الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

كلية الأدب العربي والفنون

قسم الأدب العربي

الثنائية اللغوية في الإعلام الجزائري المكتوب

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص : لغة عربية وإعلام

إعداد الطالب:

تكوك شريفة

إشراف:

أ.د.حنيفي بن ناصر

السنة الجامعية 2015 /2016

المقدمة

المدخل

قائمة المصادر والمراجع

الخاتمة

الفهرس

الجانب التطبيقي

الفصل الأول: اللغة و مستوياتها

المبحث الأول: اللغة الفصحى.

المبحث الثاني: اللغة العامية.

المبحث الثالث: اللغة الإعلامية

الفصل الثاني: الثنائية- اللغة والإعلام

المبحث الأول: تأثير اللغة على الإعلام.

المبحث الثاني: تأثير الإعلام على اللغة.

المبحث الثالث: واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام.

الفصل الثالث: الخطاب الإعلامي المسموع

المبحث الأول: الخطاب

المبحث الثاني: الخطاب الإعلامي.

مقدمة:

تعتبر اللغة من أهم المميزات التي يتميز بها الإنسان عن غيره من الكائنات و تسمو به إذ تتيح له التواصل مع الآخرين من جهة و الاتصال عبر الأجيال من ناحية أخرى، كما تتيح له بتسجيل أفكاره و مشاعره إذا كانت اللغة بهذه الأهمية لأنشطة الإنسان ككل فهي أكثر أهمية للنشاط الإعلامي كجزء، فاللغة الإعلامية هي لسان الإعلام الذي ينطق به في أدائه لدوره، و هي أداة الإعلام في نقل رسالة لمستقبلها، و تنقل الأفكار التي تحتويها و تعبر عن مضمونها على قدر ما تكون هذه اللغة من الكمال و الاكتمال تكون الرسالة الإعلامية فعالة و مؤثرة.

و لعل العامل المشترك بين وسائل الإعلام جميعا مع التفاوت الطبيعي هو اللغة، فكل وسيلة إعلام تسعى جاهدة إلى استخدام اللغة الأكثر ملائمة و الأكثر مصداقية لدى جمهورها و حين تسعى تستعين بمعطيات تكنولوجية أخرى، فإنها تستهدف في المقام الأول و الأخير إحداث تأثيرها باللغة المستخدمة في الجمهور المتلقي ذلك أن اللغة تشكل عقول الجمهور، و تسوغ رؤيته التي يفسرها واقعه و يستوعبه و يتكيف معه و يوجه سلوكه في التعامل مع هذا الواقع.

تعد اللغة أداة تواصل العالم و هذا التواصل تعددت طرقه و أساليبه حيث أن وسائل الاتصال من فضائيات و انترنت على جعل العالم قرية صغيرة، طبعا لهذه الوسائل لغة خاصة بها، فهل يا ترى اللغة المستعملة في وسائل الإعلام هي اللغة الفصحى؟ و هل يتوفر الإعلام على هذه اللغة؟

الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة: هي مستويات اللغة العربية في وسائل الإعلام و تأثيرها على المتلقي؟ و هل الملقي له دور في ترقية اللغة العربية في الخطاب الإعلامي المسموع؟

- و هذا ما سنعالجه في هذه الدراسة الموسومة بـ " **مستويات اللغة العربية في وسائل الإعلام**".

أسباب اختيار لهذا الموضوع:

هناك عدة أسباب متعلقة بالبحث، و هي معرفة واقع اللغة في الخطاب الإعلامي و إبراز دور الخطاب الإعلامي المسموع في نشر اللغة العربية و ترقيتها في المجتمعات، أما الأسباب المتعلقة بالموضوع هي: أن دراسة اللغة العربية في الخطاب الإعلامي المسموع نادرة و قليلة في الجامعات، كما أن هذا الموضوع يبقى محل اهتمام الباحثين اللغويين.

- أهم الدراسات التي عالجت موضوع اللغة العربية في وسائل الإعلام بصفة عامة نجد:

1-دراسة عبد الرحمان الحاج صالح التي اهتمت بتأثير الإعلام المسموع في اللغة و كيفية استثمارها لصالح اللغة العربية.

2-صليحة خلوفي و هي بدورها عالجت الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام.

3-دراسة محمود فهمي حجازي الذي تناول دور وسائل الإعلام في تنمية اللغة العربية.

و هدفي من هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات و محاولة معرفة تأثير وسائل الإعلام في اللغة العربية و اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج الوصفي و التحليلي لأن وحدت المنهج الوصفي مناسب للدراسة النظرية حيث اعتمدت عليه في وصف مستويات اللغة في وسائل الإعلام، أما المنهج التحليلي اعتمدت عليه في الدراسة التطبيقية حيث استعنت به في تحليل و استخلاص نتائج خطاب إعلامي مسموع.

و تحتوي هذه الدراسة على ثلاثة فصول الفصل الأول بداية الإطار النظري للدراسة تحت اللغة و مستوياتها و به عناصر اللغة الفصحى و اللغة العامية و اللغة الإعلامية و سماتها، أما الفصل الثاني يتناول ثنائية اللغة و الإعلام، أما في الفصل الثالث فتطرقنا إلى الخطاب الإعلامي المسموع و في الجانب التطبيقي حيث قمت بتحليل خطاب إعلامي.

و اختتمت بحثي بخاتمة حيث تطرقت فيها إلى النتائج التي توصلت إليها من خلال الجانب النظري و التطبيقي للبحث و بعدها عرضت مجموعة من المصادر و المراجع التي اعتمدتها.

فضلت أن اختم بحثي هذا بفصل تطبيقي يتناول الخطاب الإعلامي المسموع حول اللغة العربية و مستويتها ليكون تدعيما لما تعرضت له في الجزء النظري وقد اعتمدت في التحليل على عدة خطوات و هي على النحو التالي:

- قراءة أولية للخطاب الإعلامي.
- قراءة يتاني.
- إحصاء الكلمات الفصحى.
- إحصاء الكلمات العامية.
- إحصاء التغييرات الصوتية.
- إحصاء الأخطاء اللغوية.

كما قلنا سابقا أن اللغة العربية أثرت في الإعلام، لأن لغتنا ثرية ومن جهة أخرى الإعلام اثر في اللغة العربية وكان تأثيرا ايجابيا وذللي بخلق مصطلحات جديدة.

في حين جاء الإعلام بسلبيات عدة عندما حاول وضع اللغة العامية مكان اللغة الفصحى و سنوضح هذا الموضوع أكثر في تحليل خطابنا:

- **إحصاء كلمات بالعامية:** أبدليوم–نبين– بش نبين– نعطو لدول– شوف– مازال نوصل– منحبسوش– و الله منحبسو حتى نكملوها– ندور نحول– هدو حسبات– المديونية ما بقاش نسمعو بها– باش نشوف– باغيين نعمو بلا– هذاشي لتعلمناه– جيش نعطولو كيما يبغي– يطيحونا فالفح.
- **إحصاء كلمات الفصحى:** يعتبر– نتائج– ارتفاع– شبكة العمومية– أكثر– بدون انقطاع– تقلبات مناخية– إن رئيس الجمهورية– الشعب– المديونية.
- **المعجم النحوي:** من دول– تطور بلد– توصيل الما– في العالم.
- **المعجم الصوتي:** التي ألتزمت بها– لابد– كهربا– عملة سحرية.

لقد طغت اللغة العامية في خطابنا هذا لضعف القدرة اللغوية عند المستعملين للخطاب الإعلامي. فأغلبهم يرون أن اللغة العامية أفصح وابلغ من اللغة الفصحى، وهذا ما لا نرضها للغتنا لغة الضاد لغة للقرآن و أم اللغات العربية.

تعتبر اللغة العربية الفصحى هي أفصح في جميع مجالات الحياة كما نلاحظ أن معظم البرامج التي تستعمل الفصحى في الخطاب الإعلامي المسموع هي برامج إخبارية وبرامج دينية.

- كما وظف الوزير الأقل عبد المالك سلال العامية ليزيد في شد المستمع و إقحامه في الموضوعة، و هو يتكلم ببطء حتى يعطي للمستمع التعود على الكلام واستيعاب الرسالة الإعلامية.
- عند استعمال اللغة العربية يحافظ الإعلامي على معلومة من جميع الجوانب من حيث صحتها ودلالتها ومعانيها وفي المقابل عندها نستعمل العامية يحدث خلل في الفكرة وكذلك لا يعطي الميزة أو المكانة المرموقة للغة العربية.
- أما وحدة اللغة– اللغة الفصحى تزيد الخطاب وتجذب انتباه السامع أكثر.

- كما أن الخطاب الإعلامي المسموع له دور في تنمية اللغة العربية و هو وسيلة لحمايتها من انحرافات خصوصا أخطاء صوتية و نحوية و مع توظيف مدققين لغويين.

خـــلاصـــة:

و من هنا نستنتج أن اللغة المستعملة في هذا الخطاب كانت لغة سهلة وجد بسيطة بحيث يستطيع إن يفهمها للجمهور فالوزير استطاع إيصال الفكر عن طريق لغة واضحة من أجل التأثير في المتلقي أي السامع.

فعنوان الخطاب لعبد المالك سلال في جامعة البشير الإبراهيمي ببرج بعريريج، تحدث عن دعم الشغل و تراجع نسبة البطالة: هو موضوع ليستدعي الاهتمام والتركيز فكان الجمهور متجاوبا واستعمال الوزير للغة العامية الممزوجة بالفصحى لم لكن اعتباطيا هل قصدا وذلك بحجة التقرب من المستمع.

فكلما كان الملقي و المتلقي متفاهمان في إطار الدلالي كان ذلك أقرب ما يكون إلى فهم وجه الخطاب لعامة الناس.

الفصل الأول : اللغة و مستوياتها

المبحث الأول : اللغة الفصحى

تعتبر اللغة مزيجا من الأنظمة التي تساير مختلف مراحل تطورها عبر الأجيال سواء كان ذلك من خلال الصوت أو البنية أو الدلالة أو غيرها فهذه الأنظمة تبدأ بالنظام الصوتي بضوامته، و صوائته، و فوتيماته و ما يسود فيه من ظواهر النبر و التنغيم و غيرها و نمو الكلمات من حيث بناوها و مورقيماتها و دلالاتها على المعاني المختلفة في أذهان الجماعة اللغوية التي سيخدمها، و تنتهي ببناء الجملة، ووظيفة الكلمات في داخل الجمل و علاقتها ببعضها البعض و غير ذلك.[1]

و يمكن أن نحضر مجالات التطور في أربع مستويات:

1) – **المستوى الصوتي:** اللغة في أصلها عبارة عن أصوات، هذه الأخيرة التي عرفت عدة تغيرات و تطورات عبر الزمن، فالتطور الصوتي هو ما يطرأ على أصوات اللغة من تبدل و تغيز و خاصة من حيث المخرج و الوظيفة و منذ القدم صنف كل من اليونان و الرومان و الهنود و العرب أصوات لغاتهم و كان التصنيفات العربي و الهندي أدق من سواهما و بينهما تشابه على أساس أن الهنود يرتبون الأصوات إبتداءا من أقصاعها في الحلق إلى الشفتين ثم يذكرون الأصوات الأنفية و هذا هو الذي نجده عند " **الجليل بن أحمد** " و عند " **سبويه** " و هو الذي سار عليه المؤلفون العرب من بعده.[2]

❖ المستوى الصوتي علم يدرس الحروف من حيث هي أصوات، فنبحث في مخارجها و صفاتها و طريقة نطقها، و قوانين تبدلها و تطورها في كل لغة من اللغات القديمة و الحديثة.[3]

---

[1] رمضان عبد التواب، لحن العامة والتطور اللغوي، مكتبة أزهار الشرق القاهرة، مصر طبعة 2 سنة 2000، ص 15.

[2] عبد القادر محمد مايو، الوجيز في اللغة العربية، دار القلم العرب، حلب سوريا الطبعة الأولى 1998 ص 42.

[3] نايف سليمان، حسن قراقيش، مستويات اللغة العربية، دار الصفاء للنشر و التوزيع ط1 – 2000 – ص 10.

❖ علم الأصوات هو العلم الذي يدرس الأصوات اللغوية و خصائصها و مميزاتها و مخارجها و كيف تظفر بمعرفة جيدة لعلم الأصوات يلزمان أن نعرض و لو شيء من الإيجاز لتلك الأعضاء المسماة أعضاء النطق ووظائفها النطقية و الدور الذي يقوم به كل عضو إصدار الأصوات اللغوية.

أعضاء جهاز النطق:

أ- **الحنجرة:** تقع في أسفل الفراغ الحلقي في أعلى القصبة الهوائية، يعرف الجزء الأمامي منها بتفاحة آدم، و يقع فوق الحنجرة شيء يشبه اللسان و يسمى لسان المزمار.

ب- **الوتران الصوتيان:** و هي عبارة عن شفتين تمتدان بالحنجرة نفسها أفقيا من الخلف إلى الأمام.

ج-**الحلق** : يقع بين الحنجرة و الفم و يسمى بالفراغ الحلقي.

د- **اللسان:** و هو أهم أعضاء النطق و سميت اللغات به، و هو عضو مرن كثير الحركة ينقسم إلى ثلاثة أقسام: **1)** أحقق اللسان أو مؤخرة، **2)** وسطه أو مقدمة، **3)** طرف اللسان ما يقابل اللثة، **4)** ذلق اللسان نهايته.

هـ- **الحنك** : و هو سقف الفم، و ينقسم إلى ثلاثة أقسام:[1]

1) مقدمة الحنك أو اللثة، **2)** وسط الحنك (الحنك الصلب) أو الغار، **3)** أقصى الحنك **و)** اللهاة: و هي نهاية الحنك –**1)** التجويف الأنفي، **2)** الشفتان، **3)** الأسنان.

كيف يحدث الصوت عند الإنسان: تعتذر أغلب الأصوات الإنسانية في كل اللغات بتحرير بطريقة أو بأخرى، تيار الهواء الذي تدفعه الرئتان إلى أعلى القصبة الهوائية من خلال الوترين الصوتيين و يمر بجهاز النطق إبتداءا بالحنجرة و انتهاء بالشفتين فإذا أحدثت

[1] مريم جير، مصطفى عوض بني ذياب، دار فرحات اللغة العربية، دراسات نظرية و تطبيقية في المستويات اللغوية و أصول الكتابة و تذوق النصوص، الكندي للنشر و التوزيع، الأردن، ط 1، ص 14.

ذبذبة أثناء مرور الهواء من خلال الوترين المرتبين يكون صوتا مجهورا، و إذا مز الهواء بدون ذبذبة فيهما فإن الصوت الصادر من خلال الوترين المرتبين يكون صوتا مجهورا، و إذا مر الهواء بون ذبذبة فيهما فإن الصوت الصادر يكون صوتا مهموسا و تختلف الأصوات و تتنوع لما يصاحبها من حركات الفم بأعضائه المختلفة المتباينة في النوع و الصفات، ثم يخرج الصوت على الصورة ذبذبات فستستقبله أداة السمع (الأذن) فتقوم بإرساله على صورة إشارات عصيبة إلى الدماغ لتحليلها إلى رموزها و معانيها.[1]

مخارج الأصوات:

1) الأصوات الشفوية : الباء، الميم.
2) الأصوات الأسنانية الشفوية: الغاء
3) الأصوات الأسنانية : الثاء، الدال، الضاء، السين
4) الأصوات اللثوية الأساسية : التاء، الدال، الضاء، الطاء، اللام، النون، الصاد
5) الأصوات اللثوية : الراء، الزاي.
6) الأصوات اللثوية الحنكية : الجيم الفصيحة، الشيء.
7) أصوات وسط الحنك : الباء.
8) أصوات أقصى الحنك : الخاء، الغين، الكاف و الواو.
9) أصوات اللهوية : القاف.
10) الأصواتالحلقية : العين و الحاء.
11) الأصوات الحنجرية : الهمزة و الهاء.

[1] مريم جير، مرجع سبق ذكره، ص14.

المستوى الصوتي قد لا يدرك مستعملو اللغة في أي مستوى من المستويات ما في اللغة من نظام و تعقيد، فاللغة نظام في غاية التعقيد، فاللغة نظام في غاية التعقيد، إلا أنها لدى المستعملين ملكة أو عادة أو فعل اجتماعي يتمثل في الكلام و الاتصال و التفاهم بصورة تلقائية لكن الدارس و المحلل لبنية يقف على ما فيها من أنظمة تعمل على أعضاء اللغة كيانها و أدائها مهمتها بكفاءة.[1]

2) المستوى الدلالي:

المقصود بالدلالة : دلالة اللفظ على المعنى و مصطلح الدلالة عند علماء العربية هو الذي يدرس كل ما أعطى معنى، أو علم المعنى الذي يتحقق من الرموز الصوتية و اللفظية و الإشارية و غيرها من رموز المعاني".[2]

و قد قسم العرب الدلالة على حسب العلاقة الموجودة بين الدال و المدلول: فأنواع الدلالة تتعدد بحسب إيجاد اختلافات في العلاقة المذكورة و ثمة توافق عام على تقسيم الدلالة ثلاثة أنواع : عقلية و طبيعية و وضعية".[3]

فأما الدلالة العقلية كدلالة الأثر على المؤثر مثل دلالة الدخان على النار، أما الدلالة الطبيعية فهي دلالة يجد فيها العقل بين الدال والمدلول، علاقة طبيعية ينقل لأجلها منه إليه والمراد من العلاقة الطبيعية إحداث طبيعة من البضائع سواء كانت طبيعة اللفظ أو طبيعة غيرها.[4]

و أما الدلالة الوضعية فهي الدلالة التي اتفق عليها والمعارف عليها بالمعنى.

---

[1] مريم فرحات، مصطفى عوض بني، اللغة العربية، دراسات نظرية و تطبيقية في المستويات اللغوية و أحوال الكتابة، و تذوق النصوص، دار الكندي للنشر و التوزيع ط1 – 1999، ص 46.

[2] محمود عكاشة، الدلالة اللفظية، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، د ط، 2002 ص 8.

[3] عادل فاخوري، علم الدلالة عند العرب، دراسة مقارنة مع السمياء الحديثة دار الطبعة والنشر، بيروت ط1، 1985، ص 13.

[4] المرجع نفسه ص 24.

لكن السؤال الذي يمكن أن يبادر الذهن، هل الكلمات تحافظ على دلالتها عبر العصور و الأزمات أم أنها هي أيضا عرضة للتغيير و التطور؟ فالتطور الدلالي هو: التغيير التدريجي الذي يصيب دلالات الألفاظ بمرور الزمن وتبدل الحياة الإنسانية فينقلها من طور لآخر.[1]

و هذا التطور تدخل في إحداثه عوامل عدة منها ما هو معتمد " كقيام المجامع اللغوية و الهيئات حياة اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية جديدة.[2]

و هناك عوامل غير معتمدة مثل: التطور الصوتي الذي يصب بعض ألفاظ اللغة، فشبه ألفاظ أخرى تباين دلالتها و يشرع الفهم الخاطئ لدلالات بعض الألفاظ و الابتذال الذي يصيب بعضها بظروف اجتماعية أو نفسية و الاستعمال المجاري الذي يعدو يتقادم العهد ".[3]

3) **المستوى النحوي:** تختلف كلمة النحو في اصطلاح العلماء على العلم القواعد الذي يعرف بها أحكام أواخر الكلمات في حالة تركيبها من الإعراب و البناء " يقول رمزي منير بعلبكي : يعتمد تصنيف اللغات نحويا أكثر مما يعتمد على ترتيب العناصر النحوية في التركيب أي طريقة التعلم و لذلك صنفت اللغات على أساس من العلاقة التركيبية فيها حيث التقديم و التأخير بين العقل و الفاعل و المفعول به، فيقال إن الترتيب في هذه اللغة – فعل – فاعل – مفعول به و في تلك : فاعل – فعل – مفعول به و هكذا. و من العناصر النحوية التي يدخل في

[1] عبد الكريم محمد حسن جبل، في علم الدلالة دراسة تطبيقية في شرح الأمباري للمفصليات، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 1997 – ص 33.

[2] رمضان عبد التواب – المرجع السابق، ص 33

[3] عبد الكريم محمد حسن جبل، المرجع السابق، ص 33.

ترتيبها في تصنيف اللغات أيضا الصفة و الموصوف و الاسم و الحر العامل فيه".[1]

ميدان علم النحو هو جملة و دراسة عناصرها و تركيبها و تختم بقيام العربية و ترتيبا خاصا لو اختل لأصبح من العنصر أن يفهم المواد منها، فالحوار أو الإعراب (علم أصول تعرف بها أحوال الكلمات العربية من حيث الإعراب و البناء، أي من حيث ما يعرض لها في حال تركيبها فيه تعرف ما يجب أن يكون عليه آخر الكلمة من رفع أو نصب أو جر أو جزم أو لزوم حالة واحدة بعد انتظامها في الجملة.

[1] رمزي منير بعلبكي، فقه العربية المقارن، دراسات في أصوات العربية و صرفها و نحوها على ضوء اللغات السامية، دار العلم الملايين بيروت لبنان ط 1 – 1999، ص 36.

4) – المستوى البلاغي:

البلاغة اصطلاحا هي بادية المعنى الجليل واضحا بعبارة صحيحة فصيحة لها في نفس أثر خلاب مع ملائمة كل كلام المواطن الذي يقال فيه الأشخاص الذي يخطبون.

5) المستوى الصرفي : علم البنية :

هو علم بأصول تعرف بما صيغ الكلمات العربية و أحوالها التي ليست بإعراب و البناء فهو يدرس كلمات المفردة و ما يطرأ من تغيرات على صورتها الملحوظة من حيث حركتها وساوتها و عدد حروفها و ترتيب هذه الحروف و موضوع على الصرف الأسماء، المصرفة و الأفعال المتصرفة، فلا يعني بالمبنية و الأفعال الجامدة و الحروف.[1]

الصرف هو العلم الذي يعني ببنية الكلمة في ذاتها من حيث تركيبها و هيئتها فالصرف علم من علوم اللغة العربية موضوعه بنية الكلمة المفردة خارج السياق المعنوي أي دون أن تتأثر بموصفها في الجملة و حركة الإعراب و نلاحظ أن بنية الكلمة تتعرض أحيانا للتعبير في لفظها أما لتحقيق الانسجام الصوتي أو الاستحداث معنى جديد ".[2]

فالصرف إذن يبحث في وظيفة للصيغة و اشتقاقها و تصريفها. و من مباحث الصرف الإبدال و القلب، و الإشفاق، و ما يخص الأفعال المجردة و المزيدة....الخ.

هذه المباحث التي تساهم في نمو الثورة اللغوية، و في إحداث سواء على المستوى الصوتي أو الدلالي و من أمثلة ذلك أثر الصيغة الصرفية في استنباط فمثلا صيغة: "فعيل" التي يقال بأنها معنى: مفعول: "كقتيل" و " ذبيح" و طريد و هذا من باب تيسير الفهم، و الحق أن الصيغتين تتباينان دلالة، فصيغة مفعول: دالة على المفعولية أو وقوع الحدث على الشيء.

أما صيغة " فعيل " فدالة على المفعولية أو وقوع الحدث على الشيء ووقوعه منه.

---

[1] **د. نزيه إعلاوي**، هاني نصر الله، داود شوايكة، صالح سليم عبد المعطي، نمر جمعية علوة، اللغة العربية، دراسة نظرية و تطبيقية، دار النشر و التوزيع عمان الأردن سنة 1999 – ص 21.

[2] عبد القادر محمد مايو– المرجع السابق – ص 112.

و النظام الصرفي يتطلب وقتا طويلا لاستقراره و لكنه بعد ذلك لا يعتريه التغيير ذلك أن الصرف لا يتغير في أثناء جيل واحد بل هو كالصوتيات إنما يتغير في الانتقال من جيل للآخر إلى جيل ، فالنظام الصوتي و النظام الصرفي إذا ما اكتسبا مرة بغيا طول العمر و هما يدنيان باستقرارهما إلى استقرار ذهنية المتكلم.[1]

6) المستوى الكتابي:

يدرس هذا المستوى نظام الكتابة و قواعد الخط و الإملاء و الترقيم و أنواع الخطوط و قد حرص العرب في رسم لغتهم و كتابة ألفاظهم على كفاية الحروف الصامتة أكثر من حرصهم على كتابة حروف المد و الحركات لأنها دونها في المرتبة.

- ❖ و من هنا يتبين أن هناك توافقا بين طريقتي كتابة الكلمات و خصائص الحروف، و الكتابة رمز اللغة كما أن اللغة رمز الفكر و هي أحد أهم أسباب التقدم الحضاري في مختلف المجالات.

و عن طريق الكتابة و طلبنا الموروث في العلوم الآداب العربية كما أن للكتابة فضلا في اتصال الثقافات الإنسانية بعضها ببعض و إطلاع الأمة الواحدة على أساليب الحياة التي تسود مجتمعات الأمم الأخرى، و طرائق تفكيرها أسباب تقدمها أو تأخرها و الإفادة من كل ذلك مما يساعد في دفع عجلة التقدم و الرقي الإنساني نحو الأفضل.[2]

7) اللغة الأم –Langue Mére : يحلينا الحديث عن الأسر اللغوية، مثلا الأسرة " **الهند و أوروبية** " التي تضم اللغات الأوروبية و اللغة الهندية.

إن اللغة الأم معناها اللغة الأصلية التي تتفرع عنها لغات عدة، و يحصل ذلك بسبب التوسع الجغرافي للشعوب الناطقة بهذه اللغة فتوسع الإمبراطورية الرومانية مثلا ولد لغات كثيرة، و لكن هذا الأمر قل على أيامنا لأن العالم الآن، و بفضل وسائل الإعلام، لا يغدو قرية صغيرة، لذا فإن الاختلاف الكلي بين لهجات اللغة الواحدة أصبح أمرا شبه

[1] رمضان عبد التواب، المرجع السابق ص 15.

[2] د.نزية اعلاوي– المرجع السابق – ص 22.

مستحيل، فإنجليزية بريطانيا و إنجليزية أمريكا لن تصبحا لغتين مختلفتين بفضل الاتصال الدائم بينهما **لغة الأم –Langue Maternelle** يحمل المصطلح بعدا إيديولوجيا مما يصعب عملية إيجاد تحديد موحد له، و كما سبقت الإشارة إليه، فإن التفكير في لغة الأم بدأ مع استقلال الدول.[1]

و من الناحية اللغوية عندما نقول **لغة الأم**، نفهم من ذلك اللغة التي يأخذها الطفل عن والدته، و لكن في الواقع الأمر ليس بهذه البساطة لأن لغة الأم: تراث مكتسب بعد الولادة مأخوذة بواسطة الشخص الحاضن أمًّا كان أو شخصا آخر من نفس الجماعة التي ولد فيها الطفل أو من أي جماعة بشرية أخرى.[2]

و نظرا لما تقدم يرى بعض اللغويين ضرورة إيجاد بديل المصطلح لغة الأم فيقترحون مثلا مصطلح : لغة المنشأ: على اعتبار أن الطفل يأخذ من محيطه و هناك من يقترح أن تعطى اللغات أرقاما فتأخذ لغة الأم رقم 01 لأنها الأولى التي يتعلمها الطفل و يتم اكتسابها بطريقة تلقائية و الطفل في هذه المرحلة الأولى من حياته له " من العلاقة الحركية و دقة الملاحظة و حب المحاكاة ما يغنيه عن التلقين المباشر بواسطة معلم مباشر.[3]

[1] جماعة من مؤلفين بجامعة تيزي وزو– اللغة الأم مجلة تتناول مقالات في اللغة الأم – مطبعة دار هومة – الجزائر 2009، ص 50.

[2] احمد الوالي العلمي – في التربية اللغوية و أنحاء التواصل ط 1 –المغرب: 2001 – منشورات اختلاف ص 60

[3] احمد الوالي العلمي، نفس المرجع، ص 07.

المبحث الثاني : اللغة العامية :

1) – مستوى العامية :

هو المستوى التعبيري الوحيد الذي يتخاطب به الناس عفويا في الحياة اليومية في الجانب الاجتماعي، التجاري الاقتصادي و حتى الإعلامي ذلك لأن المتحدث يجد حرية في استعمال هذا المستوى لأنه غير مقيد بالالتزام بقواعد اللغة فهي عربية فقدت بعضا من الخصائص الموجودة في الفصحى مثال الإعراب و هي تمتاز بركاكة عباراتها و تتسم بقلة مفرداتها بعكس الفصحى، و هي لغة العامة التي يتم استعمالها في شؤون الحياة العامة في البيت، السوق و المكان العمل و قد تعدى ذلك إلى بعض الفضائيات التي تستعملها في سياق النشرات الإخبارية و المسرحيات و الأغاني الشعبية.[1]

2) – مستوى العامية المستوية بالأجنبية:

و هي أكثر المستويات إسخافا و هبوطا باللغة العربية إلى الهاوية و الانحطاط و هي مشكلة المشاكل، و تعقيد يضاف إلى تعقيد "[2].

و هذا المستوى الأكثر استخداما في عصرنا الحالي لأنها اللغة التي يحدث بها معظم شرائح المجتمع في البيت و الشارع حتى أصبح الناس يستعملونها في هواتفهم النقالة و البريد الإلكتروني عند كتابة رسائلهم فيستخدمون العامية و عبارات أجنبية، دون أن ننسى القنوات الفضائية و بالخصوص المسلسلات التي تذاع حتى أصبحت متداولة و بشدة بين الناس و مثال على ذلك قول أحدهم :" **راني رائح في البيس** " و يقصد بها " **أنا ذاهب في القطار** " .

[1] وليد إبراهيم الحاج، اللغة العربية و وسائل الاتصال الحديثة دار البداية ناشرون و موزعون، الطبعة 1 عمان 2012، ص 125

[2] وليد إبراهيم الحاج، المرجع السابق، ص 125

و على هذا أصبحت اللغة العربية مسيطر عليها من الجهتين فمن جهة نجد اللغة العامية أو ما يعرف بالدارجة التي انتشرت بقوة حتى أستبدلها الناس بها و هجروها و من ثانية اللغات الأجنبية، فأين اللغة من هذه الحالة

3) –**انتشار اللهجات العامية:**

تنتشر العربية انتشارا واسعا بين أبناء اللغة العربية حتى أضحت هذه الظاهرة تشكل خطرا حقيقيا و على لغتنا و تهدد ثقافتنا و حضارتنا و ديننا.

فإقبال على استعمال اللهجات المحلية وإقحامها في معظم مجالات الحياة أدى إلى انصراف الناس عن لغتهم العربية والتوجه إلى العاميات من لهجات مختلفة: فهذه اللغة الحية التي ملأت العالم شرقا وغربا علما و أدبا لا يمكن أن يمكن أن يستبدلها بالعامية التي نستخدمها في حياتنا اليومية، بالسوق والمصنع والمنزل ".[1]

لقد طغت اللهجات الدارجة على الفصحى واحتلت مكانها على ألسن الكثيرين فأصبح يتحدث بها السياسيون والإعلاميون الفقهاء و رجال الدين حتى باتت تسري على الألسنة والأقلام خصوصا في:

وسائل الإعلام التي علبت اللغة العربية سواء في أجهزتها السمعية و السمعية البصرية و المكتوبة بالأخص و القنوات الفضائية التي تستعمل الدارجة أكثر من غيرها و ذلك من خلال المسلسلات التلفزيونية، البرامج الترفيهية، النشرات الإخبارية و البرامج الموجهة إلى الأطفال.

الفنون مثل : القصة – الرواية – المسرح السينما– و قيام بعض الروائيين بالمزج بين الفصحى و العامية في كتاباتهم الروائية بالإضافة إلى الأشعار التي تكتب بالعامية.

❖ **مجال التعليم:** فمن أسباب ضعف الطلاب في اللغة العربية هو استخدامهم في العملية التعليمية.

[1] خالد الزواوي – اللغة العربية، ص 56.

❖ اللافتات و الإعلانات في الساحات العامة و المحلات التجارية و قد دعت بعض الأطراف الناس إلى ترك و هجر اللغة العربية التي تتسم من وجهة نظرهم بالصعوبة و التعقيد و استبدالها بالعامية التي تتسم بالسهولة و هذا الادعاء يراد به تحطيم هوية ووحدة الأمة العربية فالمشكلة لا تكمن في اللغة في ذاتها و إنما تكمن في ذواتنا لأن اللغة ما هي إلا أداة يستعملها الناس من أجل التفاهم أو التعبير أو التواصل و الإنسان هو المحرك و المستخدم لهذه اللغة و هو الذي يتحكم فيها و في استخدامها.[1]

و قد اختلفت الأسباب الداعية إلى انتشار اللهجات العامية فهناك من يرى:

إن اللغة العربية لغة صعبة و تكمن صعوبتها في كثرة مفرداتها و أضدادها و الألفاظ الحوشية المهجورة و الدخيلة و صعوبة قواعدها فلا يستطيع الإنسان التعبير بها.

❖ تمثل اللغة العربية مستوى صعب بالنسبة للشرائح الاجتماعية و الفئات التي تعاني الجهل و الأمية في المجتمع و الذين يتمتعون بتكوين بسيط أمثال العمال.

إن العامية هي لهجة قريبة من المتلقي و أسهل للفهم لأنها لغة الحدث اليومي و لأن اللغة العربية أم تعدد تحقق التواصل بين الجماهير.

[1] خالد الزواوي، المرجع السابق، ص 56

المبحث الثالث: طبيعة اللغة الإعلامية:

تعتبر اللغة الإعلامية نظام من الألفاظ و التراكيب الذي يتجلى في خطاب منطوق أو مكتوب تستعمله الجماعة اللغوية للتعبير عن الأشياء و المشاعر البارزة التي تجول في أذهان أصحابها ولا زالت مع تطور وسائل الإعلام و الاتصال ذات قيمة بارزة في نقل المعلومات و إيصالها إلى الجمهور يتبين لنا اللغة تختلف و تتنوع من حيث الاستعمال مستوى الأول:

التعبيري: و هو تذوقي جمالي يستعمل في الأدب، و الفن و التحرير التعبيري.

ثم المستوى الإقناعي: و يستعمل في الدعاية و العلامات العامة، و ما إلى ذلك، كما رأينا في التحرير الإقناعي، و يليه بعد ذلك المستوى الإعلامي و هو مستوى عملي اجتماعي عادي يستخدم في وسائل الإعلام على نحو ما نجد في التحرير الإعلامي.

لعدم أننا لا نعني باللغة الإعلامية، ما توصف به اللغة العلمية من تجريد نظري أيضا يريد باللغة الإعلامية أنها لغة فصحى[1] بنيت على سقف عملي اجتماعي عادي، فهي في جملتها فن يستخدم في الصحافة و الإعلام بوجه عام و هذه الخاصة في اللغة العربية ظاهرة من تركيب مفرداتها و قواعده تركيب يرمي إلى التبسيط.

أخص الخصائص في اللغة الإعلامية التي تستخدم الرموز المجسدة أو الأنماط أو النماذج التي تقوم مقام التجربة الفردية أو الجماعية لتنظيم التجارب الأساسية العديدة.[2]

مفهوم اللغة الإعلامية :

إن تحديد مفهوم اللغة الإعلامية لا يستغني عن نجاح الدراسات اللغوية بمختلف مبادئها إذ تمدها بما تهتدي إليه من ظواهر و ما تكشفه من بحوث فنية تفيد في دراسة لغة الإعلام. و تهذيب ألفاظها و توسيع نطاقه و ترقية ألفاظها، و إدخال مفردات جديدة على

[1] الدكتور: عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي مكتبة لبنان، الشركة المصرية العالمية للنشر لو نجمان، ط1، – 2000 – ص 163.

[2] الدكتور عبد العزيز شرف، المرجع نفسه، ص163.

مفرداتها و تدعيم خصائص هذه اللغة الإعلامية من بينها و سلامة ووضوح و اقتراب شديد من لغو الواقع الحي المثقف دون هبوط إلى العامية و استخدام اللغة العلمية التي تعبر عن الحياة و الحركة و الإنجاز في اللغة الإعلامية المؤثرة حقا.[1]

- ❖ اللغة الإعلامية هي أذن اللغة التي تتسع على أوسط نطاق في محيط الجمهور العام، و هي القاسم المشترك أعظم في كل فروع المعرفة و الثقافة و الصناعة و التجارة و العلوم البحثية و العلوم الاجتماعية، ذلك لأن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع و البيئة تستمد عناصرها من كل فن و علم و معرفة.[2]

اللغة الإعلامية: " و نعتقد أن النظر في ألفاظ اللغة من هذه الناحية متم لدراسة اللغة الإعلامية سواء منها ما يراد لتأكيد عوامل النجاح في الرسالة الإعلامية للبلوغ و التأثير في الجماهير و لتقرير قواعد هذه اللغة الإعلامية من حيث ما ترمي إليه فن نمذجة و تبسيط، و للتعريف بين لغة الإعلام و لغة الأدب.

- ❖ فكل كلمة في اللغة الإعلامية يجب أن تكون مفهومة من جمهور المستقبلين، كما أن تعرض بطريقة جذلية تحقق سير القراءة و الاستماع.
- ❖ أما جنون الثورية و ازدواج المعاني أو الحالات الانفعالية حول الألفاظ و غيرها من فنون الأدب التي تؤدي المعاني و خاصة في الشعر فهي بعيدة تماما عن لغة الإعلام لأنها تيار الاتصال الذي يجب أن يظل مجراه صافيا ثمين، و إذا كانت اللغة العربية كما وصفها الأستاذ العقاد هي: " اللغة الشعرية "، و (الشاعرة)، لغة بنيت على نسق الشعر في أحواله الفنية و الموسيقية فهي في جملتها في منطوق

[1] المجلس الأعلى للغة العربية، اللغة الأدبية في المطبعة المعنية دار الخلدونية للطباعة و النشر و التوزيع – القبة القديمة الجزائر ص 214.

[2] عبد العزيز شرف – اللغة الإعلامية دار الجبل، بيروت ص 170.

الأوزان و الأصوات لا تنفصل عن الشعر في الكلام تألفت منه و لو لم يكن من كلام الشعراء، فإن اللغة العربية كذلك لغة إعلامية و نريد بذلك أنها لغة بنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث يعرض مواد بسيطة يسهل على الجماهير استيعابها و فهمها كما أنها تتماشى مع قيم المجتمع و عاداته و تقاليده، فالألفاظ العربية تدل على تفكير العرب و نظرهم إلى الأشياء ذلك أن في تسميتهم لها باسم بعينه و في إطلاق لفظ دون غيره عليها و اختبار صفة من صفاتها ما يدل على اتجاههم.[1]

سمات اللغة الإعلامية:

إذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى في الأسلوب، و هي البساطة و الإيجاز و الموضوع و الاختصار و الصحة و الجلاء و الأصالة.

❖ و يبين الدكتور عبد العزيز شرف بعض سمات و مميزات اللغة الإعلامية بما فيها كالآتي:

الاستغناء عن الكلمات الرائدة:يقول : " عبد العزيز شرف أن اللغة الإعلامية تستغني عن الكلمات الرائدة مثل أدوات التعريف التي لا حاجة إليها مشيرا إلى ا، اللغة الإعلامية لا تستغني عن أدوات التعريف الأزمة بأية صورة من الصور حيث يقول " فأصبحت اللغة الإعلامية تجنح إلى الاستغناء عن الكلمات الرائدة كأداة التي لا لزوم لها مثل **نشبت النار في القرية**، بحيث يكون أكثر تأثيرا في لغة الإعلام حيث يكون نشبت نار في القرية أما أدوات التعريف اللازمة فلا تستغني عنها اللغة الإعلامية بأي حال من الأحوال "[2].

[1] عبد العزيز شرف – مرجع سابق ص 166

[2] الدكتور عبد العزيز شرف – المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب الشعري، القاهرة، دار الكتاب اللبناني – بيروت ص 234

الاستغناء عن الأفعال التي لا قيمة لها:

و في الواقع أن الاستغناء عن الأفعال التي لا قيمة لها يعتبر من أبرز المميزات المتعلقة باللغة الإعلامية، و يوضح: عبد العزيز شرف بأن اللغة الإعلامية تستغني عن كافة الأفعال التي لا قيمة لها حين يقول: " كما تستغني اللغة الإعلامية عن الأفعال التي لا قيمة لها مثل : قام بإعداد بحث، حيث تكون أقوى تأثيرا في لغة الإعلام حيث يقول " أعد بحثا "[1].

الاستغناء عن الصفات و ظروف المكان و الزمان:

و يشير د.شرف عبد العزيز إلى أن اللغة الإعلامية تستغني أيضا عن الصفات و ظروف المكان و الزمان و أحرف الإضافة مثل : دمرت السيارة تدميرا، دمرت السيارتان، و من هنا تؤثر اللغة الإعلامية أن تقول " **عمارة من ثمانية عشر طابقا** " بدلا من **عمارة عالية مكونة من ثمانية عشرة طابقا. كانوا غادروا القطار**: بدلا من **كان بين الذين غادروا القطار**".

الاستغناء عن أحرف ربط الكلمات:

و كذلك تمتاز اللغة الإعلامية بأنها تستغني عن حروف تساهم في تحقيق الربط بين مختلف الكلمات ويشير إلى ذلك الدكتور عبد العزيز شرف بقوله " كما تنجح هذه اللغة الإعلامية إلى الاستغناء عن أحرف ربط الكلمات، فتؤثر أن تقول " **قال في حديثه**، بدل من: **وقد قال في حديثه** "[2].

الاستغناء عن الأسماء المعروفة:

و في الواقع أن بيان الأسماء المعروفة خلال مختلف العبارات يؤدي إلى تحقيق التعقيدات، و أما اللغة الإعلامية تستغني عن ذلك، و يوضح ذلك الدكتور عبد العزيز شرف

[1] عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب الشعري القاهرة، دار الكتاب اللبناني، ص 234

[2] عبد العزيز شرف، نفس المرجع ص 234.

بقوله " و تستغني كذلك عن الأسماء المعروفة فتؤثر أن نقول :**جاء من الإسكندرية** بدلا من **الإسكندرية** في الوجه البحري، و لما تميل اللغة الإعلامية تمتاز باستخدام الكلمات السهلة و البسيطة و بين ذلك الدكتور عبد العزيز شرف بقوله " و من أهم سمات اللغة الإعلامية هو استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة الواضحة فتؤثر لاستخدام الكلمات القصيرة المألوفة على كل ما عداها من كلمات فتستخدم : حريق بدلا من **أتون، و سافر** بدلا من **خلغن** ".[1]

الميل إلى التكرار:

و تميل لغة الإعلام في أحيان كثيرة إلى الذي يعتبر عاملا مهما للقضاء على الغموض و ازدواج المعنى، فالصحفي لا يتردد من تكرار كلمات معنية بغرض الوضوح و تبديد كل غموض محتمل فمثلا عند الحديث عن الانفجار السكاني نجد أن عبارات مثل تحديد النسل، الأمن الغذائي، ... الخ، تتردد كثيرا، و ذلك رغبة من الإعلامي في تبديد كل غموض محتمل شأن هذه التغيرات.[2]

تخليص النثر العربي من الزخارف اللفظية:

و من أهم سمات اللغة الإعلامية أنها خلصت النثر العربي من الزخارف اللفظية مثل: السجع و الطباق و غيرها من المحسنات التي كانت تعتبر عبئا على التعبيرات و أحلت محل هذا الأسلوب المزخرف المنمق الأسلوب السهل السريع الذي يحرص على المادة الفكرية و العاطفية و التعبير عنها أكثر مما يحرص على البهرجة اللغوية و الزخرفة اللفظية، و كان للصحافة فضل كبير في خلق لغة الإعلام التي تجمع بين البساطة و الجمال و سرعة الأداء و التعبير.[3]

---

[1] عبد العزيز شرف، نفس المرجع ص 235.

[2] وليد إبراهيم الحاج، اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، دار لبداية للطباعة و النشر و التوزع، عمان، الأردن، ط1، 1433هـ/2012م ص105.

[3] وليد إبراهيم الحاج، مرجع سبق ذكره، ص 103.

الفصل الثاني: الثنائية- اللغة و الإعلام.

المبحث الأول: تأثير اللغة على الإعلام.

المقصود بالأداء اللغوي في وسائل الإعلام ذلك التوظيف للغة العربية الفصحى البسيطة في مختلف برامجها، حيث يقوم بتوظيف بعض الأساليب مع الاستعمال العادي و تستمد أسلوبها و بنياتها من مستويات لغوية عدة، فهي تبادل التأثير مع تلك المستويات و كذلك من تأثير اللغة الأجنبية فهي ليست لغة الأدب بمعناه التخيلي لأنها تجعل من اللغة و خليفة الاتصال بما أنها ليست لغة العلم لكنها تستمد العلم بكثير من الكلمات و التعابير و تمد اللغة الكثير من العناصر بما فيها ذلك العمل باستمرار على تقريبها من مستوى وعي المجتمع.[1]

فوسائل الإعلام تعد مظهرا من مظاهر تطوير اللغة أتاح التطور المتسارع للحضارة و الحياة بتقنياتها و تكنولوجيا وسائل الإعلام متعددة لارتقاء التعبير في كل لغة و لقدرة اللغة على التعبير عن دقائق الأحكام العقلية في صورها النظرية و التطبيقية، كما أتاح الألفاظ المحتوية المجردة طاقات جديدة ما لبتها نحو الوضوح أكثر و تخصص أدق، و أصبحت الكلمات غنية بالمدلولات بفضل القدرة على الاتصال الجماهيري الواسع، و تبرز هنا طاقة الإعلام دالة كبيرة على الوسيلة الحضارية العملاقة و التي تحتل العالم أجمع شبكية خطوط دقيقة تختصر الكون في أجهزة صغيرة أو في شاشات تطل بنافذتها الصغيرة على المجرة و الكون.[2]

و يبرز دور الإعلام في كونه يعمق الانتماء و يؤكد الهوية من خلال استخدامه الكلمة الصحيحة السليمة مبنى و معنى حيث أن " الكلمة المكتوبة في الصحافة و نحوها تجيء في جملتها على رفاق المأمول من توظيف عربية فصيحة صحيحة تلقى قبولا من

[1] صالح العيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار الهومة للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 1999م، ص139.

[2] محمود فهمي حجازي، البحث اللغوي، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، دون طبعة، دون تاريخ، ص139.

جملة القارئين لقوميتها و انتظامها سمة القومية معناها و مبناها... أما الكلمة المنطوقة في الإذاعة و التلفزيون تحاول أن تدرج على طريق سليم الوصول إلى درجة من التوظيف اللغوي الصحيح.[1]

و بالرغم من أن وسائل الإعلام قد ساهمت في تنمية الذخيرة اللغوية بما أمدت من ألفاظ و مصطلحات جديدة إلا أنها مازالت تفتقر إلى الدقة في توظيف الأساليب و تعاني اضطرابا في طرائق الأداء و الإلقاء حيث لم تتخذ ضوابط يمكن الاستناد إليها، و لا يخلو استخدام اللغة فيها من معاذير و سلبيات يفترض تشخيصها بدليل أن الناشئة لا زالوا يتلقون أخطاء وسائل الإعلام التي يعتبرونها قدوة عليهم النسج على منوالها ما أثر سلبا على الطفل الذي يعتمد على السمع في سن الطفولة الأولى لتكون حافظته اللغوية، فلن يتوالى على طبع الصيغ اللغوية المسموعة في مخيلته الفضة لتوهمه أن الناطقين بما يفوقونه رتبة و ما عليه، أي لا ترسم خطاهم في التعبير اللغوي".[2]

و لعل هذا الهبوط و انحاط الأداء اللغوي في وسائل الإعلام مرده إلى عدة مشاكل أهمها:

1. قضية الأداء اللغوي للغة الإعلام عبر الإذاعة و التلفزيون لم تتخذ ضوابط يمكن للمقدمين الاستناد إليها، حيث تتطلب تقديم المواد عبر وسائل الإعلام المسموعة مقتضيات أساسية عامة و أخرى ترتبط بهذه اللغة دون تلك، لذلك فإن افتقاد هذه الضوابط يجد جمهور الإعلام في لغة الإعلام المسموع مقتضيات أساسية عامة و أخرى ترتبط بهذه اللغة دون تلك لذلك فإن افتقاد هذه الضوابط يجد جمهور الإعلام في لغة المسموعة اصطلاحا، و افتعالا يقلل من فاعلية الإعلام و يصعب الثقة به، إذ يبدو مقدمو المواد المسموعة و المرئية و كأنهم يمتلكون العدة الأساسية

[1] كمال بشير، اللغة بين الوهم و سوء الفهم، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 1999م، ص ص 112-113.

[2] دمشقية عنيف، مقال بعنوان: لغة منشودة في وسائل الإعلام مجلة القومي العربي، عدد66، ص46.

لإلقاء و إدارة الحوار و يرجع ذلك إلى أن لغة الإعلام لم تعد تكتسب تلك العدة بعد حيث إن الدراسات الصوتية لم تعن بهذه الجوانب الإنسانية. [1]

2. لم تنفع لغة الإعلام بقدر كاف من كثير من سمات العربية و قدراتها في الاستيقاف و النعت و الاقتراض مما جعل مفرداتها كثيرة التكرار و التواتر و جعل بعض تلك المفردات ذات معان عامة غير دقيقة خاصة و إن مقارنة مفردات لغة الإعلام في العربية بلغة الإعلام في بعض اللغات الأخرى يشير على أن لغة الإعلام ما تزال في حاجة ماسة إلى الإثراء.

3. ما تزال معايير الصواب و الخطأ في لغة الإعلام غير مستقرة، هي لم تعتمد منظورات متفق عليها و منها من لم يراع ما تمليه عليه الحياة الحاضرة من تعقيدات و ما تتطلبه من تناول لغة سهلة.

4. التشويش في دلالات المعنى و الألفاظ أن هذه الظواهر تكاد تكون بارزة في لغات الإعلام مما يجعله إحدى المشكلات التي تحد من مشكلات التي تحد من فاعلية الإعلام و تؤدي إلى سوء الفهم.

5. إن هناك الغلط في استخدام العامية، و لاسيما من الإذاعة و التلفزيون مما يشكل ثغرة واسعة نفسه إذن إن اللهجة العامية ضيقة في أفاقها، و هذا الغلو في استخدام العامية يقلل من فاعلية الإعلام و من قدراته في إحداث التغيير. [2]

الخطاب اللغوي المنطوق أو المكتوب عادة ما تدرج فيه أغلاط و هفوات قد تخرج به عن المسار السليم، فيغدو مضطربا ملحونا تتنافر فيه الكلمات في معناها و مبناها و مما يزيد الأمر سواء كثرة استخدام العامية و استعمال الكلمات التي قد تبدو عن الذوق اللغوي الصحيح، و حجتهم في ذلك صعوبة استيعاب المتلقي لرسائلهم الموجهة بالعربية الفصيحة

[1] دمشقية عنيف، مرجع سبق ذكره، ص46.

[2] هادي نعمان الهيتي، لغة الإعلام و النهضة القومية مجمع الفرعي العلمي العراقي، بغداد، 1997م، عدد خاص بالغة العربية و النهضة القومية، ص ص 104-105.

هذا الأمر و إن كان فيه جانب من الصحة إلا أن الكلمة الصحيحة التي يدعى صعوبة العامل معها مع الجماهير العريضة كانت –و ما تزال– لها دور بالغ في الأهمية في الإعلام من كل وجوهه و التأثير في نفوس المتلقين و جذبهم إليها و الاستماع بها لما لها من خواص تمثل في ممر أدائها المشحون بالنغمات و الألوان الصوتية التي تفصح عن صدق التعبير و دفئ الواقع و الحقيقة."[1]

تأثير الإعلام على اللغة العربية:

لم تعرف اللغة العربية عبر تاريخها الطويل ما تعرفه اليوم من سرعة في النمو و اندفاع في التطور ومسايرة المتغيرات بحكم عوامل كثيرة، و نتيجة لأسباب متعددة، لعل أقواها تأثيرا النفوذ الواسع الذي تملكه و تمارسه وسائل الإعلام المقروءة و المسموعة و المرئية، و الذي يبلغ الدرجة العليا من التأثير على المجتمع في قيمة و مبادئه، و في نظمه و سلوكياته، و في ثقافته و لغته.

إن العلاقة بين اللغة و الإعلام لا تسير دائما في خطوط متوازية فالطرفان لا يتبادلان التأثير نظرا لانعدام التكافؤ بينهما لأن الإعلام هو الطرف الأقوى و لذلك يكون تأثيرها للغة أكيدا، إذ لم نقل أنه بالغ لدرجة قد تضعف الخصائص المتميزة للغة و تلحق بها الضرر.

و إذا كان لكل عام و فن و لكل فرع من فروع النشاط الاتصالي لغة خاصة به بمعنى من المعاني، فإن اللغة في الإعلام تختلف من أوجه كثيرة، فهي في موقف ضعف أمام قوة الإعلام، فقلما تفرض اللغة نفسها على الإعلام و إنما الإعلام هو الذي يهيمن على اللغة.

علاقة الإعلام باللغة و دورها في التأثير اللغوي على الأفراد لذلك تعد اللغة أداة التواصل المثلى في حياة البشر و الإعلام و التواصل و جهات لعملة واحدة، فذلك يمكن

[1] كمال بشير، مرجع سبق ذكره، ص118.

القول بأن اللغة هي أداة الإعلام الأساسية في تحقيق لوظائفه و أهدافه فضلا عن أن الإعلام تأثيره القوي للغاية، فالإعلام و اللغة كل منهما يؤثر في الآخر و يتأثر به.

و تعد اللغة الوسيلة الأساسية التي يستطيع الإعلام من خلالها أن يحقق أهداف التربوية المصلحة عن طريق اللغة يستطيع الإعلامي أن يوصل رسالته الإعلامية التي يبغي عنها تأثير للمتلقين مستقبلين.[1]

و اللغة بالنسبة للإعلاميين تعد بمثابة وسيط يجب اختباره بدقة و عناية لنقل الفكرة التي يستهدفها القائم بالاتصال.

- ❖ فكل رسالة إعلامية إن تستخدم أسلوب أو رمزا معينا يناسب جمهور مستعين أو المشاهد أو القراء.
- ❖ فرجل الإعلام عليه أن يدر كأن واجبه الأول هو مساعدة الجمهور على فهم الكلمات التي يصوغ الرسالة الإعلامية صياغة لغوية واضحة تمكنه من فك رموزها و استيعابها و فهم محتواها فاللغة هنا في المادة التي يتكون منها الموضوع نظرا للارتباط الوثيق بينهما و بين الفكرة التي يحملها.
- ❖ كما أوصت كثير من الأدبيات و الدراسات بضرورة العناية باللغة لدى الإعلامي و الاهتمام باكتساب فنونها المختلفة و مما يتعلق منها الجانب الشفوي و ذلك بسبب وجود ضعف ملحوظ فيه لدى الإعلاميين.
- ❖ و اللغة ضرب من السلوك و ليست مجرد معرفة، وسائل الإعلام تؤثر في تكوين هذا السلوك لذلك من الضروري انعدام اللغة في وسائل الإعلام استخداما جيدا و صحيحا حتى يحدث ترسيخا حيا للسلوك اللغوي لدى الجمهور المتلقي لهذه الرسالة.[2]

[1] رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام (من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة)، مكتبة العالمية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، سنة 2006م، ص44.

[2] رضا عكاشة، مرجع سبق ذكره، ص30.

❖ فالإعلام له دور في تعليم الكتابة الصحيحة الخالية من الأخطاء الإملائية و النحوية و الصرفية إلى جانب تعليم الخط العربي بكل فنونه و أشكاله كما أنها تفيد في تعليم القراءة الصحيحة و في التدريب على سرعة القراءة.

المبحث الثالث: واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام.

يعتبر الإعلام من أخطر و أشد المؤسسات تأثيرا على المجتمعات و الشعوب كافة نظرا لتعدد وسائله و تنوعها المسموعة و المرئية و المكتوبة، و إن تطور و انتشار هذه الوسائل قد أثر تأثيرا قويا و عظيما على الناس و على أفكارهم و اتجاهاتهم و تغيير رؤاهم و مواقفهم و ذلك لما تملكه هذه الوسائل من أجهزة و معدات يسهل الوصول إليها.

لقد تمكنت هذه الوسائل من احتلال مكانة كبيرة في قلوب الناس و عقولهم و ذلك لما تؤديه من وظيفة نقل الأحداث و الوقائع و الحقائق و الأخبار بعد لحظات من وقوعها فيسمعها المواطن في الإذاعة و يشاهدها على شاشات التلفزيون و يقرأها في الصحف، بالإضافة إلى أنها تلعب دورا مهما في الربط بهن طبقات المجتمع و نشر اللغة القومية.

إن التأثير الذي تقوم له وسائل الإعلام ينعكس على المتلقي أو المتابع إيجابا و سلبا، أما الأول فإنه ليقوم لدور المرشد و الواعي للناس و الثاني بمثابة المضلل و المحرف للرؤى و المفاهيم و للغة العربية خصوصا بما أنها هوية الأمة و مقوما من مقوماتها.[1]

إن ما نلاحظه اليوم من إهمال للغة العربية على جميع المستويات و الميادين و ما نراه في وسائل الإعلام بمختلف أنواعها من استخدام للخطاب العامي (اللهجات العامية) التي لا تمت للغة العربية بأية صلة و من تهجين و تشويه لغوي و استعمال للغة غربية في

[1] رضا عكاشة، مرجع سبق ذكره، ص32.

ألفاظها و قواعدها، هذه اللغة التي تتأرجح بين الفصحى السليمة البسيطة و اللهجات العامية و اللغات الأجنبية المتداولة في أفواه المتعلم و الأمي.

لقد عمت هذه الظاهرة كل أجهزة الإعلام من صحافة، إذاعة، تلفزيون و مطبوعات المنطوق منه و المكتوب حتى شملت كل الأقطار العربية.

و على الرغم من الدور المهم الذي ليفترض أن تقوم به وسائل الإعلام من نشر اللغة العربية و تنميتها و تطويرها و محاولة الارتقاء بها فإن ما نراه اليوم العكس تماما فهي لا تقوم بدورها على أكمل وجه لأن اللغة العربية مهملة و مهمشة في معظم أجهزة الإعلام و تتعرض يوميا لموجات من التشويه و التحريف.

"**و تتحمل أجهزة الإعلام المعاصرة المسؤولية الأولى في الأزمة التي تعاني منها اللغة العربية فهي قادرة على الارتقاء بالمستوى الفكري، و اللغوي للجماهير**".[1]

في حين أنها شوهتها و ألحقت بها أضرارا أدت إلى إفساد جمالها اللغوي على الرغم من إنها لغة غنية بمفرداتها و تراكيبها و تعدد معانيها و تتميز بالمرونة و القدرة على استيعاب الجديد.

و القول بمحدودية اللغة و عجزها عن أداء مهمتها هو قول ليس له أساس من الصحة و فيه تجني على اللغة العربية فالنقص ليس في اللغة في حد ذاتها و إنما في الناطقين بها.

فالمطلوب من الإعلامي ليس التحدث بلغة سيبويه و لا بلغة مليئة بالزخارف اللفظية و السجع و الطباق و خيرها و إنما بلغة بسيطة و أسلوب واضح مع احترام قواعد اللغة.

لقد غيبت وسائل الإعلام بمختلف أشكالها اللغة العربية و استبدلتها بلهجات عامية ومن بين هذه الوسائل المطبوعات والصحفي والمجلات والإذاعات والتلفزيون والسينما والمسرح و منابر الخطابة في المساجد و المحافل.

[1] رشدي أحمد طعيمة، محمود كامل الناقة: اللغة العربية و المفاهيم العالمي، المبادئ و الآليات، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص177.

1. واقع اللغة العربية في الصحف و المطبوعات:

ظهرت العامية في الصحف و المطبوعات في صورة أشعار عامية تكتب على صفحات الجرائد و النكث و الطرائف خاصة الإعلانات الدعائية التي تمتلئ الجرائد و المجلات بها، و أغلب مجلات الأطفال التي تستخدم فيها العاملة و أحيانا أخرى اللغات الأجنبية حتى أصبحت شائعة فيها بدرجة ملحوظة و باتت الصحف تتسابق لاستخدام هذا النوع من الأدب و نشره و تشجع عليه.

فغزت الألفاظ العامية اسطر الصحف و المجلات و خصصت لها صفحات كاملة يومية لنشر القصائد العامية و تمجيد شعرائها حتى أصبح أدب العامية اقرب إلى الشهرة.

بالإضافة إلى شيوع الأخطاء النحوية و الإملائية و الأساليب اللغوية الركيكة على صفحاتها و يرجع السبب في ذلك إلى ضعف إلمام المحررين بقواعد النحو.

" **هذه الأساليب التعبيرية التي وردت في الصحف. و التي تعبر عن واقع لغتنا العربية في وسائل الإعلام، فإذا بقي الوضع هكذا ربما ازداد تأثر الصحفيون بالأجانب و تقليل شأن لغتنا**".[1]

2. واقع اللغة العربية في الإذاعة و التلفزيون و السينما و المسرح:

يظهر استخدام العامية في البرامج الإذاعية و التلفزيونية أي الإذاعتين المسموعة و المرئية و في نشرات الأخبار و التعليقات السياسية و المسلسلات التلفزيونية خاصة الإعلانات.

"**و تتجلى أزمة استعمال اللغة العربية أكثر ما تتجلى في الإعلانات التي تترامى إلى الأسماع و تعانقها الأبصار...إن من يتابع الإذاعات العربية كلها لا يقع فيما ندر على إعلان بالفصحى.. و إذا وجد فإنه لا يزيد عن 1٪**".[2]

[1] وليد إبراهيم الحاج، اللغة العربية و وسائل الاتصال الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص120.

[2] وليد إبراهيم الحاج، اللغة العربية و وسائل الاتصال الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص129.

و الواقع الذي تعيشه وسائل الإعلام ومن بينها الإذاعة والتلفزيون يساهم في إيذاء اللغة العربية و الترويج لأفكار و ألفاظ خاطئة و غير صحيحة و كلمات محرفة بين الجماهير.

فالبرامج التي تذاع على شاشات التلفاز لا تعير اللغة العربية أي اهتمام و هذا ما أدى. إلى تدهورها خصوصا في الترجمات المصحوبة بالأفلام و المسلسلات حيث يتم استخدام ما يسمى باللغة الوسطى التي لا ترتقي بلغة الجمهور لأنها لغة محرفة و تتميز بقلة رصيدها اللفظي و يتم استخدامها من قبل الإعلاميين من اجل النزول إلى مستوى الجماهير و لكن الأصح و الأجدى هو الرفع من مستواهم اللغوي و تطويره فأضحت هذه المظاهرة كداء أو وباء ينشر على أسماع المتلقين.

3. واقع اللغة العربية في المحافل الاجتماعية:

إن الخطابات خاصة السياسية منها تسيطر عليها اللهجات العاملة بالإضافة إلى الندوات و المنتديات و اللقاءات و المؤتمرات حتى المساجد لم تسلم من ذلك، حيث باتت العامية تستخدم للوعظ و الإرشاد دون أن ننسى رجال السياسة و الدولة الذين لا يلقون خطابا إلا وكان مصحوبا بلهجة عامية أو لغة أجنبية و كأننا في دولة أوروبية و لسنا في دولة إسلامية عربية لغتها لغة أصيلة أنزل بها القرآن الكريم.

4. واقع اللغة العربية في شبكة المعلومات و الاتصالات الإلكترونية:

معظم مستخدمي هذه الالكترونيات من هواتف و شبكات الانترنت هم من الشباب الذين تسيطر عليهم اللهجات العامية عند الحديث والكتابة فنجدهم يتحاورون بالعامية على هواتفهم النقالة و على شبكة الانترنت موظفين فيها حروفا لاتينية.

ناهيك عن المنتديات في الشبكة العنكبوتية التي تشكو من شدة التراجع اللغوي و ما يزيد الأمر سوءا أن الزائرين لهذه المواقع تتراوح أعمارهم بين العشرين و الثلاثين(20-30) حتى الأربعين.

إن أهم ما يميز اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام هو تفشي الأخطاء اللغوية بصورة واضحة و إن " **أي خطأ ناحية اللغة يرتكبه المذيع أو الصحفي أو للمحرر أو الخطيب إنما يترك آثاره السلبية على ألسنة أولئك المستمعين**"،[1] و يمكن أن نرجع هذه الأخطاء التي يقع فيها الإعلاميون إلى ضعفهم في اللغة العربية و الذي يظهر في:

- ❖ الجهل بقواعد الإملاء لأن الكتابة الإملائية الخاطئة تنقل المعنى إلى معنى أخر مغاير غير المعنى المقصود أو المراد به.
- ❖ الجهل بقواعد النحو و الصرف.
- ❖ عدم الالتزام والتقيد بعلامات الترقيم من فاصلة(،)، نقطة(.)، النقطتين(:)، المعترضتين (--) و هذا ما سبب نقصا في الفهم فلا يعرف القارئ بداية الجملة من نهايتها و ذلك لتداخل الألفاظ مع بعضها البعض.
- ❖ عدم سلامة الأسلوب المستخدم وركاكته و ذلك لكثرة الأخطاء إلا أن المكتوب يختلف عن المسموع في كون الأول لا تظهر فيه الأخطاء و لكن تظهر في النطق عند المذيعين و المتحدثين فيتأثر المستمع بهذا النطق المشوه و المحرض للأحرف و الكلمات خاصة عند الأطفال الذين هم في فترة التلقي و مثال للأخطاء التي يقع فيها الإعلاميون قولهم: تِكرار، خِطبة، صَحافة والأجدى قولهم تَكرار، خُطبة و صِحافة و غيرها، بالإضافة إلى نطق الأعداد بطريقة غير صحيحة كقولهم: خمستاشر درجات و الأصح خمس عشرة درجة.

"**إن إعلاما بالعامية وإن كان على مستوى الترفيه الجماهيري الآني ذو وظيفة عكسية من حيث كونه يعجز عن دفع الذوق العام إلى المستوى الذي يمكن تحقيقه**

[1] رشدي أحمد طعيمة، مرجع سبق ذكره، ص118.

بوساطة اللغة الصحيحة، زيادة على ذلك فإن إشاعة هذه اللغة سيعمل على نجاح الوسائل الإعلامية في برامجها و يفرض ديمومتها".[1]

[1] هادي نهر: الكفايات التواصلية و الاتصالية، دراسات في اللغة و الإعلام، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003، ص47.

الفصل الثالث: اللغة في الخطاب الإعلامي.

المبحث الأول: الخطاب.

لغة: يدل الخطاب في لسان العرب على "**مراجعة الكلام**"،[1] هو أي اللغة التي يستعملها الأفراد في حركة التواصل، و هو لغة مشتق من فعلّ خطيب " **الذي يدل في معانيه الشأن و الأمر، و من معانيه أيضا التواصل بين الجماعات و التفاعل فهما بينهم، و للتمييز بين الحق و الباطل، و الصدق و الكذب، أما لدى لالاند فإن الخطاب يعني:** "**التعبير عن الفكر و تطوره بواسطة متوالية من الكلمات و القضايا المتسلسلة المترابطة**".[2]

و قد عرفه **مشال فوكو** الخطاب بأنه:"**مجموعة من المنطوقات بوصفها تنتمي إلى ذات التشكيلية فهو ليس وحدة بلاغية أو صورة قابلة أن تتكرر إلى ما لانهاية، يمكن الوقف على ظهرها و استعمالاتها خلال التاريخ، بل هو عدد محصور من المنطوقات التي تستطيع تحديد شروط وجودها**".

أي أن الخطاب عند **مشال فوكو** لا يقوم على أصول ألسنية أو منطقية، بل يتشكل من وحدات سماها بالمنطوقات، و هذه المنطوقات تشكل منظومات مذطوقية تسمى بالتشكيلات الخطابية، هذه التشكيلات تكون دائما حقل خطابي معين، و تحكمها قوانين التكوين و التحويل.

أما بنفنيس فاعتبر الخطاب: " مجموعة من الملفوظات التي يمكن تحليلها باعتبارها وحدات اعلي من الجملة، تكون خاضعة لنظام يضبط العلاقات بين الجمل- أي العلاقات السياقية و النصية، و ذلك عن طريق تحديد النظام المعجمي الدلالي، أو التركيبي الدلالي للنص أو سلسلة العلاقات المنطقية.[3]

[1] ابن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، دار الصادر، بيروت، ط1، 1998، ص361.
[2] عبد السلام حيمر، في سوسيولوجيا الخطاب، الشبكة العربية للأبحاث و النشر، بيروت، 2008، ص14.
[3] صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة للنشر و التوزيع، الجزائر، ط4، 2009، ص192.

و من معانيه في اللسانيات المعاصرة "الكلام المتبادل بين الأفراد، المكون من متوالية من الوحدات الدالة أصغرها الجملة".

و قد وردت كلمة الخطاب أيضا في معجم اللسانيات بتعريفات التالية:

1. الخطاب ملفوظ يساوي أو يفوق الجملة، و يتكون من متوالية تتشكل منها رسالة ذات بداية و نهاية.
2. الخطاب ملفوظ يتعدى الجملة منظور إليه وجهة قواعد تسلسل متتاليات الجمل.
3. حالة من حالات الكلام.

و يكون الخطاب ملفوظا أو مكتوبا يشكل وحدة تواصلية، و له مقام يتصل بالحالة التي يجري فيها و بالظروف التي تحيط به من الخارج، و تتقاطع معه في الداخل هذه الظروف منها ما هو فيزيائي و فيزيولوجي، و منها ما هو نفسي و اجتماعي.

و ورد تعريفة الخطاب في معهم الإعلامي: " هو تعبير عن الأفكار بالكلمات،أو محادثة بين طرفين أو أكثر أو مناقشة رسمية أو معالجة مكتوبة لموضوعا أو حوارا أو كلاما.[1]

اصطلاحا: الخطاب مصطلح يدل في علم اللغويات على: أي امتداد لغوي له بناء منطقي سليم و يكون أكبر من الجملة الواحدة أو الفقرة المتكاملة، و في علم الغويات أيضا أصبح تحليل الخطاب أو التحليل الخطابي ينطق على الفعاليات اللغوية أو النتائج المؤثرة التي تنتج عن استخدام اللغة.

و الخطاب حسب تعريف الجابري هو " بناء من الأفكار يحمل وجهة نظر، أو هو هذه الوجهة من النظر مصاغة في بناء استدلالي، أو شكله مقدمات ونتائج .

[1] أحمد متوكل، الخطاب و خصائص اللغة العربية، دار العربية للعلوم، بيروت، ط1، 2010، ص24.

و يميز **فيار كلوغ** في كتابه" الخطاب الإعلامي" بين نوعين من الخطاب: الأول يشير إلى أن الخطاب فعل و تفاعل اجتماعي، فالأفراد يتفاعلون مع بعضهم البعض في مواقف اتصالية حقيقية، و الثاني يشهر إلى أن الخطاب عبارة عن بناء اجتماعي لحقيقة.

و الخطاب عملية متواصلة من التعاطي بين طرفين احدهما المرسل والآخر المستقبل، أو بين ذات الموضوع أو بين فكر و واقع إنساني.

فالخطاب ليس هو النصر، و إنما هو النصر مضاف إلهه سلسلة من التفاعلات بين المرسل الخطاب و مصدره، و بين مستقل الخطاب و المتفاعل معه.[1]

المبحث الثاني: الخطاب الإعلامي:

يعتبر الخطاب الإعلامي عملية تقنيع إي إقناع للواقع و تصوره وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون، و يتم تمثله في نظام من المفاهيم و التصورات و المقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي بحكمها بغض النظر عن طبيعة هدفه الإقناع و الاستجابة السلوكية لما يقوله و يتسم بطقوسه معينة و له خصائص و أبعاده الطقوسية.[2]

إن هذا التعريف الإجرائي يعني مجموعة من الحقائق لا بد و أن نتوقف عندها مالها لأنها تجبر عن خصائص الخطاب الإعلامي و مكوناته البنائية ، فعملية تقنيع للواقع ليست في جوهرها إلا عملية استبدال العلاقات الاجتماعية الحية و المعيشية بالمتخيل الوهمي الذي يعمل جاهدا على ترتيب الوعي عبر أقنعة تحول بين التعرف إلى ما هو حقيقي، بعبارة أخرى، بعلاقة تصورية حيدة يتم التصور مقام الحقيقي و يستبدل الواقع المعيشي بالمتخيل الوهمي، و يتم ذلك تقديم من خلال نظام يعبر عن أهدافه و إستراتيجية المخطط الإعلامي باعتباره منتج الخطاب و محو وظائفه الأساسية.

[1] منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2004، ص239.
[2] عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتجية الخطاب، دار الكتاب الجديد، القاهرة، ط1، 2004، ص52.

و من جهة أخرى فانه من خلال النظرة الثاقبة و المحللة و المفسرة إلى طبيعة هذا النظام و مكوناته، سنجد بالرغم من هذه المكونات أنها مازالت بعيدة عن التحديد أي أن ملامح هذا النظام غير واضح المعالم بسبب عدم استقلالية الظاهرة الإعلامية و انتشارها أو توزعها بين العديد من العلوم من جهة، و تعدد مناهج تحليل الخطاب الإعلامي من جهة ثانية.

تقي لغة الخطاب الإعلامي في كثير من جوانب مع لغة الخطاب الأدبي، خاصة في كونها تعبيرا لغويا، غير أن نقطة الاختلاف تكمن في تفاوت مستويات هذا التعبير،و انتمائه لفنون و أشكال مختلفة.

إن الخطاب الأدبي يجنح إلى الإبداع في الممارسة اللغوية، و تفجير الطاقات اللغة و المعاصرة قي تفاصيل ابتكاراتها و قدراتها الإبداعية، خدمة للغايات و الأهداف المنشودة.

في حين آن الخطاب الإعلامي يستأنس للمألوف من اللغة، و يعمل على تكريسه،حيث أن أهدافه تتوجه يشكل أساسي إلى تقديم المعلومات دون مؤثرات لغوية، و يهمه بالدرجة الأولى أن تكون وسهلة التعبيرية لا تثير أية إشكالات لدى المتلقي، و لا تأويلات قد تودي إلى انحرافات أو تشوهات تطال مضمون الرسالة الإعلامية.

لقد أصبح الإعلام في عصرنا صناعة متكاملة، تستخدم احدث مبتكرات و تكنولوجيا، و أكثرها تجاوبا مع ذلك، و أسرعها تطبيقا و ممارسة، الأمر الذي جعل وسائل الاتصال في قمة ذلك للتطور، حتى صار الذي يملك الإعلام هو الذي يملك مفاتيح الحضارة.

إن الإعلام قد استفاد كثيرا من التطورات الجارية في العالم تكنولوجيا الاتصال، إلى درجة أن كثيرا من الدارسين و الكتاب أصبح لا يميز، بشكل دقيق، بين معنى الإعلام و الاتصال.

فالنتائج و الانجازات التي حققتها الدراسات الألسنية و السيميولوجيا، أفادت كثيرا مفردات الخطاب الإعلامي، و اللغة التي صارت تدرس كقوة حية مؤثرة من خلال كونها وسهلة ضرورية لنقل المعلومات .

و مع ذلك فانه إذا لم يحس استخدامها قد تكون عائقا في سبيل إحداث تلك المؤثرات المنشودة.

و لهذا لا يمكن إغفال العامل الاتفاق الاعتباطي بين المرسل و المستقبل حول دلالات الرموز، و في هذا الاتجاه يذهب الكاتب الألماني **جورج كلاوس** إلى قول: المرسل المعلومات، متلقيها محزونات متباينان من الكلمات و المفاهيم، ويكون مخزون المرسل بالجهاز الذي يقف وراءه اكبر بكثير من مخزون المتلقي، لكن المرسل يجب أن يميز نفسه على مستوى كلماته و مفاهيمه، فإن احتوت الكلمات على كلمات و مفاهيم يفقدها المتلقي في مخزونه المعرفي الخاص، فقد التأثير الموجود منها ، أما إذا تأقلم المرسل تماما مع مستوى معين لمتلقي المعلومات، كان مستوى إرسال المعلومات منخفضا و بدائيا.

و بهذا الوضع تتأثر لغة الخطاب الإعلامي، و تكون ذات مستويات منخفضة، بمعنى أنها لا ترقى إلى مستوى لغة الإبداع، و لكنه بالتأكيد تخضع بحرص شديد إلى مقتضيات الاتصال التي استفادت كذلك من لغة الخطاب الأدبي.

و تجدر الإشارة إلى أن مضمون الخطاب الإعلامي يهدف إلى عرض و تقديم الحقائق و الوقائع و المعلومات، بغاية التأثير في السلوك، و تكوين الرأي العام، بطريقة مباشرة، في حين ينزع مضمون الخطاب الأدبي إلى تقديم الخبرة الموفق و المعلومات على قدم المساواة مع الذوق الجمالي.

إن جمالية الخطاب الإعلامي تبرز عند ما تقوم ينقل المعلومات بفاردة و إتقان، و هي محدودة من حيث حيزها الزمني، بينما تتجاوز ذلك جمالية الخطاب الأدبي محطمة جدار الزمني.

يبد أن لغة الخطاب الإعلامي تتميز بانتشارها الواسع و ارتباطها الوثيق بمعطيات الحياة اليومية، و حوادثها المتتالية و المتلاحقة.

إنها لغة تنتشر بسرعة، و تفرض نفسها على المتلقي، بل و على لغة الخطاب الأدبي كذلك عبر سلطة وسائل الاتصال الجماهيرية.[1]

[1] المرجع السابق، ص66.

فضلت أن اختم بحثي هذا بفصل تطبيقي يتناول الخطاب الإعلامي المسموع حول اللغة العربية و مستويتها ليكون تدعيما لما تعرضت له في الجزء النظري وقد اعتمدت في التحليل على عدة خطوات و هي على النحو التالي:

- قراءة أولية للخطاب الإعلامي.
- قراءة يتاني.
- إحصاء الكلمات الفصحى.
- إحصاء الكلمات العامية.
- إحصاء التغييرات الصوتية.
- إحصاء الأخطاء اللغوية.

كما قلنا سابقا أن اللغة العربية أثرت في الإعلام، لأن لغتنا ثرية ومن جهة أخرى الإعلام اثر في اللغة العربية وكان تأثيرا ايجابيا وذللي بخلق مصطلحات جديدة.

في حين جاء الإعلام بسلبيات عدة عندما حاول وضع اللغة العامية مكان اللغة الفصحى و سنوضح هذا الموضوع أكثر في تحليل خطابنا:

- **إحصاء كلمات بالعامية:** أبدليوم–نبين– بش نبين– نعطو لدول– شوف– مازال نوصل– منحبسوش– و الله منحبسو حتى نكملوها– ندور نحول– هدو حسبات– المديونية ما بقاش نسمعو بها– باش نشوف– باغيين نعمو بلا– هذاشي لتعلمناه– جيش نعطولو كيما يبغي– يطيحونا فالفح.
- **إحصاء كلمات الفصحى:** يعتبر– نتائج– ارتفاع– شبكة العمومية– أكثر– بدون انقطاع– تقلبات مناخية– إن رئيس الجمهورية– الشعب– المديونية.
- **المعجم النحوي:** من دول– تطور بلد– توصيل الما– في العالم.
- **المعجم الصوتي:** التي ألتزمت بها– لابد– كهربا– عملة سحرية.

لقد طغت اللغة العامية في خطابنا هذا لضعف القدرة اللغوية عند المستعملين للخطاب الإعلامي. فأغلبهم يرون أن اللغة العامية أفصح وابلغ من اللغة الفصحى، وهذا ما لا نرضها للغتنا لغة الضاد لغة للقرآن و أم اللغات العربية.

تعتبر اللغة العربية الفصحى هي أفصح في جميع مجالات الحياة كما نلاحظ أن معظم البرامج التي تستعمل الفصحى في الخطاب الإعلامي المسموع هي برامج إخبارية وبرامج دينية.

- كما وظف الوزير الأقل عبد المالك سلال العامية ليزيد في شد المستمع و إقحامه في الموضوعة، و هو يتكلم ببطء حتى يعطي للمستمع التعود على الكلام واستيعاب الرسالة الإعلامية.
- عند استعمال اللغة العربية يحافظ الإعلامي على معلومة من جميع الجوانب من حيث صحتها ودلالتها ومعانيها وفي المقابل عندها نستعمل العامية يحدث خلل في الفكرة وكذلك لا يعطي الميزة أو المكانة المرموقة للغة العربية.
- أما وحدة اللغة– اللغة الفصحى تزيد الخطاب وتجذب انتباه السامع أكثر.
- كما أن الخطاب الإعلامي المسموع له دور في تنمية اللغة العربية و هو وسيلة لحمايتها من انحرافات خصوصا أخطاء صوتية و نحوية و مع توظيف مدققين لغويين.

خـــلاصـــة:

و من هنا نستنتج أن اللغة المستعملة في هذا الخطاب كانت لغة سهلة وجد بسيطة بحيث يستطيع إن يفهمها للجمهور فالوزير استطاع إيصال الفكر عن طريق لغة واضحة من أجل التأثير في المتلقي أي السامع.

فعنوان الخطاب لعبد المالك سلال في جامعة البشير الإبراهيمي ببرج بعريريج، تحدث عن دعم الشغل و تراجع نسبة البطالة: هو موضوع ليستدعي الاهتمام والتركيز فكان الجمهور متجاوبا واستعمال الوزير للغة العامية الممزوجة بالفصحى لم لكن اعتباطيا هل قصدا وذلك بحجة التقرب من المستمع.

فكلما كان الملقي و المتلقي متفاهمان في إطار الدلالي كان ذلك أقرب ما يكون إلى فهم وجه الخطاب لعامة الناس.

خـــاتمـــة:

و في الأخير توصلنا أن الإعلام هو العنصر الأساسي في حياتنا اليوم، حيث أصبح سلاحا فتاكا للأمم لكل دولة سواء غربية أو عربية.

و هذا راجع إلى وسائله من المجلة و الهاتف و الراديو هي المواد الرئيسة في الإعلام.

- فالإعلام هدف أساسي هو تزويد الناس بالأخبار من أجل كسب الثقة فهو يعطي الحقيقة، و أسلوبه الصدق ومخاطبة العقول.
- و معظم البرامج فأنها أكثر مهلا إلى توظيف العاميات و اللهجات الممزوجة بالألفاظ الأجنبية، فما عدا بعض البرامج مثل البرامج الدينية و الإخبارية فإنها تحرص على توظيفه اللغة العربية(الفحصى).
- نجد بعض المذيعين يتعمدون في البعض البرامج مثل البرامج الثقافية استعمال العامية في خطابتهم.
- يمكن إجمال أهم النتائج المتحصل عليها على النحو التالي:

- تعيين لغويين في المجامع اللغوية في وسائل الإعلام و توحيد المصطلحات العربية في الخطابات الإعلامية.
- ضرورة تطوير مناهج اللغة العربية في أقسام علوم الإعلام والاتصال.
- التنسيق بين علماء اللغة و علماء الإعلام في بناء المناهج الإعلامية.

قـائـمــة المصادر و المـراجــع :

- **القرآن الكريم {برواية حفص}:**

- **المصادر و المراجع:**

1. إبراهيم إمام، "**دراسات في الفن الصحفي**"، الأنجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 1972.
2. ابن جني، "**الخصائص**"، المجلد الأول، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الثالثة، سنة 2008.
3. ابن خلدون، "**المقدمة**"، اعتناء و دراسة أحمد الزعي، شركة الأرقام، بدون طبعة، بدون تاريخ.
4. ابن منظور، "**لسان العرب**"، المجلد الأول، دار الصادر، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 1990.
5. بسام عبد الرحمن، المشاقية، "**نظريات الإعلام**"، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، طبعة الأولى، سنة 2011.
6. بسام مشاقبة، "**مناهج البحث الإعلامي و تحليل الخطاب**"، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2010.
7. تيسير أبو عرجة، "**دراسات في الصحافة و الإعلام**"، دار مجد لاوي للنشر و التوزيع، عمان، طبعة الأولى، سنة 2000.

8. حسين عبد الجبار، "**اتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر**"، دار أسامة للنشر و التوزيع، طبعة الأولى، سنة 2009.

9. الدناني عبد المالك، "**البث الفضائي العربي و تحديات العولمة الإعلامية**"، المكتب الجامعي الحديث، د.ط، الإسكندرية، 2006.

10. رضا عكاشة، الحوار الصحفي، "**فنون الصياغة و إدارة الحديث**"، الطبعة الأولى.

11. رضا عكاشة، **تأثيرات وسائل الإعلام(من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة)**، الطبعة الأولى، سنة 2006.

12. رفيق سكري، "**الإعلام و الإعلام العربي، دراسة في الواقع و المتغيرات**"، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 2011.

13. ريم أحمد عبد العظيم، "**الحوار الإعلامي، برامج تدريب لتنمية مهاراته**"، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2010.

14. ريم أحمد عبد العظيم، "**الحوار الإعلامي، برنامج تدريبي للتنمية**"، دار النشر و التوزيع، عمان، الأردن، طبعة الأولى، سنة 2010.

15. زهير احدادن،" **مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال**"، ديوان المطبوعات الجامعية الساحة المركزية بن عكنون، طبعة، 2002.

16. سامي الشريف، أيمن منصور رندا، "**اللغة الإعلامية، مفاهيم، الأسس التطبيقات**"، جامعة القاهرة، سنة 2004.

17. سامي شريف، أيمن منصور رندا، "اللغة العربية: المفاهيم–الأسس–التطبيقات"، جامعة القاهرة، بدون طبعة، سنة 2000.

18. سمير كبريت، "**اللغة العربية و إعداد رجال الإعلام**"، دار نهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، سنة 2010.

19. صالح العيد، "دروس في اللسانيات التطبيقية"، دار هومة، الجزائر، الطبعة الرابعة، سنة 2009.

20. طارق سيد أحمد الخلفي، "**المعجم مصطلحات الإعلام**"، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2008.

21. طعيمة رشدي أحمد، "**الناقة محمود كامل: اللغة العربية و التفاهم العالمي، المبادئ و الآليات**"، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009.

22. عبد الجليل مرتاض، "**اللغة التواصل، اقترابات لسانية للتواصلين الشفهي و الكتابي**"، دار هومة، الجزائر، بدون طبعة، بدون سنة.

23. عبد السلام حيمر، "**في سوسيولوجيا الخطاب: من سوسيولوجيا التمثيلات إلى سوسيولوجيا الفعل**"، الشبكة العربية للأبحاث و النشر، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 2008.

24. عبد العادي بن ظافر الشهري، "**استراتيجيات الخطاب**"، دار الكتب الجديدة، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2004.

25. عبد العزيز شرف، "**اللغة الإعلامية**"، دار الجميل، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 1991.

26. عبد العزيز شرف، "**علم الإعلام اللغوي**"، مكتبة لبنان للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، سنة 2000.

27. عبد العزيز شرف، "**وسائل الإعلام لغة الحضارة**"، مؤسسة مختار للنشر و التوزيع، القاهرة، بدون طبعة، بدون تاريخ.

28. عبد العزيز شرف، **اللغة الإعلامية**، دار الجبل، بيروت، طبعة الأولى، سنة 1991.

29. عبد الله الدنان، "**برامج تعليم المحادثة باللغة**"، مركز الضاد، القاهرة، بدون طبعة، سنة 2006.

30. لؤي خليل: "**الإعلام الصحفي**"، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، سنة2010.

31. محمد شومان، "**تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية و نماذج تطبيقية**"، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2000-2007.

32. محمد عبد الرحيم عدس، "**فن الإلقاء**"، دار الفكر للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الأولى، سنة 2009.

33. محمد منير حجاب، "**المعجم الإعلامي**"، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2004.

34. نايف سليمان، حسن قراقيش، عبد المؤمن، أبو عسل، محمد الحموز، عادل جابر، **مستويات اللغة العربية**، دار الصفاء، للنشر و التوزيع، عمان، طبعة الأولى، سنة 2000.

35. نزية أعلاوي، هاني، نصر الله، دواد شوابكة، صالح سليم، عبد المعطي، نمر جمعة، علوة، اللغة العربية، نظرية و التطبيقات دار الشروق، للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، طبعة الأولى، سنة 1999.

36. هادي نهر، "**الكفايات التواصلية و الاتصالية دراسات في اللغة و الإعلام**"، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2003.