

الاستثمار في اللغة العربية ، ومستقبلها الوطني والعربي والدولي

الاستثمار في اللغة العربية على مستوى الإعلام

د. علي يحيى السرحاني

العميد المساعد لشؤون الطلاب - كلية العلوم والمهن الصحية

جامعة الملك سعود بن عبد العزيز للعلوم الصحية - الرياض

ملخص :

الاستثمار في اللغة العربية ومستقبلها الوطني والعربي والدولي ، دليل على أن اللغة العربية قادرة على أن تنهض بمؤسساتها المختلفة ، وأن تحقق عوائد وفوائد اقتصادية ومالية وثقافية ، واجتماعية وسياسية ، وعلمية وفكرية ، وتجارية ، وتقنية وصناعية ، ولا يمكن نجاح ذلك إلا إذا ربطت اللغة العربية بالحياة من حولنا ، ومما حولنا الإعلام فهو أحد أهم مصادر المعلومات التي تعتمد عليها المجتمعات ، وتحمل أجهزة الإعلام في العصر الذي نعيش فيه مسؤولية ضخمة في الحفاظ على اللغة العربية ، وتقويم اللسان العربي ورعايته وتصحيح الأخطاء التي ترتكب في حق العربية ، لذلك يجب ألا يشغل وظيفة إعلامي - ويعني به الصحفي والمذيع في الراديو والتلفاز - إلا من كان جديراً بهذا العمل ، وذلك باجتيازه امتحانات جادة تبين عن شخصيته وقدراته ، لحماية الجماهير العربية من الانحراف اللغوي ، ذلك أنه إذا ظلت أجهزة الإعلام تهمل الأداء الصحيح للغة العربية فسيبلغ الانهيار مداه ، ولا يستطيع أي منصف أن ينكر الدور الكبير الذي تلعبه أجهزة الإعلام والأثر البالغ الذي تحدثه في الجماهير إيجاباً وسلباً ، فلم يعد يقتصر دورها على التبليغ والنشر ، ولكنه تعدى ذلك إلى تشكيل آراء الجماهير وإعادة بناء عقولهم، وزرع اتجاهات عقلية في أذهانهم .

وتضطلع وسائل الإعلام في المجتمع بمهام حيوية لهذا المجتمع وتؤدي وظائف على درجة كبيرة من الأهمية كتزويد أفرادها بالأخبار والمعلومات وتقديم التحليل والتفسير لهذه المعلومات كما تقوم بمهمة التعليم والاستمالة ، وكذلك تقوم بمهام العلاقات العامة والبيع والإعلان والتسليّة ، وهذا التفاعل بين هذه الوسائل والمجتمع يسهم إسهاماً بليغاً في تطوير هذا المجتمع وخلق الدولة العصرية ، وهذا يستلزم بذل أقصى جهد ممكن لضمان أن يتحدث أهل التربية والإعلام والسياسة بالعربية الفصحى ، ذلك أن اللغة العربية لا تكاد تصافح آذاننا إلا في النادر .

وسنحاول في هذا البحث عرض ، ما يحتاجه الإعلاميون من اللغويين ؟ وما يطلبه اللغويون من الإعلاميين . ؟ مع تسليط الضوء على دور كليات الإعلام في المحافظة على اللغة العربية وعرض جهود وزارات الإعلام في استخدام اللغة العربية في وسائل إعلامها . وما نسبة مساحة الإعلان بالفصحى في الإعلام ؟ وقد ختم البحث بخاتمة موجزة ، تضمنت عدداً من التوصيات .

الاستثمار في اللغة العربية على مستوى الإعلام

العلاقة بين اللغة العربية والإعلام

تقديم:

إن الترابط بين اللغة العربية والإعلام قديمٌ قَدِمَ اللغة العربية، فلقد كان الشاعر في الجاهلية هو لسان حال القبيلة، وناطقها الرسمي، ووسيلة إعلامها.. فلا غرو إذاً من الاقتران بينها، ولا شك أن استعمال لغةٍ ما، وشيوع استعمالها هو دلالة واضحة على حياة هذه اللغة، ولمَّا كان الإعلام أبرز دليل على هذا الشيوع؛ فإننا يمكننا القول أن حاجة الإعلام للغة لا تقل أهمية عن احتياج اللغة، أية لغة للإعلام، وأن كليهما يُؤثر ويتأثر بالآخر، إما سلبيًا وإما إيجابيًا، فإذا كان الإعلام يعتمد على اللغة أساسًا في مخاطبة الجمهور، فإن اللغة تتأثر أيما تأثر بالعملية الإعلامية؛ فقد تزداد رُقيا وحضارة، وقد تنحدر إلى لغة السُّوقة والأميين، وهي في الحالين سوف تُنشر وتُداول في أوساط المجتمع، وبين أبناء الوطن، وكلِّما ارتقت لغة الإعلام، ارتقت معها لغة المجتمع، وبانحدارها تنحط لغة الأمة... وغنيٌّ عن الذكر أن مَنْ يعمل في الإعلام في بلادنا يُعدُّ شئنا أم أبنينا- من نخبة المجتمع، على الأقل في نظر عموم الناس، ومن هنا يظهر عِظم دور الإعلام وخطورته- الذي لا يُستهان به - على اللغة تأثيراً وتأثراً.

ونحن هنا لا نغفل الوظيفة الأساسية لكل من اللغة والإعلام، بل لابد أن نؤكد على أنهما يؤديان وظائف اجتماعية لا تُؤدى بدونهما، وفي هذا يقول الدكتور محمد البكاء:

" إذا كانت اللغة وسيلة إنسانية لتوصيل الأفكار، والانفعالات، والرغبات عن طريق نظام من الرموز التي تصدر بطريقة إرادية كما رأى معظم الباحثين التقليديين، فإن الإعلام يهدف إلى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير، واتجاهاتهم، وميولهم " (1).

" إن الاتصال هو الطريقة التي تنتقل المعرفة، والأفكار بها من شخص (أو : جهة) إلى شخص آخر (أو : جهة أخرى) بقصد التفاعل والتأثير المعرفي أو الوجداني في هذا الشخص، أو إعلامه بشيء، أو تبادل الخبرات، والأفكار معه، أو الارتقاء بمستواه الجمالي، أو القيمي، أو إقناعه بأمر ما، أو الترفيه عنه " (2).

أما عن وسائل الإعلام أو وسائل الاتصال، فهي قابلة للزيادة، وإن كان يحصرها بعض الاتصاليين: في الصحافة، المذياع، التلفاز، السينما، فإن بعضهم الآخر يتوسع في ذلك، فيضيف: وكالات الأنباء، المعرض، المؤتمرات الصحفية، الزيارات الرسمية، العلاقات العامة.

وأرى أن وسائل الإعلام لم تعد مقتصرة على الوسائل الإعلامية التقليدية مع بزوغ ما يسمى بعصر الإنترنت بما له، وما عليه، فهو أمر واقع ينبغي الاعتراف به وتوجيهه أو ترشيده على الأقل، ليكون عامل بناء للغة العربية لا عامل هدم لها، ونعمل على أن تساهم تلك الوسائل على نشر لغتنا بين الفئات العمرية المختلفة، وإننا لنتساءل، إذا كان هناك من يدعو للغة عالمية واحدة فلمَ لا نتمسك بلغتنا العربية الفصحى - والتي تجمعنا جميعاً - في وسائل إعلامنا المختلفة؟! ومن خلال هذه الورقة البحثية سنتم - إن شاء الله - مناقشة المحاور التالية:

أولاً: ماذا يقصد بالاستثمار، واللغة، والإعلام؟

ثانياً: ما يحتاجه الإعلاميون من اللغويين؟

ثالثاً: ما يطلبه اللغويون من الإعلاميين؟

رابعاً: دور كليات الإعلام في المحافظة على اللغة العربية

- خامساً : ثمرة التعاون بين الإعلاميين واللغويين .
سادساً : جهود وزارات الإعلام في استخدام اللغة العربية في وسائل إعلامها .
سابعاً : مساحة الإعلان بالفصحى في الإعلام

أ) مفهوم الاستثمار:

- الاستثمار في اللغة: استخدام الأموال في الإنتاج؛ إما مباشرة بشراء الآلات , والموارد الأولية, وإما بطريق غير مباشر كسواء الأسهم والسندات. (3)
- وكلمة الاستثمار توحى بالجهد والتفاعل البشري مع الماديات, لإنتاج وتطوير مواد أخرى ذات كفاءة أعلى وأفضل, وإذا كنا نتحدث عن الاستثمار في اللغة العربية على مستوى الإعلام, فإن الأمر يحتاج إلى جهد مضاعف لتطوير وتدريب العناصر البشرية من جهة , ومن جهة أخرى تطوير ما يلزم من الآلات , بل استحداث ما يؤدي وظيفتها بكل كفاءة؛ ليتناسب مع عظم المهمة وسموها ...
- وقد عرف الاقتصاديون الاستثمار بعدة تعريفات، منها :
1. "التنازل عن السيولة التي يمتلكها الفرد في لحظة معينة ولفترة معينة من الزمن، قد تطول أو تقصر وربطها بأصل أو أكثر من الأصول التي يحتفظ بها لتلك الفترة الزمنية بقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية"
 2. "توظيف للنقود لأي أجل في أي أصل أو حق ملكية أو ممتلكات أو مشاركات محتفظ بها للمحافظة على المال أو تنميته، سواء بأرباح دورية أو بزيادات في قيمة الأموال في نهاية المدة أو بمنافع غير مادية".
 3. "الحصول على حقوق ترتبط بأصول مادية أو معنوية (غير مادية) بغية الحصول على دخل عاجل أو أجل كما يتراءى للمستثمر، أو يتلاءم مع حاجته أو رغبته"
 4. "مجموع التوظيفات التي من شأنها زيادة الدخل وتحقيق الإضافة الفعلية إلى رأس المال الأصلي من خلال امتلاك الأصول التي تولد العوائد، نتيجة تضحية الفرد بمنفعة حالية للحصول عليها مستقبلاً بشكل أكبر من خلال الحصول على تدفقات مالية مستقبلية" (4)
- ونحن نلاحظ أن التعريفات السابقة جميعها تصب في معنى واحد، هو إعمال العقل والفكر من أجل الحصول على منفعة أكبر من خلال الموارد المتاحة لك، وإذا كنا نتكلم عن اللغة والإعلام، فإنه يمكننا من خلاهما تحقيق أكبر عائد اقتصادي، إذا أحسنا توظيفهما التوظيف الأمثل، فاللغة العربية الفصحى لغة عملاقة تستحق أن تكون مهيمنة على وسائل الإعلام المختلفة في بلادنا، وحينئذ تقصر المسافات بين البلدان العربية، ويحدث الاندماج بينها، لا أقول اللغوي بل العضوي، فاللغة الوسيلة الأولى للتواصل مع الآخرين ...
- ومن ناحية أخرى فإن ما ننفقه على تجويد اللغة العربية إعلامياً من خلال دعم كليات الإعلام وأقسام اللغة العربية في جميع الجامعات العربية، وعمل دورات بشكل دوري؛ لتدريب العناصر البشرية في المجال الإعلامي، سوف لا يضيع هباءً، بل سيكون مردوده مشجعاً لمزيد من الاستثمار في هذا المجال .
- إن العالم المتقدم كله يتجه نحو تعظيم العائد الاقتصادي لاستخدام اللغة الأم (mother language) بعد أن أثبتت أحدث النظريات الاقتصادية المسماة نظرية النمو الجديدة - لعالم الاقتصاد الأمريكي روبرت لولوا - أن الاستثمار في تعليم اللغة الأصلية في المجالات التكنولوجية يعد استثماراً مثالياً طويلاً الأجل تتعاضد فوائده كلما أحسنت المؤسسات التعليمية والثقافية إدارته واستشراف أهميته... (5).

ب) مفهوم اللغة :

تعريف اللغة معجمياً: أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم. (ج) لُغَى، ولغات . ويقال : سمعت لغاتهم :اختلاف كلامهم (6).

وقال ابن الحاجب : " حد اللغة كل لفظ وضع لمعنى " .

وقد اختلف الفلاسفة في تعريفها، فاللغة (language) مع وضوح أمرها ، وجرانها على كل لسان ، فقد وجد الدارسون في تعريفها تعريفاً دقيقاً بعض المشقة والعنت ، وانقسموا بهذا الصدد إلى فرق ، وطوائف .

فهي عند أرسطو : " نظام لفظي محدد نشأ نتيجة اتفاق بين المجموعة البشرية في مكان ما " ، وهي رمز للفكر ، وهي فرق بين الإنسان والحيوان ، فالنطق والفكر عند أرسطو متلازمان والنطق خاصة الإنسان ، وبدون الكلمات لا يتيسر فكر ، ولا علم .

وغاية (اللغة) عند أرسطو : تحقيق الصلات بين الإنسان والإنسان ، أو معرفة الإنسان للأشياء ، وقد تستخدم كذلك أداة للتربية والمتعة في ناحية من نواحي النشاط الإنساني (7) . واختلف الباحثون في العصر الحديث في تعريفها كذلك :

فردد بعض الباحثين : " أن اللغة قد تستعمل لإخفاء الفكر ، وصارت عبارة (تاليران) : إن اللغة كائنة لتخفي أفكار الإنسان " عبارة مشهورة في الدراسات اللغوية .

ثم رأى باحثون مجددون من أمثال (مالمينوفسكي) : أن اللغة جزء من السلوك الإنساني ، ونوع من العمل ، وليس مجرد أداة تعكس الفكر ، وإن وظيفتها ليست مجرد وسيلة للتفاهم ، أو التوصيل .

وذهب فريق من العلماء إلى تفسير اللغة على أساس نفسي وعقلي، ورأى : أن اللغة استعمال رموز صوتية منظمة للتعبير عن الأفكار ، ونقلها من شخص إلى آخر... (8).

ويقول فوسلر: (إن اللغة القومية وطن روحي يؤوي من حُرِمَ وطنه على الأرض) .

وقد صدر بيان من مجلس الثورة الفرنسية يقول : ((أيها المواطنون : ليدفع كل منكم تسابق مقدس للقضاء على اللهجات في جميع أقطار فرنسا لأن تلك اللهجات رواسب من بقايا عهود الإقطاع والاستعباد) (9) .

ولابد أن توفر للغة كل الإمكانيات التي من شأنها أن تنهض بها وتجعلها مساندة لكل تقدم وتطور، فنجعلها لغة حية متجددة، ولا بد أن يكون لدينا اليقين الراسخ أن ما ننقده على اللغة يعطينا أكبر عائد استثمار على المدى البعيد ، ولهذا المعنى أشار العديد من الباحثين ...

فاللغة الوطنية ثروة اقتصادية، وأن تراكم المعرفة بها يعادل تراكم الثروة المادية في باطن الأرض أو على ظهرها وفي خزائن البنوك الوطنية، وهذا هو الأساس الذي تعتمد عليه الدول المتحضرة التي تعرف أن العلم والبحث العلمي قاطرة التقدم لأي مجتمع، وبناء على ذلك تضع هذه الدول خططها بعيدة المدى على أسس من استثمار نتائج التعليم في إزالة الأمية الوظيفية في قطاعات الإنتاج، وهو ما جعل السياسة اللغوية في بعض الدول المتقدمة ضمن مسؤوليات وزارة المالية إن العالم المتقدم كله يتجه نحو تعظيم العائد الاقتصادي لاستخدام اللغة الأم (mother language) بعد أن أثبتت أحدث النظريات الاقتصادية المسماة نظرية النمو الجديدة – لعالم الاقتصاد الأمريكي روبرت لولوا – أن الاستثمار في تعليم اللغة الأصلية في المجالات التكنولوجية يعد استثماراً مثالياً طويل الأجل تتعاضد فوائده كلما أحسنت المؤسسات التعليمية والثقافية إدارته واستشرف أهميته... (10).

ويرى الدكتور محمود السيد أن مفهوم اللغة مفهوم شامل وواسع ، لا يقتصر على اللغة المنطوقة ، بل يشمل المكتوبة أيضاً ، والإشارات ، والإيماءات ، والتعبيرات الوجهية التي تصاحب عاد سلوك الكلام .

فاللغة هي الإنسان ، وهي الوطن ، وهي الأهل ، وهي نتيجة التفكير ، وهي ما يميز الإنسان من الحيوان ، وهي ثمرة العقل " ... والأصل في اللغة أن تكون مسموعة، لكن عندما عرفت الكتابة بالرسم، أو بالحرف، منقوشة على الحجر، أو مكتوبة على الورق، أصبحت لغة مقروءة، أي أن الإنسان يقرؤها بعينه ، فأصبحت هناك لغتين ، إحداها سمعية ، والأخرى بصرية ، كون

الأصل في اللغة هو الصوت ، بينما الكتابة رموز تمثيلية ، ساعدت على تناقل الصوت اللغوي بين الأجيال والمجموعات اللغوية (11).

وعلى العموم ولما كانت اللغة نظاماً من الرموز الشفهية والمكتوبة يستخدمها المجتمع اتفاقياً لنقل المعاني وتحقيق الاتصال فإنها تعمل وعاءاً للتفاعل بين الأفراد ولنقل واستقبال المعاني ، حيث إن لها وظيفة تجريدية تتمثل في تكوين الأفكار التي تجرد الواقع وتختزله في شكل رموز تمكن الإنسان من فهمه وضبطه بدرجة أكبر ، فضلاً عن أنها تصنف الأشياء والأحداث والعمليات المختلفة

ولقد دلت دراسات اليونسكو على أن عدد اللغات المكتوبة تقدر بـ 500 لغة وإن عدد اللغات التي لها تراث أدبي 200، من بينها 17 ينطق بكل واحدة منها أكثر من 50 مليون نسمة. (12). وهذا يجعل المنافسة شديدة بين تلك اللغات من أجل البقاء والاستمرار، فكم من لغة كانت متداولة بين الناس أصبحت الآن في طي النسيان ! ولعل التراث الأدبي للغتنا - والله الفضل والمنة - من أكبر ما خلفته لغة، رغم ما ضاع منه، وليس أدل على ذلك من أدب العصر العباسي...

ج (مفهوم الإعلام :

الإعلام لغة : هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى: (إن الله بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به (13).

واصطلاحاً : هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة. وإن كان "أوتوجروت" الألماني يعرف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه"، وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون (14)

ويعرفه آخرون بأنه : " تزويد الناس بالأخبار الصحيحة ، والمعلومات السليمة ، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع ، أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم ، وميولهم " (15).

وسائل الإعلام:

وأهمها:

1-النقل الشخصي:- ونقصد به التداول الاعتيادي بين الناس للأخبار ووجهات النظر عن طريق المحادثة المباشرة وهذه الوسيلة لا تخلو من سلبيات حيث نجد أن الأعم الأغلب من الناس يتلقون الأخبار ووجهات النظر دون تدقيق لغوي أو معرفي، ويتبنونها ويدافعون عنها ويعطون للخبر ووجهة النظر من الاهتمام أكثر مما تستحق.

2-المنشورات والملصقات:- وهذه الوسيلة تمتاز بكونها سريعة التداول ويمكن الاحتفاظ بها ويساعد على سرعة التلقي: التلوين والصور واختيار العناوين الجذابة، وهذه الوسيلة تتميز برخص تكلفتها، وقد استغلت هذه الوسيلة استغلالاً خاطئاً حيث باتت تستخدم لنشر الأخبار الكاذبة

- ووجهات النظر الخاطئة , وأخطاؤها الإملائية والنحوية تنتشر بسرعة...
- 3- الندوات والمحاضرات والمؤتمرات:- وهذه الوسيلة تفيد في نقل وجهات النظر التفصيلية وأهم شيء فيها اختيار التوقيت المناسب وأسلوب الطرح المناسب , والشخصيات المناسبة .
- 4- الصحف والمجلات:- حيث تعتبر وسيلة إعلامية فاعلة , والفارق بينهما أن الصحف تنقل الأخبار والتحليلات السريعة والمجلات عادة ما تتناول الدراسات والتحليلات المطولة , ولا بد من وجود مدققين لغويين بتلك المجلات والصحف لتلافي الأخطاء العديدة التي تصدمنا كل يوم .
- 5- البيث الإذاعي:- لا زالت الإذاعة أو الإعلام المسموع تعتبر وسيلة فاعلة وتعتبر مصدر تلقي الإعلام الوحيد أو المهم للكثير من الأفراد , وهو كغيره من وسائل الإعلام ابتلي بأمراض الكذب والتزوير وعدم الحيادية وكثرة فترات للهو الفارغة , ناهيك عن اللحن والأخطاء النحوية المتكررة.
- 6- البيث التلفزيوني:- بكلا نوعيه الأرضي والفضائي والأخير أخطر , ويعتبر التلفزيون من أخطر وسائل الإعلام على الإطلاق , فهو يمتلك الكثير من جوانب التأثير على المتلقي من مؤثرات مرئية وصوتية وغيرها ; مما تجعل المتلقي يتبنى بسهولة الرأي الذي يتم طرحه أو على الأقل يتأثر لا شعورياً به , وبالتالي فإن انتشار الأخطاء الغوية فيها يكون أسرع وأخطر .
- 7- الإنترنت:- وهذه الوسيلة لا تقل خطورة عن البيث التلفزيوني وهي في نمو مستمر ومخيف وأخطر ما فيها فقدان الرقابة وتختلف عن سابقتها في إمكانية دخول المنافسة فيها دون تكلفة مادية ضخمة , ولكن رغم شيوعها في وسط المثقفين , وإمدادهم بكثير من المعلومات إلا أنه يجب الحذر من ذلك كل الحذر , والتنبه إلى المصادر الموثوق بها , والأخذ عنها .
- هذه هي أهم وسائل الإعلام المتداولة في الوقت الحاضر باختصار ولا ننسى أن نضيف لها وسائل أخرى تؤدي الوظيفة الإعلامية كالسينما والمسرح والشرائط الصوتية والمرئية والأقراص المدمجة , وغيرها . (16)

ثانياً : ما يحتاجه الإعلاميون من اللغويين .

يرى الإعلاميون أن هناك تقصيراً كبيراً في جميع المؤسسات التعليمية تجاه اللغة العربية الفصحى من حيث الممارسة الفعلية داخل هذه المؤسسات , وهم الأولى بذلك , ومن حيث المواكبة المستمرة لكل متطلبات العصر , وتذليل بعض الصعوبات التي تواجه الناطقين باللغة العربية , ولا سيما في بعض الأوزان الصرفية التي ليس لها كلمات مستعملة في يومنا هذا , ومن حيث جودة الخريجين من الأقسام ذات الصلة باللغة العربية , ولا سيما كليات الإعلام .

ويرون أن ما تميز به البعض في هذه المجالات لا يعود إلى تميز هذه المؤسسات التعليمية , وإنما يعود إلى الجهد الفردي المبذول على تنمية الذات , وبلغة أخرى هم يرون أنه لا يوجد نظام تعليمي فعال بإمكانه أن ينتج لنا أجيالاً متميزين لغوياً ; لأن فاقده الشيء لا يعطيه ...

وإذا كان الإعلاميون يرون أن هناك تقصيراً كبيراً في جميع المؤسسات التعليمية تجاه اللغة العربية الفصحى , فإن هناك من يرى أن المؤسسات التعليمية لا يمكن أن تحمل وحدها ثقل هذه المسؤولية من نشر المصطلحات العلمية وتوحيدها , وتعريبها وما إلى ذلك ... , بل تحتاج إلى عضد مؤسسات أخرى تعمل بجانبها على حمل هذه المسؤولية , لأننا في المجتمعات العربية نجد المتعلم والامي , بل إن لغة الشارع تختلف عن لغة التعليم " .. فكانت لغة الإعلام .. الموجهة إلى جماهير الأمة , من متعلمين وأميين , تمثل مستوى من مستويات اللغة الفصحى للتعبير عن معاني الحياة الجديدة في تحولها إلى متطلبات الحياة العصرية .. وما تشيعه من مفردات ومصطلحات علمية وحضارية جديدة .. فمن المفترض أن تتضافر الجهود لوضع المصطلحات الجديدة وتوحيدها في الوطن العربي كي تحفظ العربية الفصحى بدوام وحدتها لغة للحياة والفكر والعلم والعقيدة والإعلام (18)

إن الحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل (الدلالة) فعلماء اللغة يعنون بعلم (الدلالة) وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة، ومستقبلها حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك، ولا تسقط الرسالة خارجه. ويمثل (اللفظ) وهو: " ما يتلفظ به الإنسان، مهماً كان أو مستعملاً.. فعلى الرغم من دلالة الإشارة، أو الرسم على المعاني أحياناً، وعلى الرغم من وصول المعاني في أحيان أخرى إلى الإنسان نتيجة للتأمل، والتفكير، يظل (اللفظ) صاحب السيادة، لأنه يتقدم سائر أشكال الدلالات وفي اللغة لا يقوم اللفظ بمفرده بالاتصال لأن السياق هو الذي يعين قيمة الكلمة، ويحدد معناها تحديداً مؤقتاً، ويفرض قيمة واحدة بعينها على الرغم من المعاني المتنوعة التي في وسعها أن تدل عليها(19).

ومن بين العناصر الأساسية التي يرنو الإعلاميون إلى أن يبادر اللغويون العرب إلى القيام أو الإسهام بها هي:

1. تجويد الأداء اللغوي

فينبغي على اللغويين العرب أن يقوموا بمهمة النهوض بمستوى دراسات الأداء اللغوي بالعربية عبر الإذاعة والتلفزيون والسينما والإسهام في تحديد ما يستلزمه الإلقاء ومجمل أنماط التعبير الصوتي، في وقت يتزايد إحساس الإعلاميين العرب بالحاجة إلى أن يكون أداءهم اللغوي مقنعاً وجميلاً عبر هذه الوسائل التي تتطور باستمرار ويشد التنافس فيما بينهما ليس على المستويات الوطنية الإقليمية فحسب، بل على المستوى الدولي أيضاً (20).

ولعل التقنيات الحديثة تساعد في القيام بمثل هذه المهمة، فنحن نرى أن أقسام اللغة العربية في كثير من الكليات، بل وبعض كليات الإعلام تعاني من نقص الأجهزة الحديثة لقياس نبر الصوت وذبذباته... بالرغم من وجود مثل ذلك في الأقسام الأخرى، كقسم الإنجليزي والفرنسي مثلاً.

2. معجزة العربية الجديدة ولغة الإعلام

مع أن المعجم مستودع للمفردات اللغوية، إلا أنه يحمل مؤشرات مهمة على المستوى الثقافي والحضاري للمجتمع ما دام قد وضع بلغة عصره، وبوجه عام فإن تطور لغة الإعلام يتطلب إثراء للمفردات، على أساس أن المستجدات في المجال الواقعي والمعنوي والعاطفي تتطلب تسميات جديدة: أي مفردات لغوية يحمل وجودها في هذه اللغة أو تلك مشاركة مستخدميها بشيء من خصائص العصر، لذا يعد نوع وحجم المعجم مؤشراً على تلك المشاركة، كما أن تطور لغة الإعلام يتطلب تقليصاً في القواعد النحوية مع الحفاظ على الأسلوب قوةً، وجمالاً، ووضوحاً، وهذا ما تقتضيه لغة الإعلام (21).

وقد أكد مجمع اللغة العربية الأردني على اتصاف اللغة العربية بسعة معجمها، وبين أن سبب هذه السعة يعود إلى احتواء المعاجم العربية كل الكلمات التي استعملت خلال تاريخها من غير تمييز للمستعمل منها في فترة معينة من المستعمل في غيرها(22).

ولهذا فإنه يتوقع من اللغويين العرب أن يقوموا بجهد في هذا الإطار لتذليل الصعوبات أمام الإعلاميين في هذا الجانب الحيوي اليومي، وذلك بعمل معاجم حديثة أو على الأقل القيام بتصنيفات للمعاجم القديمة، وهو باب واسع في الدراسات اللغوية، وفي حاجة للمزيد من البحث والدراسة، ولسوف توتي مثل هذه الأعمال ثمارها عاجلاً؛ لأن اللغة العربية في أغلبها الأعم متداول بين جميع الشعوب العربية ما خلا تعبيرات وألفاظ يختص كل قطر ببعض منها، وهذا يعود إلى الأثر الكبير للقرآن الكريم في المحافظة على هذه اللغة المكرمة.

وكثيراً ما يعيب الإعلاميون على اللغة العربية بوجود "الأضداد"، أو ما ينسب إلى العربية من كون الكلمة تعني أحياناً الشيء وضده؛ وذلك مثل "خائف" التي تعني الفاعل والمفعول، و"باع" بمعنى "باع" و"اشتري"، إلى غير ذلك.

ويُرد على ذلك بالقول أن هذه الظاهرة موجودة في اللغات الأخرى. ومن ذلك في الإنجليزية كلمة rent التي تدل على "أجر" و"استأجر". ويعرض لهذه الظاهرة في التركيب كذلك، كدلالة "الواو" على العطف وعلى التخيير، فمثل هذه الظاهرة موجودة في اللغات كلها وإن كان ذلك

بنسب متفاوتة، فيجب ألا تؤخذ دليلاً على شيء له علاقة "بعقل" المتكلمين لهذه اللغات. ويجب أن تفسر تفسيراً لغوياً بوصفها نتيجة لتطورات لغوية أو للتوسع المجازي أو غير ذلك(23).

3. إنماء الثروة اللغوية

تقتضي مساندة اللغة لمتطلبات الحياة باستمرار نمو وتطور ألفاظها وتركيبها، مع التمكن من استخدامها في الاتصال بكفاءة، واستثمار قدرتها في الاشتقاق والنحت والزيادة والاقتراض تمكيناً لها من التعبير عن دلالات وإيحاءات أكبر وأدق، ويجد الإعلاميون أنهم لم ينتفعوا، بقدر كاف من ظواهر لغوية في العربية كظاهرة الترادف - مثلاً - فمع أن أغلب المترادفات تحمل دلالات وإيحاءات فيها قدر من التباين ضمن معنى عام، إلا أنه يشيع في لغة الإعلام استخدام الكلمة الواحدة للإشارة إلى المعنى العام دون مراعاة لضرورات التنوع في الكلمات والنص الذي يعد من مطالب الوضوح والجمال والدقة (24).

ونستطيع - بلا تردد - أن نرد على ذلك بأن كلامهم في ذلك صحيح في جانب إنماء الثروة اللغوية من خلال الاشتقاق والتصريف والتعريب.... ولا بد من القيام بهذا الدور، ولكن الكلام عن الترادف وأنه يمثل مشكلة، فلا نوافق على ذلك؛ لأن تلك ميزة وليست عيباً، فإن مما يميز اللغة العربية ظاهرة الترادف، والتي تدل على سعة اللغة العربية وثرانها كما ونوعاً، فواقع الأمر في ذلك يحتاج إلى المزيد من القراءة الاطلاع من قبل الإعلاميين؛ ليتسنى لهم فهم تلك اللغة ودلالاتها وإيحاءاتها، وإن كنا في الوقت نفسه نطالب بمزيد من الدراسات اللغوية الحديثة لخدمة هذا الجانب، كما خدمه الأقدمون من أمثال العلامة ابن جني وغيره....

4. تحديد معايير مرنة للصواب والخطأ

يحرص الإعلاميون على أن تكون لغتهم سليمة ودقيقة ومعبرة وجميلة إلا أنهم يجدون، في الوقت نفسه تياراً قوياً يتابع حركة أقلامهم وألسنتهم حيث يحاول بعض اللغويين اتهام لغة الإعلام بأنها مليئة بالأخطاء، وهذا الاتهام لم يكن وليد الواقع الحاضر فحسب، إذ يبدو أنه اتضح بشكل بارز منذ ظهور الصحافة في الوطن العربي وخروج الأسلوب اللغوي فيها عن بعض ما هو مألوف في التركيب اللغوي، حيث انبرى بعض اللغويين لملاحقة الصحفيين في لغتهم وتبيان الأغلط فيها(25).

وهنا نجد أن الإعلاميين يتلملمون وينذرون من نقد اللغويين لهم، ويطالبون بمعايير مرنة وواضحة للصواب والخطأ، وهم محقون في ذلك طبعاً، فالنقد اللغوي يختلف عن النقد الأدبي، حيث ينبغي أن تسود الموضوعية والدقة في النقد اللغوي للإعلام، فليس لديهم خيارات كثيرة كما في النقد الأدبي.

5. التقليل من التشويش واللبس

يرى الإعلاميون أن هناك تشويشاً ولبساً يحدث عند الجماهير في فهم الرسائل الاتصالية، ولا دخل للإعلام به، بل يعود بالأساس لعوامل نفسية واجتماعية، فقد أوضحت دراسات اتصالية ميدانية عديدة أن نسبة سوء فهم الناس للرسائل الاتصالية التي هي أشكال لغوية، لا يقوم على أساس موضوعي - في الغالب - بل تلعب عوامل نفسية واجتماعية دوراً حتى ينتهي الإدراك إلى فهم بشكل من الأشكال، وبالرغم من أن الإعلاميين يعملون على ما يزيل اللبس ويقلل من الخطأ في فهم الناس لما يضعون من رسائل اتصالية، فإنهم يجدون أن اللغويين لم يسهموا بنصيب معهم في هذا المجال.. كما يرون أن اشتغالهم في معزل عن اللغويين لا يحقق الهدف المبتغى.(26)

ونحن نرى أن ذلك يحدث فعلاً، وإن كان الإعلام يتحمل النصيب الأكبر من اللوم في ذلك، فإننا في الوقت نفسه لن نقع فيما وقع الإعلاميون من خطأ، وهو تحميل اللغويين الخطأ الأكبر، بل لا بد من تضافر جميع الجهود من المؤسسات الإعلامية واللغوية، وكذا الاجتماعية والنفسية لمنع اللبس أو التشويش في فهم الرسائل الاتصالية أو على الأقل التقليل منها.

6. مواجهة الغلو في استخدام العامية

إن سيادة اللغة الدارجة (العامية) في أكبر وسائل الاتصال انتشاراً يشكل ثغرة واسعة في " لغة الإعلام " حيث إن هذا المستوى اللغوي، باعتباره فصيحاً يكاد يتضح في الصحف والكتب وفي بعض البرامج الإذاعية والتلفزيونية فقط ، بينما تبدو الغلبة للعامية في غيرها من الوسائل، وينجم عن هذا الوضع اللغوي في الوطن العربي مشكلات لغوية واجتماعية وإعلامية (27) وستظل مشكلة التحدث بالعامية متقادمة بين اللغويين والإعلاميين، كل يهتم الآخر بالضلوع فيها، أو على الأقل عدم العمل الجدي على إيجاد الحلول المناسبة لها، فبينما يعيب اللغويون على الإعلاميين التمادي في استخدام العامية، ونشرها بين الناس عن طريق الإعلام، والوقوع في الكثير من أخطاء اللغوية والنحوية والأسلوبية ، وبالتالي نشر هذه الأخطاء بين الناس الذين ينظرون إليهم نظرة المثل والقوة، فإن الإعلاميين يعيبون على اللغويين عدم التدخل اللغوي لبسط لغة وسيطة ميسرة وفصيحة لمواجهة العامية بل العاميات واللهجات المختلفة، والعمل الجدي على القضاء أو الحد من الازدواجية اللغوية التي تقود إلى ازدواجية في التفكير، وبالتالي لبس في فهم المعنى المراد، ناهيك عن الوقت والجهد الضائعين في ذلك، مما يعد ثروة مهدرة، ويطالبون اللغويين بأن يكونوا القوة والمثل في التمسك بالحديث بالفصحى في قاعات العلم، ونشر ذلك بين طلابهم...

ومهما يكن من أمر فإنه ينبغي التأكيد على أن الكثير من الإعلاميين يحرص على أن تكون لغتهم سليمة ودقيقة ومعبرة وجميلة ؛ لأنهم يبحثون دائماً عن الأجود، والأسرع في إيصال الرسائل الاتصالية للجماهير في يسر وسهولة، وإن كانوا يسعون إلى الكمال، من خلال قيام كل ذي صلة بعمله على أكمل وجه، فإن الصراع أو التنافس بين الإعلاميين واللغويين سيظل مستمراً من أجل رسالة إعلامية ذات جودة عالية، والمستفيد في النهاية هو المتلقي...

ثالثاً : ما يطلبه اللغويون من الإعلاميين .

ينظر اللغويون إلى الإعلام بداية نظرة إيجابية؛ نظراً لما يقوم به الإعلاميون من نشر للغة ، وترويج لها ! وإلا لأصبحت اللغة حبيسة قاعات العلم، ولفقدت مروجاً أساسياً لها، وهم في هذا الأمر يقصدون المروج الأمين للغة السليمة الخالية من الأخطاء والشوائب، وإلا لكانت الكارثة الكبرى إن جاء هذا الترويج والاستعمال خاطئاً ومشوشاً... وهنا يقف اللغويون للإعلام بالمرصاد مخافة ترسيخ لغة ضعيفة ومشوهة عند المتلقي، وستظل تضعف وتتشوه إلى أن يُصعب بعدها الترقية أو التصويب ... وهم في الوقت نفسه لا يجدون غضاضة أن يذكروا مآثر الإعلام والإعلاميين في تذليل بعض العقبات في طريق استخدام الفصحى كلغة تعامل يومي من خلال بعض البرامج والقنوات، وإن كانت قليلة، بل قليلة جداً.

ومما يطلبه اللغويون من الإعلاميين الأمور التالية:

- 1- يجب ألا يشغل وظيفة إعلامي ، ويعني به الصحفي والمذيع في الراديو والتلفاز إلا من كان جديراً بهذا العمل ، وذلك باجتيازه امتحانات جادة تبين عن شخصيته وقدراته.
- 2- إصدار معجم إعلامي لغوي شامل : يضم الأخطاء التي تشيع بين الإعلاميين ، مع بيان علة الخطأ وصورة الصواب ، وكذلك معجم يشمل الأعلام العربية والأعجمية ، والألفاظ والعبارات التي يحتاج إليها الإعلامي أكثر من غيرها .
- 3- مراقبة الإعلانات مراقبة جادة ، وعدم السماح بعرضها إلا إذا كانت بالعربية الفصحى ، ملتزمة بعدم الخروج عن ديننا ، وقيمنا الروحية والأخلاقية.(27)

4- تحري الدقة والسلامة اللغوية عند الوصف ، فقد تميزت اللغة العربية عن غيرها من اللغات بهذا الجانب من حيث الضبط مما أثرى ألفاظ العربية، فمن ضرورب الدقة ما يظهر في اقتران الألفاظ بعضها ببعض، فقد خصص العرب ألفاظاً لألفاظ ، وقرنوا كلمات بأخرى ولم يقرنوها بغيرها ولو كان المعنى واحداً. فقد قالوا في وصف شدة الشيء : ريح عاصف - برد قارس - حر لافح .

وفي وصف اللين : فراش وثير - ثوب لين - بشرة ناعمة - غصن لدن . وكذلك في الوصف بالامتلاء، والوصف بالجدة، والوصف بالمهارة في الكتابة والخطابة والطب، والصنعة ووصف الشيء بالارتفاع الحقيقي أو المجازي وغيرها، وكثيراً ما يحتاج المتكلم إلى أن ينقل إلى مخاطبه هذه المعاني والصور متلازمة مقترنة ليكون أصدق تصويراً وأدق تعبيراً وأقدر على حصر الصورة المنقولة وتحديدها (28).

5- عدم اللحن، ويقصد به معرفة قواعد الصرف والنحو، فما أكثر ما يقع فيه الإعلاميون في ذلك! وهم يمثلون القدوة والمثل في حسن الضبط والصيغة، وقد حذر العلماء وأهل اللغة من ذلك قديماً وحديثاً، وما أحسن ما قاله الشاعر في وصف من يلحن في لفظه:

يُفِي عَلَى الْمَرْفُوعِ صَخْرَةَ جَهْلِهِ

فَيَصِيرُ تَحْتَ لِسَانِهِ مَجْرُورًا

وَيَبَالُ مِنْ لُغَةِ الْكِتَابِ تَدْمُرًا

مِنْهَا وَيَكْتُبُ فِي الْفَرَاعِ سَطُورًا

وَرَأَيْتُ مَبْهُورًا بِذَلِكَ كَلِّهِ

فَرَجِمْتُ ذَاكَ الْجَاهِلَ الْمَعْرُورًا

وَعَلِمْتُ أَنَّ الْعَقْلَ فِينَا قِسْمَةٌ

وَاللَّهُ قَدَّرَ أَمْرَنَا تَقْدِيرًا (29)

فكثرة الأخطاء اللغوية والنحوية والصرفية في العربية الفصحى التي تستخدم في بعض البرامج التي تزداد بالفصحى ليست بأقل خطورة من البرامج العامية، بل إن بعضها أشد خطراً وأوقع أثراً من كثير مما يعد بالعامية، ذلك أن الملتقى يتوقع أن يسمع في هذه البرامج لغة فصحى لا تشوبها شائبة من لحن أو خطأ، فيرعها سمعه، ويأخذ عنها لغته بسلامة نية وحسن طوية، دون أن يخطر في باله ما تحمله من أذى على لغته وسليقته، ويبدو الأمر أكثر حرجاً وخطورة في نوعين من أنواع البرامج الإعلامية (30).

فينبغي ليس فقط على الإعلاميين، بل لكل من له علاقة بالجمهور ويتعامل معهم مباشرة لغوياً أن يدرس جيداً قواعد النحو والصرف، ويزيد على ذلك في حالة الكتابة تعلم قواعد الإملاء الصحيحة، ويعتبر النحو الوظيفي (Functional grammar) الذي اقترحه سيمون ديك في السنوات الأخيرة، النظرية الوظيفية التداولية الأكثر استجابة لشروط التنظير من جهة وللمقتضيات " النمذجة " للظواهر اللغوية من جهة أخرى كما يمتاز النحو الوظيفي على غيره من النظريات التداولية بنوعية مصادره (31).

6- التزام الحديث بالعربية الفصحى الميسرة، أو ما يسميها البعض اللغة الوسطى، فلقد لوحظ استخدام العامية الدارجة في كثير من وسائل الإعلام، ولا سيما المسموعة والمرئية، ويقلق اللغويون من انتشار العامية الدارجة، ولهم في ذلك أسباب منها: أن العامية المنتشرة في أرجاء الوطن العربي لا تجمعها قواعد مشتركة، وإنما تطورت على وفق ظروف بيئية وجغرافية، وتختلف في مدى قربها، وابتعادها عن اللغة الأم الفصحى. (32)

وهناك خطر كبير من جراء ذلك يهدد كيان الأمة وتماسكها وقد يؤدي إلى تمزيق أوصالها لا قدر الله، وذلك حال الاستمرار في استخدام كل قطر عربي للغته الدارجة، وهذا ما حذر منه المصلحون في أوائل القرن العشرين عندما أراد البعض من أبناء الأمة- مدفوعاً من المستعمر - لإحلال العامية الدارجة مكان الفصحى تحت دعاوى باطلة! ومن هذا الصنف محاولات التخطيط اللغوي في مصر التي قام بها بعض المديرين الإنجليز لإحلال اللهجة المصرية محل اللغة العربية الفصحى، ومحاولات سلامة موسى وسعيد عقل وآخرين. (33).

وهناك من يبرر الوقوع في فخ العامية من قبل بعض المذيعين العرب فيقول: لأنهم يعتمدون الفصاحة التي ليست جزءاً من لغتهم الدارجة!! (34)، ولا ندري على من يعيب هذا التقصير! ويجمل بعضهم أسباب رفضه للعامية فيقول: إن رفضنا للعامية ينطلق من جملة أمور أهمها :

1. إن (العامية) لا تصلح أن تكون لغة إعلامية ، لأنها فقيرة ، ومضطربة كل الاضطراب في قواعدها ، وأساليبها ، ومعاني ألفاظها ، وتحديد وظائف الكلمات في جملها .
 2. إن (العامية) لا علاقة لها بالفصحى ، لأنها خالية من كثير من مواصفاتها، وفي هذا المثل الذي يذكره أحد المستشرقين خير دليل على ذلك، يقول المستشرق مورين: (لقد تعلمت العربية في إيطاليا، ثم أقمت زمناً في ليبيا، وفي مصر، وفي السودان، والعراق ، فواجهتني مشقة اختلاف اللهجات ، وصعوبة التفاهم بها . إذا قلت لعربي في بنغازي : أعطيني شراباً ، ثم قلت ذلك لعربي في طرابلس ، أعطاني أحدهما مشروباً ، وأعطاني الآخر جورباً .
 3. ربما كان من أسباب إهمال اللهجات العربية، وعدم تسجيلها، منذ عصور الفصحى أن الدولة العربية حينما اتسعت، كان لابد من ضمان لوحدها، والقضاء على عوامل الفرقة فيها .
 4. إن الدعوة إلى العامية في عصرنا هذا ، الذي تواجه فيه الأمة العربية تحدياً حضارياً ، ومصيرياً دعوة شعوبية تعني من الوجهة السياسية تفكيك وحدة الأمة العربية (35).
- ولا يطلب اللغويون من الإعلاميين مجرد استخدام العربية الفصحى في كتاباتهم وأحاديثهم، بل الأمر يتخطى ذلك بكثير، إذ لابد من أن يكون للإعلام رسالة أسمى وهدف أعظم كما ذكر الدكتور البكاء: "المطلوب من الإعلام اليوم هو الحفاظ على نضارة هذه اللغة ، وتجديد شبابها ، ورفع الحيف الذي لحق بها من خلال التجاوز على أسسها وقواعدها" (36) .
- ولا شك أن التزام مقدمي البرامج بالحديث بالفصحى يقدم نموذجاً صالحاً للاقتداء به ، كما أنه يمثل سمة مهمة من سمات الشخصية الإعلامية، فمن الواجب استعمال لغة فصحة سهلة بحيث تحقق أهداف البرامج الخاصة والعامية التي يجب أن يكون منها تأسيس خطاب إعلامي راق تقدم مادته بالفصحى السهلة المفهومة ، والإعلاميون إما مقصرون إذا علم عنهم قدرتهم على الأداء بالفصحى ولم يستعملوها ، أو عاجزون عن استعمال الفصحى ، ومن ثم يصنفون في إطار هذا العجز. (37)

ولا ينكر كثير من اللغويين فضل الإعلام الهادف، صاحب الرسالة، ولا فضل الإعلاميين النابهين، الفاطنين إلى عظم دورهم، والغيورين على لغتهم الأم، فإليهم يرجع الفضل في حياة بعض المفردات العربية، وشيوع استخدامها بين الناس، وكانوا درعا قويا في وجه من أرادوا جعل العامية لغة للصحافة والإعلام أو التحدث والكتابة بلغة أخرى تحت أي ذريعة ...

رابعاً : دور كليات الإعلام في المحافظة على اللغة العربية

أثناء إعدادنا لهذه الورقة البحثية، كنا نتساءل أين دور كليات الإعلام من مثل هذه السقطات؟! وما جهود القائمين عليها للقضاء على مظاهر الضعف المتمثلة في الأخطاء النحوية والصرفية والدلالية، والتماذي في استخدام العامية، والتي أصبحت متكررة كل يوم وتؤدي أسماعنا وأبصارنا، وتذكرت ما استمعت إليه مرة من للدكتور عبده الراجحي العالم اللغوي المعروف وهو يقول: عندما أستمع إلى من يلحن في اللغة، أشعر وكأن أحداً يقذفني بحجر في رأسي !

فهل تقوم كليات الإعلام، وكذا أقسام اللغة العربية في الكليات الأخرى – هناك نسبة لا بأس بها من الإعلاميين من خريجي كليات الآداب قسم اللغة العربية - بما يجب أن تقوم به من حسن إعداد لطلابها، وتوفير الأجهزة وأماكن التدريب المناسبة لهم؟

يقول الدكتور صالح عبد العظيم : " إنَّ الناظرَ إلى وسائل الإعلام من داخل الجامعة، أعني: كليات الإعلام خصوصاً، وعلى مستوى مصر على سبيل المثال يجد تبايناً واضحاً بين مقررات كليات التعليم العام وكليات التعليم الخاص فيها، ولناخذ كلية الإعلام بجامعة القاهرة مثلاً للتعليم العام، فقسم الصحافة فيها يتطلب لدرجة البكالوريوس دراسة تسعة وعشرين مقرراً، ليس من بينها مقرر واحد يخص قواعد اللغة العربية، على حين أن الترجمة الصحفية تحتل ثلاثة مقررات! (38)

في دراسة قام بها المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج بالكويت 2012/1433 تحت عنوان: (واقع استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام بالدول الأعضاء بمكتب التربية لدول الخليج) أظهرت النتائج أن تكرار المذيعين والمقدمين للأخطاء اللغوية عند تقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية يعود إلى الأسباب التالية: ضعف المذيعين لغويا , عدم اهتمام المقدمين باللغة العربية , وقلة الدورات التدريبية , وعدم القراءة المسبقة للنص... (39)

وإنما يعود الضعف اللغوي عند المذيعين لضعف إعدادهم في كليات الإعلام ونظائرها , وهذا يدعونا إلى إعادة النظر في مناهج كليات الإعلام , ومنظومتها بشكل عام , وعمل اختبارات قبل دخولها , وأخرى قبل تسلم العمل ; وذلك لجسامة هذا العمل وخطورته , لهذا فنحن نثمن كل الجهود التي تقوم بها كليات الإعلام أو وزارات الإعلام أو أية مؤسسات أخرى لخدمة اللغة العربية لغة القرآن.

وفي دراسة عن واقع اللغة العربية في كليات الإعلام (دراسة تطبيقية على الجامعات الإماراتية) وقد تم أخذ عينة من جامعة عجمان والشارقة والجزيرة في ديسمبر 2012 م . أظهرت الدراسة ضعفاً واضحاً في اللغة العربية , وأرجعت ذلك إلى عدة أمور من بينها: أن تعليم اللغة العربية يحتاج إلى تحديث أدوات وطرق التعليم , الحاجة الماسة إلى مدرسين أكفاء , العمل على وضع منهج ميسر لتعليم اللغة العربية للإعلام فقط يتضمن اللغة الوظيفية , وأكدت الدراسة على أنه من الضروري أن يتحلى طلبة وخريجو الإعلام بالقدرات اللغوية التي تساعدهم على إيصال المعلومات للرأي العام , موضحين أن وظيفة الإعلام لا تقتصر على الأخبار , وإنما أيضاً على التوعية والتثقيف ; لأن هذه الوظيفة من أسمى وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية (40).

وفي حلقة نقاشية عن «الواقع المتردي لاستخدام اللغة العربية في الإعلام العربي والخليجي» طالب الدكتور عبد الله ناصر الحمود الأستاذ المشارك في قسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية , بدعم برامج تبادل البرامج الناجحة بين دول المجلس , وبخاصة تلك التي تضع من اللغة العربية الفصحى منهجية لها . كما أنه من المهم تدريب وتأهيل الإعلاميين الخليجيين وبالذات المعدين ومقدمي البرامج , وأن تكون الإجابة التامة للغة العربية أحد شروط القبول في أقسام الإعلام في الجامعات الخليجية . (41).

ولمعالجة هذا الخلل , ولو بطريقة سريعة وجزئية قامت كلية الإعلام بجامعة القاهرة في 7 مارس 2010م - بتنظيم مؤتمر علمياً موسعاً , استمرّ لمدة ثلاثة أيام , بعنوان: "العلاقة بين الإعلام واللغة العربية" , في سبع جلسات , ناقشت الأولى "الإعلام العربي بين هيمنة اللغات الأجنبية واللهجات المحلية" , أما الثانية فدارت حول "أثر الانفتاح الإعلامي والعولمة على لغة الإعلام العربي" , وانعكاسات ذلك على الخطاب اللغوي الجماهيري" , في حين كانت الثالثة بعنوان "الإعلام والحفاظ على اللغات الأم: تجارب وخبرات إقليمية وعالمية" , ودارت الجلسة الرابعة حول "دور اللغة العربية في تطوير الخطاب الإعلامي .. الواقع والمأمول" , والخامسة عن "العلاقة بين لغة الإعلام العربي والتواصل الثقافي والحضاري" , وبحثت الجلسة السادسة موضوع "دور معاهد وكليات التأهيل الإعلامي في تعليم اللغة العربية" , أما الجلسة السابعة فقد ناقشت "الواقع الراهن للغة العربية الفصحى في برامج أجهزة الإعلام الجماهيري , وكيف يمكن تطويره" (42)

وقد خرج المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بتوصيات من أهمها: ضرورة العناية بمفهوم التربية الإعلامية في مراحل العملية التعليمية , واقتراح اعتماد مقرر (التربية الإعلامية) دراسياً (43).

ونحن نلاحظ من خلال الدراسات والندوات السابقة استشعار خطورة تردي اللغة الإعلامية في إعلامنا بشتى أنواعه , وقد بينت تلك الدراسات أسباباً لهذا التردي منها: ضعف المذيعين اللغوي , عدم تأهيل الإعلاميين وتدريبهم , وإعدادهم الأعداد اللازم لتلك المهمة الجسيمة , وكما يقول البعض إن الاعتراف بمشكلة نصف حلها , فنحن إذ نؤكد على أهمية هذا الجهد المشكور

فإننا لا بد أن نأخذ خطوات عملية للقضاء على هذا الخلل، والعمل الجاد على بناء منظومة تعليمية وإعلامية، تكون قاطرة لتقدم الأمة ونهضتها.

ولن نفقد الأمل في الإصلاح الذي سنظل نلح عليه، فلعلاً تلك المؤتمرات تكون بداية لتطوير جذري في مناهج كليات الإعلام، ونأمل أن تحذو جميع الكليات ذات الصلة بالوطن العربي حذوها، بحيث تعود العلاقة الطبيعية بين الإعلام واللغة العربية، وحينها ستكون النتائج مذهلة، وثمارها يانعة بإذن الله تعالى.

خامساً : ثمرة التعاون بين الإعلاميين واللغويين .

إذا كنا نتحدث عن الاستثمار في اللغة العربية على مستوى الإعلام، وتحديداً عن علاقة الإعلام باللغة العربية، وبيننا في الصفحات السابقة تلك العلاقة من حيث التأثير والتأثر، ومن حيث السلبيات والإيجابيات، فيجدر بنا أن نبين ثمرة التعاون بين الإعلاميين واللغويين أو أثر التعاون المثمر بين الإعلام واللغة.

إذا كانت اللغة - كما ذكر سابقاً - وسيلة إنسانية لتوصيل الأفكار، والانفعالات، والرغبات عن طريق نظام من الرموز التي تصدر بطريقة إرادية، والإعلام يعني التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبأساليب المشروعة؛ فإن التعاون بينها سيثمر نتائج مبهرة.

للإعلام أثر قوي في تنمية الثروة اللغوية لدى المتكلمين وإثراء معجمهم اللغوي فلا يكاد يخلو بيت اليوم في البلاد العربية من وجود تلفاز أو مذياع والتلفاز أشد تأثيراً في الجمهور من الإذاعة المسموعة ومن وسائل النشر المكتوبة، وهو من أهم وسائل التعليمية والتربوية واللغوية في حياة الأطفال الذين يجلسون ساعات طويلة أمامه أكثر مما يجلسون مع آبائهم وأمهاتهم وفي مدارسهم فهو المربي المفضل لديهم، وهو الرفيق الذي يستمتع وهو يحتوي على ثلاثة ركائز قوية : صورة مرئية، كلمة مسموعة، حركة متتابعة(44)

وقد أدى انتشار الصحافة إلى ظهور تعبيرات وألفاظ خاصة في زماننا هذا يراد بها تجنب استعمال الألفاظ اللغوية الأصلية للمعاني، ووضع تعبيرات تكون أخف وقعاً على مسامع الجماهير والقراء، مع أنها تدل على المعاني الأصلية بطريقة ملطفة ومخففة، وقد تكون تلك العبارات من وضع الجهات المسؤولة أو من إحياءاتها، كما قد تكون من وضع الصحافة نفسها.. وذلك مثل : (تحريك الأسعار) ويقصدون زيادتها، و (الرأي الآخر) ويقصدون المعارضة، و(التحفظ عليهم) ويقصدون المقبوض عليهم، و(النكسة) ويقصدون الهزيمة، و(السلبيات) ويقصدون الأخطاء، و(التجاوزات) ويقصدون الجرائم، و(وترشيد الاستهلاك) ويقصدون نقصه وتقليله، و(الدعم) ويقصدون الإعانة... (45)

وهذه التعبيرات الجديدة ثمرة - بلا شك - من ثمرات حسن التعاون اللغوي الإعلامي، فالصحافة ابتكرت التعبيرات الجديدة، واللغويون أفروها واستقبلوها بترحاب لأنها رغم بساطتها فهي فصيحة غير مخالفة للقياس، وبدل ذلك من ناحية أخرى على حيوية اللغة العربية، ومرونتها، وقبولها للتطور والنمو، كما كانت دائماً، وستظل بحول الله تعالى .

وثمرة جديدة من ثمار التعاون بين الإعلاميين واللغويين، فلقد استطاعت بعض وسائل الإعلام أن تنتشر مصطلحات وألفاظاً عربية محدثة للتعبير عن المخترعات والمفاهيم العلمية الجديدة بدلاً من المصطلحات الأجنبية، ونجحت في ذلك نجاحاً كبيراً، وما كان ذلك ليحدث، لولا الترويج الإيجابي لتلك المصطلحات التي وضعها اللغويون من خلال المجامع اللغوية العربية المختلفة، ومن ذلك: بريد بدلاً من (بوسته)، وشرطة بدلاً من (بوليس)، وفندق بدلاً من (أوتيل)، ومصرف بدلاً من (بنك)، وجرثومة بدلاً من ميكروب... (46)

كما أضاف الإعلام تعبيرات ومصطلحات جديدة إلى اللغة العربية في مختلف المجالات، واحتفى اللغويون بها واستقبلوها استقبالا حسنا؛ لأنها أضافت مفردات وتعبيرات جديدة، ولم تخالف القياس، بل أكدت على عبقرية هذه اللغة وقدرتها على التكيف مع كل العصور.

ومنها في المجال السياسي: اللجوء السياسي والإقامة الجبرية، والتطهير العرقي، والإرهاب المستورد، وتهميش دور الأحزاب والحكومة...

ومنها في المجال الاقتصادي: غسيل الأموال، الخصخصة، إعادة الهيكلة، ثقافة السوق، نزيف الأموال، المدخلات، المخرجات، الحساب المصرفي، الأوضاع الاقتصادية المتردية، الازدواج الضريبي، ومعدلات النمو...

ومنها في المجال العلمي: آلة حاسبة، والمحاسب الآلي، والحاسوب، والطاقة المتجددة، والهندسة الوراثية، التلاعب بالجينات، التصحر، مصادر الطاقة البديلة، التقنية الحديثة... (47)

ولقد أسدت وسائل الإعلام إلى كثير من المواطنين خدمات جليلة، حيث كانت الطريق الوحيدة للبعض لمعرفة اللغة العربية، وهي وسيلة من وسائل التواصل اللغوي المهم مع الآخرين.

ويمكننا أن نقرر أن وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، ووسائل الإعلام الجديد قد جعلت المواطنين متصلين باللغة العربية بدءاً من الأخبار إلى المقالات إلى البرامج الثقافية وكل ما يقدم بالعربية من أدب وقضايا ثقافية واجتماعية (48)

وربما من أهم ثمار التعاون بين اللغة العربية والإعلام الجاد، ظهور لغة إعلامية بلغة عربية سميت باللغة الوسطى، أو لغة المثقفين بعيداً عن العامية من ناحية أو التفرع والتنطع من ناحية

أخرى. ويبين أحد خبراء الإعلام مرحل تبلور هذه اللغة، وما واجهها من صعوبات فيقول: لقد قطعت اللغة الإعلامية العربية رحلة طويلة كاملة من أجل أن يتحقق لها شكلها المستقر المتطور

الذي نراها عليه اليوم من خلال صراع الألفاظ والتعبيرات والمصطلحات، من خلال قيود التزمّت والمحافظة ومشاق التعريب والاقْتباس والترجمة، من خلال محاولة الوصول عبر أجهزةتنا الإعلامية المختلفة إلى القارئ والمستمع والمشاهد (49).

وثمرة أخرى من ثمرات التعاون بين أهل اللغة والإعلاميين هو شيوع وتبلور لغة تتميز بالمرونة والحيوية والعمق ويتقبلها الذوق العام، مشتركة كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة ...

فاللغة الإعلامية إذن هي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم

الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب؛ ذلك لأن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع والبيئة تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة، وقد اكتسبت اللغة الإعلامية هذه المرونة من امتياز

اللغة الفصحى بالعمق الذي يجعلها تنبض بالحياة، والذي يقوم على الترجمة الأمانة للمعاني والأفكار والاتساع للألفاظ والتعبيرات الجديدة التي يحكم بصلاحياتها الاستعمال والذوق

والشيوع (50)

ويتوج التعاون بين اللغة العربية وعلمائها، والإعلام ورجاله بسيادة اللغة العربية الفصحى حيث يتم تقريب المسافات بين الناس، واختصار الزمن، وذلك من خلال توحيد اللغة في شتى

المجالات؛ مما يكون له أبعاد الأثر في سرعة الإنجاز، وعدم التخبط، أو اللبس عند صدور أمر ما في مؤسسة من المؤسسات الاقتصادية أو غيرها من المؤسسات، وبالتالي فإن الاستثمار في اللغة

العربية إعلامياً يؤتي ثماراً واعدة في المجال الاقتصادي، وغيره من المجالات.

وبعد... فلعل من أبرز ثمار التعاون بين الإعلام واللغة العربية هو الترويج لليوم العالمي للغة العربية الذي يُحتفل ويُحتفى فيه باللغة العربية، وذلك في 18 كانون الأول / ديسمبر من كل

سنة، فقد تقرر الاحتفال باللغة العربية في هذا التاريخ لكونه اليوم الذي أصدرت فيه الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها رقم 3190، والذي يقر بموجبه إدخال اللغة العربية ضمن اللغات

الرسمية ولغات العمل في الأمم المتحدة، وذلك بعد اقتراح قدمته المملكة المغربية والمملكة العربية السعودية خلال انعقاد الدورة 190 للمجلس التنفيذي لمنظمة اليونسكو (51).

سادساً: جهود وزارات الإعلام في استخدام اللغة العربية في وسائل إعلامها .

ورد في بعض دساتير وزارات الإعلام ؛ التي توقن بأن العربية الفصحى هي وعاء الإسلام ومستودع ثقافته وموئل تراثه ، ما يؤكد على حرص بعض الوزارات في الدول العربية على اللغة العربية ومكانتها عند استخدامها من قبل المذيعين ومقدمي البرامج ومديري الندوات ، وعلى سبيل المثال لا الحصر ما ورد في المادة السابعة عشرة من مواد ميثاق وزارة الثقافة والإعلام السعودية ، من ذلك :

- 1- توجيه الكتاب ومعدّي البرامج إلى الالتزام بقواعد الفصحى في التعبير واستعمال الألفاظ.
 - 2- توجيه المذيعين وغيرهم إلى وجوب استعمال الفصحى والاحتراز من الوقوع في أخطاء النطق والالتزام بقواعد الأداء السليم.
 - 3- تنقية المادة الإعلامية عن كل ما ينال من اللغة الفصحى أو ينفّر منها أو يقلل منها.
 - 4- الارتفاع بلغة البرامج المقدمة باللهجة العامية وإحلال الفصحى المبسطة محل العامية.
 - 5- تشجيع البرامج التي تخدم الفصحى وتقويها وتحببها للنفوس.
 - 6- الإسهام في تعليم الفصحى لغير الناطقين بها وفق أحدث الأساليب العلمية والتربوية.
- هذه المادة السابعة عشرة ، اشتملت على ناحيتين :
- أ- إبراز قيمة اللغة العربية الفصحى ومكانتها.
- ب - الوسائل والأساليب المحققة لها .
- وقد نصت المادة الثالثة من قانون رعاية الثقافة الأردني (رقم 2006/36) أن "تتولى وزارة الثقافة تعزيز الاهتمام باللغة العربية الفصيحة وتوظيفها في مختلف مجالات الحياة ، والمادة (5) منه وتنص على الاهتمام بالوسائل التي يحقق مجمع اللغة العربية من خلالها أهدافه ومن بينها :
- 1- القيام بالدراسات والبحوث المتعلقة باللغة العربية
 - 2- نشر المصطلحات الجديدة التي يتم توحيدها في اللغة العربية بمختلف وسائل الإعلام.(52)

سابعاً : مساحة الإعلان بالفصحى في الإعلام

إن موضوع اللغة العربية والإعلام موضوع مثير للشجون ، متعدد الجوانب ، وهو ذو محاور كثيرة تحتاج إلى ندوات ومؤتمرات عديدة .

إن من الواضح أن اللغة العربية الفصحى تخنق في معظم وسائل الإعلام المسموعة والمرئية بطريقة تشعر بأن بعض القائمين على هذه الأجهزة على عداوة راسخة مع العربية ، إنهم لا يعطونها من الوقت إلا أقل القليل ، ولا يمنحونها من البرامج إلا برامج معينة قد لا يكون الإقبال عليها كثيراً ، ولا يبرزونها للجمهور إلا بطريقة منفرة ؛ فالبرامج التي تقدم فيها الفصحى سيئة الإخراج والتنفيذ، بعيدة عن هموم الناس ونبض حياتهم اليومية ، تلقى فيها اللغة بتكلف ظاهر وتقعر ممجوج .

ومعظم التمثيليات والمسلسلات العربية التي تعرض بالفصحى – أكثرها تاريخي – تمثيلات هزيلة شكلاً ومضموناً ، والانطباع الذي يأخذه المشاهد أو المستمع عنها أنها عنوان للتخلف الذي لم يعد مناسباً لهذا العصر . (53)

يوضح الجدول التالي نسب استخدام كل لغة في نصوص إعلانات التلفزيون السعودي .

النسبة المئوية لاستخدام كل لغة في إعلانات التلفزيون السعودي

النسبة المئوية	نوع اللغة المستخدمة	الترتيب
84.8%	الفصحى الميسرة	1
13.4%	المختلطة " فصحى ، عامية "	2
1.6%	عربية / أجنبية	3

4	لغة أجنبية	0.2 %
5	عاميه	-
المجموع :		100.0

اللغة المستخدمة في إعلانات التلفزيون المصري :
يوضح الجدول التالي نسب استخدام كل لغة في إعلانات التلفزيون المصري :
النسبة المئوية لكل لغة في إعلانات التلفزيون المصري

الترتيب	نوع اللغة المستخدمة	النسبة المئوية
1	الفصحى الميسرة	81.3
2	المختلطة " فصحى ، عاميه "	11.3
3	عربية / أجنبية	3.4
4	لغة أجنبية	2.1
5	عاميه	1.9
المجموع :		100.0

يوضح الجدول التالي نسب استخدام كل لغة في نصوص إعلانات التلفزيون السوداني .

النسبة المئوية لاستخدام كل لغة في إعلانات التلفزيون السوداني

الترتيب	نوع اللغة المستخدمة	النسبة المئوية
1	الفصحى الميسرة	82.8
2	المختلطة " فصحى ، عاميه "	12.3
3	عربية / أجنبية	2.4
4	لغة أجنبية	1.7
5	عاميه	0.8
المجموع		100.0

نسبة استخدام كل لغة في العينة الكلية :

استعرضنا فيما سبق أشكال اللغة المستخدمة في النصوص الإعلانية في إعلانات كل دولة على حده . إضافة إلى نسب استخدام كل شكل منها في نصوص إعلانات كل نوع من أنواع السلع والخدمات المعلن عنها ، ونعرض فيما يلي للنسب الخاصة بالاتجاه العام لكل شكل من أشكال اللغة المستخدمة في العينة الكلية التي تمثل الدول الثلاث ثم نجرى مقارنة بين نسب الاستخدام في هذه الدول .

نسبة استخدام كل لغة في نصوص إعلانات الدول الثلاث

الترتيب	الدولة	مصر %	المملكة %	السودان %	الاتجاه العام %
1	الفصحى الميسرة	81.3	84.8	82.8	83.0
2	المختلطة " فصحى ، عاميه "	11.3	13.4	12.3	12.3
3	عربية / أجنبية	3.4	1.6	2.4	2.5
	لغة أجنبية	2.1	0.2	1.7	1.3
54	عاميه	1.9	صفر	0.8	0.9
	المجموع	100.0	100.0	100.0	100.0

الخاتمة :

تعتبر اللغة الإعلامية هي القاسم المشترك الأعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم الاجتماعية والطبيعية والإنسانية والفنون والآداب وأصبح لزاماً على أجهزة الإعلام أن تسعى للإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً وأن تعمل على تضيق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتاب ، وتفتح الطريق أمام الفصحى لتنتسرب في كل مكان وليكون لها السلطان في التعبير الإعلامي .

وختاماً، ليت المجال يتسع لتفصيل تلك العلاقة القديمة الحديثة بين اللغة والإعلام، ولكن حسبنا ما ذكرنا، وللحق فإن هذه القضية تحتاج إلى دراسات أكثر عمقا وتفصيلا.

التوصيات

- 1- بذل أقصى جهد ممكن لضمان أن يتحدث أهل التربية والإعلام والسياسة بالعربية الفصحى ، ذلك أن اللغة العربية لا تكاد تصافح آذاننا إلا في النادر ، كخطب الجمعة ، ونشرات الأخبار .
- 2- تقديم برامج للأطفال باللغة العربية السليمة من خلال الإعلام المسموع والمرئي.
- 3- يجب ألا يشغل وظيفة إعلامي - ويعني به الصحفي والمذيع في الراديو والتلفاز - إلا من كان جديراً بهذا العمل ، وذلك باجتيازه امتحانات جادة تبين عن شخصيته وقدراته.
- 4- إصدار معجم إعلامي شامل : يضم الأعلام العربية والأعجمية ، والألفاظ والعبارات التي يحتاج إليها الإعلامي أكثر من غيرها . وكذلك الأخطاء التي تشيع بين الإعلاميين ، مع بيان علة الخطأ وصورة الصواب.
- 5- مراقبة الإعلانات مراقبة جادة ، وعدم السماح بعرضها إلا إذا كانت بالعربية الفصحى ، ملتزمة بعدم الخروج عن ديننا ، وقيمنا الروحية والأخلاقية.
- 6- الاهتمام بالملاحق الأدبية في الصحف ، وتخصيص مساحة منها لنصوص تراثية ودروس نحوية ، وعرض الأخطاء الشائعة ، ويكون ذلك بصفة دائمة ثابتة.
- 7- تطوير المجالات والصحف الدينية لتستوفي العناصر الجمالية الفنية في الإخراج ، حتى ترتفع نسبة توزيعها.
- 8- يجب تصدير اللغة العربية لدول العالم الثالث ، وخصوصا الدول التي ترتفع فيها نسبة المسلمين ، ويكون ذلك عن طريق برامج تعليمية مخطط لها بدقة ، تذاع عبر الراديو والقنوات الفضائية.

الهوامش :

* القرآن الكريم , الآية (2) من سورة يوسف
**القرآن الكريم , الآية (9) من سورة الحجر

1. البكاء ، دكتور محمد عبد المطلب ، الإعلام واللغة ، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى 2009 / 1421 ص 12
2. المرجع السابق ، ص 17
3. المعجم الوسيط ، مجمع اللغة العربية ، مكتبة الشروق الدولية ، الطبعة الخامسة ، 2011/1432 ، ص 103
4. د / حمزة عبد الكريم حماد hamza041@yahoo.com
5. شبكة أنا المسلم للحوار الإسلامي <http://www.muslim.org/vb/index>
6. المعجم الوسيط ، مجمع اللغة العربية ، مكتبة الشروق الدولية ، الطبعة الخامسة ، 2011/1432 ، ص 863
7. البكاء ، دكتور محمد عبد المطلب ، الإعلام واللغة ، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى 2009 / 1421 ص 11
8. المرجع السابق ص 12
9. <http://www.atinternational.org/forums/index> موقع الجمعية الدولية لمترجمي العربية
10. شبكة أنا المسلم للحوار الإسلامي <http://www.muslim.org/vb/index>
11. انظر :كتاب المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية 2013 / 1434 ، رقم 3 ، ص 373
12. الهيتي ، دكتور هادي نعمان ، في فلسفة اللغة والإعلام ، الدار الثقافية للنشر ، الطبعة الأولى 2007 / 1428 ص 10
13. المصمودي ، مصطفى ، النظام الإعلامي الجديد ، الطبعة الأولى 1985 / 1406 ص 209
14. <http://bellal.yoo7.com>
15. انظر : المرجع السابق
16. البكاء ، دكتور محمد عبد المطلب ، الإعلام واللغة ، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى 2009 / 1421 ص 17
17. انظر : <http://athroh-al-marjeevia.almountadayat.com>
18. انظر <http://ar.wikipedia.org/wiki>
19. انظر : المرجع السابق
20. الموسوعة العالمية للشعر <http://www.adab.com/>
21. انظر :كتاب المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية 2013 / 1434 ، رقم 5 ، ص 24
22. موسوعة الحديث <http://library.islamweb.net/hadith/index.php>
23. البكاء ، دكتور محمد عبد المطلب ، الإعلام واللغة ، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى 2009 / 1421 ص 44
24. - يوسف ، حسني عبد الجليل ، اللغة العربية بين الأصالة والمعاصرة ، درا الوفاء للطباعة والنشر ، الطبعة الأولى 2009 م ، ص 333
25. انظر : <http://www.gmiza.com/eg/index.php>
26. انظر : كتاب المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية 2013 / 1434 ، رقم 6 ، ص 246
27. قميحة جابر ، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية ، 64
28. البكاء ، دكتور محمد عبد المطلب ، الإعلام واللغة ، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى 2009 / 1421 ص 28
29. الهيتي ، الدكتور هادي نعمان ، في فلسفة اللغة والإعلام ، الدار الثقافية للنشر ، الطبعة الأولى 2007 / 1428 ، ص 63
30. المرجع السابق ، ص 66
31. انظر : مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، العدد 53، السنة الحادية والعشرون، ذو القعدة 1417 هـ، ربيع الآخر 1418 هـ. ص 11، ص 63
32. انظر المرجع السابق.
33. الهيتي ، الدكتور هادي نعمان ، في فلسفة اللغة والإعلام ، الدار الثقافية للنشر ، الطبعة الأولى 2007 / 1428 ، ص 67
34. المرجع السابق ، ص 69
35. انظر :المرجع السابق ، ص 70 ، 73
36. انظر :المرجع السابق ، ص 74
37. انظر :موقع الجمعية الدولية لمترجمي العربية <http://www.atinternational.org/forums/>
38. http://www.alukah.net/literature_language

39. كتاب المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية 2013 / 1434 ، رقم 3، ص 415
40. انظر: المتوكل ، الدكتور أحمد ، الوظائف التداولية في اللغة العربية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى 1985 / 1405 ، ص 9
41. البكاء ، دكتور محمد عبد المطلب ، الإعلام واللغة ، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى 2009 / 1421 ص 52
42. مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، العدد 53، السنة الحادية والعشرون، ذو القعدة 1417هـ، ربيع الآخر 1418هـ، ص 63
43. القوسي ، عبدالرزاق ، المقالات ، الطبعة الأولى 1417 ص 147
44. المرجع نفسه ص 44
45. المرجع نفسه ، ص 52
46. يوسف ، دكتور حسني عبد الجليل ، اللغة العربية بين الأصالة والمعاصرة ، درا الوفاء للطباعة والنشر ، الطبعة الأولى 2009 م ص 328
47. <https://www.academia.edu>
48. المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج (واقع استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام بالدول الأعضاء بمكتب التربية لدول الخليج) ، الكويت ، 2012/1433 ص 67
49. كتاب المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية 2013 / 1434 ، رقم 5 ، ص 130
50. صحيفة الشرق المطبوعة العدد رقم (٥٢٣) صفحة (٢١) بتاريخ ١٠-٠٥-٢٠١٣
51. موقع كلية الإعلام - جامعة القاهرة - <http://masscomm.cu.edu.eg>
52. مجلة المعرفة - العدد مئة وخمسة وأربعون - 1428 / 2007 ، ص 32
53. فهد أبو العثم ، اللغة العربية ودورها في التشريع والقضاء ، مجلة مجمع اللغة العربية الأردني ، تشرين الثاني 2011م
- (54) الضبيب ، أحمد محمد اللغة العربية في عصر العولمة ، مكتبة العبيكان ، الطبعة الأولى ، 2001 / 1422 هـ
- (55) الحسن ، حسن ، الإعلان التفاضلي أسسه وضوابطه ، رسالة دكتوراه ، جامعة الإمام 1410 هـ