القنوات الفضائية وتوظيف اللغة العربية لخدمة قضايا الوحدة الوطنية

د. محمد أحمد فياض

المُقدمـــة:

تُعد اللغة في كل أمة ركيزة أساسية في حياتها، ودعامة قوية في بناء المجتمعات، وقديماً سُأل حكيم الصين " كونفوشيوس" عمّا يفعل حين يقدّر له أن يحكم البلاد أجاب مؤكداً إنه سيُصلح اللغة، ولخّص السبب بقوله : " أن اللغة إذا لم تكن صائبة، تتدهور الأخلاق والفنون ومن ثم تنحرف العدالة، ويصبح الناس فوضى لاحول لهم، ويصعب الحُكم فيما يُقال"(١).

فاللغة هي وعاء الفكر وثقافة الشعوب، وبها تحافظ الأمم على وجودها وديمومة ثقافتها وتراثها. فالوجود البشري كان وما يزال ملتحماً باللغة، وهي ظاهرة إنسانية اجتماعية تصاحب سلوك الناس في كل لحظة وترافق المجتمعات في أطوارها التاريخية المتلاحقة. ويرى المؤرخون أن اللغة العربية هي أم اللغات وأقدمها، وما أجمل الرسول محمد صلى الله عليه وسلم بلغته البديعة وأسلوبه المباين لسائر الأساليب المألوفة عند العرب قاطبة، وقد ثبت أن العرب عند نزول القرآن كانوا فرسان البلاغة وأرباب البيان وقد بلغوا قمّة البلاغة وذروة الفصاحة حتى إنهم ارتجلوا الشعرَ إرتجالا، وكانت اللغة سليقتهم.

والرسالة الاتصالية مهما وظّفت بطريقة تقنية ومادية تبقى بلا قيمة نفعية؛ إذا لم تُهيأ لها مهارات اللغة السليمة، من نُطق فصيح للحروف والكلمات وتنظيمها اعتماداً على الموروث من قواعد الصرف والنحو فضلاً عن المعنى المستهدف، لكن السؤال الذي يطرح نفسه هل استطاع الإعلام العربي توظيف اللغة العربية الفصحى في رسائله وبرامجه المتنوعة وتحديداً في القنوات الفضائية، خاصة في القضايا التي تمس جوهر الهوية الوطنية والوحدة وبناء الإنسان؟ من هنا تكمن المشكلة الرئيسة، لذلك نهدف في هذه الدراسة إلى تشخيص الخلل اللغوي أولاً، ومن ثم، وضع صيغ ومقترحات يمكن أن تعمل على حفظ الهوية العربية وترسيخ الوحدة الوطنية، تكون جسراً للتواصل مع أبناء لغة الضّاد أينما كانوا.

أهمية الدراسة وأهدافها:

اقترنت اللغة بالثقافة، ومرآة الأمم ثقافتها التي تعكس أنشطتها الحياتية في كافة المجالات، ولعل وسائل الإعلام هي الوجه الآخر لسياسة الأمم وتطلعاتها الفكرية والحضارية، ولسان حالها، وعمود البناء الثقافي في أجهزة الإعلام هي اللغة، ومتى أُحسن استعمالها بشكل دقيق ووظّفت مفرداتها ومرادفاتها بطريقة سليمة، أمكن الحفاظ على هوية المجتمع ورسم صورة المواطنة الحقيقية القادرة على التعبير عن الموروث الثقافي للأمة وحفظ تراثها، والدفاع عن هذه الهوية يتطلب جهود عملية، حصيلة بناء فكري مدروس.

من هنا تكمن أهمية الدراسة، فمتى ما استطعنا أن نوفر أدوات الإثراء اللغوي لوسائل إعلامنا بشكل سليم ومخطط له، اقتربنا كثيراً من آلية صناعة الهوية الوطنية بعيداً عن التقليد أو التهجين، وهذا يحتاج إلى معالجة الخلل اللغوي في هذه الوسائل كمرحلة أولى في عملية التخطيط والبناء.

منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكيفي التحليلي القائم على قراءة وتحليل الاتجاهات السائدة في وسائل الإعلام العربية وتحديداً القنوات الفضائية حول لغة الخطاب الإعلامي السائد ومدى قربه أو ابتعاده عن اللغة العربية الفصحى، وكيف يمكن لهذه اللغة أن تكون محوراً هاماً في ترسيخ الوحدة الوطنية، إذا ما أحسن توظيفها بشكل دقيق وأساليب مستحدثة وجاذبة للمشاهدين.

أولاً: مفهوم اللغة:

اللغة:

ظاهرة بشرية عامة، يمتاز بها الإنسان عن جميع المخلوقات الأخرى، واقترنت بالفكر وتاريخ حضارات الأمم والشعوب، وصفها العالم اللغوي العربي ابن جني: " إنها أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم"(٢) ويذهب ابن خلدون إلى فهم يضاهي حد ابن جني للغة إذ يقول: "اعلم أنَّ اللغة في المتعارف هي عبارة المتكلم عن مقصوده، وتلكُ العبارة فعل لساني"(٣).

حاول عديد من العلماء والباحثين تحديد المقصود بكلمة لغة " Language " ووضعوا عديداً من التعريفات لهذه الكلمة، يذكر بعضها الدكتور بركات عبد العزيز على النحو التالي:(٤)

- اللغة نسق من الرموز الصوتية التي شاعت وانتشرت بوسائل شتى ليتعامل بها الأفراد.
- اللغة مجموعة من الإجراءات الفسيولوجية والسيكولوجية التي في حوزة الإنسان لتمكنه من الكلام.
- اللغة هي وظيفة التعبير اللفظي عن الفكر سواء أكان داخلياً أم خارجياً.
- اللغة هي استعمال وظيفة التعبير اللفظي عن الفكر في حالة معينة فيقال: فلان يستعمل لغة غامضة، وفلان يتكلم بلغة العقل.
- اللغة كل نظام من العلاقات الدالّة يمكن أن يستخدم كوسيلة اتصال.

وتشير دراسات اليونسكو إلى أن عدد اللغات المكتوبة تقدر بـ(٥٠٠) لغة، وأن (٢٠٠) لغة منها تمتلك تراث أدبي، توجد في أوربا (٢٨) لغة قومية، وفي جنوب آسيا (٢٣) لغة، غير أن العدد الأوفر في أفريقيا، بينما تُقدر عدد اللهجات بما لا يقل عن (٢٠٠٠) لهجة، ويمكن أن نجد في بلد واحد عدداً ضخماً من اللغات فمثلا في غانا توجد (٥٦) لغة، وفي الاتحاد السوفيتي (سابقا) توجد (٨٦) لغة ولهجة، وفي الهند يتجاوز (١٦٥٠) لغة ولهجة أما الهنود الحمر في المكسيك فانهم يستعملون أكثر من ٢٠٠ لغة ولهجة. (٥) وتقدر الدراسات العلمية التي تنشر في اللغة الإنجليزية بـ ٦٠ ٪ تقريباً من التراث العلمي العالمي، في حين عدد المتحدثين بهذه اللغة لا يتجاوز ١٠ ٪ من مجموع سكان العالم.(٦)

واللغة العربية هي إحدى اللغات القديمة التي عرفت باسم مجموعة اللغات السامية، وقد يسّر الله القرآن لكافة المسلمين، يقول تعالى: "كِتَابٌ فُصِّلَتْ آيَاتُهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لِّقَوْمٍ يَعْلَمُونَ"(٧)، ويقول تعالى أيضاً: " وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِن مُّدَّكِرٍ"(٨)، وللقرآن فضل عظيم عليها حيث بسببه أصبحت هذه اللغة الفرع الوحيد من اللغات السامية الذي حافظ على توهجه وعالميته، في حين اندثرت معظم اللغات السامية، وما بقي منها عدا لغات محلية ذات نطاق ضيق مثل: العبرية والأمهرية (لغة أهل الحبشة)، والعربية إحدى أكثر اللغات انتشاراً في العالم، يتحدثها أكثر من أربعمائة مليون نسمة، ويتوزع متحدثوها في المنطقة العربية، فضلاً عن العديد من المناطق الأخرى المجاورة كالأحواز وتركيا وتشاد ومالي ونيجيريا وماليزيا وأندونسيا وغيرها من الدول الإسلاميه.(٩)

ثانياً: لغة الإعلام العربي:

يمكن القول "إن قوة أية لغة متأتية من قوة أهلها فهي في الاستخدام اليومي الحضن الرؤوم لأبنائها ترعاهم من دون تميز أو تفريق وتغفر للذين لم يتسن لهم اتقان مهاراتها وخصوصياتها وتزهو وتنمو إن تمرد شعراؤها وأدباؤها عليها ولا تضيق ذرعاً بصرامة علمائها الذين أتقنوا قواعدها وخبروا أساليبها فهي وعاء العلم وأداة الثقافة ووسيلة الاتصال والتفاهم، وتدوين الفكر وتمثّل الخط الأول في الدفاع عن الهوية والقيم والخصوصيات الخاصة بالمجموعة الناطقة بها".(١٠)

لقد حازت اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام على اهتمام أهل اللغة وأهل الإعلام معاً، لأن الإعلام يحتاج إلى لغة يوصل بها رسالته إلى المتلقي، واللغة تحتاج إلى من ينشرها ويعمّمها، ويضعها في الاستعمال العام الحي، وقد نظر أهل اللغة بريبة إلى المستوى اللغوي الذي استخدمه أهل الإعلام في وسائلهم المختلفة، ومن هنا كان الحديث عن لغة الإعلام مشروعاً، وكان البحث فيها مستمراً، منذ أن انتشرت الصحافة، واستقرت في البلاد العربية، إلى أن عمّت القنوات الفضائية، العربية منها والمستعربة، ودخلت كل بيت. فصار للإعلام خطره الواضح في حاضر اللغة ومستقبلها، وصارت معالجة هذا الخطر ضرورة حياتية وواجباً على كل محب للعربية، لغة الحضارة الإسلامية العريقة وتراثها الغني، لغة ملايين العرب، التي يتطلع إليها مئات الملايين من المسلمين.(١١)

واللغة أداة من أدوات وسائل الإعلام، وبها تتواصل مع الجمهور المستهدف

بالرسالة الإعلامية، لذا كان لزاماً على وسائل الإعلام المواءمة بين أداتها اللغوية ومستوى مستخدمي هذه اللغة، إذا أرادت أن تؤدي مهمتها وتحقق هدفها، وتحوز رضا الجمهور، وتجذبه إليها، وتشجعه على متابعتها، وعلى الرغم من دخول الصورة إلى وسائل الإعلام وازدياد أهميتها، ظلّت اللغة وسيلة التواصل الأولى والأساسية، ولم تفقد مكانتها وأثرها في الرسالة الإعلامية، مع أن "اللغة ليست وسيلة من وسائل الاتصال بالمفهوم الإعلامي للوسائل، ولكن الاتصال وظيفة من وظائف اللغة".(١٢)

ولعل من أهم ما اتّسم به عصرنا الحاضر هو حدوث تقدم هائل في حقل العلوم والتكنولوجيا، وما صاحب ذلك أو أعقبه من ثورة شاملة في وسائل الاتصال، وتطور سريع في طرق نقل المعلومات، وقد نجم عن هذا الواقع الجديد، أن الكتاب الذي كان يتصدر حياة البشر الفكرية والثقافية لم يعد وحده سيد هذا الميدان، بعد أن برزت أمامه، على نحو طاغ أشرطة التسجيل الصوتية والأجهزة الإذاعية ومحطات التلفزيون الأرضية ثم الفضائية. ومع هذه الطفرة التقنية التي يتسارع نبضها المذهل، لم يواكبها على صعيد استعمال اللغة العربية تطور موازٍ أو تحسن ملحوظ في مستوى التعبير وصحة اللغة وطريقة الأداء،(١٣) حيث ما زالت العاميّة توظف بنسبة تفوق ٦٠٪ في أكثر البرامج المرئية شعبية وهي برامج المنوعات والمباريات الرياضية والتمثيليات والمسلسلات المعاصرة. (١٤)

وهناك ثلاثة مستويات في التعبير اللغوي: "أولها المستوى التذوقي الفني الجمالي ويستعمل في الأدب والفن. والثاني هو المستوى العلمي النظري التجريدي، ويُستعمل في العلوم، والثالث هو المستوى العملي الإجتماعي العادي وهو المستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام. وهذه المستويات الثلاثة كائنة في كل مجتمع إنساني، والفرق بين المجتمع المتكامل السليم، والمجتمع المنحل المريض، هو في تقارب المستويات اللغوية في الأول، وتباعدها في الآخر، فتقارب مستويات التعبير اللغوي دليل على تجانس المجتمع، وتوازن طبقاته، وحيوية ثقافته". (١٥)

إذن في كل لغة مستويان على الأقل، المستوى الذي يخاطب الخاصة وهي لغة المتعلمين والمثقفين، ومستوى حوار العامّة في يومياتهم الحياتية، وقد يتقارب المستويان في لغة ما، فلا تشعر بفارق كبير، كما في اللغات الأجنبية الرائجة، أما في اللغة العربية فالإزدواجية بين الفصحى والعامية واضحة بيّنة. وهذه اللغة هي لغة الإعلام ولغة المثقفين في حواراتهم اليومية وقلّما يتكلمها العامّة، لكنهم يفهمونها فهماً جيداً، ذلك أن هذه اللغة الثالثة هي حصيلة تلقائية غير مقصودة يملكها الذين يعلمون لإيضاح الفكرة للذين لا يعلمون .. وصفات اللغة الثالثة التي هي لغة الإعلام ليست سهلة، فهي تحتاج الى دراسات ميدانية كثيرة في الأقطار العربية لتكون الإجابة دقيقة، ومع ذلك فإن أبرز سمات هذه اللغة الثالثة قلّة مفرداتها وبساطة تراكيبها وابتعادها في لغة الخطاب الشفوي عن تحريك أواخر الكلمات إلا قليلاً، وهذا ما يجعلها مفهومة الدلالة على المستويات جميعها.

وبالمحصلة.. فإن لغة الإعلام العربي اليوم تأتي من ثلاثة مصادر أساسية: (١٦)

١- اللغة العربية الفصحى أو فصحى التراث، وهي الأساس فيها، لأنها أعطتها المفردات ونظام التركيب.

٢- اللغات الأجنبية التي أثّرت في العربية مباشرة في مرحلة الاستعمار وفي حديث الذين درسوا في البلاد الأجنبية، وبصورة غير مباشرة من خلال الترجمة المستمرة والمتزايدة في فروع المعرفة كلها.

٣- اللهجات العامية التي أخذت منها وسائل الإعلام مفردات وتراكيب، أحدثت أحيانًا تغييرًا في نظام الجملة.

ثالثاً: لغة القنوات الفضائية العربية:

تزداد وسائل الاتصال الجماهيري تنوعاً يوماً بعد آخر، وصارت الأقمار الصناعية وسيلة هامة لتقريب الشعوب نتيجة تطويعها لخدمة هذه الوسائل، فازداد عدد الفضائيات العربية بشكل كبير وهي تخاطب جمهورها بحرية تامة أو رقابة صارمة، حسب ملكية هذه القنوات، والشرائح الاجتماعية المتنوعة من جمهورها صارت تتلقى أنواعاً من الخطابات اللغوية، وإذا افترضنا أن معظم الشرائح الاجتماعية العربية لاتعرف لغةً أخرى غير العربية، فإن اللغة المرشحة للخطاب هي اللغة العربية الفصحى أو الميسرة (اللغة الثالثة).

حيث أضحى الجهاز المرئي جزءاً من حياة الناس، يؤثر في ثقافتهم وسلوكهم

ولغتهم. وازداد تأثيره حين انتقل إلى البث الفضائي المتجاوز لكل حدود، فصارت المحطات العربية قادرة على الوصول إلى المشاهد العربي في أماكن وجوده كلها، حاملة معها رسائل مختلفة، حسنة وسيئة، بمستويات مختلفة من الخطاب اللغوي، وشارك التلفاز، الإذاعة المسموعة في اللغة المنطوقة، لكن الصورة حدّت من استخدام اللغة، وحولت الانتباه عنها إلى وسيلة أخرى، فلم تعد اللغة وسيلة الاتصال الوحيدة، كما كانت من قبل، وتراجعت في التلفاز إلى المركز الثاني، واقتصرت على التقديم والتعليق والبرامج الحوارية، وغدا التلفاز مصدر ثقافة لكثير من الناس، ومنها الثقافة اللغوية التي هبطت إلى مستوى ضعيف، بل إلى العامية الخالصة في بعض محطات التلفاز الخاصة والمتخصصة في نشاطها، وفي كثير من المواد الإعلامية للمحطات التلفزيونية الرسمية أيضاً، وتفاوتت القنوات الفضائية الناطقة بالعربية في المستوى اللغوي الذي تقدم به رسالتها الإعلامية.(١٧)

ومع ذلك نجد أن إدارات المحطات الفضائية تخطط برامجها على المستوى المحلي الضيق والمحدود على أساس أن جمهورها يقع بين حدّين هما: الأمية والثقافة وما بينهما من درجات، فتخاطبه تارةً بالفصحى أو اللغة الثالثة وتارةً باللهجات العامية.

إن التشويه الذي يلحق باللغة العربية عبر القنوات الفضائية العربية المرئية، هو أشد خطراً وأفدح أثراً من أي تشويه يقع في كتاب أو صحيفة أو مجلة لأن هذه كلها موجهة الى جمهور له قسط من الثقافة والتعليم، بينما برامج القنوات الفضائية تصل الى الناس أجمعين، وهم بوجه عام، غير قادرين على التصويب، ومن كان قادراً على ذلك لا يسعفه الوقت، وفي الأعم الأغلب صوته غير مسموع.

وإذا سلّمنا بأن أسلوب محاكاة القنوات الاجنبية بمسمياتها أصبح شائعاً، فتعودت الأذن على سماع مسميات لمحطات عربية أو تدّعي أنها عربية وكأن اللغة العربية قد خلت من التراكيب والمفردات القادرة على التأثير، ولكن أن تتوغل العامية أو اللغات الأجنبية في مسميات البرامج الرئيسة في هذه المحطات العربية، فهي الكارثه بعينها. وهذا التمادي الفاضح في استخدام المفردات العامية أو الأعجمية، تجد من يبرره عند القائمين على هذه البرامج أو المحطات، بحجة أنهم يقتربون بذلك من الجمهور المشاهد الذي ألف اللهجات العامية واستساغ معانيها، لكنهم لا يدركون خطورة أفعالهم وغاياتهم التي تعمل على هدم أركان العربية السليمة في ظل غياب الرقابة الحكومية والرسمية عن هذه المحطات.

وفي ضوء ذلك يتجسد أمامنا الضرر الذي يمكن أن يلحقه توظيف العاميّة أو الأعجمية بدل العربية الفصحى في القنوات الفضائية على المستوى اللغوي للمواطن العربي، بما يلي: (١٨)

١- محدودية المفردات، فهي ضيّقة المعجم قياسا على ما يتوفر في القاموس العربي من مفردات ومترادفات وتوسع في المعاني.

٢- محدودية المفردات التي تتصل بالمفاهيم المجرّدة، والصور العقلية، والأحاسيس الوجدانية قياساً على ما تتوفر عليه الفصحى من مصطلحات تتعلق بالنشاط الذهني والروحي.

٣- وفرة المفردات والمركبات المنقولة كلاً أو بعضاً من اللغات الأعجمية كالتركية والأوردو والفارسية والإنجليزية والفرنسية والإسبانية، وفقاً لعوامل القرب الجغرافي أو الإستعمار، حيث إمتزج ذلك الهجين في التراكيب اللغوية التي ترددها ألسنة العوام.

٤- تشويه النطق السليم والإخلال بفصاحة الكلمة على نحوِ ما نجد هنا أو هناك من أرجاء المحيط العربي من تقديم حرف على آخر في ترتيب حروف الكلمة، أو إسقاط بعض الحروف من الإستعمال، أو استبدال حرف بآخر.

إن المحطات التلفزيونية، "أداة هامة للإعلام والتثقيف ونشر المعرفة وتعميم نفعها، وهي وسيلة لخدمة الأهداف الوطنية والقومية والإنسانية عامة، ويُفترض بها أن تتولى تقويم لغة الجمهور وأن تعمل على الارتقاء بها، بيد أن هذه المحطات تعاني من الدخلاء والأدعياء الذين تسلّلوا إليها"(١٩)، وصاروا يتحكموا بالخطط البرامجية التي تُبنى عليها القنوات الفضائية، مستندين إلى ملاحظات أو دراسات لقياس رأي الجمهور (غالباً غير علمية أو منهجية)، الأمر الذي أسهم في انتكاسة اللغة العربية وتراجعها حتى في نشرات الأخبار، التي يُفترض أن تُعد وتُحرر بلغة عربية فصيحة وسليمة، وأن يتصدى لتقديمها أمهر المذيعين والمذيعات لغة وبلاغة وسلاسة في النطق السليم.

كما أن تراجع اللغة العربية في القنوات الفضائية، هو داء للغة ذاتها، فإن هذا الداء لا يقف عند حدود اللغة، وإنما يتخطاها إلى هدم القيم الوطنية والهوية الثقافية العربية، باعتبار (أن اللغة وهوية المواطنة وجهان لعملة واحدة) ومتى ما انتعشت اللغة العربية في وسائل الإعلام، اقتربنا من صياغة الفكر الثقافي للمشاهد العربي بلا تهجين أو تقليد.

لذا .. وجب على المهتمين وأصحاب الاختصاص المناداة بضرورة التخطيط السليم لتوظيف اللغة العربية في برامج القنوات الفضائية، طالما أن لغتنا وكما عرف عنها، حيوية ومتجددة وفيها من الثراء ما يجعلها في مقدمة اللغات العالمية قامة وقدرة على مخاطبة الجمهور والتواصل معه من أجل تحقيق هدفين ساميين هما:

١- الحفاظ على جوهر اللغة العربية كونها ركيزة أساسية للثقافة والوجود.
٢- توظيف اللغة في الإعلام لخدمة الهوية وقضايا الوحدة الوطنية بأساليب حضارية متجددة.

رابعاً: قضايا الوحدة الوطنية في القنوات الفضائية.. مقاربات اللغة وأساليب التوظيف:

يُعد مفهوم المواطنة واحد من أهم المفاهيم المكوّنة للفكر السياسي والاجتماعي المعاصر؛ حيث يعبر عن تلك العلاقة بين الفرد والدولة من جهة، وبين الفرد والمجتمع من جهة أخرى، فتعريف المواطنة يعد أمراً معقداً شأنه شأن معظم المصطلحات السياسية والاجتماعية المتداولة في الفكر السياسي وذلك لتأثره بمختلف المتغيرات.

والوطنية، هي محبة الوطن وتعبير عن مشاعر الحب والارتباط بالوطن وما ينبثق عنها من استجابات عاطفية، فالمواطنة؛ هي صفة المواطن التي تحدد حقوقه وواجباته الوطنية، ويتعزز هذا من خلال التربية الوطنية، كما تتميز بنوع من ولاء المواطن لوطنه وخدمته له، في أوقات السلم والحرب والتعاون مع المواطنين الآخرين عن طريق العمل المؤسساتي والفردي والرسمي، والتطوعي في تحقيق الأهداف التي يصبو لها الجميع وتوحد من أجلها الجهود وترسم الخطط وتوضع الموازنات.(٢٠)

وتستند المواطنة إلى جملة من المقوّمات منها: (٢١)

١- توفر الاحترام المتبادل بين المواطنين بغض النظر عن العرق والجنس والثقافة.
٢- الاعتدال والتوازن في السلوك والعمل.
٣- إحساس المواطن بالعدالة والمساواة الاجتماعية واحترام الأقلية وتكافؤ الفرص.

ويعرّف مفهوم (الوحدة الوطنية) بأنه: "اتحاد مجموعة من البشر في الدين والاقتصاد والاجتماع والتاريخ في مكان واحد وتحت راية حكم واحدة". (٢٢) وتتمثل قيمة الوحدة الوطنية في ابراز الإنتماء الوطني وجعله هدفاً يعمل الجميع على تحقيقه والمحافظة عليه، والوحدة الوطنية من المسلّمات التي يجب أن نوظّف أجهزة الإعلام بكل عناوينها ومسمياتها لغرض تعزيز قيمة الإنتماء كمكتسب أصيل، مستندين إلى مرتكزات الثقافة والهوية المتمثلة باللغة التي تُعد ينبوع التآخي والتواصل واللحمة الوطنية وحفظ التراث الحضاري للوطن والأمة، من خلال تنمية الملكّات اللغوية لدى المواطنين، وهذا ما اصطلح على تسميته، ب (التنمية اللغوية) وهو مصطلح جديد نسبياً، ويقصد به: "إحداث تغير لغوي نحو هدف منشود، وهو مصطلح يختلف عن التغيير اللغوي في الظروف العادية دون تخطيط لإحداث التغير، وهناك عدة دول حققت نجاحاً كبيراً في التنمية اللغوية داخل حدودها، كما تكونت خبرات كثيرة أيضاً لتنمية المعرفة باللغات في خارج حدودها، وأهم المؤسسات التنفيذية لها تتمثل هنا في الإعلام والتعليم والإدارة، ومن هنا كانت الصلة وثيقة بين وسائل الإعلام والتنمية".(٢٣)

ويُعد موضوع تثقيف الجمهور العربي، وتوعيته، وتنمية مشاعره الوطنية والقومية والإنسانية، والعمل على تحديث المجتمع، وتطوير ذائقة أفراده اللغوية والأدبية والجمالية والفنية، من أهم أهداف الإعلام العربي بصورة عامة والقنوات الفضائية بصورة خاصة.

وإذا كانت عملية استخدام (اللغة الوسطية الثالثة) أو ما درجنا على تسميتها بلغة الإعلام، هي حل مطروح لو طُبّق باسلوب جماعي مُرضي، رغم إننا نجد أن الحل الأمثل هو في استخدام العربية الفصحى، خاصة إذا ما قدّمت هذه الفضائيات برامجها وفق أسلوب يأخذ بنظر الاعتبار التخطيط العلمي والشمولي الواسع، دون تجاهل جمهور اللغة العربية العريض من المحيط الى الخليج، ولنا في تجربة مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك

لدول الخليج العربي في إنتاج البرنامج التربوي الشهير (إفتح يا سمسم) خير شاهد على تأثير العربية الفصحى على الأجيال، إذا ما أُحسن التعامل مع مفردات التخطيط السليم، وهناك برامج لغوية إذاعية (مسموعة ومرئية) سبقته ولاقت نجاحات ملموسة على الساحة العربية، منها البرنامج المسموع (قلْ ولا تقلْ) الذي أعده وقدمه المرحوم الدكتور مصطفى جواد من إذاعة بغداد خلال ستينيات القرن المنصرم، يقابله في نفس الفترة تقريباً برنامج (أبجد هوّز) للأستاذ ياسر المالح في التلفزيون العربي السوري، وبرنامج (فرسان الكلام) الذي قدمته حوالي خمس عشرة محطة تلفزيونية عربية.(٢٤)

ويبقى السؤال الأهم، كيف يمكننا تنمية وتوظيف اللغة العربية في إنتاج برامج تلفزيونية قادرة على إشاعة أجواء الوحدة الوطنية، بأساليب جديدة ومبتكرة؟

الخاتمـــة والمقترحات:

أولاً.. علينا أن نصل إلى قناعة تامة بأن اللغة العربية قادرة على مواكبة التطورات بالأفعال لا بالأقوال، وإنها تمتلك حلولاً سحرية متميزة إذا ما أحسن توظيفها بشكل علمي مدروس، فالهوية هي لغتنا العربية، والعكس صحيح، وإذا ما جافينا هذا اللغة العظيمة وأهملناها، فحتماً أننا سنفقد هويتنا في مرحلة لاحقة، وهويتنا الوطنية هي جزء من هويتنا القومية والإنسانية في عالم متقارب متواصل أضحى قرية صغيرة، لكن الشعوب الحيّة والأصيلة دائماً ما تحرص على هويتها الثقافية ولا تسمح لها بالذوبان في أتون العولمة أو ما يفرضه الكبار أو صنّاع القرار الدولي، لسبب بسيط هو إننا نمتلك لغة عظيمة، ثرية، متكاملة فيها كل عناصر التميّز والابداع.

وعليه.. فإن الحلول المطروحة لديمومة اللغة العربية والحفاظ على بريقها وتوظيفها لخدمة قضايا الوحدة الوطنية، تُحتّم على الدول العربية، القيام بما يلي:

١- ضرورة أن يعيد أعضاء المجمع اللغوي العربي تأكيداتهم وقراراتهم التي سبق وأن طالبوا بها وزراء الإعلام العرب في ختام مؤتمرهم السابع والستين الذي عقد في القاهرة في أبريل ٢٠٠١ بخصوص إبتعاد المحطات التلفزيونية والإذاعية عن تسمية البرامج بأسماء أجنبية.

٢- فتح قنوات التعاون بين المجمعات اللغوية العربية والمؤسسات الإعلامية، في أمر العناية باللغة الفصيحة وأساليبها السليمة، والاستفادة من منشورات ودوريات المجمعات اللغوية في إثراء حقل المعرفة اللغوية لدى العاملين في محطات التلفزة.

٣- اقامة مؤتمرات وندوات لغوية ونحوية للإعلاميين، وإلقاء المحاضرات المكثفة عليهم بين الحين والآخر، فضلاً عن تبادل المعرفة والمشورة مع المؤسسات الأكاديمية المتخصصة.

٤- قيام الأجهزة الرسمية المتخصصة بفحص وتدقيق الأعمال السينمائية والتلفزيونية الوافدة إلى محطاتها من بلدان أجنبية، والتأكيد على ضرورة استخدام العربية الفصحى أثناء ترجمة هذه الأعمال.

٥- أن تُعنى الدول العربية بأجهزة الإعلام المرئي من خلال تعميم استخدام اللغة العربية الفصحى، لغةً للتعبير والاتصال وخاصة في البرامج السياسية والثقافية والاجتماعية.

٦- إقامة الدورات التدريبية للعاملين في قطاع الإعلام بصفة عامة والإعلام المرئي بصفة خاصة، وتذليل صعوبات التواصل اللغوي بين قطاعات الإعلام العربية المختلفة.

٧- مجابهة اللهجات المستخدمة في القنوات الفضائية العربية من خلال التشريعات القانونية الفاعلة والمنظّمة.

مقترحات تهم القنوات الفضائية العربية:

١- اعتماد العربية الفصحى أو العربية المُيسّرة، في كافة البرامج دون استثناء، حتى برامج الأطفال والرياضة والمسابقات والإعلانات، وذلك وفق خطط استراتيجية مدروسة لتنمية الإحساس العالي بمسؤولية الكلمة الفصيحة.

٢- الإبتعاد عن التقليد الأعمى أو محاكاة البرامج الأجنبية، والعمل على إنتاج برامج بلغة فصيحة يفهمها الكبير والصغير إذا ما أحسنّا التعامل معها ووضعنا مفرداتها بعناية فائقة وإعداد جيد وباشراف خبراء مختصين باللغة.

٣- إن اللغة الفصحى صالحة للبرامج الحوارية، مثلما هي صالحة للمسلسلات بدليل أن العديد من المسلسلات العربية التي أُنتجت

باللغة الفصحى، لاقت نجاحاً كبيرا لدى المشاهدين العرب، فضلاً عن بعض المسلسلات الأجنبية المدبلجة إلى العربية الفصحى، وهذا قبل ظهور سيل المسلسلات التركية التي دُبلجت الى لهجات شاميّة وسُوّقت في المحطات الفضائية.

٤- إن لغتنا الفصحى صالحة ايضاً لمجال الإعلانات، فالإعلان عن سلعة ما، باللهجة العاميّة لا يجد صداه إلاّ في سوق محلية ضيقة، أما الإعلان الفصيح فيجد مساحة أوسع في صفوف الجمهور العربي المشاهد.

٥- العمل على تعزيز القيم الوطنية والإيجابية، والابتعاد عن نشر القيم السلبية التي تُكرّس العزلة والإنطواء.

٦- الدعوة بشكل مباشر ومن خلال البرامج المتنوعة إلى تعزيز المشاركة في الفعاليات الجماهيرية التي تدعو إلى اللحمة الوطنية والوفاق الوطني.

٧- إن عملية صقل الذاكرة القومية والوطنية، وإرضاء الوجدان الجمعي وتقريب المسافات، تتطلب إنتاج برامج تختص بإحياء التراث العربي والإسلامي، تُركز على وحدة الدم، ووحدة العمل المشترك، وحب الوطن ووحدة الهدف والرؤية السياسية المشتركة، والتاريخ العربي حافل بالقصص والروايات التي يمكن أن تُستثمر في تقديم أعمال تلفزيونية غاية في الجودة وبأساليب حديثة تربط الماضي بالحاضر.

٨- الدقة في اختيار المذيعين والمحررين والمدقّقين اللّغويين من ذوي الاختصاص والكفاءات العالية، وتأهيلهم بشكل جيد قبل أن يمارسوا أعمالهم.

الهوامش والمراجع:

١- للمزيد عن أفكار ومحاورات كونفوشيوس يمكن الاطلاع على: آن شنغ، تاريخ الفكر الصيني، ترجمة محمد حمود، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠١٢م.

٢- ابن جني(أبو الفتح عثمان ٣٩٢هـ)، الخصائص، ط٢، تحقيق محمد على النجار، جـ ١، القاهرة، المكتبة العلمية، ١٩٥٢م، ص٣٣.

٣- ابن خلدون (أبو زيد عبد الرحمن بن محمد ٨٠٨هـ)، المقدمة، بيروت، دار الجيل، د ت، ص ٦٠٣.

٤ ٢٠٠٤م، ص١٣-١٤.

٥- مصطفى المصمودي، النظام الأعلامي الجديد، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، ١٩٨٥م، ص٢١١.

٦- حاتم صالح الضامن، علم اللغة، بغداد، دار الحكمة، ١٩٨٩م، ص ٣٧.

٧- سورة فصلت، الآية ٣.

٨- سورة القمر، الآية ٢٢.

٩- للوقوف على تاريخ اللغة العربية ونشأتها، يُنظر: الأب أنستاس ماري الكرملي، نشوء اللغة العربية ونموها واكتهالها، القاهرة، المطبعة العصرية، ١٩٣٨م.

١٠- محمد صنكور، العولمة واللغة، مجلة كلية الآداب، العدد (٩٥)، بغداد، ٢٠١١م، ص ٣٦-٣٧.

١١- فادية المليح حلواني، لغة الإعلام العربي، مجلة جامعة دمشق–المجلد ٣١ -العدد الثالث- ٢٠١٥، ص١١.

١٢- محمد سيد محمد، الإعلام واللغة، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٤م،ص٣.

١٣- محمد أحمد فياض، بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م، ص١٩٨.

١٤- ياسر المالح (إعداد)، الفصحى والعامية في الإذاعة والتلفزيون، تونس، إتحاد إذاعات الدول العربية، ١٩٨٤م، ص٤٤.

١٥- إبراهيم إمام، دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٢م، ص ٤١.

١٦- ينظر: محمد حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٢م، ص١.

١٧- ينظر: فادية المليح حلواني، مرجع سابق، ص٢١.

١٨- زكي الجابر، الطفل ولغة البرامج التلفزيونية، (مقاربة تحليلية)، مجلة الإذاعات العربية، العدد (٣)، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠٠٠م، ص ١٢.

١٩- رشاد محمد سالم، اللغة العربية والإعلام، ط٢، عمان، دار إثراء للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م، ص٩١.

٢٠- عيشور كنزة، دور الإذاعة المحلية في نشر ثقافة المواطنة لدى المرأة الجزائرية العاملة العاملة، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، الجزائر، ٢٠١٢م، ص ٩٤.

٢١- أماني غازي جرار، المواطنة العالمية،عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠١١م، ص ٤٣.

٢٢- جريدة الرياض، قراءة في مفهوم الوحدة الوطنية، العدد (١٣٤٤٣)، ٢٥ يناير ٢٠١٨م.

٢٣- عماد عليان محمود المصري، وسائل الإعلام والتنمية اللغوية، مؤتمر اللغة العربية والإعلام، غزّة، الجامعة الإسلامية، في ١٨ ديسمبر ٢٠١٣م.

٢٤- محمد أحمد فياض، مرجع سابق، ص ٢٠٩.