

اللغة العربية في ظل تطور وسائل الاعلام

د. علاء مكي الشمري

مقدمة

على الرغم من أوجه الاختلاف اللغوية بين اللهجات العربية على المستوى الصوتي، والنحوي، والدلالي، فإن إمكانية الفهم المتبادل بين هذه اللهجات ما زالت أمراً ممكناً، لاسيما في ظل بقاء اللغة العربية الفصحى قاسماً مشتركاً بينها، حيث تسود الأخيرة في أنماط التواصل الرسمية والكتوبة في معظم البلدان العربية، في حين تستخدم اللهجات في شتى أنماط التواصل غير الرسمية. غير أن الواقع اللغوي في العالم العربي يكشف هيمنة شرسة للهجات العربية المحلية والاجنبية، فبالنسبة إلى اللهجات المحلية، نجد أنها تهيمن على معظم أنماط التواصل في البلدان العربية، ومنها البرامج التلفزيونية والإذاعية، ومختلف أنواع الدراما، وصولاً إلى مواقع التواصل الاجتماعي، لكن المشهد الإعلامي في الوطن العربي، يوحى بأن معظم المؤشرات ربما تدل على أن اللغة العربية ربما ستخسر معركةها في ظل التزايد المضطرب في عديد وسائل الاعلام التي صارت تستعصي على الحصر، فضلاً عن منصات الاعلام الجديد أو ما يسمى بصحافة المواطن، فحتى لو كنا من أكثر المتفائلين، أو تزودنا بتغليب حسن الظن على سونه، فإن أقصى ما قد نفترضه هو أن تلقى اللغة العربية دعم الجهات السياسة وأصحاب القرار لتصحيح صورة المشهد المظلم الذي تعيشه في وسائل الاعلام العربية أو تلك الناطقة باللغة العربية على الرغم من أن بعضها تستحوذ على متابعة فئات عديدة من المتلقين وتغطي مساحات كبيرة من أرجاء المعمورة وإلى حين ذلك ننتظر أن تحمل الأيام حملاً مباركاً.

الرابعة للاتصال التي بدأت في نهاية القرن التاسع عشر، واستمرت حتى منتصف القرن العشرين، وتمثلت في اختراع التلفزيون (١٨٧٦)، ثم الفونوجراف (١٨٧٧)، فالاتصالات اللاسلكية (ماركوني ١٨٩٦) والتي مهدت لظهور الراديو عام ١٩١٩، ثم السينما التي بدأت صامته في فرنسا عام ١٨٩٥، وأصبحت ناطقة عام ١٩٢٨، ثم أدمج الكهرباء مع التصوير مع الاتصالات السلكية واللاسلكية إلى ظهور خدمات التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة عام ١٩٤٢ (١). أمّا ثورة الاتصال الخامسة، فقد تجسّدت في ظهور الأقمار الصناعية، واستخدامها في نقل الأنباء، والصور،

لذلك يرى الباحث أن يجعل من هذه النقطة مدخلاً للنفذ إلى المراحل التي مرّ بها الإعلام العربي، جاعلاً منها نماذج لتبيان الصور المختلفة للحيث الذي نالته اللغة العربية على يد هذه المراحل.

أولاً - اللغة العربية بين العامية والاجنبية :

تذكر الدكتورة عواطف عبدالرحمن: (...فالحداثة قد فرضت ضرورة ملحة لتطوير أدوات الاتصال بما يلبي الاحتياجات المتطورة للسوق الرأسمالية، وقد انعكس ذلك في صورة سلسلة متوالية من الاختراعات في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات شكّلت معالم الثورة

ومن خلال ذلك يجد الباحث أنّ اللغة العربية الفصحى في معظم وسائل الإعلام تعاني بشكل كبير إلى حد أن المتابع يشعر بأنّ بعض القائمين على هذه الأجهزة يجهلون اللغة العربية أو أنهم على عداوة معها بسبب الجوانب التي يغفلونها عن اللغة.

ويرى الباحث أنّ هذه الاشكالية التي تعاني منها اللغة العربية في الإعلام، وأشكاله المتنوعة هي أقرب إلى الصراع بنوعيه الواعي، وغير الواعي، وله أسباباً متنوعة، منها ما هو سياسي، وثقافي، ومنها ما هو حضاري، ومنها ما هو مجتمعي، كلها تظافرت مجتمعة لتوجد هذه الاشكالية بحجمها الهائل الذي تواجهه العربية، وتنبوء تحت ضغطه.

الخدمة العامة بالنسبة لعامة الجمهور، والعمل على تثقيفهم (٨)، غير أنه ممّا يجب أن يذكر أيضاً هو أنّ هذا التوجّه نحو العامية كان فاتحة لفنون أدبية وإعلامية أخرى في أن تجعل العامية لغة لها (٩)، وهو الذي انتشر انتشاراً ملحوظاً فيما بعد، كما سنرى، مع ظهور وسائل إعلامية أخرى غير الذي ذكرناه.

ما نجده في لغة وسائل الاعلام اليوم، بعد أن تخلّصت من بعض الضوابط بحجة محاولتها مواكبة الجديد المتسارع، وتقديمها فيضا كبيرا من المعلومات المتنوعة بلغة تتناسب مع الجمهور الواسع الذي يتعرض لهذه الوسائل على اختلاف مشاربه، ومشاربه.

ومعظم المذيعين ومقدمي البرامج حينما يقفون أمام الميكروفون، ويتحدثون إلى الناس... تأتي لغتهم إمّا فصحي مثخنة الجراح بالأخطاء، والتجاوزات اللغوية، وإمّا عامية فجّة، والمؤلم أن بعضهم يملكون أسماء لامعة، ويرأسون مجالس إدارات، أو هيئات تحرير، ومنهم أصحاب أعمدة يومية، أو أسبوعية (١٠).

وفي أماكن أخرى من دولنا العربية، نجد أنّ التعامل مع اللغة في وسائل الاعلام يتم دون احترام قواعدها، وبالتالي يشكّل هذا السلوك اعتداءً صريحاً على اللغة العربية، وضرباً لهيبتها، وتكريساً صارخاً للأمية في هذه البلدان التي ما زالت تفوق في المتوسط ٥٠٪ بين أهلها... وبالرغم من القيود القانونية التي تفرض على المعلنين استعمال لغة عربية سليمة، بعيدة عن الألفاظ الجارحة، والألفاظ الأجنبية، إلا أنّ الواقع يؤكد شيئاً غير هذا تماماً ذلك أنّ عدداً من وسائل الاعلام، بالإضافة لما

المستعمل في أجهزة الإعلام، حيث لا تزال الصحف، والإذاعات تنشر، وتذيع باللغتين الفرنسية، والإنجليزية التي لا يجيدها سوى ١٠٪ من سكان هذه الدول، كما يواصل الميراث الاستعماري استمراره من خلال قوانين الصحافة (٥)، وهو ما نراه متحقّقاً في كثير من وسائل الإعلام العربية من حيث إهمال العربية، وفتح المجال رحباً للعاميات، واللغات الأجنبية للتغول في هذه الوسائل، بالإضافة إلى ظاهرة انتشار الفضائيات الناطقة بغير العربية، وترويجها للنموذج الغربي بشكل مكشوف، ولن نعدم أن نلمس هذا حتى في الفضائيات الناطقة بالعربية.

ونجد شيئاً قريباً من هذا الذي مرّ في مصر، والعراق، فصدور مجلات باللغة العامية في مصر لم يتحقّق إلاّ بعد أن (جهر الأوروبيون بالدعوة إلى اتخاذ العامية لغة أدبية، فكثرت دعواتها في مصر، وفي شقيقاتها من البلاد العربية، وصاروا لا يتورعون عن محاربة الفصحى، ومحاولة الانقراض من مكائنها، وأهميتها) (٦)، ولا ريب في أنّ هذه الدعوات قد وجدت صداها لدى بعض أصحاب الصحف، فأصدروا مجلات بالعامية، أو لنقل مجلات لغتها خليط من العامية، والفصحى، واللغة الأجنبية (٧)، وهكذا نجد أنّ الكلام في شأن العامية سواء من الداعين إلى ضيبتها واستخدامها، أم من المعدين والكتّاب الذين قاموا فعلاً باستخدامها، كان يتم في توجس محسوب، وخشية كبيرة من أن توجه لهم أصابع الاتهام بالعدوان على سلامة اللغة الأم، فضلاً عن توخي التوازن في تصريحاتهم - كما ذكروا ذلك-، فقد كان هدفهم هو تسهيل

والرسائل الإذاعية والتلفزيونية عبر الدول، والقارات... لقد تطورت كلّ من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مسارين منفصلين، ولكن شهدت الستينات بداية التواصل بينهما الذي تصاعد متجاوزاً الحدود التقليدية حتى أصبحت الشبكات الإلكترونية هي المالك الرئيسي لكافة أشكال التبادل الإعلامي على المستوى العالمي... وتستند الثورة الاتصالية الراهنة على عدة ركائز رئيسية تشمل الاتصالات السلكية واللاسلكية التي تضمّ التلفزيون، والهاتف، والتلكس، والطباعة عن بعد، والراديو، والتلفزيون، وأجهزة الاستشعار عن بُعد، والميكرويف، والأقمار الصناعية، والأطباق اللاقطة، والكابلات، والموجات في منظومة واحدة تركز لخدمة الأفراد، والمجتمعات (٢).

ولم يعد أحد يشكّ في القدرة التأثيرية التي اكتسبها البثّ الفضائي منذ يسرته الأقمار الاصطناعية، ولتلك القدرة حيثيات موضوعية غريبة، لأنّها بديهية جداً، وخفية جداً، (٣) فعملية إدراك الكلام البشري تتم عبر السمع، وإذا كان مكتوباً فالذهن يترجم الخطّ إلى صوره المنطوقة، ثم يدركها، ويتمّ ذلك بسرعة فائقة كلّما تمكن المرء من إتقان مهارتي السمع والقراءة، (٤).

هذا كان دافعا قويا لأن يذهب الباحثون والمهتمون بشأن اللغة العربية في وسائل الاعلام إلى تشخيص أبرز المشكلات (التي تواجه الإعلام في العالم الثالث) ومنها استمرار الميراث الاستعماري في مجال الإعلام في أغلب دول العالم الثالث، والتي يمكن أن تتمثل في عدّة جوانب أبرزها استخدام لغة

الاستقلال اللغوي أن تتوقف عن طرح نفسها، بل تتراجع، أما الفصحى فعليها أن تنتظر طويلاً قبل أن تخطر ببال القائمين على أمر تلك الإذاعات، والفضائيات، فما داما لن يجذبها جمهوراً، أو يحقق ربحاً فلا حياة لهما في هذه الوسائل الإعلامية، وكأن (السوق) وما يفرضه من قوانين، وما يتطلبه من استحقاقات هو فيصل الأمر كله.

وبالعودة إلى وسائل الاعلام، فهناك سبب آخر لما نسمعه، ونشاهده فيها، وهو الوهم الذي يقع فيه الكثير من أن إدخال المفردات، والجمل الأجنبية في سياق الكلام هو من مظاهر التميّز، والرفعة الاجتماعية، والثقافية، فلا بأس من شيء من هذه الكلمات تكون أقرب إلى الحلية، ويشير بها صاحبها إلى نفسه، التي تهمس من داخله: أنا المثقف، فانظروا إليّ، ويدخل الجمهور نوع من الإعجاب بهذا الذي يسمع ويرى وقد تصيبه الدهشة في بعض الأحيان، والادهى والامر أن بعض البرامج الدينية لم تسلم من هذه العامية، وهي المتوقع منها أن تقدم حواراً بالفصحى، غير أن الأمور تجري على غير ما يشتهي محبو العربية، وسبب ثالث، وهو أقرب إلى الحجّة القديمة المتجددة (إنها رغبة الجمهور) باللهجات العربية المتعددة، تلك الحجة التي يسوقها القائمون على أمر هذه الإذاعات، والفضائيات، ومعهم من يلوذ بهم من منتفعين، ومرؤحي سلعتهم الإعلامية، مجاهرين أنهم بصنعهم هذا، يهبطون بخطابهم إلى الجمهور الواسع، والطبقة العريضة، كي تتمكن من الفهم والاستيعاب، وتلقى ما تتفاعل معه وتستجيب له (١٤)، وكان

الجمهور العربي جميعاً بلا استثناء.

ثانياً - الاسماء والعناوين للمحطات والاذاعات العربية؛

أما بخصوص أسماء هذه الإذاعات، والقنوات الفضائية العربية، التي درجت على السنة الجمهور العربي، فهي كلها مختصرات لكلمات أجنبية حملتها هذه الفضائيات والاذاعات شعاراً لها.

ويقفز السؤال الكبير هنا .. ما ضرر هذه الإذاعات، والفضائيات لو جعلت لنفسها عنواناً عربياً ؟، وخصوصاً أنها تبث من بلدان عربية ؟ وحتى تلك الاذاعات والفضائيات التي تبث من بلدان أجنبية بألسن عربية موجهة إلى مستمعين، ومشاهدين عرب؟ لكن التبعية للنموذج الغربي هو السبب الجوهرى في اتخاذ تلك العناوين التي تتجنى على العربية، فهل جاءت كل هذه التفاضيل بشكل عفوي ؟.

وقبل إلقاء الجواب النهائي على الباحث أن يتوخى الدقة والمنهجية العلمية الحققة، وهنا لا بد من القول إن هناك مستويات لغوية مختلفة تنتقل في هذه الإذاعات، والفضائيات، تتراوح بين الفصحى، وشبه الفصحى، والوسطى، واللهجات المحكية المتنوعة، والخطاب الهجين (١٣)، وهو متلائم مع ما تقدمه هذه الإذاعات، والفضائيات من برامج، ونشرات أخبار، وأحاديث، وتقارير، وحوارات... الخ، غير أن الغالب، المهيمن على ما مرّ، هو اللهجات العامية، ودسّ الكلمات، والجمل الأجنبية في ثنايا هذه العامية، ولهذا أسبابه، فهذه الإذاعات، والفضائيات همّها وغايتها الربح، لذا على الهوية، والشخصية الوطنية، ومعاني

سبق، تسمح باستعمال اللغتين الفرنسية والانجليزية، وتؤكد الدراسات الإحصائية أنّ استعمال اللغة العربية، واستعمال العامية يتمّ بنسبة ٤٢٪ من استعمال العربية الفصحى، و٤٧٪ من استعمال العامية (١١).

كل ذلك يشكّل انكساراً للقواعد الأساسية للغة الفصحى في وسائل إعلامنا والذي خلف بدوره وضعاً وواقعاً أليماً في الإعلام المرئي والمسموع والفضائيات.

كل ذلك وغيره يأتي في ظل حماية إدارات المؤسسات الاعلامية التي منحت شرعيتها وحمايتها العامة والخاصة وجعلت من الإعلام الرسمي باهتاً، وقليل التأثير... وكان الأمر مقصود انطلاقاً من مقولة احترام مشاعر الآخرين، وتوجهاتهم، وحرّيتهم في التعبير عن ثقافتهم... بلغتهم ولهجتهم الخاصة المشتقة حيناً من العربية، أو من لغات غيرها، هي في حدودها المثلث إسقاط وتخلي مريع عن اللغة العربية، وانزياح عنها إلى ابتكارات ملفقة، وأداء فاضح، أقل ما يوصف به خروجه الكلي من المألوف اللغوي العربي المعروف إلى لغة جديدة، تحمل في رحمها مهمات خطيرة لضرب اللغة الأم الأصيلة، لغة يشتد تأثيرها في الأجيال الناشئة التي تتحوّل بدورها إلى مقلّدة، لا تعرف مالها، وما عليها في ظلّ أزمة ترخي بظلالها على المحليات، وتهدّد بانكسارات، والغاءات خطيرة (١٢).

وإذا علمنا مدى الانتشار، والتأثير اللذين يتمتّع به المذياع، ومعه التلفاز، والقنوات الفضائية، أدركنا الأثر الخطير الذي تحدّثه هذه الوسائل، والفساد الذي سيخالط السنة، وعقول من يتابعونها، وهم

هذا الجمهور قد طلب هذا التدني في اللغة فاستجابت هي له.

لكن هل أجرت تلك المؤسسات الإعلامية دراسة قامت نتائجها على استطلاع رأي هذا الجمهور، فأدت النتائج بهذه الحجة؟ لعلها لم تصنع شيئاً من هذا، وكان الواجب أن (ترفع) الجمهور إلى مستوى لغوي، وتقاي في أعلى ممّا هو عليه.

ولعلّ بعض النماذج كافية لنقل ما مرّ سابقاً من تطير إلى واقع عملي، ملموس، رأيناه، وسمعناه مراراً، وها نحن نقرؤه هنا. يبدأ أحد المذيعين في إذاعة دولية معروفة بقراءة نشرة الاخبار على أسماعنا بنص الخبر: (لم ينجح وزراء الدول السلاس الكبرى اميركا وبريطانيا وفرنسا في طرح مشروع بدين القصف الكيماوي الساني على المدنيين في سوريا)، الى آخر نص الخبر.. وبالطبع فإن (السلاس يقصد بها الثلاث ، و(الساني) يقصد بها الثاني... هذا طبعاً في نشرة أخبار رئيسة لتلك الاذاعة الدولية، والامثلة كثيرة على أخطاء النطق والصياغة في الاخبار .

وفي فضائية عربية أخرى تظهر لنا المذيع لتخبرنا بأن ضيفها في حلقتها الاستثنائية الفنان العربي المعروف (قاظم الساهر)، ولنا أن نتخيل كم تكرر إسم الفنان المعروف (كاظم الساهر) بالطريقة التي نطقت إسمه المذيع المحترفة التي تتقاضى أجراً قد يكون خيالياً لبعض الدرجات الوظيفية في معظم بلدان العالم!!! ولكن يحسب لها ومثيلاتها إستبدال حرف الكاف بالظاف بكل إصرار!!

وفي مثال ثالث يطل علينا مذيع في برنامج تقاعلي يخاطب قطاعات مختلفة وفئات متنوعة في إجدى الفضائيات العربية، ليتحدث عن حادث مروري مؤسف راح ضحيته أربع أشخاص نتيجة اصطدام سائق موتر كان يقود موتره بسرعة Over جنونية لأنها كانت سيارة فئة 4 Wheel فل اوبشن آخر موديل من نوع لاند كروز، ولم يلتزم بتعليمات السايين بورد الموجودة على الطريق(١٥).

ونسلم في قناة فضائية أخرى أستاذة في إحدى الجامعات العربية، متخصصة في الإعلام، تعلن عن مسابقة تجربها الجامعة، يُسمح فيها بالاشتراك لفئات مختلفة من الطالبات. تقول: (الطالبة ممكن تعمل أكثر من عمل فني، مسموح إلهَا أن تبتعلنا فقط واحد، ممكن يكون (poster) ، أو ممكن يكون (sketch)، وبعدها في Application ممكن يعملولو Downloading من ال Websites الخاصة بال University ..!! (١٦)

وبالنظر للتراكيب والصياغة في عشرات الجمل الأكثر إستخداماً في نشرات الاخبار والبرامج الأخرى، يذكر الباحث نماذج للأخطاء التي غالباً ما يقع فيها المذيعون: (١٧)

في الاخبار: هنأ القادم بسلامة الوصول.

والصواب: هنأ القادم بوضوله سالمًا. منظمة دولية (بفتح وسكون).

والصواب: دولية (بضمّ وفتح).

لا حلاً عسكرياً للنزاع.

والصواب: لا حلّ عسكرياً للنزاع

في مقدمات البرامج: تقدم حلقة

(بتسكين اللام).

والصواب: حلقة (بفتح اللام).

في برامج الصحة: الأخصائي

الجراحة.

والصواب: اختصاصي الجراحة،

أو المختص في الجراحة.

وغيرها العديد والكثير من الأخطاء

التي لامجال لحصرها جميعاً في متن هذا

البحث .

أما أسماء وعناوين البرامج، فحدث

ولاحرج في إطار إهمال اللغة العربية، ولنا

في هذا الصدد أن نسوق عشرات الأمثلة بل

المئات منها في إذاعاتنا وقنواتنا الفضائية،

والتي جاء معظمها نقلاً عن المسميات التي

تستخدم في القنوات الاجنبية.

وبتلك الطرق وغيرها إستشرى هذا

العدوان الصارخ والقتل العلني مع سبق

الإصرار للغى العربية في هذه الإذاعات،

والفضائيات، إلا في القليل النادر الذي

ليس بإمكانه مواجهة هذا الكم الهائل من

الحيف الذي يلحق يومياً باللغة العربية!!

مما يشي بوجود خطّ مرسوم للسياسة

الإعلامية التي تلتزم بها المحطات

التلفزيونية ومعها الإذاعات.

ثالثاً - الترجمة في الفضائيات العربية:

غالباً ماتكون ترجمة الحوارات

الفكرية والثقافية في الافلام الاجنبية

في غاية التعقيد إذ أنها تخضع للتفسير

والفهم الشخصي للمترجم، وهذا سبباً

كافياً في أن لا يخوض الباحث في حيثياته

في متن هذا البحث، وسيكتفي بترجمة

المفردات الأنفاظ النائية والشتائم التي

تنتشر في المجتمعات الغربية، وأضحت

تسمح بذلك؟ اذن لماذا لا تحذف العبارات الانجليزية من النص الأصل؟
والسؤال من منطلق مهني
يحت: لماذا نسمع كلاما في الفلم باللغة
الانجليزية ونقرأ على الشاشة ترجمة
عربية مغايرة هي نوع من التجميل لعبارات
بديئة في النص الأصل؟.

هل هذا الإختزال المخل من فعل
المرجم ام من القضاة؟ ما هو موقف
المرجم الذي يرى انتاجه يتعرض لتدخل
من القضاة بالتعديل والتحوير؟ ما أثر تلك
الترجمة على اللغة العربية ؟

رابعا - الإعلان في الاذاعة والتلفزيون :

يشكل الاعلان في العديد من وسائل
الاعلام مصدرا من مصادر التمويل
لها، بل وفي بعضها يكون بمثابة محرك
بوصلتها، فما دام الهدف هما المستمع،
والمُشاهد، والهَمُّ الوحيد هو الربح، يتوارى
في الخلف خطر تسليع الثقافة، بل مع
الثقافة، كل شيء، فإذا استوى هذا كله
على سافه، وأبغ زهره، ونضجت ثمرته،
فليس سوى هذا (الإعلان) ليكون المنقذ،
والمخلص، فهو مورد الأموال (١٩)، فهذا
هو المهم، فبأية لغة يؤدى الإعلان في
الإذاعات، والفضائيات العربية؟

ولن نعرف أهمية الإعلان (٢٠)،
وخطورته في آن واحد، إلا بالتوقف قليلاً
عند مصطلح آخر، يجد له في الإعلام
مكاناً رحباً، هو الدعاية (٢١)، وهما، أي
الدعاية والإعلان، يقتربان في مواضع،
ويقتربان في أخرى، ومن المؤكد أنّ السبب
الرئيس في الافتراق يعود إلى الوسائل
المستخدمة، لكنهما يقتربان في الغاية،

أما الأسلوب الذي تعلن به القضاة
عن الأفلام القادمة فيخلط المذيع/المذيعة
الكلمات العربية مع الانجليزية في عملية
تشويه متعمد للغة العربية فيذكر اسم
الفلم مثلا ثم يقول: في الساعة العاشرة
KSA. وهناك عبارات تكشف عن جهل
المرجم بالثقافة المترجم عنها وبالعبارات
الاصطلاحية في اللغة الانجليزية منها على
سبيل المثال: رجل شرطة يتحدث باللاسلكي
مع المركز ويبلغهم برقم سيارة عهد اليه
بمراهبتها فقال: India, Romeo, Juliet
٥٢٤ ، الترجمة: انديا روميو جوليت ٥٢٤،
وهذا خطأ واضح فمن المعروف عالمياً ان
أرقام لوحات السيارات تتالف عادة من
أحرف هجائية وأرقام، أما تلك الكلمات
التي تقوه بها الشرطي فكانت لإبلاغ مركز
الشرطة او المعلومات بالأحرف الهجائية
فيلجأ الى قول India ويقصد الحرف
الأول من الكلمة وهو "I" وذلك توضيحاً
للحرف المراد ومنعاً للإلتباس من تشابه
نطق بعض الأحرف عبر الهاتف وهكذا
يكون رقم السيارة كالتالي IRJ ٥٢٤ (١٨).

إن ترجمة الأفلام في بعض قنواتنا
تتعرض للكثير من الحذف الواضح الذي
لا يخفى على المترجم المبتدي، ويغلب على
أساليب الترجمة عدم الإهتمام بالعناصر
الدلالية للمفردات والإفعال المتعمد
للتلميح والاشارات الضمنية وبالتالي لا
يمكننا بحال أن نعزو المعنى الذي نقله الينا
المرجم الى الكلمة الأصل التي نسمعها
جيداً ولكن نقرأ لها ترجمة مشوهة.

اذن فالسؤال الذي نطرحه هنا
هو : لماذا تلجأ بعض القنوات الى حجب
الترجمة التي تتعلق بالأمر الجنسية ولغة
السباب؟ هل لأن قيم المجتمع المستهدف لا

مفرداتها جزءاً من الخطاب اليومي
يقتلها المجتمع والفكر المجتمعي كأسلوب
من أساليب التعبير هناك، وبذلك اصبحت
الأفلام تحتوي على جرعات كبيرة من تلك
الألفاظ ، ولأن القنوات الفضائية العربية
لا يمكن لها أن تنقل معنى النص مثلما هو
في الانجليزية فيكون هناك إختلافاً كبيراً
بين النص الأصل والترجمة وطرق تناول
المرجمين لتلك النصوص وترجمتها الى
اللغة العربية، فتلجأ القنوات الى حذف
الترجمة العربية أو تحريفها تحريفاً يخل
بالمعنى المراد مع الإبقاء على النص الأصل
(الصوت) على الفلم، وفي ذلك جرح
لمشاعر المشاهدين الذين يعرفون اللغتين
واستخفافاً بمبدأ الأمانة في الترجمة،
وحيث ان أخلاقنا وقيمنا المأخوذة من
تعاليم ديننا لا تقبل أن تخترق أذاننا تلك
العبارات المفروضة علينا فرضاً فيتساءل
الباحث: لماذا تحذف أو تشوه الترجمة
ويبقى على الأصل؟ وبما أن هذه الافلام
تبث على مدار الساعة فقد يشاهدها
صغارنا وكثير منهم يتقن اللغة الانجليزية
فيتابع الفلم دون الحاجة لقراءة الترجمة،
وعندما يستمع الصغير الى تلك العبارات
فسوف يعتقد أنها شيء عادي ومقبول.

ومن التجربة الشخصية للباحث،
يجد أن هناك بعض المفردات والجمال
اكتسبها الشباب والمراهقون العرب
وصارت متداولة بالفعل في خطابهم
وحديثهم بفعل تعرضهم للأفلام الاجنبية.
ومايبعث للسخرية اننا نسمع
تلك العبارات النابية في الفلم لكننا نقرأ
لها ترجمة تثير الضحك. وشر البلية
مايضحك فالأمر جد خطير وجدير
بالملاحظة:

فكلاهما يبحثان عن التأثير، لكننا نجد أن هنالك ممارسات تخدش السياق العام، فما دام التأثير، والربح المادي هما الهدف الرئيس، فلا مباديء تدعو المعلنين إلى الأرق والقلق.

ويقتربان أيضاً في توظيف وسائل مختلفة لإيصال الرسالة، لعل من أهمها الإقناع، أي إقناع مستقبل الرسالة أنّ ما يُقدّم إليه هو الصواب، حتى وإن لم يكن كذلك، أو أنّ السلعة المعلن عنها هي من أجود الأنواع، لا تضارعها أية سلعة شبيهة لها في السوق، ولا بدّ لتحقيق هذا الإقناع من جهود تُبدل بغية الوصول إليه، ويضطلع بهذه الجهود متخصصون، وفنيون، وأكاديميون، لا همّ لهم سوى تسخير خبراتهم للوصول إلى الهدف المنشود (٢٢) وبالطبع فإن هناك تخطيط، وتنظيم، ولا ينهض بهذا الحمل الثقيل سوى المختصين به (٢٣).

ويقتربان، الدعاية والإعلان، من جهة التكرار، والإلحاح عليه، فزرى في الدعاية المكتوبة، مثلاً، تكراراً للأفكار العامة المراد ترسيخها، ولكن بطرق مختلفة، ونبرات أسلوبية متنوعة، واتكاء على أحداث تاريخية، أو معاصرة، واستشهاد بنماذج من الأدب، وهو ركن مهمّ من أركان تبرير عملية الإقناع، وأمّا في الإعلان الذي تقدّمه الفضائيات، فالتكرار هو علامته الكبرى، فأينما التفتّ وجدت الإعلان نفسه على قنوات متعدّدة، وفي أوقات متفاوتة، ليتناسب وقت تقديمه مع البون الشاسع في التوقيت بين البلدان، بل بين القارات، ولكن بأية لغة يؤدّي هذا الإعلان في الإذاعات، والفضائيات العربية؟

(المشجع الحقيقي يحلم كورة يتنفس كورة ويعيش على الكورة)!! (إدبني حنان من اللي أنا مش حاسه بقالي زمان!!) و(what ..١٢٣٤٥٦٧٨.. come in happened e live معكم اينما كنتم) ، (ولحقّ حالك واطبع عنّا. في غيرنا بس مو متلنا) . (شركة ماء ليس مجرد ماء!!) و(أوعا تتسى شو قلنالك، من كلّ ميلا سؤال، وبكلّ عدد جواب) ، و(معكرونة... كلش طيبة، يلا خل نشترى منها بلعجل) (٢٤).

هذه نماذج للإعلان في فضائيات، من تونس، ومصر، ولبنان، والعراق، الإمارات، ولعلّ مئات، بل آلافاً غيرها تعرض في كلّ يوم على هذه الشاشات، وما يدفع إلى التوقف أمام هذا الأداء اللغوي لوسائل الإعلام... ما نراه من طغيان للعامة في الإعلانات الصحفية، والإذاعية، والتلفزيونية التي تركزّ العامية، وتزداد خطورتها نظراً لتكرارها، واتصالها بجاجات الناس من سلع، وخدمات، وقد يقول قائل: إن هذه المسمّيات جاءت كما هي بنطقها الأجنبي، وبعضها لا يُترجم، أو يُعرب، فنقول: إن هذا صحيح بقدر ما، ولكن ليس بهذا الإطلاق، والتعميم (٢٥)؛ لأنّ في بعض الإعلانات نزوعاً واضحاً إلى إحلال المعنى الأجنبي محلّ العربي، وكأنّ المعلن لا يحبّ العربية، ويتزيّن بالأجنبية (٢٦)

إنّ هذه الإعلانات، وهي بهذه الكثرة، وهذا التكرار، وبهذا التحيز الصريح على العربية، ذات أثر تقويضي لأركان العربية في المجتمع، بحسبان أنّ متابعي هذه الإعلانات من فئات عمرية مختلفة، لا فرق فيها بين الرجل والمرأة، أو الكبير والصغير، فكّلهم هدف لها،

وكّلهم متأثر بلغتها، بل يصل الأمر إلى تلج اليقين من أنّ هذه اللغة الموظفة في الإعلان هي اللغة المناسبة، بل الوحيدة، ويجب أن تنتشر، وتستخدم لتكون لغة الكتاب، والصحيفة، وأجهزة الاتصال الحديثة، ولم يكن ذلك الثلج سوى وهم، سوّعه الانهيار العام المحيط بنا.

لقد كان للإعلان، بما له من سلطات واسعة، وانتشار كبير، وتكرار دائم، أن يكون عاملاً مهماً، وفعالاً في ترقية العربية، وإشاعة الفصيحة بين جناباته، ونقلها بعد هذا إلى الجمهور، وبما أنّه مقترن بالمتعة، والتشويق، فقد كان من السهل تحقيق هذه الغايات، فيما لو أحسن إخراجها، ونالت لغته العناية المطلوبة، استناداً إلى رؤية واضحة، ولكنّه التشويه الكامن، والتدبير لنشر مستوى معين من العربية ليصبح هو المستوى الوحيد، وتغييب، بفعل الاستمرار والتعود، المستوى الآخر الذي نلحّ في طلبه، والوصول إليه، وليستمر المتقنون يتذوقون مرارة الأمر، ومن بينهم ه أجيال من الأطفال، والشباب التي تقطعت صلتها بلغتها، وفاءت إلى العامية طلباً للسهولة، وما تعلم ما يُنصب لها من أفخاخ بسببها، واستنظت باللغة الأجنبية، وما درت ما ينتظرها من أضرار على يديها، وهي تائهة بين هذه، وتوشك أن تغرق، وطوق النجاة قريب منها، ولكنّه يبدو بعيداً، مالم يرشدهم إليه المرشدون، ويتنطق الصامتون (٢٧).

إن المتابع لوسائل الاعلام على اختلافها يقرأ ويسمع فواصل إعلانية قد كتبت باللغة العامية المبتذلة وهذه الإعلانات التي قد كتبت باللغة العامية نراها منتشرة في كل مكان في الصحف

على الترجمة الإعلامية الخاصة بالعمل في تلك المؤسسات.

٤. على وسائل الإعلام أن تراعي الابتعاد عن الألفاظ الوضعية الغربية غير المألوفة.

٥. عدم التكلف في صياغة النصوص الإعلامية.

٦. الابتعاد عن الألفاظ المبتذلة وكذا مظاهر الإسفاف واختيار الكلمات الهابطة لعرض المعاني بهدف الارتقاء بمستوى الجماهير ورفع مستوياتهم اللغوية وملكاتهم الفكرية.

٧. إنتاج برامج خاصة بالأطفال تعنى بزرع حب اللغة العربية في نفوسهم وقلوبهم.

٨. ينبغي على القائمين على وسائل الاعلام أن يعلموا علم اليقين أن اللغة العربية تتمتع بميزات تجعلها جديرة بأن تكون لغة إعلامية تقوم على نسق الفن الإعلامي الحديث لعل من أهمها البساطة والمرونة والغنى في المرادفات.

٩. إخضاع العاملين في المؤسسات الإعلامية لدورات تنمية المهارات المتعلقة بسلامة اللغة العربية نطقاً وصياغة وكتابة.

١٠. اتخاذ التشريعات الرسمية التي تلزم وسائل الإعلام باتخاذ اللغة العربية لغة الحديث وتجريم كل من يخالف هذه التشريعات.

التكنولوجي في فترتنا هذه.

النتائج والتوصيات:

في إطار مظاهر تفوق برامج التحدث والحوار باللهجة المحلية ضمن إعداد المناهج والخطط الدورات البرمجية الاذاعية والتلفزيونية الموسمية والمؤقتة، وفواصل الاعلانات التجارية فضلا عن المقابلات الشخصية، يرى الباحث ضرورة إلزام وسائل الإعلام كافة، سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مسموعة، ليس بضرورة استخدام اللغة العربية الفصحى فقط، وإنما بضرورة الاهتمام بتغطية الندوات والمؤتمرات التي تتناول القضايا اللغوية ذات الصلة، و أن تكون اللغة العربية الفصحى لغة جميع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، بالإضافة الى مراعاة جذب الكوادر المعدة إعداداً لغوياً متميزاً لتولي مهمة بث البرامج المرئية والمسموعة، وذلك لضمان تقديم النموذج اللغوي المناسب للمشاهد والمستمع من خلال الاتي:

١. ضرورة إخضاع المذيعين والمقدمين للبرامج والاعخبار الى اختبار دقيق في النطق والنحو.
٢. ضرورة إخضاع المحررين ومعدّي البرامج والاعخبار الى اختبارات في إعداد وصياغة الجمل والتركييب.
٣. ضرورة إخضاع المترجمين أو تدريبيهم

والإذاعة والتلفاز وفي اللافتات المنصوبة على جوانب الطرق من قبل مؤسسات الإعلان التي لا هم لها سوى الكسب المادي، وهذا الواقع التي تعيشه وسائل الإعلام يساهم في إيذاء اللغة العربية والترويج للأفكار والألفاظ التي تحرف كلماتها وتغير معانيها، وقد أدى الابتذال واستخدام أسنة الممثلين وغيرهم إلى تأثر جماهير أجهزة الإعلام ولاسيما الأجهزة السمعية والبصرية بما يسمعون ويشاهدون وشيوع الكلمات المحرفة والمصطلحات المبتذلة بين هذه الجماهير.

ولابد للأجهزة الإعلامية أن تساهم في الارتقاء بمستوى اللهجات العامية التي تقدم بها البرامج بحيث تصبح الألفاظ الفصحى وتعبيراتها أكثر تداولاً على الألسنة تمهيداً لتعميم استعمال اللغة العربية الفصحى في جميع البرامج إذ إن هذه اللغة الفصحى هي الأساس للثقافة العربية، وتعميم استعمالها يمكن مخاطبة جمهور أوسع.

والفصحى في التلفاز يمكن أن تلقى نجاحاً من جانب المشاهد العربي في الاستقبال، ذلك أن لغة التلفاز هي لغة المشاركة فالجمهور يشاهد لأنه يبحث عن المشاركة في أحداث ومشكلات من صنع الواقع أحياناً ومن صنع الخيال أحياناً أخرى ، ولقد أصبحت فرص المشاركة الاختيارية اليوم أعظم بكثير بسبب التقدم

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب:

- ١- أحمد مختار عمر. أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتّاب والإذاعيين. عالم الكتب. القاهرة. الطبعة الأولى. سنة ١٩٩١.
- ٢- نسيم الخوري. الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية. مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت. لبنان. الطبعة الأولى. سنة ٢٠٠٥.
- ٣- عواطف عبدالرحمن. الإعلام العربي وقضايا العولمة. العربي للنشر والتوزيع. القاهرة. الطبعة الأولى. سنة ١٩٩٩.
- ٤- عبدالرزاق محمد الدليمي. الإعلام والعولمة. مكتبة الرائد العلمية. عمّان. الأردن. الطبعة الأولى. سنة ٢٠٠٤.
- ٥- وفاء كامل فايد. بحوث في العربية المعاصرة. عالم الكتب. القاهرة. سنة ٢٠٠٣.
- ٦- نفوسة زكريا سعيد. تاريخ الدعوة إلى العامية وأثارها في مصر. دار نشر الثقافة. الإسكندرية. الطبعة الأولى. سنة ١٩٦٤.
- ٧- عبدالله الغدامي. الثقافة التليفزيونية- سقوط النخبة وبروز الشعبي. المركز الثقافي العربي. الدار البيضاء. المغرب. الطبعة الأولى. سنة ٢٠٠٤.
- ٨- عبدالسلام المسدي. العرب والانتحار اللغوي. دار الكتاب الجديد المتحدة. بيروت. الطبعة الأولى. سنة ٢٠١١.
- ٩- شاكِر عبدالحميد. عصر الصورة. الإيجابيات والسلبيات. سلسلة عالم المعرفة الكويتية. سنة ٢٠٠٥.
- ١٠- عبدالوهاب المسيري. في الخطاب والمصطلح الصهيوني. دراسة نظرية وتطبيقية. دار الشروق. القاهرة. الطبعة الأولى. سنة ٢٠٠٣.
- ١١- عواطف عبدالرحمن. قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث. سلسلة عالم المعرفة الكويتية. يونيو (حزيران). سنة ١٩٨٤.
- ١٢- عبدالعلي الودغيري. اللغة العربية في مراحل الضعف والتبعية. الدار العربية للعلوم ناشرون. بيروت. لبنان. الطبعة الأولى. سنة ٢٠١٣.
- ١٣- علي الوردي. لمحات اجتماعية من تاريخ العراق الحديث. دار كوفان للنشر. لندن. سنة ١٩٩٢.
- ١٤- عبدالعزيز حمودة. المرايا المقعّرة. نحو نظرية نقدية عربية. سلسلة (عالم المعرفة) الكويتية. العدد (٢٧٢). سنة ٢٠٠١.
- ١٥- السعيد محمد بدوي. مستويات العربية المعاصرة في مصر. دار المعارف بمصر. سنة ١٩٧٣.
- ١٦- مصطفى محمد الحسنواي. واقع لغة الإعلام المعاصر. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمّان. الأردن. الطبعة الأولى. سنة ٢٠١١.
- ١٧- عبدالوهاب المسيري. اليد الخفية. دراسات في الحركات اليهودية الهدامة والسرية. دار الشروق. القاهرة. بيروت. الطبعة الأولى. سنة ١٩٩٨.

ثانياً: البحوث:

- ١٨- عبدالجواد توفيق محمود، الواقع اللغوي في العالم العربي في ضوء هيمنة اللهجات المحلية واللغة الإنجليزية، بحث منشور في مجلة رؤى استراتيجية، ٢٠١٤.
- ١٩- سعد محمد الكردي. الإعلام وتنمية الملكة اللغوية بين الواقع والطموح. بحث منشور بمجلة مجمع اللغة العربية بدمشق. الجزء الثالث. المجلد الرابع والسبعون. سنة ١٩٩٩. وهو من بحوث ندوة (اللغة العربية والإعلام) التي عُقدت سنة ١٩٩٨.
- ٢٠- سالم المعوش. اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان. بحث منشور ضمن كتاب الموسم الثقافي الحادي والعشرين لمجمع اللغة العربية الأردني. سنة ٢٠٠٣.
- ٢١- محمد طلال. اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في المملكة المغربية. دراسة تحليلية ونقدية... بحث منشور ضمن كتاب الموسم الثقافي الحادي والعشرين لمجمع اللغة العربية الأردني. سنة ٢٠٠٣.

هوامش

- (١) علي الوردي، بواكير الحضارة الحديثة في العراق، وينظر: لمحات اجتماعية من تاريخ العراق الحديث، ج ٣/٢٣١، وينظر: ذاكرة الورق، ج ٤٢٠/١.
- (٢) عواطف عبد الرحمن، الإعلام العربي وقضايا العولمة، ٢٠٠٣، ط ١، ص ٢٧-٢٨، وينظر كتابها (قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث)، ط ١، ص ١٣-١٦.
- (٣) عبد الله الغذامي، الثقافة التلفزيونية، المركز الثقافي العربي، ط ٢، المغرب، ٢٠٠٥، ص ٤٥-٤٦.
- (٤) شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ط ١، الكويت، ٢٠٠٥، ص ٣٩١.
- (٥) عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، ص ٢٤-٢٥.
- (٦) نفوسة زكريا سعيد، تاريخ الدعوة إلى العامية وأثارها في مصر، ص ٩٢.
- (٧) عبد الوهاب المسيري، اليد الخفية- دراسات في الحركات اليهودية الهدامة والسرية، ص ٢٢٢-٢٢٣-٢٢٤.
- (٨) عبد الجواد توفيق محمود، الواقع اللغوي في العالم العربي في ضوء هيمنة اللهجات المحلية واللغة الإنجليزية، ٢٠١٤.
- (٩) نفوسة زكريا، تاريخ الدعوة إلى العامية، ص ٢٣٩ - ٢٤٠ - ٢٤١.
- (١٠) أحمد مختار عمر، أخطاء اللغة العربية المعاصرة، ص ٢١.
- (١١) محمد طلال، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في المملكة المغربية، بحث منشور ضمن كتاب الموسم الثقافي الحادي والعشرين لمجمع اللغة العربية الأردني، سنة ٢٠٠٣، ص ٢٠ و ٣٢.
- (١٢) سالم المعوش، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان، بحث منشور ضمن كتاب الموسم الثقافي الحادي والعشرين لمجمع اللغة العربية الأردني، ص ١٤٨ و ١٦٠-١٦١.
- (١٣) نهاد الموسى، اللغة العربية في العصر الحديث، ص ١٣.
- (١٤) مصطفى محمد الحساوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، ص ١٥٢.
- (١٥) من ملاحظات الباحث.
- (١٦) من ملاحظات الباحث.
- (١٧) من ملاحظات الباحث.
- (١٨) من مشاهدات الباحث.
- (١٩) عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، ص ٩١.
- (٢٠) نسيم الخوري، الإعلام العربي وانهايار السلطات اللغوية، ص ٣٩٩.
- (٢١) عبدالرزاق الدليمي، الإعلام والعولمة، ص ٦٨-٦٩.
- (٢٢) عبد الوهاب المسيري، في الخطاب والمصطلح الصهيوني، ص ٥٦.
- (٢٣) عبدالعزيز حمودة، المرايا المقعرة، ص ٧٣ - ٧٤ - ٧٥.
- (٢٤) من مشاهدات الباحث على قنوات فضائية عربية.
- (٢٥) سعد محمد الكردي، الإعلام وتنمية الملكة اللغوية. بحث منشور بمجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، وهو من بحوث ندوة (اللغة العربية والإعلام)، سنة ١٩٩٩، ص ٦٥١.
- (٢٦) عبد العلي الودغيري، لغة الإعلان في وسائل الإعلام، ص ٧٤٤-٧٤٥. وينظر كتابه: اللغة العربية في مراحل الضعف والتبعية، ص ١٢١.
- (٢٧) وهاء كامل فايد، بحوث في العربية المعاصرة، ص ١٢.