الاسم واللقب : عبد العليم بوفاتح
الرتبة : أستاذ التعليم العالي
التخصص : الدراسات اللغوية
الجامعة : جامعة عمار ثليجي – الأغواط
الهاتف المنقول : 0772735697
البريد الإلكتروني: abdelalimboufatah@yahoo.fr / aboufatah@gmail.com

---

مداخلة للمشاركة في الملتقى الوطني
" اللغة الخاصة في البحث العلمي وحقول المعرفة المختلفة"
جامعة 8 ماي 1945 بقالمة
09 ـ 10 ماي 2018

المحور الثاني : اللغة الإعلامية

عنوان المداخلة :

خصائص اللغة الإعلامية وأثرها في صناعة الخطاب وتحقيق فاعليته

توطئة : أهمية اللغة ووظيفتها التواصلية :

اللغة هي أداة التواصل الاجتماعي، ووسيلة التعبير عن الأفكار والأغراض، فهي عالم رحب ووطن فسيح يُمارس فيه الإنسان حرية التعبير والتفكير. ولغة كل أمّة هي وعاء فكرها ، ومستودع أفكارها ، وهي المرآة التي تعكس مستواها العلمي وتنبئ عن إرثها الثقافي ، وهي التي تبين مدى قابلية هذه الأمة للتجاوب مع سنن التطور والتدرّج على مراتب الرقي والازدهار . واللغة هي الناطق الرسمي باسم الأمة والمعبر عن حياتها . وهي أصدق مخبر للشعوب والأمم وأوثق مصدر لتاريخها.

وقد أدرك اللغويون عرباً وغرباً ما للغة من أهمية وتأثير، فبينوا قيمتها ودورها، وحثوا على العناية بها. ولعلّنا نستأنس ههنا بالتحديد الجامع المانع الذي يستجيب لمختلف الرؤى والأنظار في هذا الشأن، على الرغم من

إيجازه، ألا وهو تحديد العالم اللغوي العربي أبي الفتح بن جني الذي يقول فيه:" اللغة هي أصوات يعبّر بها كل قوم عن أغراضهم. " i .

فهو يذكر الصوت اللغوي (أي نظام الأصوات المنطوقة)، والقوم (أي مجتمع من بني الإنسان)، والتعبير (أي الإفصاح عن كوامن النفس)، والأغراض (أي المقاصد والمعاني التي لا تعرف إلاّ بالتعبير اللغوي) . وهذه هي المكونات الأساسية للّغة. كما يُستخلَص من هذا أنه لا بد من إدراك قيمة اللغة ابتداء من النطق السليم الذي لا يكون إلاّ بمراعاة الآليات الصوتية النطقية والفيزيائية وهي التي تضمنها لفظ (أصوات) ثم مراعاة الأبعاد الفونولوجية الوظيفية، وهي التي تضمنها لفظ " التعبير "، ثم مراعاة الشحنات التأثيرية التي تتجاوز مجرد التعبير والتبليغ، وهي ترجمة الأغراض الكامنة في نفوس المتكلمين. وهذه الأغراض تختلف بينهم بحسب ما يمتلكونه من قدرات نفسية وملكات فطرية وأخرى مكتسبة ورثوها عمّن سبقوهم من المجتمع الإنساني ذاته. فهي إذاً ملكات مترسخة في نفوسهم. ذلك أنّ كل فرد ينشأ على نظام لغوي معين يجده متداولاً في مجموعته اللغوية، فيتعلمه منها كما يتعلم غيره من الأنظمة في مجالات أخرى، ثم يستعمله وفق استعمال المجموعة له، وهذا ما توحي به كلمة (قوم). وقد قال أحد الشعراء الإيطاليين في هذا المعنى:" إن الشعوب يمكن أن تكبل بالسلاسل، وتسد أفواهها، وتشرد من بيوتها، ويظلون مع ذلك أغنياء، فالشعب يفتقر ويستعبد ما إن يُسلب اللسان الذي تركه له الأجداد، عندئذ يضيع إلى الأبد ." ii

واللغة من حيث استعمالها وتداولها لها وظائف متعددة، بحيث تستجيب عبْر هذه الوظائف لمختلف الوضعيات الاستعمالية المتداولة بين منتج اللغة ومتلقيها، وهذا ما أثاره رومان جاكبسون عندما تحدث عن الوظيفة التعبيرية والوظيفة الإعلامية والوظيفة الخطابية، وهي ذات صلة مباشرة بالجانب الاتصالي للغة..

فالوظيفة التعبيرية تتجلى في تعبير الكاتب أو المتكلم عن مشاعره، بغض النظر عن الاستجابة، وتظهر هذه الوظيفة في الشعر الغنائي والأدب القصصي والمسرحي، إضافة، إلى البيانات الرسمي، كالمراسلات والوثائق السياسية أو القانونية والأعمال الفلسفية العلمية الموثقة..

وأمّا الوظيفة الإعلامية فتتجلى في المقام الخارجي أي فيما هو خارج اللغة، كما في الإخبار عن حقائق أو أحداث معينة، وتتمثل في الصيغ الاعلامية ضمن أي نوع من المعرفة في موضوع معين، كالتقارير والنشرات الإخبارية والمعلومات العلمية المختلفة والمعلومات العامة التي يتناقلها الأفراد في أحاديثهم اليومية أوعن طريق نشرها في الصحف والإذاعات والنشرات، أو في البحوث عبْر المجلات العلمية، وغيرها.

وأمّا الوظيفة الخطابية فلها صلةٌ بجمهور القراء والمخاطبين، إذْ تتعلق هذه الوظيفة بمخاطبة الجماهير ليفعلوا شيئاً ما، أو يفكروا في شيء ما، وأهم شيء في هذه الوظيفة، هو ما يكون من ردود الأفعال لدى المتلقين. iii

إنّ اللغة بوصفها نظاماً من العلامات والرموز والإشارات، لا تنفكّ عن وظيفة التواصل بين مستعمليها عبْر هذه العلامات والرموز والإشارات، لأنّ ذلك من أبرز وظائفها. ذلك أنّه " في المسألة الإعلامية تبرز مسالة التوصيل في أي حديث عن اللغة، بل على هذا البُعْد يتوقف التفريق بين الأدب وغيره من فنون القول الأخرى، والحديث عن اللغة الوظيفية واللغة الجمالية أشهر من أن تُدار حوله مناقشة متقصية، بل حسبنا الإشارة إلى البدهية القائلة إنّ التوصيل الفكري أو (القصدي) في اللغة الوظيفية، وبعضهم يطلق عليها المحكيّة، يأتي قبل أي اعتبار آخر، في حين يسبق التأثير الجمالي أو الفنّي التصويري في اللغة الجمالية أيّ هدف آخر. ومعنى ما سبق أنّ ما نطْلق عليه (اللغة الإعلامية) هو لون من ألوان اللفات الوظيفية، يتدرج في وظيفيته إلى الحد الأقصى فيما يُعْرف بلغة الأخبار، في حين قد لا ينشد الخطاب المقالي أكثر من الحد الأدنى من الوظيفة المباشرة للنص. ذلك أنّ النوع الآخر من الخطاب الصحفي ينصرف إلى غاية إقناعية أي طلبية في المقام الأول..." iv

خصائص اللغة الإعلامية ومزاياها:

بحُكْم أنّ اللغة وسيلة لا غنى عنها في مجالات الحياة المتعددة ومناحيها المعرفية على اختلافها، ظهرت مصطلحات تتجلى فيها نسبة اللغة إلى كل مجال من هذه المجالات، كاللغة العلمية واللغة الأدبية واللغة الفنية.. وغيرها؛ كما ظهرت مصطلحات أخرى في هذا الشأن تتلاءم مع مستجدات العصر وموجوداته في نسبتها إلى اللغة، ومنها مثلاً: اللغة الحاسوبية واللغة الطبية واللغة الاقتصادية، ومنها كذلك لغة السياسة ولغة الصحافة أو اللغة الإعلامية. وبهذا أصبح للإعلام " لغته التي " تفرض حضورها في مختلف المحافل وشتى الميادين، بل إنّ هذه اللغة أصبحت الأداة الرئيسية للتعبير من حيث الكمّ، ومن ثمّ فقد أصبحتْ أوسع الأواني التي تضمّ الإنجازات الفكرية والتكنولوجية المعاصرة. ولما كانت وسائل الإعلام هي الأهمّ بين وسائل نشر المعرفة الإنسانية، فقد اضحتْ لغة الإعلام بمرونتها الأداة الأولى للتثقيف والتعليم غير المؤسسي.." v

وليست اللغة من المنظور الإعلامي مجرد وعاء يحتضن الفكر الإنساني، أو أداة تواصلية تستعمل في وسائل الإعلام في نقل الأخبار ووصف الأحداث، وإنما هي كيان متصل بحياة المجتمع ووسيلة فاعلة في توجيه مسيرته، كما أنها المرآة الحقيقية التي ينعكس عليها واقع هذا المجتمع سلوكياً وثقافيا. فالأزمات الاجتماعية المتجلية في

الاضطرابات اللغوية التي تعرفها بعض المجتمعات هي من أبرز الأسباب التي تؤدّي إلى تدهور اللغة في هذا المجتمع، ونأخرها عن مسايرة التطورات العالمية المتسارعة.

كما أنّ اللغة في المجال الإعلامي ليست مجرد أداة اتصالية وحسب، وإنما تتعدى ذلك ليكون الاتصال أبرز وظائفها، بمعنى أن تكون اللغة الإعلامية لغة اتصالية في المقام الأول.. ولذلك فإنّ الاضطراب في توظيف اللغة ناجم عند إهمالها وتجاهل دورها ووظيفتها الاتصالية في المجتمع؛ وعليه فلا يمكن أن تكون لغة الإعلام بمنأى عن الأحداث الحاصلة في المجتمع، لأنها وسيلة التواصل الحيّ الذي يأخذ كل شيء من اللغة ويعطيها كل شيء، وهي أكثر اتصالاً بالناس وعلى أوسع نطاق، فهم يتداولونها باستمرار على تباين مستوياتهم الثقافية والاجتماعية.. وهذا ما جعلها توصف بأنها " اللغة الثالثة التي تتوسط الفصحى والعامية، أو فصحى العصر التي تواكب التطور الاجتماعي والمعرفي للعرب، أو اللغة العربية الجديدة التي تستند في أصولها إلى العربية القديمة، وتستجيب لمستجدات العصر والحاجات التعبيرية للناطقين بها.." [vi]

وقد بات الإعلام بفضل لغته هذه " أهمّ وسائلنا القولية على الإطلاق، فالصحافة ،مثلا، هي التي يقرأها الجمهور، وهي التي يثقف بها، وهي التي تقوده وتسمو به، إذْ تغذّيه عقلياً وروحيا بعدد لا حصر له من المعرفة، فإن الناس لم يعودوا يقرأون الكتب الكبيرة كما كان يقرأها آباؤهم، لسبب بسيط هو أنهم مشدودون إلى عجلة السرعة، وهي لا تُبقي لهم وقتا للقراءة الطويلة؛ ومتى يقرأون وهو يقفزون قفزاً ويثبون وثباً.." [vii]

ومن أبرز ما تتميز به اللغة الإعلامية أنها لغة المعاصرة، إذْ تفرض نفسها وتثبت وجودها وفق معطيات الحياة العصرية؛ فهي ذات قابلية كبرى للتطور والتغير مع تغير ظروف العصر؛ غير أن ذلك لا يعني أنها لغة مقطوعة عن جذورها وأصولها، لأن كل لغة تحمل بين ثناياها عنوان حضارتها وتاريخها العريق، إذ تستمدّ وجودها وقيمتها من هذه الحضارة وهذا التاريخ.. ويعرف المجال الإعلامي بأنه مجال حيوي بحُكْم طبيعته وخصوصياته القائمة على التنوع ومسايرة حياة المجتمعات العصرية، وبهذا فإن اللغة الإعلامية لها ما يميزها عن غيرها..

وتتميز اللغة الإعلامية بالحياة والثراء والتجدد المستمد من التنوع الحاصل في المجتمع بتنوع مجالات الحياة، لأنّ هذه اللغة معنية بالحضور في كل هذه المجالات، وهي لغة الجميع لذلك وجب أن تكون لها قابلية الفهم والتأويل لدى جميع الطبقات الاجتماعية.. فالألفاظ المتنوعة المتدفقة في كل حين في أوساط الاستعمال اللغوي هي المنبع الذي تستقي منه لغة الإعلام مادتها، ووسائل الإعلام هي الحاضنة لهذا التنوع اللغوي، ورجال الإعلام هم الذين يمتلكون التأثير الآني الفاعل في المتلقين.. ذلك أنّ " لغة الإعلام تستجيب لمقتضيات العصر، وأول هذه

المقتضيات السرعة، هذه السمة التي باتت الآن تضبط إيقاع الحياة بحركة متسارعة انعكست على كل أوجه الوجود الإنساني... وتضغط مقتضيات السرعة في الصحافة المطبوعة على ما يُعْرَف بعامل **المساحة**، وهو عامل اقتصادي حاسم في مهنة باتت تحكمها الآن الاعتبارات الاقتصادية أكثر من أي اعتبارات أخرى.." viii

وتكتسب اللغة الإعلامية حيويتها من مختلف العمليات الإبداعية التي تمر بها في تعاملها وتقاطعها مع ألفاظ اللغات الأخرى عن طريق الترجمة أو التعريب للألفاظ والعبارات الأجنبية، أو ابتكار الجديد من الألفاظ والصيغ ممّا يستجد من المواقف وسياقات التخاطب، على أن يكون بما يتناسب مع خصائص النظام اللغوي، سواء أكان ذلك من جهة التراكيب أو البنى الصرفية أو الاستعمالات المجازية وما توحي به من المعاني والدلالات.. إلى غير ذلك ممّا يمتد فيه مجال الإبداع فسيحاً في المجال الإعلامي أكثر من غيره، على اعتبار أنه أكثر إقبالاً من المتلقين وأكثر اتصالاً بالجمهور..

وممّا تتميز به اللغة الإعلامية أنها تُسْهم في تطوير اللغة، بتوسيع دلالات الألفاظ، والجنوح بها نحو السهولة واليُسْر في التداول، ولا يعني ذلك كثرة الابتذال والنزول في مستوى الاستعمال، وإنما المراد هو وضوح العبارات وتنويع الأساليب من غير تعقيد أو إبهام أو إغراب، مع احترام النظام اللغوي وعدم الإغراق في استعمال اللهجات العامية، إلاّ ما جاء منها على سبيل الضرورة بقصد الإيضاح وتقريب الأفكار من عموم المتلقين، قصد لتيسير استيعابها لديهم، وهذا ممّا جعل بعضهم يسمّي هذه اللغة السليمة الفصيحة السهلة في تداولها بـ(فصحى العصر)، أي: اللغة التي تجمع بين الفصحى وبعض العامية عند الضرورة، ذلك أنّ " أن أساس نظرية الإعلام وتطبيقاتها في وسائل الاتصال المختلفة يعتمد من الوجهة العملية على ضرورة حدوث تماثل واتفاق على مضامين الكلمات وأساليب التحرير التي يفسرها كلٌ من المستقبلِ والمرسل في عملية الاتصال." ix

لكنّنا لا نريد للّغة الإعلامية أن يكون دأبها هو المزج بين الفصحى واللهجة العامية، بل نريد لها أن تكون لغة سهلة متنوعة متجددة تمتاز بالحيوية والمرونة، ولكنها مع كل هذا لا تخرج عن نطاق اللغة الفصيحة الصحيحة التي لا تخلو من طابع جمالي إبداعي يزيد من درجة قبولها واستحسانها لدى المتلقين..

وضع اللغة العربية ومكانتها بين اللغات :

اللغة العربية هي حاضنة التراث، وحاملة لواء الحضارة والازدهار، وحافظة التاريخ المجيد إلى الأجيال المتعاقبة، لذا وجبت العناية بها والسهر من أجل تطويرها وترقيتها لمواكبة العصر ومواجهة التحديات، خصوصا في عصر العولمة الذي أصبح واقعاً مفروضا بكل ماله وما عليه. ولضمان حياة اللغة العربية والحفاظ على حيويتها يجب

السهر على حسن استعمالها وتوسيع نطاقها ومجالها، ذلك أنّ حياة كل لغة وتطورها وبقاءها كل ذلك مرهون بتداول الناس لهذه اللغة وممارستهم لها على الوجه الأفضل لزمن أطول، حتى تصير ملكة مترسخة لديهم.

والكلام عن اللغة العربية هو كلام عن الأمة التي توكَل إليها مهمة القيام على خدمة لسانها الذي هو عنوان هويتها، وذلك بالعمل على تطويره وترقيته. فلا حياة للُغةٍ ولا قيام لها ولا نهوض إلاّ بحياة ضمائر أبنائها وتشبّعهم بإرادة النهوض بها. إذْ كيفما يكونوا تكُنْ؛ ثم كيفما تكنْ يكونوا. ويتحتم على الأمة العربية – إذا أرادت أن تسود أو على الأقل أن تحمي كيانها وتحافظ على وجودها – أنْ تدخل القرن الحادي والعشرين وهي مزودة بما يؤهلها لافتكاك مكان لها بين الرواد في عصر يعرف ثورة تقنية عارمة أخذت تتجلى الآن في التقنيات الحديثة، خصوصاً تلك المتعلقة بالاتصالات والمعلوماتية، في مجتمع دولي أصبحت السيادة فيه لمن يأخذ بزمام التكنولوجيات الحديثة. ويأتي الإعلام في طليعة الوسائل التي يُنتظَر منها أن تتولى نشر مستجدّات الحداثة في مختلف المناحي الثقافية والحضارية والاقتصادية.

هذا، وإنّ الحقيقة الناصعة التي لا مراء فيها عند أهل النظر الصحيح هي أنّ اللغة العربية من أطوع اللغات وأيسرها لمختلف الاستعمالات العلمية التكنولوجية والرياضية والحاسوبية، كما تُعْرَف بأنها الأفضل من حيث الأسلوب الفني الرفيع والتعبير الجماليّ البديع.. وكذلك تعرف من جهة الترجمة بأنها الأقدر على ترجمة اللغات الأخرى إليها، من ترجمتها إلى هذه اللغات.

ولكن العربية ظلت تعاني من تقاعس أهلها الذين لم يرتقوا إلى المستوى المنتظر منهم في سبيل ترقيتها والنهوض بها، وتعاني من خصومها الذين لا يعترفون بمكانتها فلم ينفكّوا يتربصون بها لتنفيذ مخططاتهم بالنيل منها تحت غطاء العولمة والتطور والحضارة، وغيرها من الشعارات التي تنطوي على أبعاد أخرى تكيد في مجملها للّسان العربي يشتى الطرق والوسائل. وليست تلك الجهود التي بذلتها الدول الاستعمارية ولا تزال لمحاربة الحرف العربي وإضعافه، ليست تلك الجهود بخافية ، لعلمها أنّ الحرف العربي هو رمز الهوية والانتماء.

لقد غُرستْ، منذ زمن، بذور محاولات القضاء على اللغة العربية في أرضنا، سعياً من الخصوم إلى مسخ الشخصية العربية الإسلامية وعزل الأمة عن تاريخها وإرثها الثقافي الممتدّ عبْر الزمن . لقد أرادوا " تمزيقا لوحدتنا اللسانية التي تربطنا على تنائي الديار واختلاف الأقطار، وكان اتجاه الاستعمار إلى إحلال لغاته محل العربية، وإن تعذر هذا فلتكن اللهجات العامية هي السلاح الذي يقضي على عربيتنا الموحدة ."x .

وقد صمدت العربية منذ قرون طويلة أمام محاولات النيل منها وإضعافها. " ولو أننا جلْنا خلال عصور اللغة العربية وفي الأقطار المختلفة للناطقين بها لوجدناها تتأثر طوراً بعد طور، ومكانا في إثر مكان بما ساقته عليها المقادير من لغات تريد أن تعايشها أو تزاحمها أو تقضي عليها وتفنيها، إذْ نشعر بالتعبيرات المستعارة من التركية ... ثم من اللغات الأوربية العصرية ، وفي مقدمتها الإنجليزية والفرنسية تجري على أقلام الكُتّاب وفي أنهار الصحافة، فلا يكاد يرتاب فيها أحد... "[xi]

غير أن ظاهرة التأثير والتأثر بين اللغات أمر لا مناص منه في كل الألسنة إذا كان من باب التقاطع في الاستعمال قصد الإثراء. بل إنّ ذلك من ضرورات التطور وسنن الازدهار والنمو." ومن المعروف أنّ اللغة تنمو وتتجدد بتأثير عامليْن رئيسيْن : أحدهما الكسب الخارجي : أي ما يتسرب إليها من لغات أخرى ثم يتأصّل فيها ويصبح جزءاً ثابتاً منها. ومن هنا فقد استقرتْ في لغتنا الجميلة ألفاظ وتعابير وأوضاع – على توالي العهود فأصبحتْ بمنزلة الفصيح من كلامها، ونستعملها نحن في نثرنا وشعرنا دون أن نحسها غريبة، بل إنّ بعضها قد غلب على ما يقابله من لفظ عربي سابق وأقصاه عن الاستعمال. والعامل الثاني : هو التولّد الداخلي، وهو ما ينشأ في اللغة عفواً أو قصداً ، وتسوق إليه الحاجة ، سوقا طبيعياً، دون تكلّف الدرس أو البحث، فيجري على السنة الناس وأقلامهم منبعثا عن سليقة لغوية يستجيب لها الجمهور في أغلب الأحيان.[xii]

ولكن لا يستطيع أحد أن ينكر أنّ اللغة العربية اليوم تتعرض لعدة أزمات داخلية وخارجية. فأمّا العراقيل الداخلية فهي تكمن فيما يعاني منه المجتمع العربي من التبعية حتى في لغته الأمّ التي يتأثر فيها بالدراسات الاستشراقية التي لا يخلو بعضها من طعون مبطنة تمسّ الهوية والانتماء باستعمال اللغة التي يختارها هؤلاء لنا ونسعى إلى تقليدهم فيها.

وأمّا الأزمات الخارجية فتتمثل في الهجوم الصريح على اللغة العربية واتهامها بعدم مواكبة الحضارة والتقدّم، وذلك بهدف التشكيك في أحد أبرز مقومات الأمة ، على اعتبار أنّ اللغة هي المدخل إلى هذا الطعن .

لقد أقرضتْ العربية كلماتها بعض اللغات كما في دول البلقان التي تستعمل كثيراً من الألفاظ العربية في الحياة اليومية ، وهي ألفاظ نُقلتْ إليها من عرب صقلية والأندلس منذ زمن بعيد ، ولا تزال تستعملها. وامتدّ تأثير اللغة العربية إلى لغات أخرى فأعطت، بعدد لا يحصى، حرفها الناصع وكلماتها الساحرة للغة فارس ولغة الأتراك، وامتد تأثيرها إلى لغات أوربا كذلك، بسبب الإسلام والجوار الجغرافي والتجارة . وهذا التأثير مشابه لتأثير اللاتينية في بقية اللغات الأوروبية. فالعربية قد " غزتْ أماكن كثيرة في شتى بقاع العالَم ودخلت أمماً مختلفة وأثّرتْ في لغاتها...

ولكونها عُرفتْ بسعتها وثرائها وبما تملكه من وسائل النمو والتطور من اشتقاق ومجاز ونحت وتعريب. فقد استطاعت أن تستوعب الثقافات والعلوم المترجمة في عصور الإسلام الأولى "[xiii] . فلغة العرب أوسع اللغات وكلامهم أرقى الكلام ، حتى قيل: "كلام العرب لا يحيط به إلاّ نبيّ."[xiv]

وما أجمل ما يصف به العالم الخبير باللغة ابنُ جني لغةَ الضاد ، إذ يقول : " ... وذلك أنني إذا تأملت حال هذه اللغة الشريفة الكريمة اللطيفة وجدتُ فيها من الحكمة والدقّة والإرهاف والرقّة ما يملك عليّ جانب الفكر، حتى يكاد يطمح به أمام غَلْوة السحر... " [xv]

إنّه هذا التوصيف الصادر عن عالم لغويّ حصيف يؤكّد أفضل ما تتميّز به العربية من الشرف والكرم واللطف والحكمة والدقة والإرهاف والرقّة والسحر. وكلّها من مزايا اللغة العربية وخصائصها التي تنفرد بها وتقف شامخة بين اللغات . بل إنه لمن العجيب أن نجد الاعتراف بمكانة لغة العربية لدى غير أهلها ، ونجد في مقابل ذلك إعراضا وازدراءً لها من أهلها الذين يجيدونها . فقد أظهرت أحدث تقارير الأمم المتحدة فيما يخص اللغات المتحدثة في العالَم أنّ 50 % من سكان الأرض يتحدثون ثماني لغات فقط من أصل ستة آلاف لغة تستخدم اليوم في أنحاء المعمورة. وأورد هذا التقرير أنّ اللغة العربية ضمن هذه اللغات الثماني . "[xvi]. وهي بذلك تتقدم على عدة لغات أوربية ؛ ومع ذلك فكل ما وُصفتْ به مدحاً ، هو في الحقيقة دون ما ينبغي أن تحظى به من المكانة السامية التي تنفرد بها بين اللغات.

اللغة العربية في المجال الإعلامي:

إنّ لوسائل الإعلام دوراً بارزاً في المجتمع لكونها مرتبطة ارتباطا وثيقا بحياة الناس. فالإعلام وسيلة لتثقيف المجتمع وتوسيع آفاق أبنائه بإطْلاعهم على مستجدات الحياة في المجالات المختلفة وتعريفهم بحياة المجتمعات الأخرى ، وتزويدهم بأخبار العالَم وأحداثه على اعتبار أنهم جزءً منه ، يؤثّرون ويتأثرون..

والإعلام وسيلة تعليمية بما تحمله القنوات والصحف المتخصصة من موضوعات موجهة إلى فئات مختلفة من المتعلمين، فضلاً عن كون البرامج التي يتم تقديمها بمنزلة الدروس التي يتلقاها المستمع والمشاهد، سواء أكانت عن قصد أم عن غير قصد. وبهذا تكون وسائل الإعلام بمنزلة المدرسة التي تلبّي حاجات الكثير من المتعلمين على اختلاف مستوياتهم وأعمارهم..

والإعلام وسيلة تربوية تهذّب سلوك الفرد والمجتمع بما تقدّمه به من القيم والمبادئ السامية في مجال التنشئة الاجتماعية وتعويض ما هنالك من قصور في دور المؤسسات التربوية الأخرى كالأسْرة والمدرسة والمسجد وغيرها..

والإعلام أداة فاعلة في توثيق العلاقات الإنسانية بين أبناء المجتمع الواحد، ثم بينهم وبين سائر المجتمعات، مع ما يترتب على هذه العلاقات من تبادل الفوائد والمنافع المادية والمعنوية.. والإعلام في عصرنا اليوم وسيلة مثلى للترفيه إذ نجد الإقبال عليه كبيراً ، وهذا ما يدعونا إلى ضرورة استغلاله في توجيه الأجيال وتثقيفها، باختيار الوجهة الصحيحة عبْر هذا الفضاء الإعلامي ، لما فيه من سرعة التعلُّم وقوة التأثير .

وتُعَدّ وسائل الإعلام بكل أنواعها، ولا سيما المسموعة المرئية منها، المنبر الفاعل بحيث يمتد تأثيرها مباشرة إلى النفوس، فسرعان ما تنطبع بطابعها وتتفاعل معها عن طوع أو عن كُرْه، ولذلك كان من اللازم مراعاة هذا التأثير وترشيده بالعمل على توجيه لغة الإعلام بما يحافظ على نقاء هذه اللغة ويحقق رقيها ويضمن مواكبتها لمتطلبات عصر العولمة الذي ينبغي التعامل معه ومسايرته بحكمة.

وتأتي لغة الإعلام في الطليعة باعتبارها رسالة يقع عبؤها على كل من يستطيع أداء جانب منها في ممارساته لهذه اللغة، لأنها لغة التداول والشيوع، ولغة التخاطب والذيوع، ومن هنا تتجلى قيمتها من حيث تأثيرُها في توجيه سلوك المجتمع وصناعة ثقافته، وذلك لسرعةُ استقرارها في أذهان المتلقين بحُكْم ترددها المستمرّ وحاجة الناس إليها في شؤونهم اليومية. فاللغة الإعلامية لها من السلطة على المجتمع ما لا يخفى، فهي اللغة التي تدخل البيوت بلا استئذان ويتعاطاها الناس في كل أوان، بما تحمل من جديد الأخبار وما تفيد به الإنسان من الأحداث عبْر مختلف الأمصار. وهي التي يُنتظَر منها أداء دور أساس في الحياة الاجتماعية، باعتبار أنها معنية بأن تمسّ جميع المجالات والتخصصات.

إنّ لغة الإعلام " لا تقوم على مجرد الاصطلاحات التي يقوم عليها علم الاتصال، بل تمتد إلى الكثير من المواد التي يتداولها الحقل نفسه. إنّ لغة الاتصال في حاجة متجددة إلى طاقات تعبيرية هائلة في الأدب والسياسة والاقتصاد والطب والرياضة والعلوم.. ونحن لا نذهب بذلك إلى أن من مهمات الإعلام إيجاد اصطلاحات للعلوم ووسائل الاتصال، وتوفير بعض المقابلات العربية المناسبة لما يستجد من مفردات في مناحي الحياة المختلفة، وهي المناحي التي تشكّل مادة الرسائل الإعلامية.." [xvii]

هذا، وإنّ اللغة العربية في وسائل الإعلام اليوم بعيدة عن المستوى الذي ينبغي أن تصل إليه. وإذا كانت قد انتصرت على حملات التغريب والإضعاف والتشكيك التي شنتها الدول الاستعمارية وأتباعها، فإنّها اليوم تلقى الإهانة والازدراء من داخل الديار، حتى أصبحتْ هذه الظاهرة سلوكا عاما في المجتمع، متداولاً بين الناس، وقد تعلّموه من اللغة التي تستعملها وسائل الإعلام بحُكْم سهولة انتشارها وسرعة تأثيرها.

ويمكن أن نحدد مظاهر تراجع مستوى لغة الإعلام فيما يأتي :

- النقل الحرفي للكلمات الأعجمية من دون تعريبها تعريبا مناسباً، وذلك بدافع الانبهار وادّعاء الحداثة وغياب الاعتزاز بالانتماء.
- الترجمة غير الصحيحة للنصوص الأجنبية في وصف الأحداث والوقائع ونقل الأخبار والتعليقات.
- ركاكة اللغة العربية المستعملة وشيوع الأخطاء فيها على عدة مستويات (صوتية وصرفية ونحوية وتعبيرية وإملائية..) ومرجع هذه الأخطاء إلى اللامبالاة بشأن اللسان العربي.
- انتشار العامّية بدلاً من اللغة الفصيحة في البرامج والمقابلات والمقالات والإعلانات الإشهارية، إمّا عن جهل بالفصحى أو بدعوى إيصال الرسالة إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.
- دخول ألفاظ وعبارات أجنبية في الاستعمال العربي، وامتزاجها به بدافع الاقتصاد اللغوي أو مسايرة للواقع اللغوي الذي يعكس الواقع الاجتماعي المليء بالمتناقضات.

وإذا كان الإعلام هو المرآة التي تنعكس عليها مختلف التحولات والتفاعلات والأحداث الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بتسارع كبير، فإنّه بذلك يمثل الواجهة الأولى للغة المجتمع ، حتى قبل الهيئات والمؤسسات العلمية المتخصصة. وهو يقوم بعرض اللغة التي يتعامل بها المجتمع مؤثّراً فيها ومتأثراً بها.. وهذا يستدعي معالجة الظاهرة اللغوية في كل المؤسسات التي تنتشر عبْرها اللغة، بدءاً بالمؤسسات التربوية وانتهاء بالمؤسسات الإعلامية.

إن الدفاع عن اللغة العربية في وسائل الإعلام هو دفاع عن هوية الأمّة وانتمائها ووجودها في مواجهة عواصف التغريب والتغييب. وتأخذ وسائل الإعلام في هذه المواجهة موقع الريادة، فهي الدرع الذي تتّقي به الأمّة ضربات الخصوم، وهي الحصن الحامي للديار ، فإذا أدرك المثقفون والإعلاميون هذه الحقيقة وتمسّكوا بلسانهم استطاعوا أن يصدّوا هذه الحملات وإذا فشلوا وتفرقوا سهُل التسليم والانقياد .

إنّنا نستطيع أن نحقق تقدُّماً جليّاً في هذا الشأن بإصلاح لغة التعليم والإعلام، وذلك ببذل الجهود وتوحيدها، ولكنّنا لا نستطيع معالجة هذه القضية كلّياً من جانب واحد. بل إنّ كل جهد أو مسعى لا بدّ أن يعضده قرار سياسي مبني على إرادة صادقة من أصحاب الحل والعقد في المجتمع. وهو ما لاحظناه لدى بعض الدول التي دافعت عن لغاتها بقوانين صارمة لفرض استعمالها حتى يتعوّد عليها المجتمع ويُقْلع عن عادات لغوية أخرى ليست من ثقافته. فإذا لم يكن ثمة دفع وإسناد بمواقف وقرارات واضحة من القائمين على الأمّة فإنّ الأزمة تبقى قائمة على الرغم من إمكانية التخفيف من حدّتها. غيْر أنّ المثقفين والباحثين ورجال الإعلام يُنتظَر منهم اليوم أن

يشتركوا في حمل همّ العربية ، وأن يسعوا جميعاً إلى ترقية اللسان العربي، حتى تتكامل الجهود ، ولا يكون الهدم بعد البناء. وقد صدق الشاعر حين قـــــال: متى يبلغ البنيانُ يوما تمامَه ** إذا كنت تبنيه وغيرُك يَهدمُ

هذا، وإنّ الحفاظ على اللسان العربي وضمان صحة استعماله، بحسب ما يمليه الواقع، لا يتحقق إلاّ بالتحكّم في جانبيْن يكمّل أحدهما الآخر ، وهما:

أولاً : العناية بلغة المدرسة التي تمثل المنطلق الأول في تكوين لغة الطفل وصقلها وبلورة ثقافته التي ينشأ عليها

ثانياً : توجيه لغة الإعلام التي تمثل تطبيق المكتسبات اللغوية السابقة في مراحل التعليم، في مواجهة المستجدات الحاصلة بتطور الحياة العصرية.

إنّ الإعلام والتعليم مؤسستان اجتماعيتان تشتركان في عدة وظائف وأهداف، على الرغم من اختلاف الوسائل والأدوات التي تستعملها كل منهما . فهما تتحدان في تهذيب الفرد وتعليمه وتكوين المجتمع وتثقيفه وتغيير سلوكه إلى الأحسن، وبناء شخصية الأمّة والحفاظ على مقوماتها ومنها اللغة التي هي عنوان هويتها .

وكثيراً ما تكون المؤسسة الإعلامية أكثر تأثيرا وأبعد مدى من المؤسسة التعليمية ، لما يتسم به لإعلام من الحيوية وإثارة الانتباه والتشويق لدى المتلقين، وجعلهم طرفاً فاعلاً في عملية التواصل بأقلّ جهد، حتى غدت وسائل الإعلام جزءاً من حياة الإنسان لا يمكن الاستغناء عنه . ولا يخفى ما لها من الآثار التربوية والتعليمية.

وانطلاقا من هذه الارتباط القوي بين وسائل الإعلام والعملية التربوية والتعليمية فإنّه من الحكمة استثمار هذه الوسائل في تحقيق كثير من الأهداف التي قد يكون الوصول إليها أيسر بإتباع هذه السبل.

إنّ وسائل الإعلام مدرسة حقيقية فاعلة في تعليم اللغة. والمشتغلون في مجال الإعلام أساتذة يقدّمون الدروس كل يوم للسامعين والمشاهدين. وما أسرع ما يتأثر بهم هؤلاء، لأنهم يلتقون بهم ويجالسونهم باستمرار، فهم أقرب إليهم من أهليهم وذويهم على الرغم من تباعد المسافات. وهذا يعني شدة تأثيرهم بهم وسرعة تعلّمهم منهم.

مواصفات الخطاب الإعلامي:

لم يعرف هذا المصطلح الاستقرار لتشعب مجالاته وارتباطه بتصوّرات مختلفة للغة، وهذا ما انعكس على تحديد مفهومه. فهناك من يربطه بالنّص، أو يجعل الخطاب هو النص، وهناك من يربطه بالملفوظ، وهناك من يعتبره كلاماً فيميزه عن اللّغة الّتي تشكل نظاما من القيم، وهناك من يفرده في بابه ويميزه عن كل ما سبق..

والخطاب من منطلق اللسانيات البنيوية مقابلٌ للكلام، باعتباره نشاطاً يتّسم بالتغيُّر والتجدّد، وليس مقابلاً للّغة التي هي بنية ونظام من القواعد. والخطاب هو إنتاج منطوق متداول بين المنتج والمتلقي، بقصد تأثير الأول في

الثاني وإقناعه. وللخطاب قابلية التغيُّر ضمن إطار اللغة بتغيُّر ظروف إنتاجه، وهذه القابلية هي التي تجعل من المنطوق خطاباً. ويتمّ ذلك في إطار نظام اللغة، وتمثله وحدات لغوية تتجاوز حدود الجملة، إلى نص يحمل رسالة.

ويخضع الخطاب لمعايير اجتماعية واخلاقية، ضمن قوانين الخطاب وآلياته، فكل الأنماط الخطابية مشروطة بهذه المعايير والقوانين التي تحدّدها الأخلاق والقيم السائدة في المجتمع، من ثقافية ودينية وحضارية واجتماعية، وغيرها. ولكل نوع خطابي أسلوبه الذي يميزه من نوع آخر..

ولعل ما جاء به ميشال فوكو في شأن تحديد مفهوم الخطاب ومنهج لتحليله هو أفضل ما تتجلى فيه الرؤية الجديدة التي منحت الخطاب نطاقا أوسع يتجاوز الحدود اللسانية ليشمل مجالات العلوم الأخرى بصورة أعمّ، وقد انطلق فوكو من منظومات منطوقية وتشكيلات خطابية تأتي ضمن حقول معينة، وبهذا فتح المجال أمام الباحثين في مدارس تحليل الخطاب ليهتمّوا بتوسيع مجالات الخطاب والبحث في آليات تحليله، انطلاقاً من تنوع الأنماط الخطابية وتعدد مناهج دراستها وتحليلها.

ويأتي الخطاب الإعلامي في مقدمة هذه الاهتمامات، على اعتبار أنّه خطاب تفاعلي ينتج عن عمليات الاتصال التي تتم بين مصدر الخطاب أو مرسله ومتلقيه. والاتصال عند علماء الإعلام هو " ظاهرة عامة ومنتشرة تقوم بدور لا غنى عنه في تحقيق التفاعل الفكري والحضاري داخل المجتمع الواحد، وبين المجتمعات، أي أن الخبر أو المعلومة سواء كانت واقعية أو خيالية تتحقق خلال عملية مشاركة بين المرسِل والمستقبِل ... وهي ليست عملية إرسال واستقبال لمعلومات أو أفكار أو مشاعر، بل إنها تفاعل بين جميع العناصر، وبالذات المرسِل والمستقبِل.." [xviii].

والخطاب الإعلامي من حيث جنسُه هو خطاب نثري متميز عن أنواع النثر الأخرى. فقد تحدث بعضهم عمّا يسمى بالنثر العملي (أي النثر الصحفي) في مقابل النثر الفني والنثر العادي اللذين عرفا في مجال الدراسات الأدبية. وهذا النثر الصحفي يقع وسطاً بين النثر الفني (الأدبي) والنثر التخاطبي (بلغة الخطاب اليومي). فهذه اللغة الإعلامية تأخذ من هذا طابعه الجمالي والإبداعي، وتأخذ من ذلك سهولة تداوله وفهمه على المستويات العامة..

ويتسم الخطاب الإعلامي بأنه خطاب حيويّ يقوم على التنوع والتجدد في لغته كما في موضوعاته، تبعاً للتنوع والتجدد الاجتماعي، ذلك أنّ لغة هذا الخطاب تتفاعل مع سيرورة المجتمع تأثُّراً وتأثيراً، فهي تُسْهِم في صياغة المجتمع بقدر ما تُسْهِم التغيرات الاجتماعية في صياغتها. وبهذا تتعدد الأنماط الخطابية وتتنوع بتنوع مجالات

الخطاب والمؤسسات التي تمارسه، فالخطاب المدرسي التعليمي غير الخطابات السياسية، وهما غير الخطابات الثقافية الأخرى.. وهكذا مع سائر الخطابات على تنوعها..

ولتحقيق أهداف الخطاب الإعلامي، يجب أن تتوفر فيه عدة مواصفات، أبرزها الوضوح، إذْ يجب أن يكون الخطاب واضحاً في ألفاظه ومعانيه، ويتحقق ذلك باستعمال الكلمات السهلة والعبارات التي لا يجد المتلقي عُسْراً في استيعابها.. ويشمل الوضوح كذلك ما يقدم من الأفكار والأخبار والمعلومات التي يُراد التركيز عليها في الخطاب؛ وهناك عنصر الحيوية في الخطاب الإعلامي، وهي حُسْن انتقاء الألفاظ المشوقة والمؤثرة لجلب اهتمام المتلقي، بعيداً عن الركود في العرض والابتذال في الكلمات المستعملة ممّا يؤدّي إلى الملل ، ومنه إعراض المتلقي عن التجاوب مع الخطاب؛ ولا بد من وجود عنصر آخر لا تخفى أهميته في تحقيق التأثير والإقناع، ألا وهو التنوع في مكونات الخطاب من عبارات وفقرات متماسكة يكون فيها الانتقال من فكرة إلى أخرى بتسلسل وانتظام، مع الحِرص على وجود عنصر الجدّة في كل مرة؛ ولا بدّ من أن يتسم الخطاب الإعلامي بالإيجاز من دون إخلال بالفكرة المراد إيصالها إلى المتلقي، فالحياة العصرية اصبحت تميل إلى الاقتصاد اللغوي والاختصار في التعبير..

ولتحقيق الغاية الكبرى من الخطاب الإعلامي، وهي استمالة المتلقي وإقناعه والتأثير فيه، ينبغي استهداف عاطفة المتلقي ووجدانه وانفعالاته، ومخاطبة حواسه، والعمل على إثارة جاحاته النفسية والاجتماعية، وذلك بتوظيف الرموز والشعارات الجاذبة التي يتوخى فيها المتكلم الوصول إلى غايته التي حددها من خطابه.

وأمّا من حيث البنية اللغوية للخطاب فإنّ توظيف الأشكال التصويرية يزيد من تقريب الفكرة من المتلقي، كما أن استعمال المجاز يزيد من درجة تأثير الخطاب على المتلقي بوساطة تجسيد المعاني المجردة وتقريبها إلى الفهم.. فهذه المواصفات التي تشمل بنية الخطاب ومحتواه من شأنها أن تصل به إلى الأهداف المقصودة والغايات المنشودة..

اقتراحات لإصلاح لغة الإعلام :

إننا نريد أن نثير نخوة أهل اللسان العربي وننبه على أهمية التفكير الدائم في حماية هذا اللسان من التدهور، وذلك بالتصدي لحملات التغريب ومعاول الهدم ، ثم العمل على تنقية هذا اللسان المبين وتصفيته من الشوائب، فتلك هي أولى الخطوات لتحصينه ضدّ الحملات الهجومية الشرسة التي تُشنُّ تحت غطاء العولمة والتطور التكنولوجي وما إلى ذلك من الشعارات التي ظاهرها فيه الرقي والحضارة وباطنها فيه الشؤم والخسارة .

لقد شاع بيننا الولع بتقليد الغالب، وما تقاعسنا عن حماية عناصر هويتنا ومقومات وجودنا ، ومنه اللغة ، إلاّ دليل على ذلك الوهن الذي تغلغل في النفوس ، إذْ شكّككْنا دواعي العولمة في لغتنا وسوّغتْ لنا الاستهانة بها، فصرنا لا نبالي بما نقع فيه من الهنات عن قصد منّا أو عن جهل لا عذْرَ لنا فيه .

إنّنا إذا أردنا للّسان العربي أن يحافظ على مكانته السيادية بين الألسن سنجد من الأولويات أن نتصدّى لحملات تغريب العربية في ديارها. وهذه المهَمّة توكَل في المقام الأول لرجال العلْم والفكْر والمتخصصين وتكون مدعومة بقرار واضح من القائمين على شؤون الأمة ، ويمكن أن تُجنَى ثمار هذه الجهود بما تقوم به وسائل الإعلام من دور يتمثل فيما يأتي :

– اهتمام وسائل الإعلام ذاتُها– على اختلافها وتنوعها– بالاستعمال الصحيح للّغة العربية. وتمسّكها بالفصحى، مع إلزام الإعلاميين بأن يكون استعمالهم لغير الفصحى كالعامية والألفاظ الأعجمية من باب الضرورة، وبهذا يكون استثناءً ليس إلاّ ..

– إنشاء برامج تكوينية لفائدة رجال الإعلام في اللغة العربية .

– العمل على نشر اللغة العربية وتعميمها على أوسع نطاق ممكن، مع وتوفير الآليات المساعدة على ذلك.

– الحرص على تعليم اللغة العربية للمقيمين بالبلاد العربية من غير العرب.

– إقامة مراكز لتعليم اللغة العربية ونشرها في البلاد غير العربية ، الإسلامية وغيرها .

– ترجمة الكتابات الأجنبية ترجمة مناسبة إلى العربية ، لما لذلك من فوائد علمية ، وانعكاسات إيجابية تتجلى في زيادة الرصيد المعرفي من جهة ، وفي الإسهام في تطوير اللغة العربية عن طريق التأثير والتأثر ..

– تنظيم دورات تدريبية لفائدة الإعلاميين من أجل تعلّم قواعد اللغة: في صوتها وصرفها ونحوها، وبلاغتها ودلالتها، مع متابعة هذا التكوين والإعداد .

– إقامة الندوات والملتقيات لدراسة اللغة العربية وتطويرها ، مع الحرص على إسهامات المؤسسات الإعلامية والمشتغلين في الحقل الإعلامي بكل فروعه وتخصصاته.

– التشجيع على إنجاز البحوث والدراسات التي تعمل على ترقية اللغة العربية وتطويرها بما يتلاءم مع التقنيات الحاسوبية والتكنولوجيات الحديثة في وسائل الإعلام والاتصال.

– الاهتمام في وضع المناهج والمقررات الدراسية ببرامج تعليم اللغة العربية، خصوصاً في المراحل الأولى من التعليم، حرصاً على وضع أساس ثابت متين لدى الطفل يضمن له الاستمرار في الممارسة الصحيحة للغته.

– إلزام المدرِّسين والأساتذة المتحدثين بالعربية في المدارس والجامعات باستعمال اللغة العربية الفصحى، وإلزام التلاميذ والطلبة بها في التخاطب داخل الأقسام والفصول الدراسية .

إعداد كتب ومطبوعات دورية توزع على وسائل الإعلام لمساعدة الكتّاب والصحفيين على تمييز الفصيح من غيره والتعوّد على استعماله ونشره .

– إعداد برامج تعني بتصويب الأخطاء الشائعة في لغة الحياة اليومية ولغة الصحافة على الخصوص .

– تحاشي الإعلانات المصوغة باللهجة العامية وتعويضها باللغة الفصحى التي تكون في متناول الجميع.

– تعيين لجان وهيئات لغوية وإعلامية متخصصة تعمل بالتعاون معاً، وتسهر على ترجمة ما تضمنته اللغات الأجنبية من مستجدات إلى العربية، وتحرص على مسايرة المصطلحات العصرية في هذه اللغات، خصوصا في المجال الإعلامي..

– توحيد الجهود في شأن إعداد معجم لألفاظ الحضارة ، وذلك بغية " تزويد الأمة العربية بلغة موحدة تيسّر تواصلها وتدعم تضامنها وتكون اساساً لوحدتها . " xix على أن تكون هذه الألفاظ في متناول وسائل الإعلام للاستفادة منها .

– اتخاذ وسائل الإعلام لقرارات ومواقف حازمة من عمليات نشر الإعلانات وغيرها من أجل أن تكون بلغة فصيحة صحيحة ، بعيدا عن الألفاظ العامية أو الأعجمية .

– إدراك القائمين على وسائل الإعلام لمدى تأثيرها في المجتمع ، وأنها منابر ومدارس لتعليم اللغة يجب العناية بها ومراعاتها في هذا الشأن ، لأنها تعكس صورة المجتمع ومكانته .

– التنسيق الدائم بين المجامع اللغوية في التخطيط اللغوي وتوحيد الجهود .. مع تقديم بدائل عربية للألفاظ الغريبة والأعجمية الشائعة ، حتى لا تنتشر فيصعب الإقلاع عنها .

إنّ وسائل الإعلام مدرسة حقيقية فاعلة في تعليم اللغة ، والمشتغلون في مجال الإعلام أساتذة يقدّمون الدروس كل يوم للسامعين والمشاهدين. وما أسرع ما يتأثر بهم هؤلاء، لأنهم يلتقون بهم ويجالسونهم باستمرار، فهم أقرب إليهم من أهليهم وذويهم على الرغم من تباعد المسافات. وهذا يعني شدة تأثيرهم بهم وسرعة تعلّمهم منهم.

ولا يمكن بأيّ حال أن ننكر أنّنا نعيش اليوم ما يسمّى بعصر العولمة، بكل معطياته ومتطلباته الإيجابية والسلبية، ومن العجيب أن تدخل الثقافة العربية مجال العولمة من دون الاستعداد لها مادّياً ومعنوياً. وتأتي العناية

باللغة في مقدمة الاستعدادات لهذه المواجهة، كما يأتي الإعلام ضمن أولويات اللغة في خوض العوالم المتطورة، فكيف يتأتى ذلك بمواكبة التطور مع الحفاظ على عناصر الهوية واحتضانها ضمن لغة المجتمع وأساليب تواصله.

إنّ الإعلام يأتي في مقدمة الوسائل التي تظهر من خلالها مدى عناية الأمة بلغتها، لذلك وجب الاهتمام باللغة التي تستعملها هذه الوسائل، والحرص على قوتها وصفائها ونقائها وانفتاحها واستيعابها للوسائل المعاصرة وتجاوبها مع المتغيرات الحاصلة، ذلك أنّ وسائل الإعلام اليوم أدوات أساسية ذات تأثيرات فاعلة في المجتمع، بحيث لا يمكن التغاضي عن الدور الذي تؤدّيه والأثر الذي تتركه إن سلباً أو إيجاباً، والخطاب الذي تصنعه للتأثير في المتلقين على اختلاف طبقاتهم واهتماماتهم، وذلك بحسب استعمالها واستغلالها. فهي سلاح ذو حدين ، إمّا مدرسة لتعليم اللغة بما تملكه من قدرة على تربية الملكات اللغوية والتشجيع على اكتسابها ورعايتها وتنميتها، وهو ما ينعكس إيجابا على الإعلام من جهة، وعلى المجتمع من جهة أخرى.. وإمّا غياهب مظلمة لا خلاص لمن تاه في أعماقها ولا مناص لم ولج دهاليزها؛ وعندئذ تغدو اللغة وسيلة الهدم الفاعلة الأولى، وهي الضحية الأولى في الوقت نفسه.

ختاماً نقول.. إنّ استعمال اللغة العربية الصحيحة في وسائل الإعلام ليس بالأمر العسير على أهلها، لأنّ العربية ذاتها ليست تلك اللغة الصعبة المعقدة المستعصية ، وليس ضرورياً أن تكون صعبة لكي تكون قوية معبرة، بل إنّ قوة اللغة تكمن في قوة تعبيرها وبلوغ المتكلم مبتغاه ومراده بها، وتأثيره في المتلقي بحُسْن استعمالها ومهارة توظيف أدواتها؛ كما أنّ اللغة العربية في وسائل الإعلام مطالبة بأن تكون لغة مرنة سهلة تنبض بالحياة والحيوية، ولا تخلو في الوقت نفسه من الأسلوب البديع والذوق الرفيع. وهذه المهمّة موكلة إلى خبراء اللغة والإعلام بتكامل الجهود لتحقيق الهدف المنشود.

المراجع والإحالات :

1. ينظر، محمود خليل ومحمد منصور هيبة، إنتاج اللغة الإعلامية.. ، طبع مركز التعليم المفتوح، القاهرة (2002) ص33
2. محمد يوسف الهزايمة، العولمة الثقافية و اللغة العربية: التحديات و الآثار، ط، المنهل، عمان، الأردن، ص111
3. ينظر، محمد أبو الوفا عطيطو أحمد، اللغة العربية في الإعلام بين الواقع والمأمول ، 8و9
4. د. نبيل حداد، في الكتابة الصحفية، دار الكندي، الأردن (2002) ص41
5. د. نبيل حداد، في الكتابة الصحفية، ص43
6. د. فادية المليح حلواني، مقال بعنوان: لغة الإعلام العربي، منشور بمجلة جامعة دمشق، المجلد31 العدد 3 (2015) ص13
7. د. شوقي ضيف، في النقد الأدبي، دار المعرف، مصر (د.ت) ص204
8. د. نبيل حداد، في الكتابة الصحفية، ص43
9. أحمد المغازي، التذوق الفني والفن الصحفي الحديث، الهيئة المصرية العامة للكتاب (1984) ص215
10. سعيد أحمد بيومي: أم اللغات: دراسة في خصائص اللغة العربية والنهوض بها، مكتبة الآداب، القاهرة، ط1(2002)ص103

11.د. حسن ظاظا : كلام العرب: من قضايا اللغة العربية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيرو، لبنان (1976) ص98
12.فاروق شوشة : لغتنا الجميلة، الهيئة المصرية العامة للكتاب . ص95
13.د. أحمد عبده عوض : في فضل اللغة العربية : تعلّماً وتحدّثاً والتزاماً، مركز الكتاب للنشر، مصر، ط1 (2000 م) ص14-15
14.المرجع نفسه : ص23
15.الخصائص : 1 / 47
16.كمال محمد جاه الله ؛ مبارك محمد عبد المولى: ظاهرة الاقتراض بين اللغات، جامعة إفريقيا العالمية، السودان (2007) ص40
17.د. نبيل حداد، في الكتابة الصحفية، ص50
18.د. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية، مصر (2002) ص23
19.مجلة المجمع الجزائري للّغة العربية، العدد التاسع، ص215