

واقع العربية في الخطاب الإعلامي المعاصر

المقدمة:

ظل موضوع لغة الخطاب الإعلامي المعاصر، وما يثيره لدى المختصين المتابعين من مشاعر الأسى والحزن على ما وصل إليه من إسفاف لغوي، وضعف بيّن في المضمون المعنوي، والقوالب اللفظية المستخدمة، وفي الأسلوب التعبيري المباشر، وطرائق الأداء المصاحبة.

كل ذلك جعلني أتساءل: لماذا لا يلتفت الغيورون على لغة القرآن من القائمين على الجامعات والمراكز البحثية بإمكاناتها الكبيرة- لماذا لا يلتفتون إلى هذا المرض الخطير الذي ينخر في صلب لغتهم، ويضعف ممارستها في واقع الخطاب اليومي.

ومما يحز في النفس أن اللغات الأخرى-بما فيها بعض اللغات الميتة- يعمل أهلها-جاهدين- على أن يوجدوا للغتهم موطئ قدم، ومكانة لا يستهان بها في كل مكان يستطيعون فيه ذلك، وبكل الوسائل المتاحة والممكنة، وفي مقدمتها وسائل الإعلام.

فرأى الباحث أن من الواجب عليه-في ظل هذا التنافس الإعلامي المحموم- أن يسهم بجهده المتواضع في خدمة لغته العظيمة، من خلال الوقوف بجديّة على مظاهر الضعف التي تعتورها، والأخطار التي تتهددها في الجانب الإعلامي.

ونحن في هذا البحث الموجز نحاول-ما استطعنا- أن نسلط الضوء على واقع اللغة العربية في الخطاب الإعلامي المعاصر؛ سواء أكان مرئيًا أم مسموعًا أم مكتوبًا، أم إلكترونيًا (إنترنت internet).

ولبيان هذا الواقع للغة الخطاب الإعلامي؛ رأى الباحث أن تكون هذه الدراسة في فصلين ؛ هما:

الفصل الأول: الإعلام العربي بين المهنية والتبعية.

الفصل الثاني: مظاهر أزمة العربية في الخطاب الإعلامي المعاصر.

وقد سلك الباحث في دراسته هذه المنهج الوصفي؛ الذي يتناسب وطبيعة الموضوع بأبعاده المختلفة.

وقد حاول الباحث -جاهدًا- أن يلتزم الأمانة العلمية في التناول، والحيادية في البحث والدراسة لكافة الجوانب التي يجويها البحث؛ فإن أصبنا فمن الله، وهو ما كنا نبغي، وإن أخطأنا فمن أنفسنا والشيطان، وحسبنا الاجتهاد.

والله من وراء القصد،،

الباحث

الفصل الأول: الإعلام العربي بين المهنية والتبعية

توطئة:

أهمية الوسائل الإعلامية:

لم يعد دور الإعلام اليوم مقتصرًا على متابعة الأحداث، ومراقبة السياسات بوصفه سلطة رابعة، بل لقد تجاوز السلطات الثلاث الأولى (التشريعية والتنفيذية والقضائية)، وأصبح من الصعب الإحاطة بأبعاد الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المختلفة في عصرنا الراهن، بما تفرزه من تأثيرات ملموسة ليس على مستوى إيجاد قنوات توجه سلوك الأفراد فحسب، بل تعدى ذلك إلى التأثير على الحكومات والمؤسسات والمنظمات المعنية التي باتت تحسب للتأثير الإعلامي ألف حساب.

لقد أدركت القوى الاستعمارية منذ وقت مبكر - ما تضطلع به وسائل الإعلام المختلفة من دور محوري في توجيه الفكر الإنساني؛ فوجهت إليها اهتمامًا بالغًا، وأولتها عناية فائقة، وعملت على تطوير أدواتها، وتوسيع رقعة تغطيتها، وتكثيف نشاطاتها؛ لتشمل الكرة الأرضية كلها، وتناسب مختلف المستويات. كل هذا ناتج عن مدى ما لمستته هذه القوى من فاعلية وتأثير بالغ لوسائل الإعلام.

وبما أن العالم أصبح قرية واحدة بسبب من هذه الوسائل، فقد حرصت الدول العربية على امتلاك أكبر قدر ممكن من وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، متأثرة في ذلك بالدول الغربية.

مفهوم التبعية:

بما أن الإعلام يشغل المجال الشفاف بين الفعل السياسي والثقافي ورد الفعل الجماهيري، فقد تسابقت كل القوى إلى السيطرة على وسائله المختلفة؛ لتكون تابعة لها متبينة لأفكارها.

وقبل أن نسترسل في الحديث عن تبعية الإعلام العربي - نجد من المناسب أن نحدد مفهوم التبعية؛ حتى ننتقل من رؤية واضحة.

فالتبعية في مفهومها العام مصطلح سياسي ذو طبيعة مطاطية، تتعدد تعريفاته باختلاف استعمالاته.

فمصطلح التبعية للغرب يعني تبعية المجتمعات المتخلفة بقواعدها السياسية والاقتصادية والثقافية إلى المنظومة الرأسمالية العالمية المتمثلة في دول المركز⁽¹⁾.

فمفهوم التبعية عبارة عن علاقة تنطلق من التابع إلى المتبوع، عبر عملية إلحاق قسري بوسائل سياسية واقتصادية وعسكرية، وغزو ثقافي وفكري؛ لتعميم نظام الإنتاج الرأسمالي، وتسويغ للهيمنة التي تمارسها دولة عظمى، أو مجموعة دول أحرزت تقدماً في مجال الاقتصاد والتكنولوجيا والتعليم...؛ فتستخدمها لتحقيق أهداف مادية واستراتيجية، بما تفرضه على أمم وشعوب أخرى أقل تقدماً من إجراءات تُلزمها بها، وتجبرها على تنفيذها؛ كي يمكنها البقاء والاستمرار⁽²⁾.

ويقول أهم منظري هذه النظرية "شيلر" و"ماتلارات" و"بويد - باريت": إن هذه التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم -تعمل على تشويه البنيات الثقافية في دول العالم النامي، وتسهم في إحداث سلبيات عديدة؛ مثل خلق الثقافة المهجنة، والتغريب الثقافي⁽³⁾.

((لقد أصبحت وسائل الإعلام في هذه الأيام سلاحاً فتاكاً تستخدمه جميع الدول دون استثناء في بث ما يناسبها من أفكار وآراء؛ فهي وسيلة قد تغني في كثير من الأحيان عن استخدام السلاح))⁽⁴⁾.

وتكشف لنا النظرة المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومضللة، ومستهدفة في الأساس إضفاء الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات السياسية الحاكمة، واعتمادها على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

ومن خلال استقراء الواقع الإعلامي في الوطن العربي -يتبين لنا أن تبعية الإعلام العربي تسير في اتجاهين:

(1) التبعية الإعلامية في دول الشرق الأوسط(دراسة)،الباحث والكاآب الإعلامي/محمد داود، منشور في موقع "مؤسسة الحوار المتمدن في الفيسبوك"، بتاريخ: 2008/5/30م.

(2) الجهاز المرئي والتنشئة الاجتماعية في الأسرة العربية المعاصرة، عبد الواحد مشعل، مجلة البحوث الإعلامية، عدد مزدوج(27-28)، السنة العاشرة، 2004م، ص: 38.

(3) "النظريات الإعلامية المعيارية ماذا بعد نظريات الصحافة الأربع" (حوليات كلية الآداب الحولية 16)، عثمان الأخضر العربي: ص 82 - 84، أو من رسالة 112 (الكويت مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت 1996)، ص 83.

(4) المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، دار أسامة ودار المشرق الثقافي (عمان-الأردن)، ط(1) (2006م)، ص: 3.

الأول يتمثل في التبعية للخارج:

لقد فتحت ثورة الاتصالات صدرها الرحب، ممهدة لقرن يسود فيه فراغ دولي، برزت على أنقاضه هيمنة فكرية وسياسية واقتصادية، في توسع متزايد للفجوة التكنولوجية والمعرفية بين الشمال والجنوب.

ولعل المتابع للفضاء السمعي-البصري الدولي سيستنتج أن الأفلام الهوليوودية تغزو العالم - وخاصة العالم العربي لأنها تظهر العنف والجنس. ونجاحها في إخضاع المتفرج العربي يرجع بالأساس إلى ذلك الفراغ الإعلامي على المستوى الداخلي.

فالمشاهد العربي الذي يفر من إعلام تقليدي على درجات عليا من الميوعة وتكرار المادة الإعلامية، يتلقفه النظام الإعلامي الجديد الذي يخفي تحت اسم الحرية والديمقراطية أهدافاً خبيثة تسعى إلى تغيير المفاهيم والقيم الاجتماعية للبلدان الأخرى، وعلى هذا الأساس أقيمت فضائية " الحرة"، وقبلها إذاعة "سوا"، حاملتان في جعبتهما خطاباً إمبريالياً (تضليلياً)، حاولتا وتحاولان من خلاله حذف قاموسنا السياسي والإتيان بأخر، فراحتا تسميان الاحتلال الأمريكي في العراق بـ "التحرير"، والمقاومة بـ "الإرهاب"، وما إلى ذلك من اتهامات فارغة (1).

ولذلك يجب على الإعلام العربي أن يكون في مستوى التحدي، بحيث يستطيع أن يبحث عن الحقيقة، ويظهرها للمواطن العربي في مختلف الجوانب من وجهة نظرنا بوصفنا عرباً، وليس من وجهة نظر مؤسسات إعلامية، قد لا تكون تتجه للحقيقة إلا بقدر ما يخدم سياساتها ورؤاها.

والملاحظ أن هناك عملية منظمة للتنميط الثقافي في الوطن العربي، تتم عبر شتى وسائل الاتصال، لاسيما الأقمار الصناعية، ولا شك أن أخطر مظاهر التنميط هو شيوع ثقافة الصورة بديلاً عن ثقافة الكلمات، وانتشار الكتاب الإلكتروني (أقراص (cd.rom)؛ مما يضع جمهور الأطفال والناشئة أمام الاستبداد التقني الذي يقلل الخيال والإبداع ويضعف اللغة جراء ذلك، ناهيك عن سرقة الوقت..

(1) "الإعلام بين المهنية والتبعية"، د. مروان قبلان، نص مداخلة تم الحصول عليها من موقع: (حزب البعث العربي الاشتراكي).

والمشاعر والأفكار ووضع هذا الجمهور في حالة عطالة ذهنية وثقافية أمام منتجات الترميط الثقافي وقوتها الهائلة (1).

وبهذا الشكل يسهل على الاحتلال الثقافي أن يرسى جذوره وأن يوسع مقامه داخل الثقافات المحتلة بعدما يكون قد تخلص من كل ما له صلة قريبة أو بعيدة من الثقافة الأصيلة.

وتفيد الإحصاءات أن دول الشمال تسيطر على 95% من وسائل الإعلام العالمي مقابل 5% فقط لدول الجنوب.

ألا تدل هذه المعدلات على مدى السيطرة الغربية على مجال الاتصال بكافة أنواعه، من القنوات الفضائية ومن الأقمار الصناعية ومن الصحف والمجلات والإذاعات والكتب، بالإضافة إلى وكالات الأخبار التي تسيطر على جل مصادر الخبر، وبالتالي قدرتها على تسريب ما يخلو لها من الأفكار والبرمجيات والثقافات التي تخدم مصالحها، وتذكي علوها وهيمنتها على حساب خصوصيات الآخر وثقافته وحضارته.

ولتوضيح تأثير الغرب في إعلامنا ما حدث عند عرض مسلسل "الطريق إلى كابول"؛ فقد توقف عن العرض في الحلقة الثامنة؛ لأن أمريكا منعت عرضه؛ لما يظهره من حقيقة الوضع في كابول، وهذا يثير تساؤلاً مفاده: لماذا يُمنع ما تأمر أمريكا بعدم عرضه، ولا يوجد من يمنع عرض ما يخالف عقيدتنا ومبادئنا؟! (2)

إن ما نراه الآن هو بث لبرامج تلفزيونية تطعن في تقاليدنا العربية ومبادئنا وأمننا وأفكارنا، حتى ظهرنا من خلالها أننا لا نستطيع أن ننتج أو ندافع عن أوطاننا أو نبدع أو ننافس، وهذا غير صحيح.

ونقول -بصراحة شديدة- إن هناك تبعية في الإعلام العربي، ولا توجد به استقلالية؛ إذ معظم الأفلام والبرامج التي نراها ونسمعها الآن هي مستوردة ومكررة عن الآخر، بل أن برنامجاً تلفزيونياً قد

(1) "دور التربية في مواجهة تحديات العولمة في الوطن العربي"، د. عبد الرحمن الرشدان، مجلة: شؤون عربية، العدد (113)، خريف 2003م، ص 84.

(2) ندوة بعنوان "ندوة إعلامنا بين الهوية والتبعية"، أ. أيمن العقيل - مديرة تحرير مجلة حياة (في حوارها الذي تحدثت فيه عن تأثير التلفزيون)، (الرياض)، بتاريخ: 2008/7/6 م نقلاً عن موقع "الألوكة".

نجده مكرراً في خمس أو ست محطات تلفزيونية، وقد استسهلوا الفيديو الكليب والمسابقات الغنائية، وكأننا لا نملك سوى ذلك (1).

فإعلامنا يأخذ فقط بما يليق الشهوات والغرائز دون محاولة لتعزيز الفكر والانتماء العربي وحقوقه وكرامته.

ولا بد هنا أن نقرر حقيقة واقعة، هي أن الإعلام الغربي الناطق بالعربية لا يخدم -البتة- المشروع العربي أو المشروع الإسلامي، بل ينبثق عن قاعدة ثقافية سياسية تصب في نهاية الأمر للصالح الغربي. فلا يمكن أن نتظر من قناة الـ BBC الناطقة بالعربية، أو قناة روسيا اليوم، أو القناة الرابعة والعشرين الفرنسية، أو قناة الأخبار الأوروبية، أو أي قناة غربية ناطقة بالعربية - لا يمكن لها أن تغطي قضايا الحياة، أو تخدم لغتنا الفصحى، بمثل ما يمكن أن تفعله قناة عربية؛ لسبب بسيط هو أن الموروث الثقافي والمصالح مختلفة، بل متناقضة.

أما الاتجاه الثاني في تبعية الإعلام العربي؛ فيتمثل في التبعية للداخل:

يتعرض الإعلام العربي إلى الكثير من النقد في هذا المجال، أغلبه محق، مثل تجاهله قضايا ذات حساسية معينة، أو غلبة الخطابات على البرامج الحوارية التلفزيونية، وغلبة الخطابات الإنشائية على مقالات الصحف، أو تجاهلها لنقل أخبار داخلية حساسة... إلخ.

وهناك نقد لأولويات هذا الإعلام، التي تُعطي المساحة الرئيسة والواسعة للقضايا الهامشية من بين القضايا الملحة، في الوقت الذي تُترك القضايا الجدية والجوهرية والحاسمة في الهامش، أو تحجب في الظلام، وهذا في نهاية المطاف يشكل نوعاً من أنواع التبعية للسلطة السياسية.

لقد دفع واقع الإعلام الرسمي العربي المواطن العربي إلى أن يثق بكل وسائل الإعلام الأخرى، سوى وسائل إعلام بلده، التي يعتبرها أغلب المواطنين العرب وسائل إعلام مهمتها الترويج للسلطة السياسية وخدمة أغراضها.

(1) "إعلامنا يستورد فقط ما يليق الشهوات"، الدكتور/ علي عبد الله موسى - الأمين العام المساعد في مؤسسة الفكر العربي، من مقابلة للشرق الأوسط، نُشرت في موقع "صحفي".

وتسعى مختلف الأنظمة العربية إلى إحكام السيطرة على المضمون الإعلامي الذي يصدر عن وسائل إعلامها الرسمية من جهة، وتشديد الرقابة - ما أمكن - على الوسائل الإعلامية والمواقع التي لا تنضوي تحت ملكيتها من جهة أخرى، بالإضافة إلى خطب ود الوسائل الإعلامية المستقلة، والتي لا تقع في نطاق سيطرتها.

لقد تعاضم دور الإعلام في الآونة الأخيرة، خاصة في الوطن العربي؛ ليصبح حجر الزاوية في توجيه شعوب بأكملها نحو تبني مواقف ورؤى موحدة تغاير ما تبناه الأنظمة والنخب الحاكمة لتلك الشعوب، بل وتحدد وجود كثير منها، معتمدة على الزخم الإعلامي المتنامي، الذي أثبت تأثيراته المذهلة في تغيير القنوات الشعبية، وفرض حسابات جديدة لمعايير اللعبة السياسية ومعالمتها؛ أرغمت الحكومات - بلا استثناء - أن تتعامل معها، وإن كانت غير راضية عنها.

وهذه المستجدات - فيما يرى الباحث - هي التي تفسر لنا السعي الحثيث للأنظمة العربية وحكوماتها إلى احتواء مختلف الوسائل الإعلامية، أو تشديد القبضة عليها بكل ما أوتيت هذه الأنظمة من إمكانات مادية وسلطوية؛ فوضعت تشريعات رقابية صارمة على مختلف الوسائل الإعلامية، شأنها في ذلك شأن كل الدول النامية التي ((تلتزم بوضع وسائل الإعلام تحت شكل ما من أشكال الرقابة الحكومية))⁽¹⁾.

إننا لا نستطيع أن ننكر أن ثورة الياسمين في تونس، ثم ثورة الخامس والعشرين من يناير في مصر، قد أشعلتا جذوة ما تلاهما من تداعيات ومظاهرات غير مسبوقة في كل من اليمن وليبيا والبحرين وسوريا والأردن.

وقد حرصت القنوات الإخبارية العربية - مواكبةً لهذه الثورات - على تحقيق مزيد من الخدمة الإخبارية بكل ما أوتيت من وسائل الإعلام الجديد: (فيس بوك، تويتر، يوتيوب)، لنقف أمام مشهد مثير من التنافس الإعلامي؛ للحصول على أوسع قاعدة مشاهدة جماهيرية لكل قناة.

(1) أخلاقيات العمل الإعلامي دراسة مقارنة، د.حسن عماد مكاوي، الدار المصرية اللبنانية(القاهرة-مصر)، ط(1)

(1414هـ -1994م)، ص: 122.

يتجلى لنا هذا المشهد الإعلامي العربي المشحون بالتنافس الإخباري -والذي يخرج أحياناً عن المعقول- في محاولة كل قناة من القنوات الإخبارية جمع أكبر عدد ممكن من الأخبار -وبأي وسيلة ممكنة- لتُظهر بذلك سبقاً إعلامياً جديداً أمام نظيراتها من القنوات الأخرى، فيتراءى لنا أننا أصبحنا أمام ركاب من الضجيج الإعلامي من هنا وهناك، لا نستطيع أن نتبين مصداقية ما تبثه هذه القنوات⁽¹⁾.

ويضطر أحد الإعلاميين إلى طرح تساؤل مهم، عله يفسر لنا سر هذا الضجيج..! مفاد هذا التساؤل: ((هل استطاع الخطاب الإعلامي العربي للقنوات الإخبارية أن يتسم بالمصداقية والدقة المهنية في تغطيته الإخبارية لقضايا الإصلاح السياسي في الوطن العربي، أم أنه سقط في فخ أيديولوجيات [مبادئ] التسويق السياسي لهذه القنوات الإخبارية؟!))⁽²⁾.

ويرى الباحث أننا إذا أردنا الإجابة الصحيحة عن هذا السؤال، فلا بد من التفريق بين شكلين من الوسائل الإعلامية بشتى أنواعها؛ هذان الشكلان هما: الوسائل الإعلامية الحكومية، والوسائل الإعلامية المستقلة.

فـ"وسائل الإعلام الحكومية" في الوطن العربي تتسم بالتبعية المطلقة للأنظمة السياسية ونخبها الحاكمة، بما تحمله من مبادئ وأفكار معينة؛ فلا تعدو كونها لسان حال هذه الأنظمة، تتبنى البرامج والرؤى التي ترغب الأنظمة الحاكمة في إيصالها إلى الجمهور؛ ولذلك لا نستغرب من التناقض الحاصل في لغة الخطاب الإعلامي من بلد لآخر عند تناول قضية معينة، خاصة ما يتعلق بمعالجة قضايا الإصلاح السياسي في الوطن العربي.

ففي حين تتم معالجة قضية ما في دولة معينة بصورة إيجابية، نجد أن المعالجة للقضية نفسها في دولة أخرى تنحو منحىً سلبياً مغايراً البتة لما هو موجود في تلك الدولة، وربما تكون الدولتان متجاورتين، كما قد نجد تجاهلاً وتعتيماً إعلامياً على القضية نفسها في دولة ثالثة وهكذا..

(1) الخطاب الإعلامي العربي بين المهنية الإعلامية والتسويق السياسي، مقال للإعلامي اليمني/ عبد القادر بن شهاب، ((مقال)) نُشر بتاريخ: 2011 /2/22م، (موقع "نيوز يمن").

(2) المرجع السابق.

أما إذا ما انتقلنا إلى النوع الثاني من وسائل الإعلام العربية؛ وهي ما يطلق عليها "وسائل الإعلام المستقلة"، فسنجد أن عددًا غير قليل منها مملوكة لأشخاص أو رجال أعمال أو مؤسسات معينة، تتحكم بصورة واضحة في نوعية البرامج التي تتناولها تلك الوسائل -وعلى رأسها القنوات الفضائية- وتؤثر في طبيعة مواضيعها، وطريقة معالجتها للقضايا المطروحة؛ فينعكس ذلك بشكل لافت على لغة خطابها الإعلامي، وفقا للأجندة والولاءات السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية التي يتبناها هؤلاء الملاك؛ ولذلك تفتقر هذه الوسائل إلى كثير من المصداقية والمهنية الإعلامية.

ولو نظرنا إلى الإعلاميين العرب، نجد أن كثيرًا منهم من يخضعون لضغوط أو ابتزاز من قبل مؤسساتهم، بل قد يصل الأمر إلى التعذيب في بعض الأحيان.

وهناك نوع آخر من "وسائل الإعلام المستقلة" تحاول جاهدة أن تتسم بالاستقلالية التامة، من خلال تبنيها للرأي والرأي الآخر؛ ولها حضور جماهيري كبير، لكنها قليلة جدًا في الوطن العربي، ولا تخلو أحيانًا من الانحياز نحو طرف معين؛ انطلاقًا من الرؤية التي تتبناها هذه القناة أو تلك.

لكننا على الرغم من ذلك ندعو إلى وجود المزيد من هذه القنوات التي تتسم في كثير من الأحيان بالموضوعية والحيادية في تناول القضايا المطروحة، فلأن يجد المتابع جزءًا كبيرًا من الحقيقة، خيرٌ من ألا يجد شيئًا، "وما لا يدرك كله، لا يترك جُلَّهُ".

غير أن التأثير الجماهيري الكبير للوسائل الإعلامية في الوطن العربي ينحصر في القنوات غير الحكومية، وعلى رأسها قنوات الجزيرة ثم العربية وأمثالهما.

أما القنوات الحكومية فتأثيرها محدود، ويتفاوت من بلد إلى آخر، تبعًا للمستوى الثقافي والاجتماعي السائد في كل بلد.

وأعتقد جازمًا أن أهم أسباب هذا الضعف التأثيري لوسائل الإعلام الحكومية في شعوب البلدان العربية -ناشئة من ((انعدام الثقة بين الحاكم والمحكوم؛ لأسباب تاريخية ترسخت في النفوس عبر الزمن،

بعد عهد من الحكم التعسفي الفاسد... وإعلامنا الرسمي الأعم روتيني بامتياز، كما هو حال كل أداء حكومي⁽¹⁾.

وكانت النتيجة الحتمية لهذا التنافر بين الحاكم والمحكوم أن انعدمت الثقة بين عموم الشعب ووسائل إعلامه الحكومية، والتي لا تعدو في نظر غالبية الشعب مجرد أبواق تسبح بحمد الأنظمة المستبدة، وتحمل صورة الحاكم، وتبرر أخطاء الحكومات المتعاقبة، وتتغنى بمشاريعها وإنجازاتها الوهمية.

في حين أنك لو نظرت إلى حقيقة ما تعانيه أغلب الشعوب العربية من فقر وجهل وتخلف...، وقارنت ذلك الواقع مع ما يُبثُّ في وسائل إعلامها الرسمية -لأدركت الهوة الواسعة بين حقيقة المعاناة التي يعانيها الشعب، وخيال الإعلام وتضليله. وهذا ينطبق على الغالب الأعم، أما النادر فلا حكم له.

إن الإعلام العربي متنوع الأطياف، ولكنه -وللأسف الشديد- يخضع لسياسات المؤسسات التي يتبعها، ويفتقر إلى مرجعية تشريعية توحد الرؤية العربية، وتخلصه من التبعية المقيتة.

(1) الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، د. سناء محمد الجبور، دار أسامة للنشر والتوزيع (عمان-الأردن)، ط 1 (2010م)، ص: 240، 241.

الفصل الثاني: مظاهر أزمة العربية في الخطاب الإعلامي المعاصر

اللغة عملة أبدية أزلية متداولة بين الناس؛ إذ تعد قناة الاتصال الأولى التي عرفها الإنسان منذ خلقته، حيث ولدت معه أدواته اللغوية؛ من أجهزة تستطيع إنتاج الأصوات والرموز والإيماءات والإشارات والصور والنقوش.. وغيرها.

وكل هذه الأنماط الاتصالية أفرزتها الحاجات الاجتماعية والاقتصادية للإنسان، بوصفها أدوات للتعبير، تنظم سلوك حياته وسط الجماعات التي يعيش فيها، أو الجماعات غير المنتمية إليها(1).

واللغة المنطوقة هي أرقى الوسائل الاتصالية وأكثرها استخدامًا بين المرسل والمستقبل؛ كونها الأعلى أداءً والأفضل إلهامًا؛ ((إذ هي نظام من الرموز الصوتية. وتكمن قيمة أي رمز في الاتفاق عليه بين الأطراف التي تتعامل به. وقيمة الرمز اللغوي تقوم على علاقة بين متحدث أو كاتب هو المؤثر، ومخاطب أو قارئ هو المتلقي. واللغة وسيلة التعامل ونقل الفكر بين المؤثر والمتلقي)) (2)؛ فهما متفقان على استخدام هذه الرموز للتعبير عن مختلف المعاني وأدق الدلالات التي يقصدونها في تواصلهم الاجتماعي.

فللغة وظيفة اجتماعية تستوعب مجموع الأفراد الذين يتفاهمون بها، وليست مختصة بفرد بعينه، وهذا ما يؤكد عليه عالم الألسنية السويسري "دي سوسير" في "دروس الألسنية الثلاثة" إذا يعد اللغة "مؤسسة اجتماعية"، بينما يعد الكلام فعلاً فردياً. فاللغة -لكونها مؤسسة اجتماعية- هي نسق منظم من العلامات للتعبير عن الأفكار، إذ تمثل البعد الترميزي للكلام(3).

وتحظى اللغة في أي مجتمع بأهمية بالغة بالنظر إلى الدور الذي تمارسه في التواصل الاجتماعي؛ فهي عالم رحب وموطن فسيح يُمارس من خلاله الإنسان حرية التعبير والتفكير، وكل تطور يحصل في المجتمع

(1) مقال بعنوان "توظيف اللغة في الخطاب الإعلامي"، الصحفي/عباس العطار، (موقع الإعلام العربي).

(2) علم اللغة العربية (مدخل تاريخي مقارن في ضوء التراث واللغات السامية)، د. محمود فهمي حجازي، وكالة المطبوعات (الكويت)، (د . ت)، ص: 10.

(3) انظر: تاريخ نظريات الاتصال، أرمان وميشال ماتلار - ترجمة: د. نصر الدين العياضي - د. الصادق رابع، المنظمة العربية للترجمة، (بيروت)، ط: 3، ص: 98.

يتردد صده من خلال مؤسسة اللغة؛ باعتبارها الناطق الرسمي باسم الأمة، والمعبر عن حياتها؛ والمواكبة لتطورها؛ ويظهر ذلك من خلال تغير المعاني اللغوية، أو تحول مقاصدها الدلالية عبر العصور؛ ولذلك تعد اللغات أصدق سجل لتاريخ الشعوب؛ لأنها أداة الحاضر وصورة التاريخ.

واللغة ليست أداة للتواصل أو وعاء لحفظ التراث الإنساني فحسب، لكنها هي التي تعطي للإنسان تميزه وقدرته على التفكير والإبداع، وهي مرتبطة ارتباطاً جوهرياً بهويته، والهوية جزء من الذات.

والعربية ليست بدعا من اللغات، وإنما هي أصدقها شاهداً على هذا الانعكاس والتأثر(1).

وعليه فاللغة العربية أولى من غيرها بمفهوم الرعاية وبالغ العناية؛ لأنها حاملة كلام الله، وحاضنة تراثنا الغني، وهي عنوان هوية المجتمع العربي الإسلامي، وناقلة تاريخنا المجيد، تنقل آثار الأجداد إلى الأبناء، وتحفظ أجداد الأبناء للأحفاد، فهي الجسر الذي يصل بين الأجيال والحضارات المتعاقبة.

((ولهذا كان لابد من الاهتمام باللغة الفصحى، وإعطائها المكانة اللائقة بها؛ بوصفها لغة الدين والتراث والحضارة، وبوصفها الرابط الوثيق بين أبناء هذه الأمة على اختلاف بلادهم ومذاهبهم)) (2).

وبالنظر إلى هذا الدور الذي تضطلع به اللغة العربية، لابد من توليها بالتحديث والتطوير؛ حتى تكون دائماً في مستوى التحديات التي يحفل بها العالم المعاصر(3).

ومن هذا المنطلق تبرز لنا الأهمية الكبرى للغة في وسائل الإعلام بمختلف تصنيفاتها؛ إذ تعد الوظيفة الإعلامية إحدى الوظائف الثلاث الرئيسة للغة(1).

(1) من دراسة بعنوان: " أثر السياحة في اللغة العربية"، محمد فريد عبد الله، مجلة العربي، العدد: (562)، وزارة الإعلام (دولة الكويت)، سبتمبر/ 2005م، ص: 20، 21.

(2) تقرير بعنوان " وسائل الإعلام وواقع اللغة العربية"، بقلم/ هناء محمد (القاهرة)، بتاريخ: 2001/04/22م، من موقع (مقالات إسلام ويب).

(3) من دراسة بعنوان: " وسائل الإعلام واللغة العربية - الواقع والمأمول"، بقلم/ سلطان بلغيث، نشرت بتاريخ: 28/ مايو/ 2006م، (موقع ديوان العرب).

ولنا هنا أن نتساءل: هل استطاع القائمون على وسائل الإعلام العربية أن يوظفوا لغتهم الفصحى
-التي هي عنوان هويتهم- في خطابهم الإعلامي؟

إن الحديث عن توظيف اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام العربية ذو شجون؛ فنحن إزاء
مشكلة حقيقية لا بد من الاعتراف بها، إذا كنا نود للغتنا الفصحى أن تستقر وتنمو وتسود.

فإذا كانت الجامعة العربية -وهي أهم مظلة للإعلام العربي - لم تضع الاهتمام باللغة العربية أو
نشرها ضمن الوظائف الرئيسة للإعلام العربي المشترك(2)؛ فمن نتظر أن يأتي لخدمة الفصحى
ونشرها؟!!

ولا نجد أوضح وأصدق من المقولة العربية : "من لم يحترم نفسه لا يحترمه الآخرون"؛ لنطبقها على
العرب في هذا الخصوص؛ فعلى الرغم من أن العربية تعد اللغة الأولى في الوطن العربي، غير أن واقعها
على مستوى الممارسة الفعلية في الخطاب الإعلامي يتقهقر يوماً بعد يوم.

ومع تنامي وسائل الاتصال وسعة انتشارها، وكثرة الإقبال عليها، ولاسيما منها وسائل الإعلام
المريئة -ازداد التوجس من مغبة تحول هذه الوسائل -بما تملكه من نفوذ جماهيري- إلى معاول تنسف
اللغة، وتفسد استقامة اللسان، وتهوي بالذوق اللغوي إلى الحظيظ، لاسيما إذا كان التلاميذ يقبعون أمام
جهاز التلفزيون أكثر مما يجلسون فوق مقاعد الدراسة، -وهذا هو الواقع-؛ مما يؤدي إلى إزاحة ما تقدمه
المدرسة، أو على الأقل مزاحمته -إن كان ثمة ما يزاحم-.

((فاللغة في التلفزيون تتعرض يومياً لموجات من التشويه والتحريف، والواقع أن لغة التلفزيون في شتى
البرامج والأفلام تخترق حرمة اللغة الخاصة التي يكونها كل إنسان لنفسه، وتتكون فيه من خلال عائلته
وبيئته ووطنه)) (1).

(1) انظر: اللغة الإعلامية (المفاهيم - الأسس - التطبيقات)، أ.د/ سامي الشريف ، د. أيمن منصور ندا، جامعة
القاهرة للتعليم المفتوح (القاهرة) 2004م) ، ص 19 ، 20.

(2) انظر: الإعلام العربي تحديات الحاضر والمستقبل، د. تيسير أبو عرجة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع(عمان-
الأردن)، ط(2) (1421هـ - 2000م)، ص: 24 ، 25.

ومن واجب اللغوي أن يوجه المشتغلين بتوصيل الكلام إلى جميع فئات المجتمع من العاملين في مجالات الصحافة، والدعاية السياسية، والسينما، والإذاعة، والتلفزيون، وغيرها من الوسائل الإعلامية- أن يوجهها إلى بيان الاستعمال اللغوي الصحيح، بعيداً عن الخلط المقصود للمعاني، وإساءة استعمال الكلمات، والتفنن في تضمينها إيجاءات مخاتلة؛ وهي مسائل تمارسها المجتمعات المتحضرة على نطاق واسع، خاصة في مجال الإعلام(2)، ومنه أعلامنا العربي.

ونؤكد هنا على حقيقة مهمة؛ مفادها أننا لا نطلب من المذيع أن يتحدث إلى الجمهور بلغة سيويه أو امرئ القيس، بل بلغة فصيحة معاصرة يحقق فيه الحد الأدنى من القواعد اللغوية الصحيحة وهذه اللغة هي ما يسميها الدكتور/السعيد بدوي فصحي العصر مبيناً أنها المستوى الذي اتسمت به نشرات الأخبار والتعليق السياسي(3)، عند المذيعين المتميزين.

ويرى الدكتور/عبد العزيز شرف في اللغة المشتركة (لغة الاتصال الجماهيري) مزيجاً لغوياً منسجماً يقبله الجميع(4).

إن أقصى ما نطلبه هو احترام القواعد الأساسية للغة والمعايير المنظمة للأداء اللغوي في الخطاب الإعلامي؛ مما يضيف على أسلوبه مسحة من الأناقة والجمالية، وينأى به عن الإسفاف والرداءة والقصور، وعدم التجني على اللغة إفراطاً أو تفريطاً.

ويجدر بنا في هذا المقام الإشارة -بمراة- إلى دور الكثير من الفضائيات المحسوبة على العربية، التي لا زالت تحاول جاهدة أن تكتم ما تبقى من أنفاس اللغة العربية؛ لترديها ذبيحة على سطورها المشبوهة،

(1) التلفزيون والأطفال، جان جبران كرم، دار الجيل (بيروت- لبنان)، ط(1) (1988م)، ص: 59.

(2) انظر: علم اللغة (مقدمة للقارئ العربي)، د. محمود السعران، دار النهضة العربية (بيروت- لبنان)، (د.ت)، ص: 299، 300.

(3) انظر: مستويات العربية المعاصرة في مصر، د.السعيد محمد بدوي، دار المعارف (القاهرة-مصر)، ط(1973م)، ص: 89-90.

(4) انظر: اللغة الإعلامية، د.عبد العزيز شرف، المركز الثقافي الجامعي(القاهرة-مصر)، ط:(1980م)، ص: 24.

والتي باتت لا تمت إليها بصلة. ((وحيثما تموت لغتنا لن يصلي أحد عليها الجنازة؛ إذ الصلاة لا تجوز إلا باللغة العربية !! فرغم الوعي بالحاجة إلى أهمية تجديد الصيغ الإعلامية، وجعلها متناسبة مع التطور التقني المهول لوسائل الاتصال وتنوعها، فإن الوعي باللغة لا يختلف عن الوعي بالحرية، أو الوعي بالآخر..)). (1).

وقد أشارت إحدى الدراسات -التي حاولت رصد دور بعض البرامج التي تبثها بعض الإذاعات والتلفزيونات العربية في تلبية احتياجات الأطفال- إلى أن: اللهجة العامية هي الغالبة على البرامج الموجهة للطفل، يليها استخدام لهجة تجمع بين الفصحى والعامية، مما يشير إلى أن برامج الأطفال لا تسهم بدورها المفروض في الارتقاء بالمستوى اللغوي للأطفال (2).

وفي دراسة أجريت على عينة من الشباب الجامعي حول دور الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية، ذكر نسبة: (45%) من المبحوثين أن القنوات الفضائية العربية أدت إلى تخريب الذوق اللغوي العربي؛ من خلال استعمال العامية الفجة، ومسلسل الأخطاء اللغوية الشائعة والمتكررة، والتوظيف السيئ لأسماء البرامج، إضافة إلى ضعف مستوى مقدميها.

بل لقد وصل الحد بمحرري الأخبار والصحف ومقدمي البرامج إلى الاستعاضة عن المصطلحات العربية بمصطلحات أجنبية؛ من مثل: ("ببليوغرافية"- "طوبوغرافية" - "جيوغرافية"- "بروبكندا"- "فيسيولوجي"- "سيكولوجي"- "بروفات" .. إلخ) (3).

ولو قارنا هذه المصطلحات الوافدة وأشباهاها مع ما يناسبها من مصطلحات الفصحى؛ لوجدنا أنها أسهل حتى في نطق ألفاظها، ناهيك عن الوضوح والدقة في دلالات معانيها.

(1) القاموس الإعلامي: صحافتنا وتعميم اللغة (يوم دراسي حول دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية وترقيتها)، عز الدين ميهوبي، المجلس الأعلى للغة العربية(الجزائر)، 15/يوليو/2002م، ص: 36.

(2) الأنماط الثقافية والتربوية والسلوكية(البرامج التنشيطية والدرامية مثالا)، سوزان اقليني، وعزة عبد العظيم، مجلة الإذاعات العربية، العدد: (1)، اتحاد إذاعات الدول العربية(تونس) (2002م)، ص: 111.

(3) انظر: المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، مرجع سابق، ص: 44، 47، 198، 219.

فلماذا كل هذا التغريب والتجهيل للمتلقي؟! ولماذا كل هذا التشويه لجمال الفصحى وقوتها، بادعاء
أنها غير قادرة على التجدد ومواكبة التطور والحداثة؟!!

وصدق شاعر النيل "حافظ إبراهيم" إذ يقول -على لسان الفصحى(1)-:

وسِعْتُ كِتَابَ اللَّهِ لَفْظًا وَغَايَةً *** وما ضِيقْتُ عن آيٍ به وَعِظَاتِ

فكَيْفَ أَضِيقُ اليَوْمَ عن وَصْفِ آلَةٍ *** وَتَنْسِيقِ أَسْمَاءِ لمُخْتَرَعَاتِ

فيا وَيَحْكُمُ أبلى وَتَبلى مَحَاسِنِي *** وَمُنْكُمْ وإنَّ عَزَّ الدَّوَاءُ أَسَاتِي

فلا تَكِلُونِي لِلزَّمَانِ فَإِنِّي *** أَخَافُ عَلَيْكُمْ أن تَحِينَ وَفَاتِي

أرى لِرِجَالِ العَرَبِ عِزًّا وَمَنْعَةً *** وَكم عَزَّ أَقْوَامٌ بَعِزُّ لُغَاتِ

أَتَوْا أَهْلَهُم بِالْمُعْجِزَاتِ تَفُنُّنًا *** فيا لَيْتَكُمْ تَأْتُونَ بِالْكَلِمَاتِ

أُطْرِبُكُمْ من جَانِبِ العَرَبِ نَاعِبٌ *** يُنَادِي بِوَادِي فِي ربيعِ حَيَاتِي؟!!

فالحقيقة أن اللغة العربية ليست عاجزةً في ذاتها عن مساندة التقدم العلمي المنشود، ومواكبة التطور
الحاصل في وسائل الإعلام، لكن الذي يبعث على الاستغراب والألم في آن معاً، هو أن معظم الأقطار
العربية تدبج بالعربية كل دساتيرها كلغة وطنية ورسمية.. في حين لا تعطي الجهات الرسمية أو الشعبية هذه
اللغة العظيمة مكان الصدارة في الواقع العملي؛ سواء أكان في المعاملات اليومية، أم في الخطاب
الإعلامي، أم في غير ذلك.

فالحماسة الشعبية و"الدفاع" الرسمي عن لغة الضاد بالكلام شيء والردّ بالفعل الخلاق والجاد شيء
آخر!، وصدق القائل:

والدعاوى إن لم يقيموا عليها *** بيّناتٍ أصحابها أدعياءُ

(1) ديوان حافظ إبراهيم، 1/ 66.

وبما أن حديثنا هنا مرتكزاً على واقع اللغة العربية في مجال الإعلام، نؤكد ابتداءً أنه يجب على الكاتب الصحفي، والمحرر الإخباري، والمقدم الإذاعي أو التلفازي أو غيرهم من رجال الإعلام الذين يتعاملون مع أكبر عدد ممكن من الناس العاديين في المجتمع - يجب عليهم أن تتسم لغتهم بالمرونة والفصاحة، لتتمكن من إكسابهم الحد الأدنى - على الأقل - من مهارات الأداء اللغوي الصحيح، والارتقاء بمستواهم اللغوي؛ ليدركوا ما في الفصحى وتركيباتها من ذوق وجمال وموسيقى ودقة وتشويق؛ لجذب اهتمام القارئ أو السامع والتأثير فيه.

لكننا - وبالأسف الكبير - وجدنا أن استعمال اللغة العربية في وسائل الإعلام بصفة عامة يتطلب معرفة واسعة وجيدة باللغة العربية من قبل القائمين على الخطاب اللغوي، الذين يسيئون إلى الفصحى من حيث يظنون أنهم يحسنون.

فواقع الخطاب الإعلامي اليوم هو عكس المرغوب، بل هو السبب في غزو وسائل إعلام معادية، كان لها النصيب الأوفر في التأثير على الجمهور العربي، كما يصفه لنا أحد أصحاب الاختصاص وهو "الأستاذ/ فهمي هويدي" بقوله: ((ثورة الاتصال واتساع نطاق البث المباشر عبر الأقمار الصناعية، جعلت الإرسال التلفزيوني يخترق الحدود والجدران، ويصل إلى غرف النوم في أي مكان بالعالم ... بحيث أصبح الأطفال الصغار قادرين على متابعة كل ما يجري في أنحاء الكرة الأرضية، بمجرد الضغط على الأزرار داخل البيوت، ولأن التلفزيون الأمريكي هو الأنجح والأكثر إبهاماً، فقد كان طبيعياً أن يغدو أقوى تأثيراً، في اللغة والعادات بوجه أخص.

وإذا كانت دولة كفرنسا قد شكت مما أسمته "بالغزو الثقافي الإمبريالي" وهي جزء أصيل من الغرب، فلك أن تتصور مدى مثل ذلك الغزو في مجتمعاتنا بعد الذي أصابها من هشاشة وضعف في بنيتها الثقافية وانتمائها الحضاري)) (1).

إن أجهزة الإعلام هي وحدها التي يقع عليها عبء نشر وإخراج المصطلحات اللغوية المستحدثة من رفوف ومحازن الجماع اللغوية إلى الناس، ومن ثم ممارستها في الحياة العملية، وهو نهاية المطاف وحجر الزاوية في عملية استعمال اللغة العربية السليم والواسع.

(1) كتاب الدورة (43) للمجمع اللغوي بالقاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة 1978، ص 16.

ويتميز الاستعمال اللغوي في مجال الإعلام بخاصية مزدوجة ينفرد بها هذا القطاع وحده تقريباً ما دون القطاعات الأخرى، وهو أن علاقته باللغة هي علاقة وظيفية متبادلة ذات تأثير وتأثر في الحين ذاته، أي أن أجهزة الإعلام تستعمل اللغة للقيام بمهمتها وتبليغ رسالتها.

وكلما كان استعمال اللغة راقياً وسليماً ومشوقاً، والمحتوى جيداً كانت تلك المهمة الإعلامية والرسالة التبليغية ناجحة، وبالقدر نفسه كذلك تستفيد اللغة المبلّغ بها في ترقيتها وتنقيتها ونشرها على أوسع نطاق ممكن بواسطة أجهزة الإعلام المتطورة التي توصلها في لمح البصر إلى أية بقعة على وجه الأرض وحتى في السماء !

وفي هذا الخصوص يقول "الدكتور/ إبراهيم مذكور" -رئيس مجمع اللغة العربية بالقاهرة : ((ولا يفوتني أن أشير إلى أن النهوض باللغة ليس مقصوراً على المجامع وحدها، بل هو قبل كل شيء من صنع الكتاب والأدباء والعلماء والباحثين ورجال الثقافة والإعلام)) (1).

إن لغتنا العربية تتميز عن اللغات جميعاً بقوة الصمود، والمحافظة على الروابط التي تصلها باللغة الأصل.. مع قدرتها على استيعاب كل جديد، ومواكبة كل تطور؛ ((فهي تتوفر على قدرة عجيبة في هذا المجال، بما تتميز به من خاصية فريدة في الاشتقاق)) (2)، والنحت، والتركيب، والتعريب، بحيث لا يعوقها عائق ذاتي في استيعاب أي لفظ منطوق بأية لغة، وتبينه بلفظه أو بمعناه أو بالاثنين معاً، دون أي عائق يحول دون ذلك فيما هو معلوم !!

وهذه الميزة الفريدة اعترف لها بها العلماء من الخصوم قبل الأبناء والأصدقاء (3).

(1) عن صحيفة "المجاهد" الجزائرية"، بتاريخ: 1996/09/24م.

(2) قصة اللغة وخصائص العربية، د. محمد المبارك، دار الفكر الحديث، بيروت، (بدون تاريخ)، ص 26.

(3) انظر الموضوع بالتفصيل في كتاب: " تاريخ اللغات السامية"، لإسرائيل ولفنسون، ص: 14.

"خواطر حول العربية" للمستشرق الفرنسي/ جاك بارك، في مجلة "الفكر" التونسية، السنة الخامسة.

فإذا كانت حيوية اللغة تترتب على مدى استعمالها في واقع الخطاب اليومي للأفراد، ويقاؤها مرهون بمدى تمسكهم بها - فإن واقع اللغة العربية في الخطاب اليومي سواء على مستوى الأفراد أم المؤسسات هو واقع بائس بكل ما تعنيه الكلمة من معنى، على الرغم من أن اللغة هي جوهر عملية الاتصال(1).

ويكفي للدلالة على تهميش اللغة العربية في واقع الخطاب اليومي في البلدان العربية أن تنزل إلى الشارع، لترى العجب العجاب من اللهجات المتعددة داخل المدينة الواحدة، ولتحسب بعدها عدد المفردات التي لا تمت بصلة إلى العربية وتقارنها بما سمعت من مفردات عربية صحيحة.

كما يمكنك أن تجلس أمام شاشة التلفاز لتتابع إحدى القنوات اللبنانية أو المغربية أو غيرها من القنوات العربية، والتي من المفترض أن تكون هي المعنية بالحفاظ على الحد الأدنى-على الأقل- من قواعد العربية؛ ليتبين لك مدى ما وصل إليه واقع العربية في الخطاب الإعلامي المرئي، وكذلك هو الحال في المسموع أو المقروء من الوسائل الإعلامية المختلفة.

((إن الكثيرين يتوقعون من الإذاعة المرئية أن تسهم بدور فعال في إعادة اللغة الفصحى إلى موقعها الرئيس بين الجماهير العربية، وفي إزاحة اللهجات العامية؛ تمهيداً لمزيد من التوحيد الثقافي بين الأقطار العربية)) (2).

لكن الواقع أننا أمام تغييب ممنهج للغة العربية في الخطاب الإعلامي، حتى نصل في النهاية إلى انسلاخ تام عن الخصوصية والهوية العربية، التي ظللنا نتغنى بهما منذ فجر التاريخ.

ويصبح الخطر أكثر عندما نعلم أن مجتمعاتنا تكثر فيها نسبة الأمية وتقل فيها نسبة المقروئية، في غياب فضاءات التثقيف والترفيه في الغالب يظل التلفزيون القبلة شبه الوحيدة التي تمتص وقت فراغ المشاهد.

(1) انظر: لغة الخطاب الإعلامي في ضوء نظرية الاتصال، د. محمد نادر عبد الحكيم السيد، دار الفكر العربي (القاهرة- مصر)، ط: (1) (1427هـ- 2006م)، ص: 38.

(2) الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، د. محمد نصر مهنا، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر (الإسكندرية- مصر)، ط (1) (2007م)، ص: 272.

فلا بد -إذن- من استغلال اللغة العربية كأحد عوامل الجذب العربية؛ ((لأنها وسيلة للتواصل بين الجمهور والفضائيات، وعندما يفتقد الجمهور اللغة خاصة الأجنبية يفقد أحد وسائل التواصل مع الفضائيات الدولية، والتي تصبح بالنسبة له مجرد مناظر وأساليب مبهرة، يمكن استغلالها عربياً في تطوير أساليب العرض الإعلامي؛ مما يجعل المشاهد العربي ينصرف عن الفضائيات الأجنبية التي لا يفهم محتوى برامجها)) (1).

وحتى لا نعفي أنفسنا من المسؤولية، ونجعل من الآخر شماعة نعلق عليها أخطاءنا -كالعادة- نقول بكل صراحة إن العيب ليس في اللغة بقدر ما هو في أهلها الذين تنكروا لها؛ فأصبح واقعها في الخطاب الإعلامي مثيراً للشفقة. وها نحن إذ قد دقينا ناقوس الخطر بكل قوة فهل من مجيب؟؟

وأعتقد -جازماً- أن ما بيناه كاف في الدلالة على أن واقع اللغة العربية في الخطاب الإعلامي؛ سواء أكان على شاشات الفضائيات، أم في أروقة الإذاعات، أم في غيرها من وسائل الإعلام العربية - لا يبعث على التفاؤل في الوضع الحالي.

وحتى نختم هذا الفصل ببارقة أمل -نقول:

لقد وجدنا بين الحين والآخر فيما مضى ومضات تبعث على الأمل؛ تمثلت في محاولات تثلج الصدور، لكنها تتسم بالظرفية، وتفتقد عامل الاستمرار؛ ومن أمثلة البرامج التي أسهمت في التعريف بالكثير من قضايا اللغة والأدب العربيين نذكر برامج: ("افتح يا سمسم"، و"مدينة القواعد"، و"لغتنا الجميلة"، و"كلمات ودلالات"، و"فرسان الشعر"، وأشباهها).

وهذه البرامج -وهي ليست بالكثيرة-، تستدعي الإشادة والتنويه، وتستنهض هممنا، وتضافر جهود كل الغيورين على لغة القرآن للقيام بمزيد من المشاريع الإنتاجية بغرض سد الثغرات وتجاوز النقائص في لغة الخطاب الإعلامي المعاصر في وطننا العربي الكبير.

(1) الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة واستراتيجية المواجهة، سامية أبو النصر، دار النشر للجامعات (القاهرة-مصر)، ط(2010م)، ص: 199.

الخاتمة:

بأحرف اللغة زُسمت معالم الحضارات، وخلدت صفحاتها المشرقة في التاريخ، وبفضلها انتقلت إلينا كنوز الأقدمين ومآثرهم النفيسة.

واللغة ليست كياناً مجرداً عن كيان أصحابها، بل هي مرآة صادقة تعبر عن واقعهم، يعترها ما يعترهم من قوة وضعف.

وتأني اللغة العربية في مقدمة اللغات التي كانت، وما تزال، وستظل -على الرغم مما وصل إليه العرب اليوم من وهن- من أهم القلاع الحصينة المتأبية على الاستسلام، تستنفر هم أهلها للنهوض والتقدم.

غير أن لغتنا الفصحى لم تتبوأ مكانتها اللائقة في وسائل الإعلام العربية المختلفة -على كثرتها-؛ فما أكثر البرامج التي توظف العاميات المحلية، أو اللهجات الممزوجة بالألفاظ الأجنبية، بدعوى مسايرة العصر، ومواكبة التطور، وهي التبعية بعينها، متدثرة بمثل هذه الدعاوى.

لقد أفرغت التبعية المقيتة وسائل إعلامنا من محتواها الحقيقي؛ المتمثل في التوعية والتثقيف، والارتقاء بالمستوى الذوقي واللغوي، ونشر الثقافة العربية على أوسع نطاق، فتركت كل ذلك، وانطوت على نفسها تعمل جاهدة، إما على تمجيد الأنظمة أو المؤسسات التي تتبعها في الداخل، أو الترويج للثقافات والرؤى الوافدة من الخارج؛ ففقدت بسبب ذلك مهنتها، ومن ثم مصداقيتها.

إن الناظر إلى واقع اللغة العربية في الخطاب الإعلامي المعاصر؛ يدرك مدى الخطورة التي تمثلها وسائل إعلامنا -المنوط بها حماية الفصحى-، والتي تحولت إلى معاول هدم للغة القرآن، وإفساد لاستقامة اللسان، وانحطاط بالذائقة اللغوية إلى أدنى دركات الإسفاف والابتذال.

فالمصطلحات الأجنبية تقدم إلى الجمهور على أنها لغة العصر، والعاميات تسرح وتمرح، وتعيث تشويهاً وتحريماً لأشرف اللغات. ولا نبالغ إذا قلنا إن تفصيح لغة وسائل الإعلام أضحت فكرة غير مستساغة لدى الكثير من القائمين على الإعلام في الوطن العربي.

واعتماداً على الأطر النظرية ونتائج التحليل اللغوي للخطاب الإعلامي؛ يرى الباحث أنه لا بد من

اتخاذ الآتي:

- 1- استغلال الرسالة الإعلامية للفضائيات العربية بما يخدم اللغة العربية، ويسهم في الارتقاء بها، ويحافظ على أصالتها وقوتها؛ بحيث تؤدي الغرض، وتنقل المعنى بجزالة التعبير وسلامة الأسلوب.
- 2- استخدام المصطلحات العربية، والترويج لها إعلامياً، مع المتابعة المستمرة لأنشطة المجمع اللغوية ومراكز التعريب، وتوظيف جديدها.
- 3- نقل الوعي باللغة من مستوى النخبة إلى مستوى الجماهير.
- 4- استثمار الثورة الإعلامية، من خلال موجة البث الفضائي العربي في نشر اللغة العربية، والعمل على إعادة الانسجام للنسيج اللغوي.
- 5- تنقية الفضائيات من شوائب الخطأ اللغوي، بكافة أشكاله.
- 6- تنمية القدرات اللغوية لدى المحررين والمذيعين.

وخلاصة القول إنه لا بد أن ندرك أن حياة لغتنا العربية وحيويتها مرهونة باستعمالنا لها، وقدرتنا على توسيع مجالها، وإيصالها ناصعة إلى الداخل والخارج عن طريق مختلف وسائلنا الإعلامية.

والله ولي التوفيق!!

قائمة المراجع

أولاً: الكتب:

- 1- الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، د. محمد نصر مهنا، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر (الإسكندرية-مصر)، ط(1) (2007م).
- 2- الإعلام العربي تحديات الحاضر والمستقبل، د. تيسير أبو عرجة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع (عمان-الأردن)، ط(2) (1421هـ - 2000م).
- 3- الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، د. سناء محمد الجبور، دار أسامة للنشر والتوزيع (عمان-الأردن)، ط(1) (2010م).
- 4- الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة واستراتيجية المواجهة، سامية أبو النصر، دار النشر للجامعات (القاهرة-مصر)، ط(2010م).
- 5- أخلاقيات العمل الإعلامي دراسة مقارنة، د. حسن عماد مكاوي، الدار المصرية اللبنانية (القاهرة-مصر)، ط(1) (1414هـ - 1994م).
- 6- تاريخ اللغات السامية، إسرائيل ولفنسون.
- 7- تاريخ نظريات الاتصال، أرمان وميشال ماتلار - ترجمة: د. نصر الدين العياضي - د. الصادق رابع، المنظمة العربية للترجمة، (بيروت- لبنان).
- 8- التلفزيون والأطفال، جان جبران كرم، دار الجيل (بيروت- لبنان)، ط(1) (1988م).
- 9- ديوان حافظ إبراهيم.
- 10- علم اللغة (مقدمة للقارئ العربي)، د. محمود السعران، دار النهضة العربية (بيروت- لبنان)، (د.ت).
- 11- علم اللغة العربية (مدخل تاريخي مقارنة في ضوء التراث واللغات السامية)، د. محمود فهمي حجازي، وكالة المطبوعات (الكويت)، (د. ت)
- 12- قصة اللغة وخصائص العربية، د. محمد المبارك، دار الفكر الحديث (بيروت- لبنان)، (د.ت).
- 13- اللغة الإعلامية، د. عبد العزيز شرف، المركز الثقافي الجامعي (القاهرة-مصر)، ط:(1980م).
- 14- اللغة الإعلامية (المفاهيم - الأسس - التطبيقات)، أ.د/ سامي الشريف ، د. أيمن منصور ندا، جامعة القاهرة للتعليم المفتوح (القاهرة- مصر)، (2004م).

- 15- لغة الخطاب الإعلامي في ضوء نظرية الاتصال، د. محمد نادر عبد الحكيم السيد، دار الفكر العربي (القاهرة- مصر)، ط: (1) (1427هـ- 2006م).
- 16- مستويات العربية المعاصرة في مصر، د. السعيد محمد بدوي، دار المعارف (القاهرة- مصر)، ط (1973م).
- 17- المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، دار أسامة ودار المشرق الثقافي (عمان-الأردن)، ط (1) (2006م).

ثانياً: الدراسات:

- 1- " أثر السياحة في اللغة العربية"، محمد فريد عبد الله ، مجلة العربي، العدد: (562)، وزارة الإعلام (دولة الكويت)، سبتمبر/ 2005م.
- 2- "التبعية الإعلامية في دول الشرق الأوسط"، الباحث والكاتب الإعلامي/محمد داود، منشور في موقع: (مؤسسة الحوار المتمدن في الفيسبوك)، بتاريخ: 2008/5/30م.
- 3- كتاب الدورة (43) للمجمع اللغوي بالقاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة (1978).
- 4- " وسائل الإعلام واللغة العربية - الواقع والمأمول"، بقلم/ سلطان بلغيث، نشرت بتاريخ: ٢٨/مايو/ ٢٠٠٦م، (موقع ديوان العرب).

ثالثاً: المقابلات والمقالات والتقارير:

- 1- "الإعلام بين المهنية والتبعية"، د. مروان قبلان، نص مداخلة تم الحصول عليها من موقع: (حزب البعث العربي الاشتراكي).
- 2- "إعلامنا بين الهوية والتبعية" (ندوة)، أ. أيمن العقيل - مديرة تحرير مجلة حياة (في حوارها الذي تحدثت فيه عن تأثير التلفزيون)، (الرياض)، بتاريخ: 2008/7/6م نقلاً عن موقع: (الألوكة).
- 3- "إعلامنا يستورد فقط ما يلي الشهوات"، الدكتور/ علي عبد الله موسى - الأمين العام المساعد في مؤسسة الفكر العربي، من مقابلة للشرق الأوسط، نُشرت في موقع "صحفي".
- 4- الأنماط الثقافية والتربوية والسلوكية (البرامج التنشيطية والدرامية مثالا)، سوزان اقليني، وعزة عبد العظيم، مجلة الإذاعات العربية، العدد: (1)، اتحاد إذاعات الدول العربية (تونس) (2002م).

- 5- "توظيف اللغة في الخطاب الإعلامي"، مقال للصحفي/ عباس العطار، موقع: (الإعلام العربي).
- 6- "الجهاز المرئي والتنشئة الاجتماعية في الأسرة العربية المعاصرة"، عبد الواحد مشعل، مجلة البحوث الإعلامية، عدد مزدوج (27-28)، السنة العاشرة، (2004م).
- 7- الخطاب الإعلامي العربي بين المهنية الإعلامية والتسويق السياسي، مقال للإعلامي اليمني/ عبد القادر بن شهاب، ((مقال)) نُشر بتاريخ: 2011 /2/22م، (موقع: نيوز يمن).
- 8- "خواطر حول العربية"، مقال للمستشرق الفرنسي/ جاك بارك، في مجلة "الفكر" التونسية، السنة الخامسة.
- 9- "دور التربية في مواجهة تحديات العولمة في الوطن العربي"، د. عبد الرحمن الرشدان، مجلة: شؤون عربية، العدد (113)، خريف 2003م.
- 10- "القاموس الإعلامي: صحافتنا وتعويم اللغة" (يوم دراسي حول دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية وترقيتها)، عز الدين ميهوبي، المجلس الأعلى للغة العربية (الجزائر)، (15/يوليو/2002م).
- 11- "النظريات الإعلامية المعيارية ماذا بعد نظريات الصحافة الأربع"، (حوليات كلية الآداب الحولية 16)، عثمان الأخضر العربي: ص 82 - 84، أو من رسالة 112 (الكويت مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت 1996).
- 12- "وسائل الإعلام وواقع اللغة العربية"، بقلم/ هناء محمد (القاهرة)، بتاريخ: 2001/04/22م، من موقع (مقالات إسلام ويب).

الفهرست

واقع العربية في الخطاب الإعلامي المعاصر

1	المقدمة
3	الفصل الأول: الإعلام العربي بين المهنية والتبعية:
3	توطئة
3	أهمية الوسائل الإعلامية
3	مفهوم التبعية
5	التبعية للخارج
7	التبعية للداخل
12	الفصل الثاني: مظاهر أزمة العربية في الخطاب الإعلامي المعاصر
23	الخاتمة
25	قائمة المراجع
28	الفهرست