 2006.
- 11- تيسير أحمد أبو عرجة، قضايا ودراسات إعلامية، ط1، دار جرير للنشر
والتوزيع، الأردن، 2006.
- 12- صالح السامرائي ، علم النفس الإعلامي: مفاهيم ، نظريات، تطبيقات،
ط1، دار المناهج للنشر، الأردن، 2007.

الملحق: الاستبانة

جامعة الجزائر -3-

كلية علوم الإعلام والاتصال

تعد هذه الاستمارة التي بين أيديكم أداة هامة للدراسة التي نجريها بخصوص الموضوع المتعلق بـ " وسائل الإعلام ودورها في ترقية اللّغة العربية - دراسة تحليلية وصفية ".

لهذا السّبب، نلتمس منكم العون بالإجابة على كلّ التّساؤلات باستثناء الحالات التي لا تقتضي ذلك.

كما نحيطكم علما أنّ إجابتكم لا تستعمل إلا لأغراض علمية محضة.

ملاحظة: - الرجاء وضع علامة (x) في خانة الإجابة المناسبة.

تقبلوا شكراتنا.

إشراف الأستاذة الدكتور:

أ.د. فايزة يخلف

إعداد الطّالب:

فارس طباش

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس

ذكر

أنثى

2- المستوى الدراسي

ليسانس

ماجستير

ماستير

دكتوراه

3- المهنة:

أستاذ إعلام

أستاذ أدب عربي

صحفي

المحور الثاني: أنماط وأشكال التعرض لوسائل الإعلام

4- ما هي الوسيلة الإعلامية التي تتعرض لها بشكل كبير؟

التلفزيون

الإذاعة

الصحافة

5- ما هي المدة التي تتعرض لها لوسائل الإعلام خلال اليوم الواحد؟

أقل من ساعتين

- بين 3 و5 ساعات

- أكثر من 5 ساعات

6- ما طبيعة المضامين التي تتعرض لها في تعاملك مع الإذاعة والتلفزيون؟

- النّشرات الإخبارية - الحوارات والروبورتاجات

- الأفلام الوثائقية

-أخرى

اذكرها.....

7- ما هو المحتوى الذي تتعرض له عند تصفحك للجريدة؟

- الأخبار والتّقارير - المقالات والأعمدة

-أخرى

اذكرها.....

8- ما هي القنوات التّلفزيونية والإذاعية والصّحف التي تفضلها أثناء تعرضك

للمضامين الإعلامية الموظفة للغة العربية الفصيحة؟

- التّلفزيون الجزائري بقنواته - القنوات التلفزيونية الخاصة

- القنوات الإخبارية العربية

- الإذاعة الجزائرية بقنواتها - الإذاعات العربية

-الصّحف الوطنية - الصّحف العربية

المحور الثالث: علاقة طبيعة الوسيلة الإعلامية باللّغة العربية

9- هل خصوصية الوسيلة الإعلامية تؤثر برأيك على اللغة العربية الفصحى؟

نعم لا

9-أ- إذا كانت إجابتك بنعم ، برأيك ما نوع هذا التأثير ؟

- إيجابي - سلبي - معًا

10- برأيك ما هي الوسيلة التي تجدها أكثر تأثيرا على اللغة العربية الفصحى؟

- التلفزيون

- الإذاعة

- الصّحف

10-أ-

لماذا؟.....

11- ما هي ابرز الخصائص المتوفرة في التلفزيون والإذاعة التي بإمكانها التأثير على اللّغة العربية الفصيحة؟

- كلّ من الوسيلتين تعتمدان على اللغة المنطوقة

- الإلقاء والأداء في الوسيلتين يوجدان أساليب جديدة

-أخرى

اذكرها.....

12- ما هي الخصائص المميزة للصّحيفة التي بإمكانها أن تؤثر على اللّغة العربية الفصيحة؟

- اعتمادها على لغة إعلامية بسيطة

- تركيزها على وضوح الفكرة في لغتها الإعلامية

-أخرى

اذكرها.....

المحور الرابع: اللّغة الإعلامية وتأثيرها على سمات ومستويات اللّغة العربية

13- هل التّبسيط الذي تعتمدة وسائل الإعلام في لغتها الإعلامية انعكس على اللّغة العربية الفصيحة؟

نعم لا

14- هل يؤثر الطّابع الإخباري لوسائل الإعلام على اللّغة العربية الفصيحة؟

نعم لا

15- ما هي الآليات الأخرى التي تعتمدها وسائل الإعلام في لغتها

الإعلامية حتى تكون لها قدرة التأثير على خصوصيات اللّغة العربية الفصحى؟

- الاشتقاق وإنشاء المفردات الجديدة

- التّرجمة والاقتراض

-أخرى

اذكرها.....

-16- ما طبيعة التأثير الذي تحدثه اللغة الإعلامية لوسائل الإعلام على اللغة العربية الفصحى؟

- معجمية - صوتية - نحوية وصرفية - دلالية

-17- كيف تجد تأثير وسائل الإعلام تؤثر على مختلف مستويات اللغة العربية؟

- إدخال تغييرات صوتية على بعض ألفاظ اللغة العربية

- إدخال اللحن على بعض الألفاظ

- إنشاء مفردات جديدة

- إيجاد استخدامات لغوية جديدة لم تكن موجودة

- إيجاد مواضع جديدة للكلمات في تراكيب الجمل

- إنشاء حركات جديدة لألفاظ قديمة أصبحت تؤدي معنى جديدا

أخرى اذكرها-----

المحور الخامس: علاقة وسائل الإعلام بإثراء مصطلحات اللغة العربية

-18- هل استطاعت وسائل الإعلام أن تجعل اللغة العربية الفصيحة معبرة عن المستجدات المستحدثة في مختلف المجالات؟

نعم لا

-19- كيف تجد طبيعة تأثير وسائل الإعلام على مستوى معجم اللغة العربية؟

- زيادة عدد مفردات اللغة العربية

- إنشاء مصطلحات جديدة
- إقحام مفردات أعجمية في المعجم العربي
- تغيير دلالات المفردات
- إيجاد مصطلحات تتسم بالبساطة بدل التعقيد

20- ما هو مستوى تأثير وسائل الإعلام في إثراء اللغة العربية بالمصطلحات الجديدة؟

- بشكل كبير
- بشكل متوسط
- بشكل ضعيف

21- ما هي الوسيلة الإعلامية التي تراها الأكثر تأثيرا في إثراء اللغة العربية بالمصطلحات الجديدة؟

- التلفزيون
- الإذاعة
- الصحافة

21-أ-

لماذا؟.....

22- برأيك ما طبيعة رصيد المفردات الذي زوّدت به وسائل الإعلام قاموس اللغة العربية؟

- علمية
- أدبية
- تقنية وتكنولوجية

أخرى

اذكرها

23- هل برأيك استطاعت وسائل الإعلام استبدال مصطلحات عربية جديدة مكان أخرى كانت مستعملة؟

نعم لا

24- هل برأيك استطاعت وسائل الإعلام أن تغير مدلولات كلمات عربية قديمة من سياقها الأصلي إلى آخر جديد؟

نعم لا

25- كيف أثرت طبيعة اللغة الإعلامية لوسائل الإعلام على مدلولات ومعاني اللغة العربية الفصحى؟

-بشكل كبير -بشكل متوسط - بشكل ضعيف

26- هل استطاعت وسائل الإعلام أن تعيد استخدام الكلمات والمصطلحات المهجورة في اللغة العربية؟

نعم لا

26- أ- إذا كانت إجابتك بنعم ، هل تعتبر ذلك إثراء اللغة العربية؟

نعم لا

27- هل وجود المصطلح الأجنبي ضمن الأساليب التعبيرية للغة العربية بفعل وسائل الإعلام يعتبر إثراءً لمعجمها؟

نعم لا

28- ما هو مستوى مساهمة التوليد في إيجاد مصطلحات جديدة في اللغة العربية جراء ارتباطها بوسائل الإعلام؟

- بشكل كبير - بشكل متوسط - بشكل ضعيف

المحور السادس: علاقة اللّغة الإعلامية بترقية اللّغة العربيّة

29- إذا كنت توافق على أن وسائل الإعلام أثرت رصيد اللّغة العربيّة

بمصطلحات ومفردات جديدة، فهل يعني ذلك أن الإعلام ساهم في ترقيتها؟

نعم لا

29-أ-

كيف ذلك.....

30- إذا كنت ترى أن لطبيعة اللّغة الإعلامية تأثيرٌ على دلالات مفردات

اللّغة العربيّة، فهل تجد ذلك جانباً من ترقية اللّغة العربيّة الفصحى؟

نعم لا

31- إذا كنت توافق على أن وسائل الإعلام أوجدت استخدامات لغوية

وتراكيب جديدة، فهل تجد في هذا النوع من التأثير ترقية للّغة العربيّة الفصحى ؟

نعم لا

31-أ-

كيف ذلك.....

المحور السابع: تبني الأفراد للّغة العربيّة بفعل الإعلام وعلاقته بترقية اللّغة

العربيّة

32- هل تجد أن وسائل الإعلام ساهمت في تعلم الأفراد لكلمات عربيّة

جديدة؟

نعم لا

33- هل ترى أن وسائل الإعلام دفعت الأفراد لاستخدام اللّغة العربية الفصحى في حياتهم اليومية؟

نعم لا

33- أ- إذا كانت إجابتك بنعم، كيف تجد مساهمة وسائل الإعلام في دفع الأفراد إلى استخدام اللغة العربية الفصحى؟

- بشكل كبير - بشكل متوسط - بشكل ضعيف

34- هل هذا الاستخدام للّغة العربية وتوظيف مفرداتها من قبل الناجم عن علاقتها بوسائل الإعلام يعتبر جانبا من ترقية اللّغة العربية؟

نعم لا

34- أ-

لماذا.....

35- هل برأيك استطاعت وسائل الإعلام بفعل طبيعة لغتها الإعلامية أن ترقى اللّغة العربية دون المساس بضوابطها ولغتها الأساسية؟

نعم لا

35- أ-

كيفذلك؟.....